



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

progetto

Il quartiere al museo

Un Percorso di Welfare – Il annualità 2019-20

(la presente valutazione completa quella di cui al link
<https://www.compagniadisanpaolo.it/wp-content/uploads/Il-quartiere-al-museo.pdf>)

Monitoraggio e valutazione

SDG target: 4.3, 4.7

Marzo 2021



Premessa | Il ruolo del monitoraggio e della valutazione nel lavoro della Compagnia di San Paolo



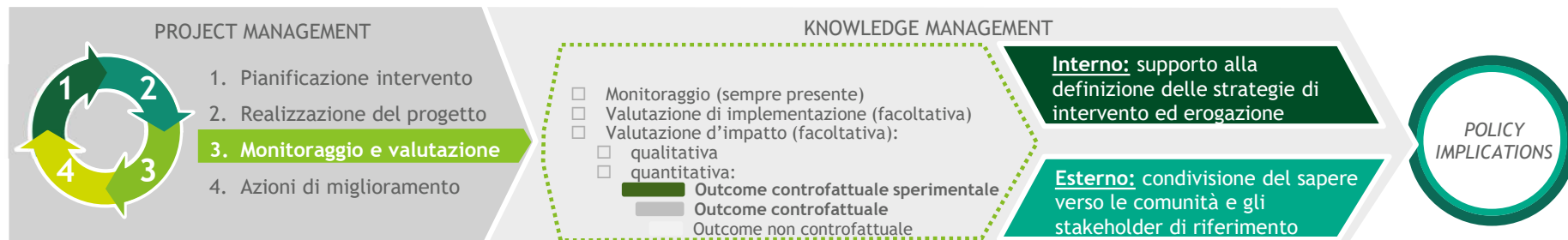
La Compagnia di San Paolo svolge sui propri progetti attività di **monitoraggio** e di **valutazione sistematica e rigorosa**, ispirate ai principi di correttezza, economicità e trasparenza. Un approccio in linea con il senso di responsabilità che la Compagnia sente verso i propri stakeholder e il territorio di riferimento e rispondente alle richieste di legge (d.lgs 117/2017) e a quanto previsto dal Protocollo Acri-MEF.

Le attività di valutazione sono realizzate sia su **finanziamenti di progetti terzi** che su **progetti propri** e si distinguono per **due approcci** fondamentali:

- Misurazione di **output (monitoraggio, analisi di implementazione)**: valutazione dei risultati in termini di produzione/erogazione di servizi realizzata grazie alla trasformazione degli input e valutazione della modalità operative utilizzate;
- Misurazione di **outcome (analisi 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 di questo approccio consente di innescare processi di **Knowledge Management** funzionali alla programmazione strategica pluriennale 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.



Numeri | La dimensione della Compagnia a colpo d'occhio nel biennio 2018-19



Di seguito vengono riportati i risultati dell'attività operativa della Compagnia nel biennio 2018-2019, come presentati nel bilancio di fine mandato.

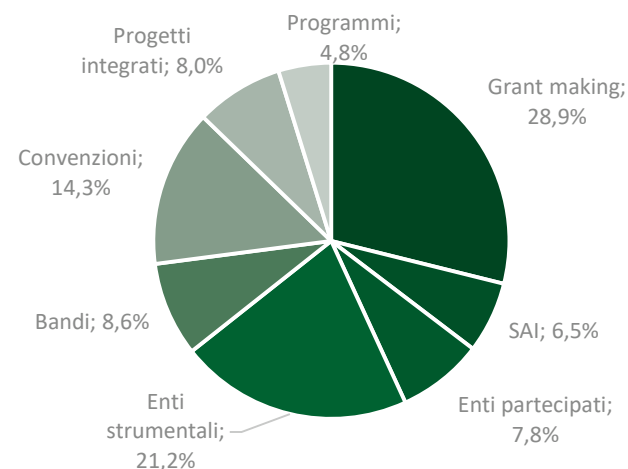
Tra il 2018 e il 2019 sono pervenute alla Compagnia oltre 3.700 richieste per un controvalore di circa 500 milioni di euro. Di queste **1.642**, pari al 44%, sono state **supportate dalla Compagnia, attraverso l'erogazione di oltre 352 milioni di euro**, pari a circa il 70% dei fondi richiesti dal territorio. Un trend di erogazione in costante crescita negli ultimi 5 anni e con un **valore medio per progetto di 214 mila euro**. Appare interessante l'aumento dei **progetti a elevata complessità** e presentati da **reti di stakeholder**.

Guardando alla tipologia di progetto il **grant-making** si conferma lo strumento principale, seguito dal sostegno agli **enti strumentali** e dalle **convenzioni**.

Erogato e numero progetti nel biennio 2018-2019 per Area (€, %)

Aree	Erogato 2018-2019	% sul totale	Progetti 2018-2019	% sul totale
Ricerca e Sanità	93.173.600	26%	195	12%
Arte, Attività e Beni culturali	69.071.311	20%	505	31%
Innovazione culturale	16.359.500	5%	224	14%
Politiche sociali	135.593.832	39%	403	25%
Filantropia e Territorio	23.179.560	7%	184	11%
Programmi e piano strategico	14.633.392	4%	131	8%
Totale	352.011.196	100%	1.642	100%

Erogato biennio 2018-2019 per tipologia di progetto (%)



In una slide: Valutazione della seconda annualità de «Il quartiere al museo – Un Percorso di Welfare»



Il presente documento offre una vista sintetica delle evidenze emerse dalle attività di monitoraggio e valutazione realizzate sul progetto «Il quartiere al museo - Un Percorso di Welfare». Il documento si articola in tre sezioni: la prima offre informazioni sul progetto, i suoi obiettivi e le modalità di realizzazione; la seconda definisce obiettivi e metodologia di monitoraggio e valutazione; la terza ripercorre i risultati e gli outcome del progetto.



Nome del progetto: Il quartiere al museo - Un Percorso di Welfare - Il annualità

Descrizione del progetto: Nella seconda annualità: a) È stata offerta ai beneficiari della prima annualità (over 60 residenti a Torino) la possibilità di rinnovo a prezzo dimezzato dell'Abbonamento Musei e la partecipazione a un nuovo programma di sostegno al consumo museale, (in collaborazione con le Case del Quartiere coinvolte nella prima annualità); b) il progetto è stato esteso alla popolazione over 60 residente a Settimo Torinese (in collaborazione con la biblioteca comunale).



Outcome attesi: stimolare il consumo culturale da parte del target over 60. L'emergenza pandemica ha fortemente condizionato la realizzazione del progetto, al punto che non è stato possibile misurarne gli effetti. Dal monitoraggio dei consumi museali si sono però ricavati interessanti spunti di riflessione sui potenziali effetti a breve e lungo termine del fenomeno pandemico sui consumi museali degli anziani.



Metodologia di monitoraggio e valutazione: monitoraggio effettuato sulla base di un questionario e dei dati amministrativi di utilizzo dell'Abbonamento Musei.



Principali risultati: E' evidente l'effetto del lockdown sulla contrazione della domanda (-58% circa), ma è altresì probabile una evoluzione della sua tipologia: sembrerebbe che il rinnovo della tessera abbia coinciso con la volontà di completare il percorso di conoscenza dell'offerta museale più che un reale processo di 'fidelizzazione' dell'utente. La scelta del luogo di aggregazione non è indifferente (case del quartiere vs biblioteche) perché porta ad un'auto-selezione dei partecipanti. Con l'emergenza pandemica occorre pensare a come riuscire a «portare i musei agli anziani».

SCALA MONITORAGGIO

- Monitoraggio
- Valutazione di implementazione
- Valutazione d'impatto:
 - qualitativa
 - quantitativa:
- Outcome controfattuale sperimentale
- Outcome controfattuale
- Outcome non controfattuale

Presentazione del progetto | Il quartiere al museo – Un Percorso di Welfare II annualità



Obiettivi del progetto:

1. Fare **audience development** tra la popolazione over 60 e incrementare il **consumo museale**
2. Promuovere un percorso di **welfare sociale territoriale**: sostenere il consumo culturale come strumento di benessere



Audience target: popolazione over 60 residente in Torino e in Settimo Torinese



Modalità di realizzazione: nella seconda annualità del progetto: 1) si è data la possibilità ai beneficiari della prima annualità di rinnovare l'Abbonamento Musei ad un prezzo ridotto e di fruire di un nuovo programma di visite organizzate dalla casa del quartiere di Torino; 2) sono state distribuite circa 180 tessere Abbonamento Musei gratuite presso la biblioteca di Settimo Torinese che ha organizzato con Abbonamento Musei un programma di sostegno al consumo museale.



Durata: 17 mesi (inclusi 5 mesi di proroga a seguito del lockdown), da aprile 2019 a agosto 2020



Finanziamento della Compagnia di San Paolo: 70.000 euro

Disegno di monitoraggio e valutazione |

(per gli effetti della prima annualità si veda <https://www.compagniadisanpaolo.it/wp-content/uploads/Il-quartiere-al-museo.pdf>)



Obiettivi :



Il contesto pandemico ha profondamente limitato l'accesso e la fruizione dell'offerta museale ed ha imposto il distanziamento sociale a tutela dello stato di salute, modificando la natura stessa del progetto. E' stata dunque abbandonata l'idea di procedere alla valutazione degli effetti del progetto, ma si è colta l'occasione per fornire una descrizione delle caratteristiche dei beneficiari - in prospettiva comparata tra edizioni - e dei loro consumi museali nel primo anno di pandemia.



Popolazione di riferimento: 557 over 60 di Torino che nella prima annualità hanno ricevuto l'Abbonamento Musei gratuitamente e nella seconda annualità hanno deciso di rinnovarlo a prezzo ridotto (20 euro); 213 over 60 di Settimo Torinese a cui è stata donata la tessera Abbonamento Musei e a cui, al termine della prima annualità, sarà proposto il rinnovo a prezzo agevolato.



Metodologia per il monitoraggio: Questionario socio-demografico e analisi degli accessi al museo basata su dati di fonte amministrativa (database Abbonamento Musei).



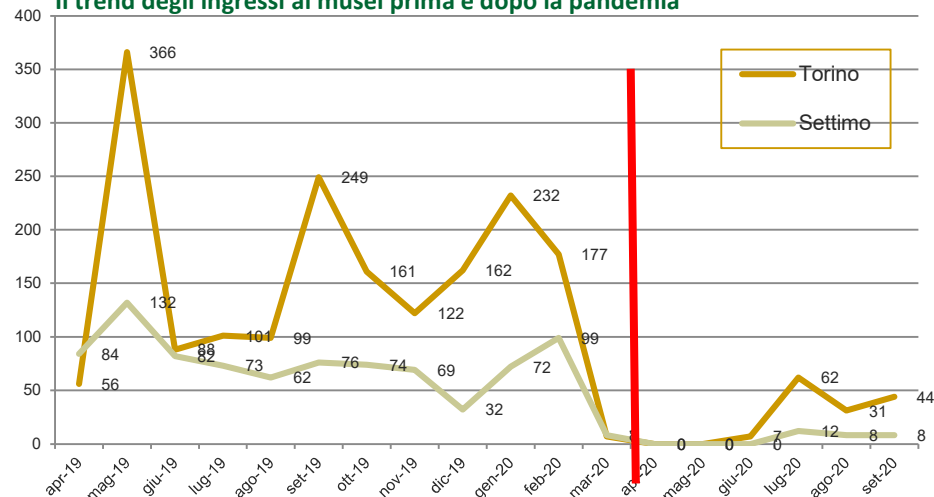
Responsabili della valutazione: Prof. Roberto Zanola

Risultati del Monitoraggio | Il Quartiere al Museo – II annualità



(i risultati della prima annualità sono riportati in <https://www.compagniadisanpaolo.it/wp-content/uploads/Il-quartiere-al-museo.pdf>)

Il trend degli ingressi ai musei prima e dopo la pandemia



Un confronto tra i partecipanti alle iniziative di Torino e Settimo

	TORINO (2019)	SETTIMO (2020)
	Case del quartiere	Biblioteca
Età media***	71,3	68,5
Istruzione: diploma o laurea***	31%	40,5%
Willingness to pay per fruire della tessera	0 euro per il 36% dei beneficiari	0 euro per il 32% dei beneficiari
Abbonamento Musei***	17,4 euro in media per gli altri	23,3 euro in media per gli altri
Nessun ingresso nell'anno***	29%	19%

***, **, *. T-test significatività al .01, .05, .10 per cento

SPUNTI DI RIFLESSIONE

- i. *Centralità della relazione.* le iniziative di AM hanno catturato un bisogno latente di socializzazione e generato capitale sociale. Come trasferire questa forza nel nuovo scenario?
- ii. *Cultura ed età.* Emerge la necessità di armonizzare obiettivi e strumenti in considerazione del fatto che la partecipazione degli over 80 è risultata molto bassa.
- iii. *Ruolo luogo di aggregazione.* La scelta della biblioteca piuttosto che della casa del quartiere non si è dimostrata indifferente nella selezione dei partecipanti.
- iv. *Il nuovo scenario impone la ricerca di nuove soluzioni.* Anziché portare gli anziani ai musei occorre pensare a come riuscire a portare i musei agli anziani.
- v. *Per i partecipanti di Torino, il rinnovo della tessera nella seconda annualità sembra coinciso con la volontà di completare il percorso di conoscenza dell'offerta museale più che un reale processo di 'fidelizzazione' dell'utente. Ma non sappiamo se questo sia generalizzabile o specifico del contesto pandemico.*