



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

L'impatto economico del Festival Verdi 2013 sul territorio

Gino Gandolfi, Beatrice Luceri, Giulio Tagliavini
Dipartimento di Economia

Ridotto del Teatro Regio, 18 dicembre 2014

AGENDA



- **Obiettivi della ricerca**
- **Destinatari della ricerca**
- **Metodologie utilizzate**
- **Social ROI: i risultati**
- **Impatto economico sul territorio: i risultati**
- **Conclusioni**

OBIETTIVI



- **Festival Verdi: risorsa o costo per il territorio?**
- **Qual è il ritorno generato dal Festival Verdi per gli stakeholders?**
- **È quantificabile l'impatto economico generato dal Festival Verdi 2013 sul territorio?**

DESTINATARI DELLA RICERCA



- **Amministrazioni pubbliche, locali e nazionali**
- **Enti pubblici e privati**
- **Sponsor commerciali**
- **Cittadinanza**

OGGETTO DELLO STUDIO E METODOLOGIE UTILIZZATE



- **Festival Verdi 2013: 30 settembre-31 ottobre**
- **Approccio «finanziario» finalizzato alla misurazione del valore: ritorno sociale sull'investimento (Social ROI)**
- **Approccio «contabile» finalizzato a stimare l'impatto economico diretto, indiretto, occupazionale sul territorio**



- **Metodologia internazionale per la valutazione delle esternalità e dell’impatto di un progetto che ha profili economici, ma anche importanti profili non misurati dal conto economico**
- **È uno standard internazionale**
- **È una procedura chiara, riscontrabile, trasparente, sulla quale si può aprire un dibattito**

SROI: FASI PRINCIPALI



- **L'identificazione dei principali stakeholders**
 - **Comunità cittadina; cultura lirica nazionale e internazionale; operatori economici**
- **La mappatura degli *outcome***
 - **Brand della città e del teatro; rafforzamento della cultura lirica; pernottamento, ristorazione ecc.**
- **La misurazione oppure la stima degli *outcome* con esplicitazione della relativa fonte informativa**
- **Il calcolo dello SROI**

SROI: ALCUNI CAVEAT



- **Su alcuni profili, il lavoro presenta stime preliminari che meriterebbero un consolidamento attraverso interviste e *focus group***
- **Alcune stime sono valutate in modo cautelativo**
 - **Si cerca di individuare il risultato minimo che è stato raggiunto.**
- **Nella realtà, il risultato vero (da stimare in modo più laborioso) potrebbe essere più elevato**

APPROCCIO «CONTABILE»



- **Analisi dell’impatto economico circoscritto a Parma e provincia: diretto , indiretto, occupazionale**
- **Diretto**
 - **Analisi del bilancio del Teatro**
 - **Stima delle spese sostenute dai turisti**
- **Indiretto**
 - **Spese di «secondo livello»**
- **Occupazionale**

APPROCCIO «CONTABILE»: ALCUNI CAVEAT



- **Abbiamo volutamente escluso la valutazione dei valori «meta-economici»**
- **...ne consegue che la nostra stima è «prudenziale»**
- **Supply-side survey: dati forniti dalla Fondazione e da operatori economici locali**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

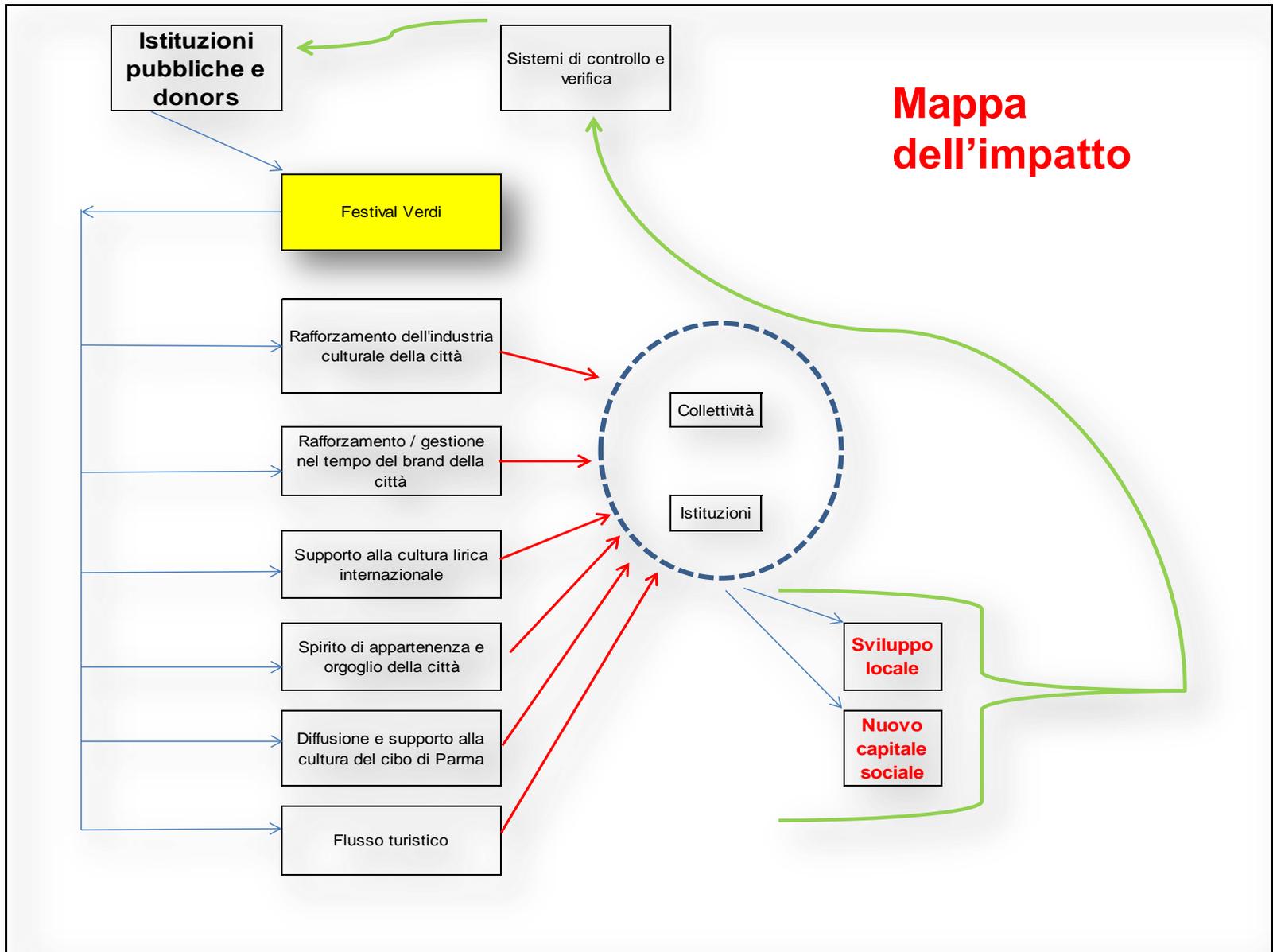
SROI DEL FESTIVAL VERDI 2013

Ridotto del Teatro Regio, 18 dicembre 2014

SROI: PRIMO STEP



- **Occorre definire la mappa del processo che produce un impatto sugli stakeholder**
- **Chi sono i beneficiari del Festival Verdi ?**



Data for Verdi Festival SROI

Description	Value										
	<i>Informazioni relative ai segmenti di clientela</i>										
	Biglietti venduti	Valore biglietti	Servizi turistici	Spese di viaggio	Ristorazione	Pernottamento	Shopping enogastronomico	Shopping activity	Gadget	Libri e dischi	Totale
Turismo lirico internazionale	3.442	€ 51	€ 100	€ 500	€ 270	€ 240	€ 350	€ 35	€ 20	€ 110	€ 1.676
Turisti italiani segmento elevato	847	€ 51		€ 120	€ 160	€ 180	€ 300	€ 30	€ 20	€ 55	€ 916
Turisti italiani segmento medio	698	€ 51		€ 100	€ 70	€ 140	€ 100	€ 10	€ 20	€ 55	€ 546
Presenze italiane segmento standard	16.015	€ 51		€ 30	€ 20	€ -	€ 20	€ 2		€ 4	€ 127
Studenti	500	€ 51		€ 15	€ 15	€ -	€ 10	€ 1		€ 4	€ 96
Totale	21.502	€ 1.102.722,09	€ 344.200	€ 2.380.390	€ 1.441.520	€ 1.076.260	€ 1.853.900	€ 185.390	€ 99.740	€ 529.655	€ 3.362
Incidenza Valore aggiunto al margine			80%	40%	30%	80%	30%	30%	20%	10%	10%
Valore aggiunto incrementale			€ 275.360	€ 952.156	€ 432.456	€ 861.008	€ 556.170	€ 55.617	€ 19.948	€ 52.966	€ 3.205.681

Prezzo medio di un biglietto € 51

	Numero pasti	Prezzo unitario	Numero pernottamenti	Prezzo unitario
Turismo lirico internazionale	9	€ 30,00	4	€ 60,00
Turisti italiani segmento elevato	4	€ 40,00	2	€ 90,00
Turisti italiani segmento medio	2	€ 35,00	2	€ 70,00
Turisti Italiano segmento standard	1	€ 20,00		
Studenti	1	€ 15,00		

Fonti:
 Fondazione Teatro Regio di Parma, Conto economico analitico 2013
 Stime degli autori
 Centro Studi Ascom

Data for SROI Analysis

Description	Value	Source
Informazioni di base relative al festival Verdi		
Budget destinato alla realizzazione del Festival Verdi	€ 2.417.718,98	Costi differenziali di organizzazione e realizzazione del Festival
Inizio	30-set-13	
Fine	31-ott-13	
Durata	31	
Numero serate	27	
Numero medio spettatori per serata	796	
Totale biglietti venduti	21.502	
Numeri di teatri lirici nel mondo	189	Wikipedia
Melomani nel mondo	567.000	Nostra stima. Melomani definiti come persone che vanno all'opera una volta all'anno.
Informazioni sull'economia locale		
Abitanti di Parma	188.000	Wikipedia
Informazioni di carattere finanziario		
Costo del capitale	3,0%	Rendimento medio dei BTP a 5 anni, Banca d'Italia
Valore del Teatro Regio	€ 90.000.000,00	Costo di ripristino del Teatro La Fenice di Venezia
Periodo di ammortamento di un Teatro (anni)	80	Stima degli autori
Spesa Settore pubblico allargato procapite a Parma	€ 170,00	Dipartimento per lo Sviluppo e la Coesione Economica, Report 2013
Dati sugli esiti degli investimenti		
Parametri del progetto		
	Value (€)	Source
Costo lordo del Festival Verdi 2013	€ 2.417.718,98	Fondazione Teatro Regio di Parma - Conto economico analitico 2013
Ricavi diretti (biglietti e cessione diritti) 2013	€ 1.102.722,00	Fondazione Teatro Regio di Parma - Conto economico analitico 2013
Costo netto del Festival Verdi 2013	€ 1.314.996,98	Fondazione Teatro Regio di Parma - Conto economico analitico 2013
Valore della campagna di comunicazione	€ 280.000,00	Fondazione Teatro Regio di Parma - Conto economico analitico 2013 e informazioni integrative

Stakeholder	Unità di riferimento	Unità	Outcome	Descrizione indicatore	Valore dell'indicatore	Outcome incidence
Comunità cittadina	Media & social network	Budget di comunicazione	Brand della città	Cost Approach	€ 280.000,00	100%
	Mantenimento del valore del teatro	Costo di ripristino	Capitale sociale e orgoglio dei cittadini	Cost Approach	€ 191.250,00	100%
	Melomani del mondo	567.000	Brand del teatro	Income	€ 226.800,00	100%
	Abitanti	188.000	Mantenimento del capitale storico cittadino	Cost Approach	€ 1.598.000,00	2,5%
	Valori prodotti tipici collocati	€ 1.853.900,00	Diffusione della cultura del cibo di Parma	Cost Approach	€ 185.390,00	10%
Cultura lirica nazionale e internazionale	Valore degli spettacoli prodotti	€ 2.417.718,98	Rafforzamento della cultura lirica internazionale	Cost Approach	€ 120.885,95	5%
Operatori economici	Movimento turistico	Pernottamenti	Notti di pernottamento in albergo	Valore aggiunto marginale	€ 900.096,00	100%
	Movimento turistico	Viaggi	Trasporti	Valore aggiunto marginale	€ 952.156,00	100%
	Movimento turistico	Persone	Servizi turistici	Valore aggiunto marginale	€ 275.360,00	100%
	Pasti consumati	Pasti consumati	Ristorazione	Valore aggiunto marginale	€ 432.456,00	100%
	Spesa pro-capite	€	Gadget	Valore aggiunto marginale	€ 19.948,00	100%
	Spesa pro-capite	€	Dischi e libri	Valore aggiunto marginale	€ 52.965,50	100%
	Spesa pro-capite	€	Prodotti tipici comprati in occasione della presenza a Parma	Valore aggiunto marginale	€ 556.170,00	100%
	Shopping activity	€	Acquisti generici	Valore aggiunto marginale	€ 55.617,00	100%
Appagamento culturale individuale			Ricavo vendita biglietti	Cost Approach	€ 1.102.722,00	100,0

Stakeholder	Deadweight description	Deadweight proportion	Deadweight incidence	Outcome incidence minus deadweight	Attribution proportion	Outcome incidence minus deadweight and attribution	Displacement proportion	Outcome incidence minus deadweight, attribution and displacement	
Comunità cittadina		0,0%	€ -	€ 280.000,00	100%	€ 280.000,00	20,0%	€ 224.000,00	
		0,0%	€ -	€ 191.250,00	100%	€ 191.250,00	0,0%	€ 191.250,00	
		30,0%	€ 68.040,00	€ 158.760,00	100%	€ 158.760,00	0,0%	€ 158.760,00	
		0,0%	€ -	€ 39.950,00	100%	€ 39.950,00	0,0%	€ 39.950,00	
		0,0%	€ -	€ 18.539,00	100%	€ 18.539,00	0,0%	€ 18.539,00	
Cultura lirica nazionale e internazionale		0,0%	€ -	€ 6.044,30	100%	€ 6.044,30	0,0%	€ 6.044,30	
Operatori economici		30,0%	€ 270.028,80	€ 630.067,20	100%	€ 630.067,20	0,0%	€ 630.067,20	
		0,0%	€ -	€ 952.156,00	100%	€ 952.156,00	0,0%	€ 952.156,00	
		0,0%	€ -	€ 275.360,00	100%	€ 275.360,00	0,0%	€ 275.360,00	
		10,0%	€ 43.245,60	€ 389.210,40	100%	€ 389.210,40	25,0%	€ 291.907,80	
		0,0%	€ -	€ 19.948,00	100%	€ 19.948,00	0,0%	€ 19.948,00	
		0,0%	€ -	€ 52.965,50	100%	€ 52.965,50	0,0%	€ 52.965,50	
		0,0%	€ -	€ 556.170,00	100%	€ 556.170,00	0,0%	€ 556.170,00	
		0,0%	€ -	€ 55.617,00	100%	€ 55.617,00	0,0%	€ 55.617,00	
		Indica in quale misura i risultati sarebbero stati raggiunti senza il Festival Verdi			Indica in quale misura i risultati sono attribuibili al Festival Verdi e non a progetti congiunti e concorrenti		Indica in quale misura i risultati del Festival Verdi vanno a danneggiare altri progetti o creare costi altrove		

Stakeholder	Financial proxy description	Proxy	Total Annual Value Produced	Annual Drop Off	Value Year 1	Value Year 2	Value Year 3	Value Year 4	Value Year 5	Valore totale	Valore totale attualizzato
Comunità cittadina	Valore della comunicazione	Si ipotizza che il brand della città si incrementi in proporzione al budget di comunicazione nazionale e internazionale	€ 224.000,00	35%	€ 224.000,00	€ 145.600,00	€ 94.640,00	€ 61.516,00	€ 39.985,40	€ 565.741,40	€ 530.474,63
	Valore di ricostruzione del Teatro La Fenice	Si ipotizza che il capitale della società si incrementi in modo adeguato al valore del Teatro impiegato nell'iniziativa	€ 174.375,00	70%	€ 174.375,00	€ 52.312,50	€ 15.693,75	€ 4.708,13	€ 1.412,44	€ 248.501,81	€ 238.369,16
	Ogni melomane spenderà 10 euro al Teatro Regio nel corso dei prossimi 25 anni	Si ipotizza che il Festival Verdi, ripetuto annualmente, sia considerato come una meta da raggiungere nei prossimi 25 anni da ogni melomane	€ 158.760,00	10%	€ 158.760,00	€ 142.884,00	€ 128.595,60	€ 115.736,04	€ 104.162,44	€ 650.138,08	€ 599.182,39
	Spesa individuale del settore pubblico allargato	5% del budget annuale serve per mantenere il patrimonio storico	€ 39.950,00	25%	€ 39.950,00	€ 29.962,50	€ 22.471,88	€ 16.853,91	€ 12.640,43	€ 121.878,71	€ 113.472,11
			€ 18.539,00	25%	€ 18.539,00	€ 13.904,25	€ 10.428,19	€ 7.821,14	€ 5.865,86	€ 56.558,43	€ 52.657,31
Cultura lirica nazionale e internazionale	Si ipotizza che il 5% del valore di uno spettacolo finisca per cumulare l'avviamento dell'iniziativa	Costruzione dell'avviamento del Teatro Regio	€ 6.044,30	20%	€ 6.044,30	€ 4.835,44	€ 3.868,35	€ 3.094,68	€ 2.475,74	€ 20.318,51	€ 18.851,38
Operatori economici			€ 602.705,60	95%	€ 602.705,60	€ 30.135,28	€ 1.506,76	€ 75,34	€ 3,77	€ 634.426,75	€ 615.005,55
			€ 952.156,00	95%	€ 952.156,00	€ 47.607,80	€ 2.380,39	€ 119,02	€ 5,95	€ 1.002.269,16	€ 971.587,49
			€ 275.360,00	95%	€ 275.360,00	€ 13.768,00	€ 688,40	€ 34,42	€ 1,72	€ 289.852,54	€ 280.979,52
			€ 291.907,80	100%	€ 291.907,80	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 291.907,80	€ 283.405,63
			€ 19.948,00	100%	€ 19.948,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 19.948,00	€ 19.366,99
			€ 52.965,50	100%	€ 52.965,50	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 52.965,50	€ 51.422,82
			€ 556.170,00	80%	€ 556.170,00	€ 111.234,00	€ 22.246,80	€ 4.449,36	€ 889,87	€ 694.990,03	€ 669.899,37
			€ 55.617,00	100%	€ 55.617,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 55.617,00	€ 53.997,09
		€ 1.102.722,00								€ 1.102.722,00	€ 1.102.722,00

Total benefits	€ 5.601.393,43
Total inputs	€ 2.417.718,98
SROI Ratio	2,3

Data for Chart 1

Stakeholder	Total Net Present Value of benefits
Comunità cittadina	€ 1.534.156
Cultura lirica	€ 18.851
Operatori economici	€ 2.945.664
All stakeholders	€ 4.498.671



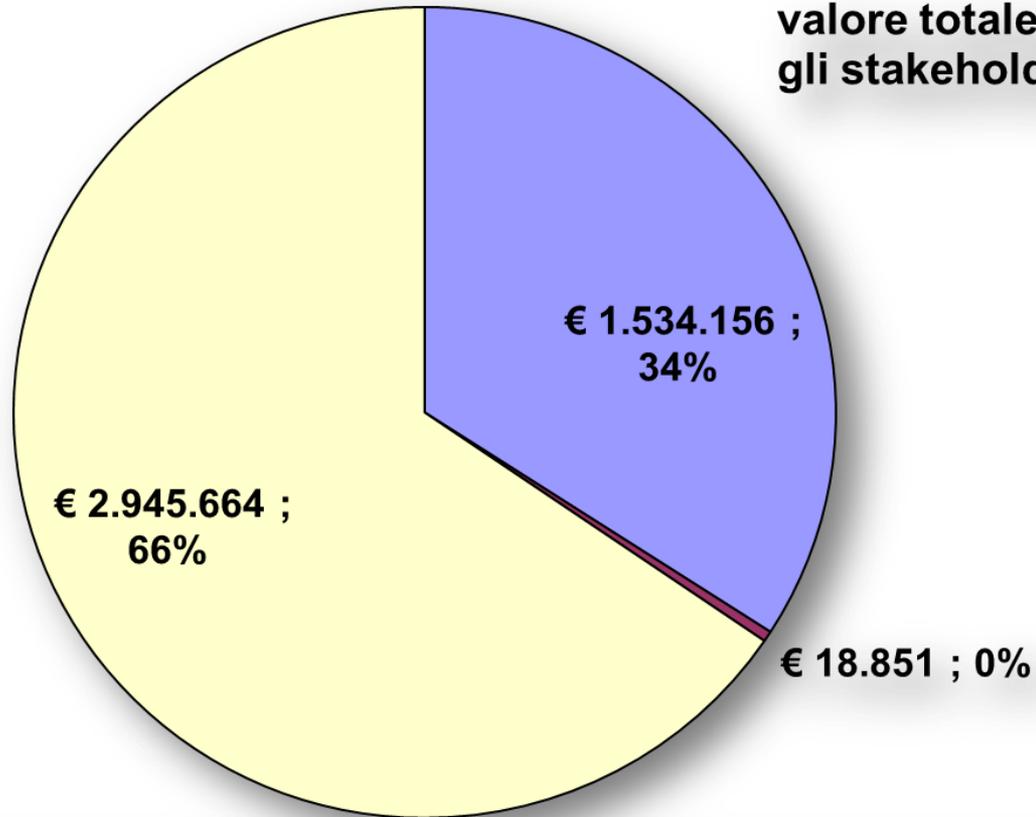
Data for Chart 2

Stakeholder	Value Year 1	Value Year 2	Value Year 3	Value Year 4	Value Year 5
Comunità cittadina	€ 615.624	€ 384.663	€ 271.829	€ 206.635	€ 164.067
Cultura lirica	€ 18.851	€ 18.851	€ 18.851	€ 18.851	€ 18.851
Operatori economici	€ 2.806.830	€ 202.745	€ 26.822	€ 4.678	€ 901

Data for Chart 3

	Value Year 1	Value Year 2	Value Year 3	Value Year 4	Value Year 5
Valore totale per anno	€ 3.428.498	€ 592.244	€ 302.520	€ 214.408	€ 167.444
Valore totale cumulato	€ 3.428.498	€ 4.020.742	€ 4.323.262	€ 4.537.670	€ 4.705.114

**valore totale per
gli stakeholder**

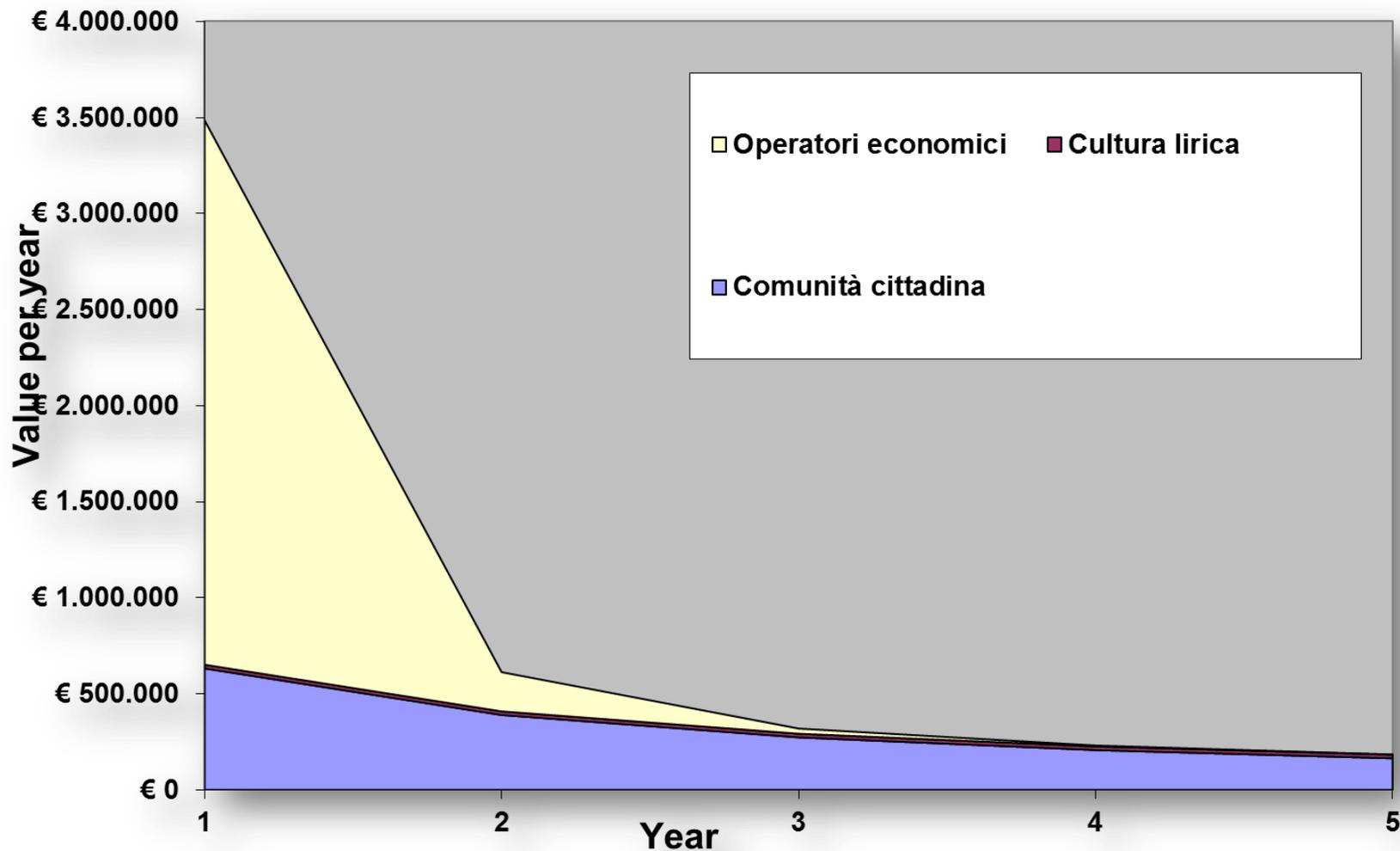


■ Comunità cittadina

■ Cultura lirica

□ Operatori economici

I benefici del Festival Verdi si sviluppano prevalentemente sull'orizzonte corto



CONCLUSIONI



- **La realizzazione dell'edizione 2013 del Festival Verdi ha comportato esborsi differenziali per 2,4 ml e introiti diretti per 1,1 ml**
- **Si individuano numerosi effetti indiretti, per un totale cautelativamente stimato in 4,5 ml**
- **Lo studio e la valutazione delle esternalità positive del Festival Verdi 2013 sono comprensibilmente complessi**
- **Una stima preliminare porta a ritenere che le risorse investite nel progetto abbiano dato luogo a ritorni pari a 2,3 volte il capitale investito**

CONCLUSIONI



- **Ogni 10 euro investiti nel Festival Verdi hanno indotto guadagni o vantaggi per il complesso degli stakeholder stimabili in 23 euro (almeno)**
- **Il profilo dei vantaggi monetari di breve periodo (più facili da stimare e chiaramente più definiti) sono pari a 1,25 volte il capitale impiegato**
- **Tali ritorni sul fronte dell'economia sono prevalentemente concentrati nel contesto locale**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

IMPATTO DEL FESTIVAL VERDI 2013 SUL TERRITORIO

Ridotto del Teatro Regio, 18 dicembre 2014

IMPATTO DIRETTO



- **Costi Teatro Regio 2013:**
> € 10 ml di costi (e di ricavi)
- **Quota Costi Festival Verdi:**
~ € 4 ml

Risorse immesse dal Festival Verdi su PR: valori puntuali

Costi Promozione e Comunicazione	€ 64.206
Ospitalità e Sicurezza	€ 60.727
Costi Allestimento Eventi	€ 125.459
Costi Artistici	€ 708.308
TOTALE	€ 958.701

IMPATTO DIRETTO



**Risorse immesse dal Festival Verdi
su PR: valori stimati (25%)**

Spese Generali e di Struttura	€ 75.241
Personale	€ 538.266
Costi Generali Vari	€ 36.003
TOTALE	€ 649.510

**TOTALE
RISORSE
IMMESSE
SU PR:
€ 1.608.211**

IMPATTO DIRETTO



- **Risorse per sponsorizzazioni e contributi**

- **Festival Verdi: € 2,5 ml**

- **Fondazione Teatro Regio: € 7,2 ml**

Risorse attratte da fuori PR

Contributi statali	€ 1.650.000
---------------------------	--------------------

Contributi MIBACT – Lirica-FUS (50%)	€ 650.000
---	------------------

Contributo Comitato Celeb. Bicentenario Verdiano	€ 1.000.000
---	--------------------

Contributi privati	€ 245.138
---------------------------	------------------

TOTALE	€ 1.895.138
---------------	--------------------

IMPATTO DIRETTO



TOTALE

€ 3.503.349

- **Arricchimento reale di PR**
 - **Risorse attratte sufficienti a coprire le spese sul territorio**
 - **Risorse non disponibili senza il Festival Verdi**

IMPATTO INDIRETTO



- **~ € 1,1 ml distribuiti dal Festival Verdi sul territorio**
 - **194 piccole-medie aziende e vari operatori artistici traggono una quota importante del proprio fatturato dal rapporto con il Teatro Regio**
- **> € 3 ml spesi da visitatori e turisti**
 - **Beni e servizi richiesti ad aziende alberghiere, ristorazione e commercio al dettaglio**

IMPATTO OCCUPAZIONALE



- **Posti di lavoro aggiuntivi, temporanei: 5 persone residenti sul territorio**
 - **Attrezzisti, orchestrali e collaboratori diversi**
- **Ore lavorative imputabili al Festival Verdi: ¼ del totale**

IMPORTANZA DEL FESTIVAL VERDI PER IL TEATRO REGIO



STAGIONE LIRICA TRADIZIONALE

Costi: ~ € 1,2 ml

Incassi: ~ € 0,5 ml

Eventi: 11

FESTIVAL VERDI

Costi: ~ € 2,4 ml

Incassi: ~ € 1,1 ml

Eventi: 19

QUALCHE RIFLESSIONE



- **La cultura si deve “vendere”**
 - Il *marchio* Verdi ha una indubbia risonanza presso i melomani ed è ben radicato nella cultura popolare
- **Il Festival Verdi è un bene da difendere e possibilmente da potenziare**
 - Benefici (anche) economici al territorio
 - Capacità di attrarre pubblico extraterritoriale maggiore rispetto alla stagione lirica tradizionale

QUALCHE RIFLESSIONE



- **È stato fatto tutto il possibile per sfruttarne al meglio, pienamente, il potenziale del Festival Verdi?**
- **Strategie alternative al Festival Verdi devono creare valore sul territorio almeno pari a quella esistente**

QUALCHE RIFLESSIONE



- **Priorità strategica: diversificazione delle fonti di introito**
 - **Messa a reddito degli spazi: > € 0,5 ml nel 2013**
 - **Merchandising**
 - ...
- **Se ben sfruttati, il *monumento* Regio e il *marchio* Verdi saranno in grado di contribuire in modo non trascurabile al bilancio dell'*istituzione* Regio**



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PARMA

L'impatto economico del Festival Verdi 2013 sul territorio

Gino Gandolfi, Beatrice Luceri, Giulio Tagliavini
Dipartimento di Economia

Ridotto del Teatro Regio, 18 dicembre 2014