

Il ruolo del monitoraggio e della valutazione della Fondazione Compagnia di San Paolo

La Compagnia di San Paolo svolge un'attività di monitoraggio e di valutazione ex post ispirata ai principi di correttezza, economicità e trasparenza, in linea con il senso di responsabilità verso i propri stakeholder e il territorio nonché in coerenza con il quadro normativo (d.lgs 117/2017) e il Protocollo Acri-MEF.

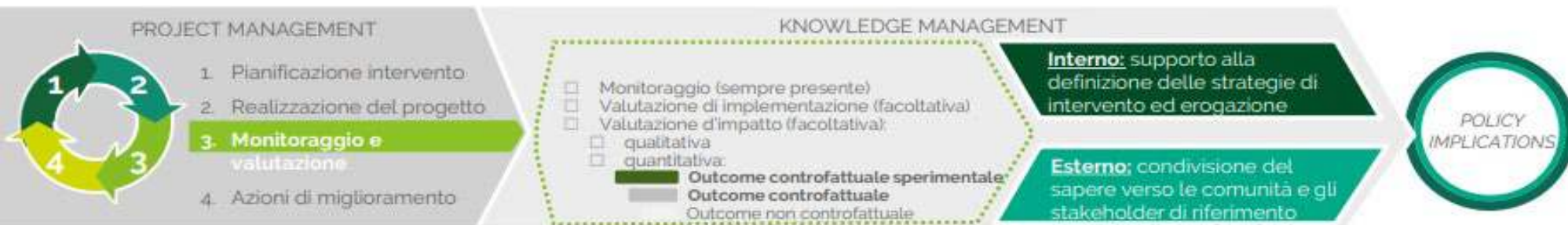
Le attività di valutazione degli effetti sono realizzate sia su finanziamenti di progetti di terzi sia su progetti propri, cioè gestiti direttamente dalla Compagnia, e si distinguono in due approcci fondamentali:

Misurazione di output: (monitoraggio, analisi di implementazione): *valutazione dei risultati in termini di produzione/erogazione di servizi o altri beni di interesse collettivo realizzata grazie alla trasformazione degli input e valutazione della modalità operative utilizzate;*

Misurazione di outcome: (valutazione di impatto): *valutazione dell'impatto ossia della capacità del progetto di produrre gli effetti desiderati a parità di altre condizioni.*

Il disegno di monitoraggio e valutazione viene definito in base alle caratteristiche del progetto e al suo costo opportunità ed è parte integrante delle attività di Project Management della Compagnia.

L'applicazione sistematica della valutazione consente di innescare processi di *Knowledge Management* funzionali alla programmazione strategica della Compagnia. Ove i risultati delle valutazioni evidenzino credibili *Policy Implications*, la Compagnia agisce secondo principi di *Knowledge Sharing*, mettendo a disposizione dell'intera comunità le evidenze emerse.





Misurazione dell'impatto economico e sociale dei progetti sostenuti da Fondazione Compagnia di San Paolo

Presentazione dei risultati

16 maggio 2024



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

→ Introduzione

- ❑ Metodologia
- ❑ Risultati principali
- ❑ Lessons learned

Focus sui singoli progetti

- ❑ Obiettivo Cultura – ART~WAVES
- ❑ Obiettivo Persone – Articolo+1 Genova
- ❑ Obiettivo Pianeta – Sportivi per natura

Introduzione

Approccio all'analisi

Perché si parla di misurazione di impatto sociale

Sviluppo sostenibile

- Abilita e rendiconta lo sviluppo **economico e sociale** altrimenti **non** direttamente **contabilizzato**
- Invita a **non guardare solamente alla crescita economica** (non solo PIL) ma a generare un miglioramento di tutti gli **SDG**

Community

- Permette di **coinvolgere e conoscere l'ecosistema** territoriale
- Contribuisce ad **accrescere la capacità** degli ecosistemi di **generare valore sociale**
- Aumenta la **conoscenza dei bisogni del territorio**

Impatto sociale

Mercato

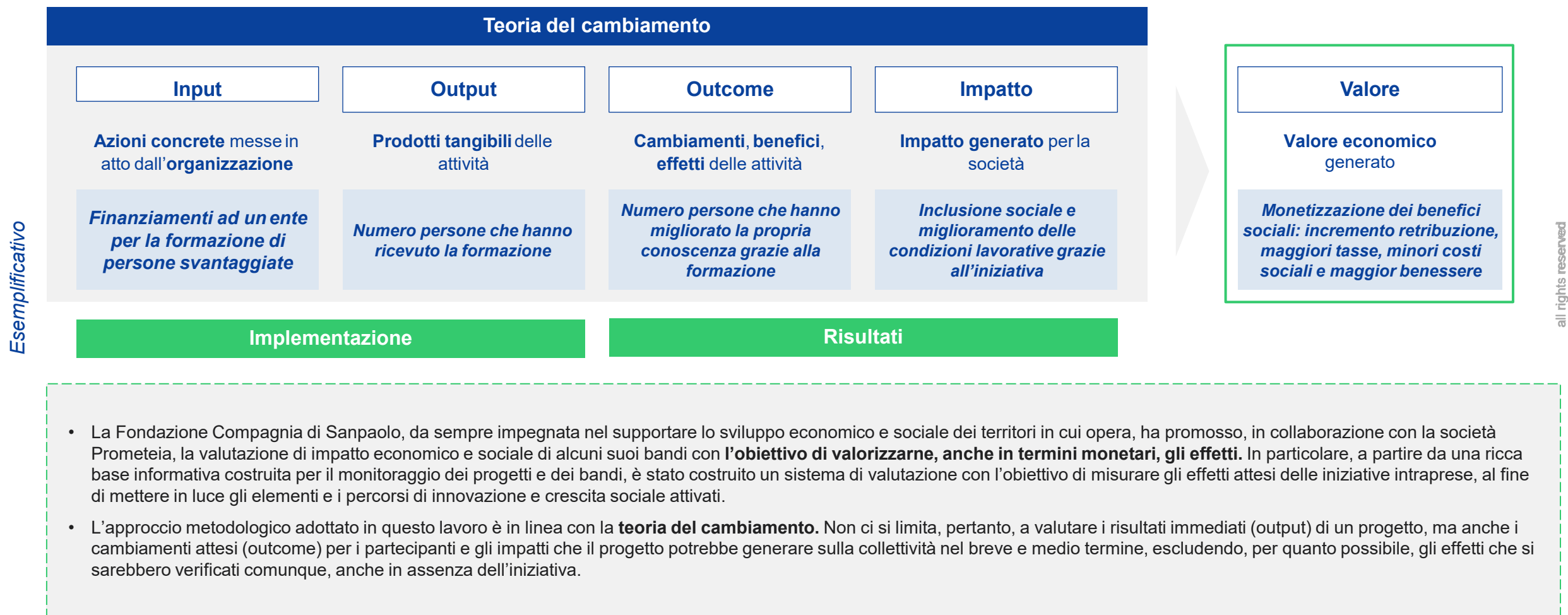
- Crescente **interesse** da parte del **mercato**
- Aiuta a mantenere la **fedeltà** dei propri **clienti**
- **Attrae gli investitori**
- I **dipendenti** si **riconoscono** maggiormente negli obiettivi dell'impresa

Regulation

- Obblighi di **rendicontazione** indirizzati sempre più verso gli **impatti sociali**
- **CSRD**: un numero crescente di imprese deve redigere **informative di sostenibilità**
- **SFRD**: obbligo di **metriche** per gli obiettivi di investimento sostenibili

Metodologia

Teoria del cambiamento



Metodologia

Ritorno Sociale sull'Investimento (SROI)

La monetizzazione dei benefici sociali è stata implementata in linea con il framework dello SROI (Social Return on Investment).

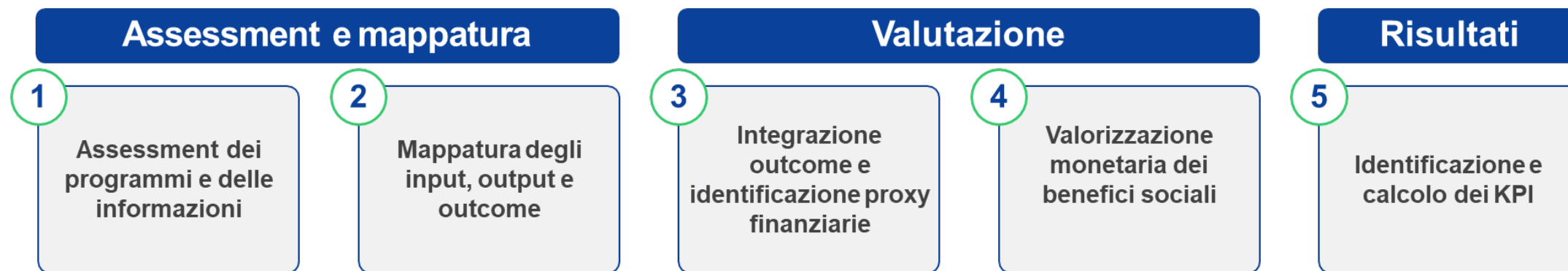


$$\text{SROI} = \frac{\text{Benefici attualizzati}}{\text{Input}}$$

- Permette la valutazione monetaria dei benefici sociali
- Consente di avere un approccio strutturato nella definizione degli obiettivi e degli effetti attesi
- Fa sintesi di molteplici dimensioni valutative e di un processo complesso che analizza le azioni, gli stakeholder e gli effetti sulla società
- Si adatta al set informativo messo a disposizione dal cliente
- E' applicato in progetti e imprese del terzo settore

Metodologia

Le fasi della misurazione dell'impatto sociale



Il processo di valutazione è stato articolato in cinque fasi:

- 1. Assessment delle iniziative e delle informazioni.** Il punto di partenza consiste nella mappatura delle informazioni disponibili per ottenere una panoramica rispetto alle caratteristiche dei bandi: la costruzione della base dati è necessaria per prendere coscienza sulla qualità delle informazioni disponibili.
- 2. Mappatura degli input, output e outcome attesi.** È stata effettuata una mappatura per catalogare le informazioni sulla base delle categorie della catena del valore dell'impatto. Questo ha permesso di organizzare i dati in base alle categorie della catena del valore e di identificare eventuali gap informativi. Questi gap sono stati colmati attraverso studi approfonditi della letteratura e questionari mirati, garantendo una visione chiara e dettagliata degli input, output e outcome attesi.
- 3. Integrazione, outcome e identificazione proxy finanziarie.** Sono stati raccolti ulteriori dati tramite nuovi questionari, integrando e consolidando le informazioni esistenti. Questo ha incluso l'identificazione delle proxy finanziarie necessarie per una valutazione precisa degli outcome, permettendo di quantificare i benefici economici e sociali generati dai progetti.
- 4. Valorizzazione monetaria dei benefici sociali.** È stato assegnato un valore monetario agli outcome basandosi sulle strategie di monetizzazione presenti nella letteratura. I dati sono stati adattati specificamente al contesto italiano e i valori sono stati aggiornati a prezzi correnti, utilizzando le principali fonti statistiche italiane per garantire l'accuratezza delle stime.
- 5. Identificazione e calcolo dei KPI.** Dopo aver completato le fasi precedenti, si è proceduto al calcolo dei KPI. Il metodo seguito consente infatti di affiancare allo SROI altri indicatori utili a qualificare gli impatti sociali di ciascun progetto (ad esempio la distribuzione dei benefici tra le diverse categorie di stakeholder, il valore del beneficio per singolo beneficiario, il contributo dell'impatto agli SDG). I KPI sono stati poi utilizzati per sviluppare una reportistica dettagliata e comprensibile, comunicando efficacemente il valore sociale dei progetti valutati.

Metodologia

Base dati utilizzata per lo studio

Esemplificativo

 Questionario di richiesta e di rendicontazione	Strumento di dettaglio per la presentazione delle proposte progettuali e per la successiva rendicontazione delle attività realizzate
 Questionario di monitoraggio	Documento utilizzato per valutare l'efficacia del progetto ex-post, nonché per raccogliere feedback dai partecipanti
 Voci spesa	Indicazione dettagliata delle spese sostenute per ciascuna attività o fornitura nel progetto, utilizzato per documentare le richieste di finanziamento e tracciare l'utilizzo dei fondi ricevuti
 Altri documenti progettuali	Questionari ad hoc o qualsiasi altro strumento o metodo utilizzato per raccogliere informazioni aggiuntive rilevanti per la valutazione del progetto

all rights reserved

- Il punto di partenza per il calcolo dell'impatto sociale sono i dati che la Fondazione richiede agli enti attraverso la somministrazione di un questionario. Il questionario compilato in fase di richiesta di contributo include informazioni di natura anagrafica dell'ente beneficiario (numero di soci, collaboratori, volontari e dipendenti) e una descrizione degli obiettivi e delle attività del progetto. Il questionario include inoltre una sezione di domande "specifiche", che raccoglie una molteplicità di dati a supporto della misurazione degli output e degli outcome delle iniziative e il dettaglio delle voci di spesa del progetto.
- Ove disponibili e utili, le informazioni sono state integrate con quelle fornite dagli enti al termine del progetto, tramite i questionari di rendicontazione, oppure quelle derivanti da indagini parallele svolte dalla Compagnia (es. la rilevazione periodica sullo stato occupazionale dei professionisti della cultura) o dagli enti stessi.
- I dati primari, raccolti grazie ai questionari, sono stati quindi integrati con informazioni secondarie che provengono dall'ISTAT o dalla letteratura al fine di perfezionare la valutazione: ad esempio, il costo medio del lavoro nelle attività di assistenza è stato utilizzato per valorizzare il contributo dei volontari.

Metodologia

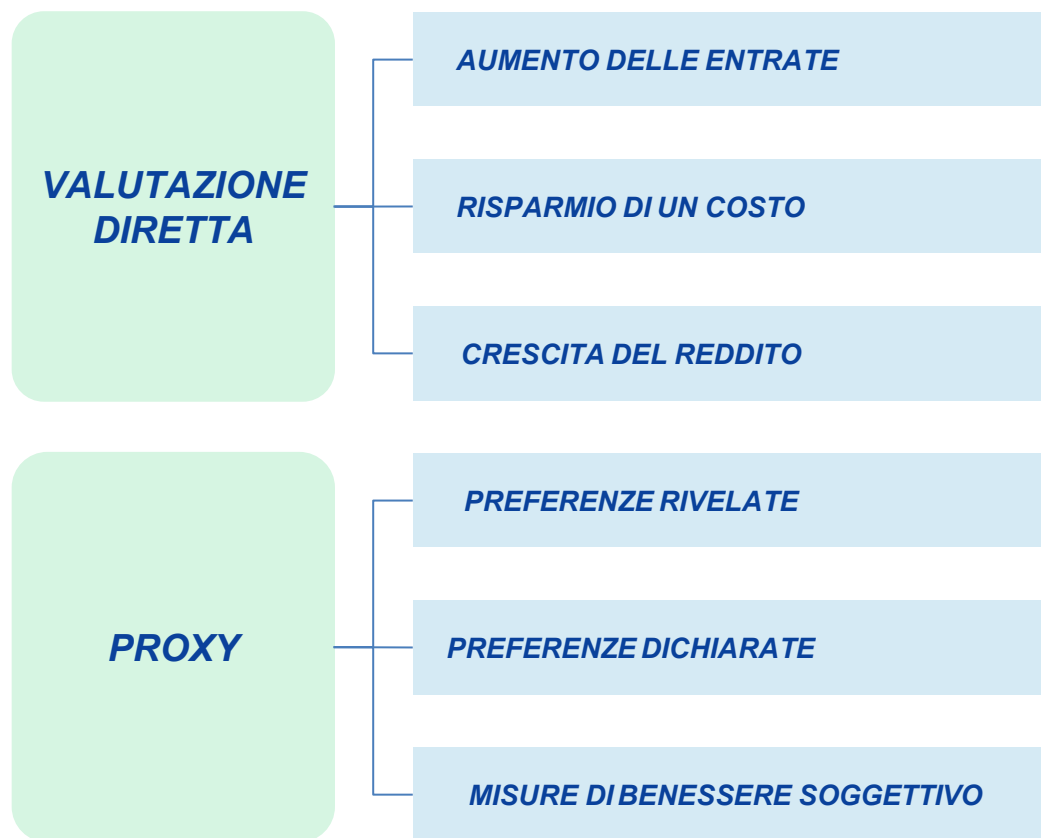
Mappare i cambiamenti (outcome) e le dimensioni lungo cui misurarli



- L'approccio metodologico adottato è basato sullo sviluppo di una teoria del cambiamento, ossia di un flusso logico in base al quale l'insieme degli input utilizzati, delle attività svolte e dei relativi output di un certo intervento genera i risultati attesi in termini di benessere sociale, ambientale ed economico
- Non ci si limita, pertanto, a valutare i risultati immediati (output) di un progetto, ma anche i cambiamenti attesi (outcome) per i partecipanti e gli impatti che il progetto potrebbe generare sulla collettività nel breve e medio termine, escludendo, per quanto possibile, gli effetti che si sarebbero verificati comunque, anche in assenza dell'iniziativa. In particolare, sono stati mappati ed esplicitati gli outcome associati ad ognuno degli stakeholder rilevanti.
- Un passaggio importante è caratterizzato dalla mappatura degli stakeholder, ovvero del bacino di soggetti coinvolti dall'intervento in modo da attribuire a ciascuna categoria i relativi output e outcome.
- Per ogni outcome si procede poi a una stima del valore monetario dei benefici, stima che può essere poi aggregata lungo varie dimensioni di interesse quali il tipo di beneficiario (diretto, famiglie, collettività...) o la tipologia di beneficio (economico, psicologico, ...).

Metodologia

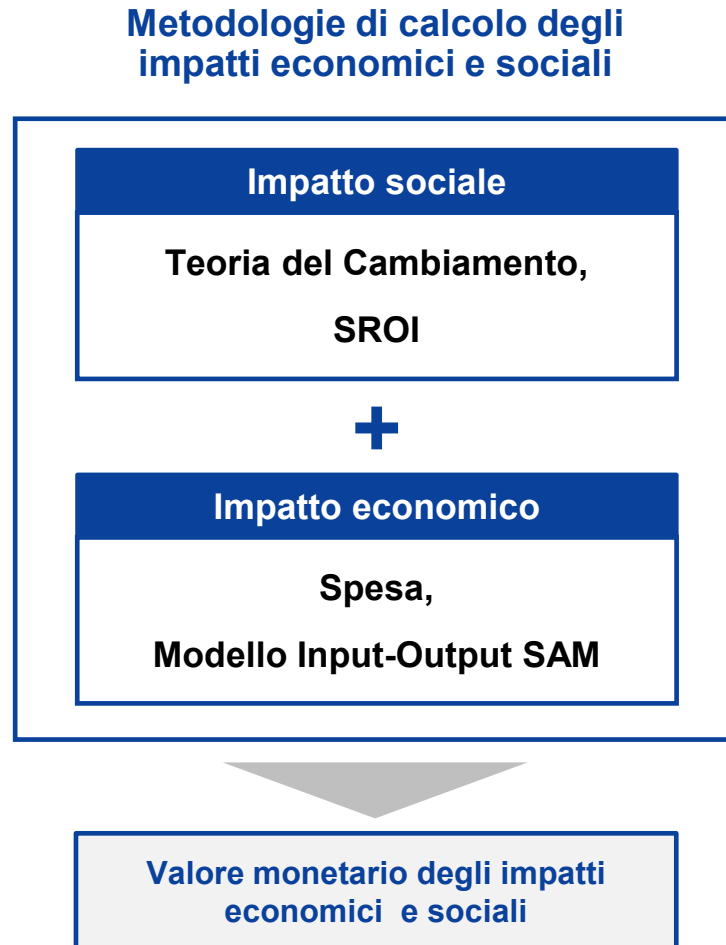
Attribuire un valore monetario ai benefici realizzati



- In seguito alla mappatura degli outcome, è stata effettuata selezione delle proxy finanziarie più adatte alla loro valorizzazione monetaria.
- Per garantire l'accuratezza della valutazione, è stata effettuata una review della letteratura al fine di individuare e implementare i metodi di valutazione più coerenti con i progetti da valutare.
- I metodi di valorizzazione più comuni sono le misure di benessere soggettivo: valutazioni indirette che si basano sulla misurazione del cambiamento del benessere percepito. La valorizzazione di tale cambiamento si basa sul costo necessario per ottenere un beneficio simile all'outcome individuato. Questa strategia è stata impiegata nella quantificazione di alcuni outcome come "Miglioramento delle proprie competenze" a cui è associato il costo di un corso di formazione specifico.
- Nel caso di altri outcome, è stato invece utilizzato l'approccio della "disponibilità a pagare" (Willingness To Pay) per il raggiungimento di un certo beneficio. Questo metodo permette di quantificare quanto le persone sarebbero disposte a pagare per ottenere un determinato miglioramento o beneficio, fornendo una stima economica del valore percepito degli outcome.

Metodologia

Due canali di generazione degli impatti

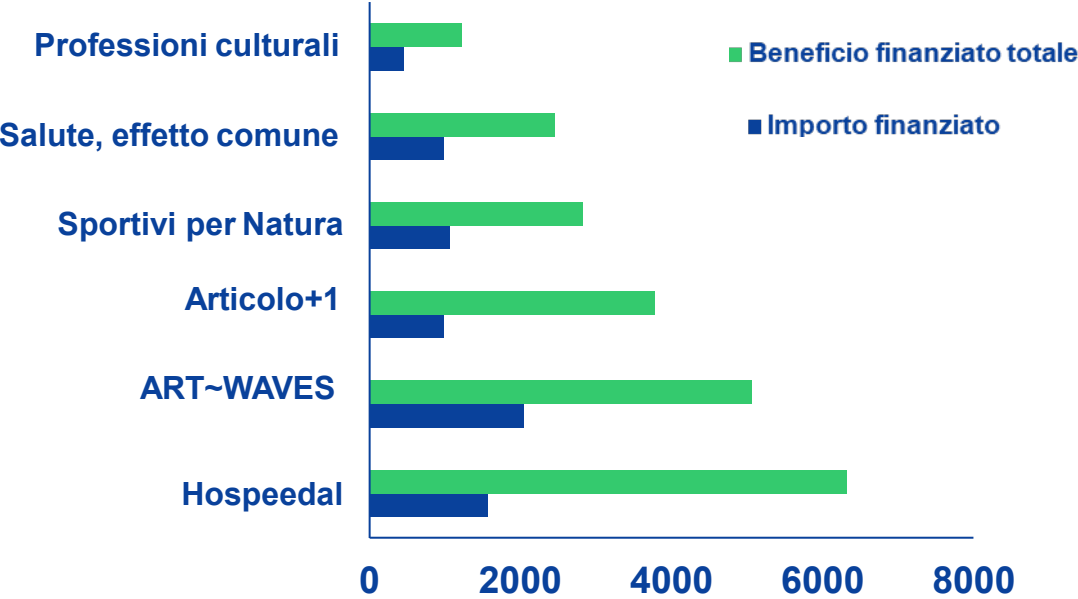


- La metodologia illustrata finora si riferisce esclusivamente ai benefici sociali e, pertanto, non tiene conto degli impatti economici diretti, indiretti e indotti che si generano grazie alla spesa effettuata per la realizzazione dei progetti.
- Per avere una visione più ampia rispetto al contributo della Fondazione bisogna considerare il valore aggiunto e l'occupazione che si creano lungo la filiera grazie agli acquisti come, ad esempio, quelli relativi ai materiali e agli strumenti necessari alle attività.
- Tali acquisti possono attivare altre imprese fornitrici e generare ulteriore valore, occupazione, gettito e consumi.

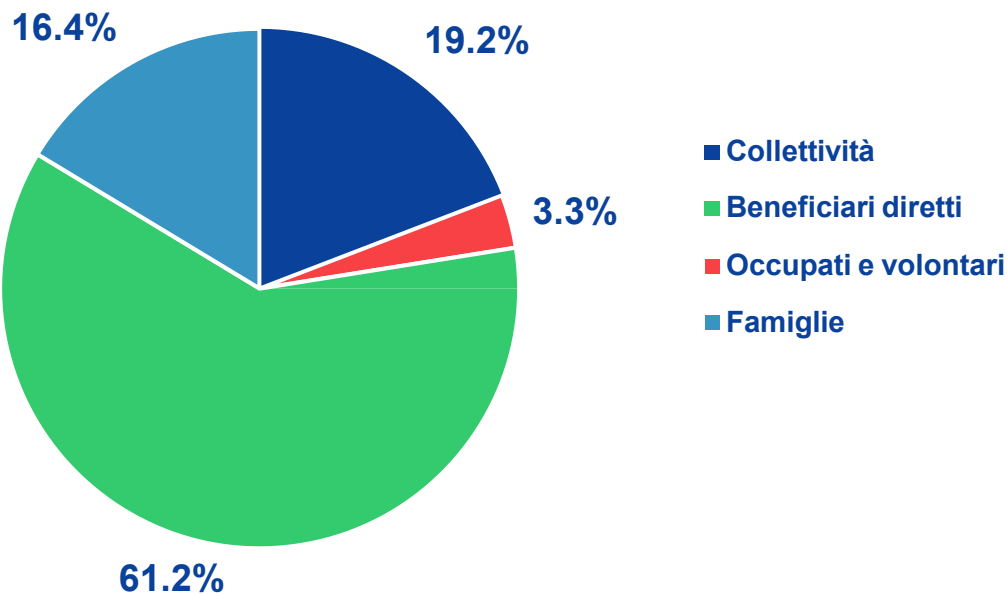
Risultati principali

Impatto sociale

Benefici sociali totali e importo erogato per bando (migliaia di €)



Benefici sociali per stakeholder

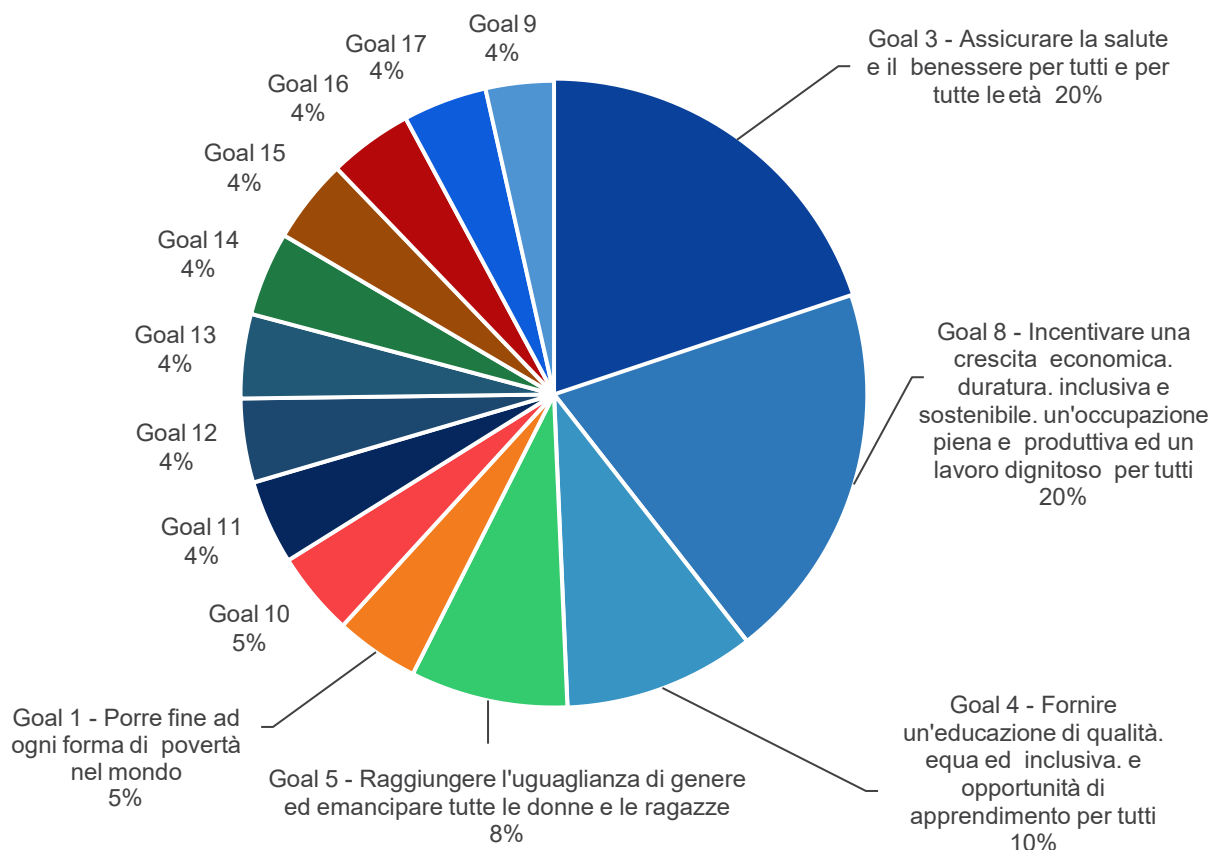


- Complessivamente, si stima che il valore monetario dei benefici sociali generati attribuibili all'operare della Compagnia ammonti a 21.7 mln € a fronte di 7.1 mln € di contributi deliberati. Questo significa che per ogni euro di contributo concesso sono stati generati oltre 3 euro di benefici sociali.
- In termini aggregati poco più del 60% dei benefici sociali interessa i beneficiari diretti dei bandi, cioè coloro per i quali le attività sono progettate; quasi il 20% riguarda la collettività, oltre il 16% le famiglie dei beneficiari e circa il 3% si genera per dipendenti e volontari degli enti beneficiari di contributo. Una parte rilevante degli effetti, pertanto, coinvolge soggetti diversi dai principali destinatari.

Risultati principali

Impatto sociale

Benefici sociali per obiettivi SDG Agenda 2030



Benefici raggiunti per SDG

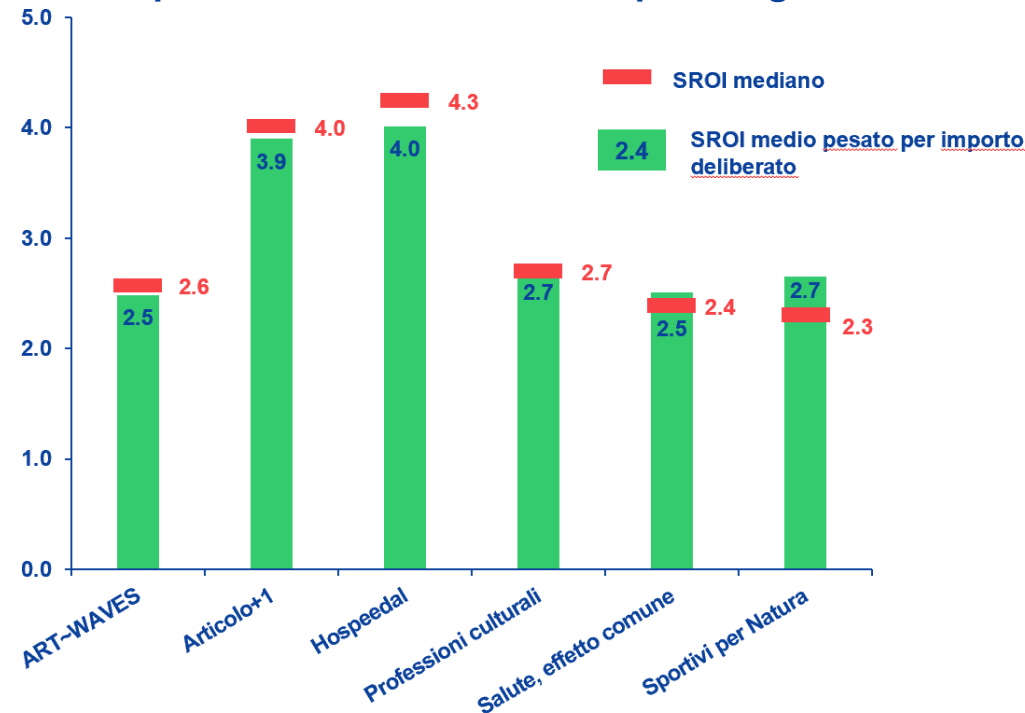
- Gli obiettivi SDG a cui le azioni intraprese contribuiscono sono numerosi
- I progetti analizzati riguardano principalmente tre ambiti:
 - Goal 3: **Diritto alla salute**
 - Goal 8: **Occupazione dignitosa**
 - Goal 4: **Educazione di qualità**

- La monetizzazione dei benefici permette di apprezzare gli impatti in maniera trasversale sotto diverse lenti.
- I progetti analizzati hanno generato benefici sociali che riguardano principalmente tre ambiti: diritto alla salute, occupazione dignitosa e educazione di qualità. Sono comunque numerosi (più di dieci) gli obiettivi SDG a cui le azioni intraprese contribuiscono.

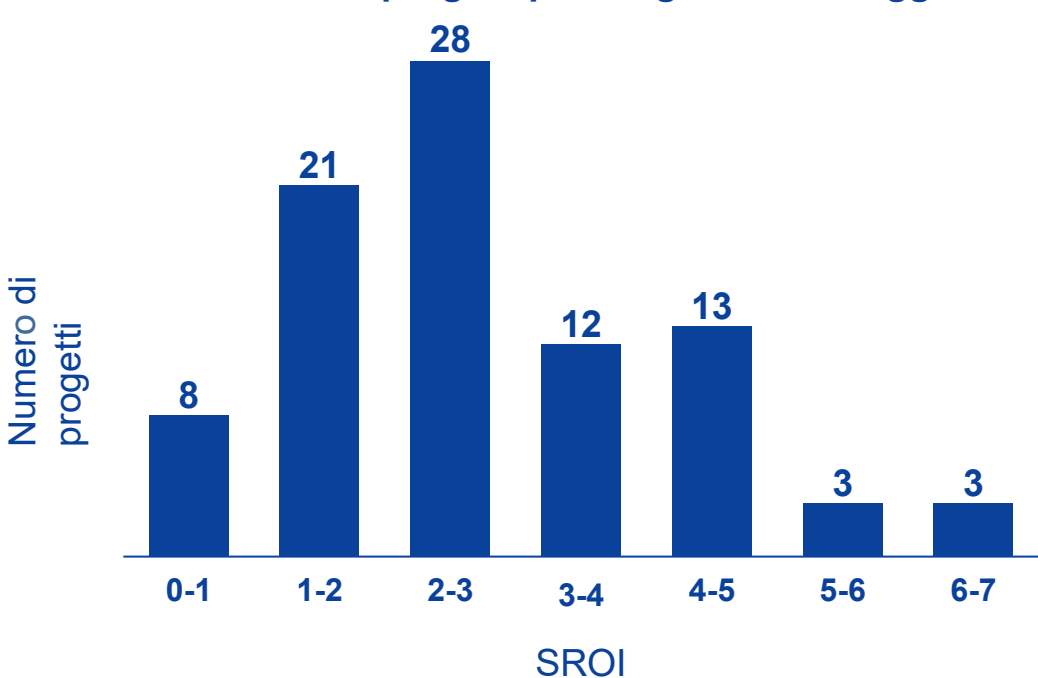
Risultati principali

Impatto sociale

SROI medio ponderato e SROI mediano per singolo bando



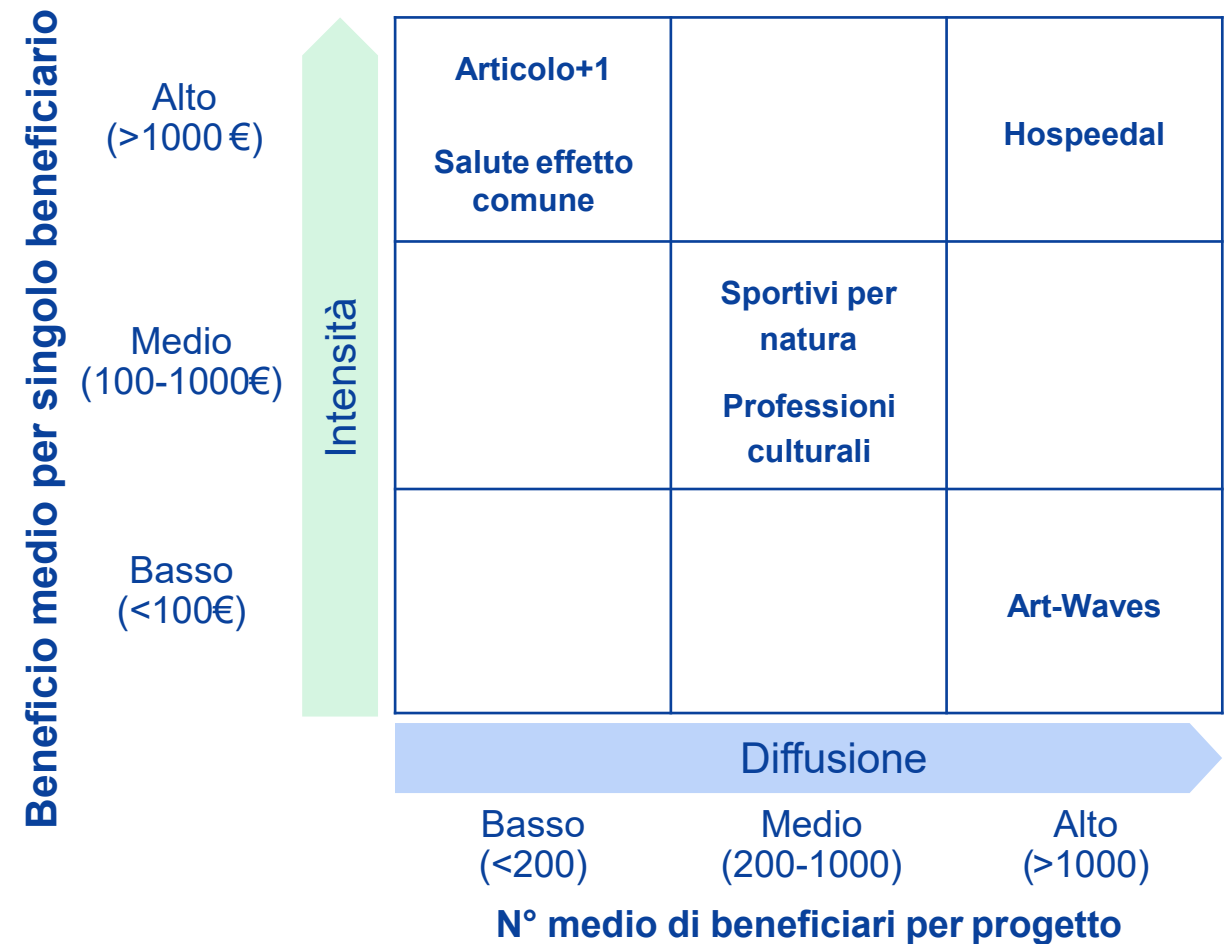
Distribuzione dei progetti per range di SROI raggiunto



- Lo SROI medio per bando è stato ponderato con il contributo al progetto; ciò implica che i progetti con i maggiori contributi pesino di più nell'indicatore.
- Tutti i bandi esibiscono in media un ritorno sociale positivo che varia da 2.5 di Art-Waves e Salute effetto comune fino a 4 di Hospeedal.
- La distribuzione mostra una forma a campana, con la maggior parte dei progetti con indicatore compreso fra 2 e 3. Un numero di progetti simile si posiziona nelle code; 6 progetti hanno un indicatore maggiore di 5 mentre 8 progetti mostrano un ritorno inferiore ad 1.

Risultati principali

Impatto sociale: diffusione e intensità dell'intervento

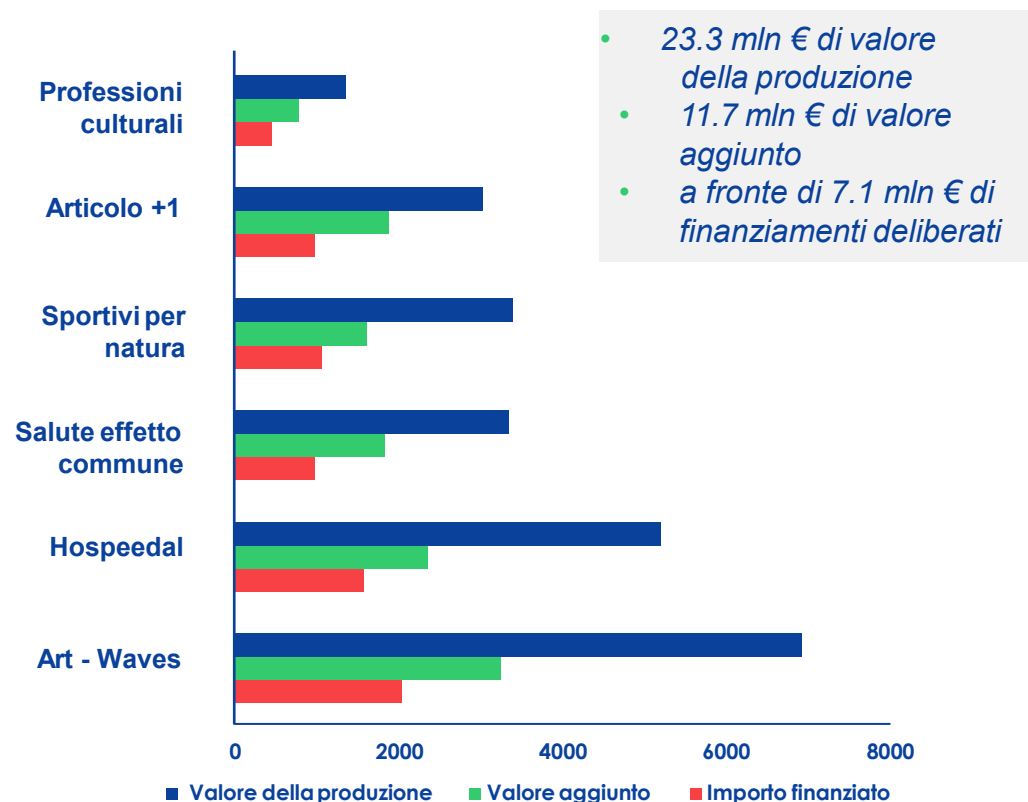


- Il sistema di valutazione implementato permette di cogliere anche le variabilità dei progetti in termini di utenti serviti e benefici dei singoli.
- I bandi analizzati si posizionano in maniera differente in funzione delle attività e dei servizi offerti. Alcuni progetti hanno una platea di beneficiari ampia con benefici per i singoli limitati; altri hanno un numero medio di utenti più contenuto ma con benefici unitari più elevati.
- Ogni progetto/bando ha quindi target e modalità operative differenziate e la mappa può aiutare a comprendere il trade-off fra diffusione e intensità dell'intervento.
- Spesso, infatti, a benefici più elevati per i singoli si associano anche costi più elevati. Per questo motivo progetti di natura diversa potrebbero avere lo stesso ritorno sociale ma coinvolgere un numero di persone molto diverse e con bisogni articolati.

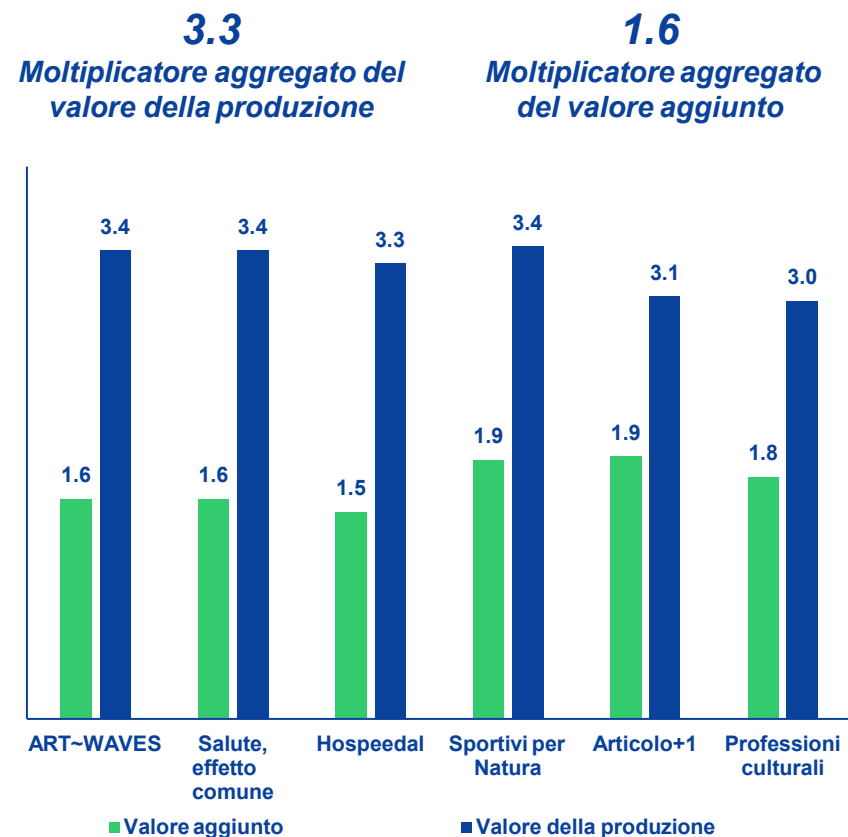
Risultati principali

Impatto economico

Importo erogato ed impatto su valore aggiunto e della produzione per bando



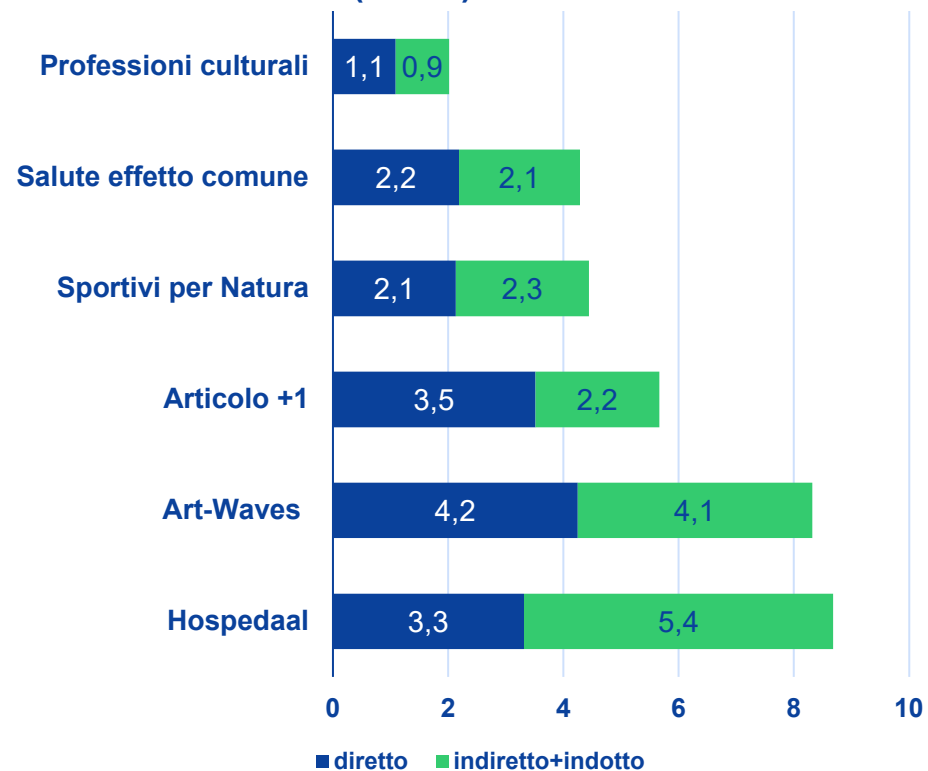
Moltiplicatore del valore aggiunto e della produzione per bando



Risultati principali

Impatto economico e sociale

Impatto diretto, indiretto e indotto dei progetti (mln €)



- L'insieme dei benefici sociali ed economici generati dai 7 milioni di contributi ammonta ad oltre 33 milioni di euro, suddivisi fra diretti, indiretti e indotti.
- Per effetto diretto si intendono gli impatti per gli enti, i loro dipendenti e i beneficiari diretti delle loro azioni mentre per effetti indiretti e indotti si intendono tutti gli impatti che si generano per gli altri stakeholder e per le imprese della filiera.
- La metodologia adottata permette di considerare i contributi economici come addizionali rispetto a quelli sociali in quanto non si verifica sovrapposizione e doppi conteggi fra i due ambiti.

Lessons learned

L'importanza dell'analisi di impatto e lezioni apprese

Lo strumento

- Permette di avere un approccio strutturato alla valutazione di impatto.
- Può essere integrato sia in analisi ex-ante che ex-post, nonché insieme ad analisi controfattuali.
- Dà valore a molti outcome che altrimenti non si apprezzerrebbero. Abilità letture trasversali dei risultati secondo molte dimensioni di analisi (beneficiari, territorio, SDG, ...) e permette di aggregarle.
- Eterogeneità conta e la valutazione monetaria permette di apprezzarla. Consente assessment di progetti afferenti allo stesso bando ma che privilegiano aree differenti.
- Può abilitare un processo di accompagnamento nella relazione con l'ente proponente.
- Abilita i confronti nel corso del tempo.
- L'approccio di "portafoglio" rappresenta una novità rispetto all'approccio tradizionale della letteratura (SROI per ente e/o singolo progetto).

Le informazioni raccolte

- L'applicazione della teoria del cambiamento ai dati ha permesso di identificare eventuali gap informativi da colmare e di esplicitare l'optimum in termini di informazioni da raccogliere

Obiettivo Cultura – ART~WAVES

ART~WAVES

Per la creatività, dall'idea alla scena

La filiera culturale e creativa è di particolare rilevanza per l'economia e la società locali. In estrema sintesi, il supporto al comparto:

- *contribuisce a preservare il patrimonio artistico e culturale proprio del territorio*
- *promuove un accesso equo alla cultura della popolazione*
- *è essenziale per non disperdere e, anzi, per attrarre competenze chiave per lo sviluppo economico e sociale del territorio*

L'occupazione del settore, infatti, da un lato è estremamente qualificata, rappresentando un driver d'innovazione importante per il sistema locale, dall'altro è caratterizzata da un'elevata precarietà. Ai fattori sopra richiamati negli anni recenti si sono aggiunte le criticità legate al COVID che hanno richiesto sforzi congiunti da parte del settore pubblico e di quello privato per arginare l'impatto su una delle filiere più fortemente colpite dalle restrizioni imposte a seguito della pandemia.

Le considerazioni delineate sopra fanno da sfondo al bando "ART~WAVES. Per la creatività, dall'idea alla scena" promosso dalla Fondazione Compagnia di San Paolo nel 2021 come risposta concreta all'impegno dell'ente di sostenere la cultura in Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta attraverso la valorizzazione dei beni e del patrimonio culturale e il supporto alla produzione e alla programmazione artistica e creativa. Il bando, articolato in due annualità, di cui solo la prima è stata oggetto di approfondimento, persegue tre finalità generali: rafforzare l'identità creativa dei territori orientata alla ricerca d'avanguardia e all'innovazione, attrarre realtà culturali sul territorio e incoraggiare l'emergere di talenti, favorire il consolidamento di un ecosistema, che comprenda tutta la filiera, unendo ricerca, produzione, offerta e distribuzione. Coerentemente con tali finalità, il bando si articola in due linee interconnesse, dedicate alle richieste di contributo per le programmazioni di performing arts e ai progetti di produzione culturale nei linguaggi espressivi contemporanei.

ART~WAVES

Input delle iniziative e output dei progetti

Input

38 progetti <i>-15 linea produzioni</i> <i>-23 linea programmazioni</i>	2.04 milioni di € importo deliberato <i>-690 mila € produzioni</i> <i>-1.35 milioni € programmazioni</i>	6 milioni di € costo totale iniziative <i>-1.1 milioni € produzioni</i> <i>-4.9 milioni € programmazioni</i>
--	---	---



Output

Programmazioni		Produzioni
129 768 Spettatori	3 245 Artisti coinvolti	83 161 Spettatori
754 Spettacoli differenti		152 Artisti coinvolti
		2 361 Partecipanti non professionisti

ART~WAVES

Beneficiari e outcome mappati

Stakeholder	Categoria beneficio	Outcome
Artisti	Aumento del capitale umano	Acquisizione di esperienza e conoscenze trasversali e specifiche
	Economico	Creazione di opportunità di lavoro ed espressione creativa / Crescita del proprio network
	Psicologico	Soddisfazione professionale / Crescita del senso di appartenenza alla comunità artistica e/o locale
Spettatori	Aumento del capitale umano	Crescita culturale e formazione
	Psicologico	Coinvolgimento emotivo ed empatia / aumento della socialità e riduzione del senso di solitudine o isolamento
	Aumento del capitale umano	Possibilità di interagire con una maggiore varietà di artisti
	Aumento del capitale sociale	Sensibilizzazione su tematiche specifiche (Ambiente, Inclusione, Tecnologia)
Partecipanti non professionisti/ studenti*	Psicologico	Crescita del senso di appartenenza alla comunità artistica e/o locale
	Aumento del capitale umano	Crescita culturale e formazione
	Aumento del capitale umano	Possibilità di interagire con una maggiore varietà di artisti
	Aumento del capitale umano	Stimolo al pensiero critico
	Aumento del capitale sociale	Sensibilizzazione su tematiche specifiche (Ambiente, Inclusione, Tecnologia)
Comunità scientifica*	Aumento del capitale umano	Sviluppo di competenze
	Economico	Crescita del proprio network / visibilità
	Aumento del capitale sociale	Sensibilizzazione su tematiche specifiche (Ambiente, Inclusione, Tecnologia)
Collettività locale	Economico	Benefici sul turismo e crescita economica
	Aumento del capitale sociale	Coesione sociale
	Aumento del capitale sociale	Promozione della cultura locale
Dipendenti e volontari	Psicologico	Benefici associati alla soddisfazione nel proprio ruolo all'interno dell'iniziativa - Occupati
	Psicologico	Beneficio associato alla soddisfazione del proprio lavoro - Volontari
	Aumento del capitale umano	Sviluppo di competenze specifiche e trasversali

*solo produzioni

ART~WAVES

Alcune scelte metodologiche

Per tenere conto di eventuali specificità, gli outcome sono stati valutati **con riferimento a 4 diversi cluster**:



Circo



Musica



Danza



Teatro

La **valutazione** del beneficio sociale degli artisti è **diversa tra produzioni e programmazioni** in conseguenza del fatto che nelle prime il beneficio per artista non si ricollega solo alla restituzione dell'opera, ma a tutto il processo che ha portato all'atto creativo

Produzioni

Programmazioni



La **share di beneficiari** interessati dal cambiamento è stata **stimata sulla base della letteratura** e dei risultati dei **questionari ai beneficiari**. Inoltre sono state fatte ipotesi differenziate per i diversi stakeholder



I benefici provenienti dal turismo sono stati **calibrati sul territorio considerando il potenziale bacino di utenza**. I consumi turistici sono stati stimati tenendo conto sia della spesa turistica per provincia di destinazione che della caratteristica di turista culturale.

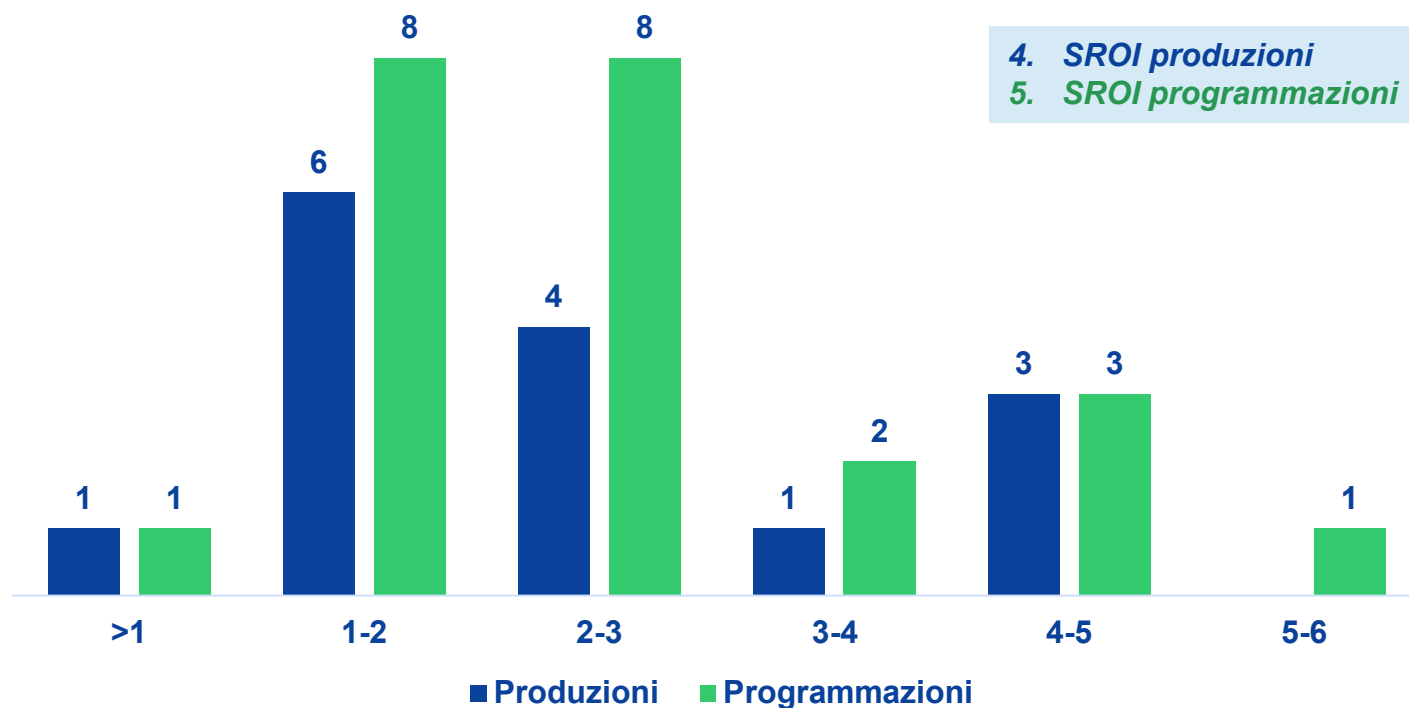


Un altro beneficio per la collettività deriva dall'evidenza in letteratura di una **relazione positiva tra consumo culturale e coesione sociale**.

ART~WAVES- produzioni

Risultati dei singoli progetti – impatto sociale

Distribuzione dei progetti per range di SROI



Focus Produzioni

SROI MASSIMO:

- ✓ Elevato numero di spettatori
- ✓ Coinvolgimento della comunità locale
- ✓ Sensibilizzazione su temi specifici (ambiente)

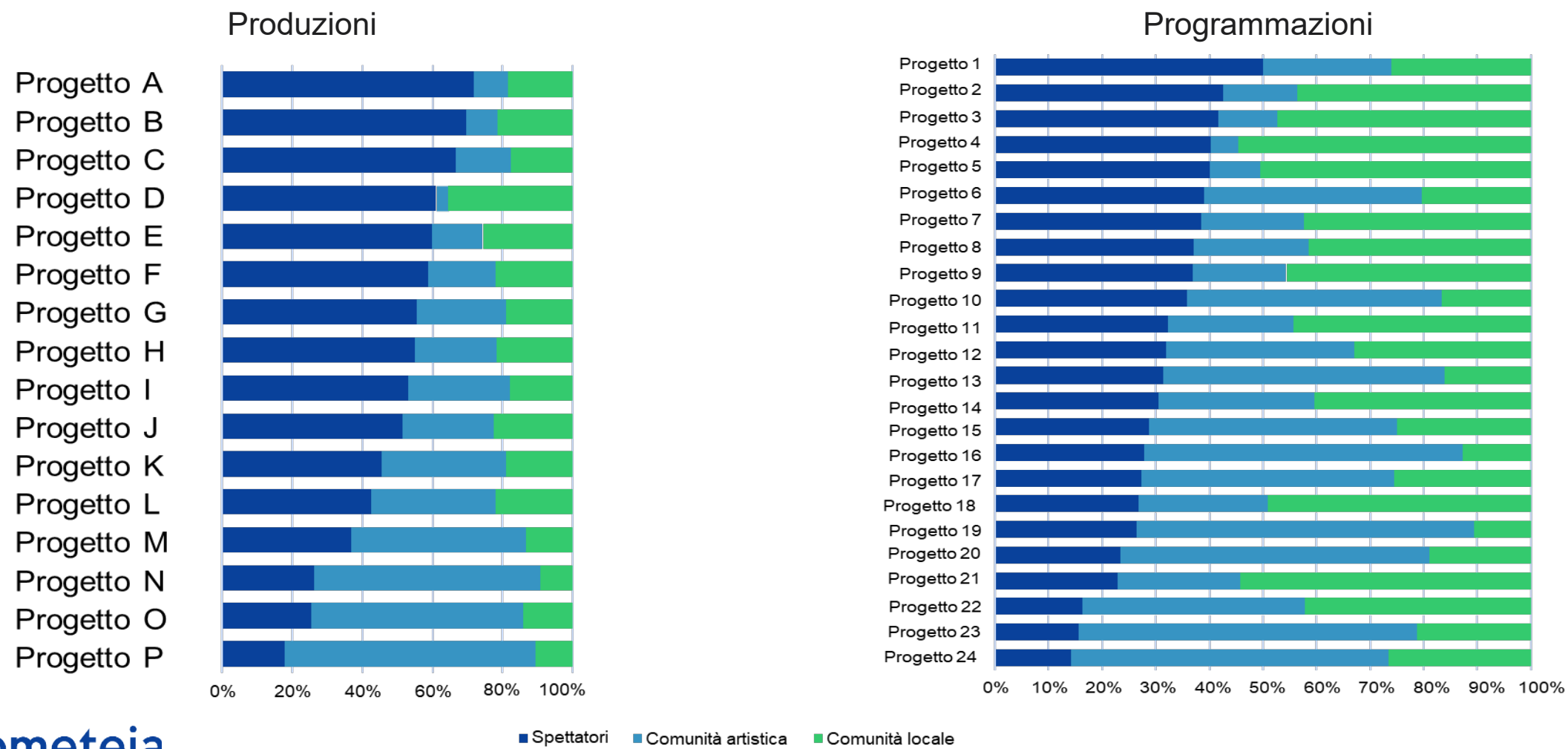
SROI MINIMO:

- ✓ Basso numero di spettatori
- ✓ Impatto limitato in termini di benefici sul turismo

ART~WAVES- produzioni

Risultati dei singoli progetti – impatto sociale

Distribuzione dei benefici per stakeholder



Progetto	Importo finanziato in €	Valore produzione in €	Valore aggiunto in €	Unità di Lavoro Standard (ULA)	% sul territorio regionale
Produzioni	690 000	2 295 000	1 078 000	16	75%
Programmazioni	1 350 000	4 628 400	2 170 000	32	83%

Progetto	Moltiplicatore produzione	Moltiplicatore valore aggiunto
Produzioni	3.4	1.6
Programmazioni	3.3	1.6

I progetti finanziati supportano l'attività della filiera artistica sul territorio regionale di riferimento; **quasi un euro su quattro rimane a beneficio del settore delle attività culturali.**

ART~WAVES- programmazioni

Teoria del cambiamento

Attività	Output	Outcome	Impatto
23 Progetti finanziati 1.35 mln € Valore deliberato dei contributi 4.90 mln € Costo totale delle iniziative	129 768 Spettatori complessivi 754 Spettacoli differenti 134 Prime assolute >3200 Artisti coinvolti	>115 mila Stima spettatori che godono di un maggior benessere 82% Stima spettatori che beneficiano di un'offerta culturale più ampia >1100 Artisti locali che hanno potuto aumentare le proprie competenze >1300 Artisti under35 che hanno aumentato la propria visibilità	75% Valore aggiunto generato che è rimasto sul territorio locale (contribuendo a sostenere la ripresa post-pandemia delle filiere culturali) 645 mila € Il valore del sostegno alla coesione sociale attribuibile alla partecipazione alle iniziative 2.9 mln € Spesa sul territorio dei turisti che hanno partecipato agli eventi

Beneficio Sociale generato dai contributi della Fondazione

3.4 mln €

Valore del beneficio sociale

32% per gli spettatori,
32% per la comunità artistica e **35%** per la comunità locale

2.5

SROI medio ponderato per il valore deliberato

Impatto Economico generato dai contributi della Fondazione

2.2 mln €

Valore Aggiunto

32

Occupati (ULA)



ART~WAVES- produzioni

Teoria del cambiamento

Attività	Output	Outcome	Impatto
15 Progetti finanziati 960 mila € Valore deliberato dei contributi 1.06 mln € Costo totale delle iniziative	83 161 Spettatori complessivi 156 Studenti coinvolti 2361 Partecipanti non professionisti 152 Artisti coinvolti	>35 mila Spettatori sensibilizzati su ambiente/inclusione/ tecnologia 78% Stima spettatori che sperimentano una riduzione del senso di solitudine >70 mila Stima individui (spettatori e partecipanti non professionisti) che beneficiano di un'offerta culturale più ampia	83% Valore aggiunto generato che è rimasto sul territorio locale (contribuendo a sostenere la ripresa post-pandemia delle filiere culturali) 289 mila € Il valore del sostegno alla coesione sociale attribuibile alla partecipazione alle iniziative 269 mila € Spesa sul territorio dei turisti che hanno partecipato agli eventi

Beneficio Sociale generato dai contributi della Fondazione

1.7 mln €
Valore del beneficio sociale

55% per gli spettatori, **23%** per la comunità artistica e **22%** per la comunità locale

2.4
SROI medio ponderato per il valore deliberato

Impatto Economico generato dai contributi della Fondazione

1.1 mln €
Valore Aggiunto

16
Occupati (ULA)



Contatti

Bologna

Piazza Trento e Trieste, 3
+39 051 6480911
info@prometeia.com

Londra

Dashwood House, 69 Old Broad Street
EC2M 1QS
+44 (0) 207 786 3525
uk@prometeia.com

Il Cairo

Smart Village - Concordia Building, B2111
Km 28 Cairo Alex Desert Road
6 of October City, Giza
egypt@prometeia.com

Milano

Via Brera, 18
Viale Monza, 259
+39 02 80505845
info@prometeia.com

Istanbul

River Plaza, Kat 19
Büyükdere Caddesi Bahar Sokak
No. 13, 34394
| Levent | Istanbul | Turkey
+ 90 212 709 02 80 – 81 – 82
turkey@prometeia.com

Vienna

Wiedner Gürtel, 13 – 1100
austria@prometeia.com

Roma

Viale Regina Margherita, 279
info@prometeia.com

Zurigo

Technoparkstrasse, 1 – 8005
switzerland@prometeia.com



Prometeia



Prometeiagroup



Prometeia

www.prometeia.com