

marketing
musei
piattaforma
RETE cooperative
territori
patrimonio servizi

Progetto start up rete piattaforma cooperativa

Marzo 2013

CO | **CUL**
OP | **TURE**

società cooperativa culture
www.coopculture.it

**LO SCENARIO:
DA DOVE SIAMO
PARTITI**

Problematiche ed opportunità imprenditoriali nel settore

Esiste un problema serio di sostenibilità gestionale di musei e siti archeologici statali.

Cause

- riduzione bilancio MiBAC (negli ultimi 4 anni, - 20% risorse) e generale crisi della finanza degli EE LL
- assenza di programmazione strategica e di concertazione tra i diversi soggetti competenti sui beni e sul contesto territoriale
- inadeguatezza dell'attuale modello di partenariato pubblico – privato che non permette al privato di determinare le variabili di successo della gestione e, fallimento delle formule di autonomia gestionale sperimentate (ad es. le Fondazioni hanno accentuando la distanza tra beni maggiori e patrimonio diffuso).

Effetti

- difficoltà a tenere aperti musei e teatri o riduzione degli orari di apertura
- Gare sempre più al massimo ribasso o concessioni d'uso insostenibili
- abbassamento dei livelli qualitativi dei servizi
- aumento del gap tra patrimonio diffuso e siti maggiori, accentuato dal concentrarsi di fondazioni su grandi poli/eventi.

La situazione attuale della cooperazione nel settore

Mercato:

- ✓ CoopCulture ha un fatturato di ca. 39 milioni di euro/anno
- ✓ una decina di cooperative con fatturato tra i 2 e i 20 milioni di euro/anno
- ✓ un centinaio di cooperative con fatturato annuo inferiore a 1 milione di euro

Evidenze:

- ✓ frammentarietà e incapacità di crescita
- ✓ assetto fortemente territoriale

Criticità:

- ✓ Incapacità di attivare economie di scala e di rete
- ✓ Incapacità di costruire circuiti di distribuzione e commercializzazione in grado di aumentare i volumi
- ✓ Incapacità di generare efficientamento nei processi di gestione

Una nuova strada da percorrere

Nel contesto visto si è focalizzata l'attenzione sulle opportunità derivanti dal c.d. **patrimonio diffuso** (95% dei beni culturali italiani). Su questo la cooperazione può giocare un ruolo importante, per diverse ragioni:

1. la crisi del settore pubblico e l'impossibilità da parte degli enti locali di gestire i beni culturali del proprio territorio

2. la concentrazione degli operatori maggiori verso i beni culturali "attrattivi"

3. i recenti provvedimenti in materia di project financing (di opere e di servizi), e il più agevole processo per il privato per proporre autonomamente, progetti di valorizzazione e gestione di servizi culturali e candidarsi alla gestione

4. i numerosi finanziamenti regionali per lo start up di impresa, anche specifici per il settore culturale e la creatività

5. l'opportunità rappresentata da Expo 2015, come vetrina per un'offerta integrata e sostenibile dei territori

Cosa fare

A fronte dell'urgenza di cambiamento delle modalità di relazione tra pubblico e privato, deve nascere **un nuovo spazio di relazione e realizzazione di attività di impresa economica e socialmente sostenibile diffusa sul territorio nazionale.**

L'impresa cooperativa ha nel proprio DNA alcune caratteristiche utili ad "abitare" questo nuovo spazio.

CoopCulture va ad assumere **un ruolo di sistema di rete:** un ponte/incubatore per la nascita e lo sviluppo di cooperative culturali nei territori del patrimonio minore e diffuso, cui "prestare" il proprio bagaglio di competenze e relazioni, facendone patrimonio comune.

IL PROGETTO IN CAMPO

La piattaforma di rete cooperativa

E' un **progetto strategico integrato finalizzato allo sviluppo e al consolidamento dell'imprenditorialità cooperativa per la gestione di beni e attività culturali** i cui benefici riguarderanno diversi attori della filiera:

1.le imprese cooperative che nasceranno e/o cresceranno, in quanto oggetto dei percorsi di incubazione e di dotazione di strumenti di rete;

2.CoopCulture, che a fronte dei percorsi di assistenza a favore delle cooperative culturali "incubate" avrà ritorni economici, anche per mezzo di una parziale assunzione di rischio aziendale;

3.il sistema associativo nel complesso, in quanto interessato allo sviluppo e al consolidamento delle imprese di settore, anche attraverso le proprie strutture finanziarie (**COOPFOND e CFI**).

Gli asset progettuali

Il progetto mira ad implementare un modello di business innovativo ed efficace, fondato su:

1.una piattaforma di governance e commercializzazione dell'offerta territoriale ad ampio raggio, che supera la tradizionale frammentazione del modello di intervento privato e riunisce in un'offerta integrata i diversi ambiti culturali (arte, natura, spettacolo dal vivo, produzioni tipiche...)

2.un modello di business multi-livello (con un livello centrale *di sistema*, un livello sub-regionale *di servizio interno*, un livello locale di servizio al pubblico), **territoriale** (perché strettamente in linea con le peculiarità degli ambiti di intervento), **capillare** (perché tendente a valorizzare il capitale umano prossimo ai luoghi della cultura), **collaborativo** (perché persegue il massimo livello di integrazione e cooperazione tra gli attori coinvolti).

3.un modello di affiliazione che standardizzi ed elevi complessivamente il livello di qualità e le potenzialità di sviluppo nelle fasi di progettazione, erogazione e commercializzazione.

I territori della sperimentazione

In via preliminare, si sta sperimentando il modello di intervento in due macro-aree diverse:

1. una vasta area dell'Italia centrale (dalla Toscana all'alto Lazio), densamente popolata di cooperative attive, seppure talvolta di piccole dimensioni, e pertanto destinataria potenzialmente di interventi di consolidamento e crescita;

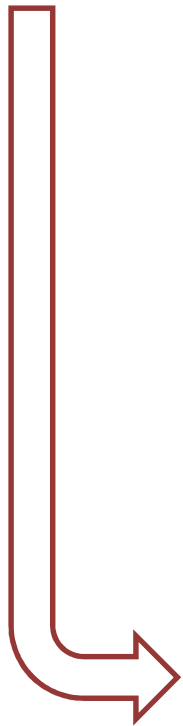
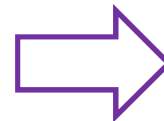
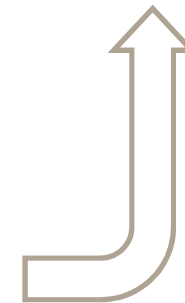
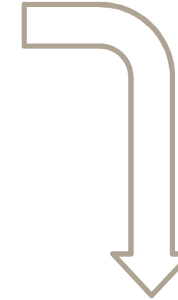
2. alcune aree del sud Italia (a partire dalla Puglia), non densamente popolata da imprese cooperative, destinataria potenzialmente di interventi di avvio. La sperimentazione relativa alla Puglia è attualmente in atto.

Tre livelli di intervento

”BASE”: **condivisione della sola piattaforma di promozione-commercializzazione alle cooperative già esistenti** che ne fanno richiesta ed intendono porre sul mercato servizi culturali (potrebbe avvenire anche fuori dalle aree campione);

“COMPLETO”: **condivisione dell'intero pacchetto di strumenti di rete da parte delle imprese locali con rapporto diretto tra CoopCulture e le singole imprese locali** (nel caso in cui si operi in territori specifici ma senza arrivare alla soglia necessaria – per numero di coop e per quantità di traffico nelle piattaforme -che rende necessario un centro servizi locali);

“EVOLUTO”: **costituzione di un Centro Servizi Territoriali**, intermedio tra l'impresa proponente e le imprese locali. L'ipotesi (relativa ad una fase di “maturità territoriale”) oltre a prevedere i servizi di cui all'ipotesi B, prevede una gamma ulteriore di servizi – erogati dal centro servizi territoriali – on demand (su tariffe o fee).



Soluzione
"base"

1. Uso del marchio
2. Piattaforma di promo-commercializzazione: sistema di e-commerce e distribuzione
3. Sistemi di qualità e piani di servizio
4. Formazione di base

Soluzione
"completa"

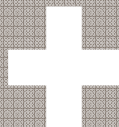
1. Piattaforma *datawarehouse* e *business intelligence* (integrale i singoli moduli)
2. Contact Center
3. Procurement e centrale acquisti

Evoluto: Centro Servizi territoriale*

1. Marketing operativo territoriale
2. Contact center territoriale
3. Assistenza e manutenzione

* Il centro si attiva nel caso si raggiunga un numero elevato di aderenti/territorio

Servizi
"on demand"



1. Sistemi integrati di gestione certificati
2. Campagne di promozione
3. Formazione ad hoc
4. Installazione informatica
5. Allestimenti e sicurezza
6. Progettazione gare
7. Progettazione finanziata
8. Fornitura personale qualificato

**LA PIATTAFORMA
COOPCULTURE
PER IL TURISMO**

La piattaforma *trip planner*

Trip planner è la piattaforma online che funziona come uno **strumento di intelligence territoriale**: offre al turista la possibilità di organizzare il proprio viaggio in un territorio visitando musei, parchi, attrazioni, aree archeologiche, luoghi di interesse paesaggistico, assistere a mostre, eventi musicali o teatrali, **mettendo assieme anche i servizi legati all'ospitalità**.

Trip planner:

1. **lega il territorio al suo patrimonio culturale**, nell'ottica di una caratterizzazione univoca;
2. **anima il territorio mettendo in rete le forze** che vi agiscono in un'ottica di marketing e promozione reticolare;
3. **crea sinergie** fra le varie tipologie di offerta, e far sì che gli attori che compongono l'offerta di filiera possano interagire con e attraverso la piattaforma;
4. **propone il territorio a livello internazionale**, sia come meta turistica con attenzione ai mercati in crescita, sia come sede di opportunità per investimenti e collaborazioni a medio/lungo termine.

Per il turista...

1. **diverse possibilità di accesso** => pc, smartphone, biglietterie on site, ticket machine
2. **diverse possibilità di fruizione** => il semplice ingresso, la visita guidata, l'audioguida, la videoguida, la visita teatralizzata, ecc...
3. **possibilità di personalizzazione** => impostando parametri (tema e stile della vista, interessi, presenza di bambini, ecc.) *trip planner* personalizza l'esperienza adatta anche al turista più esigente.
4. **possibilità di costruire un pacchetto completo** => selezionando ristoranti, hotel, o altre offerte commerciali presenti sul territorio.
5. **possibilità di scegliere il supporto per l'accesso** => download sul proprio smartphone da usare come biglietto elettronico; ritiro di una card o braccialetto rfeed al primo sito visitato.
6. **possibilità di scaricare un'app-guida** => mappe, indicazioni, audio guide, visite in realtà aumentata, ecc.

Per gli operatori...

1. **flessibilità nella costruzione delle proposte**, pacchetti di prodotti e servizi anche in sinergia con altri partner
2. **possibilità di presentazione opzioni aggiuntive** di acquisto in funzione delle scelte ed del profilo dell'utente
3. **massima dinamicità del portafoglio degli acquisti**
4. **implementazione della rete di partner commerciali**
5. **ampliamento della della rete di distribuzione**
6. **tecnologia "open"**: qualunque soggetto remoto autorizzato può scaricare l'applicazione su normali postazioni pc e utilizzare la tecnologia già in suo possesso.
7. **aggiornamenti che si auto-installano in tempo reale**
8. **monitoraggio costante** di vendite, flussi, preferenze, in tempo reale.

LO STRUMENTO DI AFFILIAZIONE

Un nuovo strumento giuridico: il contratto di rete

La rete di imprese è un contratto, che consente alle imprese di mettere in comune delle attività e delle risorse, allo scopo di migliorare il funzionamento di quelle attività, il tutto nell'ottica di rafforzare la competitività dell'attività imprenditoriale.

Dal punto di vista pratico, la Rete potrebbe occuparsi di realizzazione di prodotti (beni e servizi), ricerca, marketing e commercializzazione ma nell'ambito di un "catalogo unico", con un unico marchio e tramite una stessa piattaforma web.

UNA SIMULAZIONE

I contenuti

L'inserimento dei contenuti, aspetto fondamentale per il successo del progetto, può essere effettuato direttamente dalle varie realtà locali e/o da un centro dedicato.



Eventi



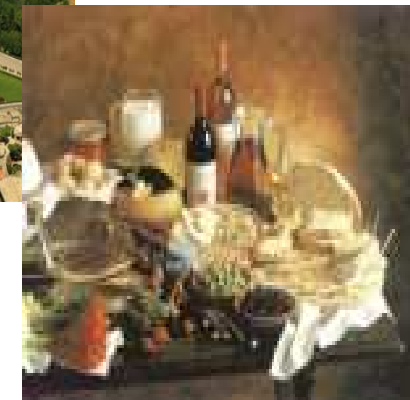
Hotels



Siti Culturali



Agriturismo



Produttori locali

L'utenza

La piattaforma si rivolge sia al turista che al visitatore locale.

Attraverso logiche che si configurano sulla base del profilo dell'utente, la piattaforma è in grado di proporre percorsi e servizi mirati.



Visite Organizzate



Gruppi



Turismo non pianificato

L'accesso



DAL PROPRIO PC



DAL PROPRIO SMARTPHONE

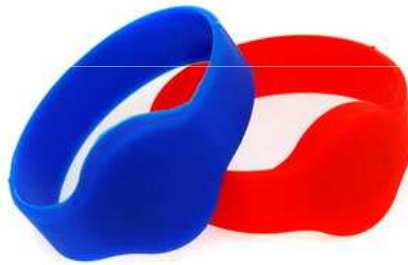


TRAMITE AGENZIA



ALLE BIGLIETTERIE AUTOMATICHE

sceglie quale **SUPPORTO UNICO** ricevere per effettuare i vari accessi ed usufruire di tutto quanto acquistato: dalla card, al Rfid, al QR code sullo smartphone...



Seguici sui social:



Info:

marketing@coopculture.it

**CO|CUL
OP|TU
RE**

società cooperativa culture
www.coopculture.it