FONDAZIONE

Unipolis

CULTURA
RICERCA
SICUREZZA
SOLIDARIETÀ

BILANCIO DI MISSIONE 2013

CULTURA
RICERCA
SICUREZZA
SOLIDARIETÀ

Indice

PRIMA PARTE

Lettera del Presidente → 05

L'identità → 09

Cosa facciamo → 13

Come lo facciamo
L'organizzazione
e la gestione → 17

Il Bilancio economico → 21

SECONDA PARTE

La Cultura → 27

La Ricerca → 37

La Sicurezza
e la Legalità → 43

La Solidarietà → 55

BANDO CULTURABILITY

Culturability
I risultati raggiunti
e la fiducia nel futuro → 60

Cultura innovazione
e sostenibilità → 63

I destinatari
e i settori del Bando → 65

Un percorso all'insegna
del fare insieme → 67

Piccole cooperative
crescono → 79

Le foto che illustrano il Bilancio di Missione
sono relative agli incontri con i giovani
durante il percorso del Bando "culturability"

Lettera del Presidente

Un anno fa, in occasione della pubblicazione del Bilancio di Missione della Fondazione relativo al 2012, eravamo nel pieno dell'attività di promozione del bando per le start up culturali e creative, "culturability – fare insieme in cooperativa". Avevamo chiara la percezione che l'iniziativa avrebbe avuto un buon riscontro, ma non conoscevamo ancora i risultati. Ne parlavamo, infatti, come di una scommessa. Importante e necessaria per chi, come noi del Gruppo Unipol, vuole promuovere una non effimera ed aleatoria "fiducia nel futuro", soprattutto come dovere nei confronti delle nuove generazioni.

Ora possiamo bene dire che quella scommessa l'abbiamo vinta. Grazie all'impegno e alla determinazione delle tante persone che hanno lavorato a quell'iniziativa, nella Fondazione e tra i nostri importanti e qualificati partner, che hanno messo a disposizione preziose competenze e tempo. Ma, soprattutto, grazie alle migliaia di ragazze e ragazzi che ci hanno inviato le loro idee, a quelli – e sono stati davvero tanti – che con intelligenza e dedizione si sono cimentati a trasformarle in veri e propri progetti imprenditoriali.

Un buon numero di questi giovani hanno dato vita a quindici nuove imprese cooperative, sono impegnati nella società e nel mercato a creare le condizioni per costruire il loro futuro. La Fondazione ha garantito loro il contributo necessario a partire e, insieme ai nostri partner, stiamo dando una mano per rendere più agevole questo non facile percorso.

Con questa iniziativa Unipolis ha sviluppato, ancora di più di quanto non abbia fatto in passato, il proprio impegno a favore dei giovani e, insieme, a sostegno della cultura come fondamentale e straordinario fattore di crescita civile e sociale, ma anche economico. Crediamo quindi di poter affermare che abbiamo assolto ad uno dei compiti principali della Missione che la Fondazione si è data.

Peraltro, questo Bilancio documenta in modo dettagliato anche le modalità rigorose e pienamente trasparenti, con le quali il bando "culturability" è stato proposto e gestito in tutte le sue fasi. Si tratta di una sottolineatura non scontata e neppure banale. Fare le cose, farle bene e con efficienza è importante e necessario. Ma è assolutamente indispensabile farle con correttezza, rigore e trasparenza. Solo così si è davvero socialmente responsabili e sostenibili, si è utili a diffondere comportamenti etici e si contribuisce a costruire una società più giusta.

Naturalmente, come si può leggere nel Bilancio, se "culturability" ha avuto un ruolo centrale, la Fondazione Unipolis nel corso del 2013 ha continuato a sviluppare una molteplicità progetti e di attività nei diversi ambiti: dalla ricerca, alla sicurezza e legalità, alla solidarietà. Lo abbiamo fatto e vogliamo continuare a farlo, con un approccio che privilegia il nostro impegno diretto e la collaborazione con i nostri partner nella definizione di progetti e iniziative che abbiano come chiara finalità quella di dare un contributo concreto a migliorare la vita delle persone e il benessere della comunità. In un'epoca nella quale, nonostante tutto ciò che è accaduto e che la crisi nella sua gravità dovrebbe avere insegnato, sembra prevalere l'immagine, la rappresentazione rispetto alla concretezza della realtà, noi intendiamo rimanere fedeli a una impostazione che, con sobrietà e senso del limite, mira a produrre risultati tangibili e utili.

Pierluigi Stefanini

Prima parte

L'identità

Unipolis è la Fondazione d'impresa del Gruppo Unipol, del quale costituisce uno degli strumenti più rilevanti per la realizzazione di iniziative di responsabilità sociale e civile, nel quadro della più complessiva strategia di sostenibilità.
La Fondazione persegue, senza scopo di lucro, finalità di ricerca scientifica e culturale, di promozione della sicurezza e dell'inclusione sociale, attraverso progetti e interventi diretti e in partnership con altri soggetti attivi nella comunità, e contribuendo con l'erogazione di risorse economiche ad azioni di solidarietà.

La Missione

In quanto espressione del Gruppo Unipol, la Fondazione Unipolis ne ha assunto pienamente l'impianto valoriale – Carta dei Valori e Codice Etico – e sviluppa la propria azione sulla base di una Missione coerente con quella dell'impresa della quale è emanazione:
"Facendo propria una strategia di sostenibilità di lungo periodo, la Fondazione Unipolis persegue obiettivi di crescita culturale, sociale e civile delle persone e della comunità. Opera su quattro ambiti fondamentali di intervento – cultura, ricerca, sicurezza, solidarietà – privilegiando l'attenzione e l'impegno nei confronti dello sviluppo della conoscenza e della formazione, in particolare delle nuove generazioni".

La nostra storia

La Fondazione Unipolis ha assunto l'attuale denominazione nel corso del 2007, a seguito di un percorso di riposizionamento strategico della precedente Fondazione Cesar, costituita alla fine del 1989 come Centro Europeo di ricerche dell'economia sociale e dell'assicurazione, per iniziativa dell'allora Unipol Assicurazioni. I mutamenti degli scenari economici e sociali, sia a livello mondiale che nazionale, il riassetto societario e organizzativo della Compagnia e la conseguente nascita di Unipol Gruppo Finanziario, hanno reso indispensabile un processo di innovazione e cambiamento del ruolo e degli obiettivi della originaria Fondazione, che hanno portato all'attuale Unipolis.

Il governo e la gestione della Fondazione

Sulla base di quanto previsto dalla Statuto, il governo della Fondazione è garantito da un Consiglio di Amministrazione – con mandato triennale – espresso dal Socio fondatore, cioè il Unipol Gruppo Finanziario. Il Consiglio nomina il Presidente e il Consigliere Delegato, nonché una Presidenza e un Direttore. L'attuale Consiglio di Amministrazione è in carica dal 2011, quando è stato parzialmente rinnovato anche il Collegio dei Revisori dei conti. Il Consiglio di Amministrazione, riunitosi il 14 luglio 2011 ha poi nominato Presidente, Consigliere Delegato e Direttore. La struttura di governo della Fondazione risulta perciò composta come di seguito indicato.

Il Consiglio di Amministrazione

Presidente onorario	Enea Mazzoli
Presidente	Pierluigi Stefanini
Consigliere Delegato e Direttore	Walter Dondi
Consiglieri	Nino Baseotto* Giorgio Bertinelli Lorenzo Bifone Stefano Genovese Alberto Giombetti Walter Meazza Giancarlo Pasquini Giorgio Riccioni Michele Sabatino Giuseppe Santella Lamberto Santini
Collegio dei Revisori dei conti **Presidente**	Barbara Idranti Giuseppe Ceol Roberto Landuzzi
Comitato di Presidenza	Pierluigi Stefanini Walter Dondi Marisa Parmigiani

*Cooptato nel 2013 a seguito delle dimissioni del Consigliere Guglielmo Epifani

La gestione operativa della Fondazione Unipolis viene realizzata attraverso il lavoro delle persone che fanno parte dello staff, sotto la guida e la responsabilità del Direttore.
Attualmente lo staff è così composto: Roberta Franceschinelli, Mariangela Lisa, Carlo Mazzoni *(da Unipol Banca)*, Fausto Sacchelli, Paola Sant'Ambrogio.
Nel corso del 2013, hanno collaborato con la Fondazione anche Giacomo Bollini e Federico Rasetti.

La Governance

La Carta dei Valori e il Codice Etico

La Fondazione Unipolis ha fatto proprio l'impianto valoriale del Gruppo Unipol del quale è espressione, adottandone la **Carta dei Valori** e il **Codice Etico**.

Nel corso degli ultimi anni, infatti, il Gruppo Unipol si è impegnato nella elaborazione in forma partecipata, insieme a dipendenti e agenti, dei nuovi strumenti in grado di innovare, alla luce dei cambiamenti intervenuti, i propri valori di riferimento Il Consiglio di Amministrazione di Unipolis, il 18 dicembre 2008, ha adottato Carta dei Valori che è alla base del Codice Etico. In particolare, i Valori alla base dell'identità del Gruppo sono: **Accessibilità, Lungimiranza, Rispetto, Solidarietà, Responsabilità**. Nel Codice Etico sono indicati i principi di comportamento che la Fondazione adotta nei confronti dei propri Stakeholder e promuove nelle relazioni tra gli stessi portatori di interesse.

http://www.fondazioneunipolis.org/carta-dei-valori-e-codice-etico/

Il MOG e il sistema di controllo

Al fine di definire chiaramente ruoli e responsabilità di esecuzione delle strategie e delle sue attività e per attuare una gestione ispirata al massimo rigore ed alla trasparenza, Fondazione Unipolis si è dotata di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** (MOG). Il Modello di Organizzazione e Gestione, istituito ai sensi del Decreto Legislativo n. 231/2001 e seguenti, è un sistema strutturato ed organico di prevenzione, dissuasione e controllo finalizzato a sviluppare nei soggetti che, direttamente o indirettamente, operano nell'ambito di attività sensibili (amministratori, dirigenti, dipendenti e collaboratori), la consapevolezza di poter commettere un reato e, al contempo, esime o delimita la responsabilità amministrativa della Fondazione, rispetto a eventuali reati che fossero commessi nel suo interesse.

Il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del MOG è stato affidato dal Consiglio di Amministrazione della Fondazione ad un Organismo di Vigilanza (OdV), a composizione monocratica. Attualmente l'incarico è affidato ad Andrea Alessandri, Responsabile Internal Auditing del Gruppo Unipol.

Al momento dell'adozione del MOG, la Fondazione Unipolis ha organizzato un seminario di formazione a cui hanno partecipato tutti i dipendenti al fine di illustrare, condividere ed implementare il Modello Organizzativo e Gestionale di cui si è dotata e le modalità procedurali da seguire nello svolgimento delle singole attività.

www.fondazioneunipolis.org/la-fondazione/mog

Tutela della privacy

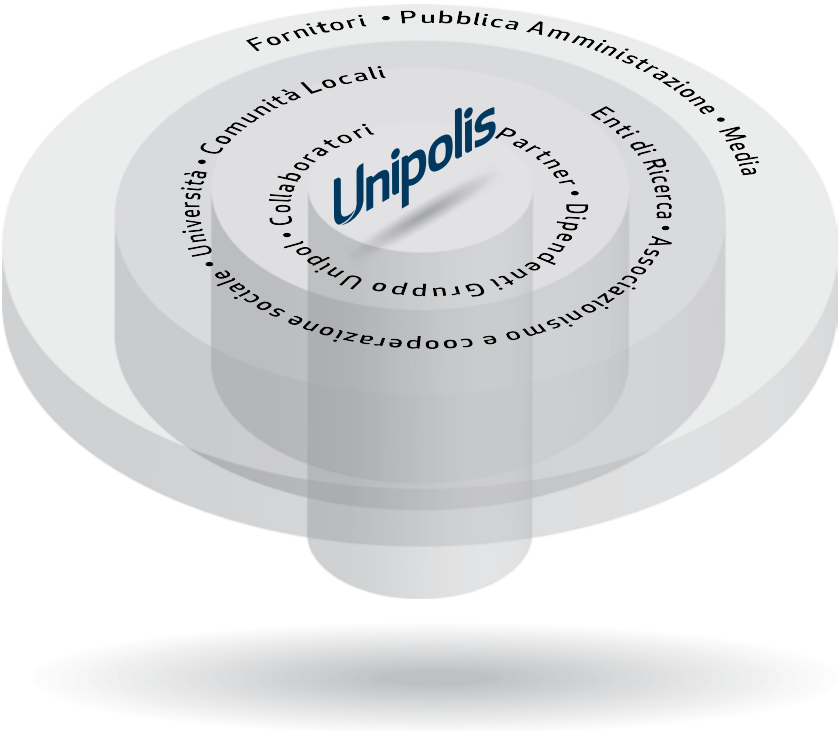
La Fondazione Unipolis ha posto in essere tutte le misure necessarie per assicurare il rispetto degli obblighi previsti dalla normativa in materia di protezione dei dati personali (Decreto Legislativo n. 196/2003),

al fine di garantire la tutela e l'integrità dei dati di dipendenti, collaboratori e, in generale, di tutti coloro con cui entra in contatto.

Unipol Gruppo Finanziario ha redatto, in nome e per conto delle Società del Gruppo, e quindi anche di Fondazione Unipolis, il "Documento Unico sulla Sicurezza delle Informazioni", un unico documento in sostituzione del "Documento Programmatico sulla Sicurezza" (non più richiesto dal D.Lgs 196/2003), che illustra la policy aziendale in tema di misure di sicurezza (informatiche, fisiche ed organizzative), atte a garantire la riservatezza, l'integrità e la disponibilità dei dati.

La Mappa degli Stakeholder

La Fondazione ha elaborato una propria "mappa" degli Stakeholder che tiene conto della specificità del proprio ruolo e della propria missione, rispetto al Gruppo Unipol del quale è espressione. La "mappa", configurata come una serie di cerchi concentrici rispetto a Unipolis, definisce il grado di incidenza, inclusione e correlazione rispetto agli Stakeholder da parte della Fondazione in relazione alle proprie attività.



Cosa facciamo

Sono quattro gli ambiti fondamentali sui quali la Fondazione Unipolis sviluppa la propria attività: CULTURA – RICERCA – SICUREZZA – SOLIDARIETÀ

La Cultura

Sviluppo della conoscenza, promozione e diffusione della cultura, costituiscono oggi fattori essenziali per la crescita sociale e civile delle persone e delle comunità: significa dotare gli individui e le collettività degli strumenti indispensabili per l'esercizio della libertà e dell'autonomia, di una capacità di elaborazione necessari ad assumere e a svolgere un ruolo nella società e nel rapporto con gli altri.

Proprio a partire da questa consapevolezza, la Fondazione ha operato e opera per lo sviluppo e la realizzazione di progetti, sia in proprio che in partnership, per favorire la creazione di nuove opportunità espressive e, soprattutto, per promuovere l'accesso alla cultura, alla conoscenza, all'educazione da parte delle persone più deboli, o comunque in condizioni difficili e che sono perlopiù escluse da queste opportunità.

Nel corso del 2013, il progetto **"culturability – la responsabilità della cultura per una società sostenibile"** ha avuto uno sviluppo particolarmente significativo con la scelta di promuovere un "bando" per la creazione di start up culturali e creative in forma cooperativa da parte di giovani con meno di 35 anni. Si è trattato di una esperienza per tanti aspetti unica nel suo genere, che ha consentito a tanti giovani di cimentarsi nella creazione di una vera e propria impresa con l'obiettivo di realizzare, insieme, l'aspirazione ad un lavoro e a valorizzare le loro competenze e i loro talenti. In considerazione della sua rilevanza – sia per i risultati conseguiti che per l'impegno ideativo, organizzativo ed economico – all'iniziativa viene dedicata una "sezione speciale" del Bilancio di Missione, con un' ampia rendicontazione, sia quantitativa che qualitativa.

Il progetto *culturability* è stato elaborato ed avviato, a partire dal 2009, con il coinvolgimento di esperti e operatori della cultura e del mondo sociale e associativo per la definizione della visione e delle opzioni strategiche, configurando un vero e proprio "manifesto". Dal quale, si è poi passati alla concretizzazione dell'iniziativa, che si articola sostanzialmente in due modalità. La prima utilizza un sito internet dedicato – **www.culturability.org** – ma collegato alla Fondazione, che contiene informazioni, documenti, spazi di confronto e discussione sui temi sociali e culturali. La seconda si caratterizza per l'individuazione sul territorio di progetti e iniziative culturali, ma che presentano una forte valenza sociale. La Fondazione si impegna a sostenere, mettendo a disposizione risorse economiche, ma anche competenze, valorizzando le relazioni di cui dispone. Tutto questo attraverso un

attivo coinvolgimento e partecipazione di organizzazioni e persone operanti nello specifico contesto territoriale, in grado di dare continuità all'iniziativa, nell'ottica di una sostenibilità di lungo periodo.

La Ricerca

Lo studio, l'approfondimento, l'ampliamento degli orizzonti del sapere, sono alla base dell'innovazione e, quindi, dei processi in grado di alimentare il benessere e la qualità della vita, oltre la semplice dimensione economica. Da qui, la scelta della Fondazione Unipolis di contribuire allo sviluppo dell'attività di ricerca, privilegiando gli ambiti collegati, direttamente e indirettamente, alla missione che essa si è data.

Unipolis realizza e promuove ricerche, studi, analisi, in ambito economico, sociale e culturale, capaci di cogliere i grandi processi di trasformazione in atto a tutti i livelli, sia nazionale che globale, compresi i mutamenti dei mercati e della società. I cambiamenti demografici e degli stili di vita, indotti anche dallo sviluppo della nuove tecnologie, richiedono innovativi approcci analitici e propositivi, ad esempio in materia di welfare ed assistenza, ma anche del sistema di istruzione, come della capacità delle imprese di ripensare la loro funzione sociale, alla luce dei processi di globalizzazione.

Rientra in questa impostazione, la decisione di stabilire relazioni con università e mondo accademico, con centri di ricerca impegnati nello studio e nell'analisi della società. Nell'ambito di questa collaborazione, nel 2013 sono stati presentati pubblicamente i risultati di due progetti che avevano per oggetto la sicurezza sul lavoro, con riguardo in particolare ai cittadini immigrati. Tutto ciò all'interno di un più complessivo progetto – il Tavolo tematico sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro – che ha visto Unipolis quale partner della Fondazione Alma Mater dell'Ateneo bolognese – che ha portato alla realizzazione di "MI.MO.SA – Metodo per implementare e organizzare la sicurezza in azienda".

Inoltre, è continuata l'attività dell'**"Osservatorio Europeo sulla Sicurezza in Italia e in Europa"**, che Unipolis ha realizzato insieme a Demos&Pi e Osservatorio di Pavia. Nel 2013, è stato presentato il sesto "Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa", mentre si è lavorato alla settima edizione, pubblicata nel febbraio 2014.

La Sicurezza e la Legalità

La sicurezza è una delle questioni centrali della società moderna. Ed è trasversale a molteplici aspetti della vita delle persone, legata com'è a temi che vanno dai rischi individuali a quelli collettivi, dalla tutela ambientale a quella dell'alimentazione, dalla difesa dell'incolumità personale a quella delle comunità dall'aggressione e dai condizionamenti della criminalità organizzata, dalla protezione sociale alla sicurezza sul lavoro e a quella sulla strada.

La sicurezza, perciò, non può che essere un tema cardine dell'attività della Fondazione Unipolis, intrinseca com'è alla missione e al ruolo sociale di Unipol. La problematica viene declinata e sviluppata, quindi, sotto diversi aspetti e con iniziative che spesso sono – come la cultura – intrecciate a tutti e quattro i fondamentali assi di attività della Fondazione.

In questo contesto, la sicurezza stradale costituisce l'ambito storicamente più frequentato dalla Fondazione, attraverso il progetto **"Sicurstrada"** che, a partire dal 2011, ha intrapreso nuove modalità. In particolare, con la scelta di coniugare sicurezza stradale - soprattutto per gli utenti deboli della strada , pedoni e ciclisti - e mobilità sostenibile, è stato realizzato un sito internet dedicato **www.sicurstrada.it** e sono state sviluppate iniziative sul territorio con Sicurstrada Live, che hanno visto la collaborazione di numerosi partner e professionalità specifiche.

Un capitolo a sé, per particolarità e rilevanza, merita il rapporto che si è storicamente consolidato con **"Libera – Associazioni, numeri e nomi contro le mafie"**, al fine di promuovere una diffusa cultura delle legalità coniugata alla giustizia sociale. Unipolis sostiene Libera, contribuendo alla realizzazione della principali iniziative di carattere sociale e culturale – da "E! State Liberi" nei quali i giovani partecipano a ad attività sui beni confiscati a "Libero Cinema in Libera Terra", sostenendo Cinemovel Foundation – affiancando così la campagna "Un euro per ogni nuova polizza e conto corrente bancario" con la quale Unipol contribuisce alla nascita delle cooperative di giovani sui terreni sottratti alla criminalità organizzata e restituiti ad un uso sociale.

La Solidarietà

Da parte della Fondazione Unipolis, la solidarietà è intesa in una accezione assai più ampia di quella che viene normalmente utilizzata con questo termine: non tanto e non solo quale erogazione di contributi in chiave di beneficienza, ma come impegno attivo nei confronti delle organizzazioni che operano nella società civile a favore delle persone più deboli. Così, molte delle iniziative assunte nell'ambito degli altri filoni di attività della Fondazione – cultura, ricerca, sicurezza – hanno una loro peculiare caratterizzazione in senso sociale e solidale. Infatti, in un'ottica di sussidiarietà e responsabilità sociale, la Fondazione Unipolis destina una parte delle proprie risorse a interventi sociali e di solidarietà, attraverso progetti realizzati in partnership con soggetti istituzionali, del non profit e della cooperazione sociale.

Come lo facciamo
L'organizzazione e la gestione

La struttura e le responsabilità

Annualmente il Consiglio di Amministrazione – sulla base delle linee indicate dal Comitato di Presidenza – discute e approva gli indirizzi fondamentali delle scelte e il programma di attività della Fondazione e il correlato budget. Il Consiglio si riunisce periodicamente – tre volte nel 2013 – per valutare il percorso di realizzazione delle attività, approvare i diversi progetti, verificare l'andamento economico e ratificare le delibere di spesa approvate dal Comitato di Presidenza. Al Comitato di Presidenza annualmente è affidata la definizione delle diverse iniziative durante l'anno, in funzione delle linee fissate dal Consiglio di Amministrazione. Nel 2013 il Comitato di Presidenza ha tenuto sei riunioni. La gestione operativa della Fondazione è affidata al Consigliere Delegato e Direttore, che si avvale dello staff e di altre eventuali collaborazioni.

Le partnership

La Fondazione Unipolis opera prevalentemente attraverso progetti e iniziative in proprio e in partnership con altri soggetti privati, associativi o istituzionali. L'obiettivo, infatti, è quello di utilizzare le risorse disponibili per progetti da realizzare in collaborazione con operatori qualificati nei vari ambiti di attività, al fine di moltiplicare l'impatto nei confronti dei destinatari e in particolare della comunità. I soggetti vengono individuati, selezionati e coinvolti sulla base dei principi che definiscono missione e scopo della Fondazione. In questo quadro, fondamentale è la condivisione di comuni obiettivi volti alla crescita culturale, sociale e civile delle comunità e dei contesti nei quali si sviluppano le attività.

Per alcune iniziative, si utilizza la modalità del "bando", pubblicizzato attraverso il sito della Fondazione e i diversi strumenti di comunicazione. Per altre attività, oltre a valutare le proposte che vengono direttamente presentate alla Fondazione, si procede a un esame delle organizzazioni che operano in ambiti o in territori di interesse. Si effettuano approfonditi confronti con l'obiettivo di individuare le possibili collaborazioni su progetti e iniziative che sono coerenti con gli assi fondamentali di impegno di Unipolis.

Rientrano in questo quadro le principali attività svolte nel corso del 2013 e che verranno puntualmente rendicontate, per i diversi ambiti di intervento, nei capitoli successivi. A solo scopo esemplificativo, si segnalano i principali progetti realizzati e i più significativi partner con cui la Fondazione opera e in particolare ha operato nel corso del 2013.

- **Cultura.** All'interno di "culturability – la responsabilità della cultura per una società sostenibile", nel 2013 – oltre al già citato Bando "Fare insieme in cooperativa" – è stata sviluppata e conclusa la seconda edizione del "Future Music Contest" ed è stato realizzato "Babelit – Racconti senza frontiere" in collaborazione con Bottega Finzioni. Entrambe le iniziative erano rivolte ai giovani talenti in chiave multiculturale. Da ricorda-

re, inoltre, il sostegno dato alla nascita e allo sviluppo del sito internet dedicato al poeta Roberto Roversi, che ospita l'intera sua opera, resa così accessibile universalmente e gratuitamente.

- **Ricerca.** Nell'ambito della convenzione a suo tempo stipulata con l'Università di Bologna e la sua Fondazione Alma Mater, volta a realizzare ricerche ad opera di giovani ricercatori su temi di comune interesse scientifico, nel 2013 sono state presentate pubblicamente due ricerche sulla sicurezza sul lavoro dei cittadini immigrati, realizzate grazie a due assegni di ricerca finanziati da Unipolis e messi a disposizione di due giovani studiosi dell'Ateneo bolognese. Unipolis ha inoltre contribuito al riordino degli archivi Trentin, ad opera dell'Associazione omonima, intitolata agli esponenti della famiglia di antifascisti e prestigiosi dirigenti sindacali e politici. Inoltre, è proseguita la collaborazione con Demos&Pi e Osservatorio di Pavia, che per il settimo anno consecutivo ha permesso la realizzazione del "Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa".

- **Sicurezza e Legalità.** Nel 2013 è proseguito il progetto "Sicurstrada". In stretta connessione con le principali funzioni del Gruppo Unipol, con la collaborazione di Asaps - Associazioni Sostenitori ed Amici della Polizia Stradale, Fondazione Ania per la Sicurezza Stradale e diverse organizzazioni sul territorio, sono state realizzate iniziative Sicurstrada Live in sei città di altrettante regioni sui temi della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile. La partnership con "Libera - Associazioni, nomi e numeri contro le mafie" anche nel 2013 si è sviluppata attraverso molteplici collaborazioni e iniziative volte a promuovere una cultura diffusa della legalità, strettamente correlata all'impegno di Unipol per sostenere le cooperative sui beni confiscati alla criminalità organizzata.

- **Solidarietà.** Le principali iniziative hanno riguardato il sostegno ai soci di cooperative in crisi, attraverso il rapporto con la Fondazione Barberini, e l'impegno per lo sviluppo dei paesi più poveri, in collaborazione con la Fondazione per la Collaborazione tra i Popoli.

La comunicazione

Nel corso dell'anno, la Fondazione ha rafforzato le proprie attività e gli strumenti di comunicazione, con l'obiettivo di accrescere la conoscenza e consolidare la propria immagine, oltre che di assicurare un'ampia diffusione delle iniziative realizzate. In coerenza con la propria missione, la Fondazione ha adottato una strategia di comunicazione ispirata a valori di completa trasparenza e sobrietà, realizzando un'informazione chiara e accessibile alle proprie comunità di riferimento e a tutti i cittadini.

I destinatari principali della comunicazione sono stati i soggetti potenzialmente interessati a partecipare ai progetti e alle attività di Unipolis, i media, le istituzioni e le diverse organizzazioni attive nella società civile, il mondo cooperativo.

Rispetto alla prima categoria di Stakeholder, Unipolis ha cercato di realizzare un'informazione efficace e puntuale, volta a favorire la conoscenza dei bandi e delle modalità di finanziamento, la diffusione degli incontri pubblici organizzati. Particolare attenzione è stata data al coinvolgimento delle nuove generazioni, con la realizzazione di progetti specificamente rivolti loro e l'organizzazione di iniziative in partnership con le università. Una scelta dettata dalla consapevolezza dell'importanza di investire tempo e risorse sulla formazione dei giovani. Da questo punto di vista il Bando "culturability – fare insieme in cooperativa" ha permesso di entrare in contatto con migliaia di giovani e implementare i legami con le organizzazioni associative del mondo cooperativo.

Oltre al sito web istituzionale, per il quale si rimanda al prossimo paragrafo, hanno avuto un ruolo importante come strumenti di comunicazione sia il contatto diretto con la Fondazione, sia le informazioni pubblicate sui media. Il rapporto con gli organi di informazione locali, nazionali e di settore è stato garantito dall'invio di comunicati, dall'organizzazione di iniziative pubbliche e, in alcuni casi, di conferenze stampa, oltre che dal rilascio di interviste. Complessivamente, durante il 2013 l'attività di comunicazione ha portato a circa 15 lanci d'agenzia, 25 servizi su emittenti radiofoniche e un centinaio su quelle televisive, circa 130 segnalazioni sulla stampa nazionale e locale, oltre 600 segnalazioni sul web.

Nel corso del 2013, Unipolis ha promosso e organizzato – in autonomia o in collaborazione con altri soggetti – diversi incontri pubblici. Parallelamente, rappresentanti della Fondazione hanno partecipato a iniziative e convegni promossi dai propri partner o da organizzazioni sul territorio nazionale. Si ricordano le molte iniziative congiunte con il Gruppo Unipol, in particolare sulla sicurezza stradale e la mobilità sostenibile che hanno consentito il rafforzamento dell'immagine pubblica di Unipolis come fondazione d'impresa e il consolidamento del legame di appartenenza all'azienda da parte dei dipendenti.
A tale proposito, è da sottolineare la grande attenzione alla comunicazione interna al Gruppo Unipol, i cui dipendenti e agenti sono stati informati sulle attività della Fondazione tramite le intranet aziendali e la diffusione di materiale presso le varie sedi sociali. Si sono intensificati, inoltre, i rapporti con i Consigli Regionali Unipol, in particolare per iniziative riguardanti il progetto Sicurstrada e Libera.

Anche il Bilancio di Missione della Fondazione è stato uno strumento di comunicazione, relazione e rapporto importante. Copie del bilancio sono state distribuite ai principali Stakeholder e una versione web è stata pubblicata sul sito internet. Si segnala, inoltre, che a partire dall'inizio del 2013 è stato attivata una newsletter on-line. I primi 17 numeri della newsletter sono stati inviati , ogni volta, a circa duemila persone.

Ugualmente importanti per l'attività di comunicazione della Fondazione, sono stati i flussi informativi sviluppati dai propri Stakeholder. Grazie a un contatto continuo e aperto, Unipolis ha potuto seguire l'evoluzione dei progetti sostenuti o ai quali ha contribuito a vario titolo, rendendoli noti anche al pubblico e dando informazioni sul loro stato di avanzamento.

La presenza sul web

Nel corso degli anni, la comunicazione web ha assunto un valore strategico per la Fondazione, che ha rafforzato l'uso degli strumenti on-line, rendendo il sito istituzionale **www.fondazioneunipolis.org** il proprio principale canale di informazione. Una scelta certamente dettata dalla diffusione e dalla capillarità della rete, che consente di raggiungere tempestivamente e a costi contenuti, destinatari diversificati. Ma anche una decisione che manifesta il desiderio della Fondazione di rivolgersi a soggetti sempre più difficilmente raggiungibili con altri strumenti, in particolare le nuove generazioni.

Nel corso del 2013, il sito è stato funzionale a promuovere Unipolis, dare informazioni sui progetti e le iniziative realizzate, divulgare le ricerche condotte autonomamente o in partnership, diffondere le attività dei propri partner. Aggiornamenti e redazione dei contenuti sono stati curati internamente dallo Staff. Durante l'anno, sono state pubblicate sul sito della Fondazione oltre 80 post fra notizie e appuntamenti, le visualizzazioni di pagina sono state 67.898, mentre le visite degli utenti 29.193, di cui 21.159 visitatori unici.

A quello istituzionale, si affiancano i siti dedicati a progetti specifici della Fondazione: "culturability" (**www.culturability.org**), "Future Music Contest" (**www.futuremusicontest.it**) e "Sicurstrada" (**www.sicurstrada.it**). Il primo è stato modificato e ampliato per ospitare le attività legate al bando "culturability" – fare insieme in cooperativa", collocate all'interno di una sezione ad hoc (**startup.culturability.org**).

Tutti gli strumenti web di Unipolis sono, quindi, in continua evoluzione per migliorare e adeguarsi agli sviluppi di internet. I siti sono conformi agli standard del W3C (World Wide Consortium) in materia di scrittura e accessibilità. I contenuti delle diverse piattaforme vengono aggiornati continuamente e veicolati attraverso un sistema di RSS che consente agli utenti di essere informati in tempo reale su notizie e novità di proprio interesse. In un'ottica di apertura al web 2.0 e ai social network, la Fondazione ha anche un proprio account su **Flickr**, all'interno del quale vengono pubblicate immagini relative alle iniziative e agli incontri organizzati. Entrambi i progetti, "culturability" e "Sicurstrada", hanno, inoltre, dei propri profili su Facebook, Twitter e Youtube, funzionali a farli conoscere e a veicolare i contenuti pubblicati sui rispettivi siti, i cui dettagli saranno descritti nei capitoli ad essi dedicati.

www.flickr.com/photos/fondazioneunipolis

Il Bilancio economico 2013

La gestione: le risorse e gli impieghi

La gestione della Fondazione è ispirata a principi di responsabilità, equilibrio e rigorosa economicità, con modalità di conduzione fondate sulla sobrietà e l'essenzialità. Le risorse per la propria attività Unipolis le riceve integralmente dal Socio fondatore. Il suo contributo viene destinato per la stragrande maggioranza alla realizzazione dei progetti propri o in partnership, oltre che alle erogazioni. Per quanto riguarda le spese di gestione dell'organizzazione, esse si suddividono in due ambiti: personale e funzionamento. Il personale, peraltro, è impegnato per la quasi totalità nella realizzazione dei progetti e della attività caratteristiche. Le spese di funzionamento si riferiscono, essenzialmente alle spese di affitto e di servizi di sede.

Nel 2013, la Fondazione Unipolis ha ricevuto dal Socio fondatore Unipol Gruppo Finanziario un contributo pari a 1,2 milioni di euro che, sommati a risorse accantonate dall'esercizio precedente per 105 mila euro destinati alla realizzazione di progetti già preventivati, oltre ai modesti proventi finanziari derivanti dagli interessi sul patrimonio, hanno portato il totale a circa 1,316 milioni di euro. La Fondazione dispone di un proprio fondo istituzionale che, al 31 dicembre 2012, ammontava a 279 mila euro.

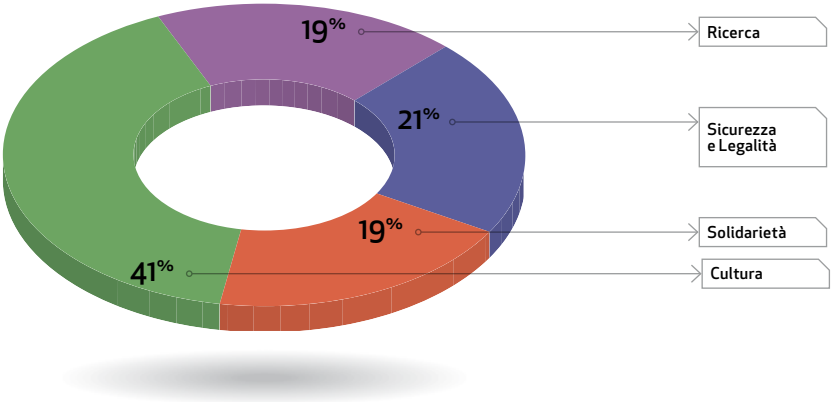
Rispetto agli anni precedenti, il Bilancio si connota per l'importante progetto "culturability – fare insieme in cooperativa", finalizzato a promuovere nuove imprese in ambito culturale e creativo ad opera di giovani. Il successo ottenuto dal bando per le start up – come si può vedere dall'apposita sezione del Bilancio di Missione – ha indotto il Comitato di Presidenza della Fondazione e, successivamente, il Consiglio di Amministrazione ad aumentare da 200 a 300 mila euro il budget destinato a finanziare le nuove imprese. Questa scelta, ha prodotto, per la prima volta, una chiusura negativa del Bilancio per circa 21 mila euro. Cifra tutto sommato contenuta rispetto all'incremento di spesa deciso per "culturability". Infatti, esaminando il Bilancio nel suo complesso, si può valutare come sia stata comunque garantita una gestione efficiente delle risorse disponibili. Sono state compiute scelte volte a contenere i costi di gestione, nonostante quelli sostenuti per il pensionamento incentivato di una dipendente, effettuato sulla base di un percorso in tal senso operato dal Gruppo Unipol.

Ancor più che negli anni passati, sono stati privilegiati gli impieghi su progetti e iniziative proprie della Fondazione. Complessivamente, il 76% del budget è stato destinato alle attività operative, ai progetti e alle erogazioni per le attività solidali. Come si può vedere dalla distribuzione rappresentata nei grafici presenti in queste pagine, la quota di gran lunga maggioritaria delle risorse economiche destinate ai progetti è stata utilizzata per le iniziative culturali (il 41%), mentre la restante parte è andata in misura pressoché identica agli altri tre ambiti di attività della Fondazione – ricerca, sicurezza e legalità, solidarietà – a ciascuno dei quali è andato circa il 20% del totale. Per le spese di gestione e di funzionamento è stato impiegato poco meno del 24% dell'intero budget (25% nel 2012).

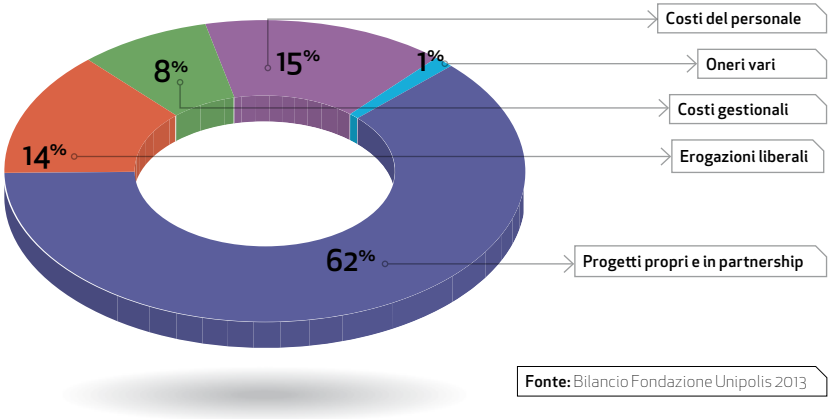
Schema sintetico delle entrate e degli impieghi	
ENTRATE	
Contributo del Socio Fondatore (Unipol)	1.200.000
Fondo 2013 per progetti futuri	105.000
Proventi finanziari (interessi e titoli)	4.161
Proventi diversi e straordinari	7.184
Totale entrate	**1.316.335**
IMPIEGHI	
Progetti in proprio o in partnership	831.980
Erogazioni liberali	185.049
Costi gestionali	105.106
Costi del personale	200.117
Oneri vari	15.192
Totale impieghi	**1.337.445**
Differenza entrate - impieghi	**-21.090**

Fonte: Bilancio Fondazione Unipolis 2013. Valori in euro

La suddivisione, per ambito, degli impieghi nel corso del 2013			
Cultura	Sicurezza e Legalità	Solidarietà	Ricerca
398.437	209.833	185.049	188.063



La distribuzione, per tipologia, degli impieghi nel 2013



Fonte: Bilancio Fondazione Unipolis 2013

Seconda parte

La Cultura

La Fondazione Unipolis ha scelto la cultura come uno degli assi portanti, e allo stesso tempo trasversali, della propria attività, a partire dalla convinzione che essa costituisce un fattore fondamentale per la crescita sociale, civile, oltre che economica, della comunità. In particolare, la Fondazione opera attraverso progetti propri e in partnership con altri soggetti privati, associativi o istituzionali, volti a favorire la creazione di nuove opportunità espressive e a promuovere l'accesso alla conoscenza da parte del maggior numero di persone. In coerenza con questo obiettivo di fondo, particolare rilevanza riveste il progetto "culturability" che si concentra sulle dimensioni di sostenibilità e responsabilità sociale della cultura.

culturability – la responsabilità della cultura per una società sostenibile

Nel corso del 2013, la Fondazione Unipolis ha rafforzato il proprio impegno nel campo della cultura, ampliando e innovando in particolare le attività legate al macroprogetto **"culturability - la responsabilità della cultura per una società sostenibile"**. Avviato nel 2009, *culturability* si concentra sulle dimensioni di responsabilità sociale e di sostenibilità della cultura. Durante i primi anni di consolidamento dell'iniziativa, si è operato principalmente per promuovere un'idea di cultura come fattore di coesione e inclusione sociale, favorendo l'accesso alla conoscenza e all'educazione da parte delle nuove generazioni e delle persone più deboli, tradizionalmente escluse dai saperi. Attraverso questo progetto, la Fondazione coniuga riflessione e intervento concreto. Da un lato, infatti, *culturability* contribuisce a promuovere una riflessione e un dibattito tra studiosi, esperti, professionisti, operatori e singoli cittadini, attraverso l'organizzazione di incontri fisici sui territori e l'attività del sito **www.culturability.org**; dall'altro, sviluppa un impegno concreto nella promozione e nel sostegno di iniziative culturali che abbiano come obiettivo la crescita sociale e civile delle comunità. Tutto ciò nell'ottica della sostenibilità e utilizzando il concetto di capacitazione dell'individuo – *capability* – elaborato dal Premio Nobel Amartya Sen. "Culturability" è, infatti, un neologismo che nasce dalla fusione dei due termini "cultura" e "capability": evidenzia l'obiettivo di Unipolis di contribuire a costruire nuovi spazi reali e virtuali nei quali il tema dell'accesso alla cultura sia centrale per promuovere la coesione sociale e ridurre le disuguaglianze.

A partire da una riflessione sull'attuale contesto sociale ed economico, nel corso del 2013 si è deciso di innovare e dare nuovo slancio a *culturability* ponendosi due obiettivi prioritari. Da un lato, ideare una progettualità che promuovesse la cultura come leva di sviluppo sociale ed economico, nella convinzione che si tratti di un settore con grandi potenzialità in larga misura ancora inesplorate in Italia. Dall'altro, in un momento in cui il problema dell'assenza di lavoro per molti giovani era ed è fortissimo, si è deciso di puntare su un'iniziativa che offrisse opportunità concrete di occupazione agli under 35 che vogliono mettersi in gioco, valorizzando le proprie capacità e competenze, per dare risposte innovative a domande e bisogni emergenti dalla società italiana. Sulla base di queste considerazioni, la Fondazione ha ideato e realizzato il Bando nazionale **"culturability – fare insieme in cooperativa"** per promuovere e sostenere la costituzione di nuove imprese nei settori culturale e creativo in forma cooperativa, ad opera di giovani. Considerata la rilevanza dell'iniziativa, ad essa è dedicato uno spazio specifico e approfondito nel Bilancio di Missione.

In coerenza con l'impostazione generale del progetto, nel corso dell'anno sono state realizzate altre iniziative di valore culturale di cui si dà conto in questo capitolo.

www.culturability.org →

Il sito www.culturability.org

Il progetto *culturability* affianca all'impegno sul territorio anche un confronto sui temi della sostenibilità della cultura, organizzando iniziative e promuovendo una riflessione sul sito dedicato. Dalla messa online, avvenuta nel 2010, la piattaforma offre informazioni, pubblicazioni, segnalazioni di buone pratiche ed esperienze significative, coerenti con l'idea di cultura alla base del progetto. In questo senso, il sito si propone di agire come promotore, collettore e facilitatore di iniziative culturali, offrendo un canale di visibilità a progetti culturali "socialmente impegnati", contribuendo a farli conoscere anche a soggetti potenzialmente interessati a supportarli. All'interno della piattaforma, vengono raccontati e rendicontati anche tutti i progetti sostenuti da Unipolis in campo culturale. Inoltre, alcune manifestazioni di cui la Fondazione è stata partner sostenitore, come il Festival "Internazionale a Ferrara", sono state trasmesse in streaming sul sito.

Nel corso del 2013, considerato il focus del progetto su tematiche connesse all'innovazione sociale e all'imprenditoria giovanile, anche i contenuti online si sono concentrati su questi ambiti. Inoltre, è stata dedicata una sezione ad hoc al racconto del Bando **"culturability – fare insieme in cooperativa"**, di cui si dà conto nella sezione dedicata.

www.startup.culturability.org

In coerenza con il rafforzamento dell'attività di comunicazione on-line della Fondazione, durante l'anno sono stati molto utilizzati gli account di *culturability* sui principali social network usati in Italia, ossia Facebook e Twitter. Un'attività funzionale a far conoscere e promuovere il progetto, oltre che a diffondere i contenuti del sito web. La **pagina Facebook di culturability** conta attualmente 2.800 fan, mentre **l'account su Twitter** 2.450 follower. Passando ai dati del sito web, invece, le visite nel 2013 sono state 52.000 per un totale di 108.000 visualizzazioni di pagina e 31.000 visitatori unici. A questi dati, vanno aggiunti quelli relativi alla sola sezione dedicata al Bando sul sito che, dal 21 febbraio al 31 dicembre 2013, ha avuto 70.400 visite per un totale di 265.00 visualizzazioni di pagina e 37.200 visitatori unici.

www.facebook/culturability

www.twitter/culturability

www.futuremusicontest.it →

Future Music Contest – identità sonore in movimento

Nel corso del 2013, si è conclusa la seconda edizione del **"Future Music Contest – identità sonore in movimento"**, un'opportunità di conoscenza e visibilità offerta da Unipolis ai nuovi potenziali talenti della musica italiana con meno di trentacinque anni. L'iniziativa, avviata nel dicembre 2012, è giunta a conclusione nel mese di aprile 2013.

Le tematiche del contest musicale, definite in coerenza con la filosofia di *culturability*, sono state le stesse della precedente edizione: ai partecipanti è stato richiesto l'invio di pezzi sui temi delle "nuove identità ur-

bane", dove si incontrano tradizioni musicali, culture, lingue e storie differenti. L'obiettivo è stato dare una panoramica delle musiche che meglio rappresentano l'evoluzione e la ricchezza culturale dell'Italia contemporanea, con un'attenzione particolare a quei pezzi creati dai ragazzi arrivati da altre nazioni o nati in Italia da genitori stranieri, che hanno fatto del "suono" il loro strumento di comunicazione privilegiato. Un'iniziativa, quindi, all'insegna del *melting pot*, dell'incontro fra culture di Paesi differenti e dell'ibridazione fra i generi, ideata a partire dall'idea che la musica rappresenti una delle forme di comunicazione per eccellenza e che i suoni siano in grado di abbattere le barriere e superare le frontiere. Dati questi temi, le interpretazioni sono state lasciate aperte e non sono stati posti limiti di genere. Tuttavia, al fine di favorire e premiare l'originalità dei musicisti, non sono state accettate *cover* ma solo composizioni originali.

All'edizione 2012-13 del progetto hanno collaborato: COSPE – Cooperazione allo Sviluppo dei Paesi Emergenti, Estragon, la rivista "Internazionale", MEI – Meeting delle Etichette Indipendenti, MTV New Generation, Musicalnews, Puglia Sounds e Urtovox. Il contest, aperto dal 1° dicembre 2012 al 10 marzo 2013, ha visto la partecipazione di 133 brani, presentati da altrettanti solisti e band sul sito **www.futuremusicontest.it**, dove sono tutt'ora ascoltabili. Tramite una votazione sulla rete che ha coinvolto oltre 15 mila persone (con un'applicazione collegata a Facebook), sono stati selezionati i dieci brani più gettonati raccolti in una compilation curata dalla casa discografica Urtovox e scaricabile in **free download**. Tra questi pezzi, una giuria di esperti ha poi scelto i tre finalisti che hanno potuto suonare dal vivo con i Radiodervish, nel corso di un concerto organizzato da Unipolis il 12 aprile presso l'Estragon Club di Bologna. Le tre band, provenienti da diverse regioni d'Italia, sono state: *Eyesanhour*, *Kalàscima*, *Summa & Mandela outta VallenTO Posse*.

Considerato il target del progetto e il fatto che la musica ha oramai il web come proprio canale privilegiato di circolazione, anche questa edizione si è svolta quasi interamente online. Assieme alla piattaforma dedicata al progetto, infatti, i social network hanno svolto una funzione fondamentale, sia come strumento di promozione che come spazio di discussione sui temi del contest e sui pezzi ricevuti. La rete ha svolto, quindi, un ruolo importante come luogo dell'incontro e del confronto tra i partecipanti e chi li valuta, anche grazie alla creazione di un blog collegato al sito, aggiornato con notizie musicali, curiosità, interventi dei partner e dei componenti la Commissione di valutazione dei brani proposti nel contest. Per l'attività svolta online, alla Fondazione è stato assegnato il premio "Comunicazione web" da parte del MEI - Meeting delle Etichette Indipendenti.

Future Music Contest – identità sonore in movimento	
Data	Iscrizioni musicisti e votazioni online dal 1° dicembre 2012 al 10 marzo 2013. Ascolto e giudizio del comitato di esperti: marzo 2013. Concerto finale: 12 aprile 2013.
Descrizione	Contest per giovani musicisti emergenti sui temi del melting pot
Partecipazione	133 richieste di iscrizione al contest, 15.000 voti espressi sul web
Partner	COSPE – Cooperazione allo Sviluppo dei Paesi Emergenti, Estragon, Internazionale, MEI – Meeting delle Etichette Indipendenti, MTV New Generation, Musicalnews, Puglia Sounds e Urtovox
Citazioni	2 lanci d'agenzia, 1 servizio in tv e 1 in radio, 9 articoli su quotidiani e riviste cartacee, oltre un centinaio di segnalazioni sul web (esclusi i rimandi sui social network)

www.futuremusicontest.it/news/compilations

www.bottegafinzioni.it →

Bottega Finzioni

Nel corso del 2013, nell'ambito del progetto *culturability*, la Fondazione Unipolis ha confermato e rafforzato la propria partnership con **Bottega Finzioni**, la scuola di narrazione fondata a Bologna dagli scrittori Carlo Lucarelli, Giampiero Rigosi e Michele Cogo con la supervisione di Beatrice Renzi. La Bottega è nata nel 2011 come luogo dove apprendere il mestiere di raccontare, lavorando accanto a professionisti della scrittura e della sceneggiatura. L'obiettivo è creare un vivaio di talenti e uno spazio di idee pronte per diventare racconti, romanzi, film, fiction e format televisivi, documentari.

La scelta di Unipolis di essere sostenitori attivi di questa nuova fucina creativa si è fondata, sin dall'inizio, sulla convinzione del valore della narrazione e della letteratura nelle loro diverse espressioni, nonché sulla consapevolezza dell'importanza di investire sulla formazione dei giovani talenti. Il metodo della Bottega è fare in modo che gli allievi potenzino le loro capacità lavorando direttamente con professionisti della scrittura di mestiere su materiale "vivo" che aspetta di essere raccontato, su progetti in produzione o in fase di sviluppo, su lavori commissionati dall'esterno o nati all'interno della scuola. La capacità di combinare formazione e creatività, conoscenza, ideazione e produzione culturale, costituisce l'aspetto innovativo di un'iniziativa che in pochissimi anni ha saputo strutturarsi e diventare un punto di riferimento nel campo della narrazione.

Le lezioni del 2013 della Bottega sono state suddivide in sei aree: Fiction, Non Fiction, Letteratura, Produzioni per bambini e ragazzi, Fumetto e Videogame. Gli alunni frequentanti la Bottega, selezionati in base al talento e alle capacità, sono stati in totale 66 e, grazie anche al sostegno economico di Unipolis, 31 allievi hanno potuto seguire questi corsi in maniera gratuita, accedendo a delle borse di studio.

Nel corso dell'anno, la partnership con Bottega si è ulteriormente rafforzata, anche in relazione a un nuovo coinvolgimento del Gruppo Unipol. A partire dalla fine del 2013, la Bottega ha sede nel centro di Bologna in spazi concessi in affitto dal Gruppo, che ha provveduto a lavori di adeguamento alle specifiche esigenze della scuola. Il nuovo spazio è stato inaugurato ufficialmente nel mese di febbraio 2014. Inoltre, Unipol Banca ha reso disponibili agli allievi finanziamenti agevolati, con possibilità di rateizzazione, per il pagamento della quota di iscrizione.

La Fondazione Unipolis con *culturability* e Bottega Finzioni hanno promosso in maniera congiunta **"Babelit – racconti senza frontiere"**, un contest letterario incentrato sul tema dell'incontro tra culture in ambito giovanile. Il progetto è stato organizzato in collaborazione con la casa editrice Baskerville, l'ong COSPE - Cooperazione allo Sviluppo dei Paesi Emergenti, la rivista "Internazionale" e l'agenzia di comunicazione TheHookCom. Partito il 17 novembre 2012, Babelit si è concluso il 24 aprile 2013 con la selezione, da parte di una commissione di esperti, del **racconto migliore** fra i 57 testi pervenuti. Alla giovane autrice Bianca Baggiani, è andata una borsa di studio per frequentare gratuitamente i corsi di Bottega.

www.culturability.org/vincitorebabelit

www.culturability.org/babelit

La comunicazione del nome della giovane vincitrice di Babelit è stato dato nel corso della seconda edizione di **Scriba Festival**, un'iniziativa promossa dall'8 al 10 novembre 2013 a Bologna dal gruppo Finzioni (Associazione culturale e Bottega di narrazione), con la partecipazione e il sostegno di Unipolis. Tre giornate di incontri e dibattiti per dare spazio a tutte le professioni della scrittura, con l'idea di realizzare una sorta di laboratorio di idee per una nuova riflessione dal vivo sul tema delle scritture per mestiere. Esperti, professionisti e pubblico si sono confrontati non solo su come si scrive un romanzo, un blog, il testo di una canzone o di un film, ma anche su come nascono e si sviluppano alcuni strumenti che fanno parte della vita di tutti i giorni: dalle ricette utilizzate in cucina ai libri per bambini, passando per gli oroscopi e i modi di comunicare legati alle nuove tecnologie (e-book, app, social media). Ai 27 appuntamenti in programma, hanno preso parte complessivamente più di tremila persone.

Sempre nell'ambito di Scriba, Unipolis ha collaborato con Bottega Finzioni all'organizzazione della proiezione di "Cessna 425: un mistero in fondo al lago", un film del 1995 inedito in Italia, diretto per la tv svizzera da Luca Jaggli ed Enrico Lombardi. La serata, che si è svolta il 9 novembre presso il nuovo Unipol Auditorium, ha visto la partecipazione di Marcello Fois, Enrico Lombardi, Davide Pinardi, Gianfranco Nerozzi e del presidente del Gruppo Unipol e della Fondazione, Pierluigi Stefanini.

Tra i progetti di Bottega ai quali la Fondazione ha contribuito, si ricorda anche il "Pronto soccorso narrativo", un punto d'ascolto per scrittori in temporanea difficoltà creativa. Operativo in via sperimentale durante Scriba all'interno della piazza coperta della Biblioteca Salaborsa, il pronto soccorso ha "assistito" durante le tre giornate circa 20 persone. Nel 2014, troverà ospitalità all'interno dell'antica Reale Farmacia Toschi di Bologna.

www.scribafestival.it

Babelit – racconti senza frontiere	
Data	Iscrizioni: dal 17 novembre 2012 al 24 aprile 2013. Lettura e giudizio del comitato di esperti: da maggio 2013. Annuncio vincitore: ottobre 2013
Descrizione	Contest letterario per i giovani talenti della scrittura
Partecipazione	57 racconti
Partner	Bottega Finzioni, Baskerville, COSPE - Cooperazione allo Sviluppo dei Paesi Emergenti, Internazionale e TheHookCom
Citazioni	1 servizio televisivo e 2 in radio, 2 articoli su quotidiani e riviste cartacee, una quarantina di segnalazioni sul web (esclusi i rimandi sui social network)

www.internazionale.it/festival →

Festival Internazionale a Ferrara

Anche nel 2013, Fondazione Unipolis e Gruppo Unipol sono stati partner e sostenitori di **"Internazionale a Ferrara"**, il festival di giornalismo promosso dall'omonimo settimanale e dal Comune di Ferrara, in collaborazione con la Provincia e la Regione Emilia-Romagna, l'Università di Ferrara, la Fondazione Teatro Comunale di Ferrara, Ferrara Terra e Acqua, Arci Ferrara e Associazione IF. Tre giorni di dibattiti, proiezioni, mostre e spettacoli completamente gratuiti che hanno portato a Ferrara i grandi nomi della cultura e del giornalismo mondiale.

Anche durante la settima edizione del Festival, il sostegno di Unipolis si è basato su un'adesione di fondo al progetto della manifestazione, che indaga e stimola una riflessione su tematiche di grande attualità e rilevanza sociale, economica e culturale. Una partnership che si è rafforzata nel tempo e che ha portato la rivista "Internazionale" ad aderire ai due contest, letterario e musicale, promossi da Unipolis.

Il tavolo dei relatori alla presentazione dell'Atlante delle Mafie a Internazionale a Ferrara. Da sinistra: Enzo Ciconte, Pietro Grasso, Santo Della Volpe, Pierluigi Stefanini

Per questo, oltre a essere presente con un proprio stand in Piazza Estense assieme al Gruppo Unipol e ad Assicoop Modena e Ferrara, nell'ambito del programma del Festival, la Fondazione ha collaborato all'organizzazione di tre incontri su temi di particolare attualità: crisi economica e aumento delle disuguaglianze; conoscenza e impegno contro le mafie in Italia e nel mondo; progetti innovativi per il lavoro ai giovani. Alla prima iniziativa, intitolata "Più ricchi e più poveri. Quanto ci costa la disuguaglianza" sono intervenuti: Ilvo Diamanti - politologo e docente all'Università di Urbino, Chiara Saraceno - sociologa e professore di ricerca al Wissenschaftszentrum für Sozialforschung di Berlino, Eric Jozsef – del quotiiano "Liberation". Il giorno successivo, è stato organizzato l'incontro "Mafie di successo. Conoscerle per combatterle", in occasione della pubblicazione del primo volume dell' "Atlante delle mafie. Storia, economia, società, cultura", edito da Rubbettino con il contributo di Unipolis. I relatori sono stati: Pietro Grasso - presidente del Senato, Pierluigi Stefanini - presidente di Unipol e Unipolis,

Internazionale a Ferrara	
Luogo e Data	Ferrara – dal 4 al 6 ottobre 2013
Descrizione	Festival di giornalismo
Partecipazione	62.500 presenze
Partner	La manifestazione è promossa dal settimanale "Internazionale" e dal Comune di Ferrara, in collaborazione con Provincia e Regione Emilia-Romagna, Università di Ferrara, Fondazione Teatro Comunale di Ferrara, Ferrara Terra e Acqua, Arci Ferrara e Associazione IF. Il Festival è sostenuto, tra gli altri, dal Gruppo Unipol e dalla Fondazione Unipolis.
Citazioni	6 uscite e servizi agenzie di stampa, 5 mensili, 7 settimanali, 9 quotidiani nazionali e 5 locali, 22 giornali on line, 10 emittenti radio e 9 televisive

Enzo Ciconte - docente a Roma Tre e L'Aquila, nonché – curatore dell'opera; Federico Varese criminologo e docente alla Oxford University (UK); Santo Della Volpe – inviato del Tg 3 Rai. Infine, l'ultimo giorno del festival si è discusso di come "Inventarsi il lavoro, creare start up. Così i giovani costruiscono il futuro", con la partecipazione di Kumardev Chatterjee - fondatore e presidente del Forum Europeo Giovani Innovatori; Antonio Famulari - cofondatore di PanPan; Alessandro Fusacchia - consigliere economico del Ministero Affari Esteri; Marco Zappalorto - development manager Fondazione Nesta; Walter Dondi - direttore Fondazione Unipolis, Luca De Biase -responsabile di NOVA24 del Sole 24 Ore.

L'edizione 2013 del Festival ha registrato 62.500 presenze. Nei tre giorni di programmazione, si sono svolti 149 incontri, oltre 250 ore fra dibattiti e proiezioni, workshop, laboratori per bambini ed eventi collaterali, con la partecipazione di 198 ospiti provenienti da 4 continenti e oltre 30 Paesi del mondo. Gli incontri principali del festival sono stati trasmessi in streaming sul sito del festival e ritrasmessi anche su quello di *culturability*.

www.robertoroversi.it

Il sito dell'opera di Roberto Roversi

Durante l'anno, la Fondazione sostenuto la realizzazione di un importante progetto culturale on-line interamente dedicato al poeta Roberto Roversi, scomparso nel settembre 2012. A gennaio 2013, su iniziativa del Comune di Bologna con la cura delle Edizioni Pendragon, è stato messo online il sito **www.robertoroversi.it**, che si propone di rendere accessibile la sua vasta produzione culturale. Si tratta di una piattaforma che offre gratuitament a chiunque lo desideri la possibilità di consultare e leggere tutte le opere: le poesie, i romanzi, i testi narrativi e teatrali, gli articoli per i quotidiani e le riviste, le canzoni, i saggi critici e i testi introduttivi. Una quantità impressionante di materiale che va a costituire un archivio unico in Italia, soprattutto perché del tutto libero da ogni diritto d'autore.

Il progetto rappresenta un omaggio a una figura straordinaria di intellettuale e un'iniziativa innovativa che ha scelto di usare la rete come archivio aperto e libero, dove tutti possono consultare e conoscere il lavoro di Roversi. Una scelta, fra l'altro, coerente con la sua vita e la sua attività di intellettuale che ha promosso e diffuso la cultura al di fuori delle più consolidate e tradizionali logiche del sistema editoriale. Il sito dedicato valorizza ed esalta l'attualità e la forza innovativa del suo messaggio, favorendone la conoscenza anche da parte delle nuove generazioni.

La Fondazione Unipolis, da tempo impegnata con *culturability* in progetti che promuovono l'accessibilità alla cultura da parte delle persone che ne sono escluse, ha ritrovato in questa iniziativa una forte sintonia con la propria volontà di permettere e favorire lo sviluppo della conoscenza e della capacità critica di una platea

sempre più vasta attraverso il web. Per questo, Unipolis ha scelto di aderire e sostenere il progetto assieme a Coop Adriatica.

Il sito web rappresenta un lavoro *in fieri* che si sta componendo e completando nel corso del 2014, a partire dai testi che si trovano principalmente nell'archivio della famiglia e del Comune di Pieve di Cento, ma anche presso tutte le persone che hanno avuto contatti con Roversi nei suoi settant'anni di lavoro – e per le quali il poeta ha scritto qualcosa . Nel corso di un anno, il sito ha avuto 20.617 visite da parte di 15.546 visitatori unici, per un totale di 75.294 visualizzazioni di pagina.

Dopo il lancio della piattaforma, il progetto è "uscito dal web" e sono stati promossi oltre una decina di incontri dedicati alla figura di Roversi a Bologna e nei comuni limitrofi: conferenze, iniziative rivolte agli studenti, letture e presentazioni di nuovi volumi che sono stati pubblicati nell'ambito di questo macro-iniziativa dalla Pendragon, in edizioni limitate e in catalogo.

www.obiettivisullavoro.it →

Obiettivi sul lavoro

Fra le iniziative alle quali Unipolis ha preso parte e sostenuto in ambito culturale, si ricorda il concorso cinematografico **"Obiettivi sul lavoro"**, promosso da Ucca - Unione dei Circoli Cinematografici dell'Arci, Flc-Cgil e Arci. L'ultima edizione dell'iniziativa, è stata dedicata alle storie dei lavoratori impiegati nel campo della cultura e della conoscenza. La sfida proposta ai video maker è stata quella di raccontare con il mezzo audiovisivo sia gli aspetti più critici e problematici – come la disoccupazione, la perdita disoccupazione, le varie forme di precariato e di assenza di tutela e diritti – che le esperienze positive che creano nuove opportunità di lavoro, l'auto imprenditorialità e le nuove imprese innovative. La partecipazione è stata aperta a film, fiction e documentari di durata massima di 60 minuti, video clip della durata massima di 3 minuti, realizzati a partire dall'anno 2012 su qualsiasi supporto, in lingua italiana (o in versione italiana).

Al concorso, lanciato il 21 novembre 2013 e chiuso il 31 gennaio 2014, hanno partecipato oltre 40 opere, sottoposte alla valutazione di una giuria composta da: Enrico De Caro, Ermanno Detti, Agostino Ferrente, Arcangelo Ferri, Gabriella Gallozzi, Fabio Mancino, Costanza Quatriglio, Giancarlo Visitilli e Aldo Zappalà. All'inizio del 2014, questa commissione di esperti ha selezionato le prime tre opere, alle quali sono andati i premi in denaro rispettivamente del valore di 4, 3 e 2 mila euro. Inoltre, gli stessi componenti hanno scelto il lavoro al quale è andato il **"Premio Speciale Unipolis"** per filmaker under 35 del valore di 2 mila euro, un ricono-

http://culturability.org/vincitoriobiettivisullavoro/

scimento istituito dalla Fondazione in coerenza con la propria progettazione culturale, attenta alle nuove generazioni. Il Premio Unipolis è andato a "The Solitude of the Startupper" di Gabriele Veronesi e Stefano Villani, un corto che racconta la storia di due giovani imprenditori italiani.

La serata di premiazione si è svolta presso la Casa del Cinema di Roma il 28 febbraio 2014, alla presenza di organizzatori, sostenitori, registi delle opere selezionate e cittadini interessati. Le opere selezionate verranno proiettate presso circoli ARCI, sedi dei sindacati e altri luoghi, al fine di garantire loro visibilità e una buona circolazione nazionale.

Altre iniziative culturali

"Il mercato e i suoi limiti" con Michael Sandel

Fra le iniziative sul territorio promosse da Unipolis nel corso del 2013, riveste una notevole importanza la conferenza del professor Michael Sandel, docente di "Filosofia politica e Teoria del governo" alla Harvard University e autore del libro "Quello che i soldi non possono comprare". L'incontro, tenutosi il 4 giugno presso l'Aula Absidale di Santa Lucia a Bologna, è stato organizzato con l'Editore Feltrinelli e la collaborazione dell'Università. Nel suo intervento, Sandel ha riflettuto sulle conseguenze prodotte da una logica di mercato che ha invaso ogni aspetto della vita contemporanea e su quale possa essere una funzione corretta dei mercati in una società democratica. All'incontro, che ha visto la partecipazione di un elevato numero di studenti, sono intervenuti anche Patrizia Tullini - prorettore per il personale dell'Università e Pierluigi Stefanini - presidente del Gruppo Unipol e di Unipolis.

Salone dell'Editoria Sociale

Anche nel 2013, la Fondazione Unipolis ha rinnovato il proprio sostegno al "Salone dell'Editoria Sociale", che si è svolto a Roma dal 31 ottobre al 3 novembre presso la sede di Porta Futuro, su iniziativa de Gli asini, la Comunità di Capodarco, Redattore Sociale, Lo Straniero, Edizioni dell'Asino e Lunaria. Il Salone nasce per creare un luogo, fisico e simbolico, che metta in comunicazione chi opera nei mondi del sociale e dell'editoria. Lo scopo della manifestazione è favorire l'incontro tra le case editrici che si occupano di volontariato, lavoro sociale e culturale, con il pubblico interessato a leggere e approfondire questi temi. Il titolo di questa quinta edizione è stato "La grande mutazione", quella prodotta non solo dai sei anni di crisi economica internazionale, ma anche da un trentennio di politiche neoliberiste che hanno cambiato la politica, la società, i modelli produttivi, i consumi, i comportamenti e persino l'antropologia di una parte consistente del Globo.

Il Liceo Musicale Lucio Dalla

La Fondazione Unipolis ha sostenuto l'attivazione, nell'anno scolastico 2012-2013, di un Liceo Musicale intitolato al cantante Lucio Dalla, presso l'Istituto Laura Bassi di Bologna: frutto di una lunga trattativa con le auto-

rità scolastiche regionali e con il Ministero dell'Istruzione, che ha visto impegnate istituzioni locali, insegnanti e genitori. La Fondazione Unipolis ha risposto positivamente all'appello lanciato dalle istituzioni locali, contribuendo direttamente a determinare le condizioni per attivare il Liceo con un'erogazione di 30 mila euro. Quella di Unipolis è una scelta coerente con l'obiettivo di accrescere l'offerta formativa in un campo, quello musicale, decisivo per la crescita culturale dei giovani e della città.

Strati della Cultura

Il 15 e il 16 novembre, la Fondazione Unipolis ha partecipato a "Strati della Cultura", l'appuntamento annuale che l'Arci organizza per confrontare le proprie proposte sulla promozione culturale con il mondo delle istituzioni, delle associazioni, della politica e della cultura. Due giornate per riflettere assieme sul ruolo essenziale della cultura per dare alle persone gli strumenti per capire, ragionare e partecipare alle scelte che riguardano il proprio futuro. La sesta edizione della manifestazione, che si è svolta a Reggio Emilia, si è concentrata sulle politiche per la cultura che generano nuove forme di imprenditorialità giovanile, profit e no profit. Nell'ambito del programma, il direttore di Unipolis Walter Dondi ha presentato il Bando "culturability – fare insieme in cooperativa".

Casa Museo di Antonio Gramsci

Nel 2013, la Fondazione Unipolis ha sostenuto le attività della "Casa Museo di Antonio Gramsci – centro di documentazione, ricerca e attività museali", onlus nata nel 1999 con lo scopo di favorire la migliore conoscenza del pensiero e dell'opera gramsciana. L'associazione, ospitata nell'abitazione in cui Gramsci visse gli anni dell'infanzia e dell'adolescenza a partire dal 1898, organizza dibattiti e convegni sul tema e permette la fruizione di documenti, oggetti, foto e testimonianze da parte dei visitatori. Unipolis considera di grande valore l'obiettivo di favorire la divulgazione e la più approfondita conoscenza di uno dei protagonisti della storia civile, culturale e politica del nostro Paese.

Cultura: sintesi delle risorse impiegate

Nel corso del 2013, le risorse impiegate nell'area culturale sono state pari a 398 mila euro.

La Ricerca

Unipolis ha reso parte integrante della propria Missione la promozione della ricerca e il sostegno ad iniziative volte ad approfondire la conoscenza della società: l'intensità dei cambiamenti in atto richiede un cospicuo lavoro di studio, soprattutto per comprendere i processi di trasformazione che determinano il futuro delle persone e delle comunità.
Unipolis si è impegnata a sviluppare attività di ricerca sia direttamente che attraverso collaborazioni con altri enti sia pubblici, come università, che privati.

Il sesto Rapporto dell'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza

Dal 2007 la Fondazione Unipolis realizza annualmente, in collaborazione con Demos&Pi e Osservatorio di Pavia, il **"Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa"**. Nel 2013 è stata realizzata e presentata la sesta edizione del Rapporto che ha avuto per tema **"Tutte le insicurezze degli italiani. Significati, immagine e realtà"**. Il report ha analizzato la percezione, la rappresentazione sociale e mediatica della sicurezza sulla base di un'indagine su un campione rappresentativo della popolazione italiana – nonché di quattro paesi europei Francia, Germania, Gran Bretagna e Spagna – e della rilevazione di quanto su questi temi viene proposto dall'informazione televisiva, in particolare dai sette telegiornali nazionali e da quelli pubblici degli altri paesi presi in esame.
Il rapporto annuale sulla sicurezza costituisce il risultato più significativo della collaborazione che Unipolis ha sviluppato nel corso degli ultimi anni con il centro di ricerche **Demos & Pi** e con l'**Osservatorio di Pavia**.
Da questa partnership è nato l'Osservatorio Europeo sulla Sicurezza allo scopo di rendere continuative le indagini e le riflessioni sulle tematiche poste al centro dell'attenzione, portando l'analisi oltre la dimensione nazionale e proiettandola su scala continentale.
L'Osservatorio, mediante report periodici, analizza in modo continuativo la relazione tra la rappresentazione mediatica della (in)sicurezza, la sua percezione nell'opinione pubblica e la realtà in Italia e nei principali paesi europei. Nello specifico, ricostruisce gli atteggiamenti degli italiani sulla sicurezza inquadrandoli nel panorama europeo, definisce la "classifica delle paure" dei cittadini rispetto ai diversi problemi e rischi che si trovano ad affrontare. Approfondisce poi, attraverso l'analisi dei principali strumenti di comunicazione – i telegiornali – la rilevanza con la quale i temi dell'insicurezza vengono trattati, definendo così l'indice delle notizie ansiogene.
Avviata nel 2007 con il primo "Rapporto sulla sicurezza" insieme al professor Ilvo Diamanti dell'Università di Urbino, l'iniziativa si è nel corso degli anni arricchita di nuovi contenuti, fino alla configurazione attuale.

Con le ultime edizioni del Rapporto è emersa ancor più, in tutta la sua evidenza innovativa, la scelta di affrontare il tema della sicurezza nella sua valenza sociale, legata cioè – prima ancora che all'incolumità personale – alla protezione dai rischi derivanti dalle malattie e dalla vecchiaia, così come dalla perdita del lavoro e del reddito. L'attività di indagine e rilevazione compiuta dall'Osservatorio Europeo ha infatti consentito di

www.demos.it

www.osservatorio.it

Il tavolo dei relatori alla presentazione del sesto Rapporto sulla sicurezza svoltosi a Milano. Da sinistra: Ilvo Diamanti, Dario Di Vico, Susanna Camusso, Mons. Giovanni Giudici.

analizzare i complessi rapporti esistenti tra quella che è la realtà effettiva dei diversi problemi connessi alla sicurezza, la percezione che ne hanno le persone e la rappresentazione che ne viene data dai media, anche se nel corso dell'anno analizzato (il 2012) l'informazione televisiva (questo emerge dal Rapporto) ha riflesso il disagio, ma non lo ha alimentato come in passato.
L'Osservatorio ha invece registrato, sempre relativamente al 2012, un'insicurezza generalizzata e pervasiva in una fase sociale ancora incerta, che ha determinato e alimentato paure e preoccupazioni crescenti. E' infatti aumentato il peso della crisi economica, ma anche l'incertezza politica e la difficoltà nel rapporto con l'Europa: tutti elementi che concorrono a delineare una sorta di "male oscuro", "di insicurezza assoluta", come li definisce il prof. Ilvo Diamanti nel suo commento al Rapporto.
Nel 2013 è poi stata avviata l'attività propedeutica alla realizzazione del settimo "Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa", che è stato successivamente presentato nel febbraio 2014 e di cui si darà conto in dettaglio nel prossimo Bilancio di Missione.

www.fondazioneunipolis.org/notizie/sestorapportosicurezza →

A Milano la presentazione del sesto Rapporto sulla sicurezza

L'11 gennaio 2013 è stato organizzato a Milano, nella Sala Tobagi del Circolo della Stampa, l'incontro **"Gli italiani, la crisi e l'insicurezza sociale. Significati, immagine e realtà"**, per presentare il sesto "Rapporto sulla sicurezza", che ha avuto come tema **"Tutte le insicurezze degli italiani"**.
Da questa edizione dello studio risulta che disoccupazione, cassa integrazione, precarietà, impossibilità di trovare un lavoro, perdita di reddito e di potere d'acquisto, costituiscono le paure e le preoccupazioni predominanti, ma emergono altri fattori ad alimentare incertezza e perdita di fiducia: fra questi, è forte l'incertezza politica. In questo contesto, quasi paradossalmente, va mutando il ruolo dell'informazione e dei telegiornali. Se nel corso degli anni – come le precedenti edizioni del Rapporto hanno evidenziato – i notiziari Tv hanno enfatizzato, fino ad alimentarla, l'insicurezza dovuta ai fenomeni criminali, nell'ultimo anno, il peso delle notizie ansiogene è andato calando in modo significativo: dal 49% del 2011 al 19% del 2012.
Lo studio, realizzato dalla Fondazione Unipolis, Demos&Pi e Osservatorio di Pavia, è stato illustrato da Fabio Bordignon, Demos, e Antonio Nizzoli, Osservatorio di Pavia; commentato da Ilvo Diamanti, professore dell'Università di Urbino e Direttore scientifico di DemosΠ discusso da Susanna Camusso, Segretario generale della Cgil; Dario Di Vico del Corriere della Sera; S.E. Giovanni Giudici, Vescovo di Pavia e Presidente di Pax Christi; Pierluigi Stefanini, Presidente del Gruppo Unipol e della Fondazione Unipolis.

Lo studio sulla sicurezza sul lavoro delle persone immigrate

Nell'ambito del rapporto di collaborazione, a suo tempo definita, con la Fondazione Alma Mater e l'Ateneo bolognese, nel 2013 è stato organizzato il seminario pubblico **"Una sicurezza da condividere. La partecipazione dei lavoratori nella prevenzione degli infortuni e la comunicazione nell'impresa multiculturale"**, nel corso del quale sono state discusse idee innovative riguardanti la sicurezza sul lavoro nel contesto di imprese multiculturali che impiegano lavoratori migranti.
I temi dibattuti erano strettamente connessi ai due progetti che la Fondazione Unipolis ha sostenuto nel corso del 2012: si tratta di due assegni di ricerca che hanno consentito ad altrettanti giovani di sviluppare indagini sulla sicurezza sul lavoro dei cittadini immigrati.
Gli studi, articolati in due distinte ma complementari attività di indagine, sono state svolte dai ricercatori Matteo Curcuruto e Madia Ferretti e hanno visto quali responsabili scientifici docenti del Dipartimento di Scienze dell'Educazione, per la componente psicologica, e dell'Istituto di Psichiatria per quanto riguarda la componente medica.
Scopo dell'iniziativa è stato quello di fornire ai lavoratori, con particolare attenzione a quelli stranieri perché esposti ai maggiori rischi, gli strumenti per favorire e promuovere comportamenti più sicuri nell'ambito lavorativo a protezione della salute sia fisica che psichica.

La sicurezza sul lavoro nei dati dell'Osservatorio

Nel triennio 2011-2013 si è verificata una flessione degli infortuni e degli incidenti mortali sul lavoro, secondo quanto rilevato dall'Osservatorio Sicurezza sul Lavoro di Vega Engineering. Il maggior numero di morti bianche si è registrato infatti nel 2011 (553 casi), mentre nel corso del 2013 si è riscontrato il picco più basso con 453 casi.
I settori più colpiti sono stati agricoltura ed edilizia, mentre il Centro e le Isole sono le zone con più incidenti accertati.
Ad influenzare la riduzione delle vittime hanno contribuito, probabilmente, l'aumento della disoccupazione e la sensibile flessione delle ore lavorate, che hanno sostanzialmente ridotto i tempi di esposizione al rischio.
Ad una maggiore sicurezza sul luogo di lavoro corrisponde una maggiore sicurezza percepita: è quanto si evince dal recente Rapporto "La sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa", effettuato da Demos&Pi e Osservatorio di Pavia in collaborazione con Unipolis. La metà degli italiani (49%) ritiene infatti che la sicurezza sul lavoro sia aumentata negli ultimi anni (+3% rispetto al 2012 e +14% rispetto al 2008), anche se un considerevole 40% pensa al contrario che essa sia diminuita.
Circa un italiano su due (44%) afferma di non sentirsi "a rischio" mentre lavora, mentre il 14% ritiene ancora di essere frequentemente preoccupato per un infortunio in ambito lavorativo. In particolare, ad essere maggiormente allarmati sono le casalinghe (23%), gli imprenditori (19%), gli operai (18%) e gli italiani che risiedono al Sud e nelle Isole.

Le ricerche hanno fatto parte integrante del progetto "MI.MO.SA" (Metodology for the Implementation and Monitoring of Occupational SAfety), realizzato nell'ambito del "Tavolo tematico su salute e sicurezza sul lavoro" dalla Fondazione Alma Mater e del quale Unipolis è stata partner fin dalla sua costituzione del 2010. Tale iniziativa è il risultato di un lungo percorso che ha visto impegnati il mondo accademico, le organizzazioni imprenditoriali e le istituzioni, con l'obiettivo di mettere a punto una metodologia e un sistema in grado di contribuire ad accrescere la sicurezza e la prevenzione degli infortuni nei luoghi di lavoro, dove si continua a pagare un prezzo troppo alto in termini di vite umane, feriti e malattie.

Con queste attività si è conclusa la parte più significativa della collaborazione tra Fondazione Unipolis, Fondazione Alma Mater e Università di Bologna, definita nell'Accordo del 2009 e avente validità triennale. Anche a seguito di questa esperienza, il Gruppo Unipol ha deciso di stipulare con l'Università di Bologna una Convenzione quadro, che prevede lo sviluppo di una serie di collaborazioni riguardanti attività formative a vari livelli, iniziative di ricerca sui temi di interesse comune e infine la valorizzazione di competenze e professionalità dei giovani che escono dall'Ateneo.

www.fondazioneunipolis.org/notizie/unasicurezzadacondividere→

Una sicurezza da condividere.

Seminario su salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

Il 16 maggio 2013 si è svolto a Bologna, presso l'Auditorium della Torre Unipol in via Larga 8, il seminario pubblico **"Una sicurezza da condividere. La partecipazione dei lavoratori nella prevenzione degli infortuni e la comunicazione nell'impresa multiculturale"**, al quale hanno partecipato docenti, ricercatori, esperti di sicurezza del lavoro, rappresentanti d'impresa, dei sindacati e delle istituzioni.
Nel corso dell'incontro sono stati presentati e discussi progetti innovativi riguardanti la sicurezza sul lavoro, con particolare attenzione al coinvolgimento e alla partecipazione attiva dei lavoratori alle attività di prevenzione degli infortuni, nel contesto di imprese multiculturali. Le esperienze compiute fanno riferimento ai risultati di due ricerche-intervento, realizzate da giovani studiosi con il supporto dei tutor accademici dei Dipartimenti di Scienze dell'Educazione e di Scienze Mediche e Chirurgiche dell'Università di Bologna, grazie al sostegno e al contributo della Fondazione Unipolis. Gli studi sono incentrati: l'uno sulle problematiche legate alla sicurezza dei lavoratori immigrati, coinvolti direttamente nelle attività di prevenzione degli infortuni; l'altro sull'esperienza del cantiere edile della CMB di Carpi che ha realizzato la Torre Unipol di via Larga, nel quale sono stati praticamente azzerati gli incidenti a fronte di un'alta presenza di manodopera immigrata.
Hanno partecipato all'incontro: Giampaolo Amadori, amministratore delegato Fondazione Alma Mater; Giuseppe De Biasi, assessore al Lavoro della Provincia di Bologna; Ennio Dottori, direttore centrale Qualità Sicurezza, Ambiente Gruppo Hera; Dina Guglielmi e Marco G. Mariani, Dipartimento di Scienze dell'Educazione, Unibo; Ilaria Tarricone, Dipartimento di Scienze Mediche e Chirurgiche, Unibo; Francesco S. Violante, docente di Medicina del lavoro, Unibo; Clara Curcetti, Servizio assistenza distrettuale, Regione Emilia-Romagna; Giorgio Graziani, segretario regionale della Cisl dell'Emilia-Romagna; Giuseppe Monterastelli, assessorato Politiche per la Salute, Regione Emilia-Romagna; Paolo Zaccarelli, direttore del personale CMB di Carpi; Walter Dondi, direttore Fondazione Unipolis.

www.centrotrentin.it →

L'attività del Centro di Documentazione e Ricerca Trentin

Anche nel 2013 Unipolis ha sostenuto il Centro di documentazione e ricerca Trentin, costituito nel 2012 con l'obiettivo di promuovere e valorizzare la storia e le figure di Silvio Trentin, Giuseppina Nardari Trentin e dei figli Giorgio, Franca e Bruno. La motivazione che ha portato alla creazione di un centro di ricerca dedicato ad un' unica famiglia, per di più considerata nel suo complesso, è da ricercarsi nel peso che ciascun componente ha avuto nella storia politica e sociale del nostro Paese. Silvio, Beppa, Giorgio, Franca e Bruno, singolarmente o insieme, in quasi un secolo di impegno civile, hanno aderito al movimento partigiano e antifascista vivendo esuli e in clandestinità, hanno partecipato attivamente alla vita politica italiana ed europea, sono stati punti di riferimento per il movimento sindacale dell'epoca, hanno sostenuto e promosso, anche grazie all'insegnamento, l'arte e la cultura. La particolarità della famiglia Trentin è stata quella di aver dato un valore concreto e imprescindibile all'idea di libertà, la cui forza ha permeato anche le scelte più sofferte, e ad una formazione culturale che, attraverso lo studio, la ricerca e lo scambio reciproco, sostenesse responsabilmente il progresso della società.
Il Centro è ospitato nella Casa della Memoria e della Storia del Novecento veneziano, in Calle Michelangelo alla Giudecca-Zitelle a Venezia ed è stato voluto per avviare ricerche e studi a partire dalla costituzione di uno specifico Archivio che raccogliesse tutta la documentazione relativa all'attività svolta dai componenti della famiglia.
Il contributo erogato dalla Fondazione Unipolis al progetto, per il biennio 2012 e il 2013, è stato destinato all'attività di riordino e classificazione dei materiali di documentazione prima dispersi in varie sedi, per giungere alla creazione di un Archivio unitario fruibile sia dagli studiosi che dal pubblico. In particolare, grazie al finanziamento di Unipolis, nel 2013 sono stati avviati dei progetti di studio affidati ai ricercatori Carlo Verri e a Giovanni Sbordone, che riguardano, in primis, la raccolta dell'epistolario di Silvio Trentin fino al 1926, in vista di una successiva pubblicazione e la catalogazione dell'archivio e delle carte di Franca e Giorgio Trentin. Inoltre, i due ricercatori stanno svolgendo delle ricerche sull'attività di Silvio Trentin in relazione alle bonifiche nel Veneto orientale e alla Grande Guerra. Ad ottobre 2014 è prevista una conferenza dal titolo "Silvio Trentin e la Grande Guerra" per presentare i risultati ottenuti, con contestuale inaugurazione di una mostra fotografica sul tema presso la Biblioteca Civica di Jesolo.
Il Centro ha poi organizzato il convegno **"Incidere, incidere, incidere. Giorgio Trentin tra etica dell'arte e impegno politico"** tenutosi nel dicembre 2013 (i cui atti verranno pubblicati nel corso del 2014) e sta preparando un secondo convegno, internazionale, in occasione del 70° anniversario della morte di Silvio Trentin, che si terrà il 5 dicembre 2014.

La tesi di laurea di Sandro Pertini presentata alla Camera dei Deputati

Il 12 giugno 2013 si è tenuta, presso la Sala Refettorio della Camera dei Deputati, in via del Seminario 76 a Roma, la presentazione della tesi di laurea di Sandro Pertini **"La cooperazione"**, discussa nel 1924 all'Istituto di Scienze Sociali "Cesare Alfieri" di Firenze. La ricerca e la pubblicazione dell'opera sono state possibili grazie al contributo della Fondazione Unipolis, oltre che di Ames, Coop Liguria e Legacoop Liguria.
L'incontro è stato organizzato sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica e sono intervenuti: Silvano Bozzo, presidente Ames; Sebastiano Trigali, curatore del volume, Fabio Fabbri; docente di Storia Contemporanea Università Roma Tre; Gianluigi Granero, presidente Legacoop Liguria; Giuliano Poletti, presidente Legacoop Nazionale. Altre presentazioni della tesi di laurea ritrovata di Sandro Pertini si sono svolte in diverse città italiane. Nel febbraio 2014 una particolare iniziativa è stata realizzata a cura di Unipolis presso l'Università di Modena, nella stessa Aula Magna dell'ateneo nella quale il futuro Presidente della Repubblica conseguì la prima laurea, in Giurisprudenza, nel 1923.

Ricerca: sintesi delle risorse impiegate

Nel corso del 2013, le risorse impiegate nell'area ricerca sono state pari a 188 mila euro.

artek
culturability

La Sicurezza e la Legalità

Gli ambiti della sicurezza e della legalità sono centrali nell'attività della Fondazione, che li promuove con iniziative proprie e con la collaborazione di numerosi e importanti partner.
Il progetto Sicurstrada si occupa di sicurezza stradale e di mobilità sostenibile, con particolare riguardo agli utenti più vulnerabili quali pedoni e ciclisti.
Ma il tema della sicurezza è declinato anche nel campo della legalità, soprattutto in collaborazione con "Libera – Associazioni, nomi e numeri contro le mafie". Insieme a Libera, Unipolis sviluppa iniziative per contribuire alla promozione e diffusione di una cultura della legalità, dei diritti e per una maggiore giustizia sociale.

La sicurezza stradale e il progetto Sicurstrada

Sicurezza stradale e mobilità sostenibile costituiscono gli elementi caratterizzanti l'attività di Unipolis con il progetto Sicurstrada, in coerenza con la strategia di sostenibilità del Gruppo Unipol. In questo contesto, un'attenzione particolare viene dedicata agli utenti più vulnerabili della strada: pedoni e ciclisti, insieme agli anziani e ai più giovani. In Italia, continua il trend positivo della diminuzione degli incidenti stradali e delle vittime, anche se il nostro Paese non ha raggiunto l'obiettivo del dimezzamento del numero dei decessi che l'Unione Europea aveva fissato nel Libro Bianco 2001 e risulta al tredicesimo posto nella graduatoria europea della mortalità nei sinistri, dietro Regno Unito, Spagna, Germania e Francia.
Al tempo stesso, i tre quarti degli incidenti si verificano sulle strade urbane, causando una percentuale quasi simile di feriti rispetto al totale e quasi la metà dei morti. Così come fra i ciclisti è in crescita il numero delle vittime e dei feriti, e sono in aumento i pedoni over 65 fra i morti sulle strade.
Per questa ragione, Unipolis con il progetto Sicurstrada declina il tema della sicurezza stradale collegandolo strettamente a quella della mobilità sostenibile. Ovvero, una mobilità nuova all'interno di una nuova organizzazione delle città che richiede più mezzi pubblici, più piste ciclabili protette, *bike sharing*, più aree a traffico limitato e 'zone 30', più aree pedonali. Senza demonizzare l'auto e gli altri mezzi di trasporto privato, ma promuovendo soluzioni come il *car sharing* e il *car pooling*. Scelte che migliorano la sicurezza e qualità della vita dei centri urbani attraverso minor inquinamento, minore stress, più attività fisica e risparmio economico.
Nel corso dell'anno, Unipolis ha intensificato il proprio impegno attraverso tre azioni precise: presenza sul territorio con le iniziative di "Sicurstrada Live", mirate alla sicurezza degli anziani e dei giovani; lo sviluppo delle nuove tecnologie applicate alla mobilità con un' app specifica; maggiore presenza sulla rete con il sito **www.sicurstrada.it**, le pagine dei social network facebook e twitter.
Con l'inaugurazione di **C.U.BO - Centro Unipol Bologna** nel marzo 2013, in occasione dei 50 anni di Unipol, si è concretizzata la collaborazione con il Gruppo sul tema della sicurezza stradale con l'apertura dello spazio dedicato "Obiettivo Sicurezza". In questo modo, studenti, giovani e cittadini di tutte le età hanno potuto conoscere da vicino le problematiche legate alla guida sicura e alla mobilità nuova, sia mettendosi alla prova con simulatori specifici, e attraverso i materiali cartacei e multimediali di Sicurstrada. Nello spazio vengono proiettati gli spot e le campagne video sulla sicurezza stradale più significative, italiane ed internazionali, selezionate da Sicurstrada, in collaborazione con Asaps.

www.cubounipol.it

Inoltre, il 15 ottobre 2013, è stata organizzata (in collaborazione con Fondazione Ania per la Sicurezza Stradale) "Sicurezza Stradale al Cubo", una giornata interattiva dedicata ad esercitazioni pratiche di guida – tramite un simulatore dinamico e un "test drive scooter" in una pista costruita ad hoc – test sulle condizioni psico-fisiche alla guida e, ancora, prove di "crash test" con cintura di sicurezza. Un appuntamento che si è concluso in serata nell'Unipol Auditorium con la proiezione di "Young Europe", un film prodotto dal Ministero dell'Interno e dalla Polizia di Stato, con il finanziamento della Commissione europea e la partecipazione della Fondazione Ania, sul tema dei giovani alla guida.

Perché i giovani e gli anziani sono più a rischio sulla strada

I giovani

Non ci sono più le 'stragi del sabato sera', ma i giovani sono ancora la fascia d'età che paga il prezzo più alto negli incidenti stradali.
Secondo il più recente rapporto annuale Aci-Istat, con i dati riferiti al 2012, è fra i 20 e i 24 anni che si tocca il picco dei morti (309) e dei feriti (31.305) in incidenti stradali. In particolare, è questa fascia d'età che registra il più alto numero fra i conducenti feriti (21.126). Così come fra i passeggeri è fra i 15 e i 24 anni che si contano più vittime (146) e feriti (16.940).
Tuttavia, la percezione del pericolo che le nuove generazioni hanno quando sono in auto è assai diversa. L'ultimo "Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa", realizzato da Fondazione Unipolis in collaborazione con Demos&Pi e Osservatorio di Pavia, mette in evidenza come i giovani compresi nelle fasce d'età fra i 15 e i 24 e i 25 e 34 anni si sentano "molto o abbastanza sicuri in auto" con percentuali rispettivamente dell'80,45% e dell'82,1%.
Si tratta di valori al di sopra della media nazionale del 73,75% indicata dal Rapporto: una percentuale già di per sé cresciuta di cinque punti rispetto all'anno precedente e di ben dieci rispetto al 2008.

Gli anziani

Per gli anziani le strade sono sempre più peri-colose, sia che vadano a piedi sia che guidino un'auto. Secondo i dati Aci-Istat fra i 564 pedoni morti sulle strade nel 2012 oltre la metà (55%), cioè 321 persone, aveva oltre settant'anni. Non va meglio quando si mettono al volante di un autoveicolo: nel 2012 gli ultrasettantenni deceduti mentre guidavano un'auto o un motociclo sono stati 464 (442 nel 2011); nel caso di chi ha oltre ottant'anni il dato è ancora più significativo: 185, cioè quasi il 20% in più in un anno.
Questi dati spiegano bene perché siano le persone anziane, sopra i 65 anni, ad avvertire una crescente insicurezza sulle strade.
L'indagine contenuta nell'ultimo "Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza sociale in Italia e in Europa", realizzato da Fondazione Unipolis in collaborazione con Demos&Pi e Osservatorio di Pavia, rileva come fra gli over 65 si registri la percentuale più bassa di chi si sente "molto o abbastanza sicuro in auto" (67,9%) rispetto alle altre fasce d'età. Inoltre un anziano su quattro è frequentemente preoccupato di essere vittima di un incidente stradale. Considerando che la stragrande maggioranza degli incidenti avviene nelle strade cittadine e che la popolazione è sempre più longeva, risulta decisivo ripensare l'organizzazione degli spostamenti nei centri urbani.

Le iniziative sul territorio di Sicurstrada Live

Nel corso del 2013 l'attività di Sicurstrada Live ha toccato sei regioni e altrettante città italiane: Trento, Conegliano, Perugia, Genova, Livorno, Viterbo.
Un anno nel quale si sono sempre di più intensificate e rafforzate le collaborazioni con i partner tradizionali di Unipolis, quali la Fondazione Ania per la Sicurezza Stradale e Asaps – Associazione Sostenitori ed Amici della Polizia Stradale, oltre ai partner a livello locale.
Infatti, nei diversi appuntamenti, determinante è stato il coinvolgimento e il supporto delle Cooperative di Consumo che operano nelle zone dove si svolte le iniziative (Coop Adriatica, Coop Liguria, Unicoop Tirreno) e di Legacoop Umbria; mentre un supporto significativo è stato garantito dalle Assicoop e dalle Agenzie Unipol sul territorio.

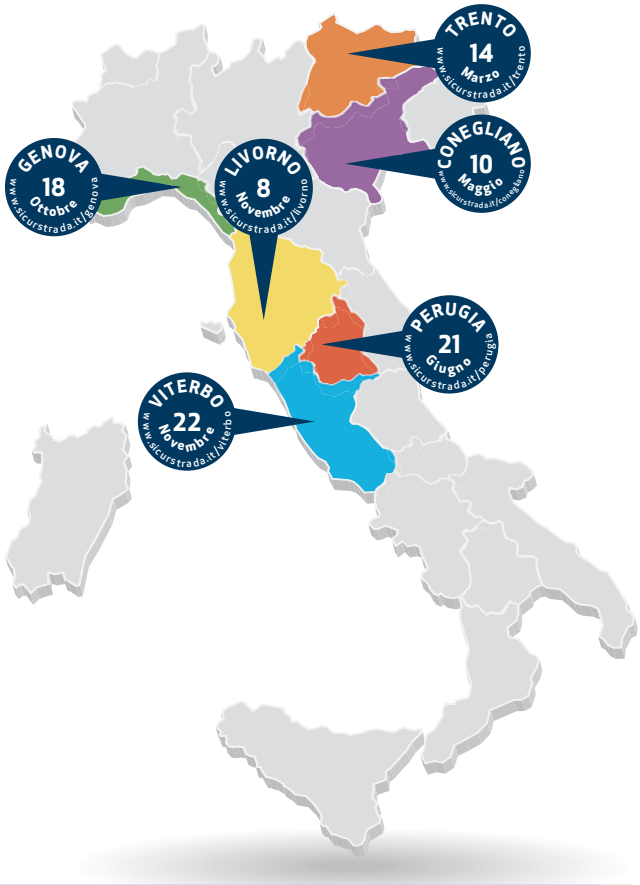
Anche le istituzioni locali sono state interlocutrici significative per Sicurstrada Live, attraverso il patrocinio delle iniziative e la partecipazione di amministratori e rappresentanti dei comandi della Polizia municipale. Così come è stato importante la presenza dell'associazionismo sociale e sportivo, in particolare quello di settore come Fiab, che raggruppa gli appassionati della bicicletta.
Il 2013 è stato l'anno nel quale si è fatto un passo avanti nel coinvolgimento diretto del mondo della scuola. Infatti si sono svolte tre iniziative a Trento, Livorno e Viterbo nelle quali Sicurstrada Live ha portato il tema della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile all'interno di tre istituti scolastici: a tu per tu con studenti e docenti.

Parallelamente, si è scelto di concentrasi anche sul tema degli anziani e della loro sicurezza sulla strada, sia come conducenti di un automezzo sia come pedoni e ciclisti. Questo obiettivo è stato raggiunto con la realizzazione di tre incontri specifici organizzati con i sindacati dei pensionati a Conegliano, Perugia e Genova.
Centri commerciali, sale pubbliche, scuole e sedi sindacali: le manifestazioni si sono svolte secondo una modalità sperimentata attraverso incontri di approfondimento e presidi arricchiti da materiali informativi, gadget, simulatore di guida, proiezione dei cartoni animati di Sicurstory e dei migliori spot italiani ed internazionali sulla guida sicura.

Ad ogni iniziativa è stata affiancata una specifica azione di comunicazione, attraverso il coinvolgimento degli organi di informazione locali, in particolare con le emittenti radiotelevisive, che ha garantito una maggiore visibilità delle attività e dei contenuti proposti. Si è così realizzato l'obiettivo di Sicurstrada Live: portare i temi della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile nell'ambito di luoghi pubblici abitualmente molto frequentati, così come nelle scuole, incontrando i giovani e gli anziani che oggi sono maggiormente esposti ai rischi del traffico.

Un momento di Sicurstrada Live a Livorno

Il viaggio di Sicurstrada Live 2013



Le tappe	
Luoghi e Date	Trento, Piazza Fiera e Collegio Arcivescovile "Celestino Endrici", 14 – 16 marzo; Conegliano, Centro Commerciale Conè e sede provinciale della Cgil, 10 – 11 maggio; Perugia, Sala comunale S. Anna, 21 giugno; Genova, Centro Commerciale l'Aquilone e Sala conferenze del Museo di Sant'Agostino, 18 – 19 ottobre; Livorno, Centro Commerciale Fonti del Corallo e Liceo Scientifico "Federigo Enriques", 8 – 9 novembre; Viterbo, Centro Commerciale Tuscia ed Istituto Tecnico Statale "Leonardo Da Vinci", 22 – 23 novembre
Descrizione	Cinque punti informativi in altrettanti quattro centri commerciali ed una piazza cittadina. Tre incontri specifici con gli studenti dedicati alle tematiche della guida sicura dei ciclomotori e dei rischi per i neopatentati; tre approfondimenti sul tema "Muoversi in città più sicure e vivibili. Gli anziani a piedi, in bicicletta e al volante"
Partecipazione	Contattate oltre 12.000 persone, fra le quali 1.000 studenti medi, con la distribuzione di 16.000 folder informativi e 7.000 gadget
Partner	Coinvolti 26 partner tra istituzioni pubbliche, associazioni, organizzazioni economiche e sociali
Citazioni	49 gli articoli usciti sulla stampa, sul web e nei telegiornali locali. Per ogni tappa è stato prodotto un servizio video speciale trasmesso sulla principale televisione della città ospitante

www.sicurstrada.it →

Il sito web sicurstrada.it

La rete rappresenta uno spazio e al tempo stesso uno strumento che sono decisivi per il nostro progetto sulla sicurezza stradale. Con **sicurstrada.it** è possibile entrare in contatto, far conoscere e dare voce a idee, proposte e iniziative avanzate da una pluralità di soggetti (organizzazioni del settore, cittadini, enti e istituzioni) interessati al tema della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile.
Infatti, nel 2013, sicurstrada.it ha permesso di far conoscere ad un vasto pubblico tutte le iniziative che hanno coinvolto in vario modo Sicurstrada, ed ha continuato ad essere un punto di riferimento per la documentazione con un'intera sezione dedicata a dossier, analisi, rapporti e statistiche inerenti la sicurezza stradale e la mobilità urbana per conducenti di veicoli a motore, ciclisti e pedoni; così come per conoscere le esperienze più rilevanti a livello europeo ed internazionale.
Una particolare attenzione è stata data alle riflessioni e agli interventi di esperti e docenti con 14 interviste, nelle quali sono stati approfonditi i differenti aspetti legati alla sicurezza stradale e alla mobilità sostenibile, permettendo ai visitatori del sito di approfondire argomenti quali l'uso della bicicletta, l'assetto urbano, la guida in strada dei mezzi agricoli, l'uso della tecnologia per la sicurezza nella guida, la comunicazione della sicurezza stradale, i giovani e gli anziani alla guida.
Il 2013 è stato il secondo anno completo di vita del sito registrando 8.103 accessi (+27,15% rispetto al 2012) con 19.064 visualizzazioni totali di pagina (+27,69% rispetto al 2012) ed una frequenza di rimbalzo del 56,62% mentre per il 67,90% sono state nuove visite. Si tratta di un risultato che conferma l'importanza della rete per diffondere e far crescere la cultura della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile: uno strumento strategico che dovrà essere ulteriormente implementato e rinnovato.
Molto importanti sono stati anche gli spazi utilizzati sui principali social network (Facebook, Twitter e Youtube), al fine di diffondere le attività del progetto utilizzando le potenzialità dei nuovi media. Dall'inizio dell'anno al 31 dicembre 2013 i fan su Facebook sono passati da 86 a 224 (+164,47%) e i follower su Twitter da 128 a 484 (+278,10%).

www.sicurstrada.it/mobo →

L'hackathon di Sicurstrada: un'app per muoversi a Bologna

Il 18 aprile 2013 Unipolis e Sicurstrada, in collaborazione con il Gruppo Unipol e C.U.BO, hanno organizzato un hackathon sulla sicurezza stradale e la mobilità sostenibile. Un hackathon, ovvero una "maratona di cervelli", nel quale la passione si unisce alla creatività, per progettare soluzioni informatiche utili.
L'iniziativa, ospitata presso lo Spazio C.U.BO – Centro Unipol Bologna, in Porta Europa, ha visto la partecipazione di una ventina di giovani (di età compresa fra i 23 e i 31 anni) provenienti da diverse città e università italiane, che si sono messi alla prova nella progettazione di un'app riguardante i temi della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile. La giuria, composta da Aldo Campi, Università di Bologna; Andrea Colombo, Assessore al Comune di Bologna; Walter Dondi, direttore Fondazione Unipolis; Maurizio Dall'Ara, Osservatorio Sicurezza Stradale della Regione Emilia-Romagna; Luigi Zanardi, dirigente IT Gruppo Unipol, ha premiato – con 1.000 euro – **l'app MOBO** progettata da Bepsoftware, un gruppo di giovani dell'Università di Ferrara. Si sono distinti al secondo posto i Full Wipe dell'Università Federico II di Napoli e al terzo posto, a pari merito, i due gruppi SmartDevs, sempre dell'Università di Napoli, e Marindroid dell'Università di Bologna. MOBO è una applicazione per smartphone e tablet scaricabile gratuitamente, dotata di una mappa interattiva che

Un momento del lavoro nell'ambito di Hackathon

permette di scoprire oltre 500 luoghi di interesse pubblico di Bologna e – attraverso un avanzato sistema di "realtà aumentata" – di raggiungerli con mezzi sostenibili per l'ambiente: in autobus, in bicicletta, a piedi, oppure con l'auto.
L'app contiene anche informazioni utili riguardanti la sicurezza stradale: i comportamenti corretti da tenere sulla strada, le sanzioni, le patenti e le norme di circolazione stradale. Inoltre, grazie al contachilometri GPS incorporato, garantisce il controllo della velocità di percorrenza del mezzo utilizzato, evitando così di superare i limiti previsti.
L'app presentata ufficialmente sabato 21 settembre alla presenza dell'Assessore alla Mobilità del Comune di Bologna, Andrea Colombo, nell'ambito delle iniziative della Settimana europea della mobilità, è disponibile e scaricabile gratuitamente sul sito web di Sicurstrada.

Hackathon	
Luogo e Data	Bologna, 18 aprile 2013
Descrizione	Maratona di informatica di hacker ed esperti per creare un'app specifica sulle tematiche della sicurezza stradale e della mobilità sostenibile. L'app valutata come migliore dalla giuria è stata acquistata da Fondazione Unipolis per il valore di 1.000 euro
Partecipazione	20 partecipanti
Partner	Coinvolti 26 partner tra istituzioni pubbliche, associazioni, organizzazioni economiche e sociali
Citazioni	70 articoli tra stampa, radio e web.

La Settimana europea della mobilità

Il Gruppo Unipol e la Fondazione Unipolis, con il progetto Sicurstrada, anche nel 2013 hanno partecipato e sostenuto la Settimana europea della mobilità e in particolare le iniziative svoltesi a Bologna dal 16 al 22 settembre. Oltre alla presentazione dell'app MOBO, sabato 21 settembre, nel pomeriggio, da Piazza Maggiore ha preso il via **Unipol Bike Tour**: una biciclettata (con iscrizione gratuita, on line) organizzata in collaborazione con Monte Sole Bike Group, alla scoperta di alcuni dei luoghi più significativi della città. Partendo dallo stand di

Unipol Bike Tour	
Luogo e Data	Bologna, 21 settembre 2013
Descrizione	Il percorso della biciclettata, dopo la partenza da Piazza Maggiore, ha previsto la tappa alla Torre Unipol e si è concluso a C.U.BO - Centro Unipol Bologna di Porta Europa.
Partecipazione	Più di 120 partecipanti. L'iscrizione gratuita all'Unipol Bike Tour ha incluso la degustazione del gelato, la pettorina, l'assicurazione e un gadget, offerti dal Gruppo Unipol.
Partner	Monte Sole Bike Group
Citazioni	3 articoli su stampa, 10 su web e 2 passaggi televisivi

Unipol e Unipolis, il percorso prevedeva una tappa alla Torre Unipol di via Larga 8, l'edificio più alto e ambientalmente innovativo dell'Emilia-Romagna, per poi concludersi al C.U.BO - Centro Unipol Bologna di Porta Europa, lo spazio multimediale del Gruppo in via Stalingrado 37. L'iniziativa è stata trasmessa in 'diretta social', su facebook e twitter con l'hashtag #unipolbike. Inoltre, Sicurstrada è stata presente con i propri materiali informativi nello stand che il Gruppo Unipol ha allestito in Piazza Maggiore durante la Settimana.

La sicurezza stradale alla Settimana del Buon Vivere

Nell'ambito della quarta edizione della "Settimana del Buon Vivere" – organizzata dalla Legacoop di Forlì-Cesena – che si è svolta a Forlì dal 30 settembre al 6 ottobre, Fondazione Unipolis con il progetto Sicurstrada ha promosso, insieme ad Asaps, un incontro il 3 ottobre sul tema **"Nuova mobilità per una migliore qualità della vita"**. All'iniziativa, nella quale si è sottolineato l'importanza della promozione dell'uso della bicicletta e del trasporto pubblico nelle città, sono intervenuti: Paolo Gandolfi, deputato e coordinatore dell'"Intergruppo parlamentare per la mobilità nuova/mobilità ciclabile"; Giordano Biserni, presidente Asaps; Walter Dondi, direttore della Fondazione Unipolis. Ha coordinato l'incontro Gaetano Foggetti del Corriere Romagna.

www.libera.it →

La legalità e la partnership con Libera

La Fondazione collabora ormai da molti anni con Libera – Associazioni, nomi e numeri contro le mafie, come con altre organizzazioni che operano per diffondere i valori di libertà, democrazia, legalità e giustizia, anche tramite la promozione di una maggiore trasparenza in ambito economico. Unipolis ritiene che un impegno concreto contro le mafie sia necessario per la costruzione di una società "pulita", sia dal punto di vista morale che istituzionale. Per contribuire alla crescita e alla diffusione dei valori della legalità fra i giovani e nella società, la Fondazione Unipolis sostiene molte attività di Libera e partecipa ad iniziative di sensibilizzazione e aggregazione, quali la Giornata della Memoria, la Carovana Antimafie e Libero Cinema in Libera Terra. La partnership con Libera è anche parte integrante di un rapporto più ampio, che vede l'intero Gruppo Unipol impegnato a sostenere la nascita e lo sviluppo delle cooperative che gestiscono terreni e altri beni confiscati alle mafie. In particolare, attraverso la campagna **"Un euro per ogni nuova polizza e conto corrente bancario"**, realizzata da Unipol – nell'ambito delle convenzioni con le storiche Organizzazioni Socie della Compagnia (Legacoop, Cgil, Cisl, Uil, Confesercenti, CNA e CIA, oltre che di Arci e Auser) – e da Unipol Banca, annualmente vengono destinati significativi contributi alle nuove cooperative di Libera Terra.
In otto anni, dal 2006 al 2013 questa iniziativa ha permesso di erogare alle nuove imprese di giovani cooperatori, costituite in Sicilia, Calabria, Puglia e Campania, oltre un milione e trecentomila euro.

Anche la Fondazione Unipolis destina a Libera una cifra significativa e in particolare, nel corso del 2013, ha sostenuto e partecipato a numerose attività volte alla promozione della legalità e dell'impegno antimafia.
È stata infatti presente alla **"Giornata della Memoria e dell'Impegno nel ricordo delle vittime delle mafie"**, che si è svolta il 16 marzo a Firenze e, proprio in vista di tale manifestazione, Unipol e Unipolis hanno organizzato nel capoluogo toscano un incontro per spiegare il loro impegno e presentare i risultati ottenuti. Nel

Un momento della manifestazione della "Giornata della Memoria e dell'Impegno nel ricordo delle vittime delle mafie", svoltasi a Firenze il 16 marzo 2013

corso dell'incontro è stata inoltre presentata la ricerca sul **"Rischio usura nelle province toscane"**, promossa dal Consiglio Regionale Unipol Toscana e realizzata da "SOS Impresa" di Confesercenti.
A seguire si è svolta la Carovana Internazionale Antimafie, che ha toccato numerose città italiane ed europee diventando occasione di sensibilizzazione e partecipazione di giovani e cittadini.

Per il secondo anno consecutivo, Fondazione Unipolis ha sostenuto la realizzazione di un film-documentario sulle mafie, proiettato nelle scuole in occasione dell'iniziativa "Stesso giorno stessa ora", nell'ambito della Giornata della Memoria e dell'Impegno, del 21 marzo 2013. Il film **"Mafia 2.0 – Le mafie dopo le mafie"** del regista Aldo Zappalà è stato prodotto da Village Doc&Films, in collaborazione con Libera e Fondazione Polis della Campania, con il contributo di Unipolis. Proiettato al Teatro Arcimboldi di Milano, è stato poi trasmesso sia da Rai2 che nell'ambito del programma "La Storia siamo noi".

Attivo sostegno è stato poi dato a **"E! State Liberi"**: campi di volontariato sui beni confiscati alle mafie in cui, ogni anno, oltre cinquemila ragazzi danno il loro contributo al recupero a fini sociali dei patrimoni sottratti alla criminalità organizzata. Da sottolineare come nel 2013 sia stata replicata l'iniziativa di coinvolgere nel progetto i dipendenti del Gruppo Unipol, che hanno lavorato nei campi di volontariato sui terreni confiscati alle mafie e ora gestiti dalle cooperative di Libera Terra.
Sono stati due i gruppi di lavoratori che, usufruendo delle loro ferie, hanno partecipato ai campi presso la nuova cooperativa "Terre Joniche – Libera Terra" di Crotone.

Ancora, la Fondazione ha sostenuto l'edizione 2013 di **"Libero Cinema in Libera Terra"**, rassegna di cinema itinerante nelle città che hanno beni confiscati alle mafie, organizzata in collaborazione con Libera da **Cinemovel Foundation**, alla quale Unipolis è legata da un rapporto, di partnership e sostegno, storicamente consolidato.

Nell'ambito del sempre più forte e articolato impegno a fianco di Libera nella promozione della cultura della legalità, Unipolis ha contribuito alla stampa del libro fotografico **"Libera Terra. La strada per l'eccellenza"** curato da Giovanni Ascione e Giorgio Salvatori. Si tratta di un'opera di elevato valore culturale, per la qualità delle immagini, oltre che di grande significato sociale per i temi che essa affronta. Il volume, realizzato da Cooperare con Libera Terra - Agenzia per lo sviluppo cooperativo e la legalità e dal Consorzio Libera Terra Mediterraneo, raccoglie alcune immagini scattate presso le cooperative socie con l'obiettivo di far conoscere e valorizzare le attività che esse svolgono, quale testimonianza concreta della lotta contro le mafie e per costruire un futuro di lavoro pulito, soprattutto per le nuove generazioni.

La Fondazione Unipolis è inoltre socia di **Cooperare con Libera Terra - Agenzia per lo sviluppo cooperativo e la legalità**, composta da organizzazioni e imprese cooperative, che ha come obiettivo il supporto tecnico e professionale alle cooperative di Libera che gestiscono i beni confiscati, trasformano e commercializzano i prodotti delle imprese, con il marchio "Libera Terra".

www.cooperareconliberaterra.it

Anche nel 2013 Unipolis è stata partner sostenitore di **CIVICA – Iniziative di cultura antimafia** (2 marzo – 30 maggio)

www.cinemovel.tv

promossa da Libera in collaborazione con il Comune e la Provincia di Bologna, la Regione Emilia-Romagna, l'Università degli Studi di Bologna e numerose realtà del movimento cooperativo della città. CIVICA si propone di far emergere le positività sul territorio per contribuire a creare una cultura della legalità, del diritto e della responsabilità.
La Fondazione sostiene, dopo aver supportato la realizzazione del progetto, la seconda edizione del Master promosso dall'Università di Bologna per la **Gestione e riutilizzo di beni e aziende confiscati alle mafie "Pio La Torre"**, quale testimonianza di ulteriore impegno su un tema che ha valenza sociale, educativa e culturale. Il corso si propone di formare professionalità in grado di gestire un bene o un'azienda sequestrato alla mafia dal momento della confisca fino all'assegnazione a fini sociali, per ritornare a produrre una ricchezza "sana".

L'impegno per legalità, lavoro e sviluppo

Il 5 marzo 2013, presso la Sala Luca Giordano dell'Amministrazione Provinciale di Firenze, il Gruppo Unipol, la Fondazione Unipolis e il Consiglio Regionale Unipol Toscana hanno organizzato un incontro per raccontare l'impegno di Unipol a favore di legalità, lavoro e sviluppo e per presentare la ricerca sul **"Rischio usura nelle province toscane"**, promossa dal CRU e realizzata da "SOS Impresa".
Lo studio ha messo in evidenza come la crisi economica abbia spinto molte imprese toscane nella spirale dell'usura: oltre a Firenze, sono Pistoia, Livorno, Pisa e Prato le province della regione più colpite dal fenomeno, con un indicatore di rischio usura più alto della media italiana.
L'incontro è stato introdotto da Massimo Biagioni, Presidente del Consiglio Regionale Unipol della Toscana. Sono intervenuti Andrea Barducci, Presidente Amministrazione Provinciale di Firenze; Stefania Saccardi, Assessore Welfare e Politiche del Lavoro del Comune di Firenze; Lino Busà, Presidente "SOS Impresa"; Ettore Squillace Greco, Magistrato della Direzione Distrettuale Antimafia di Firenze; Gianni Salvadori, Assessore della Regione Toscana; Don Luigi Ciotti, Presidente di Libera e Pierluigi Stefanini Presidente del Gruppo Unipol e della Fondazione Unipolis.
L'iniziativa si è inserita nel percorso che ha portato alla manifestazione del 16 marzo a Firenze per la XVIII^a "Giornata della Memoria e dell'Impegno nel ricordo delle vittime delle mafie", organizzata da Libera e Avviso Pubblico.
Per quanto riguarda invece l'impegno di Unipol, nel 2012 il Gruppo ha destinato 190 mila euro alla cooperativa **"Le Terre di Rosario Livatino – Libera Terra"** sorta a Naro, in provincia di Agrigento. Un impegno continuato anche nel 2013, con i contributi destinati alla nuova cooperativa a Castelvetrano (Trapani), nata su terreni sequestrati a Cosa Nostra e dedicata a Rita Atria, giovanissima testimone di giustizia che si ribellò alla violenza e alla sopraffazione mafiosa. Complessivamente, in otto anni, dal 2006 al 2013, Unipol ha consegnato oltre 1 milione e 300 mila euro alle cooperative di Libera Terra.

www.cinemovel.tv/libero-cinema-2014 →

Libero Cinema in Libera Terra

Il 2013 ha visto lo svolgimento dell'ottava edizione di "Libero Cinema in Libera Terra", la rassegna internazionale di cinema itinerante contro le mafie promosso da Cinemovel Foundation e Libera – Associazioni, nomi e numeri contro le mafie, di cui la Fondazione Unipolis è da sempre partner istituzionale e sostenitore. Cinemovel Foundation, che vanta la presidenza onoraria di Ettore Scola, nasce per la progettazione di iniziative di cinema itinerante con il coinvolgimento della rete locale, nazionale e internazionale dei soggetti che operano per la promozione della società civile. Il "viaggio" del cinema è uno strumento di conoscenza, scambio e sensibilizzazione per contribuire allo sviluppo culturale, sociale ed economico dei luoghi che attraversa.
Nato nel 2006, il festival Libero Cinema in Libera Terra ha come obiettivo quello di creare attorno al cinema "piazze universali" di confronto, per sostenere l'impegno civile e politico delle realtà che investono sul futuro di una terra libera e promuovere la pratica della legalità in risposta alla violenza mafiosa. Il progetto, a cui aderiscono enti, istituzioni e associazioni, è realizzato in collaborazione con le cooperative di giovani che lavorano sui beni confiscati alle mafie e porta i film, e gli autori, direttamente alle persone là dove spesso manca anche la sala.
La rassegna 2013, che ha avuto per il secondo anno il patrocinio del Parlamento europeo, ha preso il via a Bruxelles il 18 giugno con la proiezione, alla presenza del Presidente Martin Schulz, de "L'Intervallo" di Leonardo Di Costanzo, che ha visto anche la partecipazione del regista, ed ha avuto in autunno un appuntamento conclusivo a Parigi, il 3 ottobre, insieme a Daniele Vicari per la proiezione de "La nave dolce". Dopo la tappa inaugurale belga, l'iniziativa si è spostata in Italia ed ha attraversato l'intera penisola con 20 tappe in dodici regioni.

Nel corso dei vari incontri, sono state proiettate pellicole che trattano argomenti di impegno civile e sociale e, al termine dei film, ci sono stati incontri con registi, autori, sceneggiatori, intellettuali. In particolare, il programma 2013 è stato impostato su una selezione di titoli italiani e internazionali che hanno affrontato con linguaggio innovativo temi come la lotta per la legalità e contro il crimine organizzato, ma anche la difesa dei diritti umani e il sostegno ai valori morali e sociali che ispirano le legislazioni e le comunità internazionali più avanzate.

La carovana ha festeggiato quest'anno il traguardo della centesima tappa in Sicilia, dove ha avuto origine insieme alla cooperativa Placido Rizzotto – Cento Passi, con una proiezione che si è svolta il 10 luglio a Portella della Ginestra, presso il centro ippico "Giuseppe Di Matteo". Questa struttura prende il nome dal bambino – figlio di un collaboratore di giustizia – ucciso su ordine dei capimafia Giovanni Brusca, Leoluca Bagarella e Gaspare Spatuzza e poi sciolto nell'acido. L'area, confiscata a Brusca, è stata restituita alla legalità grazie al lavoro della cooperativa.

La cultura antimafia: il progetto editoriale "Atlante delle mafie"

Nell'ambito dell'impegno della Fondazione sui temi della legalità, Unipolis partecipa e sostiene economicamente la pubblicazione realizzata dall'editore Rubbettino con la pubblicazione dell' **"Atlante delle mafie"**, curato da tre studiosi della criminalità organizzata – Enzo Ciconte; Francesco Forgione, Isaia Sales – e che vede il contributo di numerosi altri storici, magistrati, ricercatori, operatori ed esperti.
L'iniziativa è articolata in tre anni e altrettanti volumi, dedicati ad indagare in profondità il fenomeno mafioso e criminale nel nostro paese e la sua proiezione internazionale.

www.fondazioneunipolis.it/atlantemafieinsenato →

Presentazione dell' "Atlante" in Senato con il Presidente Pietro Grasso

Il 6 giugno 2013 si è svolta, presso la Biblioteca del Senato "Giovanni Spadolini", nella Sala degli Atti parlamentari in Piazza della Minerva a Roma, la presentazione del primo volume dell'"Atlante delle mafie". Nel corso dell'incontro, promosso dalla Fondazione Unipolis e dall'editore Rubbettino in occasione della pubblicazione del primo dei volumi dell'opera curata da Enzo Ciconte, Francesco Forgione e Isaia Sales, il numeroso pubblico presente ha potuto ascoltare, oltre ai curatori, un intervento dello stesso Presidente di Palazzo Madama, Pietro Grasso (autore di uno dei saggi dell'Atlante, scritto nella sua veste di Procuratore nazionale antimafia, incarico ricoperto prima delle sue dimissioni e dell'elezione a senatore nelle consultazioni del febbraio 2013), e le riflessioni di Giuseppe Pignatone, Procuratore della Repubblica di Roma; Pierluigi Stefanini, presidente del Gruppo Unipol e di Unipolis e Santo Della Volpe, direttore di Liberainformazione e giornalista di Tg3 Rai.
"Sono sicuro che quest'opera costituirà un utile strumento per capire meglio le origini, le ragioni del radicamento e i suoi elementi costituitivi… e ci aiuterà a riconoscere, raccontare ed a contrastare la mafia, i mafiosi ed i loro complici". Con queste parole

il Presidente del Senato Pietro Grasso ha espresso il suo apprezzamento al progetto, definendolo "importante e innovativo" e chiedendo ai curatori di "proseguire con lo stesso entusiasmo perché quanto prima possiamo veder nascere gli altri volumi dell'opera, che, come il Titano Atlante riusciva a reggere la volta celeste, contribuirà a far conoscere il mondo della mafia."

Il primo volume, uscito a fine 2012, è stato oggetto di diverse presentazioni nel corso del 2013. Il 17 maggio è stato illustrato al **Salone del Libro di Torino**, presso il Lingotto Fiere, alla presenza di Enzo Ciconte, tra i curatori dell'opera; don Luigi Ciotti, presidente di Libera; Pierluigi Stefanini, presidente del Gruppo Unipol e della Fondazione e Nicola Tranfaglia, storico e autore di uno dei saggi dell'"Atlante".
Un altro appuntamento si è tenuto il 7 settembre nell'ambito del **Festival della letteratura** di Mantova, dove Enzo Ciconte e lo scrittore e autore televisivo Carlo Lucarelli si sono confrontati sul tema "Tutte le mafie d'Italia e del mondo", prendendo spunto proprio dall'Atlante delle Mafie.
Il Presidente del Senato poi ha partecipato anche a un altro incontro sul tema che si è svolto il 5 ottobre in occasione di **"Internazionale a Ferrara"** nella città estense. Al dibattito, dal titolo "Mafie di successo. Conoscerle per combatterle", sono intervenuti, insieme a Pietro Grasso, Enzo Ciconte, uno dei curatori e docente a Roma Tre e L'Aquila; Santo Della Volpe, direttore di Liberainformazione e giornalista Tg3 Rai; Federico Varese, criminologo e docente alla Oxford University (UK) e Pierluigi Stefanini, presidente del Gruppo Unipol e di Unipolis.
A dicembre 2013 è uscito il secondo volume dell'opera, che sarà oggetto di presentazioni e dibattiti nel corso del 2014.

Sicurezza e Legalità: sintesi delle risorse impiegate

Nel corso del 2013, le risorse impiegate nell'area sicurezza e legalità sono state pari a 210 mila euro.

La Solidarietà

La Fondazione Unipolis sostiene progetti e associazioni – in proprio o in partnership – che hanno come obiettivo quello di facilitare l'integrazione lavorativa e personale di cittadini che si trovano in situazioni di difficoltà, siano esse materiali o culturali. In particolare, Unipolis ha scelto di impegnarsi per accrescere la consapevolezza delle persone e aumentare in tal modo il loro grado di autonomia e di autodeterminazione.

La Fondazione Ivano Barberini

La Fondazione Ivano Barberini, che porta il nome dello storico dirigente del movimento cooperativo italiano, per molti anni presidente di Legacoop e poi dell'Alleanza Cooperativa Internazionale, promuove iniziative di studio, approfondimento e divulgazione dell'esperienza cooperativa in Italia e in Europa. Attività pienamente coerenti con i valori e l'ispirazione che contraddistingue il Gruppo Unipol, che in ragione della sua storia e dell'attuale azionariato di controllo della società, affonda le proprie radici proprio nel mondo cooperativo. In questo quadro, la Fondazione Unipolis ha scelto di sostenere una delle attività di natura solidaristica della Fondazione Barberini, ossia le iniziative volte a dare un concreto sostegno ai soci delle cooperative in crisi e che, in seguito alle loro complesse vicende, hanno perduto il lavoro e quote sociali investite nelle stesse cooperative.

www.fondazionebarberini.it

La Fondazione per la Collaborazione tra i Popoli

Promossa dall'ex Presidente della Commissione Europea Romano Prodi, la Fondazione per la Collaborazione tra i Popoli è impegnata a sostenere processi di dialogo, integrazione politica e sviluppo sociale in particolare per quanto riguarda il continente africano. Dopo gli appuntamenti di Bologna del 2010 e di Washington DC, il 15 e il 16 giugno 2011, la terza e ultima conferenza della serie "Africa: 53 Nazioni, una Unione" si è svolta ad Addis Abeba il 3 e 4 maggio 2012, alla quale hanno partecipato qualificati esponenti della politica e dell'economia di numerosi paesi del Continente, oltre a rappresentanti delle Nazioni Unite e di altre organizzazioni internazionali. Al centro del confronto il tema dell'integrazione come presupposto per la pace e lo sviluppo sostenibile dell'Africa. Inoltre, si è discusso di pace, di infrastrutture continentali e di regole necessarie a un funzionamento equilibrato del mercato. La conferenza è stata incentrata sul ruolo delle Nazioni Unite, dell'Unione Africana, dell'Unione europea e dei governi degli Stati Uniti e della Cina. Sono state coinvolte importanti organizzazioni internazionali come la Banca Mondiale, la Banca Africana per lo Sviluppo, l'Organizzazione Mondiale del Commercio, e la Commissione Economica per l'Africa.

www.fondazionepopoli.org

La Comunità di Capodarco di Fermo

Anche nel 2013, la Fondazione Unipolis ha rinnovato il proprio sostegno alla Comunità di Capodarco di Fermo, in particolare alle attività dell'agenzia giornalistica Redattore Sociale. La Fondazione ha sostenuto la ventesima edizione del seminario nazionale per giornalisti e operatori della comunicazione – quest'anno intitolato "La sostanza e gli accidenti. Giornalisti in cerca dell'essenziale (tra gli inganni della transizione)" – promosso dall'agenzia dal 29 novembre al 1° dicembre 2013. Per il secondo anno consecutivo, il contributo di Unipolis ha consentito di mettere a disposizione alcune borse di studio per l'accesso al seminario da parte di giovani giornalisti.

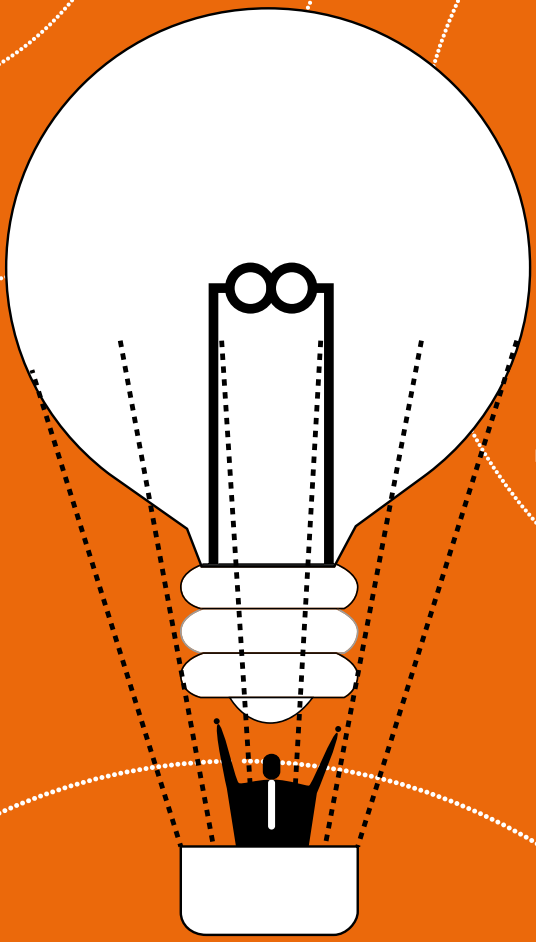
Solidarietà: sintesi delle risorse impiegate

Nel corso del 2013, le risorse impiegate nell'area sicurezza e legalità sono state pari a 185 mila euro.

www.comunitacapodarco.it

culturability

fare insieme in cooperativa



Culturability
i risultati raggiunti e la fiducia nel futuro

Quando abbiamo pensato, elaborato e poi avviato il Bando **"culturability – fare insieme in cooperativa"**, avevamo un'idea sufficientemente precisa dell'obiettivo che volevamo perseguire, ma nessuna certezza circa il risultato. Il nostro scopo era dare un contributo a creare nuove occasioni di lavoro per i giovani, in un ambito, quello culturale e creativo, decisivo per lo sviluppo sociale e civile, oltre che economico del nostro Paese. Così come eravamo consapevoli che si trattava di un obiettivo che poteva essere realizzato solo se fossimo stati capaci di coinvolgere altri soggetti, dei partner qualificati e motivati, in un percorso lungo e impegnativo, ma anche innovativo e per tanti versi entusiasmante.

Senza nessuna superbia o eccesso di enfasi, a un anno e mezzo di distanza crediamo di poter affermare di avere raggiunto tutti, o almeno larghissima parte, degli obiettivi che ci eravamo proposti. Sia per il merito – ne fanno fede i numeri che documentiamo nelle pagine successive – che per il metodo, come testimoniano il grande impegno e la collaborazione costante che abbiamo avuto da parte dei tanti partner, oltre che le testimonianze delle migliaia di ragazze e di giovani con i quali siamo entrati in contatto, molti dei quali abbiamo incontrato fisicamente in decine e decine di incontri in tutta Italia.

Dunque, va ribadito, una scelta e un'iniziativa che sono nate dalla consapevolezza che la questione della disoccupazione o, meglio, dell'assenza di lavoro per i giovani, sia il problema più grave e per tanti versi più drammatico della società italiana. Che ha di fronte un'intera nuova generazione che si interroga, in modo persino angosciato, sul proprio futuro. E un Paese moderno, civile, responsabile deve impegnarsi per uscire dall'inerzia che finora lo ha contraddistinto per dare risposta a questa grande questione nazionale. Certo, tocca in primo luogo alle istituzioni pubbliche provare a dare risposte. Ma non basta. Serve uno sforzo comune, collettivo, di tutti coloro che nel mondo economico, sociale, associativo hanno a cuore il futuro dei giovani e dell'Italia.

Ed, appunto, ciò che abbiamo fatto con "culturability – fare insieme in cooperativa". Unendo, cioè, cultura e lavoro, un binomio che consideriamo non solo importante, ma fondamentale per il progresso e il futuro della società. Con l'aggiunta del "cooperare". Perché oggi, in una società complessa, nella quale la conoscenza è sempre meno il risultato di un atto individuale, ma ricerca e impegno comune e condiviso, la coprogettazione, il co-operare, il "fare insieme" – appunto – è il modo migliore per costruire soluzioni e sistemi tecnologicamente, ma anche socialmente innovativi.

Ci hanno molto confortato e ulteriormente stimolato in questa scelta le parole del Presidente

Giorgio Napolitano a proposito dell'importanza della *"cultura come motore o moltiplicatore dello sviluppo"*; *"sviluppo produttivo, sviluppo dell'occupazione e, soprattutto, prospettiva di valorizzazione delle personalità e dei talenti dei giovani, delle giovani generazioni"*. Il capo dello Stato ha parlato di una vero e proprio *"assillo"* che tutti dobbiamo avere parlando di giovani e di cultura. Per i quali sono necessari gli impegni di *"soggetti istituzionali da riqualificare e soggetti del privato e del privato sociale da chiamare a raccolta, da stimolare. Abbiamo bisogno di investimenti privati, abbiamo bisogno di investimenti pubblici, abbiamo bisogno di mobilitazione nuova di soggetti sociali e cooperativi"*.

L'iniziativa di Unipolis e dei suoi partner di dare vita al Bando *culturability* corrisponde perciò a una scelta precisa, per quanto riguarda l'ambito e le modalità adottate.

La cultura, il sapere, la conoscenza sono fattori essenziali di crescita sociale e civile; sono strumenti per ridurre le disuguaglianze sociali, che negli ultimi decenni sono tornate a crescere in misura assai rilevante e inaccettabile per un Paese moderno. Non solo. Le disuguaglianze sociali, come quelle culturali sono anche un vero e proprio ostacolo allo sviluppo economico. Lo dimostra il fatto che a crescere di più sono proprio i Paesi che investono maggiormente in ricerca e in cultura.

Come Fondazione Unipolis ci sentiamo di avere dato il nostro contributo – limitato, ma certo non insignificante – a questa prospettiva di crescita e di innovazione. E con noi lo hanno dato diversi partner, a cominciare da quelli cooperativi – Legacoop sia a livello nazionale che territoriale e Coopfond – che hanno a loro volta intrapreso nuovi percorsi utili a promuovere iniziative imprenditoriali e di lavoro.

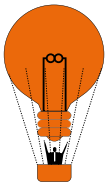
Lo stesso nuovo grande Gruppo Unipol ha saputo valorizzare l'esperienza di *culturability*, avviando la costituzione di un incubatore d'impresa, che si propone di contribuire a far nascere start up innovative in vari campi e settori in grado di accrescere il benessere sociale delle persone e delle comunità.

Oggi in Italia ci sono quindici nuove cooperative, nate anzitutto grazie all'impegno, alla passione, alla competenza, all'intelligenza, alle idee e alla volontà di tante ragazze e ragazzi di prendere nelle loro mani il loro futuro. Come Fondazione Unipolis, abbiamo offerto un'opportunità, un'occasione, un aiuto affinché questi loro sogni potessero trasformarsi in realtà. Questi giovani hanno cominciato un cammino, che ci auguriamo sia lungo e prodigo di soddisfazioni.

In ogni caso, comunque vada, potranno dire di averci provato. E sicuramente saranno più forti se dovranno riprovarci. Perché avranno potuto fare esperienza, mettersi alla prova, insieme ad altri, condividendo impegni e sacrifici, successi e delusioni. Sappiamo, peraltro, che sono nate e stanno nascendo anche altre cooperative, oltre quelle selezionate e che hanno ricevuto il contributo di Fondazione Unipolis, sorte sulla base dei progetti presentati a *culturability*. È un fatto importante, così come sono importanti le tante iniziative che stanno nascendo per aiutare la costruzione di start up e di nuove imprese. Sono segni di speranza e di fiducia nel futuro.

Walter Dondi
Direttore Fondazione Unipolis

legacoop
Il lavoro
per crescere



Cultura innovazione e sostenibilità

Culturability è uno spazio in cui la cultura genera innovazione e occupazione con progetti sostenibili a impatto sociale promossi dai giovani, dove lo stretto legame tra cultura, creatività e sviluppo si riafferma a partire dalla nascita di nuove imprese. Per promuovere la creazione e sostenere queste start up, nel corso del 2013 la Fondazione Unipolis ha realizzato **"culturability – fare insieme in cooperativa"**, un bando nazionale riservato agli under 35 che vogliono aprire nuove imprese nei settori culturale e creativo in una forma d'impresa specifica, che è quella cooperativa.

Il bando è nato all'interno del progetto **"culturability – la responsabilità della cultura per una società sostenibile"**, avviato nel 2009 dalla Fondazione, di cui si dà conto nel capitolo "Cultura" del Bilancio di Missione. "Culturability" è un efficace neologismo che veicola l'idea di creare abilità, opportunità e progettualità, facendo perno sulla cultura.

Già alla fine del 2012, sulla base di una riflessione sul contesto sociale ed economico del Paese, si è deciso di dare nuovo slancio a questa progettualità, coniugando l'attenzione al tema della sostenibilità della cultura con un interesse verso i mondi dell'imprenditorialità giovanile e dell'innovazione sociale. Nella convinzione che sia possibile ripartire dalla cultura per rilanciare lo sviluppo, promuovere l'occupazione e l'innovazione con progetti sostenibili.

Tutte queste considerazioni sono state alla base di una elaborazione che si è poi tradotta nel bando *culturability*, un'idea che tiene assieme cultura e innovazione. È difficile pensare a una rivitalizzazione del sistema di produzione del valore economico e sociale che non muova anche dalla cultura, così come è evidente che le imprese di questi comparti hanno un potenziale innovativo molto elevato. Sin dall'inizio, nel percorso del bando, le parole cultura, creatività, sostenibilità e innovazione sono state legate, con la consapevolezza che, una volta generata, l'innovazione non sia mai destinata a restare interna a un'impresa, a un'istituzione o a una qualsivoglia realtà, ma contamini tutto il contesto.

Per supportare la nascita di queste nuove imprese, la Fondazione Unipolis ha stanziato inizialmente **200 mila euro a fondo perduto**, da suddividere fra i 10 progetti selezionati da un'apposita Commissione di Valutazione, a ciascuno dei quali destinare **20 mila euro**. Di fronte all'elevata adesione riscontrata dal bando, Unipolis ha poi deciso di aumentare il budget a **300 mila euro**, così da portare a 15 il numero di start up sostenute.

Al contributo economico, si è aggiunta un'attività di supporto e *mentoring* per accompagnare le start

21 FEBBRAIO 2013

IL SITO IL GIORNO DEL LANCIO

www.unipolsai.it

www.unipolbanca.it

up nella fase di costituzione e di entrata nel mercato. L'attività di sostegno ai progetti è stata una caratteristica di *culturability* che ne ha contraddistinto il percorso sin dall'inizio, grazie all'attivazione di un network di soggetti che hanno messo a disposizione dei giovani partecipanti il proprio know-how. Sono partner del Bando: Unipol Banca e Unipol SAI Assicurazioni (ora UnipolSai Assicurazioni), Legacoop (con la sua rete di servizi centrale e territoriale), i giovani cooperatori di Generazioni e gli esperti di SeniorCoop, Coopfond, la Fondazione ←ahref, che con la sua piattaforma Timu ha contribuito a far vivere l'intero progetto sul web. L'idea del bando, nata all'interno della Fondazione, è stata condivisa e sviluppata in stretta collaborazione con tutti i partner, che hanno svolto un ruolo importante. Durante l'intero percorso, i giovani che hanno deciso di intraprendere il cammino della creazione di un'impresa hanno così potuto contare sulla consulenza e l'aiuto di soggetti e persone competenti, in grado di risolvere i tanti e complessi problemi che si manifestano nella costituzione di una nuova azienda. Un elemento essenziale per trasformare buone idee in progetti sostenibili.

www.legacoop.coop

www.ahref.eu

www.timu.civiclinks.it

www.generazioni.legacoop.it

www.coopfond.it

I destinatari e i settori del Bando

Culturability nasce come progetto che offre opportunità di formazione e di occupazione alle nuove generazioni che vogliono puntare sulle proprie capacità e competenze, per dare risposte innovative alle questioni che sono aperte nella società italiana. La partecipazione al Bando è stata, quindi, riservata a progetti imprenditoriali presentati da **giovani tra i 18 e i 35 anni**, desiderosi di mettersi in gioco assieme ai propri coetanei e di farlo in modo cooperativo. Si è deciso di puntare su un'idea di imprenditorialità "condivisa", con l'obiettivo di favorire percorsi in cui le energie si mettono assieme e non competono solamente. Per questo, è stata definita una forma specifica per le start up, quella cooperativa, che richiede la presenza di **almeno 3 persone** che decidono di diventare "soci". Tre è stato, quindi, anche il numero minimo di partecipanti di cui ogni team di lavoro doveva essere composto. In questo modo, il Bando si è caratterizzato sin da subito come un progetto non adatto ai "solitari", ma rivolto alle persone che amano condividere, collaborare e, soprattutto, cooperare attivamente all'interno di una nuova impresa.

Per partecipare al Bando era richiesta la cittadinanza italiana – anche da parte di residenti all'estero, per dare un piccolo segnale di contrasto al fenomeno della "fuga di cervelli" – oppure stranieri, purché residenti in Italia. Sono stati ammessi anche **spin off di università, associazioni e organizzazioni non-profit**, con l'idea di offrire un sostegno concreto a coloro che avevano già intrapreso un percorso comune in ambito culturale e creativo e necessitavano di un ulteriore supporto per evolvere, laddove ce ne fossero state le condizioni, verso la costituzione di un soggetto imprenditoriale. La possibilità di partecipare è stata data anche a

GIOVANI DAI 18 AI 35 ANNI
cittadini italiani (anche residenti all'estero) e stranieri (purché residenti in Italia e in regola)

UN TEAM DI ALMENO 3 PROPONENTI
(il numero minimo per costituire un'impresa cooperativa)

SPIN OFF
da università, imprese, associazioni, etc
COOP E COOP SOCIALI
già costituite da non più di un anno e inattive

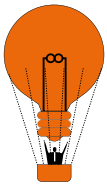
cooperative e cooperative sociali costituite da non più di un anno e ancora sostanzialmente inattive, per dare un supporto alle imprese già costituite ma che, per motivi economici o di altro tipo, non avevano ancora avviato in misura significativa le attività.

Culturability, in quanto mirato al sostegno di nuove imprese nel settore culturale e creativo, richiedeva che le idee presentate riguardassero attività e progetti che avessero al centro i seguenti campi:

- attività *core*: arti visive, arti performative, patrimonio storico-artistico-architettonico;
- industrie culturali: editoria – comprese le sue declinazioni multimediali, industria musicale, radio-televisione, cinema e videogiochi;
- industrie creative: architettura, pubblicità e *branding*, design.

Parlare di *culturability* significa sostenere un'idea di cultura strettamente legata a una dimensione di innovazione sociale e sostenibilità. Come esplicitato nel testo del Bando, le idee imprenditoriali dovevano quindi essere connotate, almeno parzialmente, dalle seguenti caratteristiche:

- promuovere la creazione di nuovi posti di lavoro, soprattutto per i giovani;
- avere un impatto sociale positivo, favorire la coesione, l'accesso alla cultura e ai saperi da parte del maggior numero di persone;
- attivare e incrementare la capacità di relazione e interazione con soggetti terzi attraverso la costruzione di reti territoriali e reti on-line;
- ricercare forme innovative di progettazione, produzione, distribuzione e fruizione della cultura;
- essere economicamente sostenibili nel tempo, affinché l'impresa cooperativa si mantenga attiva ed efficiente nel lungo periodo.



Un percorso all'insegna del fare insieme

Il percorso del Bando *culturability* è durato quasi un anno: dieci mesi intensi di grande entusiasmo, ricchi di stimoli per i giovani partecipanti e per le persone che hanno preso parte, a vario titolo, all'iniziativa. La *call* è stata lanciata nel febbraio 2013 e a dicembre sono stati comunicati i 15 progetti selezionati. Con la fine dell'anno non si è, tuttavia, concluso il cammino, perché l'inizio del 2014 ha segnato l'avvio di una nuova fase con la costituzione delle cooperative e dell'attività di supporto.

Il tragitto è stato lungo e complesso perché si è optato per un'impostazione "non tradizionale" del Bando rispetto ad altre iniziative simili. Una peculiarità è stata l'**attività di sostegno e formazione** offerta sin dall'inizio ai giovani partecipanti, con l'obiettivo di mettere a disposizione del numero più elevato possibile di under 35 strumenti e competenze. In questo modo, Unipolis ha incentivato la diffusione di una cultura d'impresa, in particolare in ambito cooperativo, che genera innovazione e occupazione con progetti sostenibili. Una scelta strettamente connessa anche ad alcune specificità dell'iniziativa, come l'età dei partecipanti, che lasciava presupporre che l'attività formativa potesse essere particolarmente utile e vantaggiosa non solo ai fini del Bando, ma in grado di "seminare" e dare spunti potenzialmente necessari anche al di là di *culturability*. Nella fase di *coaching*, si è lavorato molto sulla dimensione di progettualità economica, oltre che sulla specificità della forma cooperativa, con un supporto nella redazione del *business plan* per le idee che avevano superato il primo step di selezione.

Il percorso di *culturability*, già chiaro prima del lancio dell'iniziativa, si è evoluto nel corso dei mesi anche in relazione al successo e alla grande partecipazione riscontrata, oltre che ai *feedback* e alle esigenze raccolte dai *team* di lavoro partecipanti.

LE FASI DEL BANDO

FASE 1
LANCIO DEL BANDO E PRIMA SELEZIONE DELLE IDEE PROGETTUALI
21 febbraio
24 maggio 2013

FASE 2
INCONTRI DI INFORMAZIONE E FORMAZIONE NEI TERRITORI
21 giugno
16 luglio 2013

FASE 3
ELABORAZIONE E INVIO DEI PROGETTI DEFINITIVI
17 luglio
31 ottobre 2013

FASE 4
VALUTAZIONE E SELEZIONE DEI PROGETTI
1° novembre
19 dicembre 2013

FASE 5
COSTITUZIONE DELLE COOPERATIVE CON SUCCESSIVO TUTORAGGIO E MONITORAGGIO
1° semestre 2014

FASE 1
LANCIO DEL BANDO E PRIMA SELEZIONE DELLE IDEE PROGETTUALI

LANCIO DEL BANDO E PUBBLICAZIONE DELLE PROPOSTE
21 febbraio 2013 • 30 aprile 2013

INVIO DELLE IDEE PROGETTUALI TRAMITE LA FORM ON LINE SUL SITO

INCONTRI DI PRESENTAZIONE DEL BANDO SUL TERRITORIO NAZIONALE

PRIMA SELEZIONE
01 maggio 2013 • 24 maggio 2013

VALUTAZIONE DEI REQUISITI DI AMMISSIBILITÀ DELLE IDEE PROGETTUALI DA PARTE DI UN TEAM DI ESPERTI

COMUNICAZIONE DELLE IDEE PROGETTUALI CHE HANNO SUPERATO LA PRIMA FASE DI SELEZIONE

www.startup.culturability.org

timu.civiclinks.it/m./inquiry/culturability-fare-insieme-in- cooperativa

Il Bando è stato lanciato il 21 febbraio 2013 con l'apertura della *call online*, chiusa poi il 30 aprile. Nell'arco di quei due mesi, si è lavorato sulla promozione di *culturability*, optando per una comunicazione che puntasse sul web, considerati tipologia di progetto e target. Essenziali sono stati la **piattaforma dedicata all'iniziativa**, ospitata in una sezione ad hoc del sito di *culturability*, e i social network dei progetti su **Facebook** e **Twitter**. Il sito del bando è stato anche uno strumento di lavoro essenziale perché le proposte candidate venivano inviate mediante una *form online*, all'interno della quale caricare i dati relativi al team partecipante (breve presentazione e curricula di tutti i soggetti e, nel caso di spin off, alcune informazioni sull'ente) e al progetto, con la possibilità di inviare anche immagini e altri materiali multimediali di accompagnamento.

Ogni volta che una nuova candidatura era caricata sul sito, veniva inviato in automatico un *tweet* descrittivo della proposta dall'account di *culturability*, con un testo scelto e inserito dai partecipanti. Inoltre, lo stesso *tweet* restava visibile sul sito, così da offrire una panoramica generale di tutte le proposte pervenute. Al momento dell'iscrizione, inoltre, il *team* di lavoro poteva decidere anche se rendere visibile una parte più ampia del progetto per potersi raccontare ed avere visibilità sul web. All'interno della piattaforma, era (ed è) così disponibile una panoramica di tutte le proposte pervenute, che offrono un interessante spaccato delle tendenze e delle idee che si muovono in questi settori nel Paese.

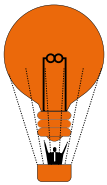
Contemporaneamente, oltre a inviare il progetto "ufficiale" ai fini del bando, i partecipanti hanno potuto pubblicare informazioni aggiuntive, materiali multimediali e altro, sulla piattaforma **Timu** della **Fondazione ‹ahref**, in una "storia" dedicata. Gli under 35 hanno potuto così raccontare il cuore della propria idea, la filosofia che la ispirava e i bisogni sociali cui rispondeva, aggiungendo altri contenuti rispetto a quelli caricati sul sito di *culturability*, dando spazio anche a una descrizione della realtà territoriale di provenienza. Racchiudere un progetto creativo in una *form* con campi chiusi è complesso, per questo si è pensato di lasciare libero spazio alla creatività e all'ingegno su Timu. I *team* di lavoro hanno potuto raccogliere suggerimenti e commenti, aprire discussioni e invitare altre persone alla co-progettazione on-line di parti del proprio progetto o di singole attività. Lo spazio web si è configurato come un luogo per condividere e migliorare la propria proposta giorno per giorno, un diario per raccontarne le tappe, i protagonisti, gli scenari.

www.facebook/culturability

www.twitter/culturability

www.ahref.eu

www.culturability.org/iltourdiculturability



Una conversazione, anche nel senso letterale del termine, dove dare il proprio contributo di pensiero e passione, per trasformare le buone idee in imprese sostenibili. Sin da subito, *culturability* è stato legato a una dimensione fisica e territoriale e si è lavorato per creare un rapporto diretto con le nuove generazioni. Nei mesi di marzo e aprile, sono stati promossi e/o si è preso parte su invito a **17 incontri di presentazione del Bando**: un'occasione per raccontare non solo l'iniziativa, ma anche per fare network con realtà e persone che lavorano nel mondo della cultura, delle start up e dell'innovazione, confrontarsi su queste tematiche, nonché stabilire un contatto con gli under 35 interessati a partecipare al Bando. Un lungo *tour* che ha attraversato buona parte della Penisola, nel corso del quale Unipolis ha incontrato oltre **mille giovani**. Gli incontri si sono svolti in luoghi differenti: nelle Università (con l'idea che non devono essere gli studenti a rivolgersi al mondo delle imprese, ma sia importante intercettarli andando nei loro luoghi), presso spazi di *co-working* e *hub*, all'interno di altre manifestazioni.

Dall'esperienza molto stimolante del *tour*, sono emersi alcuni elementi che hanno poi trovato conferma anche nelle fasi successive del Bando: la difficoltà dei giovani partecipanti a raccontare la propria idea in una veste progettuale e imprenditoriale chiara, la scarsa conoscenza della forma cooperativa e del fatto che una cooperativa sia un'impresa a tutti gli effetti (e non un'associazione o una onlus, con differenze a seconda dei contesti regionali). Ovunque, però, molte idee interessanti e originale, assieme a un profondo entusiasmo e una voglia tangibile "di fare".

Nel frattempo, mentre la *call* era aperta, si è costruito un rapporto di collaborazione con la Legacoop nazionale e con le sue articolazioni locali, che hanno svolto un ruolo di promozione attiva del Bando sui territori, prendendo parte in alcuni casi anche agli incontri. Allo stesso modo, si sono utilizzati anche i canali tradizionali di comunicazione con l'attività di ufficio stampa e l'invio di newsletter ad hoc.

Durante le settimane del *tour* e anche dopo, lo staff di Unipolis è stato a disposizione di tutti gli interessati per informazioni e chiarimenti, rispondendo a circa 800 domande via mail, altrettante telefonicamente e oltre un centinaio di richieste sui social network.

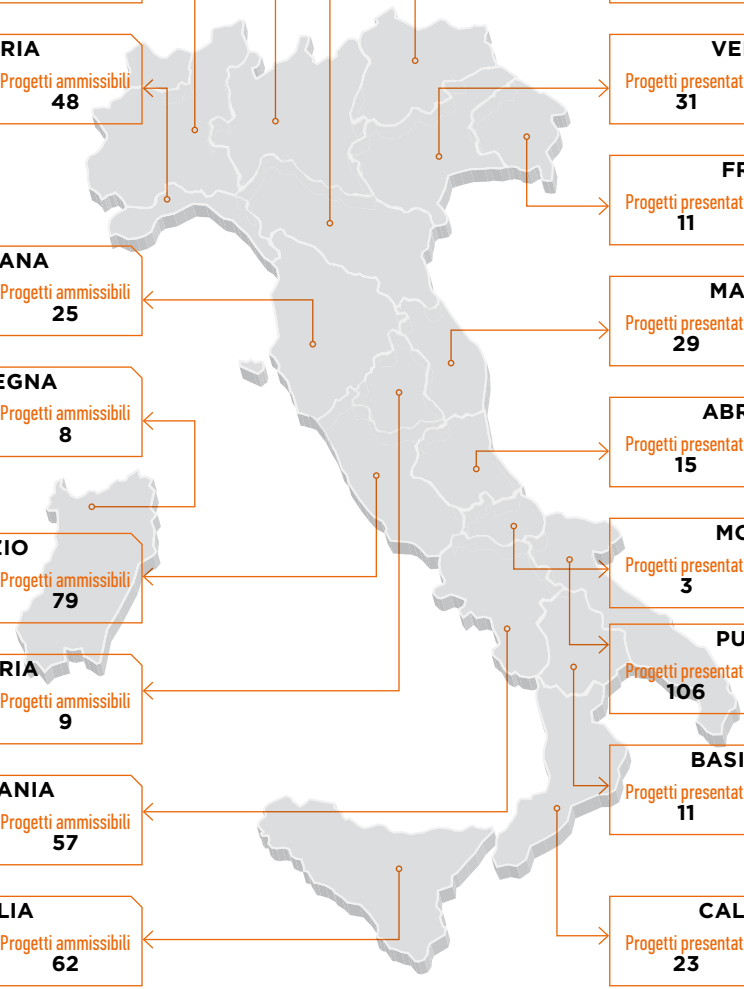
La partecipazione al Bando è stata chiusa il 30 aprile a mezzanotte. Sono pervenuti **824 progetti presentati da quasi 3 mila ragazze e ragazzi provenienti da tutte le regioni italiane** (eccetto la Val d'Aosta). Di fronte alla grande partecipazione riscontrata dal Bando, la Fondazione Unipolis ha deciso di aumentare il **budget da 200 a 300 mila euro**, sostenendo così la costituzione di 15 cooperative, anziché le 10 previste originariamente. I numeri elevati hanno determinato anche una parziale revisione del percorso successivo.

Queste prime idee imprenditoriali sono state sottoposte a una verifica di ammissibilità rispetto ai requisiti del Bando e sono **581 i progetti che hanno superato il primo step**, il 70,5 % del totale.

Tutte le informazioni relative ai progetti partecipanti alla fase 1 del Bando sono sintetizzate nelle immagini che seguono. Emerge una capillarità dei progetti provenienti da tutta la Penisola, anche dalle regioni che non hanno una forte tradizione cooperativa e dal Mezzogiorno.

www.culturability.org/grandeadesioneculturability

TOTALE
PROGETTI PRESENTATI
824
PROGETTI AMMISSIBILI
581



	Progetti presentati	Progetti ammissibili
LOMBARDIA	67	48
PIEMONTE	33	21
LIGURIA	67	48
TOSCANA	33	25
SARDEGNA	11	8
LAZIO	108	79
UMBRIA	9	9
CAMPANIA	84	57
SICILIA	94	62
EMILIA-ROMAGNA	108	80
TRENTINO	12	8
VENETO	31	19
FRIULI	11	8
MARCHE	29	23
ABRUZZO	15	13
MOLISE	3	3
PUGLIA	106	74
BASILICATA	11	8
CALABRIA	23	15

I PARTECIPANTI

PER **15** STARTUP CULTURALI
E CREATIVE IN FORMA COOPERATIVA

2.932 PARTECIPANTI, DI CUI **1.640** FEMMINE E **1.292** MASCHI

28,7 ANNI ETÀ MEDIA DEI PARTECIPANTI

85 STRANIERI RESIDENTI IN ITALIA O ITALIANI RESIDENTI ALL'ESTERO

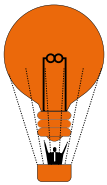
I PRINCIPALI AMBITI DI INTERVENTO

- WEB
- TURISMO CULTURALE
- FORMAZIONE E E-LEARNING
- EDITORIA E LETTERATURA
- FESTIVAL E EVENTI CULTURALI
- DESIGN E ARTIGIANATO
- PATRIMONIO STORICO ARTISTICO E CULTURALE

Tanti i progetti presentati
Unipolis aumenta il budget da 200 a 300 mila euro e le cooperative da 10 a 15

200.000 €
E UNA RETE DI PARTNER
per un percorso di accompagnamento alla costituzione delle imprese

300.000 €
E UNA RETE DI PARTNER
per un percorso di accompagnamento alla costituzione delle imprese



FASE 2
INCONTRI NEI TERRITORI

Per sostenere la nascita delle start up, culturability coniuga contributo economico e attività di supporto alla creazione di impresa. Un sostegno garantito a tutti i progetti ammessi alla selezione finale, attraverso un percorso di accompagnamento e formazione.

Nei mesi di giugno e luglio, è stato organizzato un secondo tour di appuntamenti dedicati ai 581 progetti ammissibili: **13 incontri di *coaching*** dedicati ai giovani aspiranti cooperatori svolti nei loro territori di provenienza. Visti i numeri molto elevati, è stato chiesto ad ogni progetto di essere presente con un solo referente, per un totale di 500 partecipanti effettivi alla fine del percorso. Durante le giornate, sono stati messe a disposizione una serie di competenze, informazioni e strumenti sul modello cooperativo, su come fare un business plan e altro ancora. Gli incontri sono stati anche un'occasione per promuovere fra gli under 35 la cultura d'impresa, con una specifica attenzione alla forma cooperativa.

L'attività formativa riservata alle proposte che avevano superato il primo step del Bando, già presente al momento dell'ideazione di *culturability* e della definizione del percorso, è stata parzialmente rivista nelle forme e nelle modalità d'organizzazione in considerazione dell numero molto elevato di progetti partecipanti. È stato così realizzato una sorta di "incubatore diffuso" lungo tutta la Penisola, garantendo consulenza e assistenza specialistica nel campo creditizio, legale, giuslavoristico e fiscale, grazie a un gruppo composto da Unipolis e dai partner del Bando. La Fondazione e la Legacoop nazionale hanno coordinato una piccola task force, composta da un referente delle strutture cooperative locali per tutte le regioni.

Il tour ha rappresentato un momento di contaminazione importante fra la Fondazione, gli aspiranti startupper e il mondo cooperativo. Le giornate sono servite anche per stabilire un contatto con i rappresentanti e i consulenti delle organizzazioni territoriali di Legacoop, che hanno in qualche modo "adottato" partecipanti e idee progettuali per supportarli nella loro trasformazione in vere e proprie proposte imprenditoriali strutturate.

Sulla piattaforma Timu, il tour di incontri è stato raccontato con la storia **"Road to culturability"**, caratterizzata da due sezioni che ospitavano rispettivamente i materiali di lavoro caricati tappa dopo tappa e i racconti dei ragazzi che partecipavano alle varie sessioni locali. L'obiettivo è stato accumulare una serie di strumenti utili a tutti per migliorare progressivamente il proprio progetto e avere maggiori chances di accedere alla fase finale, favorendo anche la possibilità per i partecipanti di entrare in contatto e costruire nuove relazioni e reti.

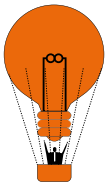
www.culturability.org/formazioneculturability

https://timu.civiclinks.it/it/m/inquiry/road-to-culturability/

INCONTRI NEI TERRITORI
21 giugno 2013 • 16 luglio 2013

INCONTRI DI FORMAZIONE DI UNA GIORNATA NEI TERRITORI CON I PROGETTI AMMISSIBILI

RISOLUZIONE DEI DUBBI ED INIZIO ELABORAZIONE PROGETTI DEFINITIVI (INCLUSO IL BUSINESS PLAN) CON SUPPORTO DURANTE GLI INCONTRI



ELABORAZIONE DEI PROGETTI DEFINITIVI
16 luglio 2013 • 31 ottobre 2013

ASSISTENZA AI PARTECIPANTI NELLA FASE DI ELABORAZIONE DEL PROGETTO FINALE DA PARTE DEI REFERENTI LOCALI DI LEGACOOP

ELABORAZIONE E INVIO DEI PROGETTI DEFINITIVI (INCLUSO BUSINESS PLAN)

FASE 3
DEFINIZIONE E INVIO DEI PROGETTI DEFINITIVI

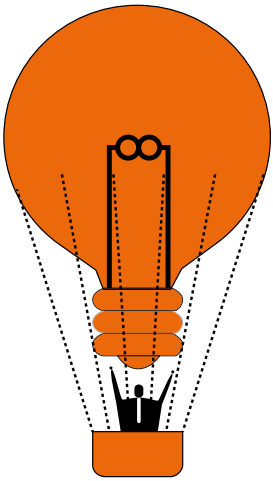
Dopo gli incontri di giugno e luglio, le strutture locali della Legacoop hanno supportato i partecipanti nella **redazione del business plan e del piano economico finanziario**. È stata data l'opportunità di mandare anche un pitch video di presentazione della propria proposta. Tutti i documenti sono stati inviati via mail entro la *deadline* del 31 ottobre.

Al fine di facilitare il lavoro dei partecipanti e favorire anche il processo di comparazione e valutazione successivo dei progetti, ai *team* di lavoro è stato fornito un *template di business plan* e una versione semplificata di piano economico elaborata da Coopfond, messa a disposizione degli under 35 con una guida di supporto. Nel corso dei mesi di elaborazione del progetto definitivo, lo staff della Fondazione e di Coopfond sono stati poi disponibili per dare informazioni e risolvere dubbi.

Alla scadenza, sono giunte alla Fondazione **272 proposte imprenditoriali** (a fronte delle 581 che avevano superato il primo step di ammissibilità). Molte di queste erano parzialmente mutate nel corso dei mesi rispetto all'idea iniziale presentata, un segnale anche del processo di maturazione e di apprendimento che i ragazzi avevano vissuto.

www.culturability.org/progettifasefinale

300.000€
PER **15** STARTUP CULTURALI E CREATIVE IN FORMA COOPERATIVA

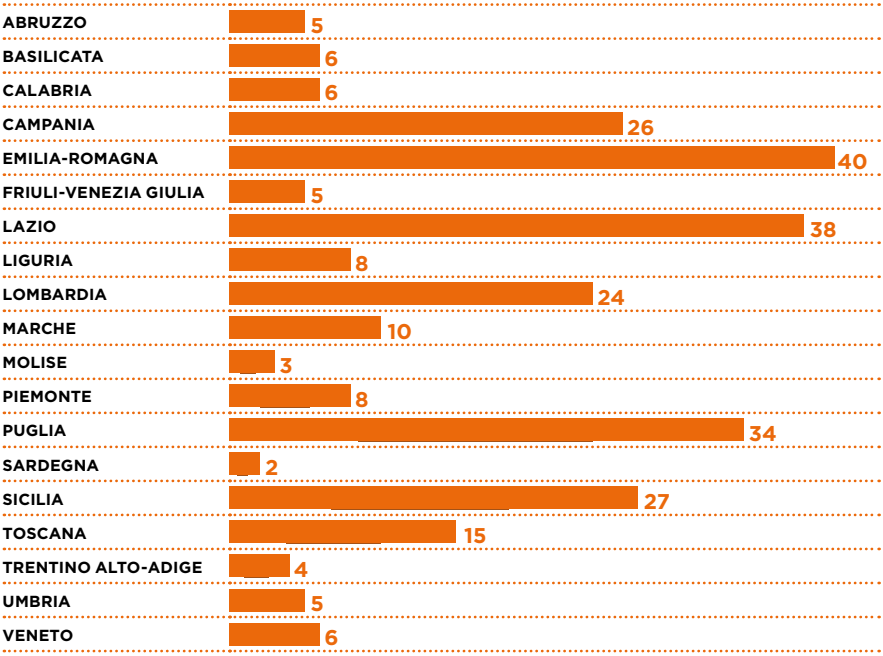


272
PROGETTI IMPRENDITORIALI
PRESENTATI E VALUTATI
RISPETTO AI **581** PROGETTI AMMISSIBILI

1.032
PARTECIPANTI

559 FEMMINE
473 MASCHI

29,1 ETÀ MEDIA



SELEZIONE DEI PROGETTI
01 novembre 2013 • 19 dicembre 2013

LA COMMISSIONE DI VALUTAZIONE SELEZIONA I 15 PROGETTI DI IMPRESA

COMUNICAZIONE DEI PROGETTI SELEZIONATI CHE ACCEDERANNO AL CONTRIBUTO

www.startup.culturability.org/bando

FASE 4
VALUTAZIONE E SELEZIONE DEI PROGETTI IMPRENDITORIALI PRESENTATI

La selezione dei quindici progetti ai quali destinare contributo economico e attività di supporto è stata compiuta dalla **Commissione di Valutazione**, composta da rappresentanti dei partner dell'iniziativa, da esperti e da personalità in maggioranza esterne alla Fondazione Unipolis, i cui nomi erano già stati resi noti nel testo del Bando.

La Commissione si è riunita tre volte per definire in maniera condivisa i criteri, l'impostazione del processo di valutazione e svolgere in maniera collegiale la selezione finale.

I criteri di valutazione, anche questi già esplicitati nel **testo del Bando**, sono stati:

1. valore culturale: la natura delle attività dovrà rispondere a criteri di significatività e di valore culturale sia per quanto riguarda gli operatori coinvolti sia per i risultati attesi in relazione ai destinatari coinvolti;
2. sviluppo e creazione di lavoro: si terrà conto dell'impatto del progetto presentato anche in relazione alla potenziale creazione di nuovi posti di lavoro;
3. innovazione e coesione sociale: l'originalità del progetto con riferimento al contesto di intervento. Gli aspetti innovativi potranno essere riscontrabili in uno o più elementi del progetto, privilegiando in particolare gli aspetti di innovazione sociale;
4. sostenibilità economica: al fine di garantire che il progetto possa mantenersi attivo ed efficiente, sviluppandosi nel medio-lungo periodo;
5. impatto ambientale: è considerato fattore rilevante la sostenibilità ecologica del progetto e se esso presenta benefici ulteriori rispetto allo status quo;
6. capacità e curricula dei proponenti: verranno prese in considerazione capacità e particolari caratteristiche dei singoli proponenti (o delle organizzazioni), soprattutto in relazione alla coerenza con l'idea progettuale e agli aspetti motivazionali".

Come deciso all'interno della Commissione e comunicato ai partecipanti, il peso dato ai criteri è stato per il 50% a favore di indicatori qualitativi e per il restante 50% quantitativi.

Il lavoro di selezione della Commissione è stato complesso perché numerosi e validi sono stati i progetti ricevuti. Il confronto fra i vari componenti ha tenuto conto del valore culturale e creativo delle proposte, così come della loro capacità di strutturarsi in progetti imprenditoriali sostenibili dal punto di vista economico. Il *template di business plan* e il piano economico finanziario inviato da ogni *team* sono stati oggetti di un'analisi e di una riflessione approfondita, così come i curricula dei partecipanti. Importanza è stata data anche all'originalità e all'innovazione, soprattutto dal punto di vista sociale, di tutte le idee. Alla fine, la scelta della Commissione è andata a favore dei **15 progetti** che, a suo giudizio, meglio interpretano la filosofia propria di "*culturability*" e rispondono ai criteri di valutazione indicati nel Bando.

L'infografica che segue raccoglie alcuni dati sui 272 progetti partecipanti.

www.startup.culturability.org

LA COMMISSIONE DI VALUTAZIONE

Don Vinicio Albanesi - Presidente Comunità di Capodarco; Chiara Bertelli - Legacoop Generazioni; Giuseppe Cogliolo - Past CEO McCann Italia e Vice Chairman McCann Worldgroup Italia; Luca De Biase - Presidente Fondazione <ahref; Walter Dondi - Direttore Fondazione Unipolis; Giancarlo Ferrari - Direttore nazionale Legacoop; Gianluca Fiorentini - Dipartimento di Scienze Economiche Università di Bologna; Giuseppina Gualtieri – Presidente TPER; Pierluigi Sacco – Docente Economia della Cultura Università IULM; Marino Sinibaldi – Direttore Radio Rai 3; Luciano Sita – Vicepresidente Nomisma; Renato Soru – Presidente e AD Tiscali; Pierluigi Stefanini – Presidente Gruppo Unipol e Fondazione Unipolis.

FASE 5
COSTITUZIONE DELLE COOPERATIVE

COSTITUZIONE COOPERATIVE E CONTRIBUTO
01 gennaio 2014 • 28 febbraio 2014

COSTITUZIONE DELLE COOPERATIVE E DEFINIZIONE DEGLI STRUMENTI GESTIONALI

ASSEGNAZIONE DEL CONTRIBUTO ALLE 15 NEO-NATE COOPERATIVE

5.2 TUTORAGGIO
primo periodo di attività della cooperativa

ASSISTENZA PER ASPETTI FISCALI, GIUSLAVORISTICI, LEGALI, ETC

INDIVIDUAZIONE DI ALTRE EVENTUALI OPPORTUNITÀ

5.3 MONITORAGGIO
primo semestre 2014

MONITORAGGIO E RENDICONTAZIONE DEI RISULTATI

FEEDBACK DIRETTI DELLE NUOVE COOPERATIVE

La Commissione di Valutazione si è riunita il 12 dicembre 2013 ed ha fatto la propria scelta. Una volta verificata la disponibilità dei selezionati, è stato dato la comunicazione del nome dei quindici progetti.

Si è aperta una nuova fase con la costituzione delle cooperative e l'attività di supporto. La Fondazione Unipolis, tutti i partner e gli under 35 selezionati sono alle prese con la sfida di trasformare una buona idea in un'impresa che funzioni. Il percorso di accompagnamento e supporto ha l'obiettivo di fare in modo che le start up non siano iniziative spot, ma durino nel tempo. L'idea della piccola *task force* della fase 3 del Bando è stata recuperata con l'individuazione, in tutte le regioni dove c'è un progetto selezionato, di un referente unico della struttura territoriale della Legacoop o di una cooperativa locale al quale gli under 35 possano rivolgersi per dubbi o necessità di diversa natura.

I 15 team di lavoro sono stati supportati nel percorso di costituzione delle cooperative, oltre che dai referenti locali della Legacoop, anche da Unipol Banca. L'assistenza per gli aspetti fiscali, giuslavoristici e legali è già partita, così come quella per gli aspetti economici e finanziari. Costruire un *business model* è un processo complesso, così come studiarlo e riadattarlo nel tempo. In questo senso, il supporto degli esperti è certamente fondamentale. Il *mentoring* continuerà nel corso dei prossimi 12 mesi, fino alla fine del 2014. Inoltre, anche in relazione alle specifiche necessità delle start up, verranno individuate anche altre opportunità, formative o di altro tipo.

Per garantire la massima trasparenza e trarre degli spunti e un *know how* su cosa significa e come si fa una start up cooperativa nei campi della cultura e della creatività, ai 15 team di lavoro verrà offerto uno spazio online per raccontare la propria esperienza sul sito del Bando.

Nel frattempo, nel corso dei primi mesi del 2014, anche altri partecipanti, che non rientravano fra i selezionati, hanno deciso di costituire comunque la cooperativa, con il supporto della struttura territoriale della Legacoop con la quale erano entrati in contatto.

Piccole cooperative crescono

Le quindici cooperative nate con il Bando *culturability* vedono direttamente protagonisti 60 ragazze e ragazzi con età media 29 anni. Esprimono progetti e modelli di *business* molto diversi tra di loro, che dimostrano il fermento e le tante energie che si muovono nel mondo creativo e culturale italiano. Soprattutto, sono espressione dell'ingegno e della capacità di tanti giovani che vogliono essere protagonisti e imprenditori del proprio futuro.

I campi dei progetti selezionati spaziano dall'artigianato digitale – che rivisita il *know how* del Made in Italy in chiave digitale – a nuove idee e strumenti per l'editoria, da spazi creativi e atelier aperti alla cittadinanza al *graphic journalism*, passando per la produzione di capi di moda etica che dà lavoro a donne svantaggiate e per la creazione di prodotti culturali cinematografici accessibili a tutti. Emerge uno scenario nuovo in cui si parte dalla tradizione culturale e creativa italiana per sperimentare nuove forme di innovazione sociale, sostenibilità e coinvolgimento delle comunità, affermando un'idea di *sharing economy* all'insegna della collaborazione e della condivisione, innovando la stessa cultura cooperativa.

Nelle pagine che seguono, le 15 cooperative nate con il Bando raccontano il proprio progetto imprenditoriale

ABRUZZO
CODE 0039

CALABRIA
ARCHITETTI EMERGENTI

CAMPANIA
BEESIDE
Social Story Selling

EMILIA-ROMAGNA
BigBang | Graphic News | KW Coop

LAZIO
FRONTIERE

LOMBARDIA
CURVILINEA | IOOP

PUGLIA
ADDLAB
PIGMENT WORKROOM

PIEMONTE
ATTALAB

SARDEGNA
GREETINGS FROM ALGHERO

SICILIA
SPRAWL DESIGN INDUSTRIES

VENETO
PROGETTO QUID

ECCO UNA PER UNA LE 15 COOPERATIVE NATE CON IL BANDO *CULTURABILITY*

ADDLAB
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Bari
Soci: Graziana Cito, Nicoletta Guarini, Anna Lisa Manicone

ADDLab è una realtà emergente che opera nel campo del design e della produzione di oggetti di artigianato realizzati con tecniche tradizionali e digitali, un laboratorio sperimentale nel campo della prototipazione rapida, che ha come obiettivo strategico quello di promuovere la cultura *maker* e sviluppare nuove tecniche sostenibili di produzione attraverso *know-how* artigianale, tradizione del *Made in Italy*, e nuove tecnologie, promuovendo la creazione di opportunità di lavoro e la formazione di figure professionali specializzate in *digital fabrication* e *product design*.

L'intento è quello di operare nel campo della produzione di oggetti offrendo un servizio diretto al cliente che ha la necessità di materializzare un'idea aiutandolo a costruire un modello virtuale prima, reale poi. Prototipare significa generare modelli sperimentali, che aiutano a capire, ad aprire concetti chiusi, a scoprire nuovi modi per risolvere un problema progettuale, per soddisfare un'esigenza apparentemente inappagabile. Attraverso l'uso di stampanti 3D che generano oggetti per sovrapposizione di materiale fuso, ADDLab si occupa di realizzare plastici, elementi di arredo, modelli di studio, oggetti impossibili, edificare nuovi mondi, come fossero castelli di sabbia. Il principio ispiratore delle attività è la democratizzazione della tecnologia, attraverso l'accessibilità per tutti alle macchine di fabbricazione (filiera corta), ed anche grazie alla costituzione di gruppi di interesse intorno ad idee e progetti, in collaborazione con istituzioni, aziende, artigiani e designer. Creare una rete significa riprendere a lavorare secondo lo spirito della bottega rinascimentale, il luogo dove il sapere si fondeva con lo spirito collaborativo, per creare opere di ingegno... ma risolvere anche problemi della vita quotidiana. ADDLab offre spazio a chi ha la consapevolezza e la volontà di creare insieme nuovi prodotti.

Le attività principali spaziano, quindi, dalla formazione, modellazione e consulenza fino alla vendita diretta di modelli in scala e di prodotti di design legati al *brand* della cooperativa. ADDLab si propone di avviare attività di ricerca per generare nuove conoscenze, sperimentare nuove potenzialità e nuove tecniche produttive, sviluppare *brand* e produzioni che identifichino

un distretto ovvero una filiera produttiva ad alta specializzazione. In tal modo, anche attraverso attività di networking e lo scambio di esperienze in una logica di cooperazione tra diversi attori pubblici e/o privati operanti a livello locale, interregionale, nazionale e transnazionale, si intende perseguire specifici obiettivi di mercato ovvero di penetrazione commerciale sui mercati internazionali, anche nel campo dell'innovazione e della ricerca e sviluppo.

ARCHITETTI EMERGENTI
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Reggio Calabria
Soci: Sergio Ceravolo, Giuseppe Rudi, Simone Vartolo

Architetti Emergenti è una cooperativa con sede a Reggio Calabria che opera nei campi del *professional networking*, dell'editoria e dell'*advertising*. Il progetto nasce dall'esperienza di tre architetti e un webmaster.

Architettiemergenti.it è un professional *network* dedicato a studenti d'architettura, giovani architetti e designer che permette di condividere progetti ed esperienze lavorative. L'obiettivo è la creazione di una global *community* di architetti e designer supportata da una piattaforma (ossia il portale web) con una struttura orizzontale e "democratica" nella quale l'utente non è solo fruitore passivo ma contribuisce attivamente attraverso un sistema di condivisione dei contenuti. Architettiemergenti.it è uno strumento utile per farsi conoscere da clienti e favorire la nascita di collaborazioni, a cui si affianca anche un magazine online.

I prodotti e i servizi (in forma digitale), fanno si che il mercato di riferimento sia potenzialmente globale. La startup ha quindi ambizioni di crescita internazionale ed ha già ottenuto buoni risultati con 1.000 utenti iscritti e contatti da oltre 100 paesi nel mondo.

L'innovazione risiede nel metodo di reperimento, interscambio e fruizione della creatività. Il portale azzera le gerarchie generalmente utilizzate per la gestione dei siti internet, mirando alla creazione di una community che autoalimenta i contenuti del sito. Ciò permette che gli utenti siano parte integrante del processo di condivisione e fruizione del materiale pubblicato e garantisce inoltre un flusso costante di contenuti, utilizzati successivamente per le pubblicazioni editoriali.

La strategia commerciale ha nel portale il

suo fulcro. Esso, infatti, consentendo agli utenti di pubblicare i propri lavori, tende a generare fidelizzazione al *brand* e quindi ai suoi prodotti. Ciò permette di acquisire un database di utenti che si possono trasformare in lettori/acquirenti delle pubblicazioni editoriali tramite il contatto diretto.

Il portale web affronta un mercato in decisa espansione, ossia quello dei "network", mentre il mercato editoriale (che solo attualmente attraversa la sua rivoluzione digitale) viene affrontato con l'immissione di un prodotto innovativo e *lowcost*.

L'esclusività dei prodotti e servizi si fonda su due importanti convinzioni: l'utilizzo del canale online, più veloce e adatto alle necessità dell'utente tipo; l'utilizzo di contenuti inediti rispetto alle pubblicazioni di settore attualmente sul mercato, che privilegiano i professionisti affermati.

ATTA LAB
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Reggio Calabria
Soci: Elisabetta Calamela, Chiara Fucà, Stefano Gioda

La cooperativa ATTA LAB si occupa di produrre "SPARK!", magazine interattivo per tablet che vuole raccontare le ultime scoperte scientifiche e le nuove tecnologie ai protagonisti del cambiamento: i bambini. Un nuovo modo di spiegare la scienza attraverso lo stupore, l'interazione e il gioco, che ha l'obiettivo di sviluppare nei più piccoli la capacità di orientarsi in un mondo sempre più pervaso dall'innovazione scientifica e tecnologica. Insieme ai genitori, agli amici e con gli insegnanti.

Il magazine parla lo stesso linguaggio dei nativi digitali, rendendo divertenti e appassionati anche gli argomenti scientifici più complessi. L'aspetto educativo si fonde con quello ludico e creativo, attraverso infografiche interattive, video, giochi, modellini 3D, gallerie fotografiche ecc. La multimedialità delle informazioni è, infatti, più piacevole, più ricca e dettagliata di un normale testo stampato, e per questo facilita l'apprendimento, stimola la curiosità e invoglia il bambino a continuare "la ricerca" da solo. Il bambino si trasforma in un'apprendista e lo studio della scienza diventa un'avventura appassionante, un'esperienza di sperimentazione in grado di suscitare in lui la meraviglia e lo stupore e di insegnarli a porsi sempre nuove domande e a considerare anche l'errore un passo in più per scoprire cose nuove.

SPARK! diventa un nuovo strumento di dialogo e collaborazione tra bambini e adulti. Le storie illustrate nel magazine sono spesso sconosciute anche ai genitori e hanno quindi la capacità di lasciare a bocca aperta non solo i più piccoli, ma anche mamma e papà, che diventano così protagonisti delle nuove scoperte insieme ai loro figli.

I suoi contenuti possono essere utilizzati anche nelle scuole grazie all'introduzione delle nuove tecnologie (come le lavagne interattive multimediali), per creare un ambiente scolastico di apprendimento interattivo e dinamico e per avvicinare gli insegnanti all'utilizzo di strumenti didattici innovati e più adatti alle esigenze delle nuove generazioni. Lo studio della scoperte scientifiche e delle nuove tecnologie in classe diventa un'esperienza coinvolgente, un mezzo di *empowerment* che aiuta l'alunno a interpretare la realtà che lo circonda.

Gli argomento scientifici vengono selezionati e trattati grazie alla stretta collaborazione con giovani ricercatori (in particolare ricercatori italiani), università e centri di ricerca, dando visibilità all'importanza del loro lavoro, rafforzando la collaborazione tra società e scienza sensibilizzando la società sulle tematiche della ricerca e innovazione.

BEESIDE
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Napoli
Soci: Valerio D'Ambrosio, Marco Serafini, Ilaria Stefanini

BeeSide - Social Storytelling è una cooperativa di produzione video e *social media marketing* specializzata nel soddisfare le esigenze di enti e imprese che intendono comunicare ai propri stakeholders valori legati alla Responsabilità Sociale d'Impresa.

Si inserisce nel solco del connubio emergente e in rapida crescita che vede fondersi produzione video e web/social media marketing. Affianca, infatti, alla produzione video servizi di comunicazione a tutto tondo attraverso strategie di posizionamento e distribuzione su *new e social media*.

BeeSide produce *corporate* video, spot e *branded documentary* (documentari che comunicano attraverso storie reali proposte i valori e l'identità del brand). La sua offerta risponde a una duplice necessità: da un lato, il bisogno di creare un prodotto innovativo che coniughi nuove strategie di produzione e distribuzione video a quelle di web e social media marketing; dall'altro, risponde all'esigenza delle imprese di comunicarsi in maniera efficace e approfondita ai propri stakeholder, per rafforzare, presso di essi, la propria *accountability* e mettere il luce le attività legate alla *Corporate Social Responsability*. Raggiunge tale scopo in particolare attraverso la narrazione di storie "reali" (documentari, *factual*...), modalità di *storytelling* di sempre maggiore interesse.

Il prodotto proposto rappresenta un'efficace sintesi in grado di penetrare sulle emergenti piattaforme distributive legate ad Internet, ai social media e alla visione in mobilità, integrate alla distribuzione tradizionale (broadcast nazionali ed internazionali). Forme e linguaggi utilizzati, inoltre, sono coinvolgenti e accattivanti, grazie alle competenze acquisite dai componenti di BeeSide nel racconto documentaristico e sociale, oltre che all'attenzione rispetto ad un alto livello qualitativo dei prodotti.

I servizi offerti da BeeSide rispondono, infine, alla necessità crescente di imprese e *brand* di utilizzare il linguaggio video, oggi considerato il più efficace per promuovere la *corporate identity*.

BIGBANG
COOPERATIVA SOCIALE

Sede: Bologna
Soci: Alessandra Carta, Gennario Iorio, Kristian Mancinone, Ottavia Spaggiari

La cooperativa sociale BigBang ha come obiettivo principale l'accessibilità e fruibilità da parte di soggetti con disabilità sensoriali di prodotti e servizi culturali e ad alto contenuto tecnologico. La sua *mission* è rendere accessibile un universo di emozioni, coinvolgendo direttamente gli utenti nel processo di creazione e fruizione dei contenuti.

Le principali linee di servizio della cooperativa saranno: produzione di contenuti per l'accessibilità, consulenza per aziende ed altri enti sull'accessibilità di luoghi fisici e virtuali, formazione ed educazione all'accessibilità, ricerca e sviluppo di prodotti e servizi accessibili.

BigBang crede nel valore della co-progettazione e co-creazione dei contenuti e dei prodotti e servizi con il coinvolgimento diretto dei soggetti disabili nel processo produttivo; per questo la sua modalità di lavoro prevede laboratori integrati in cui i limiti sensoriali vengono valorizzati per la realizzazione di contenuti ad elevato valore aggiunto sociale. La nostra visione è liberare il mondo dai confini dei sensi, per garantire a tutti pari dignità e opportunità.

Il progetto della cooperativa nasce dall'esperienza maturata grazie a quella che sarà una delle principali linee di servizio nel periodo di startup: Film Voices, che intende rendere accessibile la fruizione dei prodotti audiovisivi a spettatori non vedenti e ipovedenti attraverso la produzione di audiodescrizioni, realizzate all'interno di un laboratorio integrato tra professionisti vedenti e con disabilità visiva.

Il progetto è nato a Bologna nel novembre del 2009 da una consapevolezza: il consumo culturale e di intrattenimento è fondamentale nel processo di integrazione sociale. Ad oggi l'80% delle informazioni vengono veicolate attraverso immagini, per questo il cinema e la televisione sono strumenti decisivi all' integrazione dell'individuo nel proprio contesto socioculturale. Avere accesso al prodotto culturale significa avere accesso ad un patrimonio comune. L'accessibilità alla fruizione di prodotti culturali e la possibilità di contribuire attivamente alla realizzazione degli stessi rappresentano, per il disabile visivo, il raggiungimento di un traguardo fondamentale per il suo inserimento nel contesto socioculturale ed un passo fondamentale nel processo di superamento delle "differenze".

Nel 2010, Film Voices ha vinto il Kublai Award come miglior progetto creativo, assegnato dal Ministero dello Sviluppo Economico che ha permesso al team di finanziare un corso di formazione sull'audiodescrizione, tenuto dai maggiori esperti internazionali. Il progetto ha, inoltre, vinto 2 borse di ricerca promosse dal Bando Spinner Donne, Tecnologia e Innovazione della Regione Emilia Romagna. Il team del progetto ha realizzato le audiodescrizioni e organizzato le proiezioni accessibili di due film italiani: "Benvenuti al Sud" e "Boris". Inoltre, grazie ad una collaborazione con la Cineteca di Bologna, ha organizzato e realizzato la proiezione di altre audiodescrizioni. Il progetto è patrocinato dall'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti.

CODE0039 - COOPERATIVA DESIGNER ITALIANI
SOCIETÀ A RESPONSABILITÀ LIMITATA

Sede: Lanciano (CH)
Soci: Dante Antonucci, Laura Crognale, Stefania Quintili, Alessandro Zuppa

CODE0039 è un nuovo *brand* ideato da una cooperativa di giovani designer italiani che intendono mettersi in rete con i propri colleghi, con l'obiettivo di autoprodurre e commercializzare oggetti di alto valore culturale. La cooperativa intende sviluppare un processo di ideazione, produzione e vendita su scala nazionale e internazionale che abbia come motore principale la cultura e l'arte di inventare

e autoprodurre oggetti di industria creativa.

Il progetto nasce dall'idea che per vivere e far sopravvivere il design bisogna cooperare e coordinarsi sotto un unico *brand* che rappresenti la nuova realtà sociale dell'artigiano-designer del XXI secolo.

L'obiettivo è creare una piattaforma reale e virtuale per la distribuzione e commercializzazione dei propri oggetti, utile a tutti i designer che condividono l'idea alla base del progetto: produrre oggetti di design 100% *Made in Italy*, *low cost* e preferibilmente sostenibili dal punto di vista ambientale. Qualsiasi designer potrà partecipare alla rete, sia che abiti in un paese di periferia sia che viva a Milano, unica caratteristica è fare oggetti di alta qualità e valore culturale.

La strategia per lo sviluppo del *brand* consiste nel contattare, selezionare e mettere in rete i produttori, offrendo loro la possibilità di essere identificati e riconosciuti come CODE0039. Tutti i prodotti selezionati saranno raccolti in un catalogo, cartaceo e multimediale, che avrà massima visibilità ed un continuo aggiornamento. La cooperativa si occuperà di distribuire e promuovere le linee ad una rete di fornitori che potranno scegliere i prodotti da commercializzare.

Contemporaneamente, si passerà a sviluppare un negozio online e successivamente dei negozi diffusi virtuali attraverso un progetto pilota in via di sviluppo di Realtà Aumentata. Ogni prodotto sarà caratterizzato da un QR CODE di riferimento che permetterà ai clienti di conoscere immediatamente le caratteristiche dell'oggetto e la storia del designer attraverso l'ausilio di *smartphone* o *tablet*.

L'evoluzione del progetto potrà portare a sviluppare una rete di *store* in franchising, magari temporanei ed itineranti, che apriranno nelle maggiori città turistiche italiane e estere.

CURVILINEA
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Cisliano (MI)
Soci: Alessandro Cattaneo, Maria Cristina Cattoni, Filippo Francesco Favale, Riccardo Moschetti

La cooperativa Curvilinea è stata costituita da quattro giovani lombardi, età media 27 anni, che hanno unito le loro esperienze in diversi ambiti per dare forma a un'attività imprenditoriale che potesse essere innovativa, economicamente sostenibile e portasse un valore aggiunto al territorio di riferimento. Tre matematici e una laureata in economia e gestione dei beni culturali si sono uniti per aprire una cooperativa che si occupa di divulgazione scientifica, in particolare della matematica.

Curvilinea nasce a partire dall'esperienza dell'omonima associazione culturale, fondata nel 2012 con lo scopo di avvicinare i giovani sia alla matematica pura sia alla sua applicazione ai problemi concreti. L'esperienza associativa aveva messo in luce l'esigenza di nuovi linguaggi per parlare ai ragazzi ed aveva evidenziato come nell'ambito scolastico vi fosse una grande sensibilità verso questa tematica. Da ciò, l'idea di trasformare il progetto in un'impresa, grazie al sostegno offerto dal bando *culturability*.

Il *core business* di Curvilinea è la realizzazione di "mostre chiavi in mano" di argomento matematico e taglio interattivo, che vengono proposte in primo luogo alle scuole e ai musei scientifici (ma anche ad altre sedi espositive e in occasione di festival scientifici), con l'obiettivo di coinvolgere attivamente gli studenti e il grande pubblico, al fine di superare l'atteggiamento critico nei confronti della disciplina. La cooperativa realizzerà, inoltre, laboratori e "kit didattici" da vendere o noleggiare alle scuole, per svolgere delle attività in classe affiancando la tradizionale formula di didattica frontale.

Per raggiungere questi scopi, i soci hanno deciso di sfruttare il potenziale delle nuove tecnologie, accompagnate anche ad esperienze manuali (come giochi ed altre attività), per mostrare i diversi modi con i quali la matematica entra nel quotidiano di ognuno di noi. La ricerca intorno agli strumenti interattivi e multimediali impiegati per la didattica che viene svolta, è orientata a rendere sempre più *user friendly* le tecnologie,

che ormai sono indispensabili nel processo di avvicinamento del grande pubblico e degli studenti alle tematiche scientifiche.

La cooperativa è già al lavoro su diversi progetti, anche sviluppando le mostre che erano già state realizzate dall'associazione culturale e che si possono trovare sul sito internet della società www.curvilinea.org.

FRONTIERE
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Roma
Soci: Lorenza Di Lorenzo, Luca La Gamma, Joshua Evangelista, Valerio Evangelista

La cooperativa Frontiere nasce a Roma a partire dall'esperienza dell'omonima Associazione, creata nel 2011 con l'obiettivo di promuovere l'intercultura e i diritti umani. E questi temi restano alla base di tutte le attività della cooperativa che punterà ad avere una sostenibilità economica sviluppando le sue attività in tre diversi settori: turismo responsabile, formazione ed editoria/giornalismo

L'obiettivo principale è quello di rovesciare l'approccio secondo cui le migrazioni siano un problema e trasformarle in un'opportunità. In questa nuova ottica l'intercultura e la valorizzazione delle tradizioni delle comunità straniere possono creare lavoro per i migranti. Nello specifico, attraverso il loro coinvolgimento, si organizzeranno percorsi di turismo responsabile, sia in Italia che all'estero. L'idea è quella di proporre itinerari low cost a ridotto impatto ambientale volti alla promozione dello scambio culturale con vantaggio delle microeconomie locali.

Parallelamente, verranno avviati una serie di corsi di formazione e workshop che vedranno i migranti nella veste di insegnanti. Avranno così l'opportunità di trovare un lavoro qualificato proponendo le proprie tradizioni (cucina, lingua, musica, ballo...) ad un pubblico molto curioso e potenzialmente molto vasto.

Collante e cassa di risonanza delle attività sarà Frontierenews.it, webzine che si occupa di intercultura, diritti umani e sostenibilità sociale che al momento fa registrare i seguenti numeri: 32.000 fan sulla pagina Facebook, 2.000 followers su Twitter, 2.500 accessi unici al giorno sul sito. Le migliaia di persone che ogni giorno visitano il portale sono infatti accomunate dall'interesse per l'informazione e per la cultura, dal desiderio di viaggiare e conoscere luoghi e popoli in maniera etica e consapevole, e dall'esigenza di imparare usanze e lingue di culture diverse. L'idea è quella di implementare

le attività nel campo del giornalismo creando un portale in grado di richiamare un pubblico targettizzato a cui proporre offerte commerciali innovative ed economicamente sostenibili. Verranno, inoltre, offerti servizi editoriali a terzi attraverso la creazione di contenuti crossmediali e premium.

La capillarità della rete internazionale di contatti creata in questi anni grazie al lavoro di networking dell'Associazione Frontiere permetterà di dare un taglio "glocal" alle attività proposte, valorizzando le realtà locali in un contesto di scambio e condivisione globale.

GRAPHIC NEWS
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Bologna
Soci: Marco Barbolini, Federico Mazzoleni, Pietro Scarnera.

La cooperativa Graphic News si costituisce con l'intento di creare un luogo di possibilità e di confronto, capace di originare nuove traiettorie di sperimentazione sul *graphic journalism* e sul *news making online*. Intende creare un'esperienza nuova di produzione dell'informazione, basata esclusivamente sul graphic journalism, inteso come giornalismo con un forte carattere autoriale e di approfondimento, e pensata direttamente per il web e i dispositivi mobile. Mira inoltre a promuovere il confronto e la partecipazione sul tema dell'informazione online, e a raccogliere e connettere un ampio numero di disegnatori internazionali.

Principale attività della cooperativa sarà la creazione di un portale dedicato al *graphic journalism*, al quale verranno affiancati altri servizi/prodotti: produzione e vendita di e-book, organizzazione di eventi e momenti di formazione, attività di service rivolta a enti pubblici e privati, testate giornalistiche e case editrici.

Graphic News nasce come spin-off dell'Associazione Mirada, da anni attiva nell'ambito del fumetto, e avrà la sua sede a Bologna, un territorio caratterizzato dall'alta presenza di esperienze di produzione creativa e culturale nell'ambito del fumetto, con le quali la cooperativa intende collaborare e promuovere un dibattito produttivo. Inoltre, Graphic News si pone nel medio periodo l'obiettivo di procedere alla creazione di reti internazionali, tramite le quali sviluppare appieno le potenzialità del progetto.

GREETINGS FROM ALGHERO
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Alghero (SS)
Soci: Rosaria Agueci, Marta Pettinau,
Sara Pettinau, Antonio Ragnedda

Greetings from Alghero è una startup culturale fondata da quattro soci con un età compresa tra i 26 e i 34 anni, tutti originari della Sardegna ma, come con esperienze di studio e lavoro svolte fuori sede, anche all'estero. I settori di competenza sono l'arte contemporanea, la comunicazione, l'architettura e la sostenibilità ambientale.

Dalla volontà di mettere le loro energie e il bagaglio di *know-how* al servizio della propria terra, più di un anno fa, prende forma il progetto d'idea imprenditoriale Greetings from Alghero, a cui, grazie al supporto e alla formazione prevista per i partecipanti al bando *culturability*, si è potuto dare concretezza.

Greetings from Alghero nasce con l'intento di sviluppare ad Alghero, cittadina turistica del nord Sardegna, un incubatore diffuso di artisti emergenti e giovani designer locali, attraverso la creazione di una rete di atelier e l'offerta di servizi mirati a supportare e incoraggiare la giovane creatività locale, con lo scopo di generare un nuovo paesaggio culturale, economico e sociale.

La cooperativa ha iniziato a muovere i primi passi sul territorio e a intessere un dialogo con la cittadinanza. Tra i primi interlocutori, la Facoltà di Architettura di Alghero, che attualmente sta promuovendo la creazione di un network di giovani realtà locali per la riconquista dello spazio pubblico e la riattivazione di luoghi urbani in disuso, che potrebbero essere convertiti nelle sedi operative di soggetti neonati, come la nostra cooperativa. Con l'associazione Botigueta a un progetto condiviso di ricognizione sul campo dello stato della ricerca artistica algherese.

L'esito sarà una mostra itinerante che si prevede di allestire alla fine di maggio, all'interno di attività commerciali e di ristorazione del centro storico cittadino. Questo progetto si accorda con la *mission* della cooperativa di istituire partnership con enti pubblici e privati per la promozione della cultura e del territorio.

A breve, verrò attivato un programma di laboratori nei settori cultura, creatività e ambiente, progettati per diverse fasce d'età e interesse, che permetterà di intensificare il rapporto con la città.

IOOP
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Bergamo
Soci: Cristian Bonanomi, Rosanna Camagni, Diego Chierichetti, Gianfranco Garipoli, Roberto Rota, Olga Stopazzolo, Fabio Valle, Sara Vavassori

Ioop è una cooperativa nata dall'esperienza di otto giovani professionisti che hanno deciso di mettere assieme le proprie esperienze e competenze. Due i settori prevalenti di attività: da un lato, la visualizzazione avanzata; dall'altro, la sfera della partecipazione e della socialità. Per quanto riguarda il primo campo, nella startup verranno messe a sistema le professionalità dei fondatori nei settori video, stop motion, ricerca sul colore, animazione, infographic interaction e modellazione 3D. L'obiettivo è inserirsi nell'ambito, ancora poco noto, dell'*Imagineering* (da ciò la i all'inizio del nome): forme di rappresentazione che cercano di interpretare e dare una fisionomia ai fenomeni di trasformazione – dai mutamenti dei territori a quelli nella vita delle persone, passando per i cambiamenti delle condizioni ambientali e della struttura sociale della città. Tutte informazioni che vengono solitamente espresse attraverso dati numerici o corpose ricerche, difficilmente e raramente sintetizzati in un'unica immagine che possa essere facilmente veicolabile e comprensibile. L'*imagineering* ha a che vedere col futuro, con la previsione di scenari ed è di fatto un mix di analisi, tecnica e immaginazione.

L'altro polo di attività, attiene invece, la sfera della partecipazione, della socialità e del sociale più in generale. Perché il futuro a cui ci la cooperativa vorrebbe dare un volto e un'immagine è legato a queste tematiche. Un desiderio che è espresso da "oop", la coda della parola "coop", cooperazione, collaborazione.

Ioop intende, infatti, mettere la visualizzazione a servizio di quei progetti sociali, culturali, economici che promuovono attivamente forme di partecipazione e collaborazione fra individui, il miglioramento dei territori, la creazione di opportunità collettive, riconversioni innovative ed ecologiche delle attività economiche.

KW COOP
KILOWATT SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Bologna
Soci: Lorenzo Burlando, Valentina Ceccarelli, Massimo Tiburli Marini

Il progetto "KW COOP Social Innovation Factory si configura come un nuovo modo di concepire il lavoro, basato sulla condivisione della conoscenza, dei network, degli spazi, degli strumenti e dei servizi, sull'*empowerment* delle persone e su un modello di welfare dal basso capace di conciliare la figura del genitore con quella del professionista.

Si tratta di un modello innovativo di acceleratore d'innovazione ad alto valore sociale ed ambientale, animato da una rete di imprese, liberi professionisti e progettisti. Un progetto modulare con l'obiettivo di stimolare la nascita di nuove opportunità di lavoro, nuove collaborazioni professionali e relazioni sociali tra i membri della Factory, generando facilitazioni concrete per chi vuole fare impresa, per mamme e padri freelance, offrendo un luogo di confronto culturale e di contaminazione per gli innovatori tra cittadinanza, mondo dell'impresa, terzo settore e pubblica amministrazione.

Attraverso un processo di riqualificazione di un immobile nel centro di Bologna trasformato in luogo di lavoro e per eventi, un'offerta di servizi di welfare innovativi e flessibili e un'attività strutturata di *community* management, l'organizzazione intende diventare un punto di riferimento per la città sui temi dell'innovazione sociale.

La Factory offrirà spazi e strumenti di lavoro; momenti di formazione ed informazione; occasioni costanti di networking e stimoli per la co-progettazione di servizi, prodotti e processi; servizi 'salvatempo'; uno spazio di accoglienza per bambini con attività educative innovative; eventi culturali ed artistici aperti alla cittadinanza.

La flessibilità e la co-produzione di valore sono i due driver chiave dell'iniziativa, che contribuiranno a dare un'identità forte a tutto il progetto. La Social Innovation Factory intende rappresentare una risposta alle difficoltà occupazionali, all'evoluzione del mercato del lavoro e all'arretramento del welfare pubblico.

PIGMENT WORKROOM
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Bari
Soci: Mario Nardulli, Vittorio Parisi, Giuseppe Santoro

Pigment Workroom è un atelier di serigrafia, una galleria d'arte on-line e un laboratorio di produzione e organizzazione per eventi d'arte urbana. Questa sua triplice anima è la sintesi delle esperienze dei suoi fondatori: chi attraverso i graffiti, la grafica e la comunicazione, chi attraverso lo studio dei fenomeni culturali urbani, si è giunti a concepire questa start-up, caratterizzata inoltre da una fortissima vocazione territoriale. Pigment ha, infatti, tra i suoi obiettivi principali, quello di generare un circolo virtuoso di *import-export*, in e dalla Puglia, delle testimonianze e delle tendenze più valide e più brillanti del panorama artistico urbano attuale.

Portare gli *street artist* italiani e internazionali più interessanti in Puglia non è, tuttavia, l'unico scopo alla base di questo progetto. L'attenzione per il territorio si estende, difatti, fino al coinvolgimento attivo della cittadinanza nelle attività del laboratorio, attraverso l'organizzazione di workshop e lavori a quattro mani cittadino-artista. Un'attenzione particolare sarà rivolta a quelle aree suburbane che vivono situazioni di disagio: la loro riestetizzazione, per mezzo della *street art*, comporta una serie di benefici a fronte di costi estremamente ridotti. Tra i vari effetti positivi, il primo è sicuramente il cambiamento di percezione che il cittadino ha del proprio habitat.

Pigment ha, inoltre, pensato a come rendere economicamente sostenibili queste attività di forte impatto culturale e sociale. La realizzazione di un atelier serigrafico è funzionale all'avvio di un'attività commerciale che, sfruttando una piattaforma on-line, riesca a vendere i propri prodotti in qualsiasi parte del mondo. Questi prodotti sono, in primis, opere d'arte realizzate dagli "artisti di scuderia", nonché quelli periodicamente chiamati a realizzare interventi d'arte urbana nelle aree selezionate.

In questo modo, Pigment intende portare a compimento un altro obiettivo: contribuire al collezionismo giovanile, proponendo opere di altissima qualità e fattura, realizzate nel rispetto dell'ecologia, con una tiratura sempre limitata e a prezzi del tutto accessibili. Alla produzione di opere d'arte, si accompagnerà quella di manufatti editoriali e tessili: Pigment intende diventare un marchio poliedrico, che spazi dall'arte all'editoria alla moda, lavorando sempre a quattro mani con artisti e designer scelti a seguito di un intenso e attento lavoro di ricerca.

QUID
COOPERATIVA SOCIALE

Sede: Verona
Soci: Marco Andreoli, Umberto Brambilla, Anna Fiscale, Fabio Lotti, Ludovico Mantoan, Elisabetta Stizzoli

Progetto Quid è un nuovo *brand* di maglieria *casual-chic* che nasce dal recupero di design di tessuti di fine di grandi marchi *Made in Italy* ri-progettati per mano esclusiva di donne svantaggiate. Nato dal sogno di cinque ragazzi appassionati di moda e con un cuore per il sociale, il progetto è in continua crescita, anche grazie a Fondazione Unipolis.

Progetto QUID è un giovanissimo marchio di moda nato a Verona che impiega esclusivamente donne svantaggiate e con un passato di fragilità per produrre collezioni di moda limitate e dal design non convenzionale. Fornitori esclusivi dei tessuti QUID sono i migliori marchi *Made in Italy* locali, che hanno visto nell'iniziativa una soluzione intelligente e solidale al problema delle giacenze di magazzino.

Progetto QUID nasce nel 2012 dal sogno di cinque neo-laureati convinti che un vero cambiamento potesse solo cominciare dal piccolo della propria città. L'obiettivo rimane oggi quello di allora: dare una seconda possibilità a quelle donne che hanno alle proprie spalle storie di fragilità e che per ragioni strutturali faticano a trovare un impiego in Italia. La differenza - e questo è il credo di QUID - può essere fatta solo pensando e agendo in maniera differente, con quel QUID in più che rende un progetto davvero innovativo. Nel caso di Progetto QUID creatività e cultura giocano un ruolo fondamentale nel rendere l'iniziativa unica.

In un solo anno dalla nascita, QUID ha coinvolto 9 soggetti svantaggiati garantendo loro uno stipendio e soprattutto offrendo una nuova identità professionale, quella di sarta, a donne vittime di abusi e violenze che intaccano profondamente autostima e serenità esistenziale. Il lavoro sartoriale, estremamente creativo e connesso alla produzione di bellezza, è doppiamente efficace nell'aiutare queste donne a ricostruire un nuovo se'.

Dalla seconda metà del 2013, Progetto QUID ha aperto due punti vendita temporanei monomarca, a Verona e a Forte dei Marmi, raggiungendo così migliaia di clienti che hanno subito colto la forza del messaggio di Progetto QUID innamorandosi delle creazioni uniche e artigianali firmate da un team creativo di giovani talenti emergenti. Con 100.000 euro di fatturato a fine 2013 e due nuovi punti vendita, uno a Vicenza da metà Aprile e uno a Trento da metà Maggio, il sogno di QUID continua a crescere, così come il numero delle donne svantaggiate coinvolte con successo nell'iniziativa.

Progetto QUID punta a diventare il fornitore esclusivo di linee etiche e ecologiche per i migliori marchi *Made in Italy* interessati a proteggere l'ambiente e a impegnarsi per una società più giusta, nel nome di una bellezza che sa lasciare il segno.

SPRAWL DESIGN INDUSTRIES
SOCIETÀ COOPERATIVA

Sede: Palermo
Soci: Michele Maria Anzalone, Luca Rizzuto, Claudio Romano

La "Sprawl Design Industries – Società Cooperativa" acronimo S.D.I. nata in Italia, nella città di Palermo è la prima start-up innovativa in forma di cooperativa di produzione e lavoro costituita in Sicilia. Si inserisce nel panorama delle industrie culturali e creative italiane, offrendo beni e servizi di artigianato digitale realizzati attraverso tecniche innovative di fabbricazione digitale. Il progetto d'impresa nasce dall'idea di tre giovani innovatori di Palermo, con esperienze nel campo dell'architettura, del *videomaking*, della modellazione 3D e del *rendering*.

Attraverso la realizzazione e la gestione di una infrastruttura online, Sprawl Design Industries offrirà servizi integrati di modellazione, prototipazione rapida, customizzazione e commercializzazione di oggetti di design *Made in Italy & Digitally Crafted* realizzati attraverso l'ausilio di scanner 3D, stampanti 3D e software di ultima generazione. Il portale di accesso all'infrastruttura e ai servizi offerti dall'impresa sarà una piattaforma online di social *commerce*, un *marketplace* a cui potranno accedere diverse tipologie di utenti: designer e clienti interessati all'acquisto. Sul territorio l'azienda offrirà servizi a supporto della progettazione architettonica e del design del prodotto.

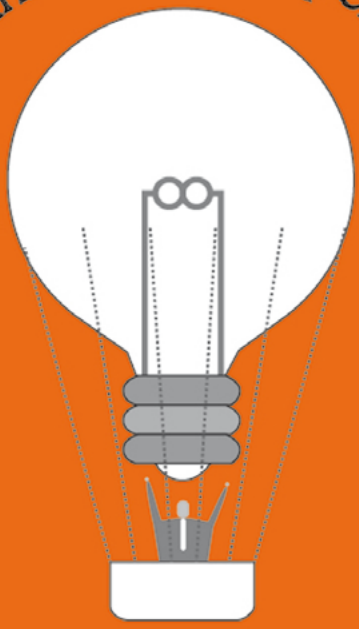
L'obiettivo è di utilizzare le tecniche innovative di fabbricazione digitale per: recuperare l'eredità storica culturale e tecnica dell'artigianato tradizionale inserendola in nuovi cicli di vita produttivi di artigianato digitale; formare reti ed ecosistemi creativi e dinamici che favoriscono l'aggregazione di competenze, la contaminazione dei saperi e l'emergere dei talenti; formare "clusters for social innovation" in grado di aggregare gli attori esistenti nel territorio

nei campi della produzione artigianale, artistica e del design, stipulando partnership con altre industrie culturali e costruendo localmente reti produttive e creative; diffondere la cultura e i prodotti di artigianato digitale in Italia e nel mondo veicolando la creatività di giovani e talentuosi designer.

"la cultura
che crea lavoro"

culturability

fare insieme in cooperativa



FONDAZIONE

Unipolis