

In Luce.

La valorizzazione culturale
per lo sviluppo sostenibile dei territori:
nuove interpretazioni, percorsi e risultati.



Apprendere dal bando In Luce: i principali risultati della valutazione

Enrico Bertacchini

Università degli Studi di Torino

Monica Gilli

Università degli studi di Torino

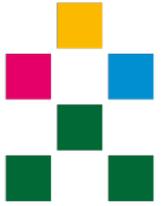
Roberto Leombruni

Università degli Studi di Torino

MODERA

Simone Martino

Fondazione Compagnia di San Paolo



La valutazione nella Compagnia

Valutare per comprendere,
apprendere e migliorare



La valutazione del Bando In Luce



Valutazione e domande cognitive del Bando In Luce



Quali *risultati*
sono stati raggiunti?



Il monitoraggio
(quantificare gli output)



I progetti sostenuti sono stati
capaci di avere un *effetto*?



La valutazione
(stimare gli outcome)

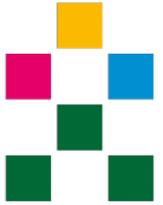


Come hanno funzionato
i *processi* attivati dal Bando?



Analisi di implementazione

La valutazione: quantificare i risultati e stimare l'impatto



Prof. Enrico Bertacchini
Referente Scientifico



Prof. Roberto Leombruni
Referente Scientifico



Prof. Giovanna Segre
Referente Scientifico



UNIVERSITÀ
DI TORINO



metro-polis
measure • model • decide



Stefania Camoletto
Ricercatrice Senior



Giorgia Garabello
Ricercatrice Junior / Coordinamento

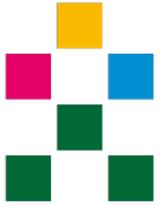


Matteo Malisan
Senior Data Analyst



Sofia De Carolis
Junior Data Analyst

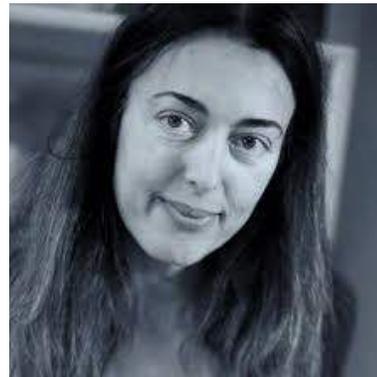
L'analisi di implementazione: comprendere i processi



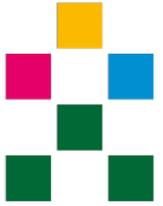
UNIVERSITÀ
DI TORINO



Prof. Filippo Barbera
Referente Scientifico

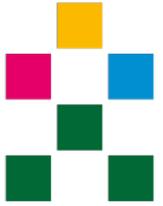


Dott.ssa Monica Gilli
Ricercatrice Senior



Apprendere dal Bando “In Luce” I principali risultati della valutazione

Perché un approccio quantitativo al monitoraggio e valutazione di In Luce?



Sfide

Diversità
dei **territori**
oggetto
di intervento

Eterogeneità
delle **proposte**
progettuali

Ricadute
economiche
e dinamiche
turistiche

Legacy
dei progetti oltre
le evidenze
quantitative

Metodo

Costruzione
di un sistema
informativo
territoriale

1



Monitoraggio
quantitativo
degli output
dei progetti

2



Valutazione
degli impatti
con approccio
controfattuale

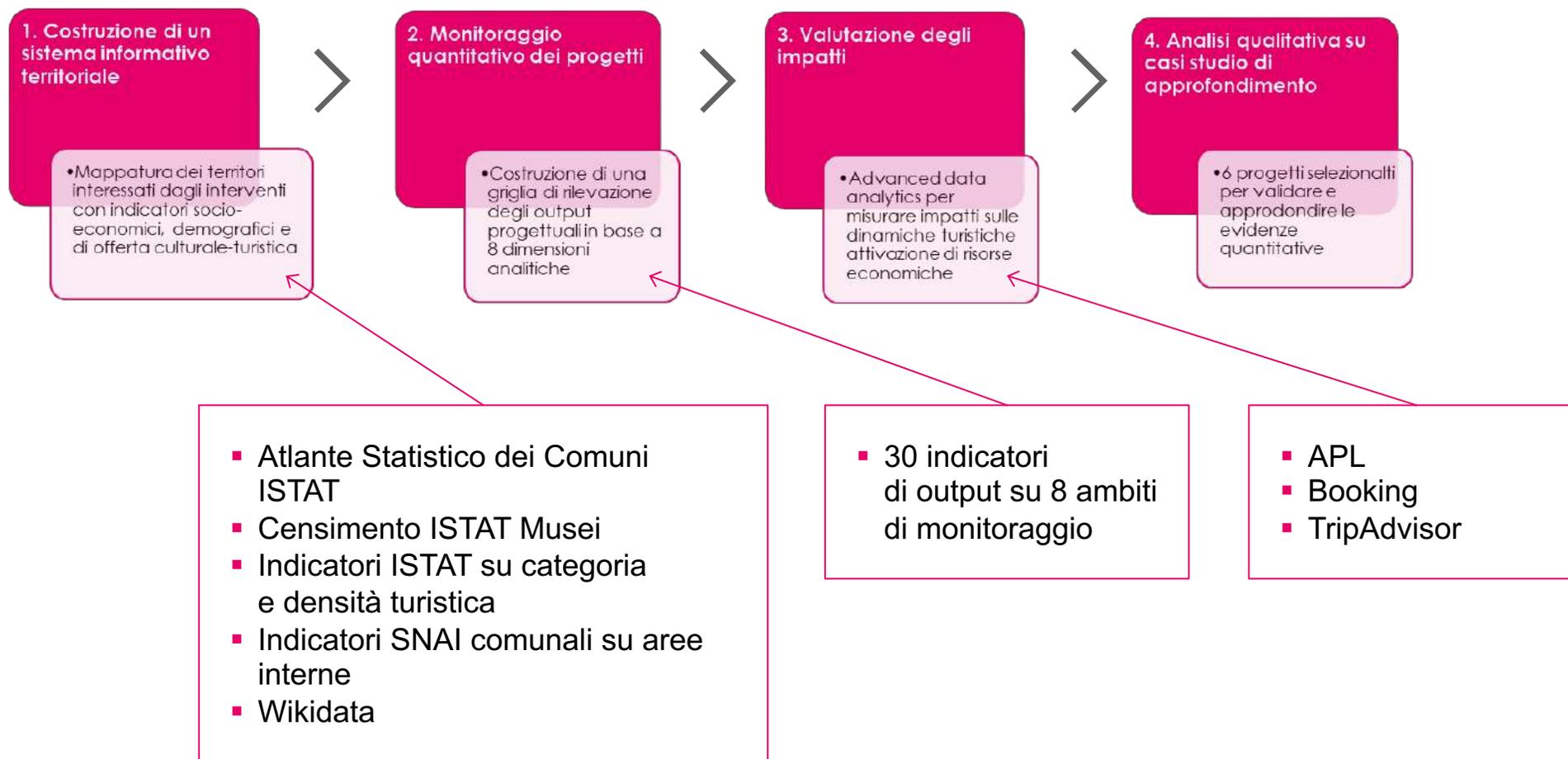
3



Analisi
qualitativa
su sei
casi studio

4

Data crunching



Dashboard dinamica con i principali indicatori



Tutti i progetti In Luce - Dashboard

Dashboard per la visualizzazione dei dati riguardanti i territori interessati dai quindici progetti. Scegli il progetto di tuo interesse oppure prosegui sulla pagina contenente la panoramica generale!



Panoramica



Fondazione Compagnia di San Paolo

Antropocene

Beica Ben

Bormida Gotica

Festival al Contrario

Gipsoteche L

Habitat

Itinerari dello Spirito

Landscape Storymovers

Le Strade dei Forti

Le vie dei W

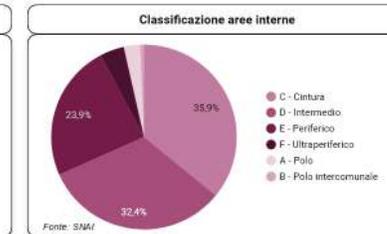
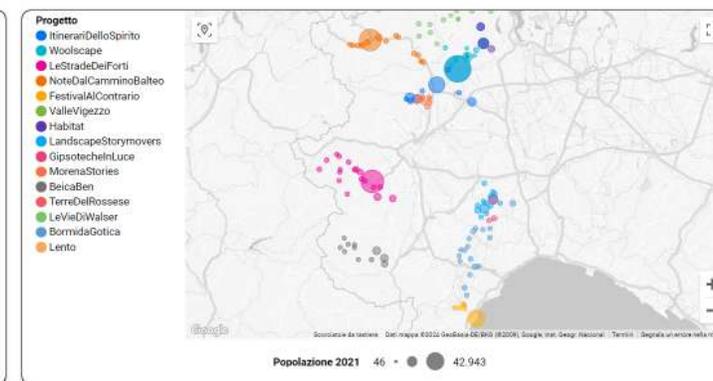
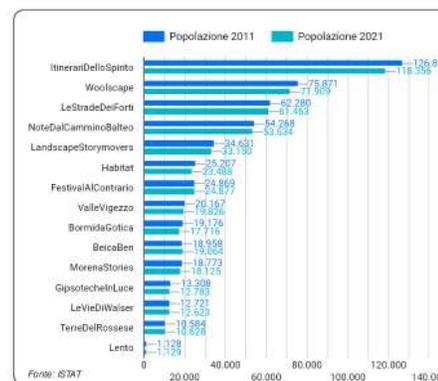
Lento

Morena Stories

Note dal Camino Balteo

Val Vigezzo

Woolscap



Impatti: la triangolazione



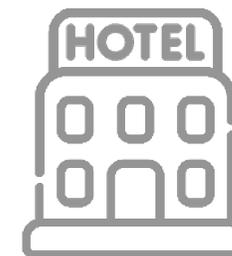
> Lavoro

Attivazioni contratti



> Camere

Indicatore di occupazione e prezzi



> Recensioni

Nei punti di interesse
turistico / culturale



Impatti: la triangolazione



> Lavoro

Attivazioni contratti

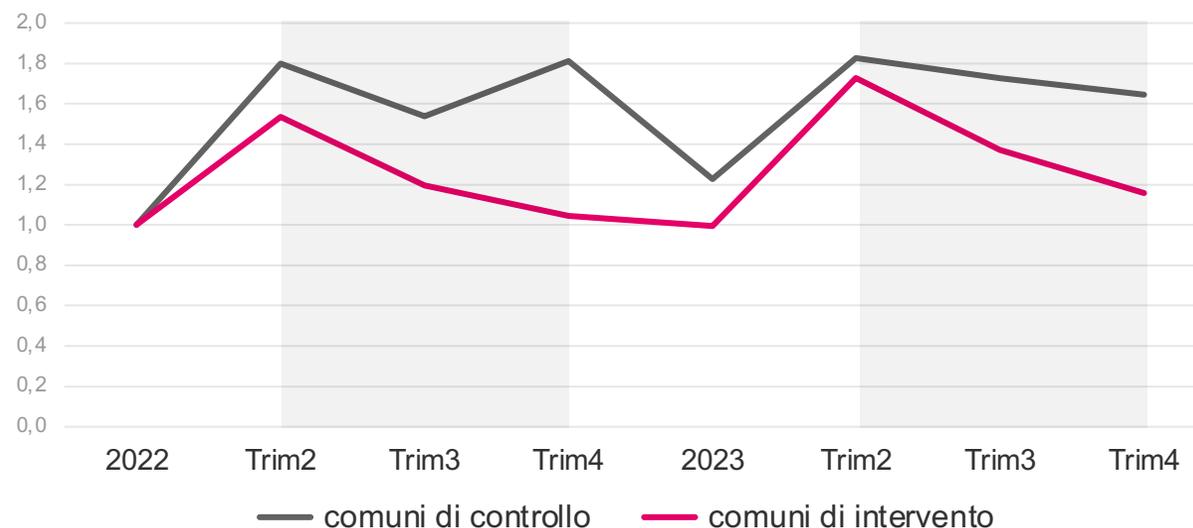
Camere

Indicatore di occupazione e prezzi

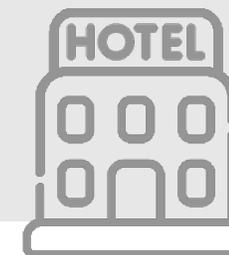
Recensioni

Nei punti di interesse
turistico / culturale

Assunzioni - Solo Commercio, Alloggio e Ristorazione



Impatti: la triangolazione



Lavoro

Attivazioni contratti

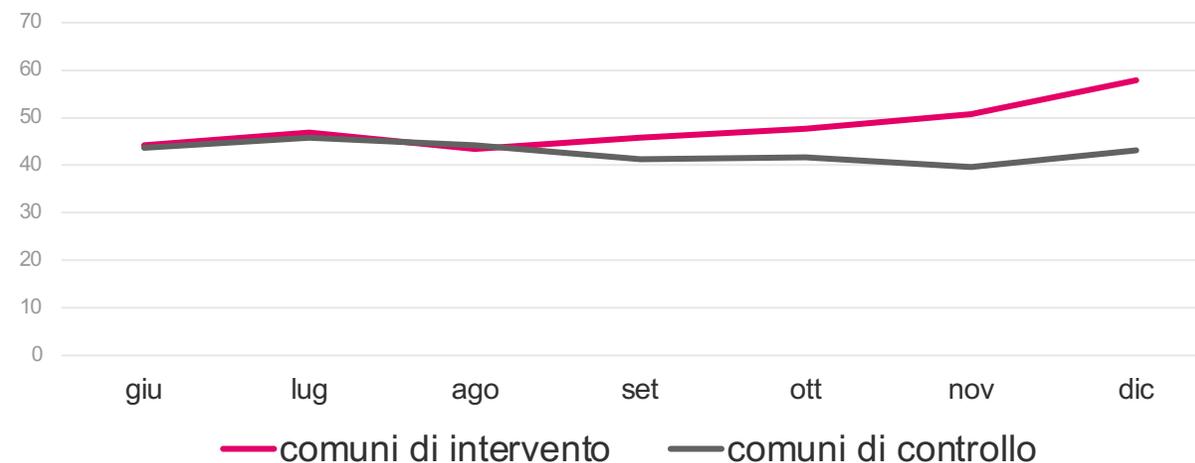
> Camere

Indicatore di occupazione e prezzi

Recensioni

Nei punti di interesse
turistico / culturale

Prezzi medi delle camere nei fine settimana, comuni
senza una specifica vocazione turistica



Impatti: la triangolazione



Lavoro

Attivazioni contratti

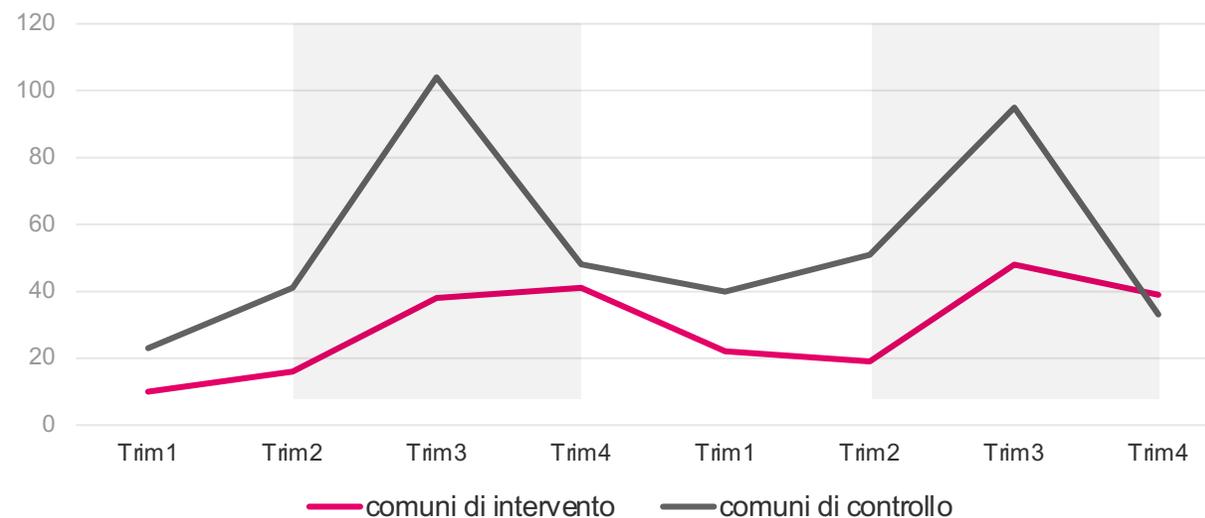
Camere

Indicatore di occupazione e prezzi

> Recensioni

Nei punti di interesse
turistico / culturale

Numero di recensioni relative a punti di interesse
presenti nel territorio comunale



3 modelli di promozione turistico-culturale



> **Attivazione culturale (6 progetti)**

Progetti che intervengono su **aree poco turistiche** e con **identità culturale non ancora sufficientemente valorizzata**.

Strategia: **attivare dinamiche di attrattività turistica** puntando su risorse culturali poco riconosciute o apprezzate.

> **Diversificazione culturale (4 progetti)**

Progetti che intervengono su **aree poco turistiche** e con **identità culturale non ancora sufficientemente valorizzata**.

Strategia: **attivare dinamiche di attrattività turistica** puntando su risorse culturali poco riconosciute o apprezzate.

> **Leva turistica (5 progetti)**

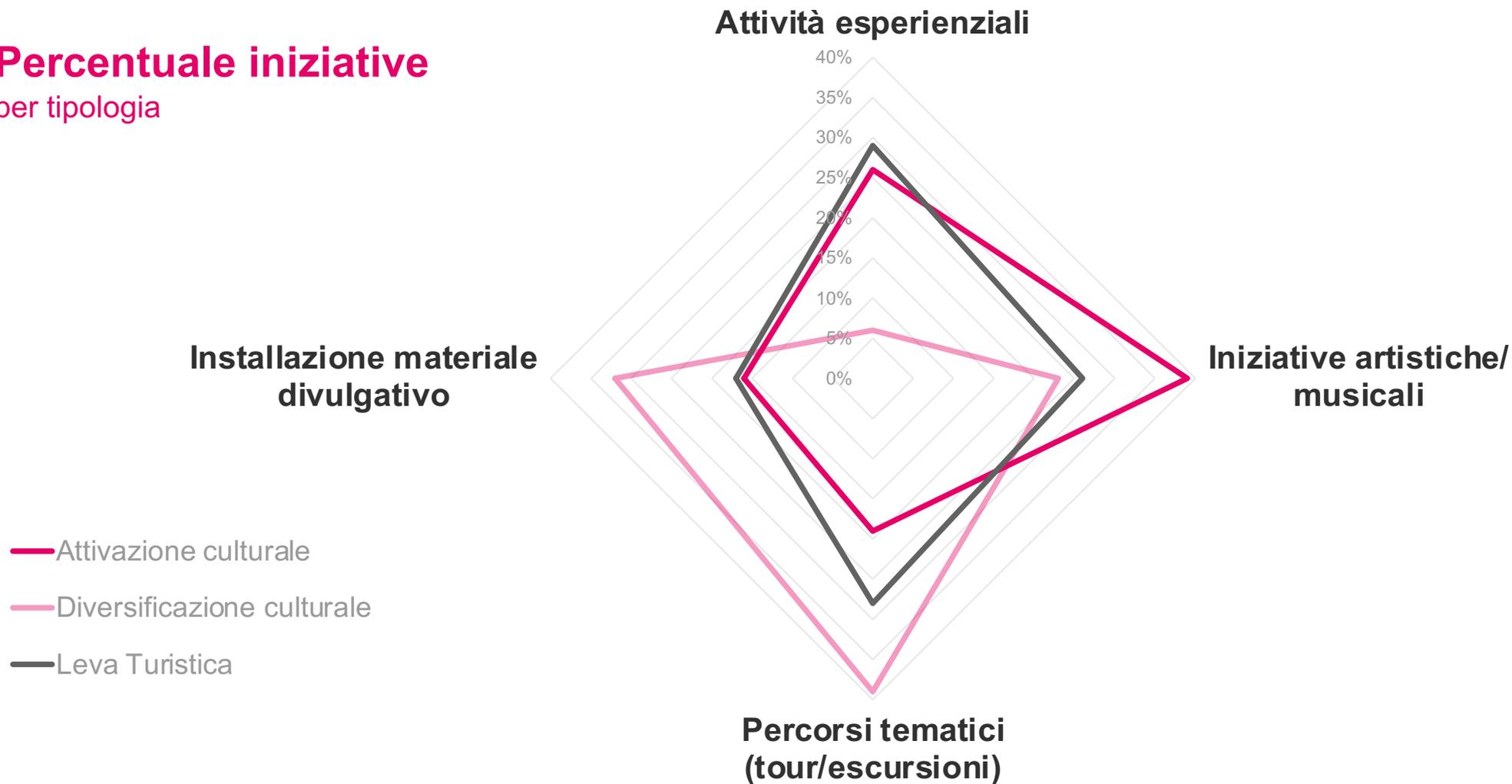
Progetti che intervengono su territori con una **domanda turistica forte, ma non legata all'attrattività culturale**.

Strategia: valorizzare l'identità culturale locale **facendo leva su flussi turistici preesistenti** e ampliando così l'offerta di prodotti turistici del territorio.

Differenti proposte progettuali



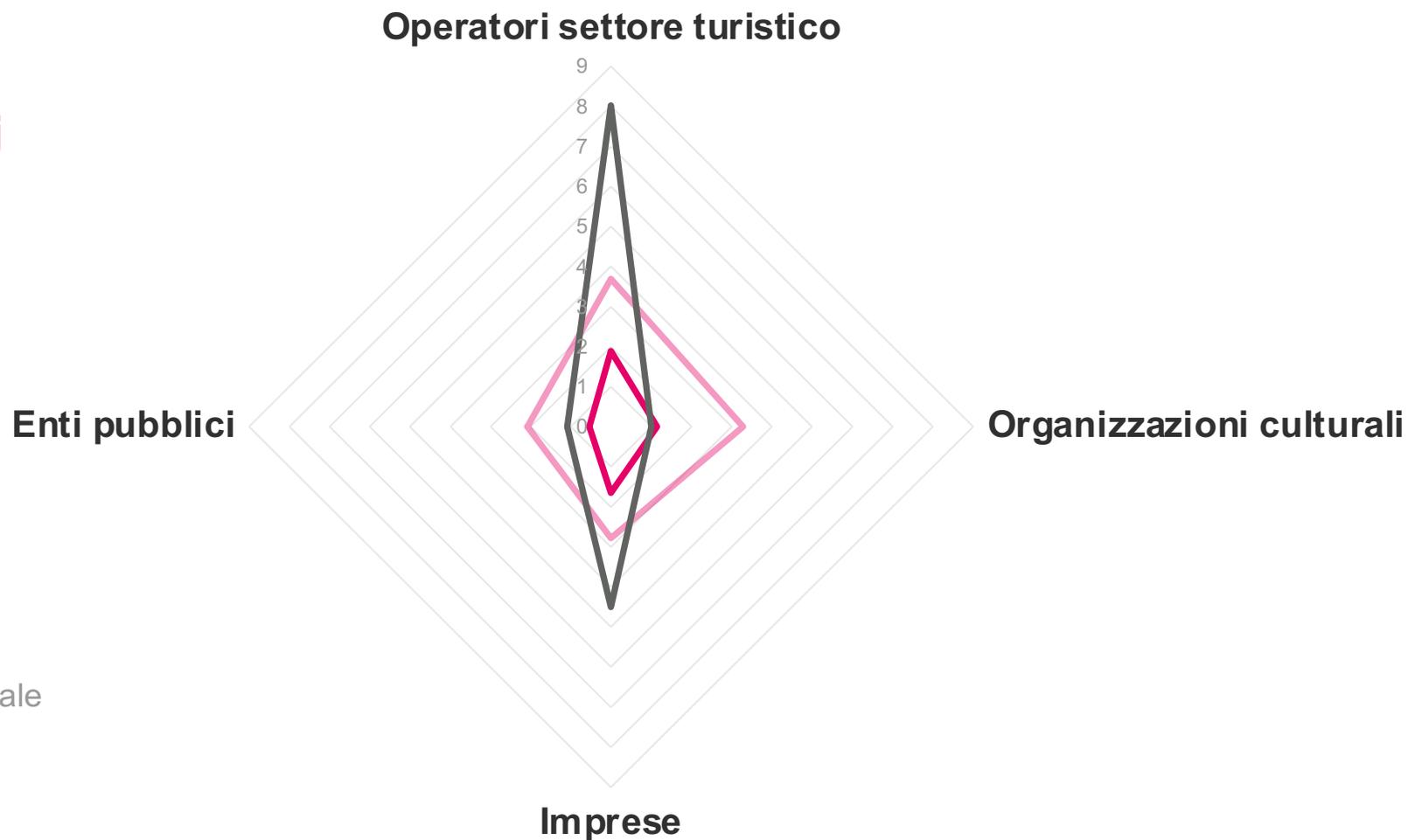
Percentuale iniziative per tipologia



Forme diverse di reti extra-parternariato



**Numero medio
di attori coinvolti
per comune**



Frequenza di azioni di marketing territoriale

