



# LA CULTURA COME INVESTIMENTO

IMPARARE DAL PASSATO  
PER PROGRAMMARE IL  
FUTURO

CO|CUL  
OP|TU  
RE

# Lo studio di fattibilità per il MISE

## LE LEVE

OFFERTA

TERRITORIO

INNOVAZIONE

DA DOVE SIAMO PARTITI

Patrimonio culturale italiano COMPOSITO

Patrimonio culturale italiano DIFFUSO e FRAMMENTATO

BASSI LIVELLI DI ACCESSIBILITÀ

GLI OBIETTIVI

**METTERE A SISTEMA**  
L'OFFERTA

**AMPLIARE LA RETE** di commercializzazione di prodotti e servizi

PROGETTARE  
**UN'OFFERTA**  
**STRUTTURATA** complessa

GLI IMPATTI

**Valorizzazione** del territorio e del patrimonio culturale

**Sviluppo di nuova impresa**

**Creazione di nuova occupazione**

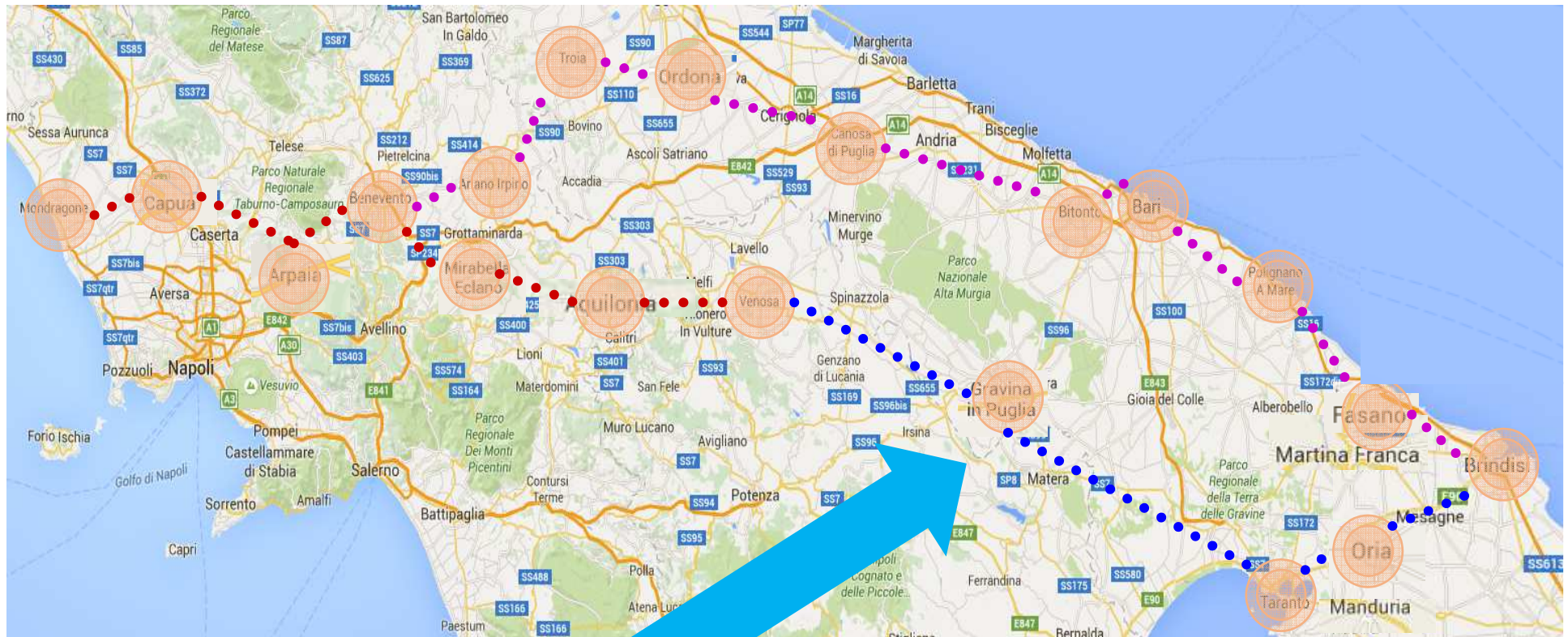
## Due obiettivi



❑ definire un modello per la costruzione di filiere in grado di contribuire allo **sviluppo dei territori**

❑ contribuire alla **crescita dell'audience** non solo in termini quantitativi, ma qualitativi offrendo agli utenti la possibilità di disegnare la propria esperienza

# Il territorio di sperimentazione: l'Appia meridionale



# Le evidenze dello studio: gap critici

## **ANALISI DELLA DOMANDA**

GAP IN TERMINI DI MANCATA  
SODDISFAZIONE DEI BISOGNI  
DEL VISITATORE

**CREAZIONE OFFERTA  
INTEGRATA** => AUMENTO  
PROPENSIONE AL CONSUMO

**CoopCulture  
in Basilicata**

## **ANALISI DELL'OFFERTA**

GAP IN TERMINI DI  
DOTAZIONE DI SERVIZI,  
SERVIZI A VALORE AGGIUNTO

**AZIONI DI CAPACITY  
BUILDING** =>  
TRASFERIMENTO PROCESSI E  
COMPETENZE

# I fattori di successo

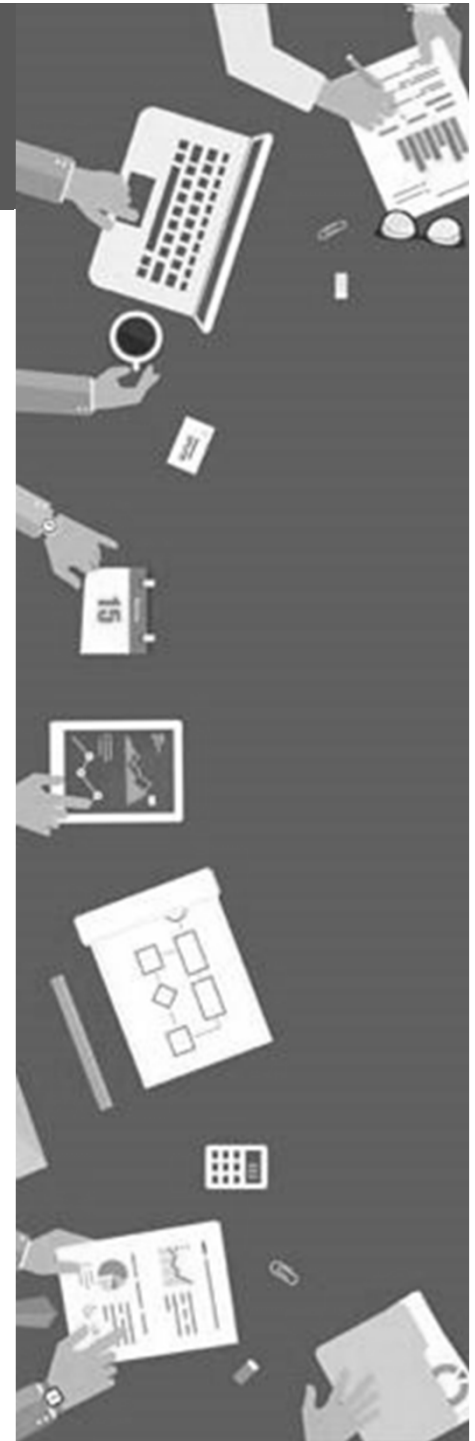
#sistemaatregambe

#pubblicoprivato

#coprogettazione

#coinvestimento

#miseenvaleur



# Gli strumenti



**A**

## ITINERARI STRUTTURATI

Che includano non solo i **LUOGHI** della **CULTURA**, ma anche le **ATTIVITA'** culturali e turistiche

**B**

## PIATTAFORMA WEB COOPERATIVA

Vetrina virtuale **condivisa delle offerte territoriali integrate**, con possibilità di promozione dei **PRODOTTI** e **SERVIZI** della filiera

**C**

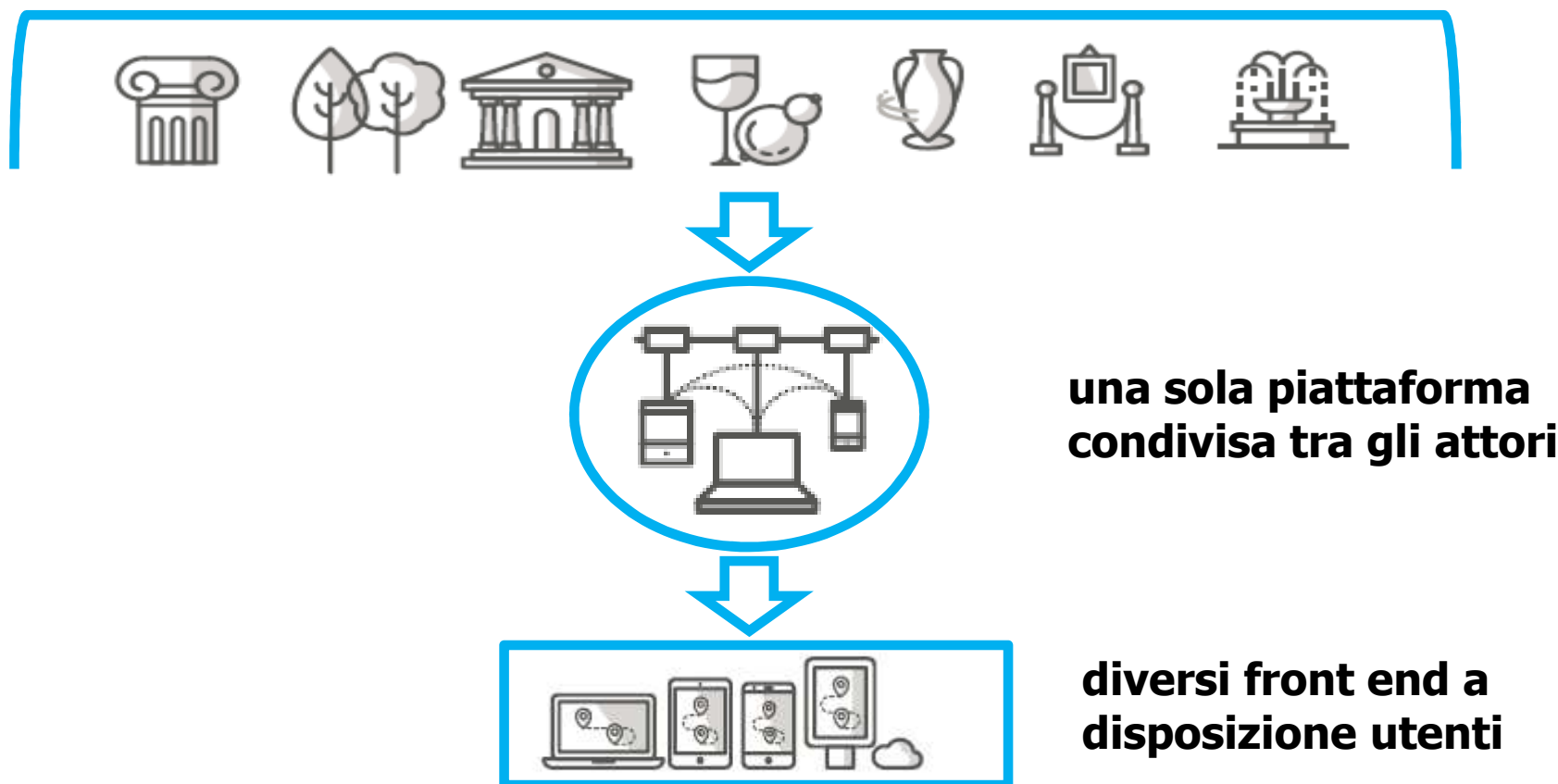
## PRESIDI FISICI

Centri visita e punti di accoglienza, informazione e **vendita dei PRODOTTI** e dei **SERVIZI** della filiera.  
Incubatori di servizi e prodotti nuovi.



# L'esperienza di ArtPlanner

Il back end consente di co-progettare l'offerta attraverso l'integrazione di contenuti culturali digitalizzati e servizi, organizzandoli in itinerari





L'**INNOVAZIONE** è un processo strumentale non un obiettivo da raggiungere e non ha necessariamente a che fare con la tecnologia.

L'innovazione in cultura deve riguardare:



**PROCESSI**, organizzazione e tecnologie dedicate

**PRODOTTI**, integrazione ed esperienzialità

**RELAZIONI**, governance partecipate e miste pubblico/privato (rappresentanze, imprese, associazioni, cittadini)

# Il risultato “rivoluzionario” dello studio

Lo studio ha dimostrato in sostanza con i numeri qualcosa di estremamente intuitivo: **insieme si è più forti e si fa meglio.**

Questo è quanto stiamo oggi cercando di fare in Basilicata, fare insieme e fare meglio.



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

