

Bruxelles, 22 novembre 2017
(OR. en)

14209/17

CULT 139
DIGIT 238

RISULTATI DEI LAVORI

Origine:	Segretariato generale del Consiglio
Destinatario:	delegazioni
n. doc. prec.:	12980/17 CULT 114 DIGIT 204
Oggetto:	Conclusioni del Consiglio sulla promozione dell'accesso alla cultura attraverso mezzi digitali con particolare attenzione allo sviluppo dei pubblici - <i>Conclusioni del Consiglio (21 novembre 2017)</i>

Si allegano per le delegazioni le conclusioni del Consiglio sulla promozione dell'accesso alla cultura attraverso mezzi digitali con particolare attenzione allo sviluppo dei pubblici, adottate dal Consiglio nella 3577^a sessione tenutasi il 21 novembre 2017.

**Conclusioni del Consiglio sulla promozione dell'accesso alla cultura
attraverso mezzi digitali
con particolare attenzione allo sviluppo dei pubblici**

IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

VISTO QUANTO SEGUE:

1. le conclusioni del Consiglio del 25 novembre 2014¹, che invitano le presidenze del Consiglio a tener conto, nel contesto del trio di presidenze, delle priorità del piano di lavoro del Consiglio per la cultura 2015-2018; a tale riguardo, PRENDE ATTO in particolare del settore prioritario A del piano di lavoro per la cultura "cultura accessibile e inclusiva", che comprende la tematica "promozione dell'accesso alla cultura con mezzi digitali", della relazione del gruppo di lavoro istituito nel quadro del metodo di coordinamento aperto (MCA) *Promoting access to culture via digital means: policies and strategies for audience development* (promozione dell'accesso alla cultura con mezzi digitali: politiche e strategie per lo sviluppo dei pubblici), che fa una panoramica delle politiche, dei programmi e delle buone pratiche esistenti nell'UE e presenta raccomandazioni per differenti livelli di governance, nonché dello studio *Audience development – How to place audiences at the centre of cultural organisations* (sviluppo dei pubblici – come mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali);
2. il programma Europa creativa (2014-2020)² e in particolare il suo obiettivo di sostenere lo sviluppo dei pubblici quale mezzo per migliorare l'accesso al patrimonio culturale e alle opere culturali e creative;
3. la strategia per il mercato unico digitale³, volta a creare nuove opportunità per il digitale in tutta Europa, anche nel settore della cultura;

¹ Conclusioni del Consiglio e dei Rappresentanti dei governi degli Stati membri, riuniti in sede di Consiglio, su un piano di lavoro per la cultura (2015-2018) (GU C 463 del 23.12.2014, pag. 4).

² Regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2013, che istituisce il programma Europa creativa (2014-2020) (GU L 347 del 20.12.2013).

³ COM (2015)/192 final.

SOTTOLINEA CHE:

4. le tecnologie digitali stanno cambiando rapidamente e radicalmente il modo di creare, accedere e fruire di contenuti culturali. La distribuzione non è più lineare, poiché i contenuti sono diffusi sempre più attraverso reti interconnesse di persone, pubblici, comunità e istituzioni nei settori pubblico e privato, plasmando la catena di produzione e distribuzione dei contenuti. A sua volta tutto ciò sta cambiando i comportamenti e le aspettative dei pubblici, che cercano un migliore accesso ai contenuti digitali e una relazione più partecipativa con i fornitori di tali contenuti. In risposta, le organizzazioni culturali⁴, mentre controllano l'accesso ai contenuti, si stanno avvicinando sempre più al ruolo di facilitatori dell'accesso ai contenuti culturali;
5. vi sono pubblici che hanno un accesso limitato ai contenuti culturali, per esempio a causa di bisogni specifici, barriere linguistiche, mancanza di informazioni, di competenze digitali, di tempo, di risorse e di interesse, o ancora per questioni legate all'ubicazione geografica o al contesto sociale. In molti casi questi ostacoli possono essere superati con l'utilizzo dei mezzi digitali;
6. un approccio basato sullo sviluppo dei pubblici⁵ aiuta le organizzazioni culturali a raggiungere nuovi pubblici e approfondire la relazione con i pubblici esistenti e può accrescere la coesione delle comunità;
7. l'era digitale impone alle organizzazioni culturali e ai pubblici di acquisire nuove competenze e conoscenze;
8. la gestione degli strumenti, dei sistemi e delle procedure digitali esige che le organizzazioni culturali adottino un approccio differente che eventualmente comporta la necessità di rivedere le strutture organizzative;

⁴ Organizzazioni pubbliche, private e non governative, indipendentemente dalle loro dimensioni, attive in tutti i settori culturali.

⁵ "Audience development is a planned, organisation-wide approach to extending the range and nature of relationships with the public by focusing on their needs. It helps a cultural organisation to achieve its social purpose, financial sustainability and creative ambitions." (lo sviluppo dei pubblici è un approccio pianificato, che coinvolge l'intera organizzazione, volto ad ampliare la gamma e il carattere delle relazioni con il pubblico ponendo al centro i bisogni di quest'ultimo. Aiuta l'organizzazione culturale a conseguire la sua finalità sociale, a raggiungere la sostenibilità finanziaria e a realizzare le sue ambizioni creative) (fonte: relazione del gruppo MCA - [solo in inglese]).

9. le organizzazioni culturali devono comprendere i propri pubblici per poterli coinvolgere in modo significativo. La mancanza di informazioni sui profili dei pubblici e sulle modalità con cui questi accedono ai contenuti culturali utilizzando mezzi digitali rimane una questione problematica. Le organizzazioni culturali presentano notevoli differenze, ma tutte si trovano di fronte a sfide simili per quanto concerne la raccolta e la gestione di dati culturali, specialmente in relazione ai pubblici digitali;

RICONOSCE CHE:

10. adattandosi a un contesto digitale in continua evoluzione, la cultura ha il potenziale per rafforzare ulteriormente la sua importanza all'interno della società. Le tecnologie digitali offrono alle organizzazioni culturali l'opportunità di sviluppare relazioni significative e interattive con pubblici differenti, ma allo stesso tempo tale opportunità pone sfide in termini di visione strategica, nuove competenze e conoscenze, mancanza di dati sui pubblici digitali, ristrutturazione organizzativa e modelli finanziari. Le organizzazioni culturali dovranno riconsiderare il modo in cui affrontano tali sfide al fine di massimizzare le opportunità che si presenteranno nell'abbracciare l'approccio basato sullo sviluppo dei pubblici digitali;

TENENDO IN DEBITA CONSIDERAZIONE IL PRINCIPIO DI SUSSIDIARIETÀ, INVITA GLI STATI MEMBRI A:

11. prendere in considerazione la creazione di condizioni e quadri strategici favorevoli che aiutino le organizzazioni culturali a privilegiare l'aspetto dello sviluppo dei pubblici nel loro processo di adattamento al passaggio al digitale attualmente in corso;
12. incoraggiare le organizzazioni culturali a considerare lo sviluppo dei pubblici parte integrante del loro funzionamento;
13. promuovere approcci innovativi e iniziative partecipative in relazione allo sviluppo dei pubblici, al potenziamento delle capacità e ai finanziamenti;
14. riconoscere l'importanza della raccolta dei dati in materia di pubblici digitali e pubblici digitali potenziali quale strumento per l'elaborazione delle politiche e il miglioramento dei servizi offerti dalle organizzazioni culturali;
15. tenere conto della tematica dello sviluppo dei pubblici attraverso mezzi digitali nell'elaborazione di un nuovo piano di lavoro del Consiglio per la cultura;

INVITA GLI STATI MEMBRI E LA COMMISSIONE, NEI LIMITI DELLE RISPETTIVE COMPETENZE A:

16. promuovere la collaborazione e lo scambio di conoscenze e migliori pratiche tra le diverse parti interessate, i vari settori e a differenti livelli per quanto riguarda gli approcci digitali innovativi allo sviluppo dei pubblici, anche al fine di aumentare l'efficienza e ridurre i costi;
17. stilare orientamenti volontari a livello dell'UE concernenti la raccolta e la gestione dei dati sui pubblici digitali per una prestazione di servizi migliore e più orientata all'utente da parte delle organizzazioni culturali e come contributo all'elaborazione di politiche basate su dati concreti. Tali orientamenti non vincolanti dovrebbero rispettare la diversità delle organizzazioni, dei settori culturali e delle tradizioni degli Stati membri. Il rispetto delle norme in materia di protezione dei dati dovrebbe costituire un prerequisito di qualsiasi attività di raccolta di dati;
18. sensibilizzare le organizzazioni culturali in merito alle opportunità legate a modelli di finanziamento innovativi e alternativi, che possono avere un impatto positivo sullo sviluppo dei pubblici nei settori culturali e creativi;
19. aumentare la capacità, le competenze e le conoscenze delle organizzazioni culturali e dei loro pubblici per far fronte alle nuove sfide digitali;
20. riconoscere l'importanza di tenere conto dello sviluppo dei pubblici e del passaggio al digitale nell'assegnazione delle risorse finanziarie;
21. continuare a concentrarsi sulla digitalizzazione dei contenuti culturali e sullo sviluppo di nuove tecnologie per la digitalizzazione, quali mezzi per mettere a disposizione un'offerta culturale più diversificata, e aumentare il riutilizzo di contenuti digitali, contribuendo pertanto a vari settori della società;
22. promuovere l'interoperabilità dei contenuti e delle tecnologie al fine di incoraggiare un ampio accesso da parte delle organizzazioni culturali e dei loro utenti;

23. riconoscere la necessità di rispettare il diritto d'autore e i diritti connessi nonché l'importanza dei diritti dei creatori puntando nel contempo a un accesso ai contenuti che sia il più ampio possibile;
 24. approfittare dell'Anno europeo del patrimonio culturale, istituito per il 2018, per promuovere l'accesso del pubblico alle risorse e ai servizi digitali del patrimonio, compresa Europeana, e per aumentare la partecipazione di tutti i gruppi sociali alla governance del patrimonio culturale mediante un utilizzo migliore dei mezzi digitali.
-