

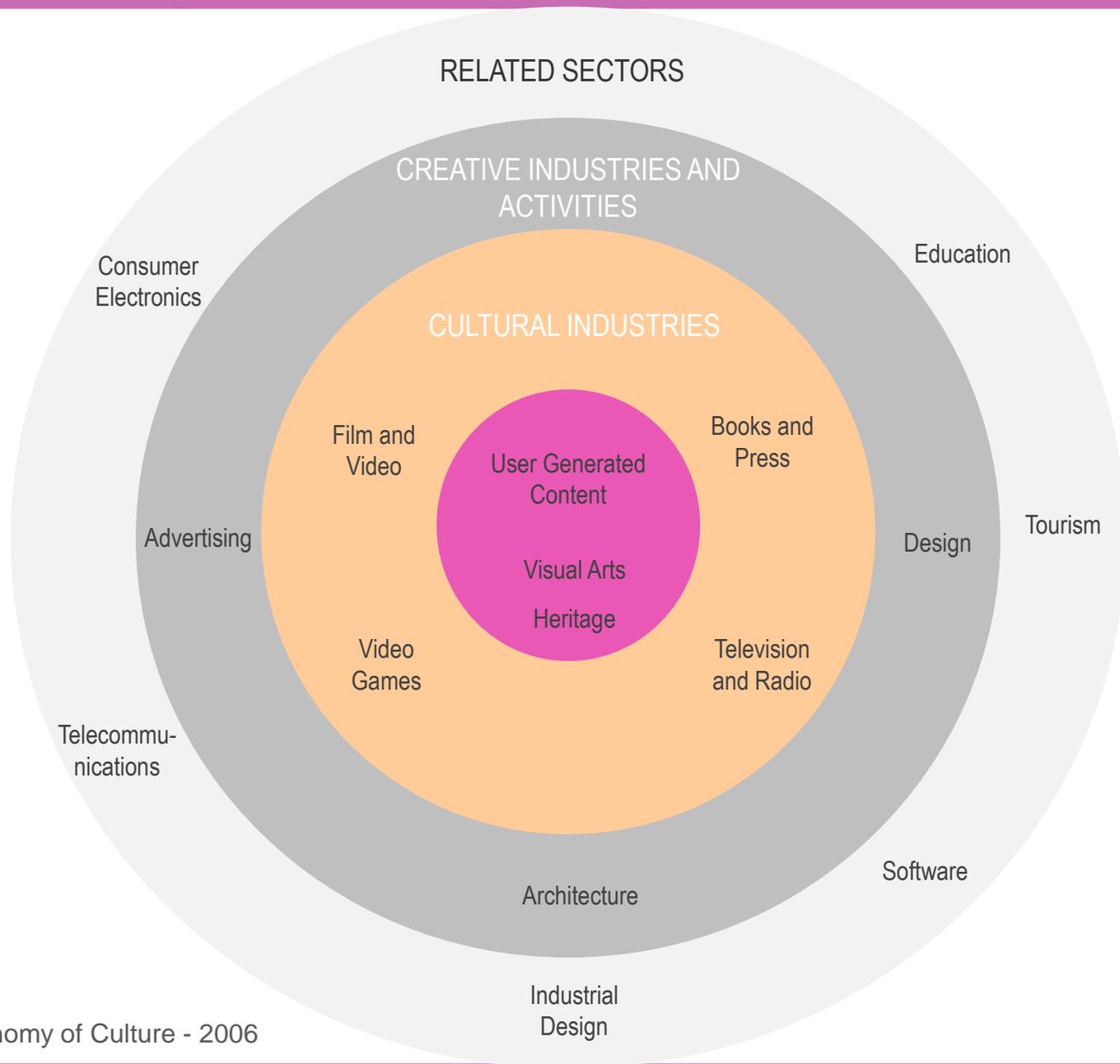
Dalla cultura alle industrie creative: quali impatti? Come misurarli?



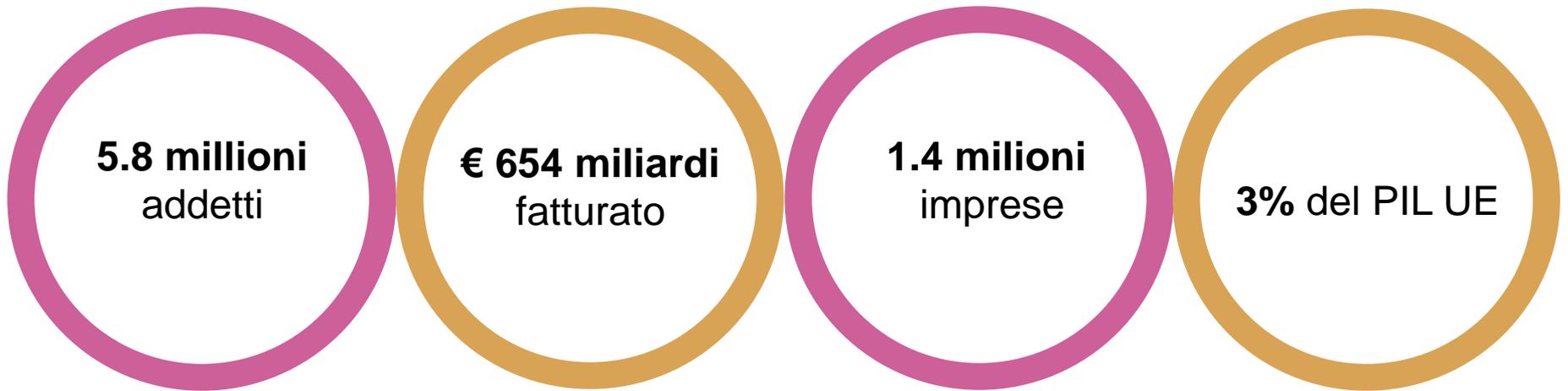
Roma candidata Unesco Città Creativa per il cinema
Festa del Cinema e del Mercato Internazionale dell'Audiovisivo
16 Ottobre 2015

Perché parlare (ancora) di misurazione degli impatti?

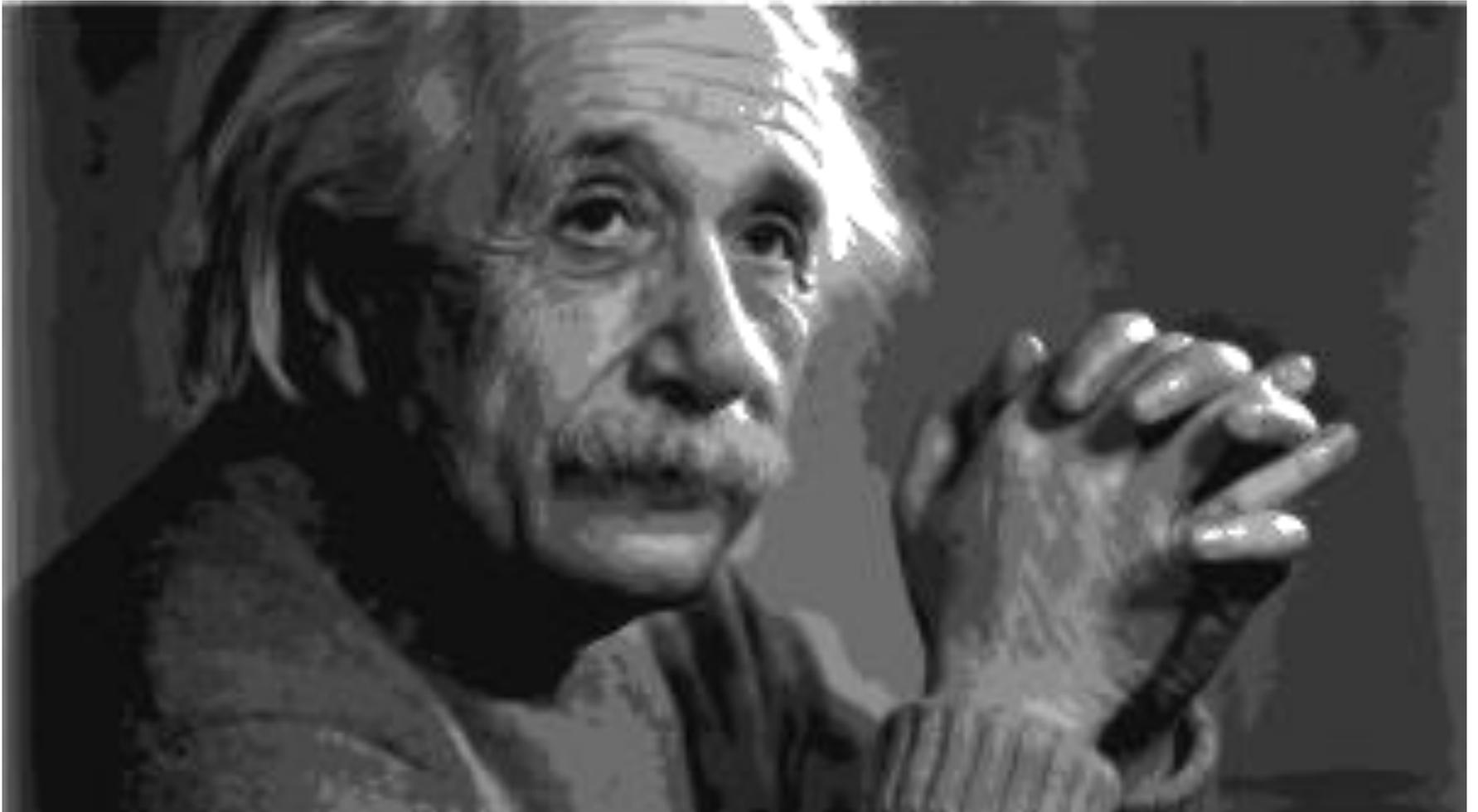
- Fondi pubblici sempre più ridotti
- Domanda di dati e '*evidence*' sempre più elevata per rendere la spesa pubblica più trasparente (*accountability*), efficace ed efficiente
- ..ma anche per informare il dibattito pubblico e a guidare i *decision makers*
- Diverse città europee (soprattutto ECoCs) si sono mobilitate: Liverpool 2008, Essen 2010, Turku 2011, Kosice 2013, Mons 2015, ...
- Le ICC: un settore ancora poco compreso (e non necessariamente più rischioso di altri settori creativi e innovativi) il cui funzionamento, impatti e metriche richiedono una particolare attenzione



Le ICC in cifre



« Not everything that counts can be measured and not everything that can be measured counts » (A. Einstein)





Think different.



"When art and technology come together,
magical things happen" Ed Catmull

9 inches
of
pleasure.

9-inch private seatback screens. 300 hours of audio/video on demand. 60 movies, over 100 hours of TV, 120 full-length CD albums and 18 video games. All playing on non-stop flights to London and Sydney. Nobody entertains you better in the sky than Virgin Atlantic.

www.virginatlantic.com.hk



Quali impatti?



KNOWLEDGE
INCUBATION IN INNOVATION
AND CREATION FOR SCIENCE



Urban Development



Economic Promotion



Creative Spillover



CULTURE
ART & CCI

Attractiveness

Land Development

Heritage Protection

Culture-based Creativity

Cultural Goods and Services

Access to Knowledge

Tourism



Communication/Branding

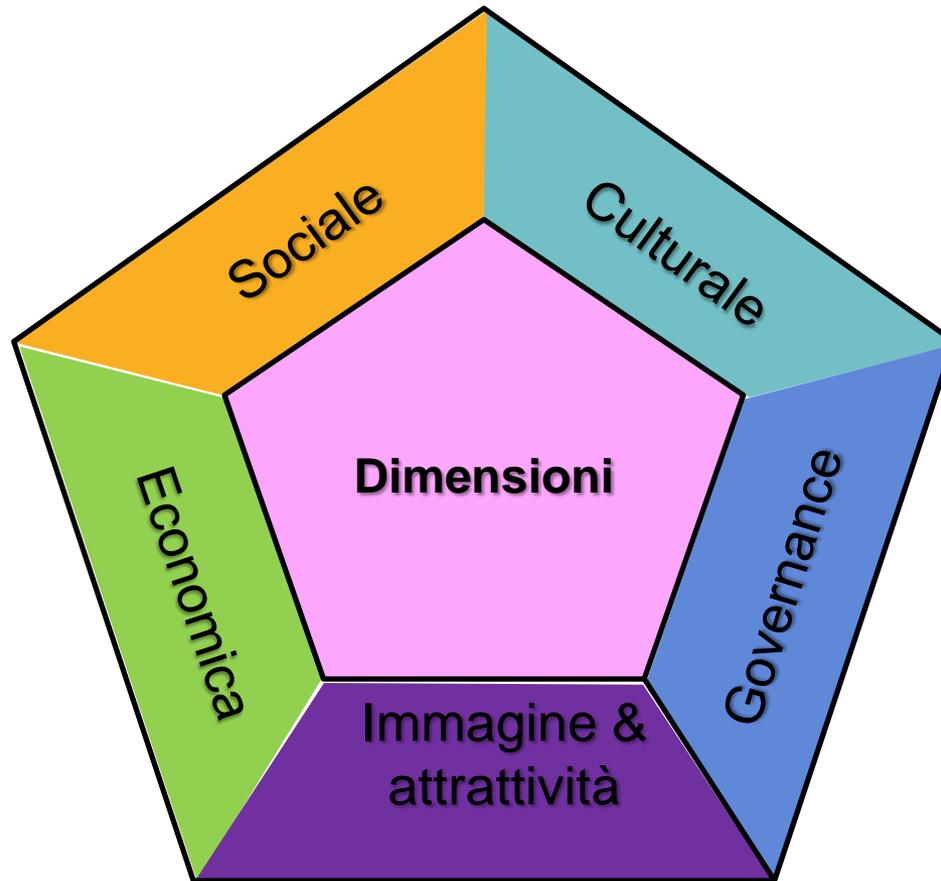
Quality of Life
Social Cohesion



Education



Modelli di valutazione degli impatti multidimensionali



Quali metriche?

<p style="text-align: center;">Impatto Economico</p> <ul style="list-style-type: none">• Numero di imprese culturali e creative• Tasso di natalità/mortalità delle ICC• Produttività delle ICC• Valore aggiunto generato• Occupazione e % sul totale	<p style="text-align: center;">Impatto Sociale</p> <ul style="list-style-type: none">• Misure di accessibilità dell'offerta culturale• Senso di appartenenza alla città per diversi gruppi sociali (e.g. immigrati)• Misure di coesione sociale
<p style="text-align: center;">Impatto Culturale</p> <ul style="list-style-type: none">• Misure di ricchezza e diversità dell'offerta culturale• Misure di partecipazione culturale (presso diversi gruppi sociali)	<p style="text-align: center;">Impatto sull'Immagine</p> <ul style="list-style-type: none">• Posizione in classificazioni internazionali (qualità della vita, innovazione, ecc.)• Titoli e riconoscimenti (e.g. Unesco Città Creativa)• Tendenze di ricerca su Google per eventi/istituzioni culturali di portata nazionale/internazionale

Sfide

- Come identificare le cause degli impatti? (e.g. dovuti alle ICC o ad altri fattori)
 - Come calcolare diversi tipi di impatti (e.g. diretti, indiretti e indotti)?
 - Come quantificare il valore di asset intangibili quali la creatività, il design o i contenuti che popolano il web, aumentandone il loro valore economico e sociale?
 - Come far fronte al bisogno continuo di dati vs. cultura della valutazione poco sviluppata e costi elevati?
- La scelta di metriche, indicatori e metodologie dipende molto dal contesto territoriale e dalle risorse disponibili

Spunti di riflessione e proposte per Roma Capitale

- Sfruttare il titolo di Città Creativa per il cinema Unesco (?) per mettere a sistema le risorse culturali e creative quale *asset* in grado di contribuire ad obiettivi economici e sociali della città:
 - ✓ *ICC*
 - ✓ *Sistema educativo*
 - ✓ *Strutture di supporto (cluster, incubatori, ecc.)*
 - ✓ *Identità e tradizioni*
- Sviluppare indicatori e modelli di valutazione 'multidimensionali' (economia, cultura, social, immagine, ...)
- Monitorare e valutare gli impatti regolarmente per anticipare e correggere eventuali effetti negativi (e.g. gentrificazione)

Grazie!

Valentina Montalto
vmontalto@keanet.eu

51 Rue du Trône
B -1050 Brussels

☎ +32 2 289 26 00

www.keanet.eu

Creative Europe

@KEAtweets

