



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	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	

INDICE

INTRODUZIONE a cura di GIOVANNA BARNI	6
NOTA METODOLOGICA a cura di Struttura srl - PTSCLAS ECCOM Idee per la Cultura	10
GLI STAKEHOLDER	11
IDENTITÀ	12
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA	20
SOSTENIBILITÀ ORGANIZZATIVA	30
SOSTENIBILITÀ SOCIALE	40
SOSTENIBILITÀ CULTURALE	48
GLI HIGHLIGHTS 2018	
La cultura dell'accoglienza, l'accoglienza della cultura a cura di LETIZIA CASUCCIO	63
Il sistema beni culturali ebraici a venezia: una comunità di pratica a cura di ADRIANO RIZZI	72
L'evoluzione 4.0 a cura di GIOVANNA BARNI	88

Il 2018, proclamato dalla Comunità Europea "Anno Europeo del Patrimonio Culturale", ha visto dedicare da più parti una attenzione diffusa alla cultura, alla valorizzazione dei beni culturali e di tutto quel patrimonio intangibile che fortemente connota il continente. L'auspicio oggi è che, anche dopo la sua chiusura, l'EYCH lasci un'impronta forte nelle politiche europee e nazionali.

La Commissione Europea, sta lavorando in questa direzione con progetti a lungo termine imperniati su 10 temi che corrispondono ai 4 principi su cui si è basato tutto il 2018: **partecipazione, sostenibilità, protezione e innovazione**. Le 10 iniziative europee riguardano aspetti materiali, immateriali e digitali del patrimonio culturale e sono rivolte a diversi gruppi di destinatari, dai professionisti del patrimonio culturale alle comunità locali, ai giovani e ai bambini, ai gruppi difficili da raggiungere e al pubblico in generale e raggruppano una serie di azioni e progetti. Le iniziative forniscono un quadro per un approccio europeo, integrato e intersettoriale al patrimonio culturale. Ed è a questo quadro che ogni istituzione, ogni soggetto o impresa che lavora nella cultura deve ispirarsi.

La cultura è ormai universalmente riconosciuta come **moltiplicatore di sviluppo**, di identità, di condivisione, crescita e innovazione sociale. Le ricadute e gli impatti del fare cultura sono ampiamente misurabili ed è quello che anche in CoopCulture cerchiamo di realizzare dal 2014 con il rapporto di sostenibilità: un racconto per numeri e dati di un anno di lavoro, del lavoro di 1025 soci in 15 regioni italiane.

È anche il racconto dei **traguardi** delle tante sfide che ci siamo prefissati negli anni e che siamo riusciti a perseguire con tenacia, perseveranza e professionalità.

È un tirare le somme su **progetti sperimentali** che abbiamo creato, elaborato, realizzato e portato avanti. Fra tutti l'esperienza straordinaria di Palazzo Merulana, inaugurato nel maggio 2018, che in pochi mesi è riuscito a diventare un luogo aperto dove la cultura si fruisce, si fa, si condivide e si co-crea.

Esperienza perfettamente in linea con la strategia di CoopCulture nei confronti dei **pubblici** dei musei, verso i quali da molti anni rivolge iniziative di ingaggio e fidelizzazione, e anche nei confronti delle **comunità locali** e degli attori del territorio. Ci piacerebbe che ogni luogo, museo, biblioteca, area archeologica diventasse

un laboratorio di **innovazione partecipata**, ma anche una palestra di formazione in cui sviluppare ed esercitare **nuove competenze** afferenti al mondo della cultura. Proprio a Merulana, oltre a dare occupazione qualificata a molti under 40, abbiamo messo a valore nuove professioni con un team composito, giovane dinamico e creativo, che vanta - per la prima volta in una istituzione culturale - un **network manager**, in grado di animare i processi partecipativi e di inclusione.

Il **community engagement** e il **networking territoriale** che trovano realizzazione anche nei vari concept store realizzati, come ad esempio, La Bottega dei Trinci a Foligno e in quelle delle **programmazioni partecipate** e nelle reti territoriali sperimentate sia a Palazzo Merulana che al Museo archeologico regionale A. Salinas di Palermo. Il successivo passaggio vorremmo fosse l'**infrastrutturazione digitale** di tali nuove esperienze affinché il modello possa estendersi su scala nazionale ed europea e diventare sempre più accessibile e collaborativo.

Il 2018 ha inoltre visto per la prima volta la realizzazione di **rapporti di sostenibilità ad hoc per alcune eccellenze gestionali**, in particolare Palazzo Merulana e il Parco Archeologico della Valle dei Templi di Agrigento: in entrambi casi il modello gestionale inclusivo sperimentato, che ha coinvolto i partner territoriali che a loro volta hanno saputo coinvolgere nella produzione di valore diversi soggetti esterni, ha generato ricadute inimmaginabili per una istituzione sola.

Il 2018 è stato anche l'anno di importanti eventi che mirano a rendere sempre più accessibile e coinvolgente la fruizione del patrimonio, tra i tanti, le visite all'Alba alla Valle dei Templi che uniscono in una sola passeggiata archeologia, mitologia, canto e teatro o agli Atelier alla Pinacoteca Albertina di Torino. Unire cultura, creatività e arte per **divertire**, e sorprendere **trasmettendo conoscenza**.

È stato anche un anno che ha visto un grande impegno nella progettazione e nella partecipazione a un numero considerevole di gare, e che ha visto porre le basi per una serie di attività che hanno preso forma poi nel 2019, tra cui l'avvio di un approccio **green** che vogliamo diventi tratto distintivo del nostro operare.

La partecipazione dei soci ad eventi della cooperativa è considerevolmente aumentata, frutto dell'impegno e del consolidamento

delle attività e opportunità offerte da **#EssereSocio**. E sono state pianificate una serie di azioni per un potenziamento della formazione mirate alla **Digital Transformation** e all'Evoluzione 4.0 della cooperativa.

Lo sguardo è sempre rivolto al futuro, l'attenzione è costantemente rivolta alle **persone** e alle **comunità**, la propensione è a potenziare le **forme collaborative** in un'ottica innovativa e consapevole, il respiro è sempre più europeo.

Come ha recentemente affermato il neo presidente del Parlamento Europeo David Sassoli nel suo discorso di insediamento, "cultura, lingua, arte, paesaggio" sono un grande patrimonio, e rappresentano caratteri inimitabili e inconfondibili della nostra comunità e dei paesi che la compongono.

Noi siamo da sempre impegnati nella valorizzazione del patrimonio culturale affinché esso sia reso accessibile e godibile da un numero sempre più grande di cittadini, in una gestione sostenibile e aperta nella convinzione che **la cultura sia un indispensabile motore della crescita sociale, intellettuale, creativa di tutti i cittadini**. Per noi sapere che il Parlamento Europeo e chi lo presiede hanno a cuore questi stessi valori, è di grande incoraggiamento.

Giovanna Barni
Presidente **CoopCulture**



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



I NOSTRI VALORI

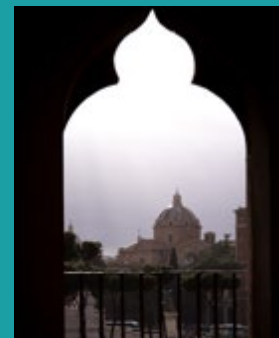
Crediamo nelle **PERSONE**, patrimonio di passione e competenze, e nella **CULTURA** come motore di cambiamento.

Crediamo nella **COOPERAZIONE** come forma di impresa sostenibile e base di un modello economico fondato sulla condivisione, e nel **LAVORO** dignitoso come strumento per migliorare la vita delle persone, le comunità e il mondo.

Crediamo nell'**INNOVAZIONE** che coniuga cultura, creatività e interazione.

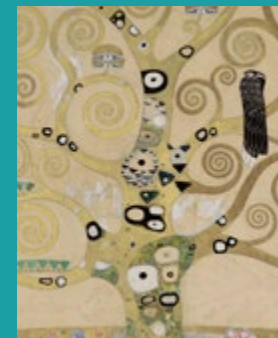


IL PERCORSO DELLA RESPONSABILITÀ



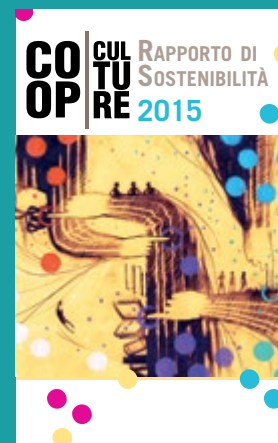
COOP CULTURE OP|RE Rapporto di sostenibilità 2013

2014 Roma
Cavalieri di Rodi

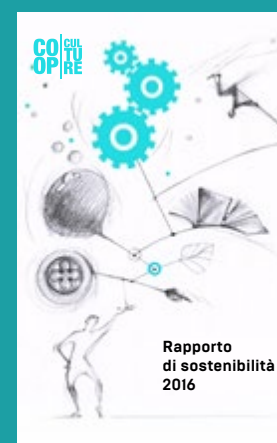


COOP CULTURE OP|RE Rapporto di sostenibilità 2014

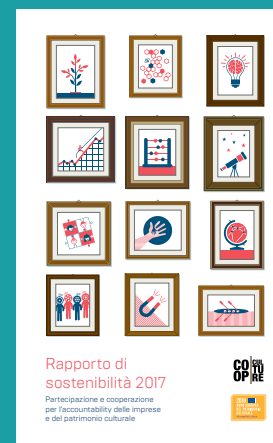
2015 Milano
Expo Cascina
Triulza



2016 Prato
Museo del Tessuto



2017 Napoli
Istituto Italiano
Studi Filosofici



2018 Palermo
Museo Salinas

ALCUNE TAPPE VERSO LA SOSTENIBILITÀ DALLA FUSIONE A OGGI

2009-2010	2011	2012	2014
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	Estensione a tutta la cooperativa della Certificazione SA8000:2008 Sistema di gestione della Responsabilità Sociale. Nasce il Comitato Etico	Integrazione dei sistemi qualità e responsabilità sociale nel sistema di gestione integrato A CoopCulture il Premio CECA (ICOM) per la qualità del Sistema Didattico	Viene nominato l'Organismo di Vigilanza e viene emesso il Modello Organizzativo di Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001
2018	2017	2016	2015
Certificazione OHSAS gestione della salute e sicurezza sul lavoro Integrazione delle funzioni ex copat di struttura rispetto al modello di organizzazione gestione e controllo 231 e al sistema di gestione aziendale certificato	Revisione contabile e certificazione di bilancio Ria Grant Thornton Premio speciale New entry miglior bilancio d'esercizio Quadro Fedele 2017	Adeguamento sistema di gestione integrato norma SA8000:2014 Il Rapporto di Sostenibilità CoopCulture viene presentato al Parlamento Europeo in Commissione Cultura	Aggiornamento sistema di gestione integrato e modifiche organizzative

IL SISTEMA DI GOVERNO E LE ARTICOLAZIONI FUNZIONALI

PRESIDENZA

Comunicazione Interna
ed esterna

Relazioni Esterne

DIREZIONE SVILUPPO

Marketing Strategico
e Fund Raising

Ricerca e Sviluppo

Innovazione
Tecnologica

SISTEMI DI GESTIONE

Qualità

Responsabilità Sociale

Privacy

Modello Organizzativo
ex d. lgs. 231

DIREZIONE GENERALE

(CENTRO SUD E CENTRO NORD)

COMPETENZE TRASVERSALI

Risorse Umane

Ufficio Gare

Marketing Operativo

Vendite e Customer Management

Sistemi Integrati per l'Accesso,
la Fruizione e l'Engagement

COMPETENZE TERRITORIALI

Manager di Area e di Rete

Responsabili Commessa
Sicurezza

DIREZIONE AMMINISTRATIVA

Amministrazione

Finanza

Acquisti

Controllo di gestione

COMITATO DI INDIRIZZO

GLI ORGANI DI CONTROLLO ESTERNI

COLLEGIO DEI SINDACI

Attività di vigilanza sul principio
di corretta amministrazione, in
ottemperanza alla legge e allo
statuto sociale

ORGANISMO DI VIGILANZA

Verifica del rispetto del MOGC
(Modello organizzativo di gestione
e controllo ai sensi del D. Lsg.
231/2001)

REVISIONE COOPERATIVA

Verifica del rispetto delle norme
vigenti e dei principi cooperativi

RINA SPA

Certificazione ISO
9000 Qualità

Certificazione SA 8000
Responsabilità sociale

Certificazione OHSAS
Sicurezza

RIA GRANT THORTON

Revisione contabile
e certificazione legale
di bilancio

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 - 10138
torino@coopculture.it

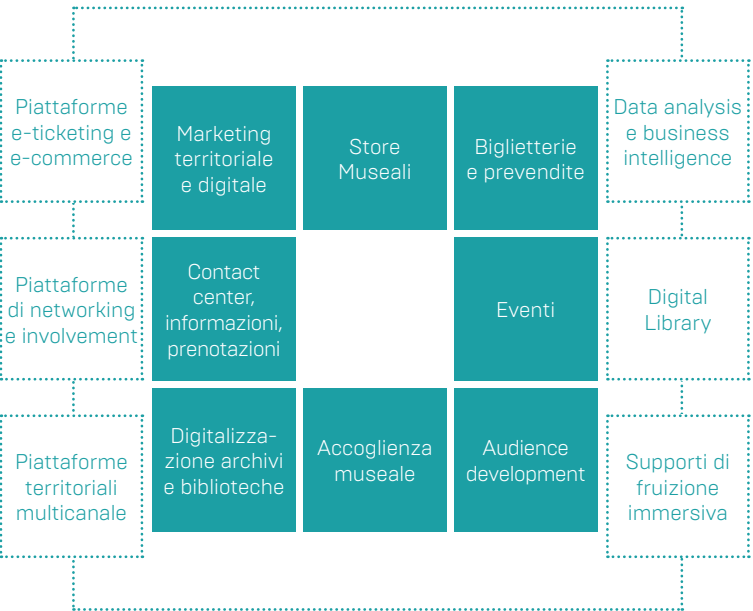
NAPOLI
Corso Umberto I, 58 - 80143
napoli@coopculture.it

FIRENZE
Via Guelfa, 9 - 50129
firenze@coopculture.it

PALERMO
Via A. Borrelli, 3 - 90139
sicilia@coopculture.it

LE AREE DI INTERVENTO

Negli ultimi anni abbiamo lavorato all'espansione delle aree di intervento in almeno due direzioni: mettendo in relazione i siti museali e i contesti territoriali in un'ottica di integrazione, non solo i musei aperti al territorio ma soprattutto la comunità territoriale che entra nel museo; avviando un processo di *digital transformation* delle competenze e nei processi interni che ha condotto alla progettazione di piattaforme cooperative e di supporti di fruizione evoluti. La fusione con Copat ha consentito l'acquisizione di una ulteriore competenza nelle tecnologie dedicate ad archivi e biblioteche.





Sostenibilità Economica

Misura l'impatto economico in termini
di creazione, 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 €

valore aggiunto globale netto

+5%

rispetto al 2017

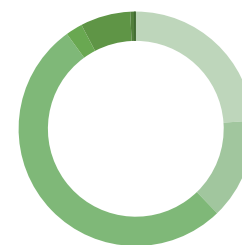
51.938.125,57 €

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.

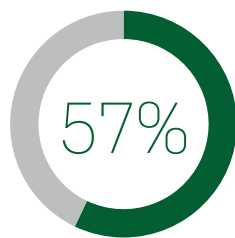
Il valore aggiunto prodotto da CoopCulture nel 2018 incide per circa il **2%** sul valore prodotto a livello nazionale dal **comparto patrimonio storico - artistico** (dati Symbola 2018).

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%

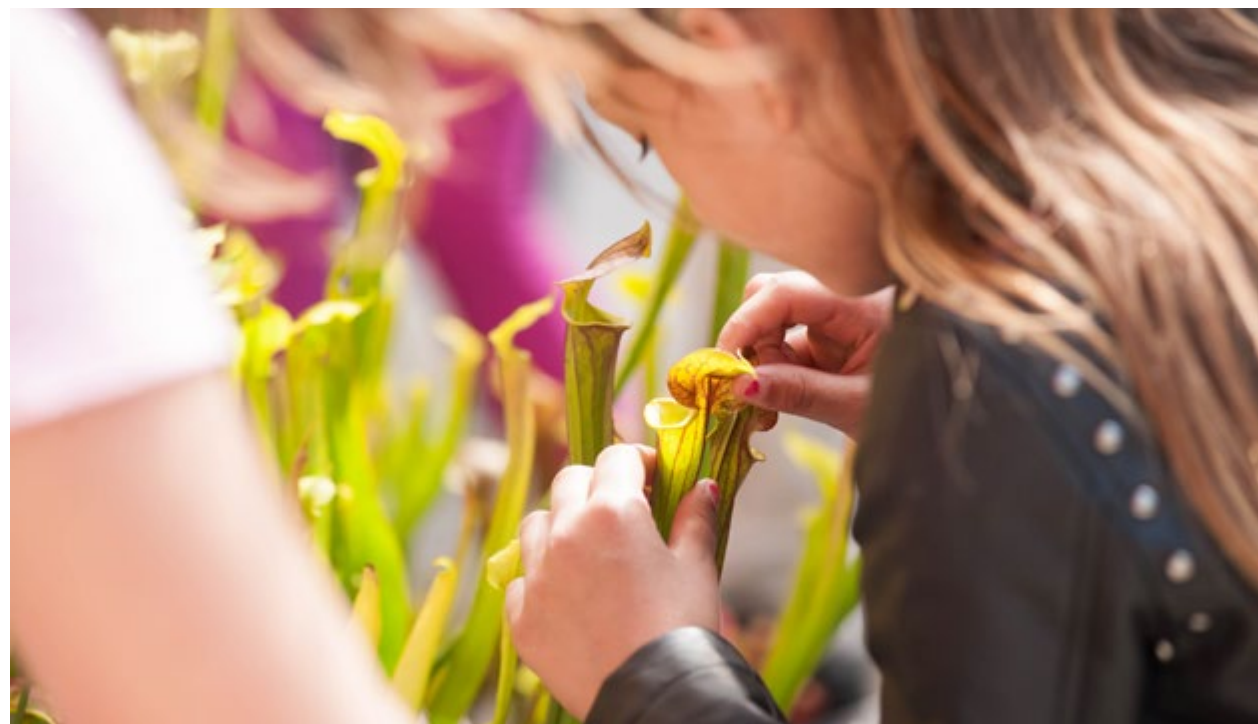
in un anno

+40%

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

245mila €

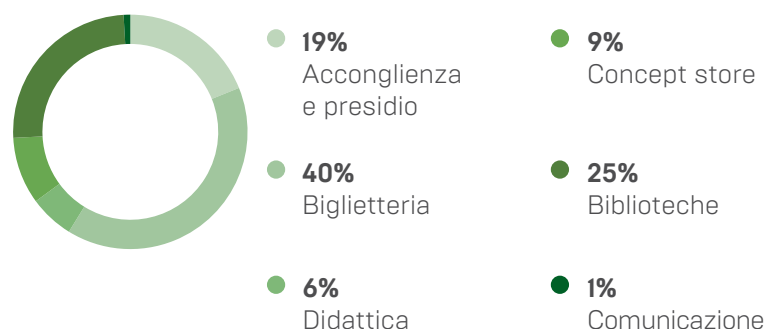
impiegati per l'adeguamento funzionale degli spazi gestiti



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

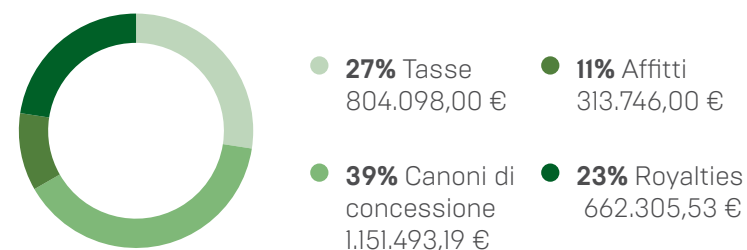
+83%

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

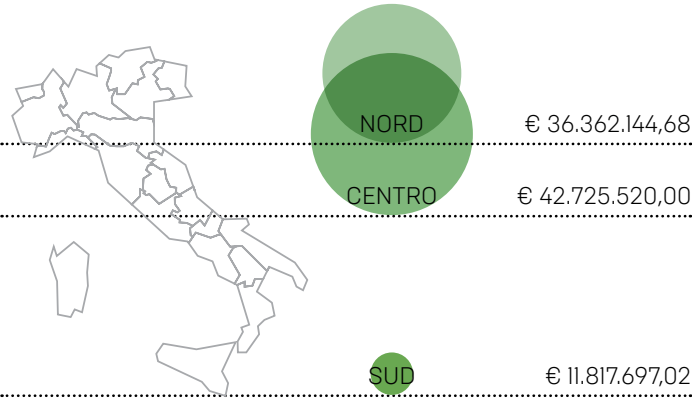
+50%

circa rispetto al 2017

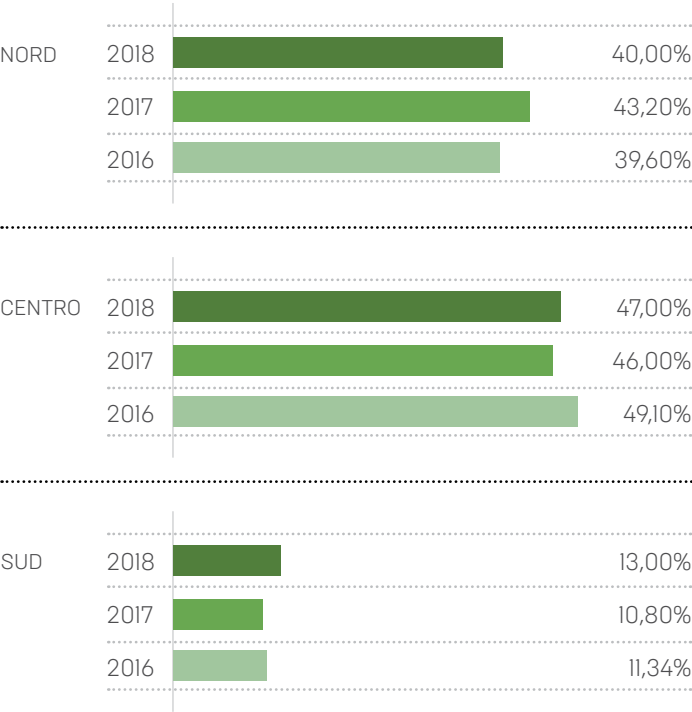
Gli **investimenti per la crescita** nel **2018** sono stati del **50%** più alti di quelli sostenuti nel triennio precedente

GLI IMPATTI

L'IMPATTO SUI TERRITORI



IL VALORE CREATO PER AREE TERRITORIALI

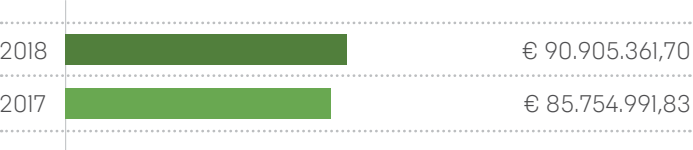


L'IMPATTO SULLA FILIERA

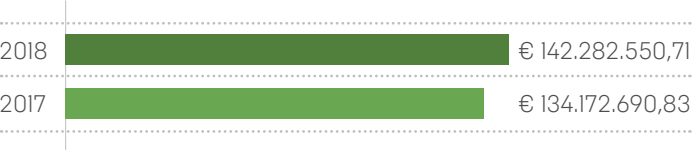
VALORE AGGIUNTO COOPCULTURE



EFFETTO DIRETTO



EFFETTO SULLA FILIERA



The background image shows a stone archway in the foreground, leading into a series of smaller arches. The stone is a mix of grey and reddish-brown. To the left, a gravel path leads up a hillside with dry grass and some green plants. A metal railing is visible on the left. In the distance, there are hills and a body of water under a sunset sky with warm orange and yellow tones.

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.

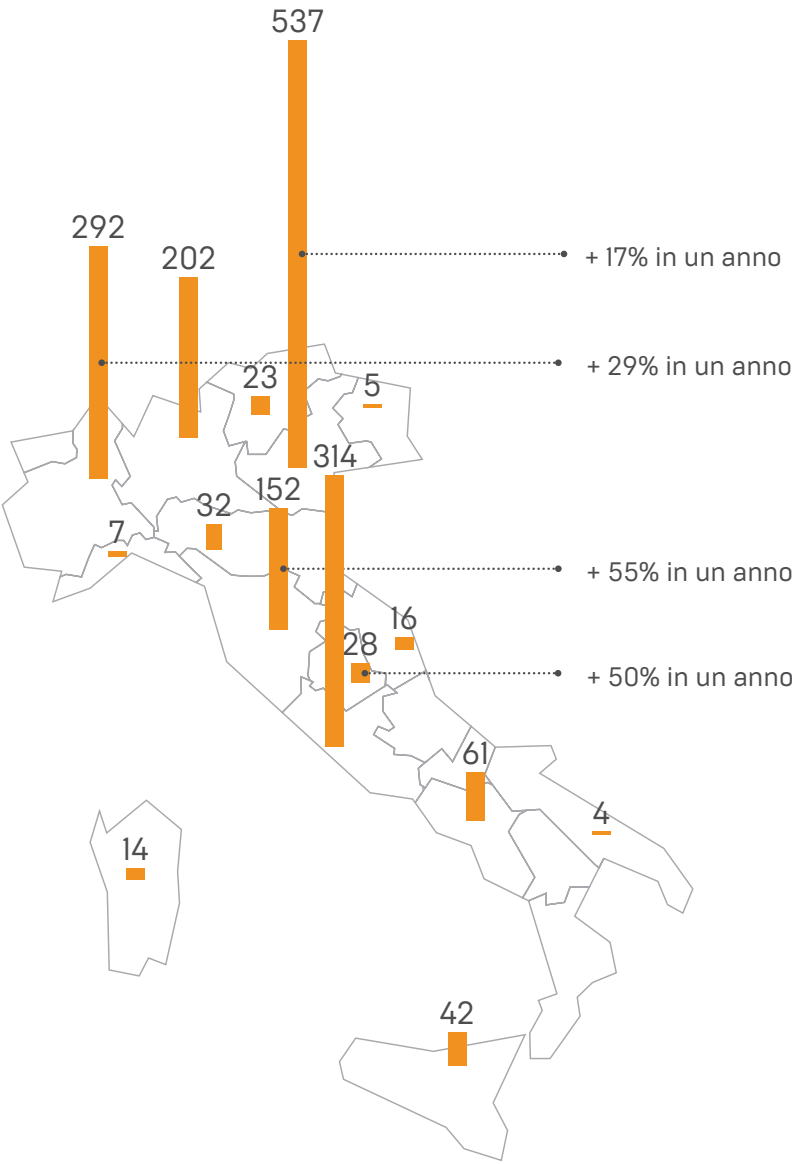
TOTALE DIPENDENTI

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 → 149

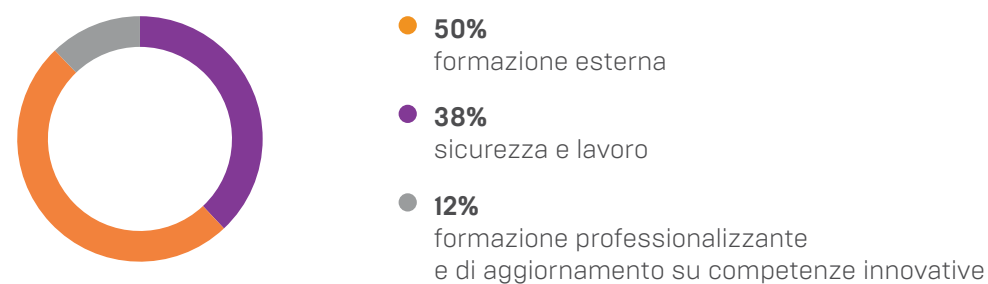
ore di formazione che corrispondono a interventi formativi

6,3 ore pro-capite

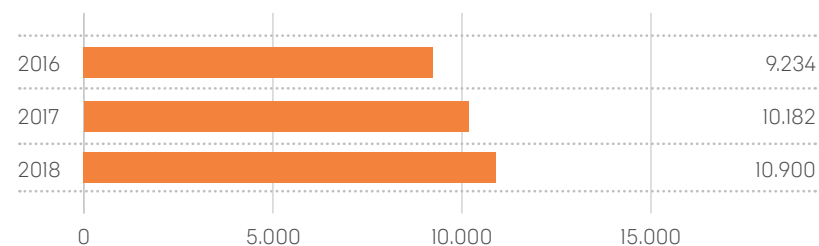
1.387 → 80%

tra soci, dipendenti, collaboratori partecipanti dell'organico CoopCulture

LE TIPOLOGIE DI FORMAZIONE



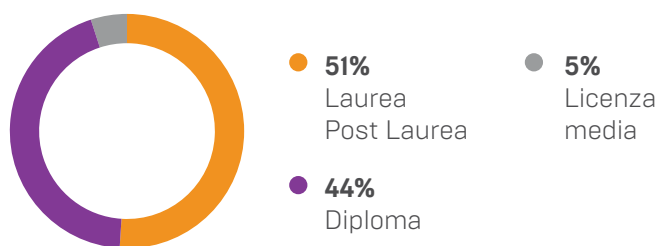
L'IMPEGNO DEGLI ULTIMI TRE ANNI



LE CARATTERISTICHE DELL'OCCUPAZIONE

IL CAPITALE UMANO

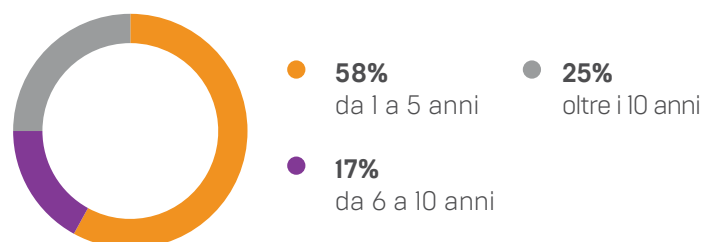
TITOLI DI STUDIO



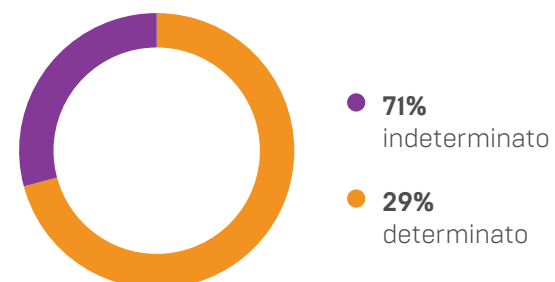
ETÀ



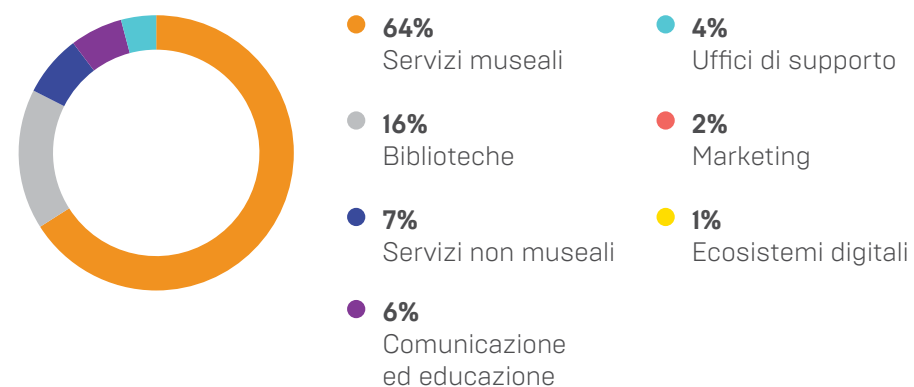
ANZIANITÀ AZIENDALE



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

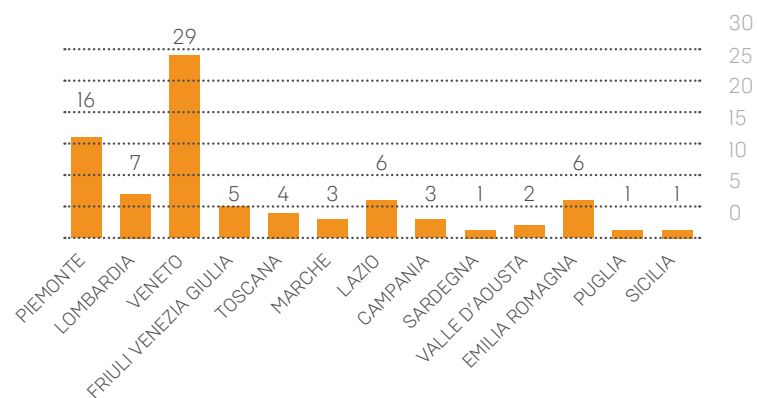
53%

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 bridge spans a wide river. The city is densely packed with buildings, and mountains are visible in the background under a hazy, orange sky. A purple geometric shape is overlaid on the left side of the image, containing text.

Sostenibilità Sociale

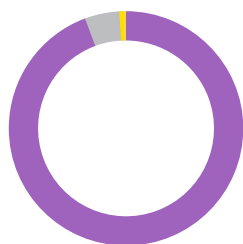
Misura l'impatto sociale in termini di capacità di coinvolgimento dei soci e delle comunità esterne.

I SOCI

I SOCI

1025

Il numero totale dei soci di CoopCulture



● 94%
Ordinari

● 1%
Soci finanziatori

● 5%
Speciali

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.



un gruppo 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



280

formazione pre-assemblea

240

formazione coordinatori

50

formazione team esseresocio

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 intersectorialità 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

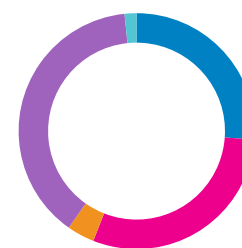
I follower sono **71%** donne **29%** uomini

COOPCULTURE OFFLINE

391 → 58.462

newsletter inviate

contatti



● **26%**
insegnanti e scuole

● **30%**
consumer e famiglie

● **4%**
associazioni

● **38%**
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

visitatori e attività educative

740.000

fruitori 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

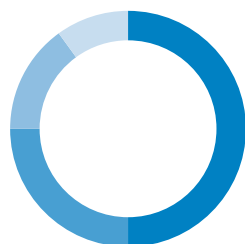
401

iniziative sviluppate
a sostegno di nuovi
pubblici e per allar-
gare la partecipazi-
one



41.000

nuovi fruitori



● 50%
progetti
interculturali

● 15%
progetti
transdisciplinari

● 25%
progetti
intergenerazionali

● 10%
progetti
inclusivi

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 rigenera-
zione urbana e ter-
ritoriale che hanno
contribuito a rivita-
lizzare 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

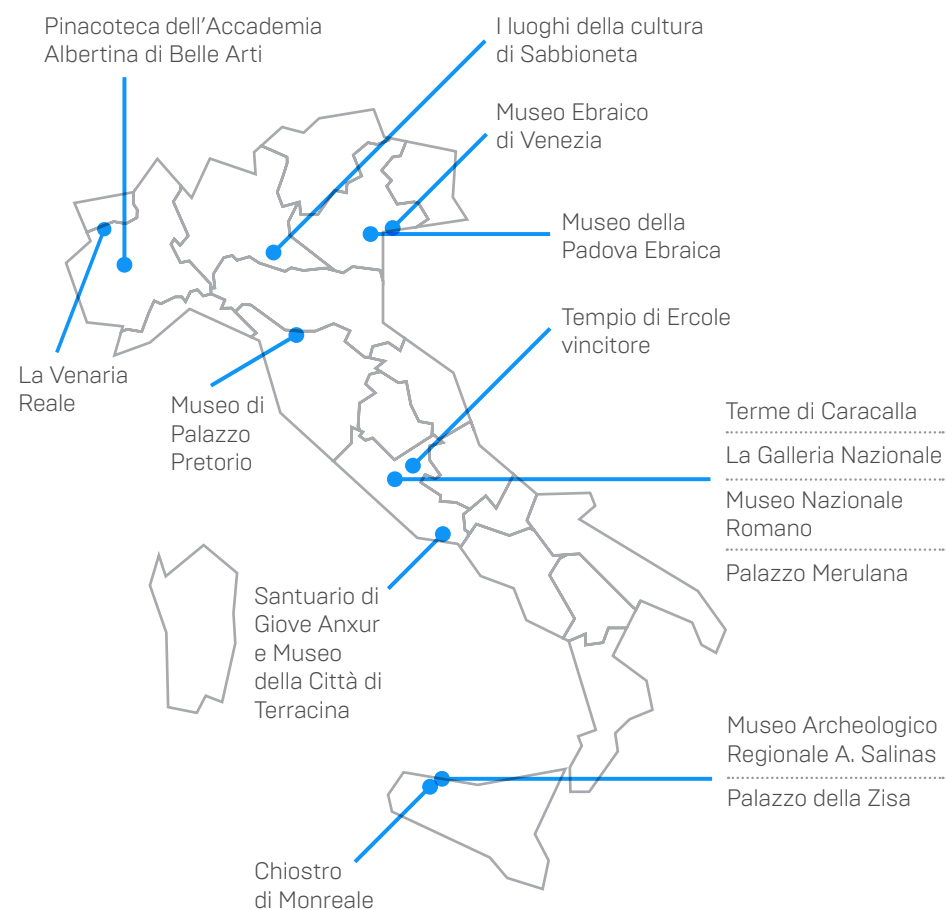
12 cataloghi digitali
articolati per regione

IL COINVOLGIMENTO DEGLI INSEGNANTI

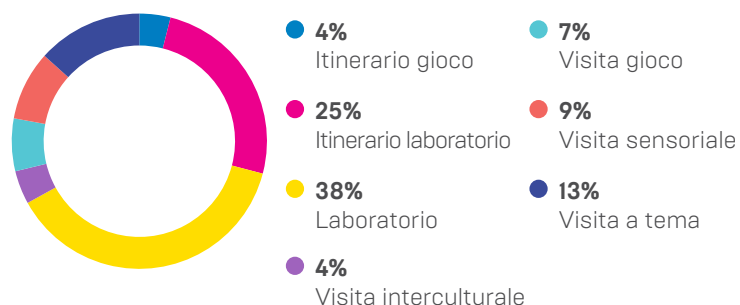
20 → 2.000

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

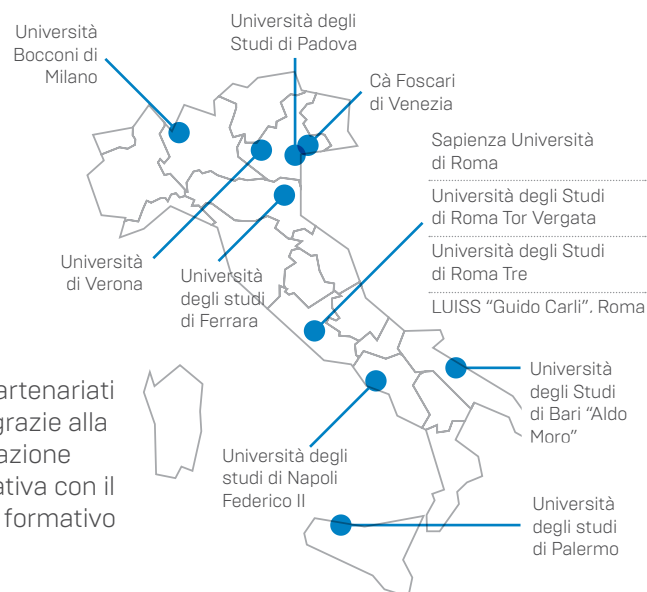
17

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

LE COLLABORAZIONI CON LE UNIVERSITÀ

12

sono i partenariati attivati grazie alla collaborazione continuativa con il sistema formativo



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 $\longrightarrow$ 250
Eductour che hanno
coinvolto operatori

3 $\longrightarrow$ 100
fiere per oltre incontri B2B

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

35 nuovi contratti attivati

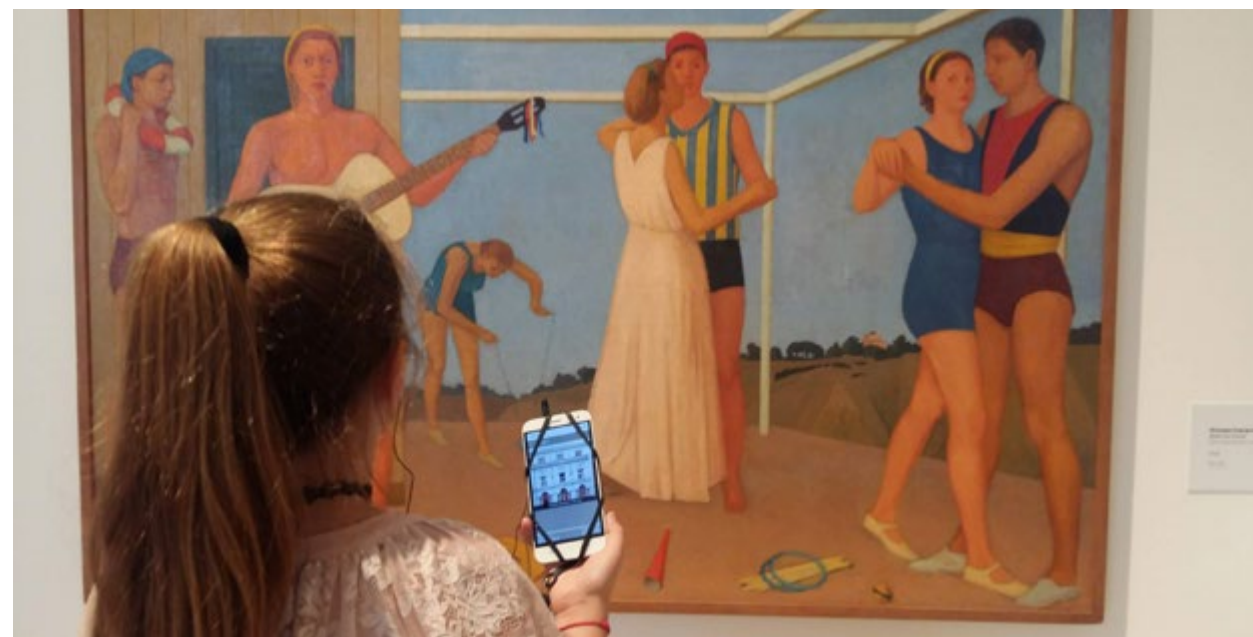
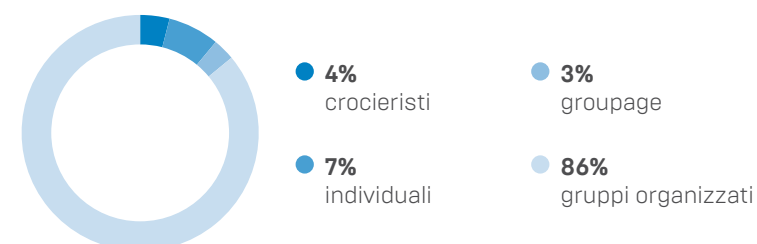
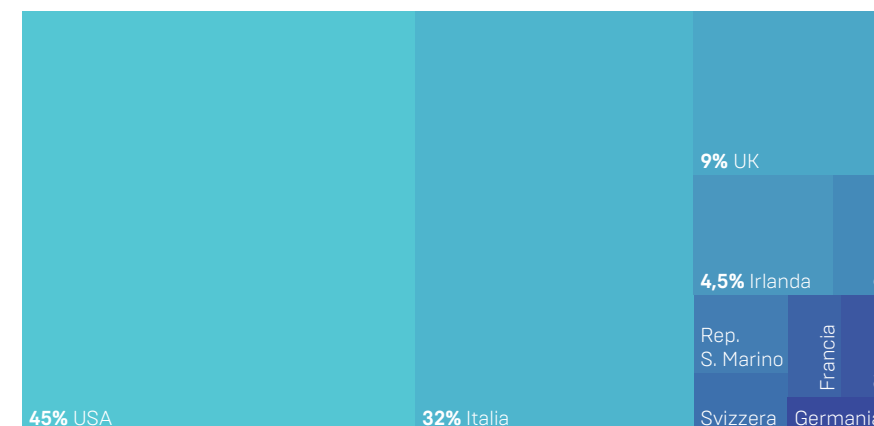
I RISULTATI RAGGIUNTI GRAZIE ALL'INTERMEDIAZIONE

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







LA CULTURA DELL'ACCOGLIENZA, L'ACCOGLIENZA DELLA CULTURA

#Crearecomunità è uno degli hashtag che hanno connotato questo anno colmo di eventi e attività, perché valorizzare il patrimonio culturale è un concetto assai esteso. Il 2018 è stato l'anno di Palazzo Merulana, uno straordinario esempio di co-gestione di un luogo che è diventato più di un museo: uno spazio dove si fruisce e si produce cultura, vissuto da un intero rione della Capitale e punto di riferimento per tutta la città. Ma è stato l'anno in cui abbiamo consolidato la nostra presenza in Umbria, l'anno in cui abbiamo sperimentato rinnovati sistemi di fruizione per i residenti al Mann di Napoli, l'anno in cui abbiamo unito musei con altre forme di cultura e spettacolo. Ho ancora davanti agli occhi la meravigliosa performance musicale che abbiamo portato con Brunori Sas e l'Orchestra Multietnica di Arezzo al mercato Ballarò di Palermo e poi al Salinas. Il 2018 è anche l'anno in cui abbiamo svelato la Valle dei Templi alle prime luci del mattino e realizzato Culture Hub, la call per una produzione culturale partecipata.

E molte di queste attività le abbiamo misurate in due rapporti di sostenibilità ad hoc: uno per la Valle dei Templi di Agrigento e l'altro per il primo anno di attività di Palazzo Merulana, due indagini che abbiamo realizzato in forma partecipata con i committenti e le altre realtà che contribuiscono ad animare i luoghi. Qui, invece, vi lascio ad un focus su un progetto di interculturalità ad Agrigento per farvi raccontare in dettaglio un lavoro di gestione corale, a tratti complesso, che, grazie alla determinazione e passione che ci contraddistinguono, sta dando ottimi frutti. Buona lettura.

Letizia Casuccio

Direttore Generale **Area Centro Sud**

Premessa

Il progetto di audience engagement La cultura dell'accoglienza. L'accoglienza della cultura è un progetto promosso da CoopCulture per il Polo culturale di Agrigento che è già alla sua seconda edizione.

Si tratta di un progetto con un approccio multidisciplinare che ha avuto come oggetto la partecipazione alla valorizzazione del patrimonio culturale. Le azioni di audience engagement previste avevano come obiettivo quello di creare un legame cognitivo ed emotivo con un particolare tipo di non pubblico, minori e minori migranti non accompagnati, e di promuovere Agrigento quale luogo di accoglienza ed integrazione attraverso i suoi beni culturali di maggiore interesse e attrattività: il Museo Archeologico Pietro Griffo e il Parco Archeologico e Paesaggistico della Valle dei Templi.

Il progetto

Il progetto è nato con una prima edizione nel 2018 ed è proseguito, ampliandosi, nel 2019.

Nell'edizione 2018 giovani stranieri, migranti minori non accompagnati ospiti di uno SPRAR e giovani italiani tra i 15 e i 18 anni del Liceo Scientifico Leonardo di Agrigento si sono incontrati per una serie di visite-incontro al Museo Archeologico Pietro Griffo ed alla Valle dei Templi. L'obiettivo era quello di far emergere, attraverso gli oggetti del museo, le **radici comuni** dei Paesi del Mediterraneo.

Nell'edizione 2019 il progetto si è ampliato. I destinatari principali sono stati anche in questo caso i giovani del Liceo scientifico Leonardo e i minori stranieri migranti non accompagnati e minori italiani ospiti di uno SPRAR e di un CAS, coinvolti in quattro tipologie di attività aventi come ambiti la **musica**, l'**educazione al patrimonio**, l'**arte** e la **letteratura**.

Obiettivi

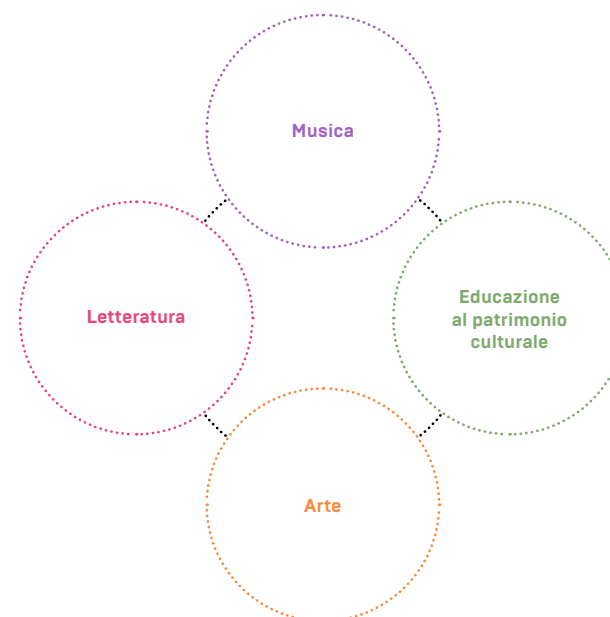
Il progetto attraverso azioni puntuali si proponeva di stimolare nei ragazzi un senso di **appartenenza** al patrimonio culturale e **partecipazione** alla sua tutela e valorizzazione attraverso lo scambio di esperienze e conoscenze tra giovani agrigentini e minori migranti non accompagnati e la partecipazione ad attività

culturali che utilizzano linguaggi diversi, come la musica, la danza, l'arte visiva e la letteratura.

Oltre all'offerta di un percorso esperienziale e di conoscenza, il progetto intendeva promuovere la riflessione sulle potenzialità che arte, patrimonio e creatività possono avere in termini di inserimento nella società, nella vita quotidiana e nel mondo del lavoro.

Si trattava quindi di obiettivi che per i ragazzi del Liceo "Leonardo" erano chiaramente attinenti alla sfera del sapere, saper fare e del sapere essere in ambito socio-culturale, allo scopo di farli diventare ambasciatori di **intercultura** nella loro città e di farli avvicinare al patrimonio anche come ambito in cui potenzialmente trovare opportunità lavorative; per i minori non accompagnati, gli obiettivi erano più in generale attinenti alla sfera del sociale, e hanno riguardato un percorso di conoscenza di alcuni aspetti della città, di interazione e scambio con loro coetanei italiani e di espressione artistica, soprattutto grazie al modulo musicale.

1. PERCORSI REALIZZATI



Metodologia

MODULO MUSICA

I partecipanti hanno presentato un musical preparato sotto la guida di esperti della Casa del Musical di Agrigento e coordinato da CoopCulture.

Il musical ha preso le mosse dallo spettacolo “Camicette bianche”¹ e ha sviluppato una storia parallela sull’immigrazione nel nostro paese con ritmi, suoni e danze dai paesi di provenienza dei ragazzi. Il tema principale è stato la condivisione dell’emigrazione, quella italiana di qualche anno fa verso Americhe e Australia e quella di oggi da altri paesi verso l’Italia e l’Europa.

Lo spettacolo ha visto la partecipazione di cittadini e famiglie ed è stato presentato al Palazzo dei Congressi di Agrigento in anteprima il 7 marzo 2018 per le scuole di ogni ordine e grado e per gli studenti; a seguire, una seconda replica è stata messa in scena per la città, le famiglie e le istituzioni locali e regionali.

L’incasso del progetto è stato devoluto in beneficenza a famiglie in situazione di disagio economico.

MODULO EDUCAZIONE AL PATRIMONIO CULTURALE:

Facendo perno sul tema della migrazione intesa come fenomeno fisiologico che accomuna oggi più che mai i popoli del Mediterraneo, i ragazzi italiani e stranieri sono stati guidati dal gruppo di operatori CoopCulture verso la comprensione profonda delle dinamiche socioculturali che hanno determinato in passato questi fenomeni.

Questi argomenti hanno fornito spunti propedeutici all’elaborazione di un vero e proprio percorso dell’accoglienza focalizzato sulla flora e la fauna che accomunano il mondo culturale greco-romano al continente africano, elaborato attraverso lo studio e l’analisi di ceramiche dell’epoca classica esposte al Museo Archeologico.

I ragazzi si sono avvicinati anche a pratiche professionali come quelle legate all’accoglienza, all’orientamento dei visitatori, alla realizzazione di itinerari di visita basati sullo storytelling; alla valutazione di percorsi museali alternativi; al rilevamento indici di

¹ “Camicette Bianche” de La Casa del musical è un viaggio dalla Sicilia all’America nei primi anni del ‘900, uno spettacolo che affronta il tema sempre attuale e drammatico dell’emigrazione e che ci ricorda che ad emigrare, e in molti, siamo stati anche noi.

gradimento della visita e di soddisfazione dei visitatori.

MODULO ARTE

Questo modulo è in corso di realizzazione grazie al partenariato con Farm Cultural Park, il famoso centro culturale indipendente siciliano che ha promosso una biennale di arte africana che si svolgerà tra Favara e Agrigento nell’estate del 2019.

MODULO LETTERATURA

L’attività è in corso di realizzazione ed è collegata alla manifestazione “La via degli scrittori” che si terrà nel Parco letterario di Agrigento ed avrà per tema il rapporto tra legalità e cultura.

I DATI

Le due edizioni del progetto, così come si evince dalla due tabelle sottostanti, hanno visto un incremento dei partecipanti, legato anche alla diversa e più ampia articolazione delle attività e dei soggetti coinvolti.

Tabella 1. Dati relativi al progetto “La cultura dell’accoglienza, l’accoglienza della cultura”, anno 2018

Totale persone coinvolte (anche operatori, insegnanti ...)	265	
Totale ragazzi coinvolti	248	
Ragazzi Liceo Leonardo	200	
Ragazzi Stranieri (Sprar E Cas)	48	
Insegnanti	5	
Assistenti SPRAR	4	
Istituzioni	4	Comune di Agrigento, Parco Archeologico, Vigili Urbani, Carabinieri
Operatori Didattici	4	
Ore di Attività	28	16 di formazione (8 nelle scuole 8 negli SPRAR, 2 per sezione)

Fonte: CoopCulture

PERSONE COINVOLTE 265

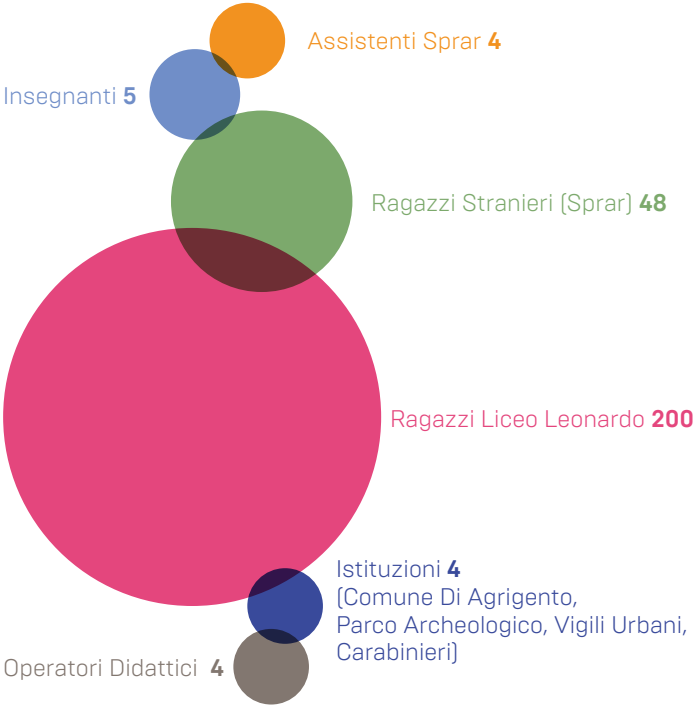


Tabella 2. Dati relativi al progetto “La cultura dell’accoglienza, l’accoglienza della cultura”, anno 2019

Totale persone coinvolte (anche operatori, insegnanti ...)	285	
Totale ragazzi coinvolti	260	
Ragazzi Liceo Leonardo	200	
Ragazzi Stranieri (Sprar E Cas)	60	
Insegnanti	5	
Assistenti Sprar E Cas	3	
Insegnanti Scuola Casa Del Musical	4	
Formatori Esterni	4	Eccom, Scuola Di Scrittura Giornalistica, Unipa
Formatori Coopculture	3	
Istituzioni	4	Comune Di Agrigento, Parco Archeologico, Vigili Urbani, Carabinieri
Operatori Didattici	2	
Spettatori	2000	



IL SISTEMA BENI CULTURALI EBRAICI A VENEZIA: UNA COMUNITÀ DI PRATICA

Il 2018 ci ha visti impegnati su una serie di fronti complessi che hanno affiancato l'ordinario lavoro di gestione.

In primis il grosso impegno nella progettazione e nella partecipazione ad una serie di gare (tra cui le concessioni di servizi museali bandite da Consip) che ha investito in maniera importante, lungo tutto l'arco dell'anno, un nutrito gruppo di soci. E' stata un'attività, in costante aumento, che ha richiesto un notevole sforzo formativo e di aggiornamento anche in relazione a nuove esigenze di mercato, a nuove norme e procedure.

È stato anche l'anno della completa integrazione, a seguito della fusione di fine 2017, dei soci provenienti dalla cooperativa Copat: un attento lavoro di riorganizzazione e riassetto di una compagine rapidamente impiegata in forma organica con la struttura preesistente. L'innesto ha permesso un rafforzamento del posizionamento a Nord Ovest di CoopCulture, i cui frutti saranno ampiamente misurabili nella rendicontazione del 2019.

La gestione ordinaria, frutto di una rinvigorita organizzazione, ha ben mantenuto alti standard qualitativi e significativi consolidamenti, tuttora in atto.

Uno degli esempi più significativi in tal senso è l'andamento del "sistema dei beni culturali ebraici" che da quasi 30 anni rappresenta una best practice di valorizzazione complessa: partecipazione dei pubblici, offerta educativa e di fruizione di alto livello, attività ed eventi continui e sempre nuovi. E' la capacità di coniugare un'opera di alfabetizzazione sulla cultura ebraica con veri e propri eventi dedicati all'approfondimento e alla riflessione che si estendono da un approccio storico a concetti molto più ampi di vivere civile, di educazione e di cultura in senso più generale.

Penso al lavoro fatto con passione e dedizione dai colleghi a Venezia che in tutti questi anni hanno contribuito a rendere il museo un luogo vivo e pulsante, in grado di animare tutto il ghetto e la zona circostante.

Il lavoro a Venezia ha dato il la ad altre esperienze che hanno acquisito ormai una loro rilevanza: mi riferisco al Museo della Padova Ebraica, alla gestione ben avviata delle sinagoghe di Firenze e Siena, alle attività svolte presso il Meis di Ferrara, ai neonati servizi a Pisa, all'esperienza di itinerari e visite in Piemonte. Abbiamo negli anni creato un percorso puntiforme che si completa - un po' per volta - con offerte sempre più composite e variegate.

CoopCulture può vantare, ed è il vanto di tutti noi, una expertise in materia che ha un riflesso anche sul nostro posizionamento internazionale tramite l'adesione all'AEPJ Association Européenne du Patrimoine Juif e il continuo scambio con le principali istituzioni europee di riferimento per eventi formativi, mostre, percorsi educativi per le nuove generazioni.

Adriano Rizzi

Direttore Generale **Area Centro Nord**

Premessa

Da diversi decenni ormai, le città e le regioni hanno visto nelle risorse culturali delle opportunità per intraprendere azioni di valorizzazione integrata che mettono al centro il patrimonio diffuso e le comunità di riferimento.

Un esempio importante in tal senso è quello del Museo Ebraico di Venezia inteso come sistema di beni culturali ebraici veneziani che ha visto in quasi trent'anni un lavoro condiviso sullo sviluppo della collettività attraverso un miglioramento del capitale sociale, interventi di rigenerazione urbana, processi di inclusione e di co-progettazione multiculturale e azioni di sistema. Impegno intrapreso per rispondere alle sfide che il settore culturale e la società in generale si trovano ad affrontare e per migliorare gli approcci e le strategie, per favorire dinamiche di coesione e dialogo interculturale, massimizzare il valore sociale, culturale ed economico del patrimonio culturale per una sostenibilità di lungo periodo.

Il sistema di fruizione e valorizzazione dei beni culturali ebraici veneziani è stato costruito insieme negli anni dalla Comunità Ebraica di Venezia, che di tali beni è proprietaria, e da CoopCulture a cui la gestione e la promozione di tali beni ha affidato. L'impegno condiviso ha permesso di lavorare su una progettazione urbana e uno sviluppo della comunità territoriale; di avere un ruolo culturale ed educativo riconoscibile; di rafforzare le collaborazioni e le relazioni con il tessuto sociale, culturale ed economico dell'intero territorio; di mettere a sistema le competenze professionali acquisite e di essere da modello per altre esperienze.

Un sistema di gestione sostenibile alla base di una visione integrata

L'avvio della collaborazione necessitò di un anno di progettazione condivisa intorno ad obiettivi comuni e di negoziazione per concordare un regolamento atto a conferire ad ambo le parti garanzie di riuscita dell'impresa, ma soprattutto per affrontare, vincendola, la sfida più grande: quella culturale. Il servizio fin dagli esordi è stato impostato con un obiettivo ambizioso e di grande apertura: far conoscere ai visitatori la cultura ebraica e nello specifico la storia degli ebrei veneziani, attraverso le architetture, l'esposizione dei preziosi oggetti che nei secoli sono confluiti nella collezione del Museo, grazie ad una continua e costante mediazione culturale, una comunicazione attenta all'incontro o

al riconoscimento di comuni identità anche tra pubblici diversi.

Il modello di gestione del sistema abbraccia tutte le sfere della sostenibilità organizzativa, economica, culturale e sociale. Tra gli aspetti più rilevanti della sfera organizzativa la co-direzione del Museo da parte di Marcella Ansaldi, esponente della Comunità ebraica veneziana, e Michela Zanon di CoopCulture, che contribuisce ad avere una visione congiunta che tiene conto dei diversi approcci culturali, dei tempi, dei significati. Uno stretto lavoro sinergico che favorisce forme di co-progettazione e che costantemente cresce nel tempo.

Per capire quanto il lavoro prodotto dal Museo per raggiungere i propri obiettivi trovi reale corrispondenza tra i soggetti attivamente coinvolti nelle attività, seppur a diverso titolo, sono stati intervistati alcuni dei rappresentanti di associazioni e categorie con cui il Museo ha costruito relazioni di lungo periodo. Sono così state approfondite ed esplorate diverse dimensioni di indagine che hanno a che fare con la percezione del ruolo del Museo Ebraico stesso: il significato per il quartiere e per la città; il valore aggiunto delle collaborazioni e delle relazioni strutturate nel tempo e le azioni di sistema messe in campo, tutti elementi indispensabili per generare un impatto sul territorio.

Tutti i sistemi sono caratterizzati da un punto di leva, quello creato al MEV si caratterizza per un basilare e costante dialogo e infatti l'aspetto che viene evidenziato da tutti gli stakeholder intervistati è che la **profondità della relazione**, il tempo dedicato al confronto, lo scambio e la co-progettazione rappresentano i punti di forza del modello di approccio.

Le attività che caratterizzano il Museo spaziano dalla semplice visita a visite tematiche, itinerari, laboratori; i servizi educativi hanno messo a punto un ampio programma di percorsi formativi scolastici e dedicato ad approfondimenti specifici in occasione di mostre o ricorrenze che si rinnova continuamente.

Tra i maggiori punti di forza che vengono riconosciuti al Museo è quello di consentire un approccio al mondo ebraico attraverso un percorso duttile e dinamico, con diversi livelli di approfondimento.

Un primo assaggio è possibile partecipando alle visite o alle attività educative proposte, ma chi vuole addentrarsi maggiormente, in un percorso di conoscenza e continua scoperta, può farlo grazie ad eventi e occasioni formativi, mostre, lezioni, presentazioni di libri. Da qui nasce la necessità del visitatore di tornare più volte per poter vivere il museo e il patrimonio diffuso sul territorio veneziano,

costituito oltre che dallo spazio espositivo anche dalle sinagoghe incastonate nel ghetto e l'antico cimitero ebraico del Lido.

La co-progettazione dell'offerta dei servizi e delle attività negli anni ha subito un notevole sviluppo e incremento. Ad un global service di servizi al pubblico, tra museo, sinagoghe e l'antico cimitero, infatti, si sono negli anni sviluppati i servizi educativi, la creazione e gestione di una libreria specializzata in Judaica, l'organizzazione di mostre e incontri con autori e la promozione di iniziative culturali. La scelta di proporre una fruizione diffusa e diversificata dei luoghi legati alla cultura ebraica è stata certamente agevolata da un orario di apertura ampio e regolare, da una pianificazione stabile degli eventi e da un'organizzazione strutturata ma allo stesso tempo flessibile. In ultimo l'utilizzo di SnAPP, un sistema di vendita di biglietti d'ingresso e di servizi di proprietà CoopCulture, facilita e amplia le possibilità della biglietteria on site e on line.

Da quasi 30 anni Il Museo si occupa di progettazione, preparazione ed erogazione di attività e percorsi educativi. Progetti speciali, laboratori, visite didattiche e percorsi attivi dedicati all'ebraismo nelle sue diverse declinazioni. Attività pensate per coinvolgere, tramite le vicende della comunità ebraica veneziana nei secoli, bambini e ragazzi di tutte le età su grandi temi quali: storia, storia della Shoah, cultura ebraica focalizzando l'attenzione su religione, arte, fiabe e leggende. Ogni anno, oltre alle visite didattiche di carattere generale, CoopCulture mette a disposizione degli insegnanti una ventina di titoli tra visite attive e laboratori nonché progettazioni speciali che vedono il coinvolgimento di intere classi nella produzione di spettacoli teatrali.

L'obiettivo primario del museo è raccontare la cultura ebraica e la sua vitalità (Il logo del museo, Chai, significa, vita), perciò il Museo Ebraico di Venezia – occupandosi anche di didattica sulla Shoah – ha rafforzato la formazione del proprio personale investendo in corsi di alta pregnanza in Italia, con prestigiose Università, e all'estero, intessendo relazioni con I Figli della Shoah, Mémorial de la Shoah di Parigi o lo Yad Vashem di Gerusalemme e in passato anche con lo USC Shoah Foundation - The Institute for Visual History and Education fondata da Steven Spielberg, tanto per citare alcuni prestigiosi partner di CoopCulture, per lo sviluppo di un team di educatori adeguatamente formati per condurre attività su questo tema sensibile, ma fondante per lo sviluppo di una coscienza civica delle nuove generazioni.

L'obiettivo è progettare e realizzare, con consapevolezza e responsabilità, percorsi educativi che, basandosi su uno studio storico scientifico, possano restituire agli studenti e ai visitatori immagini e contenuti legati alla vita, al quotidiano, ai dilemmi etici delle persone prima e durante la Shoah, per riumanizzare le vittime e di restituire loro, almeno in parte, una dignità.

Un sistema dinamico e in continua trasformazione

Per CoopCulture la strategia migliore per la valorizzazione culturale è sapere interpretare le capacità di ognuno, esaltare le competenze e metterle a sistema; lavorare insieme agli operatori, essere aperti alle collaborazioni e alle proposte. Si pensi, ad esempio, alle rubriche attivate sui canali social del museo, curate dagli operatori che mettono a valore non solo la propria professionalità, ma anche le proprie passioni: la cucina, il cinema, la lingua ebraica.

Sono state sviluppate relazioni con diversi tipi di soggetti: amministrazioni, università, centri di ricerca, altri musei a livello locale e internazionale, operatori turistici, ristoranti, gallerie, reti e network internazionali. Le molte e diversificate collaborazioni, costruite nel tempo, permettono al Museo di utilizzare diversi linguaggi per un ampio coinvolgimento dei pubblici.

Le attività realizzate, frutto di più collaborazioni, spaziano da mostre, incontri con scrittori, conferenze, dibattiti, concerti, rassegne musicali, laboratori innovativi, esperienze culturali itineranti, anche legate alla cucina kasher.

Moltissime le attività, ne ricordiamo solo qualcuna particolarmente significativa: la mostra del 2017 Migration and Memory di Deborah Howard, in collaborazione con l'Università di Denver Colorado, mostra d'arte per scandagliare temi insieme antichi e contemporanei: l'arte, il tempo, la memoria, la migrazione. Le performance di danza e musica contemporanea dedicate al Porrajmos, il genocidio del popolo sinti e rom perpetrato dai nazisti. La serie d'incontri al museo del 2016 legati alla straordinaria produzione teatrale in Campo di Ghetto del Mercante di Venezia, la presentazione del libro sui profumi nella mistica ebraica; la festa di Purim dedicata a tutti i bambini che in museo venivano travestiti e truccati da giovani artisti dell'Accademia di Belle Arti di Venezia che li trasformavano nei personaggi della storia biblica. I percorsi L'Chaim itinerario culturale enogastronomico per far conoscere storia e tradizione ebraica veneziana parlando di

regole alimentari e ricette legate alle varie festività terminando a tavola con un brindisi e un assaggio di specialità kasher. Per quest'ultima attività strategicamente imprescindibile la vicinanza non solo fisica tra il Museo e il ristorante kasher Ghimel Garden.

Tra i punti di forza del Museo, come emerge dalle interviste* agli stakeholder, c'è la capacità di approfondimento, la possibilità di ampliare i pubblici anche in chiave internazionale. Questo grazie ad un legame storico, ad un rapporto e un dialogo continuo, dove lo scambio e il confronto rappresentano delle caratteristiche imprescindibili del lavoro di programmazione culturale.

I pubblici che partecipano alla vita del Museo sono principalmente: turisti culturali, turisti religiosi e studenti, di varia provenienza.

Le presenze del 2018 presso il Museo Ebraico di Venezia e le sue sinagoghe, raggiungono le 79.391 unità, di cui studenti circa 16.000 [Nel numero complessivo degli studenti sono conteggiati gli oltre 1.500 che entrano gratuitamente ogni anno] rappresentando quasi il 20% del pubblico. Le iniziative di sensibilizzazione, consapevolezza, coinvolgimento nelle attività didattiche, laboratori e visite attive, secondo la percezione dei docenti, hanno un impatto di lungo periodo riscontrabile soprattutto nei ragazzi delle scuole superiori. Chi ha partecipato ad un progetto quando era alle elementari o alle medie ne registra gli effetti trasformativi nel tempo. Le attività percepite come più accessibili sono le visite guidate alle sinagoghe e le attività dedicate agli aspetti legati alla vita quotidiana. Più impegnativa la comprensione delle testimonianze della vita liturgica per le quali è ancor più necessaria una narrazione, una mediazione che è garantita costantemente dal personale.

Una comunità di apprendimento

Sicuramente la sinergia tra CoopCulture e la Comunità ha reso il Museo Ebraico di Venezia un luogo di cultura in continuo fermento, capace di generare legame costante con il territorio e con le

* Il 17 luglio 2019 a Venezia sono state realizzate delle interviste focalizzate a Cristiana Del Monaco (vice presidente CoopCulture), Michela Zanon (responsabile della gestione del Museo Ebraico di Venezia e coordinatrice dei siti ebraici in affidamento a CoopCulture); Silvie Menashé (proprietaria ristorante Kosher- Ghimel Garden); Shaul Bassi (professore di Letteratura inglese all'università Ca' Foscari di Venezia); Marina Scarpa Campos (vicepresidente dell'associazione Figli della Shoah) – Itinerari; Matteo Corradini (scrittore e ebraista, Gestione delle relazioni- Università di Piacenza), Daniele Spero (docente).

comunità di riferimento facilitando il coinvolgimento delle realtà cittadine circa interessi e tematiche condivise.

Per il Museo il rapporto e il dialogo costante con tutti i pubblici e le comunità è la base essenziale del lavoro sul territorio, dialogo che si amplia a livello istituzionale grazie alla Comunità ebraica di Venezia.

Sicuramente tra gli aspetti che incidono vi è il processo permanente di formazione che la Comunità Ebraica di Venezia ha sempre offerto agli operatori: corsi di educazione all'ebraismo, cultura, storia, festività e riti garantendo le condizioni per verificare e rafforzare le competenze, l'aggiornamento del personale e mettendo a disposizione un curatore che potesse collaborare in maniera costante e sistematica alle attività di produzione culturale del Museo.

Altro aspetto da sottolineare la formazione continua su cui CoopCulture ha da sempre puntato, per mettere a punto una strategia di audience engagement e di audience development, che migliora costantemente la relazione con i pubblici, amplia e differenzia l'offerta anche attraverso l'uso di metodologie innovative e di nuove tecnologie.

La qualità dell'offerta è percepita dagli stakeholder intervistati ed è largamente riconosciuta al capitale umano, composto da operatori di alto profilo, profondi conoscitori della cultura ebraica, (tutti hanno sostenuto un esame con l'autorità rabbinica), che nel tempo hanno creato un team di progetto con competenze eterogenee e in continuo divenire. Attualmente sono quasi 20 le persone impiegate, di cui 15 i soci lavoratori CoopCulture che si occupano del museo, dell'allestimento mostre, della gestione libraria, della comunicazione, delle attività educative, dell'organizzazione e della logistica.

Da parte propria CoopCulture fornisce formazione ai propri operatori con corsi sui meccanismi dell'apprendimento, schemi mentali e comprensione o percezione dell'ambiente e metacognitività e l'acquisizione delle competenze in collaborazione con docenti di psicologia dell'Università di Padova e si amplia anche all'accessibilità universale, recente la partecipazione al corso di didattica accessibile fornito dal Museo tattile Statale Omero di Ancona.

Come già ricordato per la formazione specifica sulla Shoah, una convenzione con il Mémorial de la Shoah di Parigi permette di raf-

forzare costantemente le competenze, da molti anni ogni estate un membro dello staff didattico CoopCulture partecipa ad un corso di alta formazione di una settimana a Parigi; quest'anno per la prima volta, un membro dello staff didattico è stato invitato a Gerusalemme per un corso intensivo di 10 giorni dedicato ad educatori specializzati allo Yad Vashem.

Non mancano altri momenti di formazione, come gli incontri di aggiornamento e le giornate studio con l'associazione Figli della Shoah, con l'Università Cattolica di Milano, con l'Università Ca' Foscari di Venezia.

L'adesione a questi percorsi crea una rete tra soggetti e gruppi di lavoro che lavorano sul tema: una comunità di riferimento che si riconosce.

Uno degli aspetti che caratterizza la **comunità di apprendimento** è quello di condividere l'acquisizione di nuove conoscenze in modo collettivo: la collaborazione con altre sedi gestite da CoopCulture consente di mettere a sistema esperienze, competenze e contribuire ad una formazione continua e peer to peer.

Il **modello** delineato da **Venezia** è stato valorizzato anche in altri luoghi d'Italia come a Firenze, Siena, Ferrara e Padova, e vede collaborazioni con alcuni luoghi piemontesi. Nel complesso il totale dei visitatori in questi siti, in cui opera CoopCulture, ha raggiunto oltre 150.000 unità.

Nel tempo CoopCulture ha ottenuto, sul modello veneziano, la concessione del Museo e Sinagoga di Firenze e della Sinagoga di Siena e del Museo della Padova Ebraica; mentre al Museo Nazionale dell'Ebraismo Italiano e della Shoah (MEIS) di Ferrara da alcuni anni CoopCulture, vincitrice di gara d'appalto, fornisce servizi di bigliettazione, guardiania, presidio, e visite guidate, dedicando momenti di formazione e co-progettazione delle attività educative. Il personale veneziano affianca i colleghi, nell'ottica della valorizzazione delle competenze, per formare i nuovi gruppi di lavoro sui diversi territori lavorando quando possibile per la realizzazione di mostre e altre attività congiunte.

Inoltre, la competenza maturata negli anni dal sistema è riconosciuta anche da altri musei che sono interessati alla formazione e con i quali si stanno avviando ulteriori come ad esempio con la Comunità Ebraica di Pisa per la valorizzazione del proprio cimitero e sinagoga.

Come ricorda l'Unesco (2015, programma Learning city) è fondamentale coltivare una cultura dell'apprendimento lungo tutto

l'arco della vita, rivitalizzare l'apprendimento nelle comunità, facilitare l'apprendimento nei luoghi di lavoro, migliorare la qualità e favorire l'eccellenza nell'apprendimento: tutti principi che guidano il lavoro di CoopCulture, in particolar modo a Venezia.

Pensarsi come una parte del tutto: azioni di sistema

Il museo è un punto di riferimento, di aggregazione per studiosi, artisti, giornalisti, scrittori con cui si strutturano collaborazioni e momenti di co-progettazione per lo sviluppo di attività che spaziano dai workshop alle presentazioni e agli incontri.

Il valore aggiunto della collaborazione è rappresentato dal riconoscimento della professionalità delle persone, aver trovato degli obiettivi comuni e condivisi, tarare le attività a seconda delle esigenze, adattare le presentazioni per tipologia di pubblici. Ad esempio per il pubblico degli insegnanti da almeno un decennio viene fatta una presentazione annuale delle attività dedicate alle scuole con un momento di studio. Come sottolinea uno dei soggetti intervistati "le visite di approfondimento sulla realtà ebraica vengono riconosciute come un arricchimento continuo con la possibilità di ritornare, di ampliare le conoscenze".

Di particolare rilevanza la recente collaborazione con il Master in dialogo interreligioso dell'Istituto di Studi Ecumenici "San Bernardino" di Venezia, con cui si è realizzata una giornata di formazione per gli studenti, che hanno sperimentato la novità di entrare in contatto con la cultura ebraica, in forma espressamente dedicata, avendo la possibilità di riflettere sulla diversità religiosa.

Notevoli le collaborazioni con le università che prevedono un coinvolgimento attivo degli studenti, come nel caso dei due progetti, Experi con l'Università Ca' Foscari di Venezia che ha visto gli studenti cimentarsi nel far conoscere il Museo inventando nuove strategie di promozione, e l'IUSVE (Università privata del Vaticano, indirizzo di Grafica), in cui i partecipanti hanno avuto modo di sperimentarsi in proposte sulla comunicazione (sviluppo del sito, logo, totem, app).

Molti i percorsi di Alternanza Scuola Lavoro (ASL), alcuni articolati come quello proposto con Legacoop, i più vedono studenti singoli o in coppia cimentarsi con un'esperienza all'interno del Museo. La regola dell'esaltare le competenze trova la sua alta espressione al museo: alcuni studenti lavorano su instagram, altri organiz-

zano interviste agli studenti, altri ancora inventano iniziative per coinvolgere i coetanei.

Sono numerose anche le collaborazioni con altre tipologie di soggetti. Per esempio con il vicino Teatro di Villa Groggia che ha ospitato importanti momenti di teatro destinato ai bambini della scuola primaria, come la magica rassegna teatrale di Train Theatre di Gerusalemme o la rappresentazione di Cappuccetto Uf di Jean-Claude Grumberg, una sceneggiatura teatrale in cui, attraverso la mediazione della storia di Cappuccetto Rosso, viene inscenata una parodia delle persecuzioni razziali. Su questo testo, con l'assenso dello scrittore e della casa editrice, il Museo ebraico ha creato un'attività che prevede uno stretto lavoro di collaborazione tra la scuola aderente e il Museo in un vero e proprio percorso di formazione per gli insegnanti e la realizzazione teatrale da parte dei bambini. Interessante anche la collaborazione con La Gagiandra, una piccola cooperativa sociale veneziana dedicata all'inserimento nel mondo del lavoro di persone svantaggiate, che s'impegna nel riciclo di tessuti e che si è cimentata, con successo, nella realizzazione delle Kippoth, i copricapi ebraici.

CoopCulture collabora con alcune reti a livello europeo come AEJM (Associazione Europea Musei Ebraici) e fa parte del board di AEPJ (Associazione Europea per il Patrimonio Ebraico) che ha visto riconosciuto lo specifico itinerario europeo. Il Museo partecipa ai tavoli europei dedicati alla cura del patrimonio culturale ebraico. Collabora con diverse realtà per l'organizzazione della Giornata Europea della Cultura Ebraica e lavora per creare sinergie con altri musei, comunità e istituzioni ebraiche. Siede al tavolo del coordinamento cittadino del Comune di Venezia per il Giorno della Memoria e che coinvolge una ventina di soggetti che annualmente si confrontano sulle attività e sull'organizzazione.

La comunicazione, un processo integrato

La comunicazione è un aspetto fondamentale del sistema che si caratterizza per una diversificazione dei canali di dialogo: newsletter, web, social network.

Negli anni il MEV ha costruito una comunità di pubblici con una fascia di età tra i 30-60 anni, ma il gruppo più attivo su internet è principalmente sopra i 50 anni e segue i canali Facebook e Instagram.

I pubblici dei social, che sono diversi da quelli che frequentano

fisicamente il Museo, nel tempo si sono appassionati alle diverse rubriche dedicate alla lettura, al cinema, alla cucina, alle lingue, realizzate – come già spiegato – dalle guide del museo. Un modo per coinvolgere tutti nelle attività di narrazione e far conoscere al pubblico virtuale pillole di conoscenza della cultura ebraica. L'ultima rubrica lanciata dal Museo vuole maggiormente coinvolgere il pubblico: una rivista sui viaggi in ambiente culturale ebraico dove tutti sono reporter per l'occasione. E' stata anche approntata un'app (**mAPPot**) in collaborazione con l'università IUAV di Venezia, in grado di geolocalizzare su mappe storiche i luoghi veneziani legati alla cultura ebraica.

Rigenerazione urbana

Il lavoro sul territorio si è caratterizzato anche per gli interventi strutturali, sui quali CoopCulture ha investito: nel 1996 è stata recuperata un'officina fabbrile di proprietà della Comunità, da destinare alla realizzazione di una caffetteria kasher e della libreria del museo specializzata in Judaica e conosciuta a livello nazionale, evoluzione del bookshop.

Nel 2002 è stato restaurato un altro bene della Comunità: una ex falegnameria in Ghetto Vecchio, riconvertita in un'aula polifunzionale dedicata alle attività più varie: dai convegni ai percorsi educativi, ai concerti, in una innovativa interazione tra museo, territorio e istituzioni cittadine, trasformando il Museo e tutto il ghetto in un luogo di dialogo fra culture e forme d'arte.

Nel 2004, poi, grazie alla Regione Veneto, gli spazi prettamente museali sono stati ampliati e arricchiti da una nuova sezione dedicata alla storia degli ebrei veneziani a completamento del percorso di visita preesistente, e nel corso degli anni CoopCulture ha affiancato la Comunità per diversi riallestimenti.

Nuvole di significati

L'analisi semantica delinea alcuni aspetti utili a far emergere la percezione dei partecipanti alle interviste attraverso una **nuvola di parole** che favorisce l'associazione di significati che vengono attribuiti al Sistema del Museo Ebraico di Venezia.

Ognuno degli intervistati ha scelto tre parole chiave per raccontare il rapporto con il Museo.

Nella nuvola di parole emergono tre aspetti principali. Il primo gruppo riguarda la stretta **relazione con i luoghi**: la storia, la memoria, la stratificazione, la conoscenza, la sacralità, un senso profondo del sacro del luogo, la ricerca e lo stimolo continuo allo studio. Infatti una delle principali caratteristiche del museo è quella di proporre letture, interpretazioni, di offrire la possibilità di un apprendimento continuo di una cultura così vicina e al contempo poco conosciuta e a cui viene dedicato un racconto plurale della vita.

Un secondo gruppo di parole scelte dagli intervistati mette l'accento sulla visione e sulla missione stessa del museo, riconoscendo una profonda raffinatezza, ma allo stesso tempo apertura, scambio culturale, convivialità, condivisione perché permette di sentirsi parte di un percorso. La parola "POP" viene associata all'idea che le attività devono coinvolgere le persone, parlare a tanti, trovare degli strumenti e dei modi comunicativi che possano raggiungere un pubblico vasto: un riconoscimento e un invito. È molto esplicito il riconoscimento al Museo di ricoprire un ruolo importante nell'educazione all'attenzione alle culture, alle differenze.

Ed infine, l'aspetto che emerge in maniera preponderante è l'attribuzione di un valore relazionale, fatto di collaborazione, di affinità, di condivisione di una visione futura, di una profondità dei contenuti e dei rapporti, di amicizia, di affiliazione, appartenenza. Una parola su cui porre l'accento è quella che da molti studiosi è riconosciuta come elemento chiave del capitale sociale e relazionale: la fiducia.

In particolare questi aspetti sottolineano la sostenibilità sociale e culturale del Sistema MEV, che ne garantiscono il continuo rinnovarsi, alimentarsi nel tempo delle relazioni, di poter lavorare su un'idea di comunità allargata che vive, progetta e supporta le attività contribuendo a crearne il valore.

Figura 1. Nuvola di parole



Leggere le relazioni del Sistema MEV con la sua comunità di riferimento attraverso le emozioni e i sentimenti rappresenta un elemento strategico che permette di esplorare e individuare gli elementi chiave della percezione e di riflettere sulla varietà emotiva e affettiva.

Sono emersi sentimenti come la **soddisfazione interna**, l'**orgoglio**, l'impegno costante, la passione, la **coscienza civica** nel lavorare ad un progetto come quello del Museo e anche sentimenti quali **tolleranza** e **ammirazione**.

Altri esprimono emozioni come la curiosità, la sorpresa nello scoprire la bellezza delle sinagoghe, reazioni che si verificano in maniera inattesa.

Gli aspetti legati al clima collaborativo, la compattezza, l'**affinità**, la forza, l'umanità che caratterizzano il sentirsi parte di una collettività rafforzano l'idea che su alcuni temi si debba procedere insieme per contribuire a creare quella che la Convenzione di Faro (2005) chiama le comunità patrimoniali.

Figura 2. Mappa emotiva

Orgoglio	Inclusione	Sorpresa
Umanità	Tolleranza	Collaborazione
Compattezza	Amore	Tolleranza
Impegno	Ricordo	Coscienza civica
Commozione	Condivisione	Forza
Soddisfazione interna	Curiosità	Passione



L'EVOLUZIONE 4.0

CoopCulture sta lavorando operosamente per riorganizzare la propria struttura organizzativa e i processi interni nel solco della **Digital Transformation**. Il quadro normativo e finanziario da cui siamo partiti è il **Piano Nazionale Impresa 4.0**, progetto ampio varato dal Ministero dello Sviluppo Economico nella scorsa legislatura, e costituito da una serie di misure organiche da attivare per investire nella digitalizzazione dei processi produttivi, per la valorizzazione della produttività dei lavoratori, nella formazione di competenze e nello sviluppo di nuovi prodotti e processi.

La filosofia che muove l'innovazione in CoopCulture è chiara e semplice: **mettere al centro le persone**.

La trasformazione è incentrata quindi sia sugli **stakeholder interni** (management, i soci, i dipendenti) sia sugli **stakeholder esterni** intesi come gli utenti diretti dei nostri servizi (visitatori singoli e gruppi, scuole e tour operator) che verso i partner di progetto (enti e istituzioni locali, network culturali, centri di ricerca e università, sistema cooperativo, la filiera sociale, i fornitori, le comunità territoriali, i committenti) intesi come soggetti che possono essere influenzati e influenzare le attività della cooperativa in termini di prodotti, politiche e processi. Più in concreto, ad esempio, nei processi di messa in opera di prodotti tecnologici cerchiamo sempre di avere un duplice destinatario: da un lato gli operatori CoopCulture, cui è destinato un percorso di **empowerment** con un percorso di ampliamento e messa a valore di nuove **skill**; dall'altro il visitatore, protagonista di un **customer journey** che va dalla semplice intenzione di visita, all'accompagnamento durante la fase di acquisto, alla fruizione in loco, fino alla fase di restituzione e racconto dell'esperienza vissuta.

La Digital Transformation dei processi aziendali che CoopCultu-

re ha avviato e sta sviluppando, si fonda su quattro linee fondamentali **Audience Development e Community Engagement, Analytics e Ecosistemi territoriali digitali** e si nutre di singoli progetti di ricerca e di innovazione.

L'Ufficio Ricerca & Sviluppo di CoopCulture sta conducendo già da fine 2017 progetti di prototipazione di prodotti innovativi per offrire strumenti sempre accessibili e user friendly per la fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale. Tra tutti, un prodotto che ha concluso le varie fasi di sviluppo e prototipazione ed è stato messo sul mercato è l'audio-video guida immersiva **Caracalla IVD**. Una nuova esperienza di visita attraverso l'uso di un supporto che integra il tradizionale percorso audio guidato con una "guida visiva": attraverso un visore - in specifici punti del monumento - il visitatore può guardarsi intorno e vedere gli ambienti delle Terme di Caracalla ricostruiti in tutto il loro antico splendore, mentre ne ascolta la descrizione con una visione tridimensionale. La ricostruzione immersiva a 360 gradi, perfettamente sovrapponibile alla visione reale del monumento, produce uno straordinario effetto di potenziamento percettivo e una immediata comprensione dell'aspetto originario degli spazi architettonici, incrementando gli aspetti cognitivi dell'esperienza e aumentando la conoscenza del visitatore. L'empowerment del visitatore è il risultato dell'approccio all'innovazione tecnologica di tipo umanistico in cui viene data importanza alla persona intesa come il fulcro da cui far partire tutti i processi di innovazione. Senza la qualità dell'esperienza di fruizione non si può garantire l'accessibilità cognitiva, che va oltre quella estetica, al patrimonio culturale.

Il visore disponibile al pubblico già da fine dicembre 2017, durante tutto il 2018 è stato utilizzato da più del 20% dei visitatori alle Terme di Caracalla.

Per sfruttare davvero la connessione tra ambienti fisici e digitali, le tecnologie non sono sufficienti, servono anche competenze e capacità. Per questo, anche grazie alla previsione da parte del **Ministero dello Sviluppo Economico** di un credito di imposta per le imprese che investono in **formazione** sui temi Industry 4.0, uno dei pilastri del progetto Evoluzione 4.0 di CoopCulture è la formazione e lo **sviluppo di competenze innovative**. Il 2018 ha visto la progettazione di percorsi formativi destinati al coinvolgimento ed alla crescita dei soci della cooperativa impegnati in ruoli diversi: dalla gestione al coordinamento, dalla didattica al marketing. Il progetto si è poi compiuto nel 2019.



Rapporto 2018 a cura di

Giovanna Barni
Teresa di Bartolomeo
Sara Moscatelli
Sara Sottini

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:
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, Daniele
Rosapinta, Giovanni Gorgoglione,
Amedeo Benestante, Roberta
Paolucci e Leonardo Guarnieri.

CoopCulture ringrazia i proprietari
delle altre immagini utilizzate.

Redatto nel mese di luglio 2019



coopculture.it