



Monitoraggio e valutazione
Pubblico di Domani
2018

Torino, Settembre 2018



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

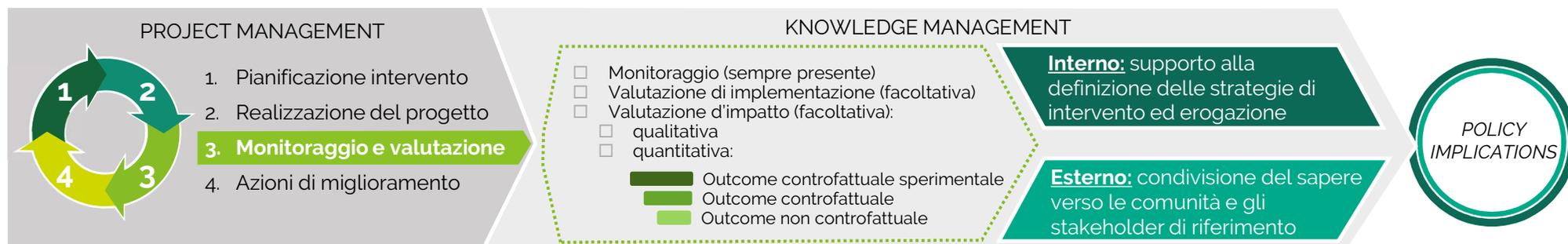
La **Compagnia di San Paolo** svolge sui propri progetti attività di **monitoraggio** e di **valutazione sistematica e rigorosa**, ispirate ai principi di correttezza, economicità e trasparenza. Un approccio in linea con il senso di responsabilità che la Compagnia sente verso i propri stakeholder e il 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 2017-18

Di seguito vengono riportati i **risultati dell'attività operativa della Compagnia nel biennio 2017-2018**, come presentati nel bilancio di metà mandato.

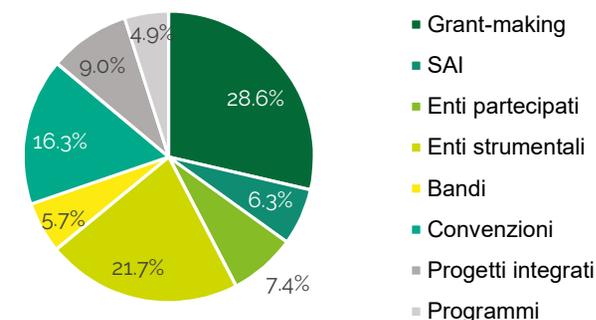
Tra il 2017 e il 2018 sono pervenute alla Compagnia oltre 4.000 richieste per un controvalore di oltre 512 milioni di euro. Di queste **1.711**, pari al 42,7%, sono state **supportate dalla Compagnia, attraverso l'erogazione di oltre 357 milioni di euro**, pari a circa il 70% dei fondi richiesti dal territorio. Un trend di erogazione in costante crescita negli ultimi 4 anni e con un **valore medio per progetto di 209 mila euro**. Proprio questo dato appare interessante: aumentano i **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 2017,18 per Area (€, %)

Aree	Erogato 2017-18	% sul totale	Progetti 2017-18	% sul totale
Ricerca e Sanità	94.509.000	26,5%	220	12,8%
Arte, Attività e Beni culturali	64.243.000	17,9%	537	31,4%
Innovazione culturale	14.184.000	4,1%	205	11,9%
Politiche sociali	150.609.000	42,0%	456	26,6%
Filantropia e Territorio	23.480.000	6,6%	149	8,8%
Programmi e piano strategico	10.126.000	2,9%	144	8,5%
Totale	357.151.000	100%	1.711	100%

Erogato biennio 2017-18 per tipologia di progetto (%)



Il presente documento offre una vista sintetica delle evidenze emerse dalle attività di monitoraggio e valutazione realizzate sul progetto «**Pubblico di Domani**». 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** applicati; la terza ripercorre i **risultati e gli outcome del progetto**.



Nome del progetto: Pubblico di Domani – Short Track

Descrizione del progetto: avvicinare alla musica classica il pubblico più giovane e meno avvezzo, attraverso la proposta del programma **Short Track**, mini concerti modulati di 30 minuti a costo ridotto (biglietto 5 euro) da affiancare alla programmazione tradizionale



Outcome attesi: ingaggio di pubblico nuovo e più giovane rispetto a quello che già frequenta l'offerta classica



Metodologia di monitoraggio e valutazione: Valutazione d'impatto quantitativo non **controfattuale** condotto comparando l'audience dei concerti Short Track con l'audience di concerti della programmazione più tradizionale di genere musicale affine.



Principali risultati: l'iniziativa **Short Track** ha coinvolto **898 spettatori**. Si tratta di un **pubblico mediamente più giovane** (46 anni) rispetto a quello della programmazione tradizionale (53 anni), e nuovo, **il 37% degli spettatori dichiara di non aver assistito a concerti di musica classica negli ultimi 12 mesi**. **Si documenta l'innescio di un processo di fidelizzazione** – il 30% degli spettatori ha assistito a più di uno spettacolo *Short Track nella stagione* - **tuttavia, è difficile pensare che ci sia stato un vero e proprio travaso di pubblico** verso le proposte musicali più tradizionali: tra coloro che hanno presenziato ai concerti al Conservatorio o al teatro Vittoria, ad aver assistito anche ad un concerto *Short Track* è il 3%.



Obiettivi del progetto: il progetto Pubblico di Domani intende avvicinare alla musica classica il pubblico più giovane e meno avvezzo



Audience target: giovani e adulti residenti in Torino e Provincia meno avvezzi al consumo di musica colta



Modalità di realizzazione: il progetto : il progetto Pubblico di Domani include diverse iniziative, tra le quali il programma Short track, oggetto della valutazione in quanto più nuovo e sperimentale. Il programma **Short Track consiste in mini concerti modulati di 30 minuti a costo ridotto** (biglietto 5 euro) da affiancare alla programmazione tradizionale (ossia già in essere al momento dell'introduzione del programma Short Track): concerti del Teatro Vittoria "con aperitivo" (durata 1h, biglietto 12 euro) e del Conservatorio (durata 2h, biglietto 25 euro) .



Durata: 1 anno



Valore economico del progetto: 85.897,31 euro complessivi, ma il programma include diverse iniziative oltre a Short Track

Finanziamento della Compagnia di San Paolo: 40.000 euro, all'interno del Bando Open SAI, di cui **6.000 euro dedicati a Short Track**



Obiettivi: comprendere se Short Track ha attratto nuovo pubblico rispetto a quello che normalmente frequenta l'ente finanziato, se lo ha fidelizzato e se lo ha poi portato ad assistere anche a spettacoli della programmazione più «tradizionale».



Popolazione di riferimento: giovani e adulti residenti in Torino e Provincia meno avvezzi al consumo di musica colta



Metodologia: la valutazione dell'iniziativa è realizzata utilizzando un **approccio non-sperimentale** e consiste sostanzialmente nel **confronto tra le caratteristiche della popolazione di spettatori degli spettacoli «tradizionali» e quelle analoghe degli spettatori del nuovo programma Short Track**. Il monitoraggio e la valutazione sono stati realizzati attraverso questionari somministrati:

- a tutti gli spettatori degli appuntamenti Short Track al loro ingresso in sala;
- a 4 appuntamenti con aperitivo del Vittoria;
- 4 appuntamenti al Conservatorio.

I dati raccolti hanno consentito **statistiche descrittive** e **comparazione delle caratteristiche medie delle due popolazioni di spettatori** in periodi confrontabili.

Gli **ingressi registrati** sono stati **989 nei mini-concerti Short Track e 2.968 nei concerti della programmazione tradizionale**.

In totale sono stati raccolti **974 questionari**, di cui **376 durante i mini-concerti Short Track** e i rimanenti 598 nei concerti al Teatro Vittoria o al Conservatorio.



Responsabile valutazione: Direzione Pianificazione, Studi e Valutazione, Flavia Coda Moscarola

- L'iniziativa **Short Track** ha coinvolto **898 spettatori**. Si tratta di un **pubblico mediamente più giovane** rispetto alla programmazione tradizionale, composto anche da numerosi bambini venuti al seguito dei loro genitori (46 vs 57 anni). Il **livello di istruzione** piuttosto **elevato** (titolo di laurea o/o post-laurea)
- Sebbene si tratti di persone già amanti della musica classica, si rileva la presenza di un **37% di spettatori che negli ultimi 12 mesi non hanno assistito ad alcuno spettacolo di musica classica** e di un **33%** che ha dichiarato di non aver **mai frequentato in precedenza concerti dell'ente finanziato**.
- Si documenta l'**innesco di un processo di fidelizzazione**: il 30% degli spettatori ha assistito a più di uno spettacolo *Short Track* nella stagione
- Tuttavia, è **difficile pensare che ci sia stato un vero e proprio travaso di pubblico** verso le proposte musicali più «tradizionali»: tra coloro che hanno presenziato ai concerti al Conservatorio o al teatro Vittoria, il 3% ha dichiarato di aver assistito anche ad un concerto *Short Track*.
- Il costo «lordo» pro-capite (computato sul solo finanziamento CSP) è di 6 euro, il prezzo del biglietto di ingresso è di 5 euro.

Statistiche descrittive relative agli spettatori dell'iniziativa Short Track vs. Programmazione Tradizionale

Età media pubblico



Short Track: **46** anni
Prog. Tradizionale: **57** anni

New audience engagement



33% degli spettatori di Short Track sono nuova audience per l'ente finanziato

Scolarizzazione

