

Effettofestival 2025: il senso della misura

***Come i festival di approfondimento
culturale misurano i loro impatti***

A cura di Giulia Cogoli e Guido Guerzoni

Team di ricerca: Beatrice Corti, Noemi Bozzetti, Amina Guasco

Milano, 12 Novembre 2025

Premessa

1.

2.

Metodologia

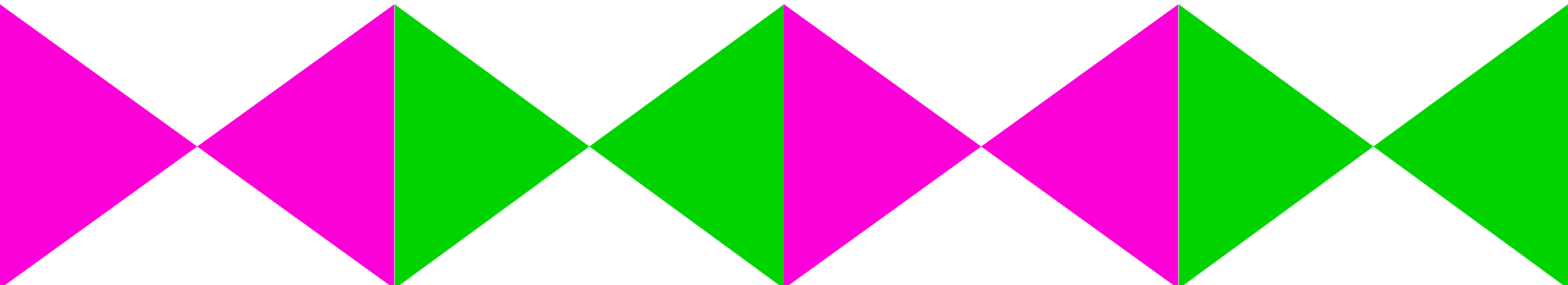
Risultati

3.

4.

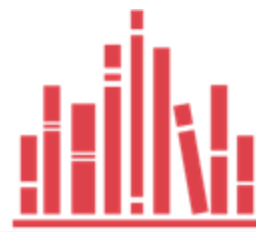
Conclusioni

1. Premessa



Premessa

INTESA  SANPAOLO


BOOKCITY
MILANO

La **valutazione degli impatti degli eventi culturali** è uno dei campi di ricerca di maggior attualità dell'Economia della Cultura tricolore, sebbene all'estero sia sistematicamente praticata da quasi mezzo secolo.

All'Impact Analysis è dedicata l'undicesima edizione di **Effettofestival**, la ricerca che dal 2008 studia i **festival di approfondimento culturale**, il format sviluppatosi alla fine degli anni '90 intorno al settore editoriale.

In ***Effettofestival 2025: il senso della misura. Come i festival di approfondimento culturale misurano i loro impatti*** è stato mappato lo stato dell'arte delle analisi di impatto condotte dai festival nazionali e internazionali, con un affondo sulle realtà italiane e il loro interesse per queste rilevazioni. Tramite un questionario somministrato a 300 festival di approfondimento culturale di tre diverse generazioni sono state raccolte ed esaminate **le motivazioni, le modalità e gli eventuali fattori ostativi della misurazione degli impatti** di 124 festival.

I festival

INTESA



SANPAOLO



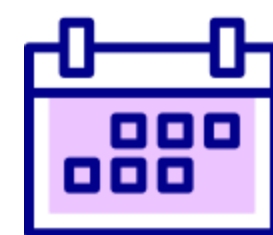
I festival di approfondimento culturale sono manifestazioni dedicate a un preciso tema culturale, che prevedono una pluralità di eventi concentrati spazio-temporalmente, appositamente concepiti per un pubblico non specialistico, in cui vi sia contestualità tra produzione e consumo, unicità del prodotto offerto e centralità dell'oralità, senza forme di competizione, discriminazioni extra tariffarie, finalità di lucro e vendite predominanti di prodotti e servizi.



unicità del concept



scopo divulgativo



durata limitata



unità di luogo



direzione scientifica



oralità e confronto



dimensione live



eventi correlati



apertura al pubblico

I festival in Italia

INTESA

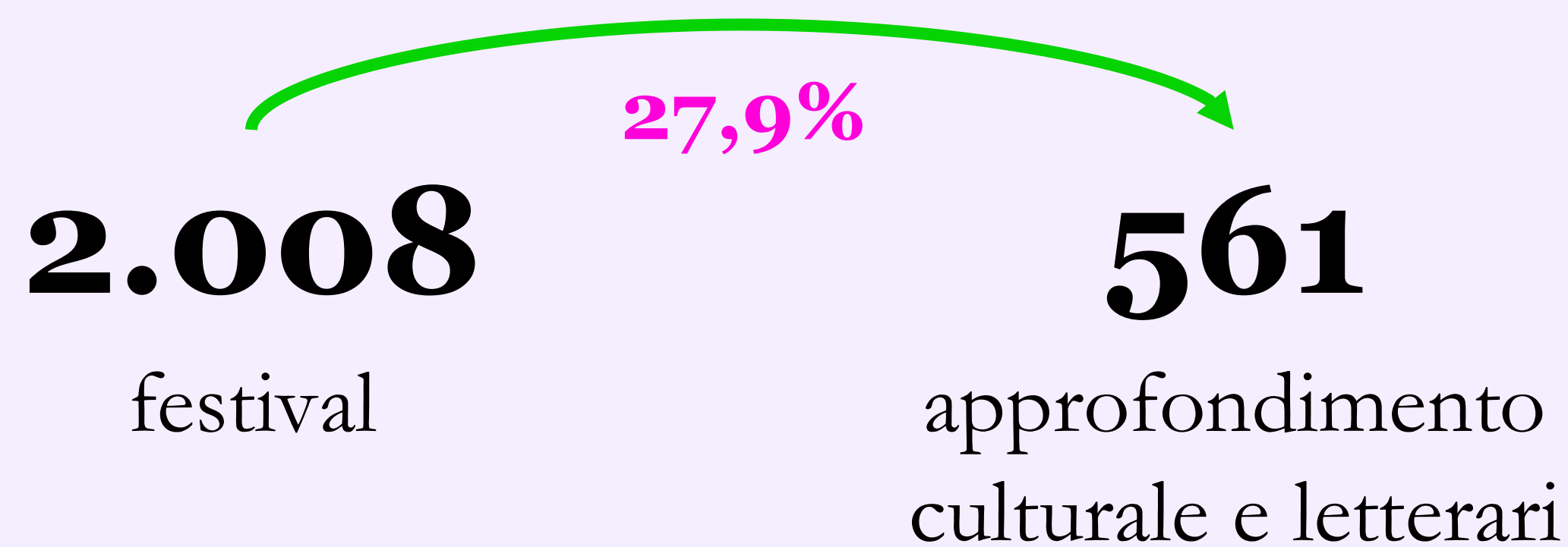


SANPAOLO

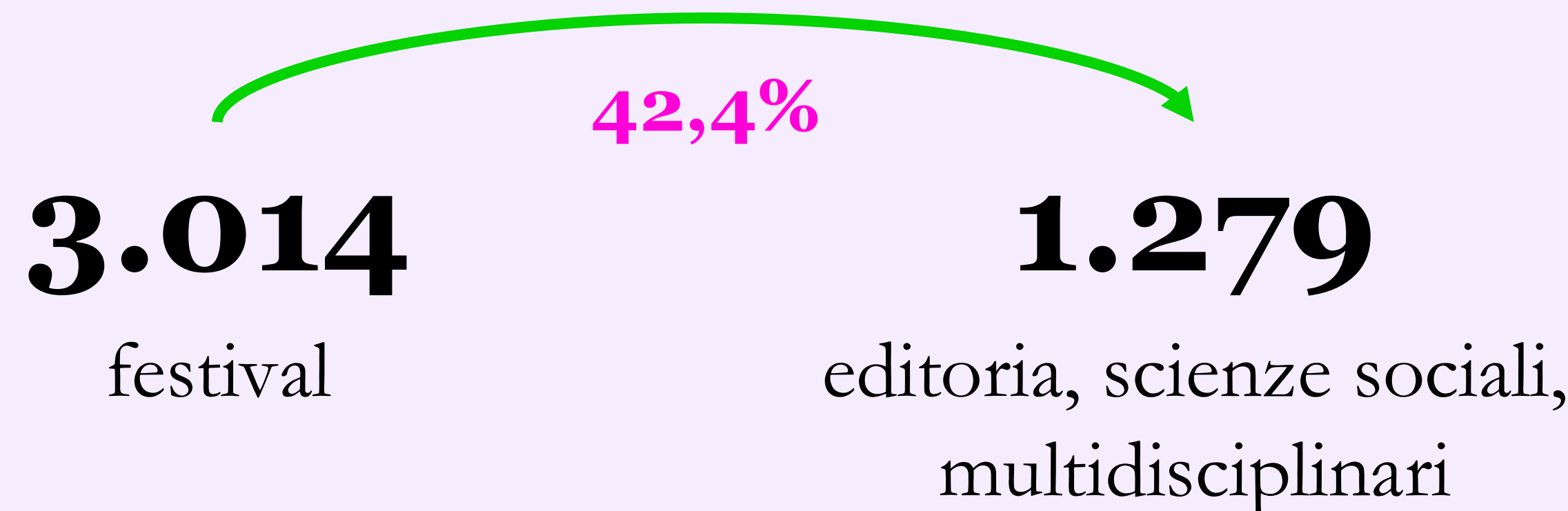


Il settore dei festival, che comprende le manifestazioni di approfondimento culturale studiate da Effettofestival, in Italia **non è facilmente mappabile** per la natura variabile degli eventi e la carenza di dati aggregati storicamente comparabili.

Alcune ricerche hanno censito **2.008 festival**, altre **3.014 festival** sul territorio nazionale, di cui quelli di **approfondimento culturale** rappresentano una quota significativa, in un range che varia tra le **561** e le **1.279** unità in base ai criteri di classificazione adottati. La volatilità delle cifre è ascrivibile anche all'elevato tasso di natalità e mortalità di queste iniziative.



Fonte: Alonzo G., Dubini P., Ponte di Pino O. (2024). *DBFest, il database di TrovaFestival*, in «L'Almanacco di TrovaFestival 2024», 13-20. Altreconomia.



Fonte: Zaccone Teodosi A. (2025). *Il progetto "Italia dei Festival" dell'IsCult Mappare la cultura per governare meglio le politiche culturali. Prime luci sugli oltre 3.000 festival italiani*, in «21° Rapporto annuale Federculture 2025 - Impresa cultura: il turismo culturale in Italia: analisi, modelli e proposte», 203-237. Gangemi Editore.

Gli impatti dei festival

INTESA



SANPAOLO



I festival di approfondimento culturale - nati da poco o consolidati nel tempo e nelle dimensioni - inevitabilmente **producono impatti significativi nelle città e nelle aree che li ospitano.**

Risulta dunque di grande interesse per gli sponsor privati e istituzionali, gli organizzatori e le amministrazioni locali **analizzare i cambiamenti** indotti dai festival che, in tempi a volte rapidi, impattano sui territori e sulle popolazioni ospitanti.

Infatti gli eventi culturali possono essere agenti di cambiamento in grado di promuovere e accelerare **processi di modernizzazione, riqualificazione e trasformazione.** Con modalità e tempi di volta in volta diversi, generano una moltitudine di **impatti spesso strettamente collegati fra loro**, ciascuno articolato in sottocategorie con ricadute, durate e intensità differenti.

Gli impatti possono avere **valenze positive e negative**: da un lato la diffusione dei valori civici, della partecipazione e del volontariato culturale, e l'aumento di inclusione sociale, orgoglio o senso di appartenenza, mentre dall'altro gli studiosi hanno riscontrato la crescita di tensione tra residenti e visitatori, la perdita di autenticità del tessuto locale e lo sfilacciamento dei legami intergenerazionali.

Gli studi di impatto

Perché misurare gli impatti?

La scelta di valutare gli impatti degli eventi culturali risponde a un'istanza del dibattito internazionale sulla misurazione degli effetti dell'impiego di risorse pubbliche e private, secondo le prospettive di *impact investing*, *venture philanthropy* e *accountability*, che all'estero vengono rispettate da oltre trent'anni. In particolare, la valutazione permette di:

- Misurare il **ritorno degli investimenti** ad ampio spettro;
- Supportare le **scelte strategiche** lungo tutte le fasi di organizzazione delle manifestazioni;
- Garantire **trasparenza** verso cittadini, partner e istituzioni, attraverso la rendicontazione dell'efficacia e dell'efficienza del progetto;
- Attivare impatti duraturi e replicabili, capaci di **generare valore** di lungo periodo nel territorio;
- Facilitare la predisposizione di **documenti** di rendicontazione, bilancio sociale e monitoraggio.

Gli studi di impatto

INTESA



SANPAOLO

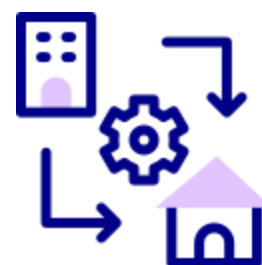


Gli studi di impatto sono analisi quali-quantitative che misurano gli effetti esercitati dagli eventi culturali nel breve, medio e lungo periodo. Sono realizzati per sostenere decisioni organizzative e istituzionali, verificare il raggiungimento di obiettivi e migliorare le performance future degli eventi e dei contesti in cui si inseriscono.

Tali studi possono ricomprendere le seguenti aree di indagine:



Economia, fiscalità e
occupazione



Immobiliare



Società



Ambiente



Turismo



Cultura



Comunicazione



Reputazione

Gli studi di impatto

Il confronto internazionale

INTESA



SANPAOLO



Gli studi sull'impatto economico degli eventi culturali hanno una **lunga storia a livello internazionale**, con le **prime analisi risalenti agli anni '70** per il Festival di Edimburgo in Europa e ai grandi festival musicali negli USA. Nel corso dei decenni la letteratura scientifica ha esplorato il contributo degli eventi culturali allo sviluppo economico e occupazionale locale, alla deviazione dei flussi turistici e al sostegno di diversi settori. All'estero è divenuto uno **strumento standard per la pianificazione** e la legittimazione dei progetti culturali e viene utilizzata da istituzioni prestigiose come Tate Modern e il Guggenheim di Bilbao.

In Italia, invece, questo tipo di studi è **rimasto sottosviluppato**, a causa dell'arretratezza metodologica, di sistemi contabili poco trasparenti e della scarsa propensione a finanziare ricerche di questa natura. Le eccezioni si sono concentrate principalmente sul settore turistico e sui grandi eventi sportivi, con una significativa carenza in campo strettamente culturale. Sebbene il dibattito accademico e congressuale sia “tambureggiante”, **non si è ancora sviluppato un dibattito metodologico rigoroso sulla misurazione di tali impatti** e l'impiego dei relativi risultati.

Gli studi di impatto

Impatto economico

Le **ricadute economiche** di grandi e piccole manifestazioni si misurano in diverse sfere di interesse legate strettamente tra loro e che influenzano il contesto locale e, possibilmente, nazionale:

Redditali

Crescita della ricchezza e del PIL locale

Occupazionali

Numero di posti di lavoro creati

Fiscali

Introduzione di forme di federalismo fiscale

Monetarie

Dinamiche dei prezzi al consumo

Immobiliari

Modifiche dei valori delle proprietà sul territorio

Imprenditoriali

Nascita di nuove aziende o sedi di società estere

Gli studi di impatto

Impatto economico

INTESA  SANPAOLO



Il principio su cui si basano le analisi di impatto economico è l'esistenza di una **relazione virtuosa tra l'iniezione di risorse economiche** da parte di soggetti esterni in un dato territorio **e le reazioni che tale immissione determina** nell'area oggetto di indagine.

Il flusso di spesa iniziale circola e si propaga attraverso tre livelli:

- **Effetto diretto**, derivante dalla somma delle **spese** sostenute dagli **organizzatori** degli eventi e di quelle effettuate dai **partecipanti** che provengono da aree esterne al territorio di riferimento.
- **Effetto indiretto**, risultante dalle **spese delle istituzioni e delle imprese** operanti nell'area geografica indagata, che introitano le spese dei partecipanti e gli acquisti di beni e servizi da parte degli organizzatori.
- **Effetto indotto**, derivante dal cambiamento nei livelli di **reddito e di spesa dei residenti**.

Gli studi di impatto

Il modello Input-Output

INTESA



SANPAOLO



Effetto diretto

Spesa del festival



Economia locale

Fornitori e staff locale, sistema
ricettivo, trasporti, ristorazione, e altri
beni e servizi acquistati nel territorio

Effetto moltiplicatore



Spesa dei visitatori

Effetto diretto

Effetto indiretto

Spesa delle **aziende** locali che raccolgono
direttamente le spese del festival e dei visitatori

Effetto indotto

Spesa dei **residenti** locali derivante da un
aumento del reddito nel territorio

Impatto economico totale =

Effetto diretto + Effetto indiretto + Effetto indotto

Moltiplicatore =

Impatto economico totale / Effetto diretto

Gli studi di impatto

Il modello Input-Output

INTESA



SANPAOLO



Effetti diretti

- Occupazione
- Qualificazione di risorse umane
- Prodotto Interno Lordo
- Sponsorizzazioni
- Elevamento degli standard qualitativi delle attività culturali

Aumento della spesa interna ed esterna per consumi culturali

Aumento della spesa per servizi accessori (vitto, alloggio, ecc.)

Spesa nei settori di fornitura (effettuata dagli operatori del settore culturale e dei servizi accessori)

Spesa totale generata

Impatto diretto sull'occupazione e sul reddito del settore culturale

Impatto diretto sull'occupazione e sul reddito dei settori collegati

Impatto diretto sull'occupazione e sul reddito dei settori di fornitura

Prodotto Interno Lordo e occupazione totale

Effetti su altri settori collegati

Integrazione sociale

Place Marketing

Qualità delle aree urbane

Attivazione di forme sostenibili di fruizione della città

Entrate per il settore turistico con attivazione di un nuovi mercati a media-alta capacità di reddito

Allungamento della stagione e della permanenza media

Spesa in settori collegati

Servizi per la didattica

Circolo virtuoso

Gli studi di impatto

INTESA



SANPAOLO



Impatto economico: i primi studi italiani

Le prime valutazioni di impatto svolte da eventi culturali nazionali vedono come protagonisti proprio diversi festival di approfondimento culturale, i cui impatti sono stati così stimati:

Manifestazioni culturali	Anno	Presenze	Budget (€)	Impatto Economico (€)	Moltiplicatore
Festivaletteratura Mantova	2006	66.500	1.400.000	14.441.500	10,32
Festival della Mente	2007	31.000	500.000	3.642.500	7,29
Umbria Jazz	2007	30.217	2.306.500	10.372.800	4,50
Economia - Trento	2010	-	747.900	1.929.800	2,58
Rossini Opera Festival	2011	5.282	1.500.000	10.840.825	7,22
Pordenonelegge	2014	130.000	868.612	6.316.370	7,27
La Notte della Taranta	2017	600.000	1.260.000	6.300.000	5,00
Barcolana 50	2018	300.000	2.106.622	71.510.414	33,00

Gli studi di impatto

Impatto immobiliare

INTESA  SANPAOLO



Le manifestazioni culturali producono numerosi cambiamenti anche nell'assetto urbanistico e immobiliare delle aree di riferimento:

- Da una valorizzazione più significativa del territorio deriva una **maggiore attrattività turistica**, che influenza gli investimenti in servizi di accoglienza e l'occupazione nel settore. Portato all'estremo, può tuttavia generare una saturazione che porta a fenomeni di ***overtourism***.
- Grazie agli eventi culturali, è possibile attrarre maggiori **risorse da reinvestire in nuove infrastrutture** sul territorio, con conseguenti modifiche ai valori immobiliari delle proprietà. In aggiunta a nuove strutture, possono risultare favorite anche attività di **rifunzionalizzazione e riqualificazione urbana**.
- Ciò permette un **aumento delle condizioni di vita** dei residenti, grazie ad un ampliamento dei servizi territoriali disponibili. Allo stesso tempo, **l'aumento dei prezzi immobiliari può causare fenomeni di gentrificazione** e conseguenti **difficoltà economiche** per i residenti.

Gli studi di impatto

Impatto immobiliare - Casi studio

INTESA



SANPAOLO



L'analisi del mercato immobiliare del Sito UNESCO Langhe-Roero e Monferrato, mostra come una **nomina culturale** (in questo caso l'iscrizione alla World Heritage List UNESCO) **abbia attutito una perdita disastrosa di valore immobiliare che si stava verificando a livello regionale.**

Prezzi

valori massimi di vendita €/mq

-27%

Piemonte
(2012-2023)

+2,66%

Langa del Barolo

+3,58%

Grinzane Cavour
(2014-2020)

+2,47%

Barbaresco

Gli studi di impatto

Impatto sociale

Le ricadute sociali dei festival culturali, specialmente in località di dimensioni contenute, permettono di rafforzare il **senso di comunità dei residenti** e, al contempo, di avvicinarli a stimoli esterni. Questo può creare grandi benefici, ma anche spaccature sociali e un **allontanamento dalle tradizioni**, connessi a comportamenti dannosi e alla perdita di autenticità delle località.

Positivi

- Esperienze condivise
- Rivitalizzazione delle tradizioni
- Creazione di orgoglio comunitario e locale
- Convalidazione di gruppi nella comunità
- Aumento della partecipazione comunitaria
- Introduzione di nuove idee e stimoli culturali
- Espansione delle prospettive culturali

Negativi

- Alienazione della comunità
- Manipolazione della comunità e delle tradizioni locali
- Impatto negativo sull'immagine della comunità
- Comportamenti dannosi (vandalismo, vagabondaggio, abusi di sostanze)
- Distacco sociale tra gruppi sociali
- Perdita di autenticità delle località

Gli studi di impatto

Impatto ambientale

Come tutti i grandi eventi, anche i festival determinano **spostamenti massivi di oggetti, mezzi di trasporto e persone**, con influenze ambientali significative: una gestione poco responsabile di tali dinamiche può **danneggiare le risorse naturali e gli insediamenti locali**. È quindi necessaria un'attenzione particolare all'implementazione di **buone pratiche di ecosostenibilità** nella gestione di spazi, persone e rifiuti, volta a minimizzarne gli impatti negativi di lungo periodo.

Positivi

- Valorizzazione dell'ambiente circostante
- Creazioni di modelli e di buone pratiche gestionali
- Aumento della consapevolezza ambientale
- Legacies infrastrutturali
- Miglioramento dei trasporti e delle comunicazioni
- Trasformazione e rigenerazione urbana

Negativi

- Danno ambientale
- Inquinamento
- Distruzione del patrimonio ambientale e naturale
- Rumore
- Traffico

Gli studi di impatto

Impatto turistico

Il turismo, per quanto rappresenti un fattore chiave nella **promozione dell'economia locale** e nella crescita di diversi settori di attività, può snaturare il tessuto sociale e alterare quello urbanistico, provocando effetti negativi ormai a tutti ben noti.

Positivi

- Promozione della destinazione e della regione
- Placemaking
- Aumento dei flussi turistici, delle presenze e della durata media dei soggiorni
- Aumento della reputazione locale
- Creazione di reddito e posti di lavoro
- Aumento degli introiti fiscali
- Crescita del valore del media coverage

Negativi

- Resistenza della comunità al turismo
- Mancanza di autenticità della località
- Danno reputazionale alla regione
- Crescita dei prezzi al consumo e immobiliari
- Allontanamento dei residenti originari
- Cattiva gestione finanziaria delle risorse ottenute, risultante in perdite e danni economici

Gli studi di impatto

INTESA  SANPAOLO



Impatto turistico - Casi studio (Capitali della Cultura)

Anno	Capitale	Popolazione residente (migliaia)	Budget (milioni €)	Di cui, fondi pubblici (%)	Visitatori (milioni)	Incremento dei visitatori (%)
2015	Mons - Belgio	98	72,80 (di cui 2 IK da privati)	89,00	2,20	500,00%
2015	Pilsen - Rep. Ceca	165	18,25	87,80	3,40	28,00%
2016	San Sebastian - Spagna	200	49,60 (di cui 3,6 IK)	92,00	1,10	+1,50% turisti stranieri
2016	Wroclaw - Polonia	636	86,4 + 1,64 IK	79,40	5,20 (1,60 stranieri)	12,00%
2017	Pafo - Cipro	35	8,30	84,60	3,90	3,00%
2017	Aarhus	1378	61,90	50,00	3,30	19,00% (aumento nei pernottamenti)

Gli studi di impatto

INTESA  SANPAOLO



Impatto turistico - Casi studio (Capitali della Cultura)

Anno	Capitale	Popolazione residente (migliaia)	Budget (milioni €)	<i>Di cui, fondi pubblici (%)</i>	Visitatori (milioni)	Incremento dei visitatori (%)
2018	La Valletta - Malta	400 (nell'area metropolitana)	26,50	26,32	2,37	+16,60%
2018	Leeuwarden-Friesland - Olanda	100	104,60 (di cui 5,1 IK)	53,80	5,40 (2015-2018)	5,00% annuo
2019	Matera - Italia	60,4	54,80	52,00	0,498	45,00% (Basilicata 2012-2019)
2019	Plovdiv - Bulgaria	347	29,40	29,0	1,53	27,00% turisti stranieri (2015-2019)
2020	Galway - Irlanda	83,5	23,70	23,10	0,995 (di cui 0,13 in presenza)	n.d.
2020	Rijeka - Croazia	108,6	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Gli studi di impatto

Impatto culturale

I festival di approfondimento culturale pongono la trasmissione culturale al centro dei loro programmi, rendendo **la cultura un cantiere aperto e in costante evoluzione**.

- **Librerie, biblioteche, associazioni culturali e scuole** collegano i festival ai tessuti culturali territoriali: se coinvolte come veicoli di connessione possono rafforzare le reti locali, ispirare la nascita di imprese culturali e creative, incrementare la partecipazione e i consumi, integrare il welfare settoriale, orientare le scelte universitarie e professionali.
- Per il **settore editoriale nazionale** i festival rappresentano un'occasione promozionale ormai imprescindibile per la presentazione di alcuni dei titoli più importanti (anche stranieri), come tappe all'interno di tour promozionali nazionali e internazionali.
- I festival promuovono la **diffusione di discipline specialistiche**, come antropologia, filosofia, economia e storia, rendendole accessibili e condivise anche al pubblico generalista.
- I **giovani** - uno dei target più importanti di queste manifestazioni - sono ampiamente coinvolti nei programmi, anche con eventi *ad hoc*. L'impatto e l'arricchimento culturale che ne consegue sono significativi per le loro scelte formative e lavorative.

Gli studi di impatto

Impatto culturale - Casi studio

INTESA



SANPAOLO



Effettofestival adolescenti

In occasione della decima edizione del Festival della mente di Sarzana, l'Istituto Minotauro di Milano ha realizzato la prima ricerca italiana su **400 giovani volontari**, attraverso interviste, questionari e focus group, con l'obiettivo di conoscerne i **consumi culturali**, le **motivazioni** e **gli impatti personali dell'esperienza di volontariato culturale**.

I giovani coinvolti hanno apprezzato l'**incontro tra cultura giovanile e adulta** che si crea durante i festival, un'esperienza che li porta a scoprire e comprendere concretamente cosa sia la cultura, il suo senso e valore anche nella vita personale.

Effettofestival 2022. L'impatto dei festival sui consumi culturali

La ricerca presentata a BookCity nel 2022 ha messo in evidenza che coinvolgere **giovani volontari** sia uno **strumento potente** e stimolante per i festival. Il volontariato culturale permette infatti di mettere alla prova le proprie **soft skills al servizio degli altri**, come una vera e propria esperienza lavorativa, e di **valorizzare il territorio di appartenenza**.

Partecipare ai festival come volontari completa il processo scolastico: "fare cultura" dal vivo, attraverso esempi concreti e il coinvolgimento diretto, contribuisce a definire e a modificare l'immaginario culturale e la partecipazione delle nuove generazioni.

Gli studi di impatto

Impatto comunicazionale e reputazionale

INTESA  SANPAOLO



La valorizzazione dell'impatto comunicazionale degli eventi culturali è misurabile tramite:

Media clips counting

Questo metodo quantifica il **numero di menzioni di un festival nei media**, offrendo un'idea della sua copertura e del *sentiment* associato (positivo, negativo o neutrale).

Media Impressions & Reach

Le *impression* misurano il **numero potenziale di persone che possono essere state esposte** a una notizia, mentre il *reach* indica il **numero effettivo** di individui che hanno avuto la possibilità di riceverla.

Qualified volume-measures

Questo strumento approfondisce il **volume della copertura mediatica** di un contenuto analizzando il *sentiment* (positivo, negativo o neutrale) di ogni singola menzione.

Media analysis indices

Indici utilizzati per valutare **quanto e per quanto tempo un festival viene percepito e ricordato** dai diversi pubblici, combinando gli indicatori di volume, importanza e *reach*.

Opportunity To See (OTS)

Calcola **quante volte un utente può essere stato esposto a un messaggio specifico**, in base all'ampiezza della copertura mediatica e del pubblico di riferimento.

Advertising Value Equivalency (AVE)

L'AVE converte l'attenzione mediatica ottenuta in un valore monetario, calcolando il **costo** che si sarebbe dovuto sostenere per acquistare uno **spazio pubblicitario equivalente**.

Weighted Media Cost (WMC)

Questo metodo valuta il **costo degli spazi mediatici acquistati** in relazione con gli obiettivi di comunicazione e i risultati ottenuti, superando i limiti dell'AVE.

Gli studi di impatto

Impatto comunicazionale e reputazionale - Casi studio

INTESA  SANPAOLO



Effetofestival ed Effetocapitale - Pistoia Capitale italiana della cultura 2017

Nel contesto della Capitale italiana della cultura 2017 a Pistoia è stato **stimato il valore economico delle ricadute comunicazionali** del festival Dialoghi di Pistoia e della più ampia manifestazione della Capitale della cultura.

Utilizzando il metodo del **Weighted Media Cost**, è stato distinto il **valore economico dei *paid media* e degli *earned media***, ovvero i contenuti promossi a pagamento e quelli acquisiti in organico tramite le attività di comunicazione, censendo la copertura (***media coverage***) delle manifestazioni nei canali offline (stampa, radio e TV) e online (web e social network). Dal punto di vista quantitativo è stato calcolato il **valore economico della *media exposure*** ottenuta, mentre a livello qualitativo si è approfondito il **posizionamento reputazionale**, utilizzando software per analisi testuale e *data mining*, i **flussi di comunicazione e i *sentiment*** prevalenti.

Ciò ha permesso a finanziatori e promotori culturali di comprendere il posizionamento reputazionale, il valore economico e la portata della promozione turistica delle manifestazioni determinate dalla copertura mediatica.

Gli studi di impatto

INTESA  SANPAOLO



Impatto comunicazionale e reputazionale - Casi studio 2015

Festival	Tipologia	Visitatori	Media coverage value	Metodo
Fringe World Festival (Perth, Australia)	performing & visual arts/ fringe	660.093	\$ 5.870.145 [€ 3.940.276] <i>audience: 49.129.169</i>	n.d.
Great BalloonFest (Louisville, USA)	mongolfiere	60.000	\$ 70.530 [€ 64.817] (TV)	n.d.
London Design Festival (Londra, UK)	design festival	375.000	£ 5,99 milioni [€ 8,14 milioni]	AVE
Manchester International Festival (Manchester, UK)	arte contemporanea/ performing arts	259.648	£ 27 milioni [€ 36,7 milioni]	AVE
MyState Australian Wooden Boat Festival (Hobart, Australia)	cultura marittima	220.000	\$ 5,9 milioni [€ 3,96 milioni]	n.d.

Gli studi di impatto

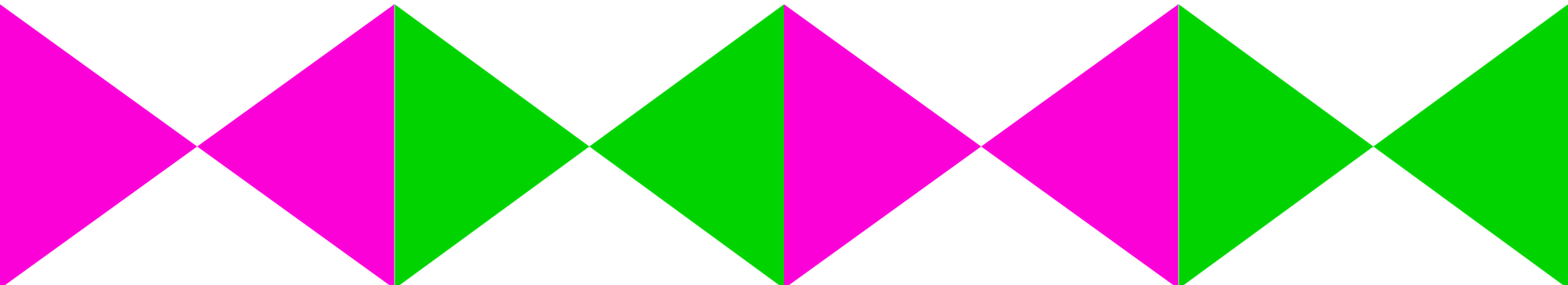
INTESA  SANPAOLO



Impatto comunicazionale e reputazionale - Casi studio 2015

Festival	Tipologia	Visitatori	Media coverage value	Metodo
Perth International Arts Festival (Perth, Australia)	arte contemporanea, performing arts	1.790.702	\$ 26 milioni [€ 17,45 milioni] <i>audience potenziale: 168.751.710</i>	n.d.
South Tyneside Festival (South Tyneside, UK)	intrattenimento	123.250	£ 2 milioni [€ 2.72 milioni]	n.d.
Sundance Film Festival (Sundance, Utah)	film festival	46.107	\$ 66,7 milioni [€ 61,3 milioni]	n.d.
SXSW (Austin, Texas)	festival musicale e cinematografico	139.525	\$ 90,6 milioni [€ 83,26 milioni]	n.d.
Whistler Film Festival (Whistler, Canada)	film	13.000	\$ 1,1 milione [€ 731.026]	AVE
Biennale di Venezia (Venezia, Italia)	biennale d'arte	501.502	8.000 giornalisti accreditati (5.450 stranieri, 2.650 italiani). La copertura mediatica include: inserti speciali in stampa estera, titoli in prima pagina, articoli ed edizioni speciali in periodici specializzati.	n.d.

2. Metodologia



Metodologia

INTESA  SANPAOLO



È stato selezionato un campione iniziale di **300 festival** di approfondimento culturale italiani, composto da:

- 100 festival di prima generazione (**F1G**) → *12+ edizioni*
- 100 festival di seconda generazione (**F2G**) → *7-11 edizioni*
- 100 festival di terza generazione (**F3G**) → *2-6 edizioni*

Su di essi è stata condotta una prima **analisi** riguardante il numero di edizioni, la tematica, il luogo e il periodo di svolgimento, i soggetti organizzatori. Il campione comprende manifestazioni di rilevanza nazionale con almeno 2 edizioni, equamente distribuite geograficamente sul territorio italiano.

I festival sono stati selezionati tra i partecipanti alle precedenti edizioni di Effettofestival, con l'aggiunta di un nutrito gruppo di F3G, per osservare le peculiarità delle manifestazioni nate nel periodo post-Covid.

Metodologia

Il campione manifesta una suddivisione equilibrata tra le 4 aree geografiche del paese, con una **lieve prevalenza di festival nel Nord-Ovest e nel Centro**. I festival itineranti e che si svolgono in più sedi sul territorio italiano rappresentano cumulativamente una quota minoritaria pari al 3% del campione.

Sono state identificate **14 categorie tematiche**, illustrate di seguito:



Arte e creatività



Comunicazione



Diritti



Economia



Fumetto



Geopolitica



Letteratura



Multidisciplinare



Scienza e tecnologia



Sociale



Sostenibilità



Spiritualità



Umanistico



Viaggio

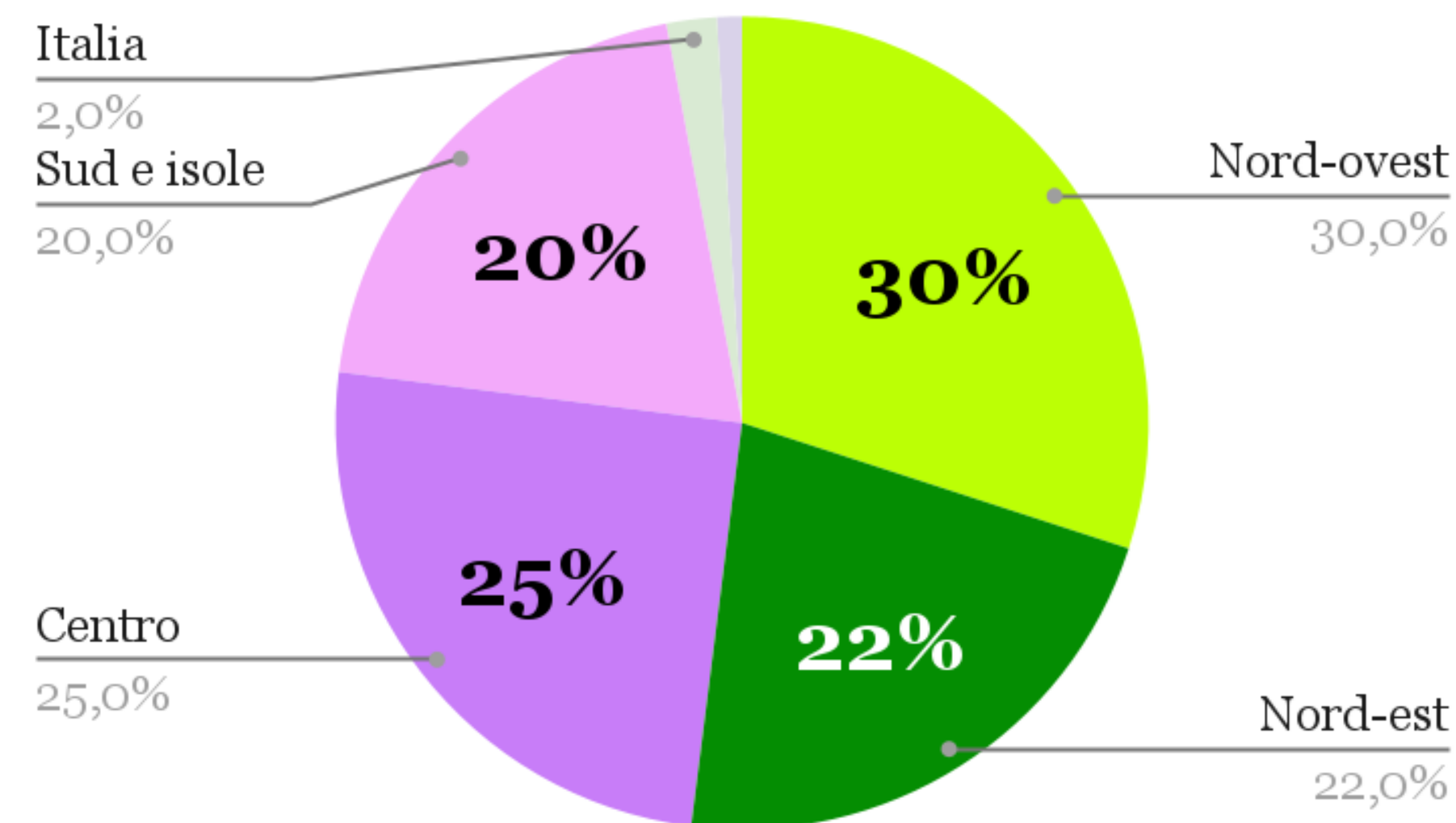
INTESA



SANPAOLO



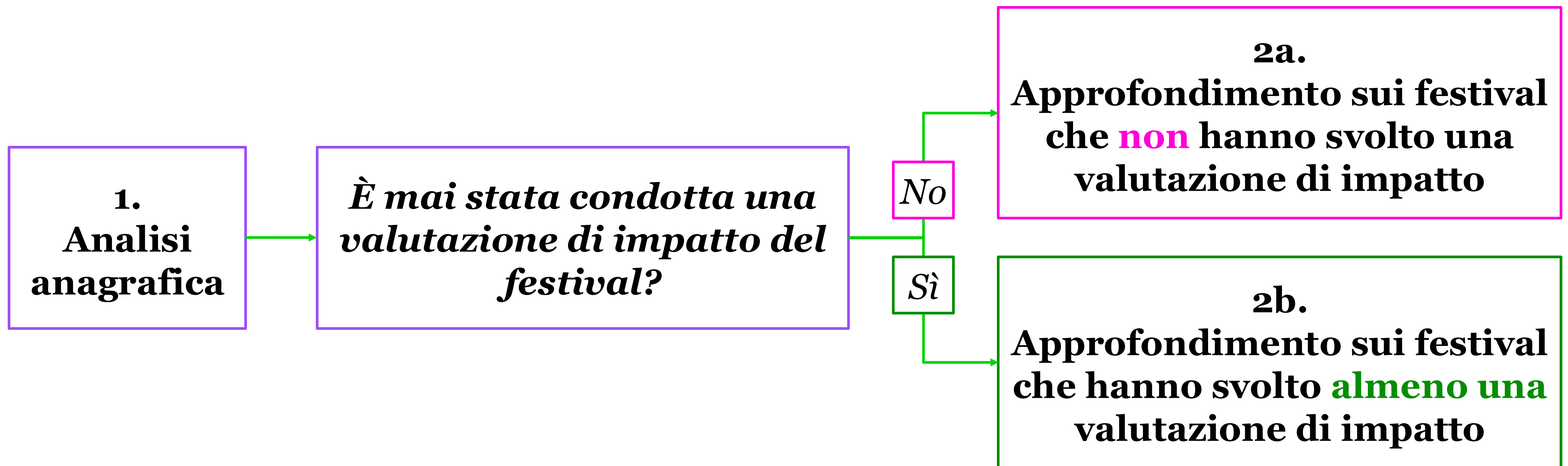
Area geografica



Metodologia

Agli organizzatori e ai direttori dei 300 festival del campione iniziale è stato sottoposto un **questionario online** comprendente tra le 23 e le 32 domande, a seconda delle risposte date, a cui hanno risposto ben **124 festival**, con un **tasso di risposta del 41,3%**.

Il questionario è così strutturato:



Le sezioni illustrate in precedenza riportano e approfondiscono le seguenti informazioni:

1. Sezione Anagrafica

- Nome e numero di edizioni
- Luogo e periodo di svolgimento
- Tematiche trattate
- Numero di partecipanti all'ultima edizione
- Budget annuale
- Struttura organizzativa (forma giuridica, numero di dipendenti, collaboratori e volontari)

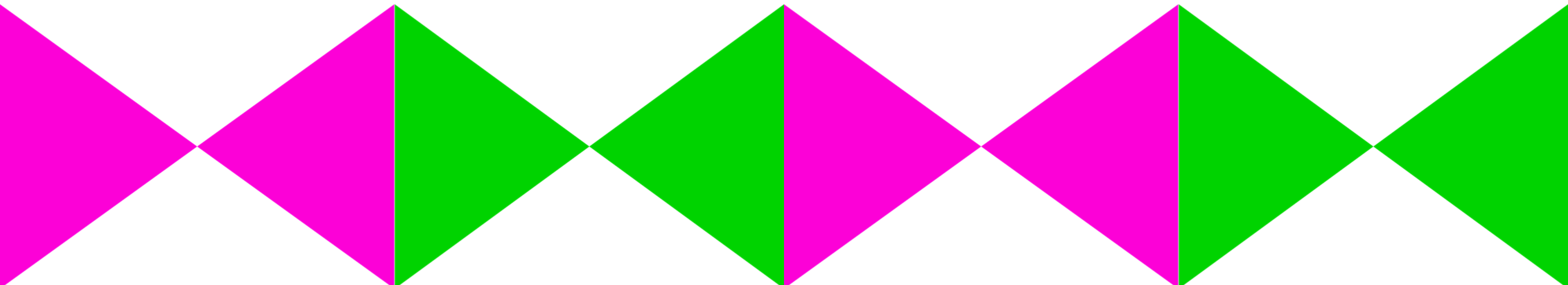
2a. Festival che **non** hanno svolto una valutazione di impatto

- Motivazioni dell'assenza di valutazioni di impatto
- Prospettive future (possibilità di svolgere valutazioni in futuro, ambiti di interesse e incentivi)
- Analisi informali già svolte
- Competenze necessarie e interesse per corsi di formazione in merito

2b. Festival che hanno svolto **almeno una** valutazione di impatto

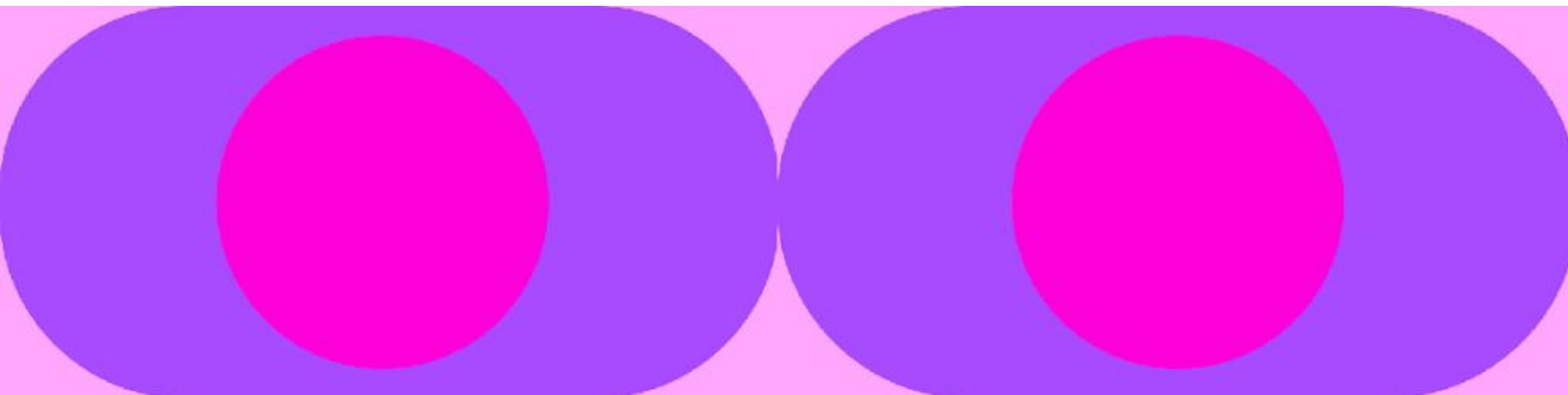
- Motivazioni dello svolgimento di valutazioni di impatto
- Informazioni sull'ultima analisi svolta (numero di studi, tipologie di impatto rilevate, modalità, figure coinvolte, costi)
- Utilizzo dei risultati
- Benefici e utilità percepita delle valutazioni di impatto svolte

3. Risultati



3.2.

Anagrafica dei festival



Descrizione del campione

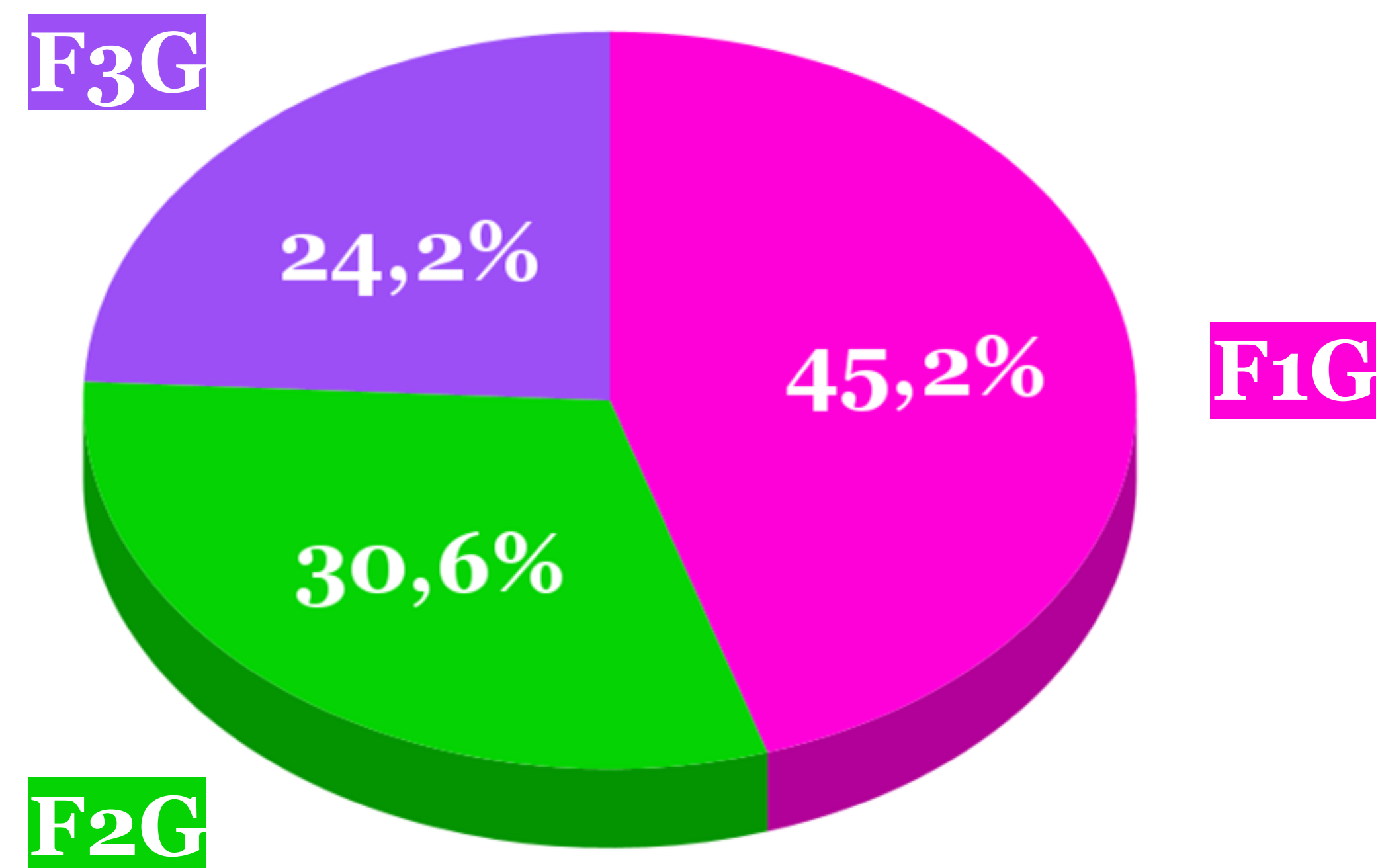
I 124 festival rispondenti al questionario si suddividono nelle **3 generazioni** identificate in precedenza in base al numero di edizioni.

Prevalgono i festival di **Prima Generazione (F1G)**, con più di 12 edizioni, che rappresentano il 45% del campione, seguiti in proporzione da **F2G** e **F3G**.

Numero medio di edizioni

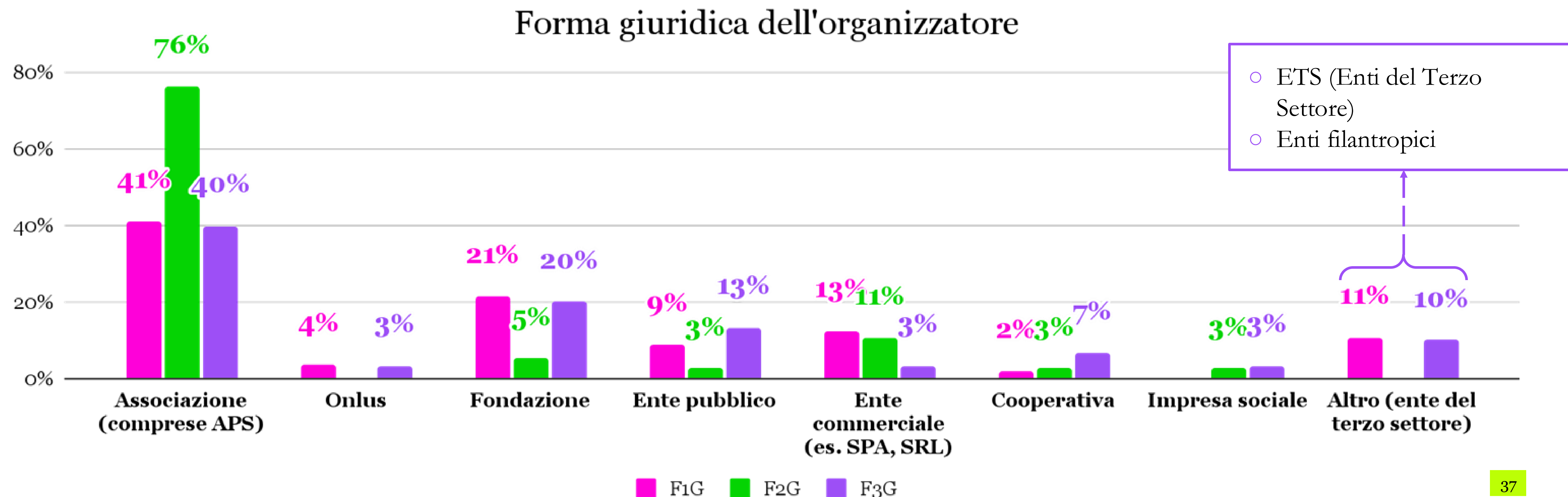
F1G	20 edizioni
F2G	10 edizioni
F3G	4 edizioni

Ripartizione del campione tra generazioni



Forma giuridica

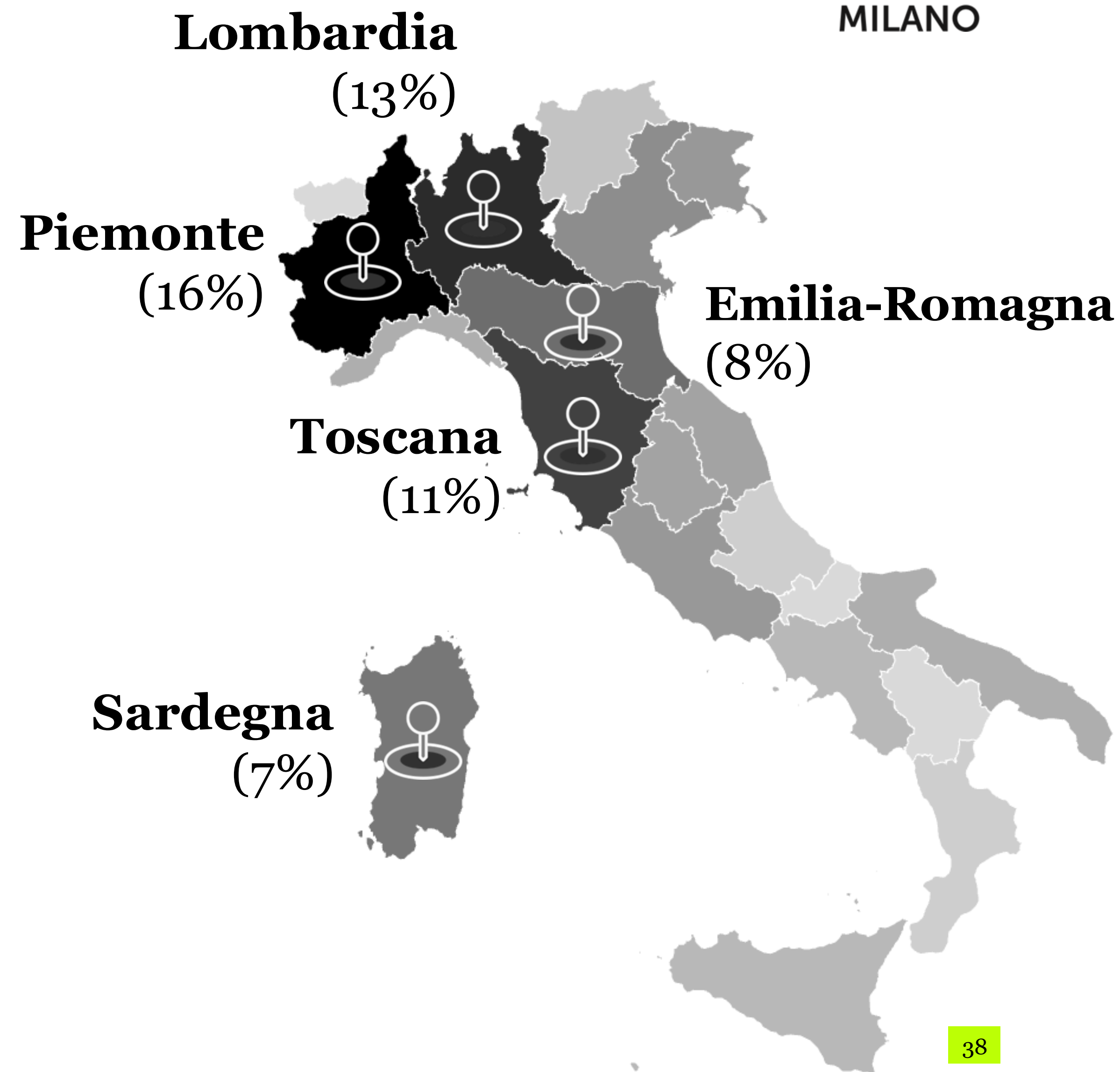
I dati evidenziano la netta prevalenza di **associazioni** organizzatrici, che rappresentano in tutte le generazioni la forma giuridica più diffusa (specialmente nel 76% di **F2G**) in linea con gli standard del settore. Anche le **fondazioni** sono presenti in modo significativo in **F1G** (21%) e **F3G** (20%). **Enti pubblici, del terzo settore e commerciali** mantengono invece un peso minoritario.



Collocazione geografica

I festival sono concentrati nelle regioni del **Centro-Nord Ovest**, specialmente in Piemonte, Lombardia e Toscana, seguiti da Emilia-Romagna e Sardegna. Vi sono inoltre **8 manifestazioni** (pari al 6% del campione) che si svolgono su **più regioni**, tra cui compaiono in prevalenza Piemonte e Veneto.

Abruzzo	1%	Piemonte	16%
Calabria	1%	Puglia	3%
Campania	2%	Sardegna	7%
Emilia-Romagna	8%	Sicilia	2%
Friuli-Venezia Giulia	5%	Toscana	11%
Lazio	5%	Trentino-Alto Adige	2%
Liguria	3%	Umbria	4%
Lombardia	13%	Veneto	6%
Marche	4%	Più regioni	6%



Collocazione geografica

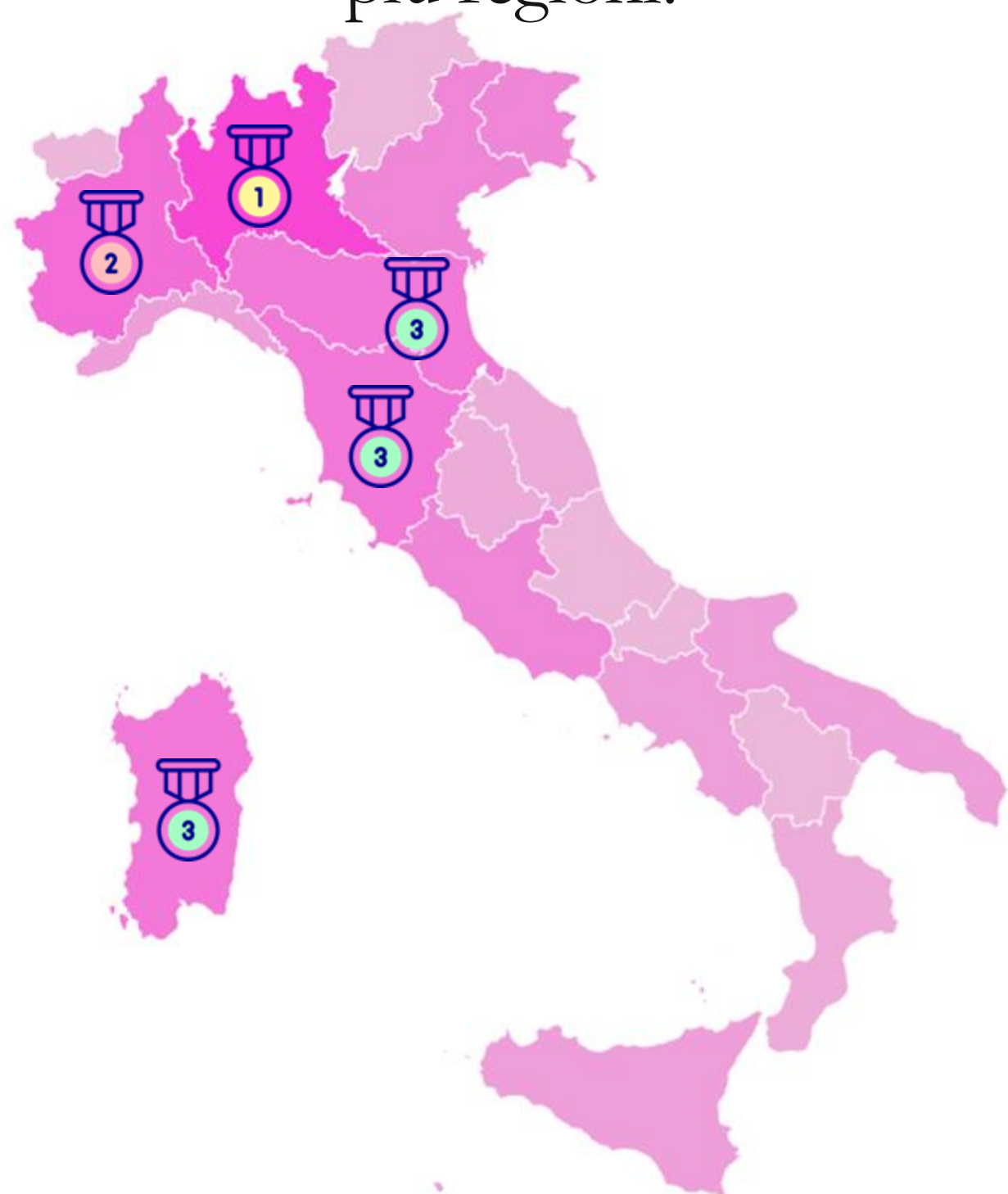
INTESA



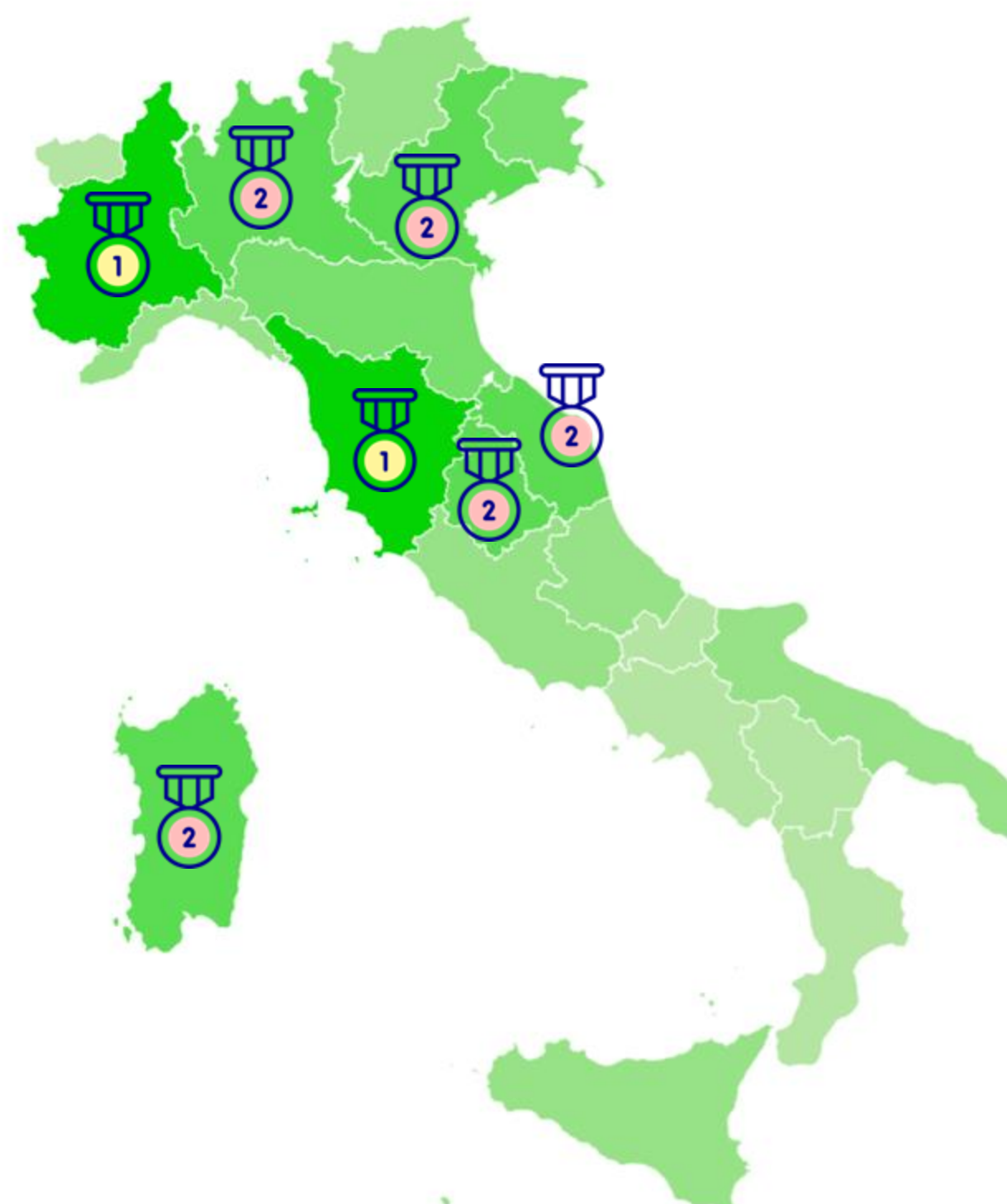
SANPAOLO



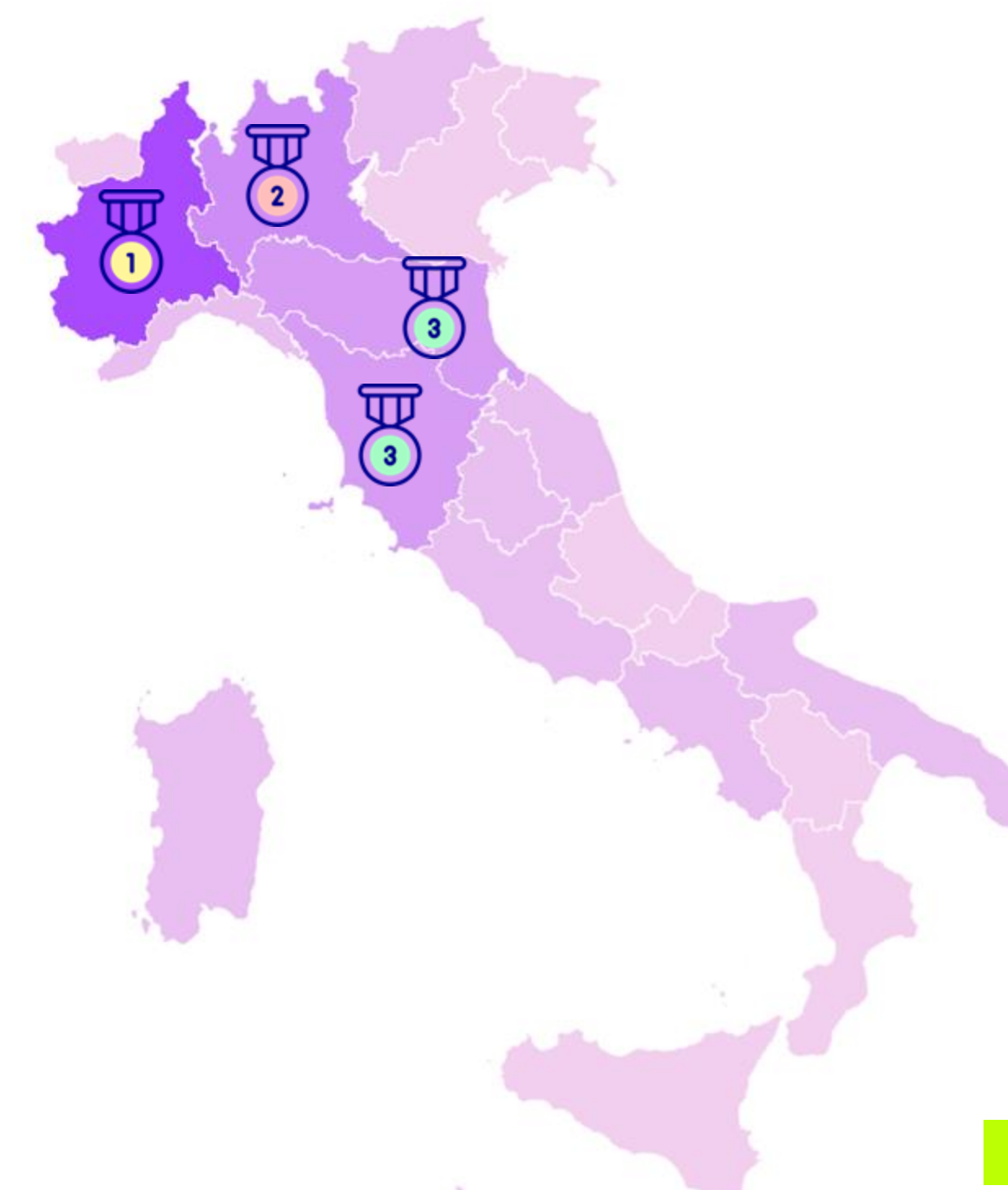
Le regioni con più **F1G** sono **Lombardia** (16%) e **Piemonte** (11%), seguite da **Emilia-Romagna, Sardegna e Toscana** (9%), con il 5% distribuiti in più regioni.



F2G si trovano prevalentemente in **Piemonte e Toscana** (16%), seguite da **Lombardia, Marche, Sardegna, Umbria e Veneto** (a pari merito all'8%).

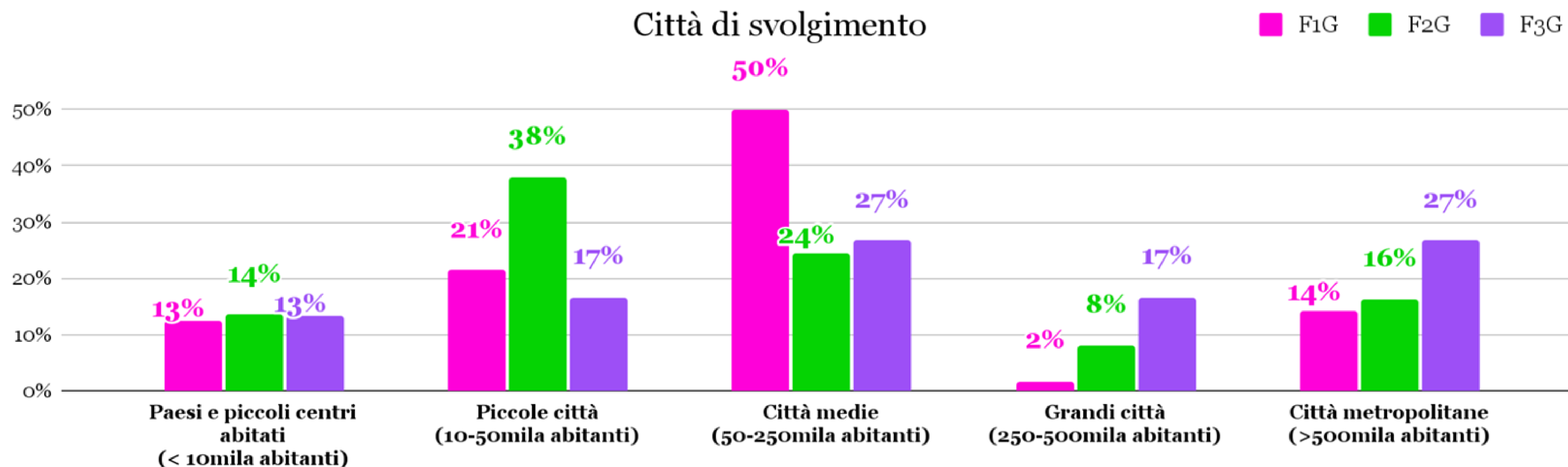


Il **Piemonte** è la regione con più **F3G** (27%), seguita da **Lombardia e progetti su più regioni** (13%), **Emilia-Romagna e Toscana** (10%).



Collocazione geografica

I festival si svolgono prevalentemente in **città di medie dimensioni** (50-250 mila abitanti) o **piccole dimensioni** (10-50 mila abitanti), trend che varia in base alla generazione. **F1G** e **F2G** prediligono città **medie e piccole**, seppur con quote diverse; al contrario, **F3G** risultano più diffusi nelle **grandi città (17%)** e nelle **città metropolitane (27%)** rispetto ai colleghi più anziani. **Il 79% dei festival si svolge in una sola città**, mentre il 22% in più località, in particolare **F3G** (con il 27%).

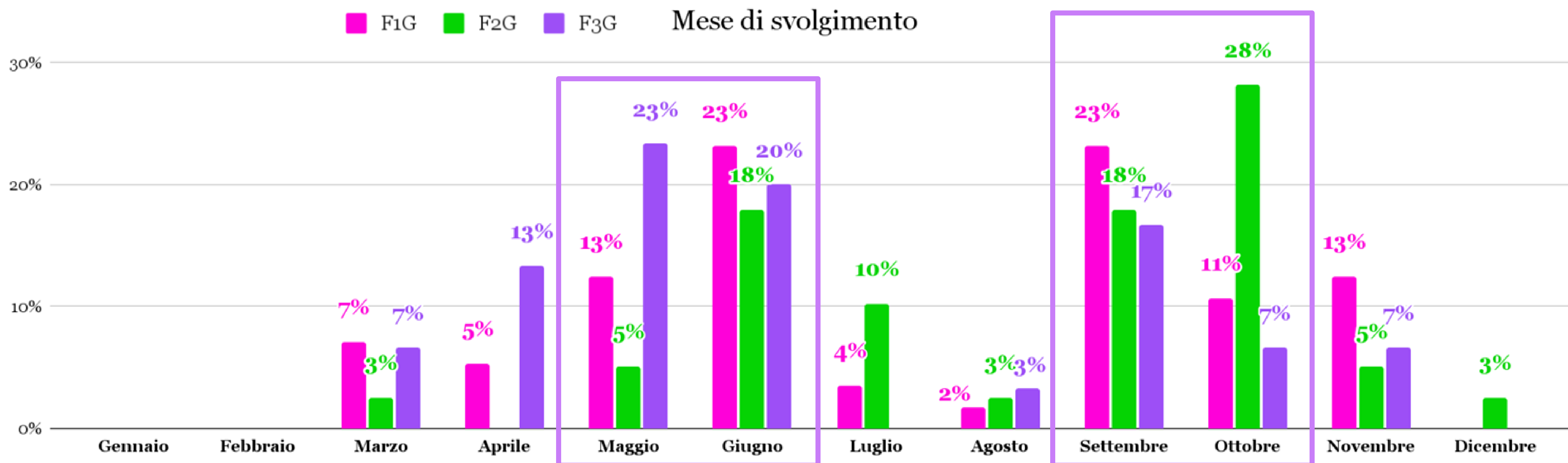


Periodo di svolgimento

INTESA  SANPAOLO

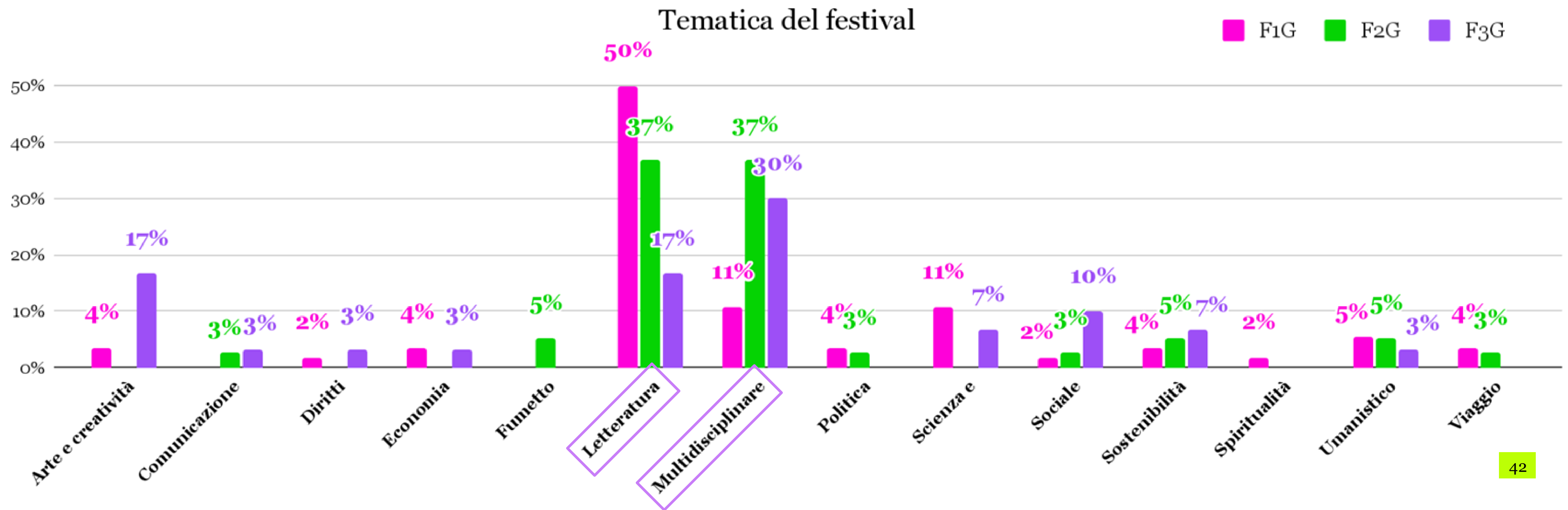

BOOKCITY
MILANO

Le manifestazioni hanno una **durata media di 9 giorni**, estendendosi quindi oltre il tradizionale weekend lungo. I mesi più affollati sono **giugno** (21% del campione, specialmente tra **F1G**) e **settembre** (20%), seguiti da ottobre, particolarmente popolare nel 28% di **F2G**, e maggio (23% in **F3G**). In linea con i risultati degli anni precedenti, risultano assenti - o quasi - i mesi invernali.



Tematiche

F1G sono focalizzati prevalentemente sulla **letteratura**, che da sola rappresenta la tematica di metà delle iniziative. I festival più giovani sono invece più diversificati, dedicandosi maggiormente a tematiche sociali (10% di **F3G**) e alla sostenibilità (7% di **F3G** e 5% di **F2G**). Crescono in particolare i **progetti multidisciplinari** (37% in **F2G** e 30% in **F3G**), segno di una maggiore attenzione all'incrocio tra discipline e tematiche.



Pubblico

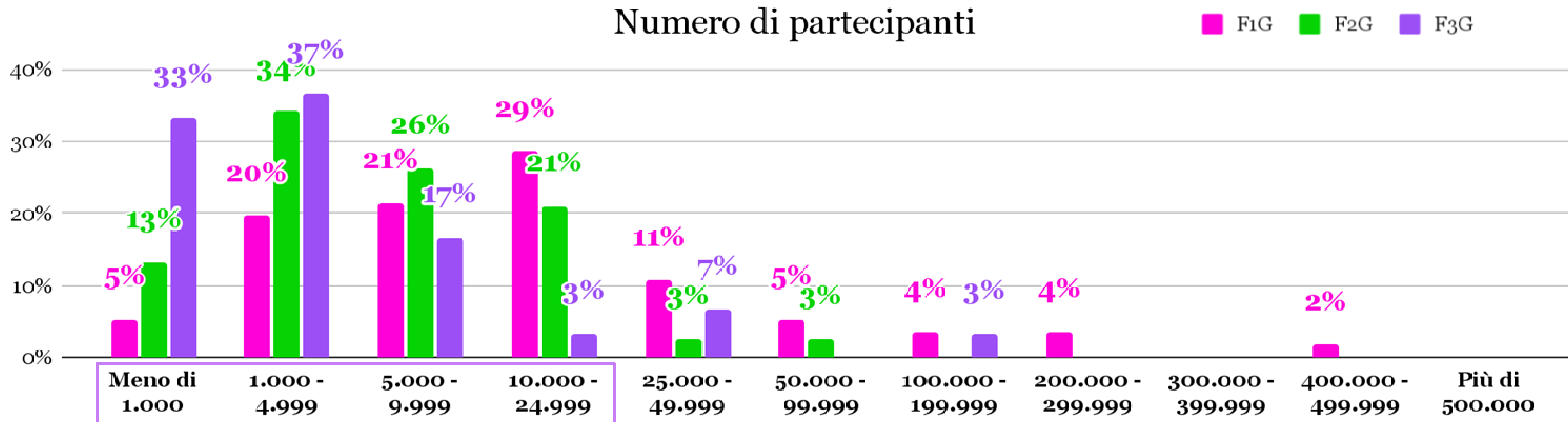
INTESA



SANPAOLO



I festival con più edizioni (**F1G**) presidiano le fasce di pubblico medio-alte, con un picco tra **10.000–24.999** partecipanti (29%), **5.000–9.999** (21%) e **25.000–49.999** (11%); compaiono anche platee molto ampie, assenti o quasi nelle altre classi. In **F2G** e soprattutto **F3G** la distribuzione si sposta verso il basso: prevalgono fasce di **1.000–4.999** partecipanti (34% e 37%) e cresce la quota **sotto i 1.000** (13% e 33%).



Budget

INTESA



SANPAOLO

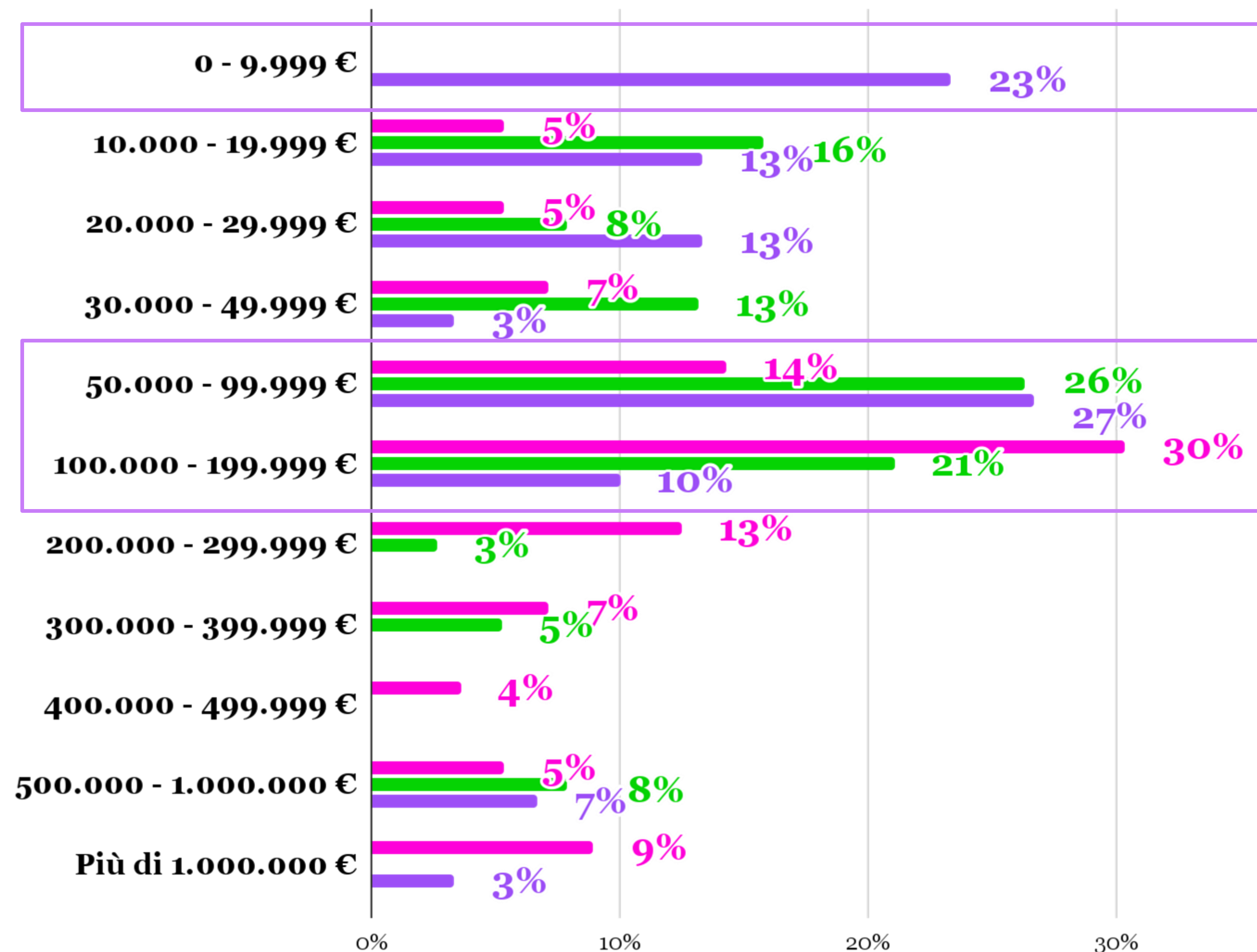


F1G si concentrano nelle fasce di budget medio-alte, con un picco tra **100-199 mila €** (30%), il 13% **oltre i 200 mila €** fino al 9% con **più di 1 milione €**. Emergono quindi come strutture organizzative solide, con una rete consolidata e maggiore attrattiva per sponsor e partner.

Tra **F2G** domina la fascia **50-99 mila €** (26%), seguita da **100-199 mila €** (21%), con accesso meno frequente a budget più elevati.

I festival più giovani (**F3G**) operano prevalentemente con **micro-budget** (meno di 10 mila €, 23%) e nella fascia **50-99 mila €** (27%).

Budget dei festival



Staff

INTESA  SANPAOLO

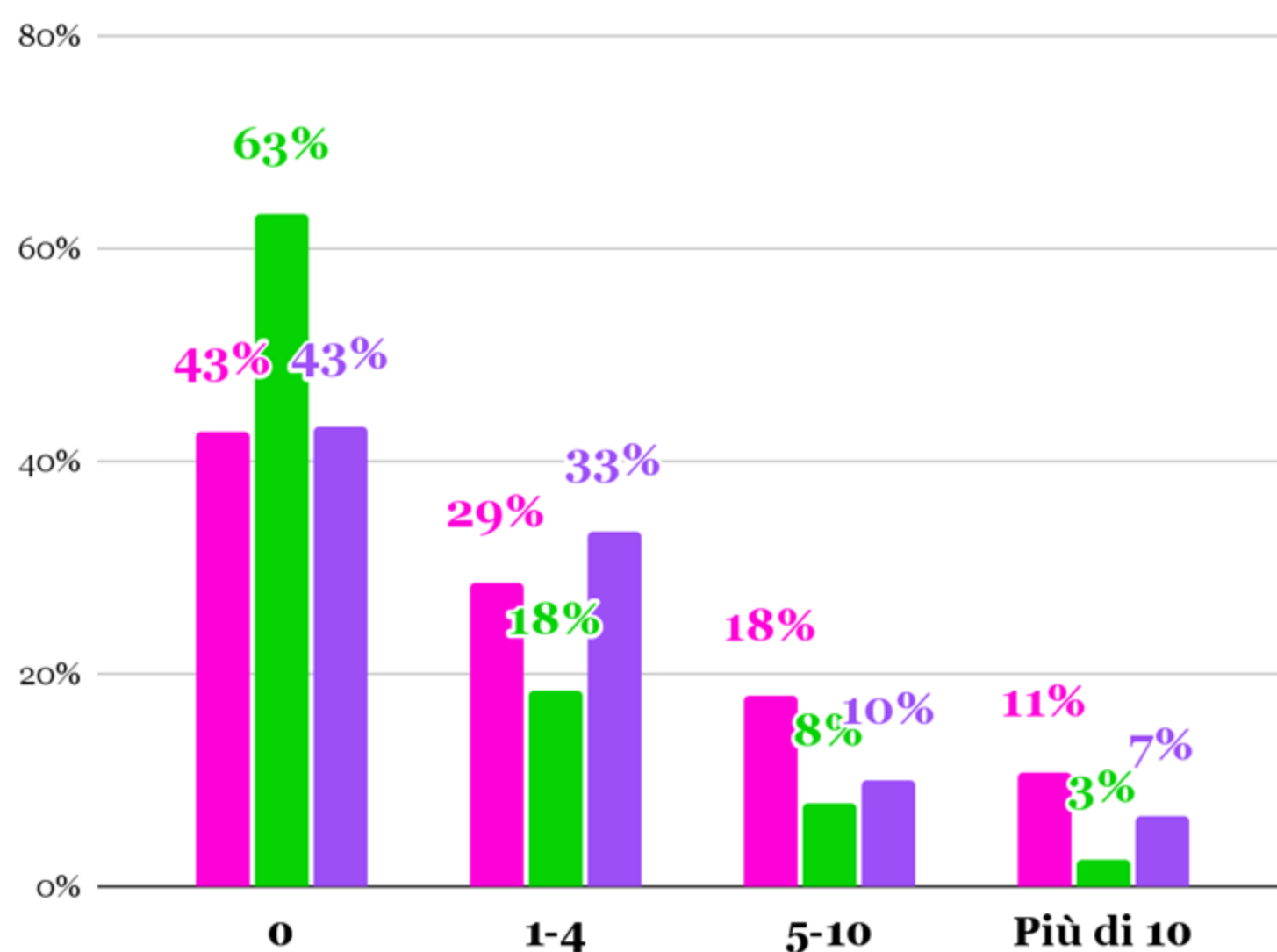


Prevale l'assenza di personale dipendente, soprattutto nei festival più giovani (**F2G** 63%; **F3G** 43%). Solo **F1G** mostrano strutture interne più robuste, anche se **F3G** mostrano una propensione maggiore all'assunzione rispetto a **F2G**.

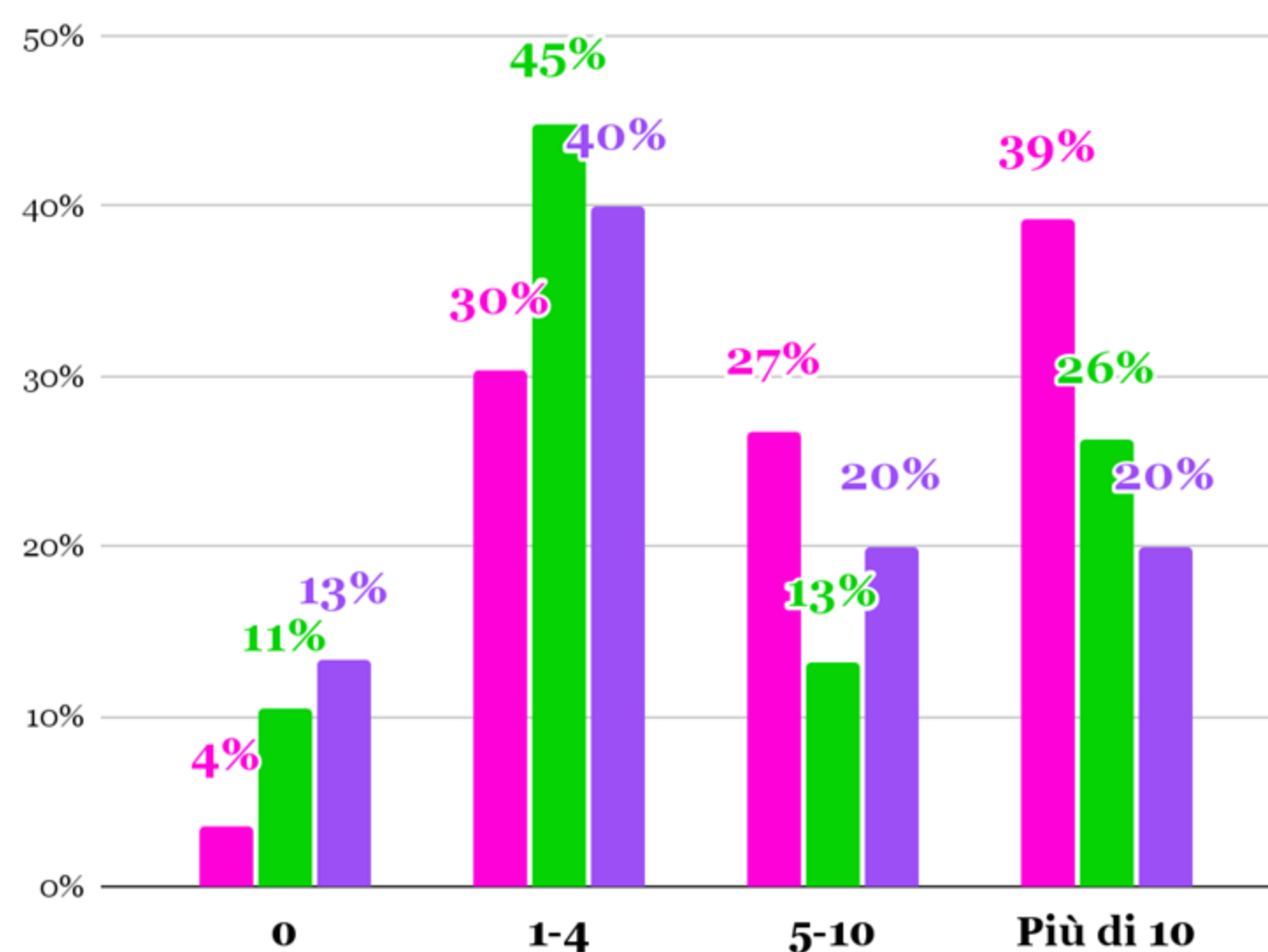
L'operatività si regge sulle **collaborazioni esterne**, tra 1 e 4 nel 37% del campione (specialmente **F2G** e **F3G**, con percentuali sopra il 40%) e sopra i 10 nel 31% dei casi (in particolare **F1G**, con il 39%).

Si nota un forte ricorso al volontariato, soprattutto nella fascia **10–49 volontari** (**F2G** 53%; **F1G** 29%; **F3G** 33%). Il 25% dei festival più strutturati (**F1G**) attivano **grandi gruppi di volontari**, sopra i 100, assenti nei format più giovani.

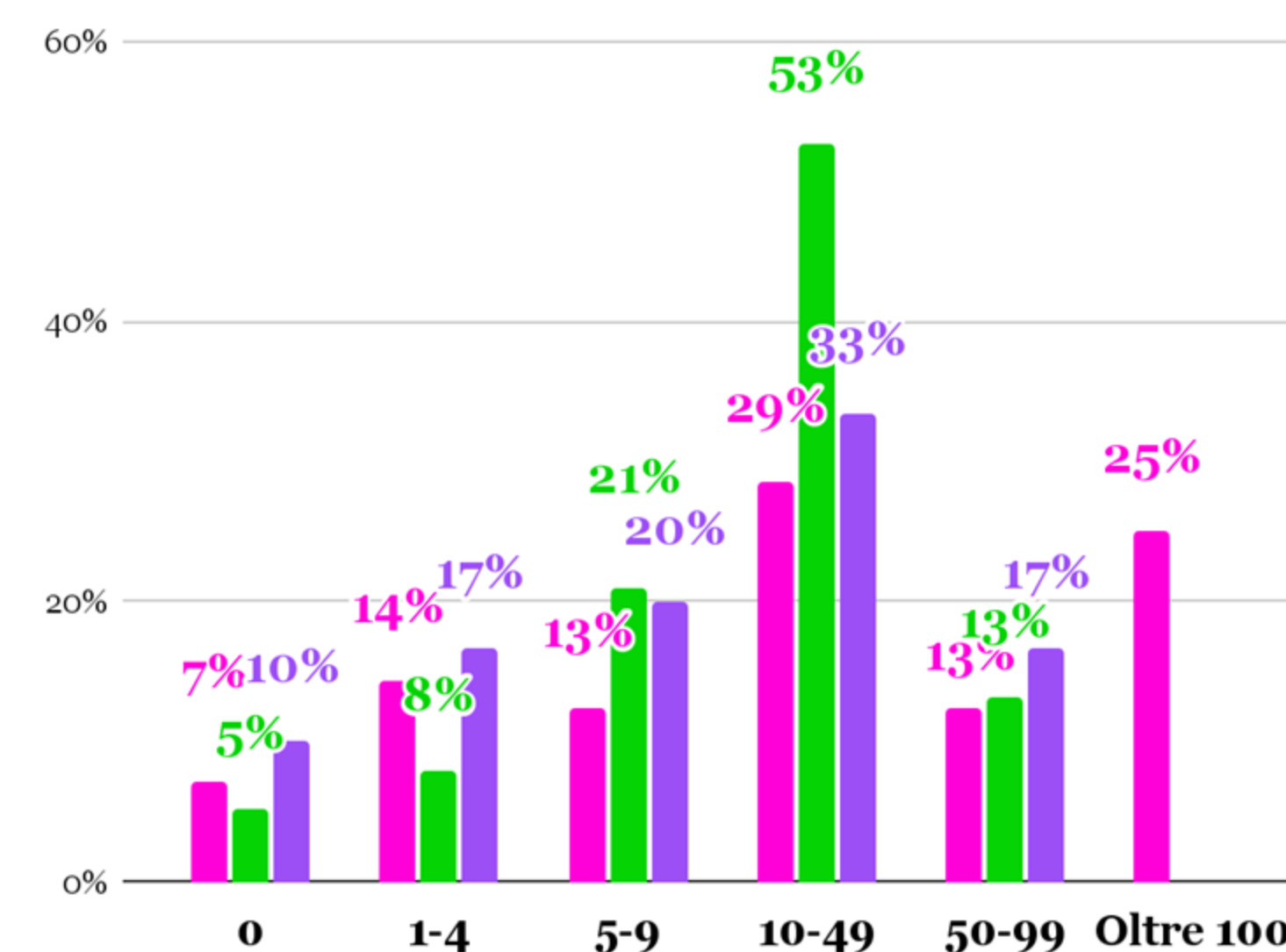
Numero di dipendenti



Numero di collaboratori esterni



Numero di volontari

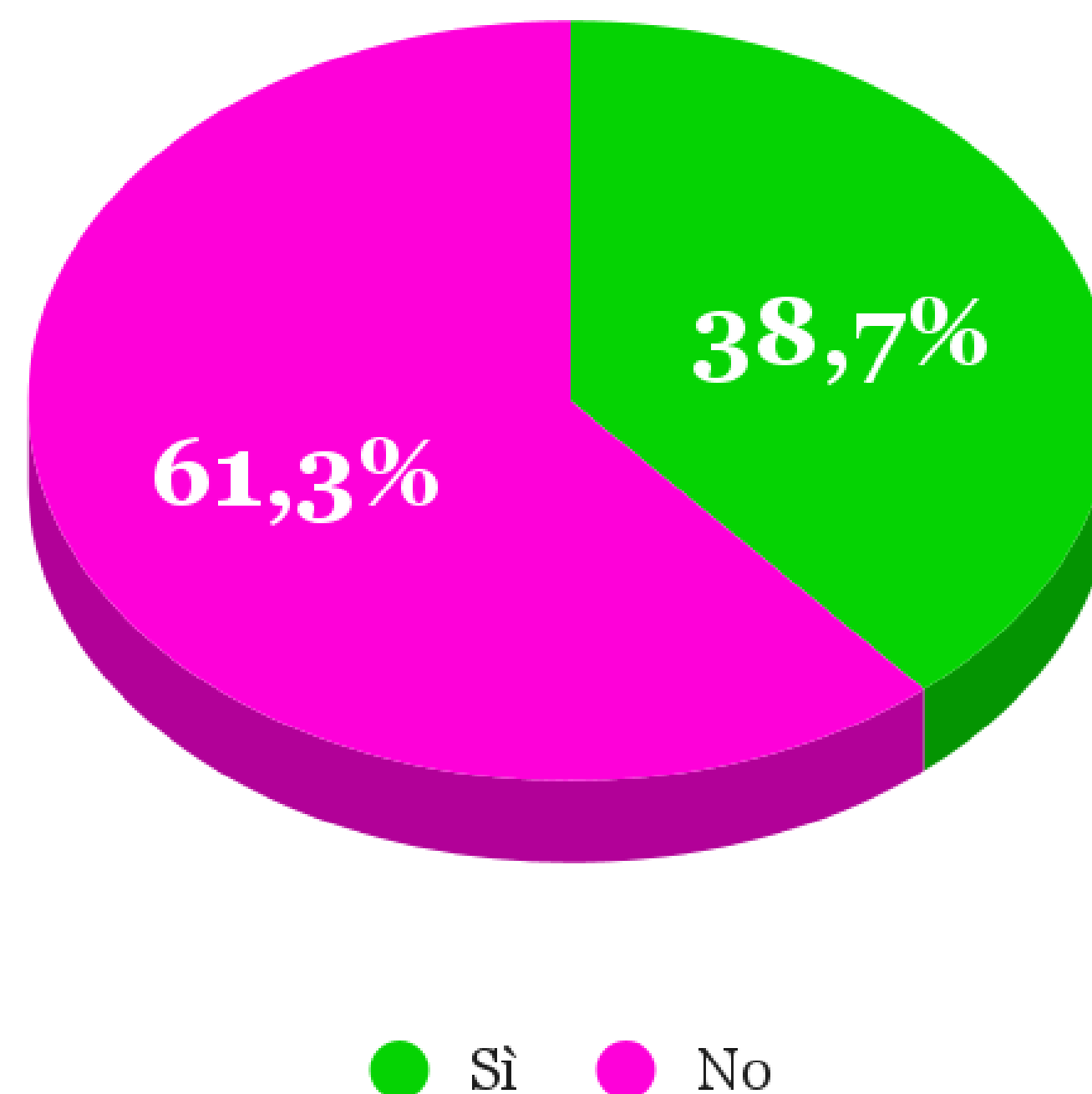


Studi di impatto

INTESA  SANPAOLO



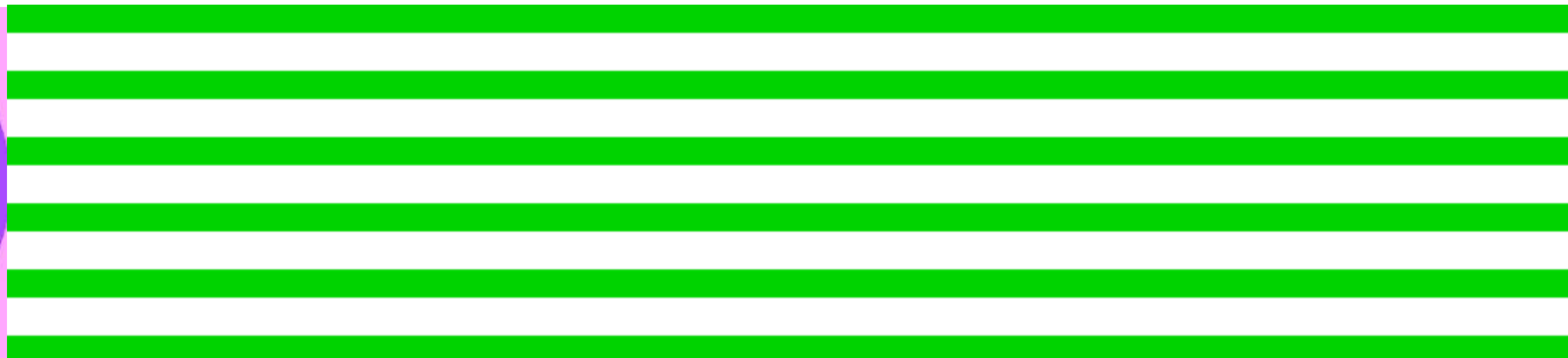
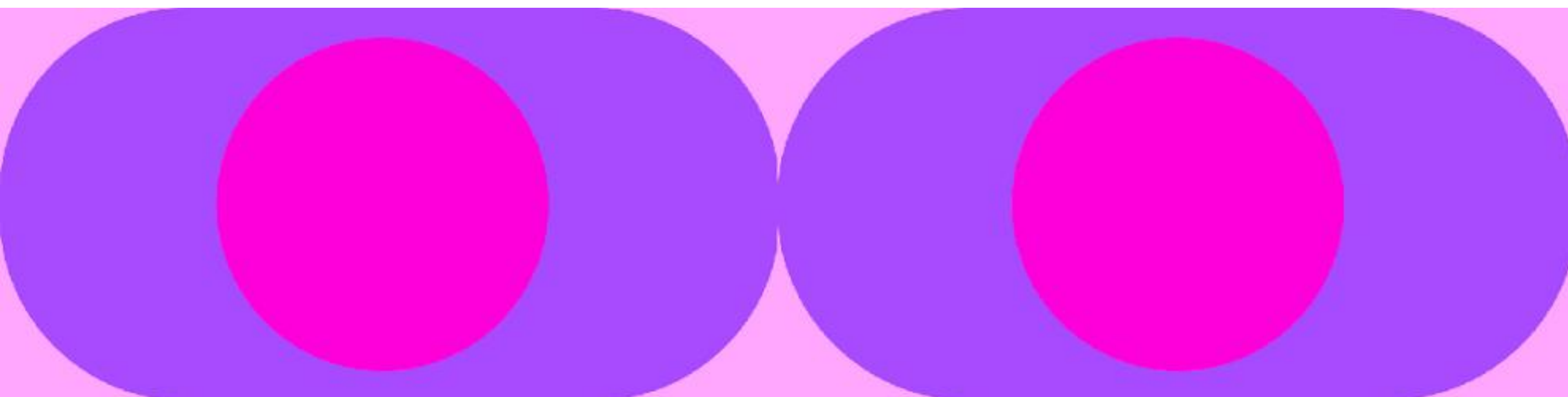
È mai stata condotta una valutazione di impatto del festival?



Su 124 rispondenti il **38,7%** ha **condotto almeno un'analisi di impatto** nel corso della sua esistenza. Pur essendo una minoranza, questi festival sono una quota significativa del campione, a indicare la rilevanza di questo tipo di rilevazione: 4 festival su 10 l'hanno svolta almeno una volta.

3.2.

**Festival che non hanno
svolto analisi di impatto**



Descrizione del campione

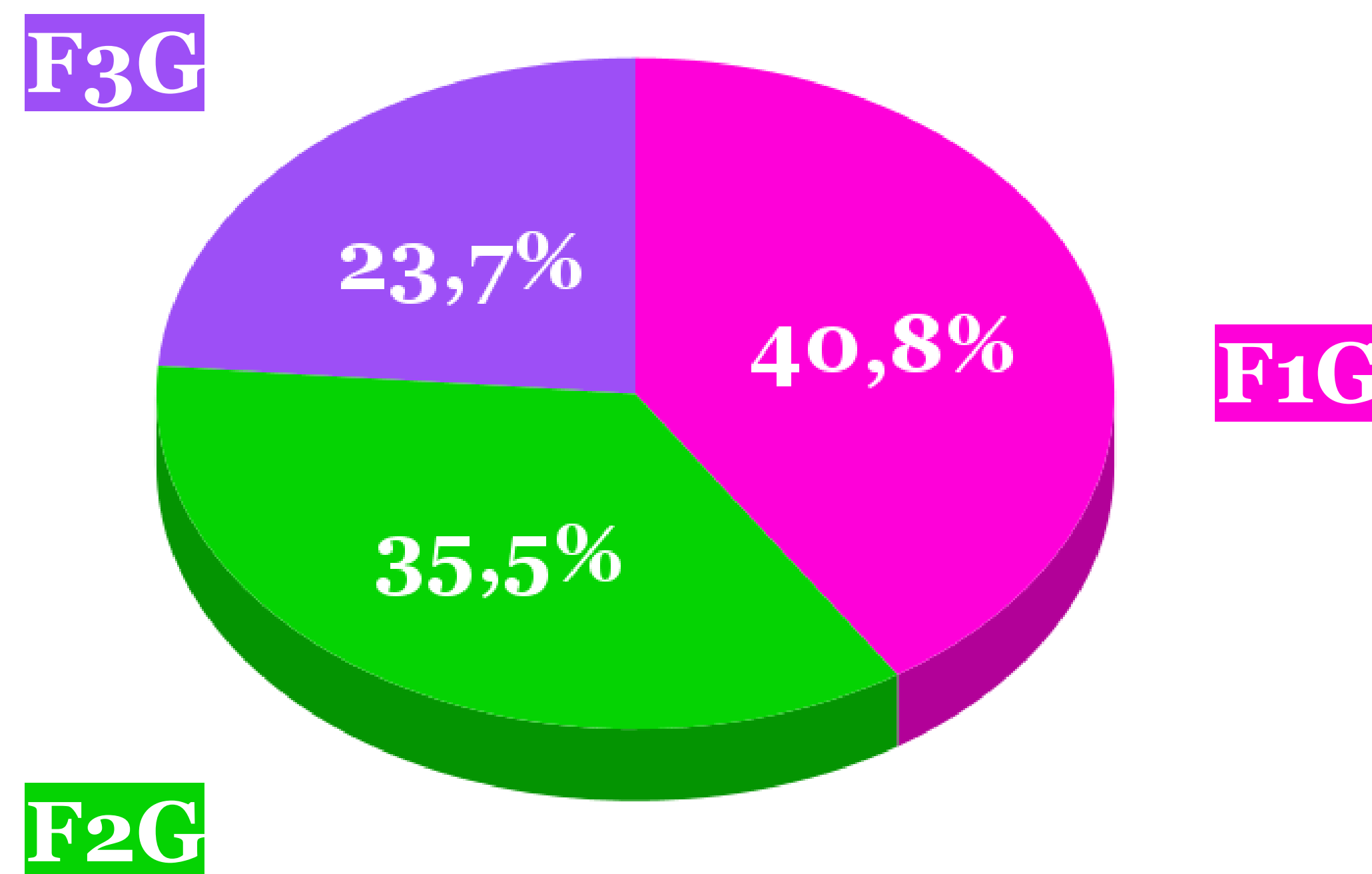
INTESA  SANPAOLO



I festival che non hanno ancora svolto valutazioni di impatto sono prevalentemente **F1G**, seguiti da **F2G** e **F3G**, con percentuali in linea con la composizione del campione esteso.

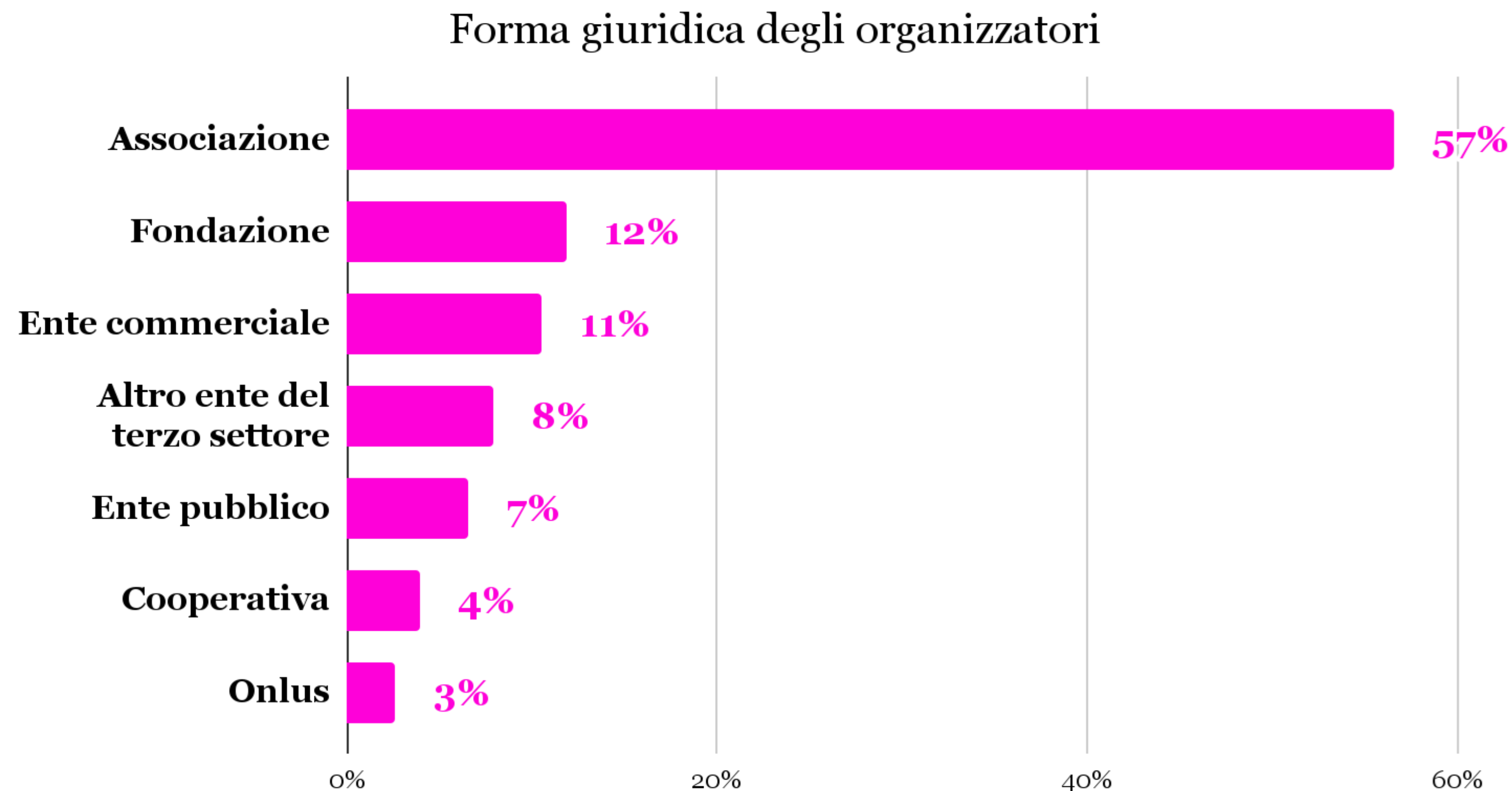
Contrariamente a quanto si potrebbe immaginare, la mancata misurazione dei propri impatti non dipende dal numero di edizioni oppure da una minore solidità organizzativa, ma è equamente distribuita tra le diverse generazioni.

Festival che non effettuano analisi d'impatto per generazione



Forma giuridica

I festival sono organizzati in larga parte da **enti del terzo settore**, specialmente **associazioni (57%)** e **fondazioni (12%)**, a cui seguono gli enti commerciali per l'11%. La percentuale di manifestazioni in capo a società for profit è più elevata in **F1G** (17%) e **F2G** (11%), mentre in **F3G** si concentrano in organizzazioni del terzo settore.



Collocazione geografica

Le manifestazioni che non hanno misurato i propri impatti si trovano nelle **regioni di maggiore diffusione dei festival: Lombardia** (specialmente nel 26% di **F1G**), **Piemonte** (28% di **F3G**), e **Toscana**.

F2G sono invece **equamente distribuiti** tra le tre sopra citate, con inoltre Sardegna, Umbria e Veneto in 11% dei casi.

Le regioni in cui è più marcata la percentuale di festival che non svolgono analisi di impatto (rispetto al numero totale di rispondenti) sono Abruzzo (100% dei rispondenti), Lombardia (81%) e Umbria (con 4 su 5 festival che non hanno avviato valutazioni).

INTESA  SANPAOLO


BOOKCITY
MILANO



Lombardia (17%)

Piemonte

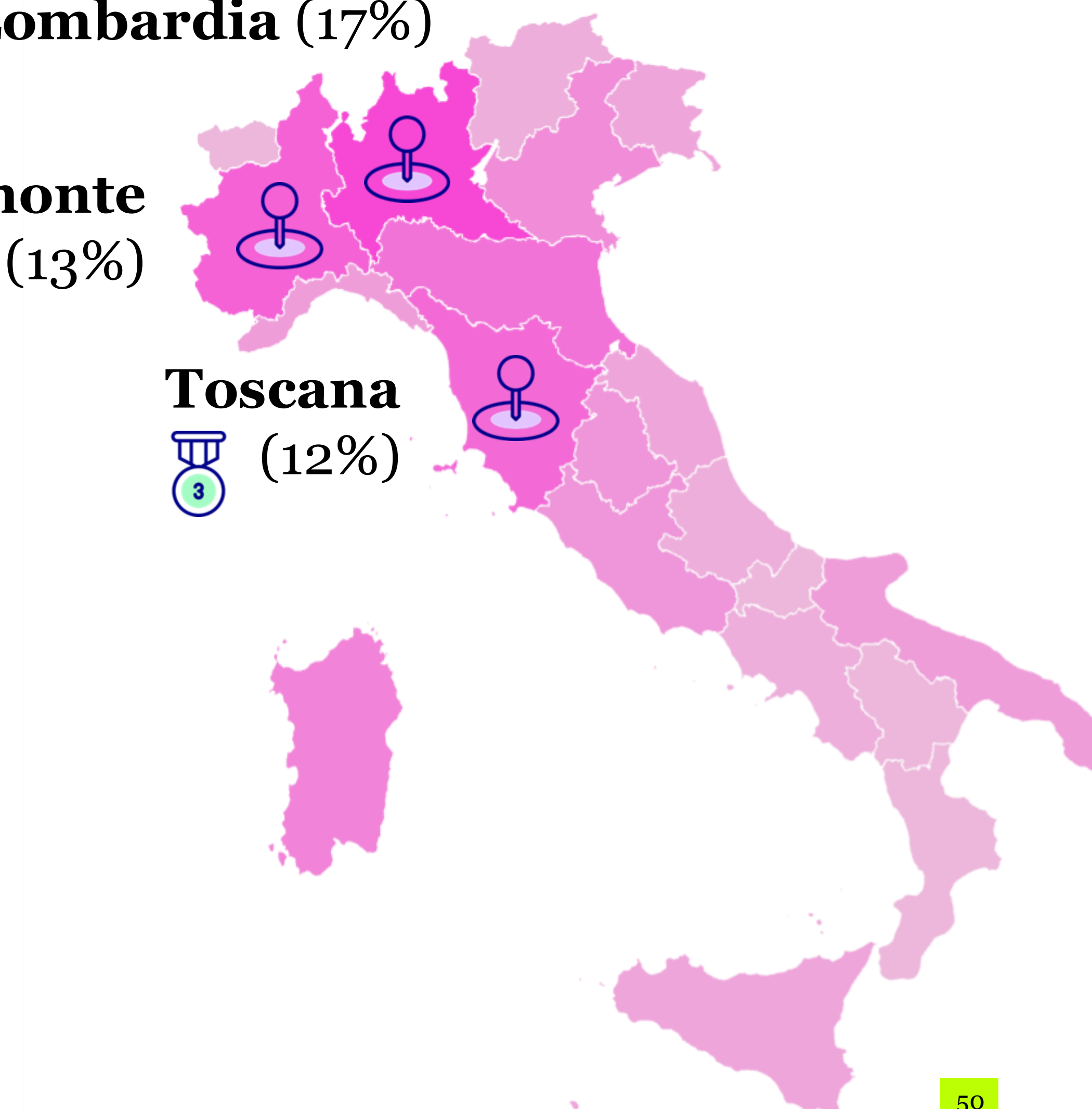


(13%)

Toscana



(12%)

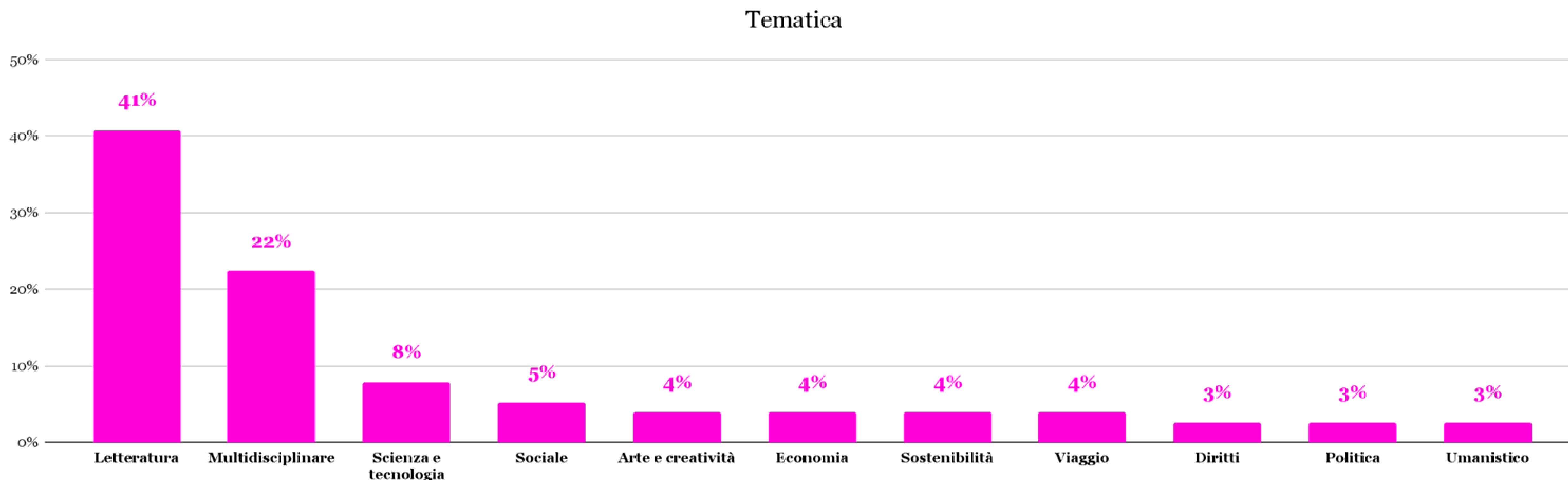


Tematiche

INTESA  SANPAOLO



La programmazione è fortemente sbilanciata sulla **Letteratura** (41%), seguita da un'area **Multidisciplinare** robusta (22%). Tra gli altri temi spiccano **Scienza e tecnologia** (8%) e, a distanza, le altre categorie. Spiccano tra **F1G** proprio le manifestazioni scientifiche (13%) e tra **F3G** quelle legate ad arte e creatività. **F2G** sono concentrati su letteratura e multidisciplinari.



Pubblico & budget

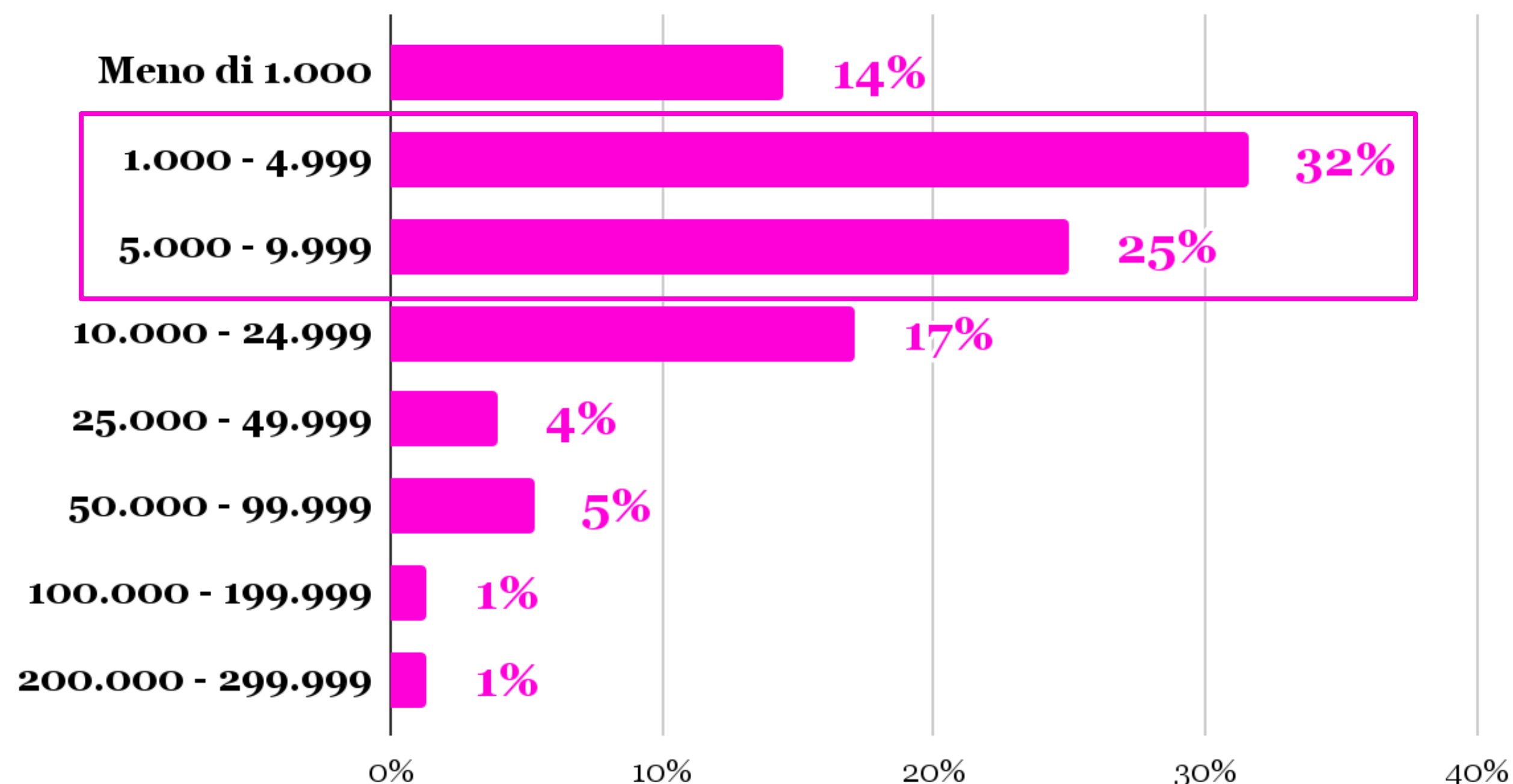
INTESA  SANPAOLO



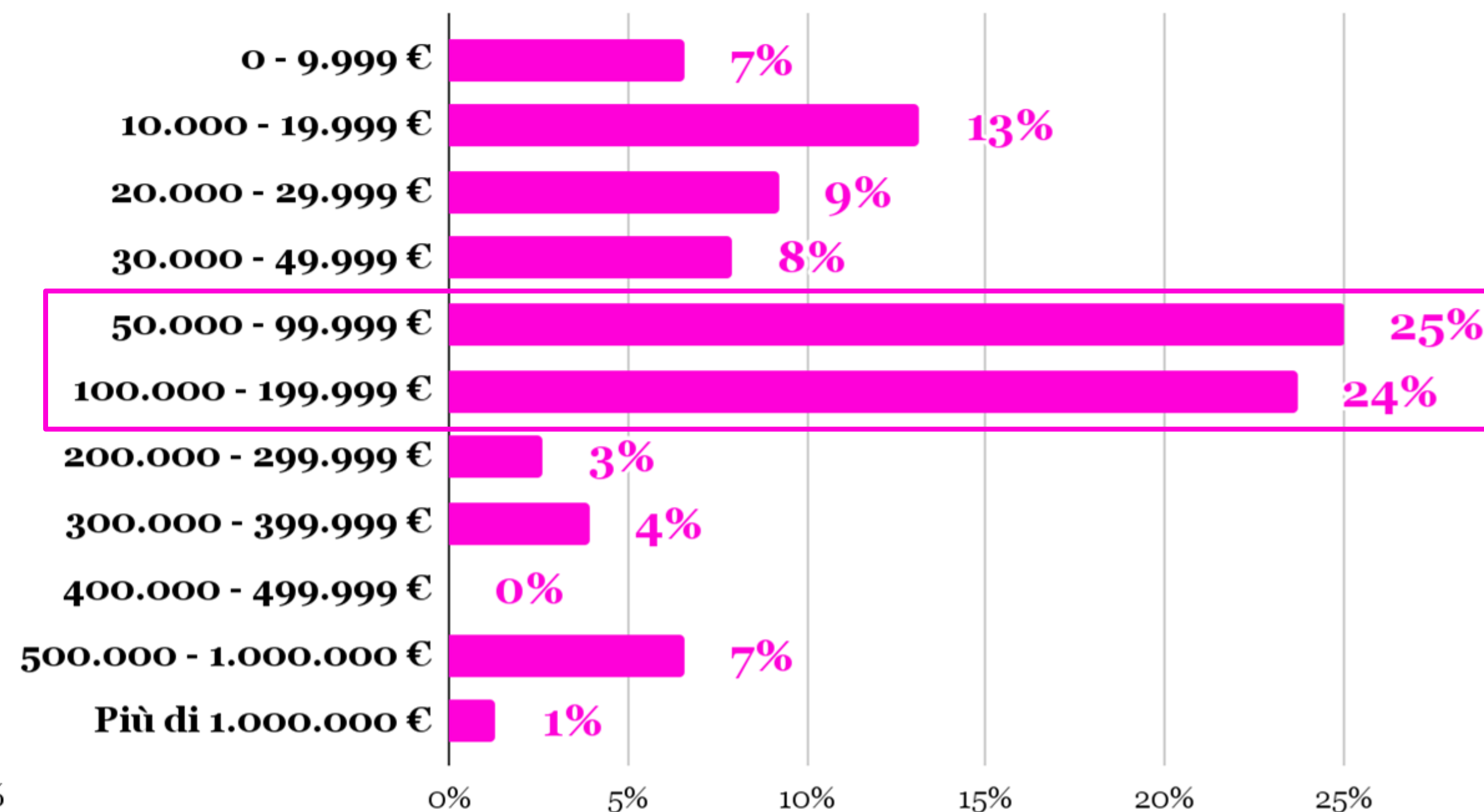
Il numero di partecipanti è **concentrato nelle fasce 1.000–4.999 (32%) e 5.000–9.999 (25%)**, con code sotto 1.000 (14%) e nei livelli 10.000–24.999 (17%). Le manifestazioni sopra le 25 mila persone risultano scarse e composte prevalentemente da **F1G**.

I budget delle manifestazioni sono concentrati nelle **fasce medio-alte**, in linea con la prevalenza di **F1G** nel campione, che presentano in media risorse economiche maggiori. Le fasce inferiori sono presenti ma minoritarie, occupate da **F2G** e **F3G**.

Numero di partecipanti all'ultima edizione



Budget annuale



Staff

INTESA



SANPAOLO

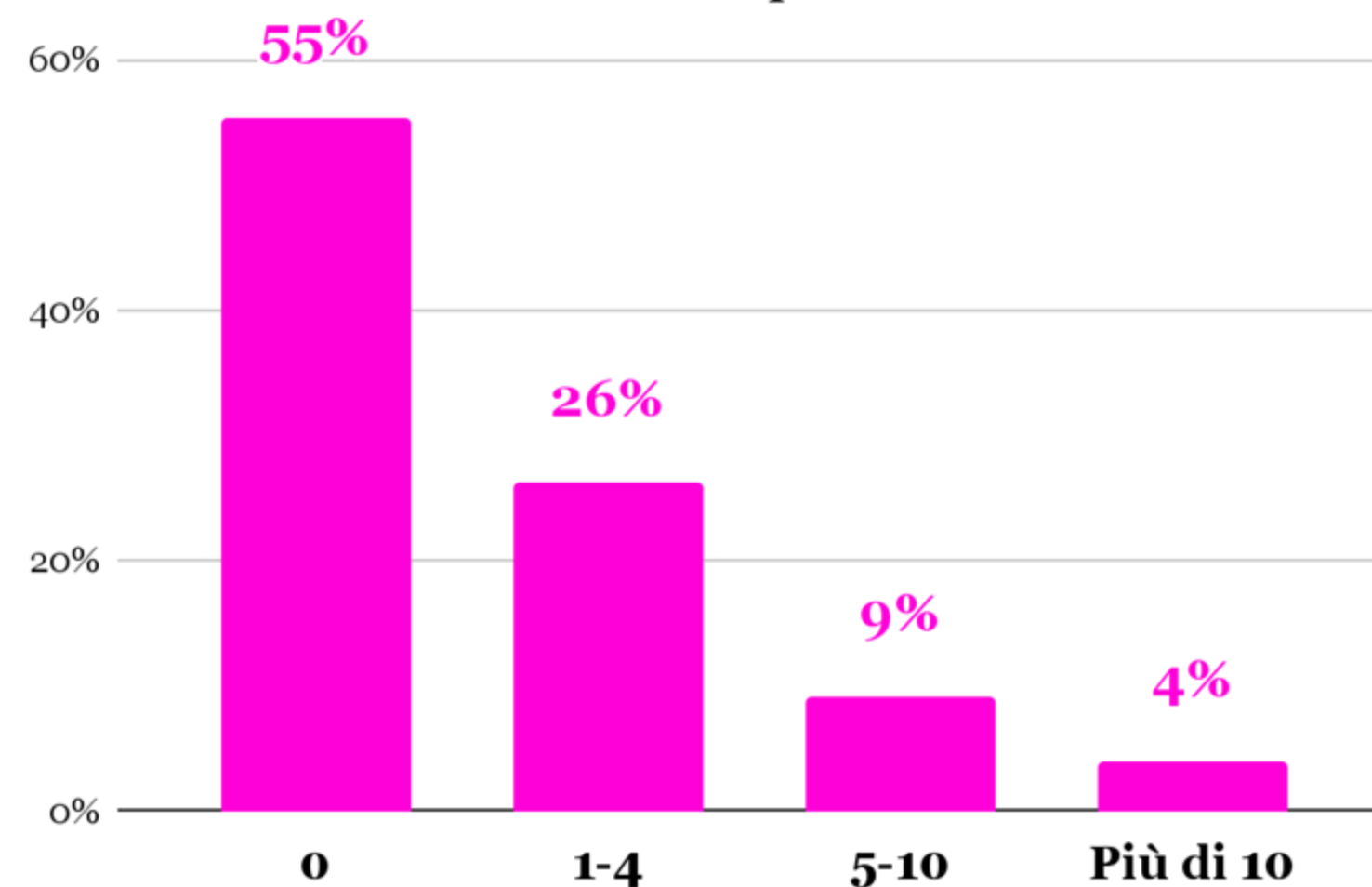


Prevale l'assenza di personale **dipendente**, mentre le **piccole strutture** (1-4 dipendenti) sono **più frequenti** (26%) e **quelle robuste** (più di 10 assunti) **rare** (4%). **F3G** risultano più propensi ad assumere rispetto a **F1G** e **F2G**.

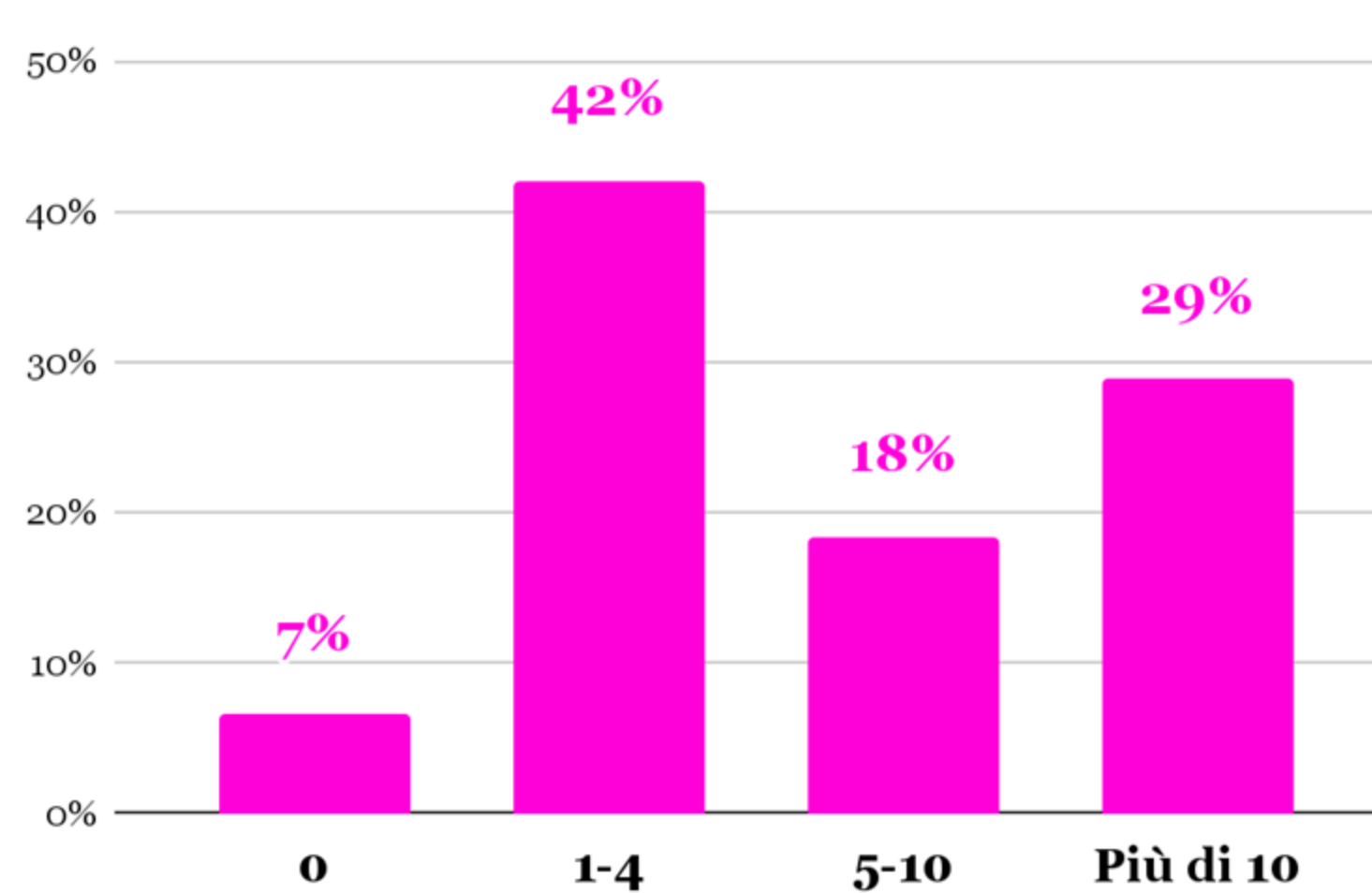
Vi è un forte ricorso a **collaboratori esterni**, soprattutto tra 1 e 4 (42%) e più di 10 (29%). Mentre **F1G** sono equamente distribuiti tra le diverse fasce di collaboratori, in **F2G** e **F3G** prevalgono i gruppi tra 1 e 4 collaboratori.

Si denota una forte **dipendenza dal volontariato**: prevale la fascia 10–49 volontari (39%), seguita da 5–9 (18%). Rimangono però fortemente limitate le strutture che prevedono più di 100 volontari (9% cumulativi).

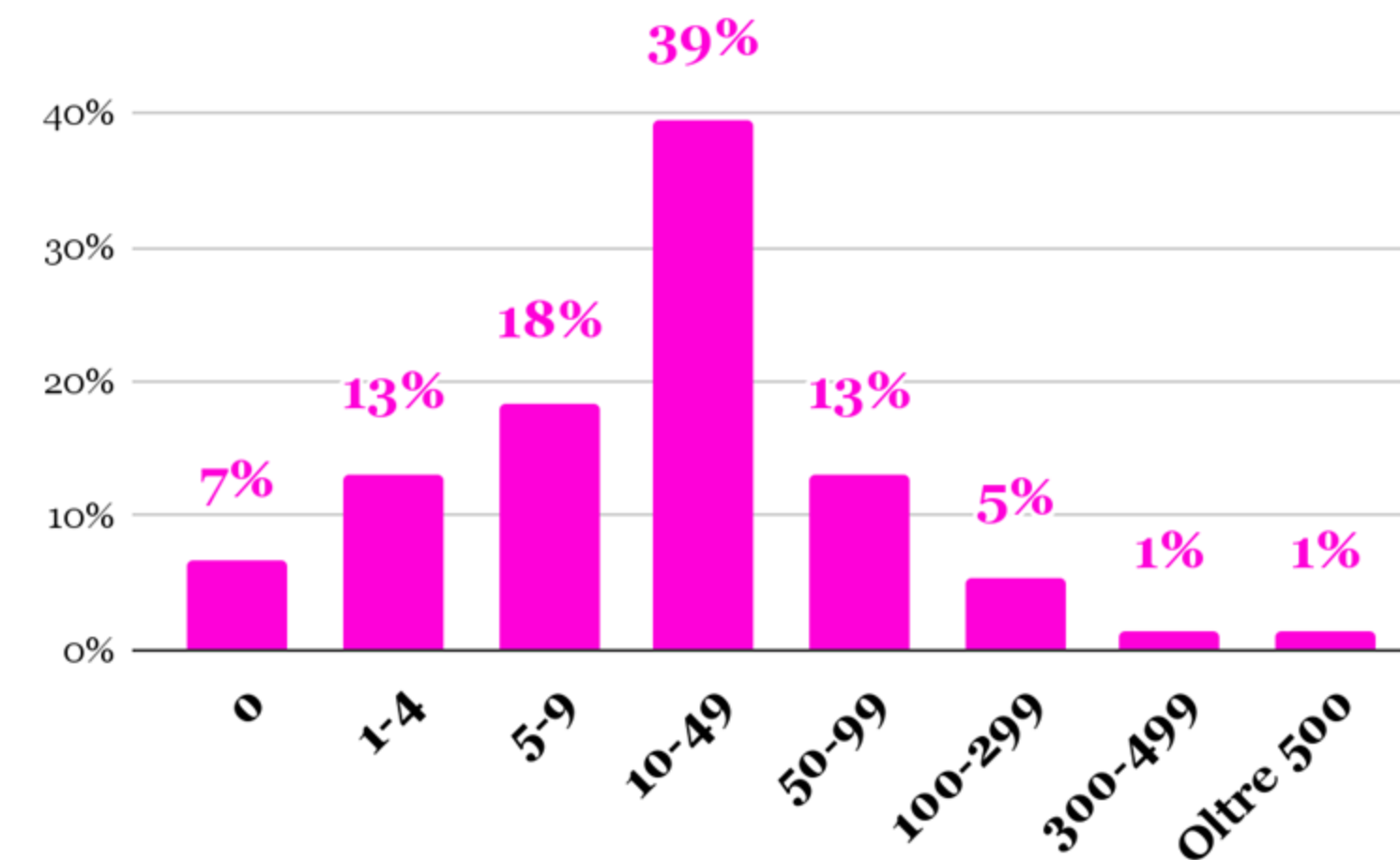
Numero di dipendenti



Numero collaboratori



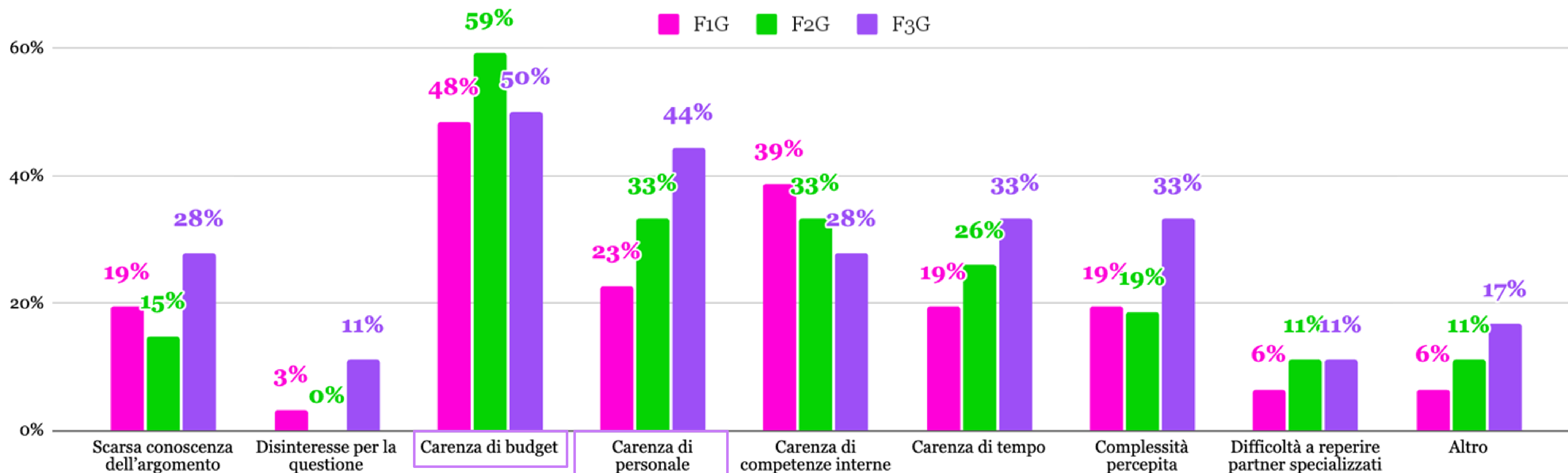
Numero volontari



Motivazioni

Per tutte le generazioni di festival la barriera principale è la **carenza di budget** (59% in **F2G**; 50% in **F3G**; 48% in **F1G**). Per questi ultimi (**F1G**) pesa anche la mancanza di competenze interne (39%), mentre **F2G** e **F3G** soffrono di vincoli in termini di personale e tempo (tra 26% e 44%).

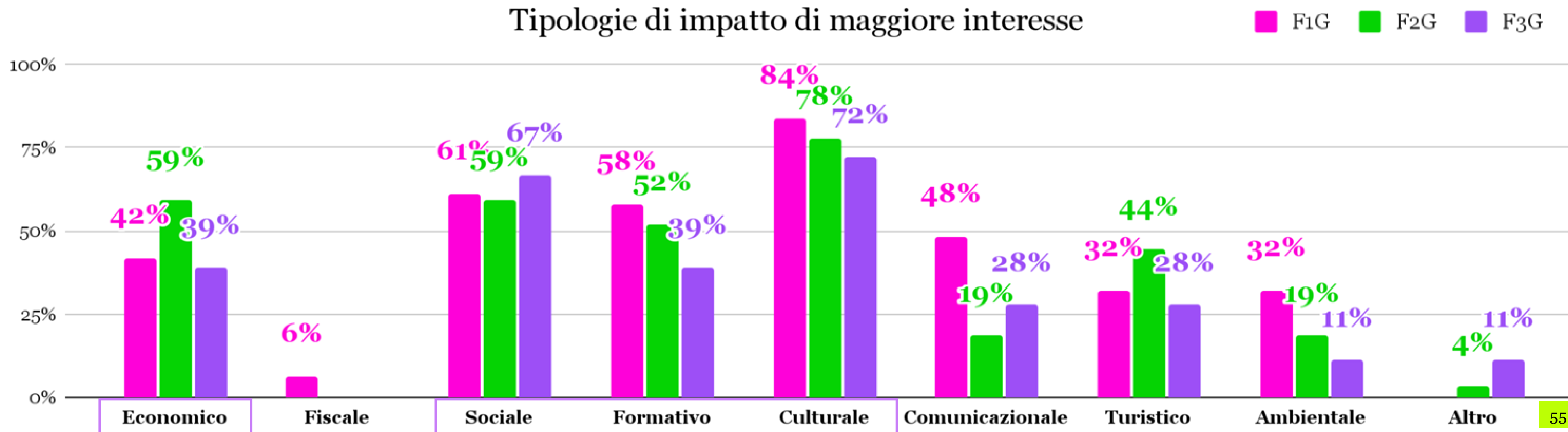
Quali sono le ragioni per cui non è stata condotta una valutazione di impatto?



Studi di impatto futuri

Circa due terzi dei festival hanno dichiarato che misureranno i propri impatti in futuro (68% di **F1G**; 67% di **F2G**; 61% di **F3G**), seppure con un'alta percentuale di incertezza (33%), più marcata in **F3G**, che segnalano la necessità di strumenti, competenze e risorse dedicate per trasformare l'intenzione in fatti. Misurare l'impatto **culturale** è una priorità trasversale (in più del 70% del campione), seguito da aspetti **sociali** (67% in **F3G**), **formativi** (58% in **F1G**) ed **economici** (59% in **F2G**).

Tipologie di impatto di maggiore interesse

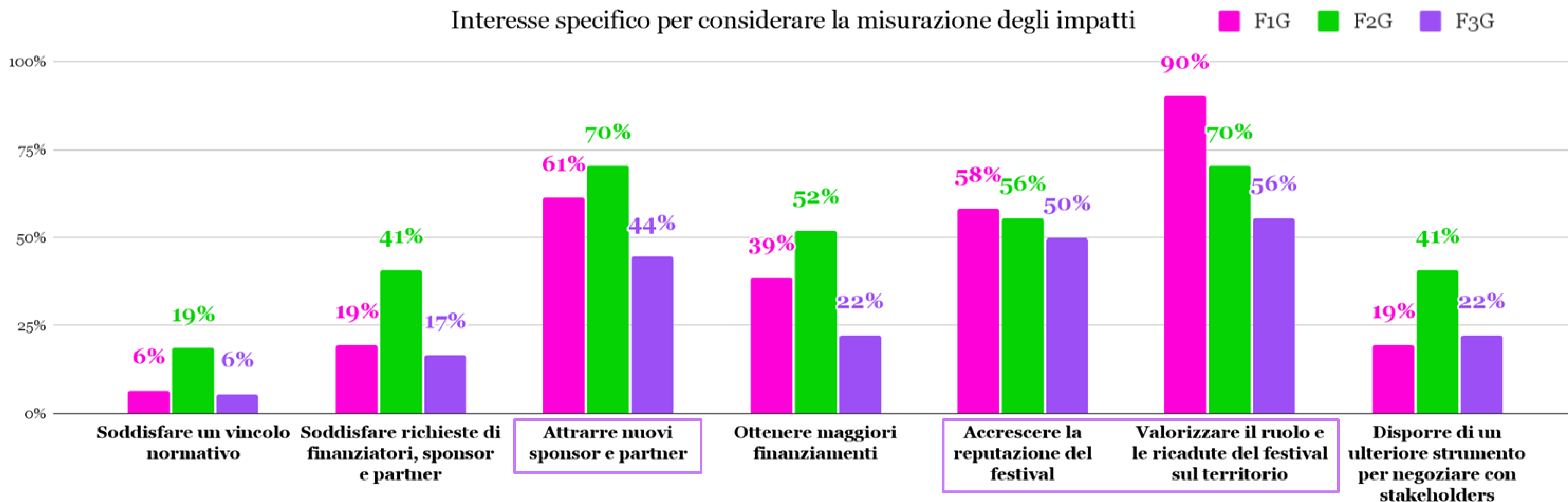


Interessi specifici

INTESA  SANPAOLO



Nonostante la differente maturità delle iniziative, in tutte le generazioni l'attenzione è soprattutto **civica e territoriale**: misurare l'impatto serve prima di tutto a valorizzare le ricadute sul territorio (da 56% in **F3G** al 90% in **F1G**). In secondo piano, ma comunque rilevanti, restano **la reputazione** (55% del campione) e **la capacità di attrarre nuovi sponsor** (specialmente nel 70% di **F2G**).



Competenze

INTESA



SANPAOLO



Tentativi di studio informali

La maggior parte del **campione** (71%) **ha già provato a raccogliere dati e feedback** in modo informale.

Il fenomeno è più marcato nei festival più giovani (78% di **F3G**, seguiti da 70% di **F2G** e 68% di **F1G**).

Il 26% di **F2G** non ha svolto misurazioni informali.



Competenze

Solo una **minoranza** dei festival (13%) **si sente pronta alla valutazione** degli impatti, con una migliore performance tra i festival più maturi (19% in **F1G**).

Colpisce la quota di **incertezza** in merito (tra il 44% di **F2G** e il 50% di **F3G**), che indica una familiarità limitata con gli strumenti di valutazione.



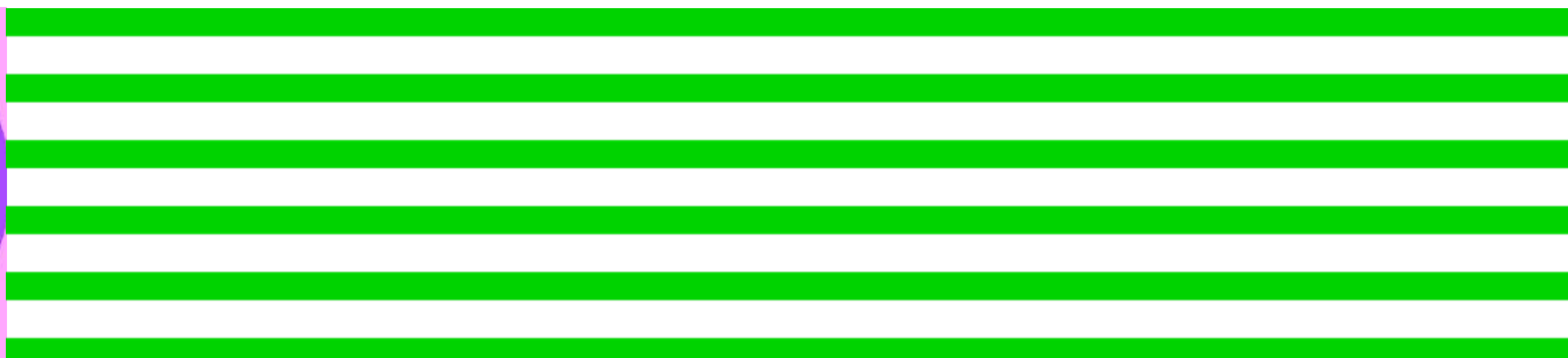
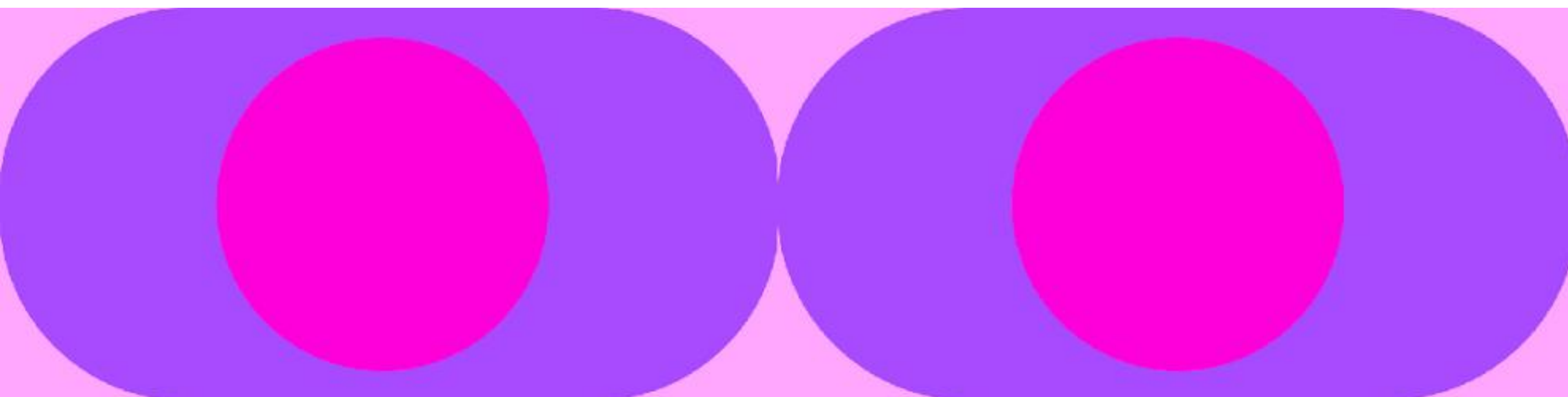
Propensione alla formazione

Emerge un **interesse consistente per la formazione** in oltre metà del campione (52%), con un picco in **F2G** (63%).

In **F3G** prevale **l'incertezza** (al 59%) a scapito di una possibile adesione (al 35%, contro una media del campione pari al 52%).

3.3.

**Festival che hanno
svolto analisi di impatto**



Descrizione del campione

INTESA  SANPAOLO

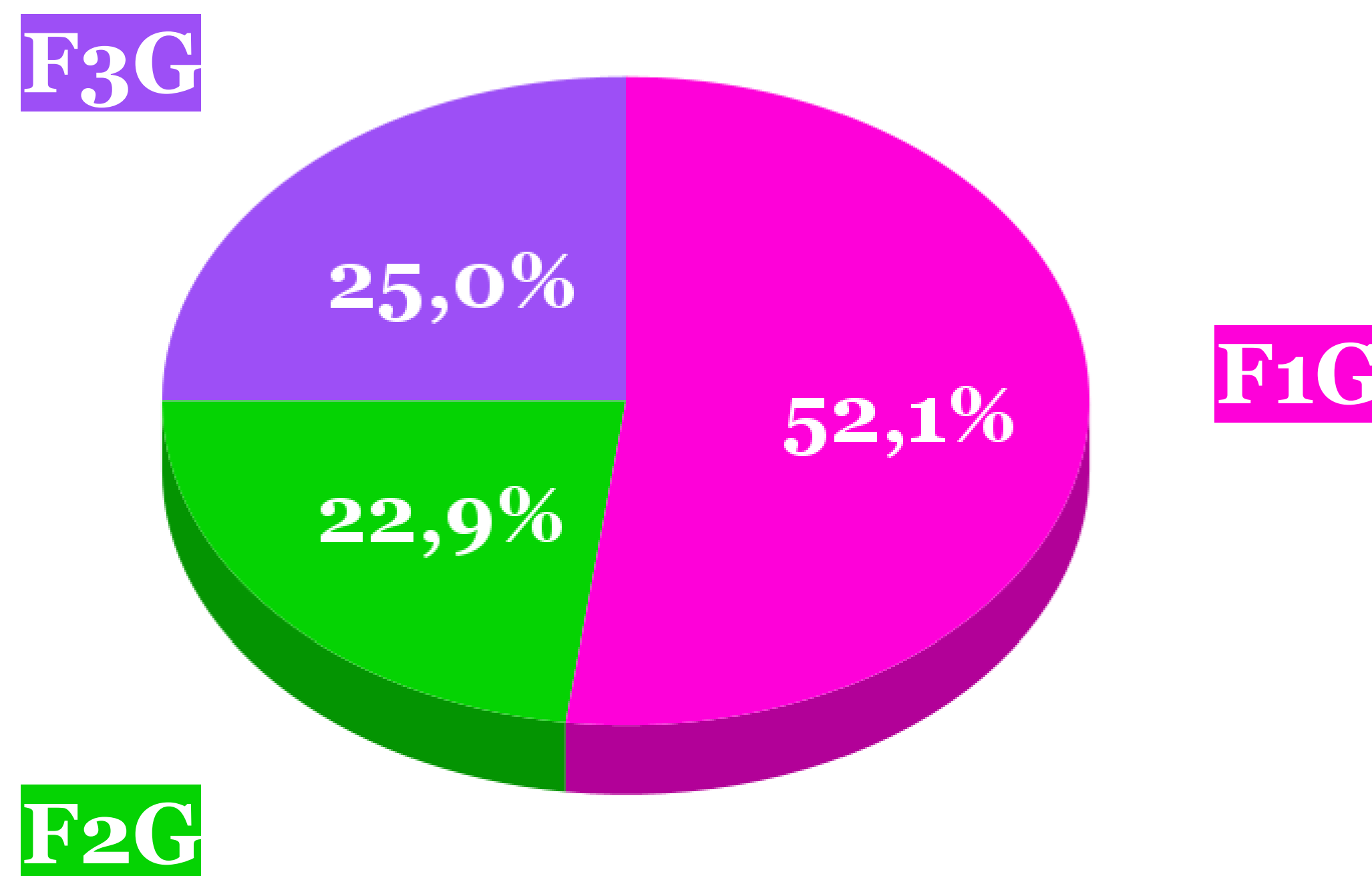


Più della metà dei festival che ha svolto almeno una valutazione di impatto è **F1G**.

Costituendo uno **sforzo significativo**, che richiedere risorse, tempo e conoscenze specialistiche, è un'attività svolta dai festival più strutturati e con budget maggiori.

La quota di **F3G** è lievemente superiore a quella di **F2G**, in luce della maggiore necessità di affermare la propria rilevanza da parte di manifestazioni giovani, che spinge quindi all'investimento in analisi di impatto.

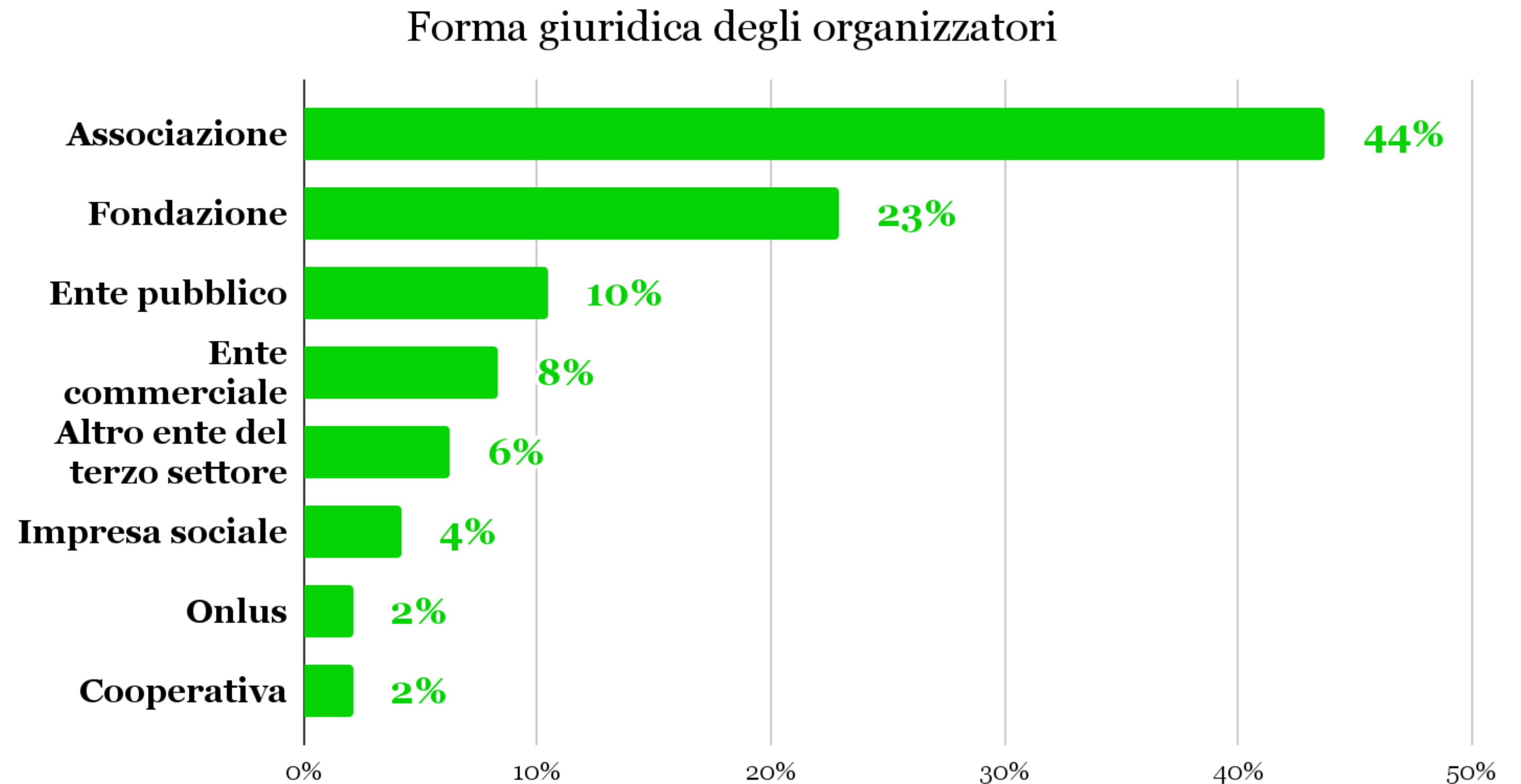
Festival che effettuano analisi d'impatto per generazione



Forma giuridica

La promozione e la gestione dei festival che svolgono valutazioni di impatto è principalmente **in mano al terzo settore**, con una prevalenza di **Associazioni** (nel 44% del campione e nel 64% di **F2G**) e di **Fondazioni** (23%, specialmente tra **F1G** con il 36%), seguite poi da **Enti pubblici** al 10%. Altre forme giuridiche no profit risultano meno comuni.

Di queste, circa la metà è iscritta al RUNTS (Registro Unico Nazionale del Terzo Settore) e il 60% è tenuta alla redazione di un Bilancio Sociale, per cui risultano di particolare importanza le misurazioni degli impatti.

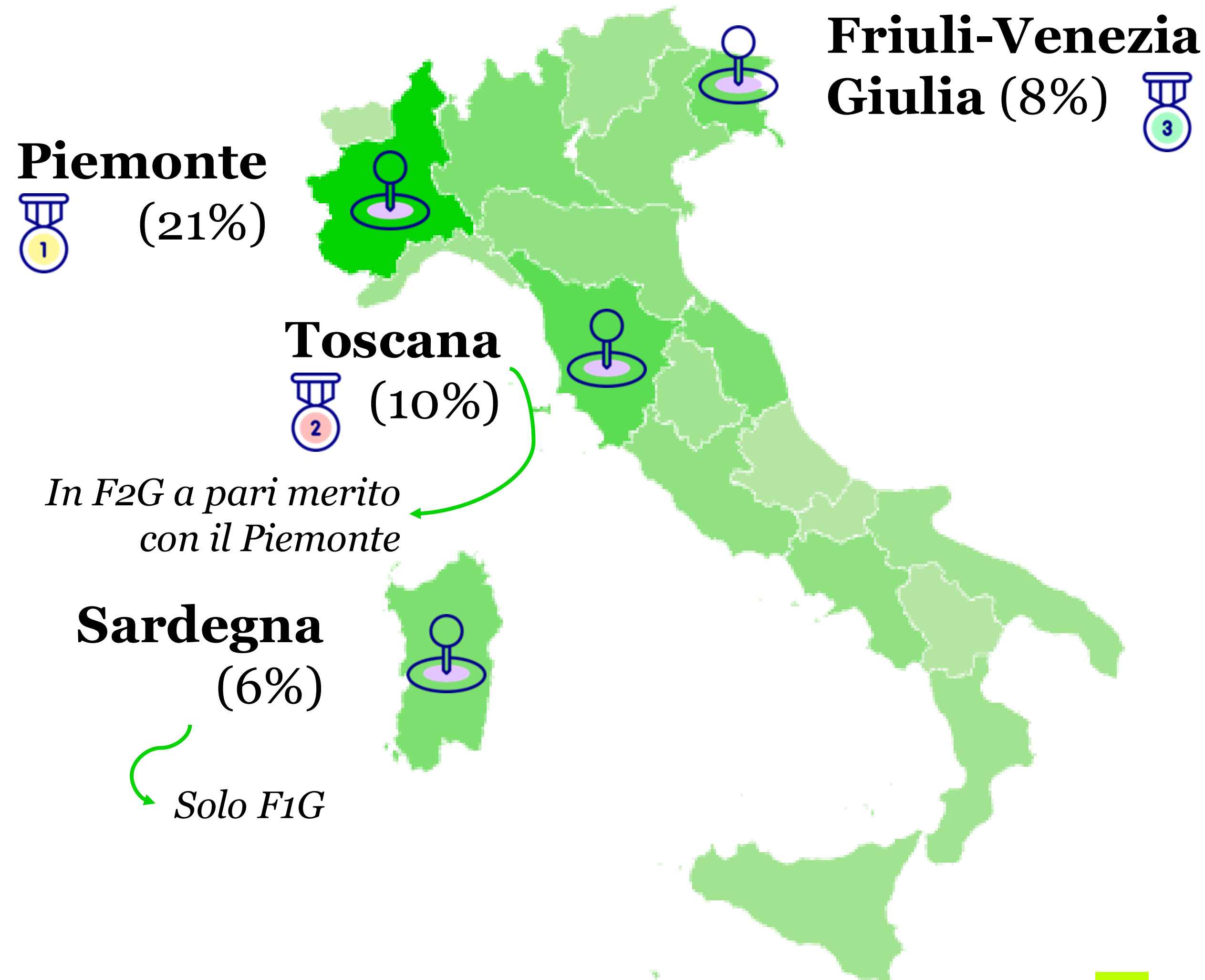


Collocazione geografica

I festival che hanno valutato i propri impatti si trovano principalmente nelle regioni del **Centro-Nord Italia**: Piemonte, Toscana e Friuli-Venezia Giulia.

A confronto con l'intero campione, tuttavia, risulta che la percentuale di manifestazioni che investe in misurazioni di impatto è particolarmente elevata in Calabria (100% dei rispondenti), in festival multiregionali (75%), in Campania e in Friuli-Venezia Giulia (67%).

In questo sottocampione è **significativa la presenza di festival che si svolgono in più regioni, pari al 12,5%**, molto diffusi tra **F3G**.



Collocazione geografica

I festival multiregionali

Questa tipologia di festival, particolarmente significativa tra **F3G** che svolgono analisi di impatto, coinvolge in media 5 regioni, con un **range tra le 2 e le 9**.

A livello di distribuzione geografica, spaziano tra **diverse regioni del Nord e alcune nel Centro-Sud**: quella maggiormente presente è il **Veneto (13%)**, seguita a pari merito al 10% da Piemonte, Liguria, Emilia-Romagna, Lazio e Campania.

5

Media delle regioni coinvolte

INTESA



SANPAOLO



Piemonte
(10%)

(10%) **Liguria**

(10%) **Lazio**

Campania
(10%)

Veneto (13%)

Emilia-Romagna
(10%)



Tematiche

INTESA

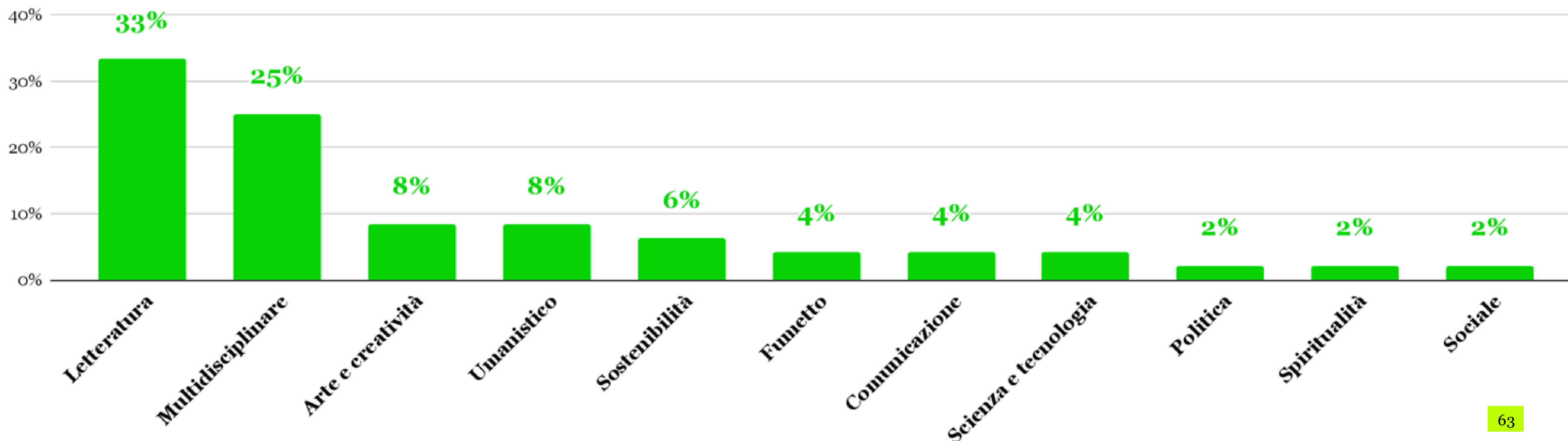


SANPAOLO



I festival di Letteratura e Multidisciplinari sono i più diffusi, raggiungendo insieme il 58% delle risposte. Le manifestazioni dedicate all'Arte e creatività (57%) e quelle Umanistiche (67%) sono più propense a rilevare i propri impatti rispetto ai festival Letterari, la cui quota è da attribuire all'elevata quantità nel campione ampio e in F1G (52%). Al contrario, F3G sono in prevalenza Multidisciplinari (42%).

Tematiche



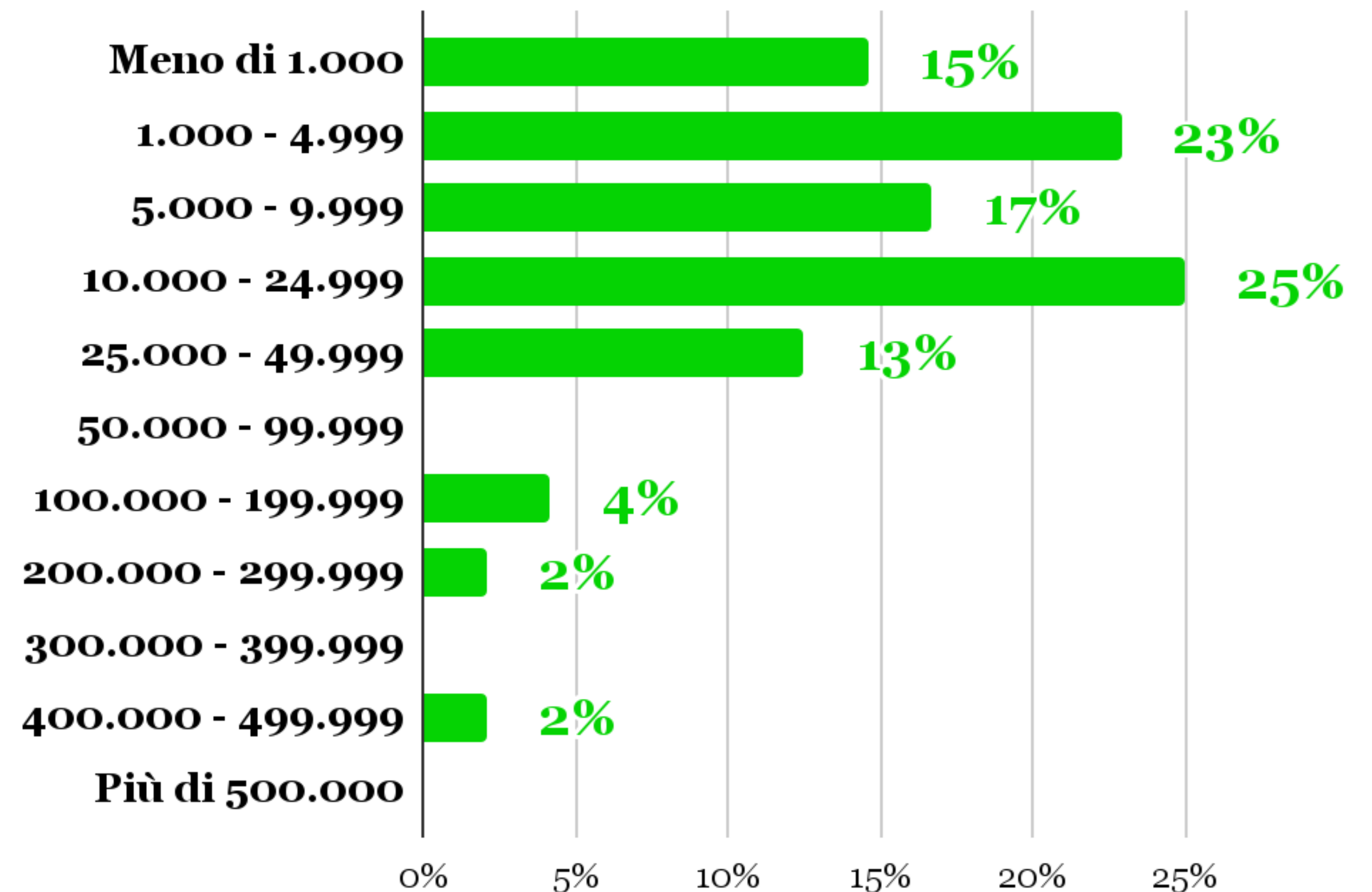
Pubblico

Le manifestazioni che hanno svolto analisi di impatto hanno un'**affluenza media sotto i 50.000 partecipanti**. In particolare, i più si concentrano nelle fasce tra i **1.000 e 4.999** (23%) e tra i **10.000 e i 24.999** (25%).

Vi sono poche istanze di pubblici **sopra le 50.000 persone**, che sono associati in larga parte a **F1G** e a festival multiregionali.

F2G e **F3G** si concentrano invece nelle fasce di pubblico inferiori: nel 72% di **F2G** prevale la fascia tra 1.000 e 9.999 visitatori e nel 67% di **F3G** sotto ai 4.999 partecipanti.

Numero di partecipanti all'ultima edizione



Budget

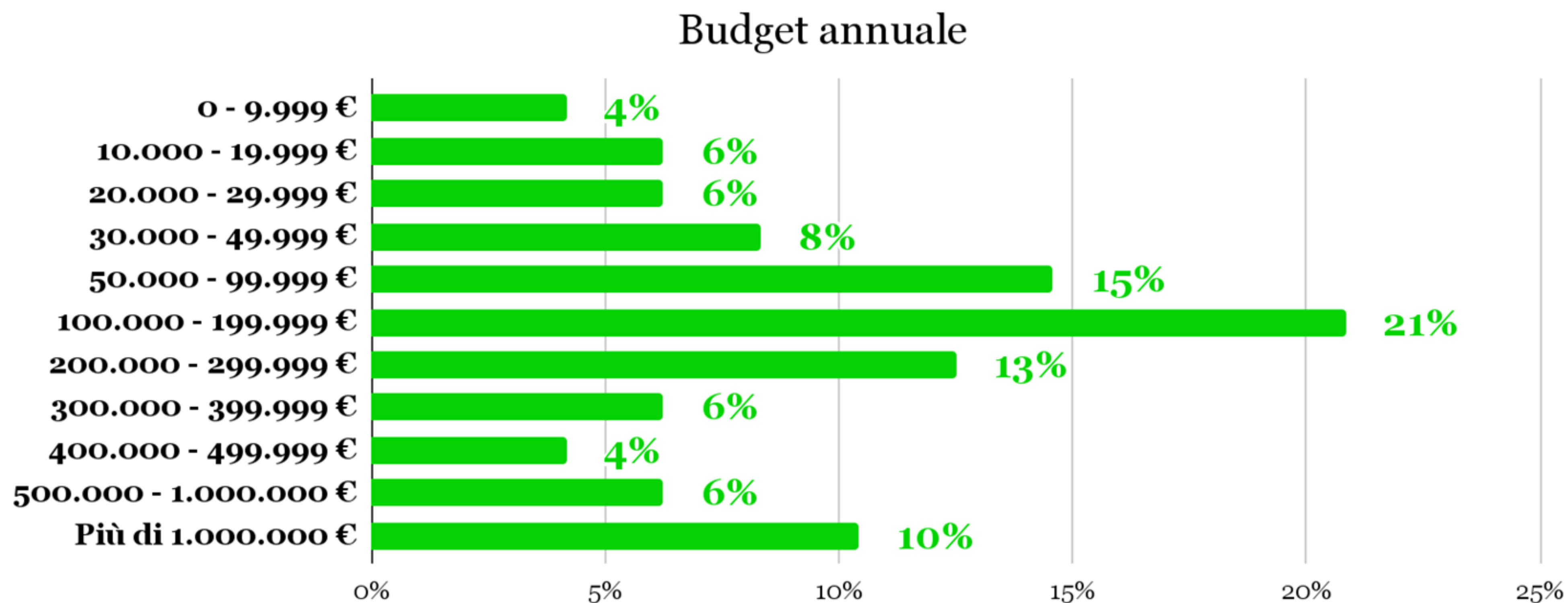
INTESA



SANPAOLO



La maggioranza dei festival che realizza studi di impatto opera con un budget tra i 50.000 e i 299.999 € (48%), con un 10% di manifestazioni che ha oltre 1 milione € per edizione. In media, **F1G** dispongono di budget maggiori (60% sopra i 200 mila €), al contrario di **F2G** e **F3G**, che utilizzano budget più contenuti, in larga maggioranza sotto i 200 mila €.



Staff

INTESA



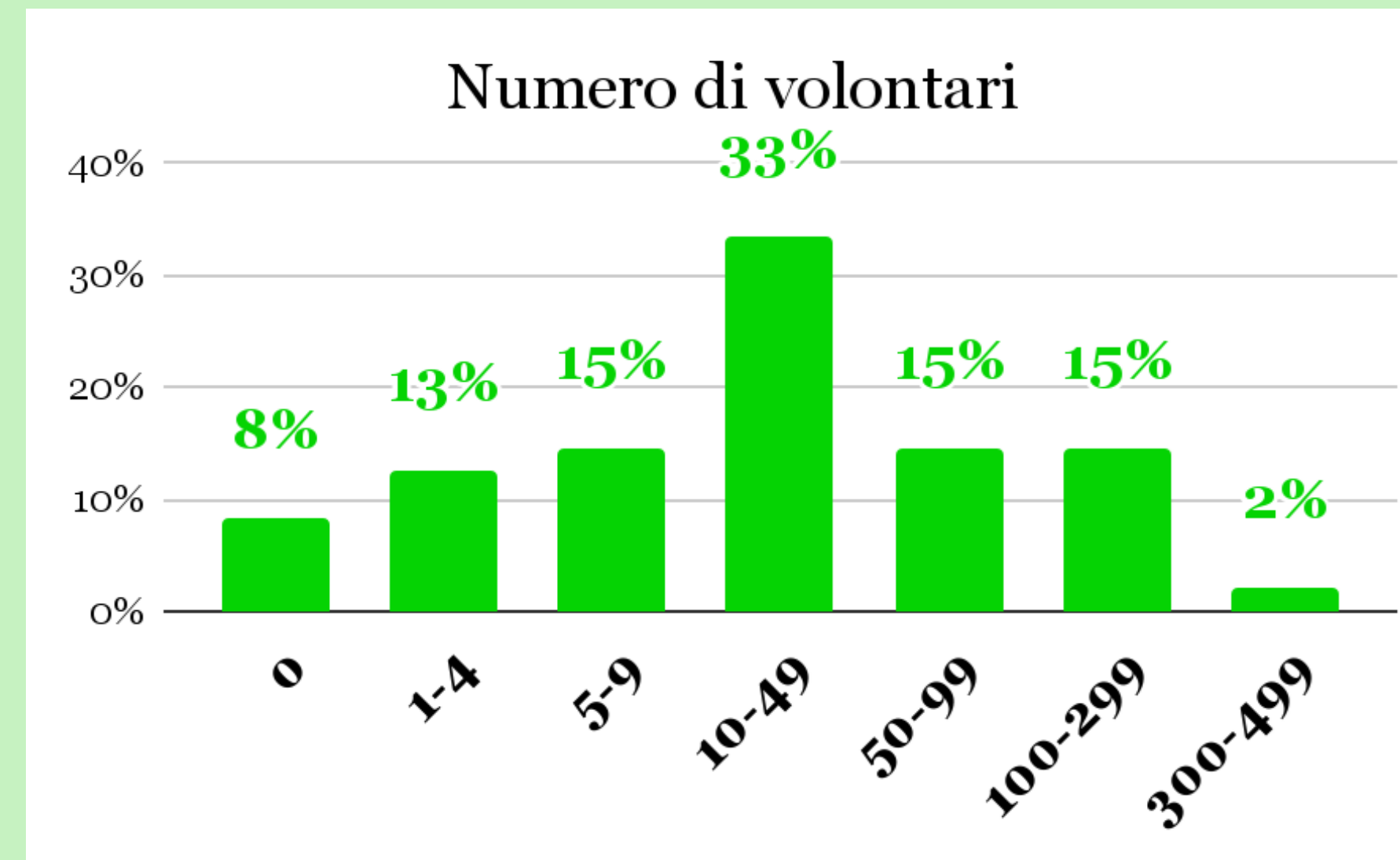
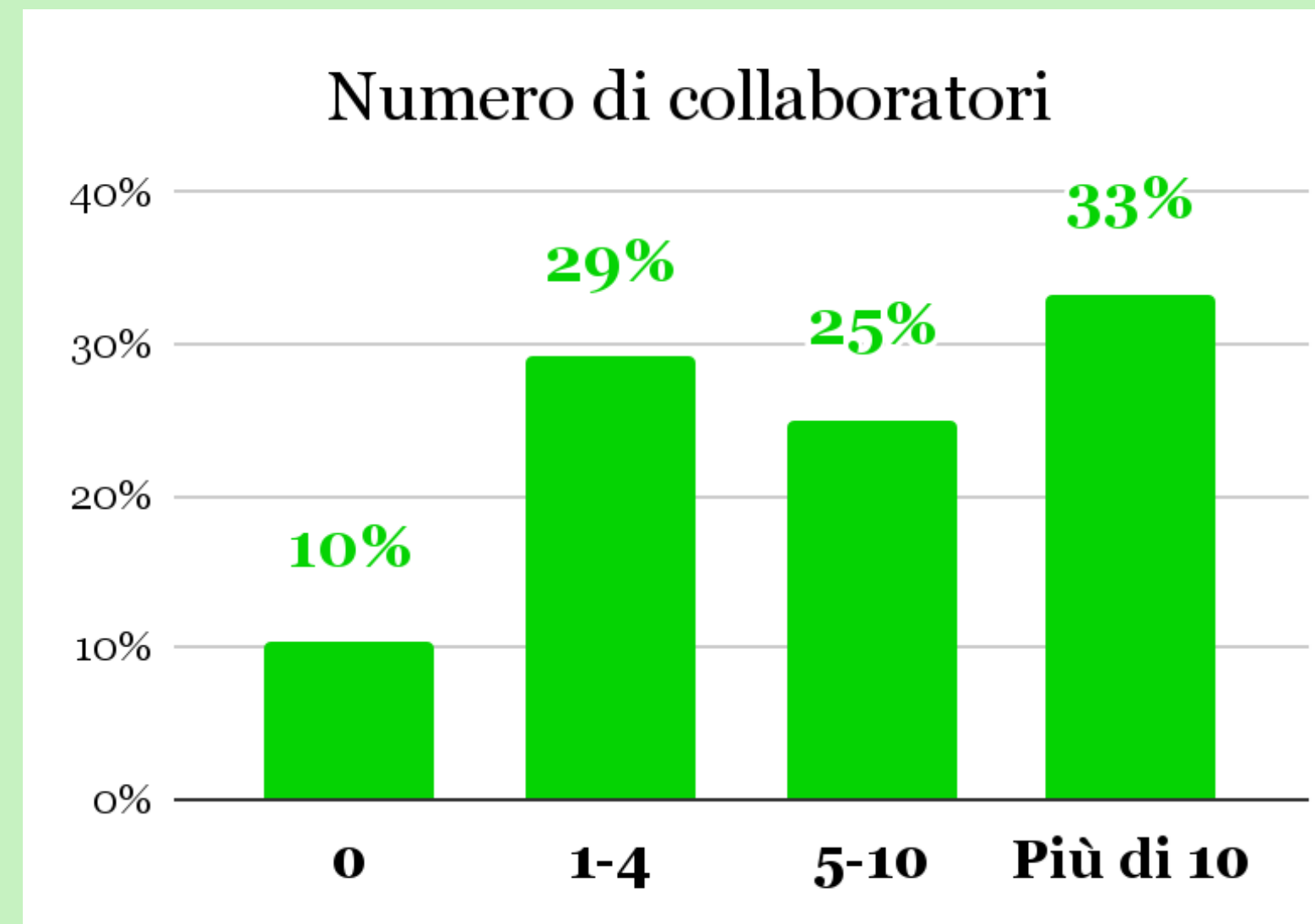
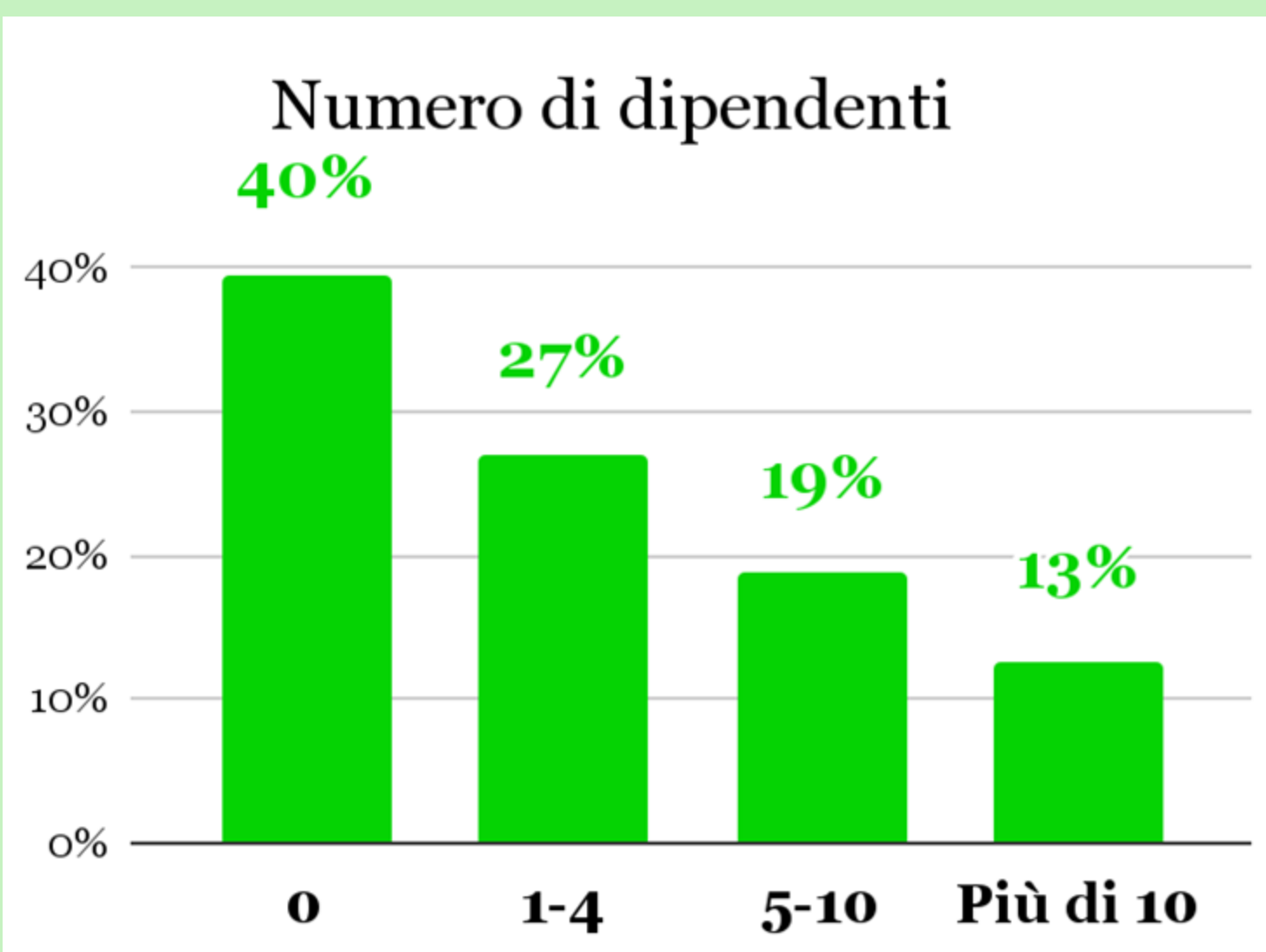
SANPAOLO



Nei festival che svolgono analisi di impatto prevalgono **organici di dimensioni limitate**: in **F3G** è più comune non avere dipendenti (58%), mentre **F2G** e **F1G** tendono ad averne almeno uno.

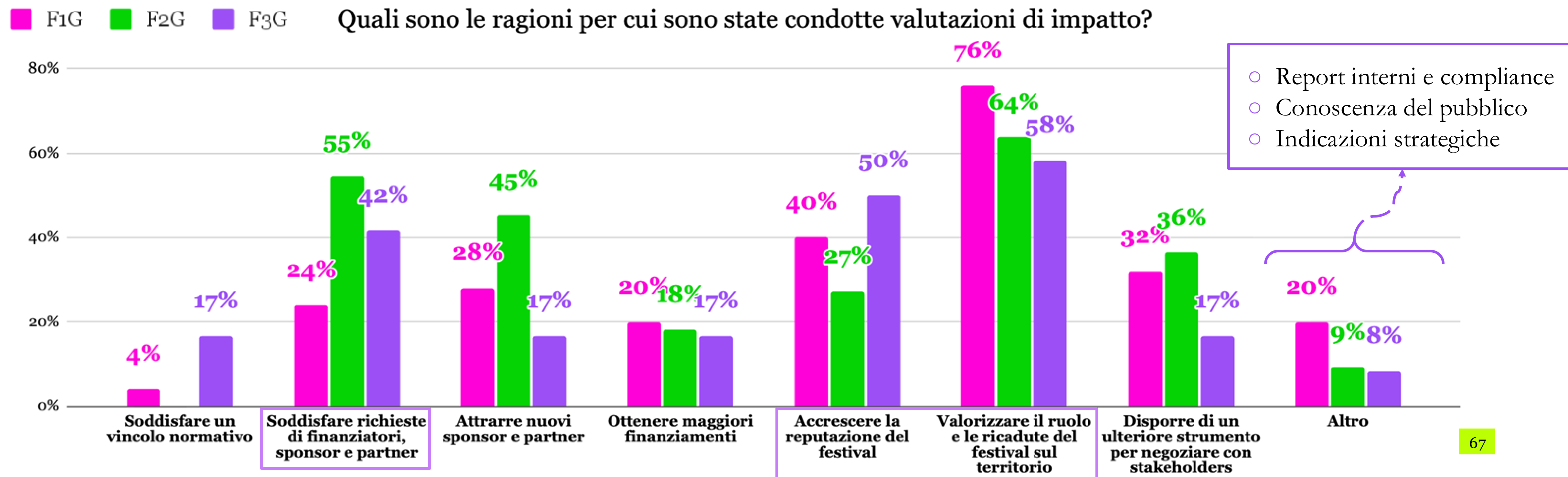
Al contrario, sono coinvolti diversi collaboratori esterni. La maggioranza dei festival che lavorano con più di 10 di queste figure sono **F1G**; le altre generazioni tendono a coinvolgerne di meno.

Il numero di volontari varia in base alla longevità dei festival, con il 32% di **F1G** che conta più di 100 volontari. Al contrario, il 91% di **F2G** e l'83% di **F3G** si concentrano sotto le 50 figure (i primi tra 10 e 49, i secondi tra 1 e 49).



Motivazioni

I festival misurano i propri impatti principalmente per valorizzare le **ricadute territoriali** dei propri eventi (indicato dal 69% dei rispondenti), accrescerne la **reputazione** (40%) e rispondere a **stakeholders esterni**, quali enti finanziatori, sponsor e partner (35%). Più **F1G** e **F3G** hanno addotto le prime due motivazioni, mentre nel 55% di **F2G** prevalgono cause legate a **stakeholders esterni** - attuali o potenziali.



Studi di impatto svolti

INTESA



SANPAOLO



Le manifestazioni del campione hanno svolto **in media 3 valutazioni di impatto** sinora, con valori che decrescono con la minore età del festival.

Si giunge ad un massimo di 5 studi in **F2G** e **F3G**, e di 21 in **F1G**.

Dal confronto tra i valori medi e mediani si evidenzia che la maggioranza dei rispondenti **F1G** e **F3G** si assesta su 2 valutazioni di impatto, mentre **F2G** su 3.

Dunque, seppure vi siano casi particolari di festival con numeri elevati di valutazioni nella propria storia, la maggior parte di essi resta su numeri contenuti, tra le 2 e le 3 misurazioni.

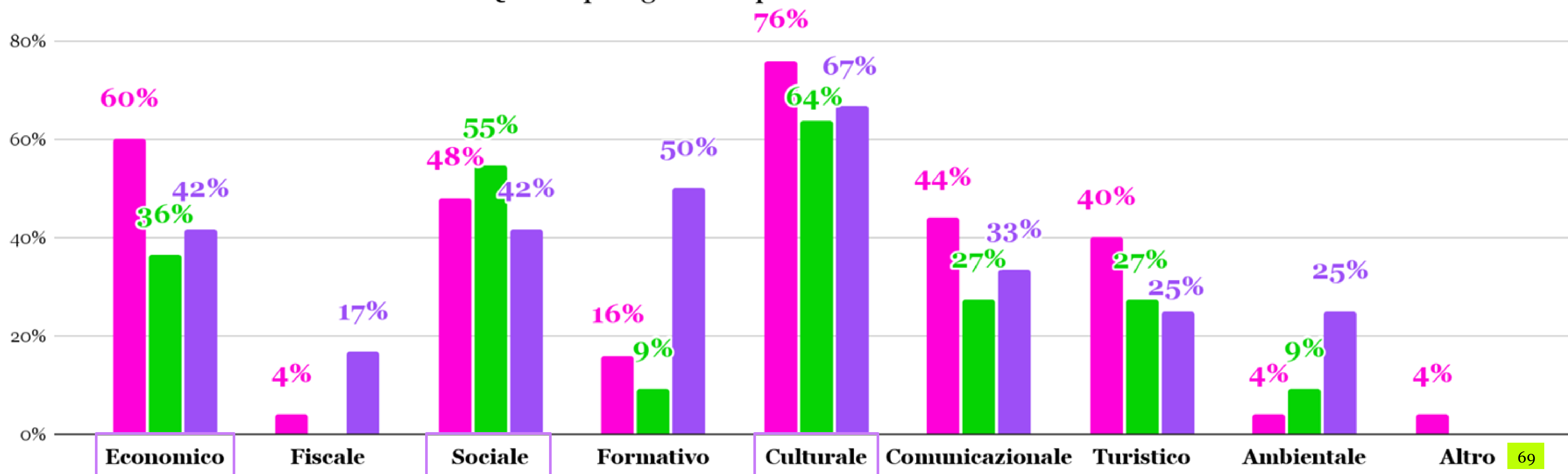
	F1G	F2G	F3G
<i>Minimo</i>	1	1	1
<i>Media</i>	3,68	2,91	2,25
<i>Mediana</i>	2	3	2
<i>Massimo</i>	21	5	5

Studi di impatto svolti

Le tipologie di impatto maggiormente rilevate sono in ambito **culturale** (circa 70% del campione, 76% in **F1G**), economico e sociale (50%), spesso con intersezioni tra esse. Seguono valutazioni comunicazionali e turistiche in **F1G**, e si riscontrano differenze generazionali significative per gli impatti fiscali, ambientali e formativi, rilevati in particolar modo da **F3G**.

Quali tipologie di impatto sono state misurate?

 F1G  F2G  F3G



Modalità di misurazione

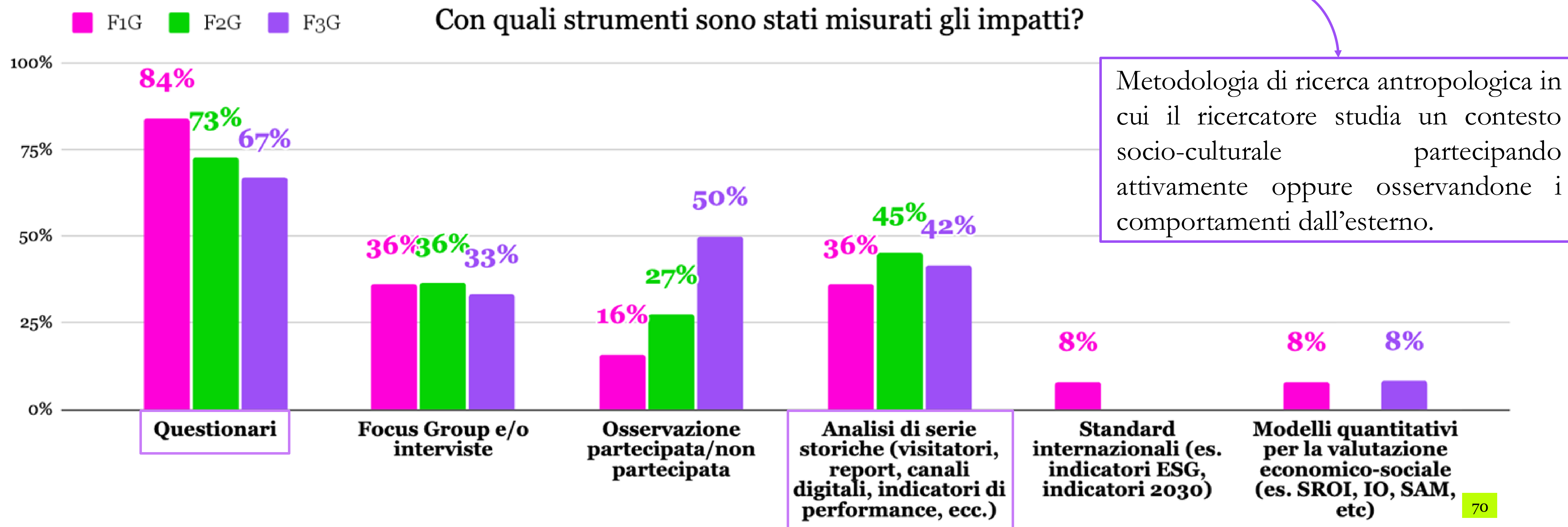
INTESA



SANPAOLO

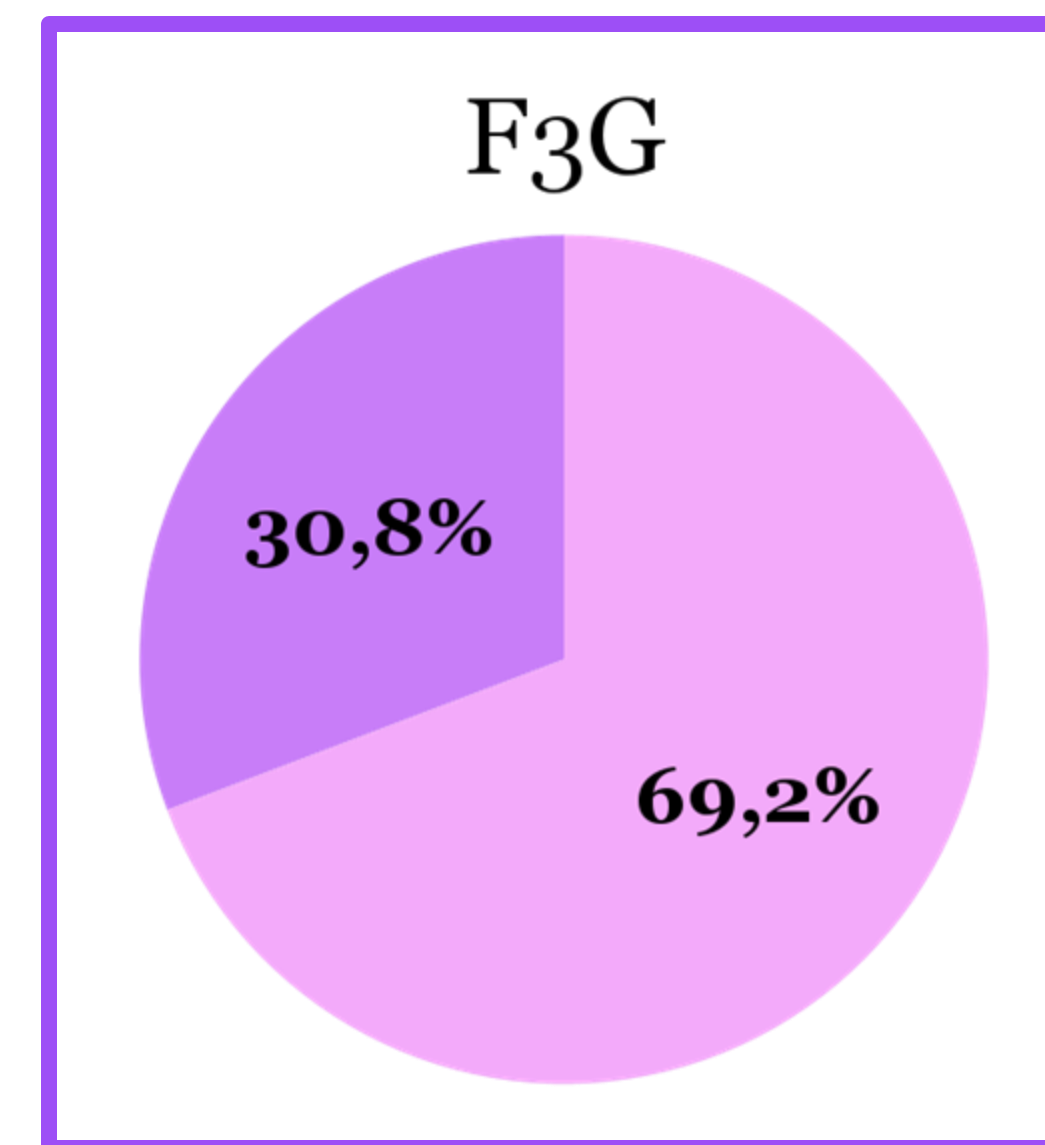
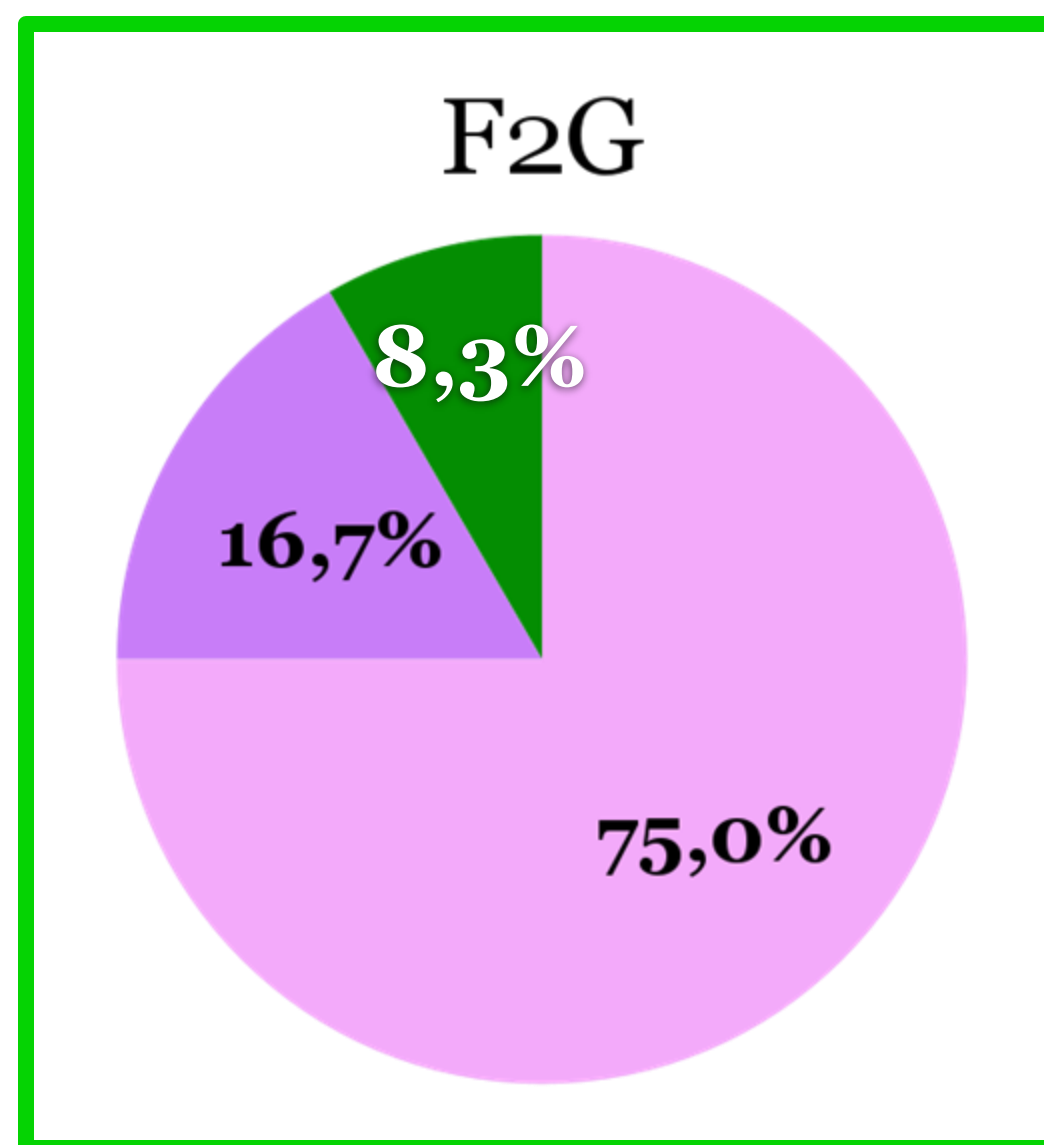
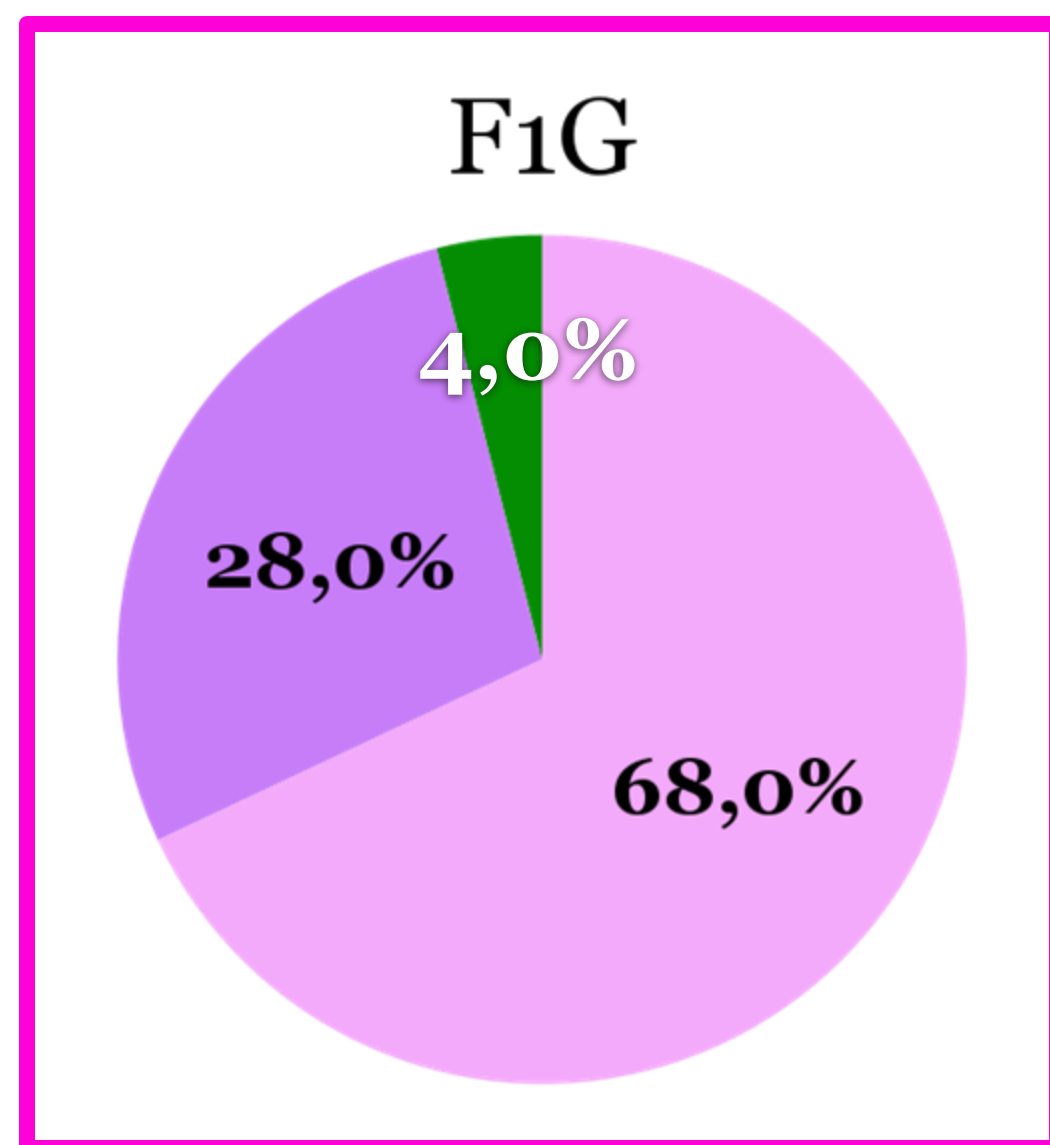


I dati sugli impatti sono rilevati prevalentemente tramite **questionari** (77% dei rispondenti, 84% in **F1G**), e dall'**analisi di serie storiche** (40%). Seguono poi l'osservazione partecipata e non (nel 50% di **F3G**), focus group e interviste (35% del campione).



Orizzonte temporale

Circa il **70% del campione** ha affermato di svolgere valutazioni di impatto con un **orizzonte temporale di breve periodo**, legato alla singola edizione della manifestazione. Gli impatti di medio-lungo termine sono rilevati con meno frequenza, possibilmente a causa della difficoltà di misurazione su archi temporali più dilatati, con *baseline* informative spesso carenti. È da segnalare che nessun **F3G** ha svolto analisi di lungo periodo, e che a livello di campione tale quota risulta inferiore al 5%.



Orizzonte temporale

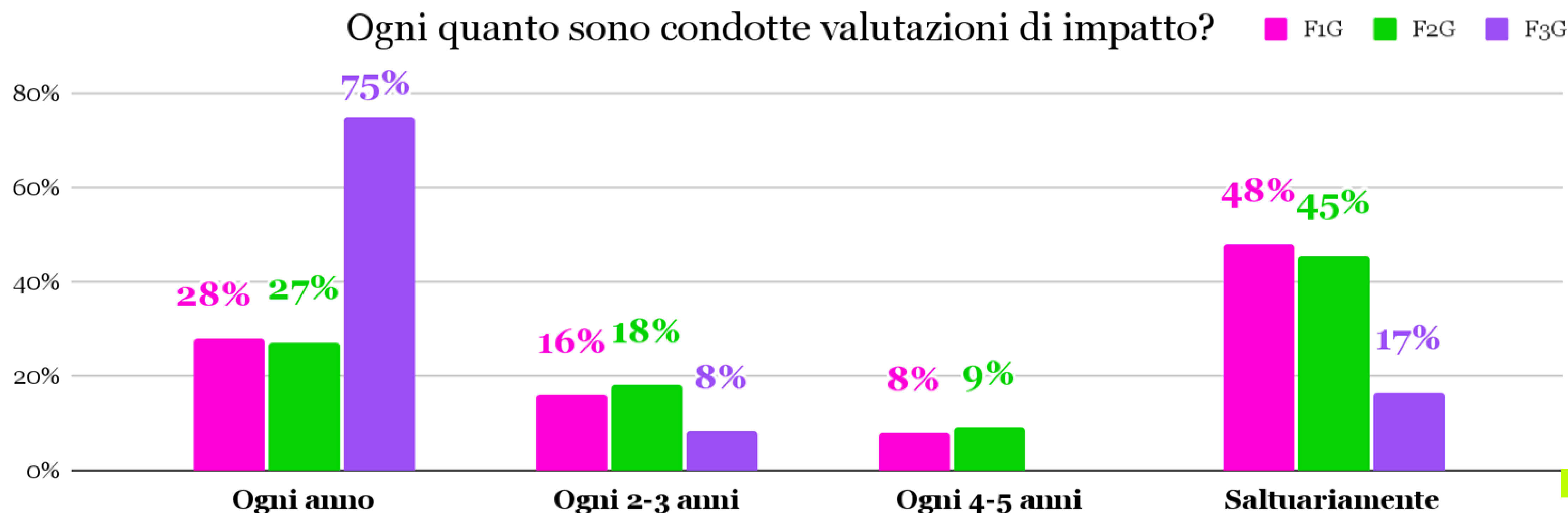
INTESA



SANPAOLO



In percentuale, **F3G** svolgono valutazioni di impatto più frequentemente rispetto alle altre generazioni, che tendono invece a condurre le rilevazioni solo saltuariamente. Il campione è piuttosto polarizzato tra i festival che valutano ogni anno (più del 70% di **F3G** e poco meno del 30% di **F1G** e **F2G**) e quelli che le realizzano saltuariamente (quasi il 50% di **F1G** e **F2G** e poco meno del 20% di **F3G**).



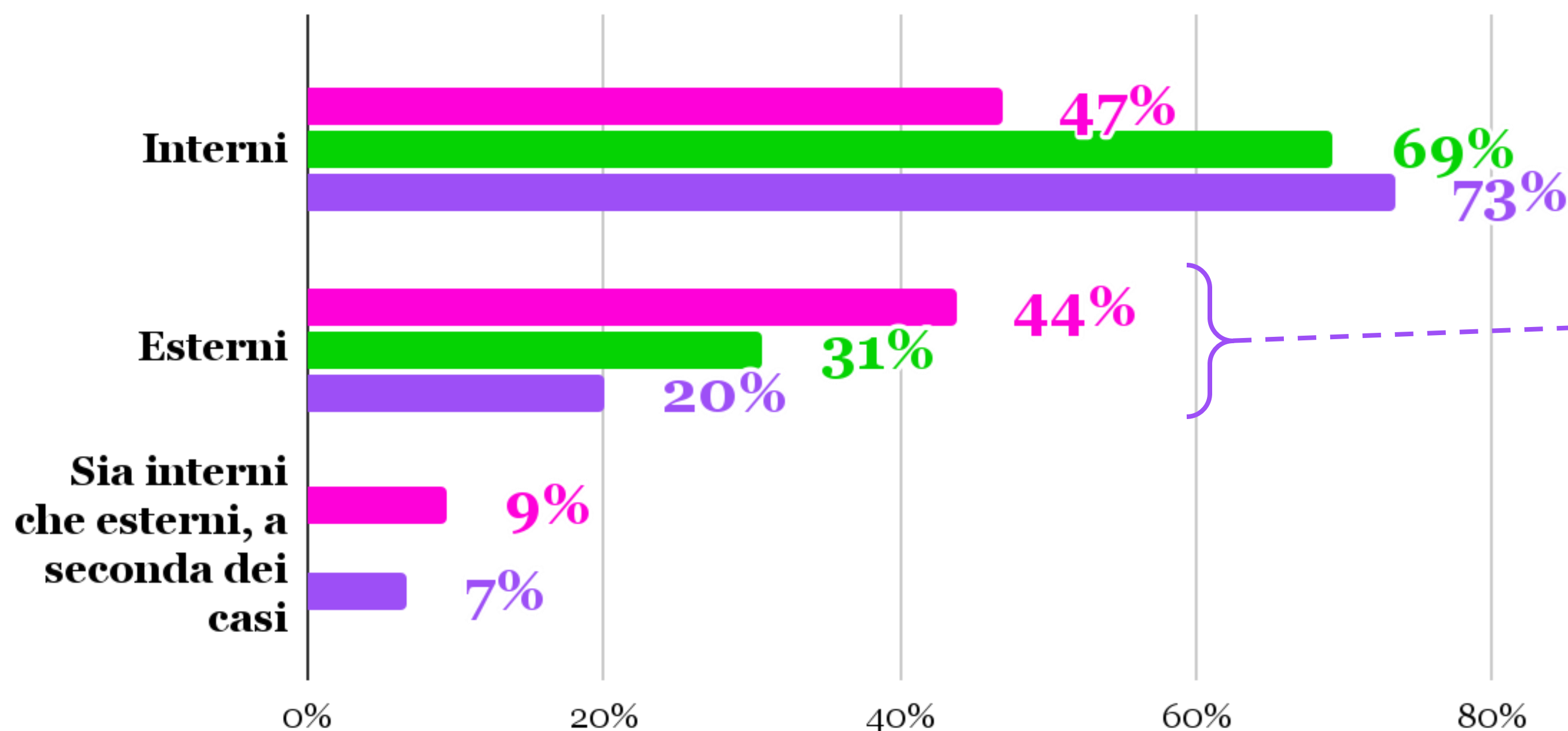
Soggetti valutatori

INTESA  SANPAOLO

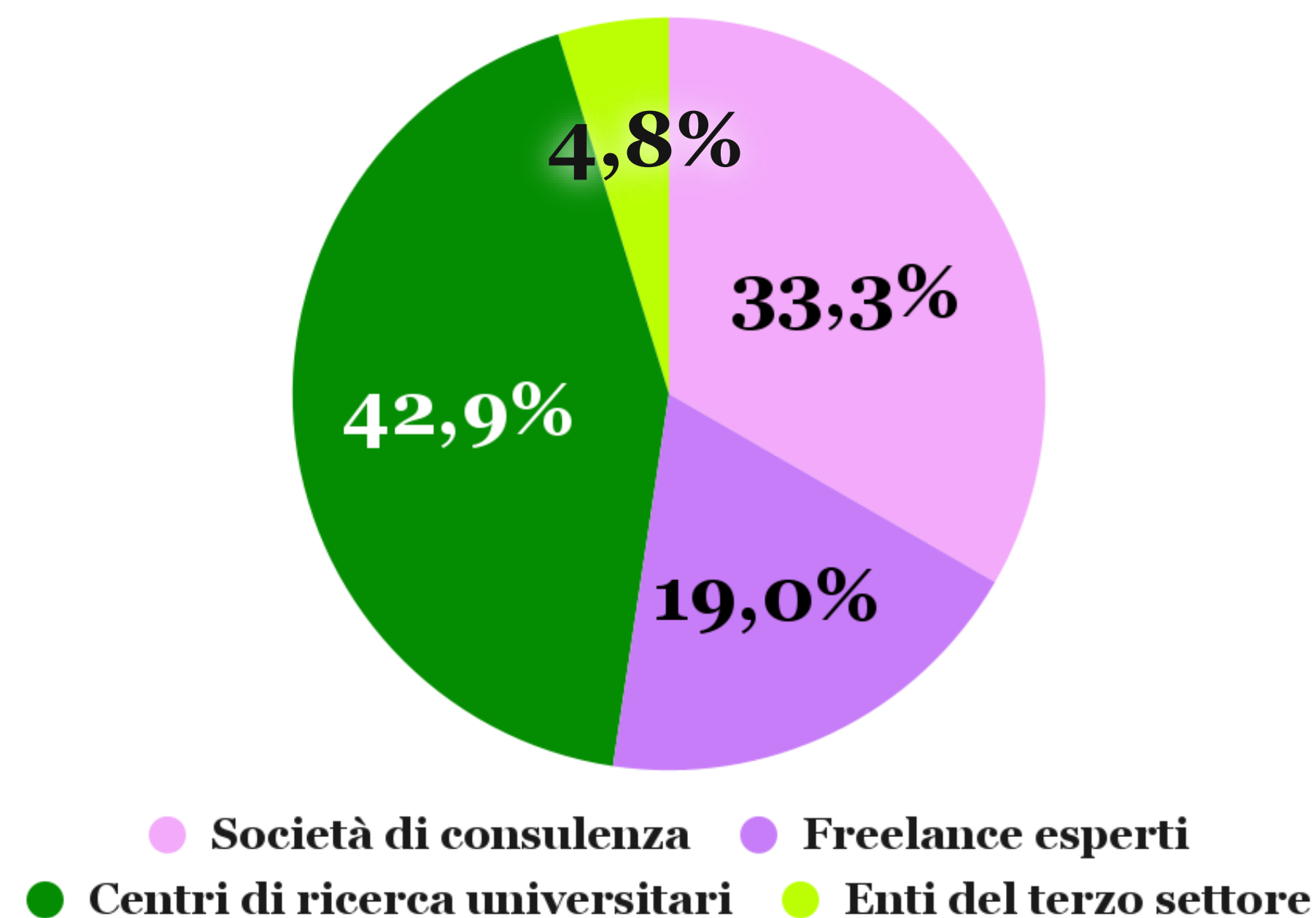

BOOKCITY
MILANO

Le analisi di impatto sono svolte prevalentemente all'interno delle organizzazioni dei festival (58% del campione, ma 69% in F2G e 73% di F3G). Con l'aumentare delle edizioni aumenta anche la quota di festival che si affida a realtà esterne, tra cui **centri di ricerca universitari** (32% in F1G), **società di consulenza e freelance specializzati** (nel 36% di F2G).

Chi conduce le valutazioni di impatto?

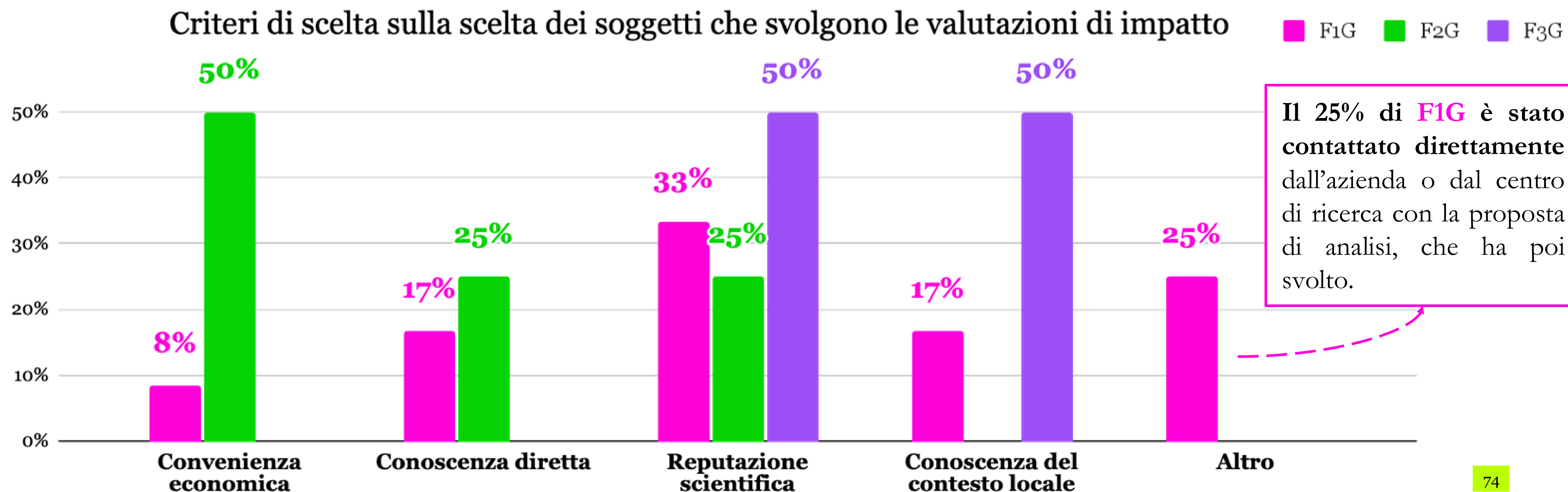


Tipologie di soggetti esterni



Soggetti valutatori

I soggetti valutatori degli impatti sono stati scelti prevalentemente per la **reputazione scientifica** (33% del campione). La **convenienza economica** risulta invece particolarmente importante per il **50% di F2G**, la conoscenza del **contesto territoriale** per metà di **F3G**, e la **conoscenza o il contatto diretto** per **F1G**.



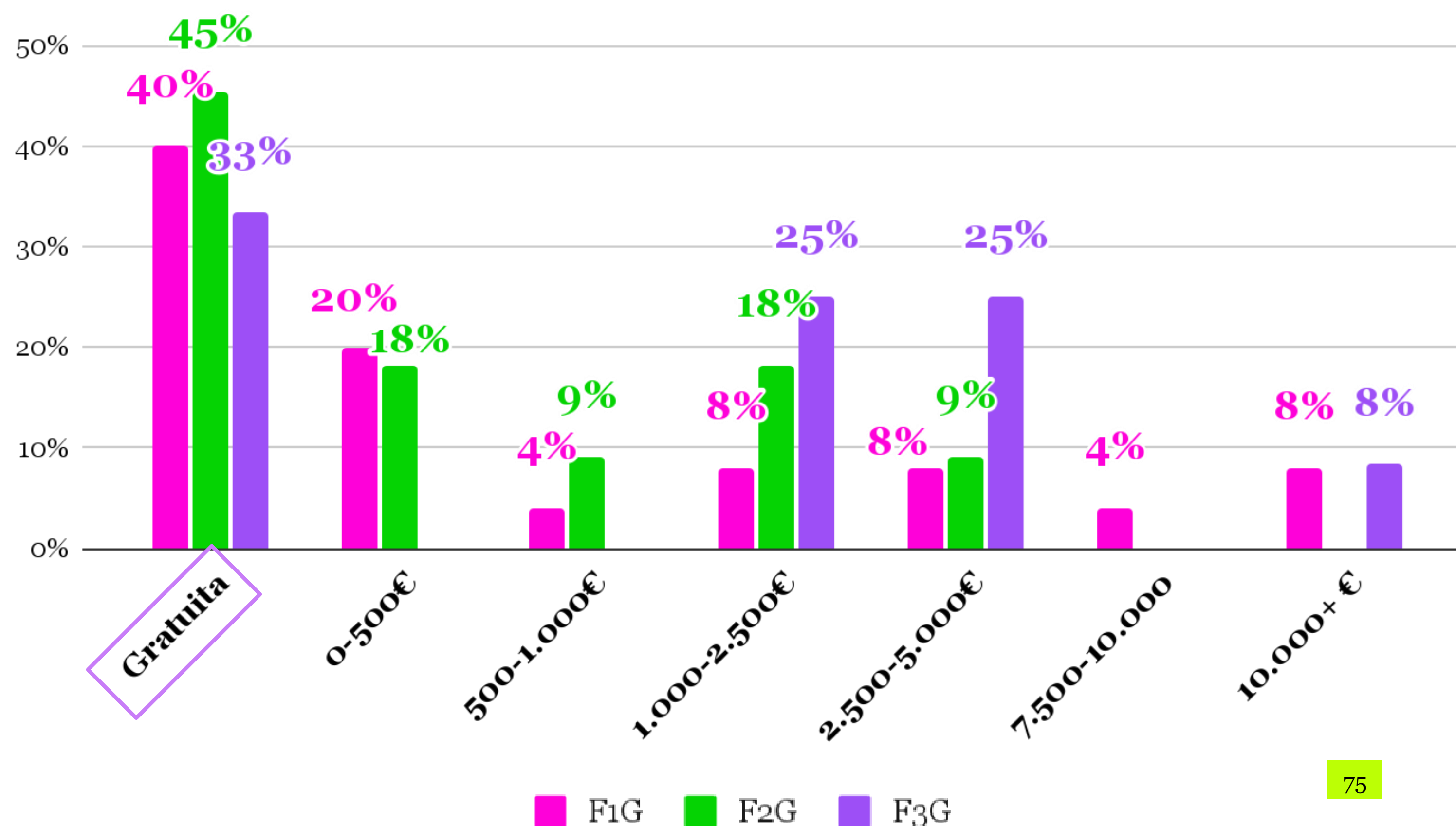
Costi e finanziamenti

85% dei festival non richiede finanziamenti per le valutazioni di impatto, essendo prevalentemente autofinanziate. Nel caso, gli enti finanziatori sono fondazioni bancarie e/o enti pubblici.

Il 40% dei festival ha dichiarato che i propri studi di impatto sono stati gratuiti, sia perché svolti internamente, sia perché frutto di prestazioni *pro-bono* o partnership gratuite con centri di ricerca.

Le fasce di prezzo più comuni sono tra 0 e 500€ per F1G e F2G, 1.000-2.500€ e 2.500-5.000€ specialmente per F3G che in proporzione spendono più risorse.

Costo della valutazione di impatto



Comunicazione dei risultati

INTESA

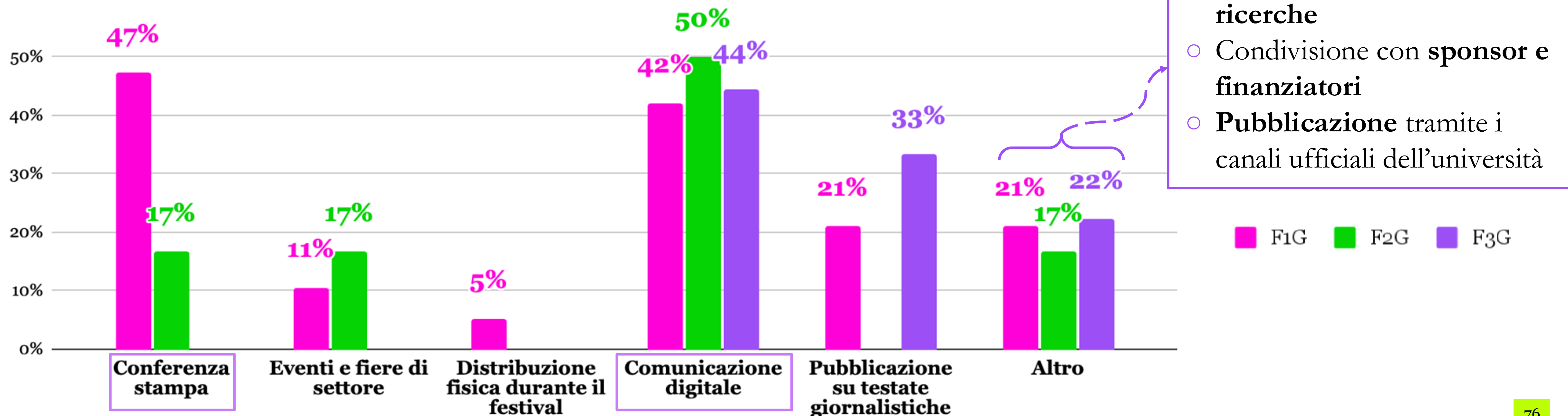


SANPAOLO



I risultati degli studi sono resi pubblici dal 44% dei festival; i restanti si dividono equamente tra chi li mantiene ad uso interno e chi valuta caso per caso. Le manifestazioni comunicano i risultati digitalmente (in più del 40% dei rispondenti dei tre sottocampioni), tramite conferenze stampa (47% in **F1G**) e con la pubblicazione su testate giornalistiche (in 33% di **F3G**).

Come vengono comunicati i risultati delle valutazioni di impatto?



Utilizzo dei risultati

INTESA



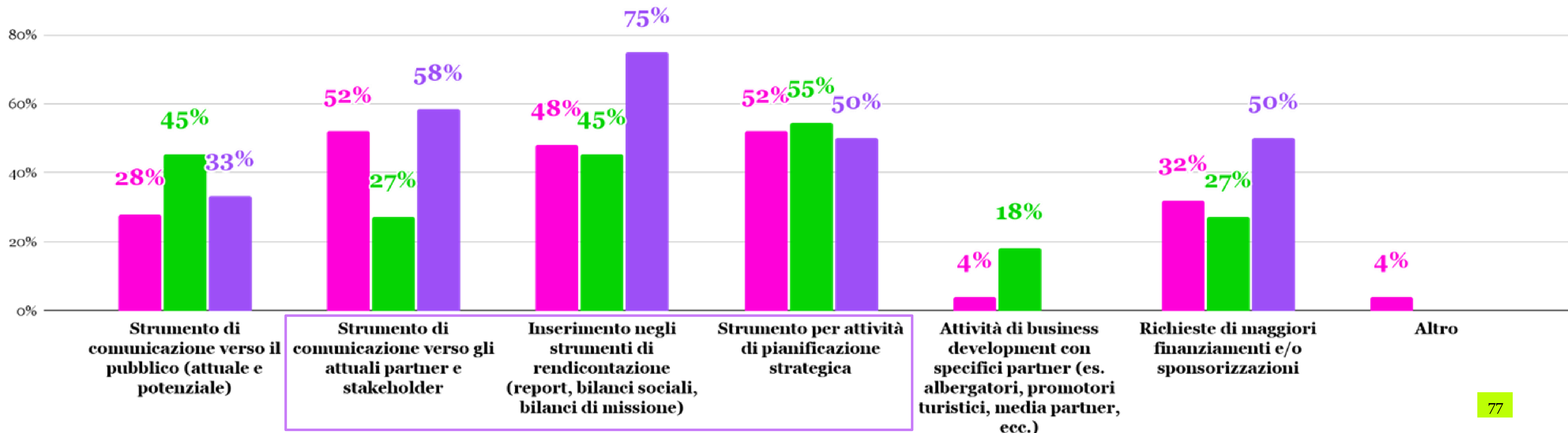
SANPAOLO



I dati emersi sono utilizzati negli **strumenti di rendicontazione** del **75%** di **F3G**, per la **comunicazione verso gli stakeholder** nel **52%** di **F1G** e nel **58%** di **F3G**, e per informare le **decisioni strategiche** in più della metà del campione. **F3G** impiegano i risultati per richiedere finanziamenti e sponsorship, mentre **F2G** per comunicare con il pubblico e i potenziali partner.

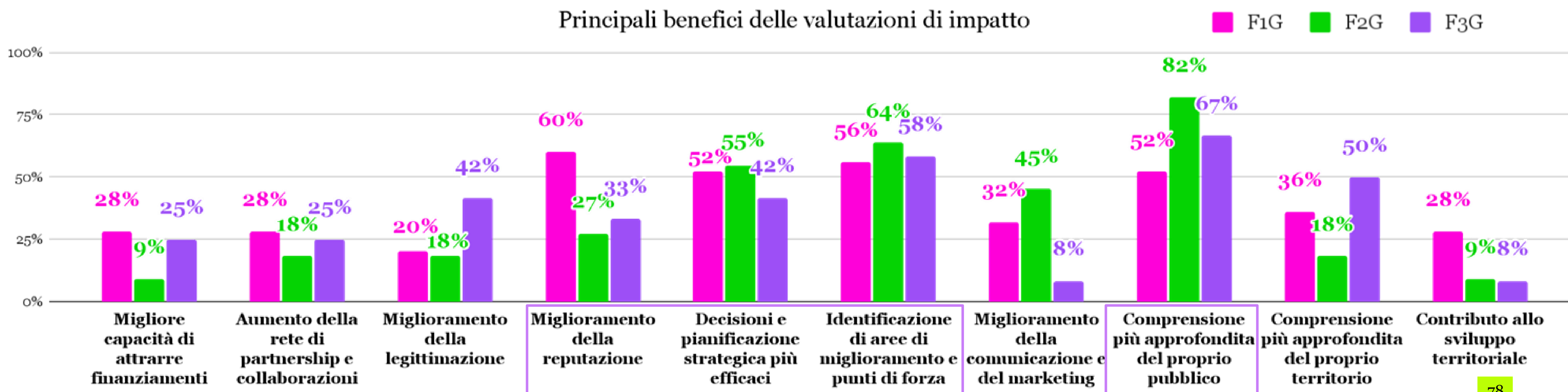
Come sono stati utilizzati i risultati delle valutazioni di impatto?

F1G F2G F3G

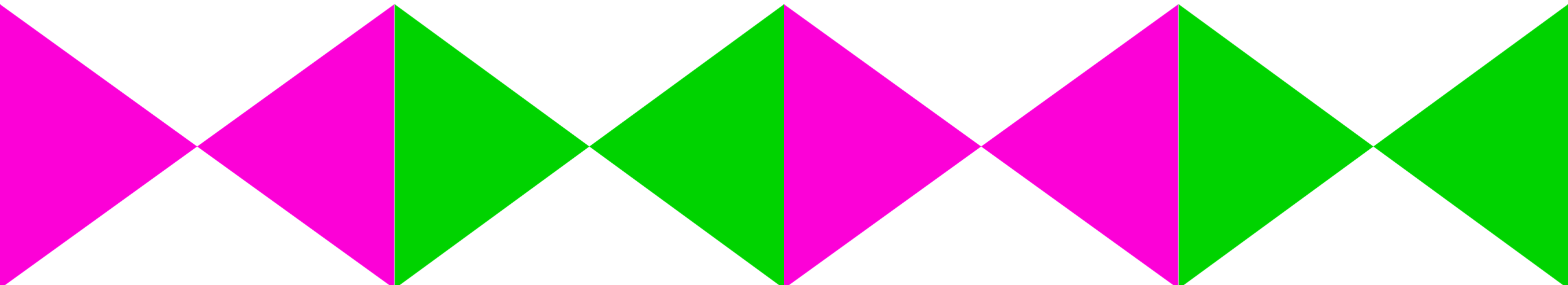


Utilità percepita

Il 92% dei festival ha ritenuto le valutazioni di impatto utili ai fini della propria attività, in quanto permettono la **comprensione** più approfondita del proprio **pubblico**, nel 82% di **F2G**, l'identificazione dei propri **punti di forza e di debolezza** (nel 58% del campione), la possibilità di orientare **decisioni strategiche più efficaci** (nel 55% di **F2G**) e migliorare la propria **reputazione** (considerato il beneficio principale dal 60% di **F1G**). Per il 50% di **F3G** risulta importante anche la conoscenza approfondita del proprio **territorio**.



4. Conclusioni



Conclusioni

Le novità di Effettofestival 2025

INTESA  SANPAOLO



I festival di approfondimento culturale mantengono anche nel post-Covid un ruolo centrale nel panorama culturale e divulgativo tricolore, con una significativa continuazione e ripresa delle attività, specialmente in presenza.

In questo clima, Effettofestival 2025 ha voluto dare risalto ai **Festival di Terza Generazione (tra le 2 e le 6 edizioni)** per raccogliere gli spunti degli eventi nati a cavallo della pandemia e le loro peculiarità, date da una più recente fondazione.

È di particolare interesse conoscere i nuovi festival per comprendere come le strutture organizzative si siano modificate nel corso degli anni e come il periodo pandemico abbia influito sulle caratteristiche fondanti di questi festival, offrendo uno **sguardo verso il futuro** di tale fenomeno.

Conclusioni

Le novità di Effetofestival 2025

INTESA  SANPAOLO



Risulta inoltre di grande attualità la tematica di questa edizione dello studio: la **valutazione degli impatti** come strumento sempre più **strategico nel garantire la sostenibilità** a lungo termine delle manifestazioni.

L'autoanalisi che deriva dalla misurazione degli impatti permette agli organizzatori stessi di **conoscere meglio**, e sotto diversi punti di vista, **le proprie attività e gli effetti sul pubblico, sui territori di riferimento e sull'economia locale**.

In tale modo, i festival sono maggiormente in grado di implementare **decisioni strategiche più efficaci e opinate, per portare importanti benefici ad un ampio raggio di portatori di interesse**: dal pubblico generalista al settore editoriale, dal mercato nazionale alle comunità locali, sino ai partner istituzionali e le aziende coinvolte.

Conclusioni

INTESA  SANPAOLO



I festival partecipanti

Nelle **124 manifestazioni che hanno preso parte a Effettofestival 2025** vi è una prevalenza di **festival di prima generazione** (45%), con un numero medio di edizioni piuttosto elevato (pari a 20). Tali manifestazioni risultano anche le principali interessate alle valutazioni di impatto.

Le organizzazioni dei festival rimangono solidamente legate al **settore no profit** (specialmente associazioni e fondazioni, rispettivamente 52% e 16%) e all'area del **Centro-Nord Ovest** del paese, con una prevalenza di manifestazioni svoltesi in Piemonte, Lombardia e Toscana (sopra il 10%), seguite da quote minori in Emilia-Romagna e Sardegna (7 e 9%). Sono anche presenti in misura maggiore, rispetto alle precedenti edizioni della ricerca, diverse istanze di **festival multiregionali** (6%).

Come da tradizione, gli eventi si concentrano in **città medio-piccole** (tra 10 e 250 mila abitanti, 62% nell'intero campione), **specialmente tra i più longevi** (71%). **F3G** risultano invece localizzati in città più grandi (43%, contro il 16% di **F1G** e il 24% di **F2G**), caratterizzate da un maggiore spazio di sviluppo e vivacità culturale.

Conclusioni

I festival partecipanti

Estendendosi oltre il tradizionale weekend, i rispondenti hanno indicato come **durata media delle manifestazioni 9 giorni**, distribuiti prevalentemente tra **maggio-giugno** (34% del campione) e **settembre-ottobre** (35%).

La tematica di maggiore interesse resta la letteratura (38%), in luce del forte legame di queste manifestazioni con il settore editoriale, **ma emergono sempre più festival multidisciplinari** (23%, con il 30% in **F3G** e il 37% in **F2G**), a testimonianza di uno spostamento verso una **minore specializzazione** contenutistica. La maggioranza dei festival coinvolge meno di 25.000 partecipanti, con solo alcune manifestazioni anziane che superano tale livello.

F3G operano con budget spesso inferiori ai 10 mila € (87%), mentre l'intero campione, grazie a **F1G** e **F2G**, si attesta mediamente tra i 50 e i 200 mila € per edizione (44%). Anche per tale motivo, le organizzazioni tendono a fare affidamento a **collaboratori esterni** (almeno uno per festival, superando i 10 in **F1G**) e **nuclei nutriti di volontari** (tra 10 e 50, con i festival maturi che ne coinvolgono a volte anche più di 100.)

Conclusioni

I festival senza analisi di impatto

La maggioranza dei rispondenti non ha (ancora) svolto analisi di impatto. Ciò non sembra dipendere necessariamente dalla longevità del festival né dalla disponibilità di budget, che risulta invece nella media.

Nonostante quanto rilevato, la principale motivazione per la mancanza di misurazioni degli impatti è la **carenza di budget** (53%), seguita dal poco **personale e tempo** (32% e 35%), dalla complessità percepita (specialmente in **F3G**, nel 33% dei casi) e dalle poche competenze in merito (nel 39% di **F1G**). È importante sottolineare che molti festival, specialmente quelli nati da poco, mancano delle capacità e della sicurezza per intraprendere questo percorso. Infatti, **seppure due terzi dei festival siano interessati a svolgere tali valutazioni in futuro, emerge una diffusa incertezza tra i festival più giovani.**

Gli ambiti di misurazione di maggiore interesse sono **culturali** (79%), **sociali** (62%), **formativi** (51%) **ed economici** (47%), con lo scopo di valorizzare il **ruolo dei festival nel territorio** (75%), attrarre **nuovi sponsor e partner** (specialmente per il 61% di **F1G** e il 70% di **F2G**) e accrescere la propria **reputazione** (55%).

Conclusioni

INTESA  SANPAOLO



I festival senza analisi di impatto

Il 71% dei festival, specialmente di **terza generazione** (78%), ha tentato di produrre analisi informali dei propri impatti - segno di interesse e motivazione, ma anche di mancanza di mezzi e competenze.

Infatti, solo il 13% dei rispondenti sente di disporre delle capacità per misurare gli effetti delle proprie manifestazioni, con una maggioranza del campione che si dice incerta in merito. Più della metà sarebbe interessato ad essere formato sul tema (soprattutto **F2G**, con il 63% di conferme).

Dall'ascolto di queste manifestazioni emerge dunque una certa incertezza e insicurezza in merito a queste tecniche di analisi, per quanto a loro avviso interessanti. **La condivisione di *best practices* e strumenti utili, come una più diffusa divulgazione sul tema, potrebbe portare ad una maggiore sicurezza e un'adozione più capillare di strumenti di misurazione degli impatti, anche nella platea di festival medio-piccoli.**

Conclusioni

INTESA  SANPAOLO



I festival con analisi di impatto

Circa 4 festival su 10 hanno misurato almeno una volta i propri impatti, con una netta prevalenza di **F1G** (52%), segno che una maggiore stabilità incoraggia lo svolgimento di questo tipo di analisi, possibilmente per maggiori disponibilità di budget, risorse e una struttura organizzativa più solida.

Tali manifestazioni risultano concentrate in **Piemonte e Toscana** (21% e 10%), seguite da Friuli-Venezia Giulia (8%) e Sardegna (6%). Emergono poi **fasce di pubblico e budget lievemente superiori alla media** del campione e dei festival che non hanno ancora investito in analisi degli impatti.

Le principali **motivazioni** che hanno spinto le manifestazioni a intraprendere questi percorsi di misurazione sono la volontà di **valorizzare le proprie ricadute sul territorio** (76% di **F1G**) e soddisfare **le richieste di finanziatori, sponsor e partner** (55% di **F2G**). Sono poi utilizzate come strumento di **negoziato** e attrazione di nuovi sponsor dal 36% di **F2G**, e per accrescere la **reputazione** del 50% di **F3G**.

Conclusioni

I festival con analisi di impatto

I membri di questo sottocampione hanno svolto **in media 3 valutazioni**, sintomo di uno sforzo di analisi continuato nel tempo, specialmente per la significativa presenza di festival di lungo corso.

Anche in questo sottocampione, **le sfere di maggiore interesse sono culturali (71%), sociali (48%) ed economiche (50%)**, seguite per **F3G** dall'ambito formativo (23% nel campione e 50% in **F3G**), e per **F1G** da comunicazionale e turistico (tra 33% e 38% nel campione e nel 40-44% di **F1G**). I dati sono raccolti nel **77% dei casi tramite questionari**, con una quota minoritaria che svolge analisi di serie storiche (40%) e tecniche di osservazione partecipata e non (specialmente tra **F3G**, nel 50% dei casi contro il 27% del campione).

Coerentemente con la natura annuale delle manifestazioni, **nel 73% dei casi l'orizzonte temporale delle analisi riguarda proprio la singola edizione del festival**. Le misurazioni sono svolte **ogni anno dal 75% di F3G**, mentre solo **saltuariamente da F1G e F2G (48% e 45%)**. Tale differenza generazionale mostra come questa tipologia di analisi sia diventata uno standard solo di recente, adottata in modo massiccio e costante prevalentemente dai giovani.

Conclusioni

INTESA  SANPAOLO



I festival con analisi di impatto

A differenza delle manifestazioni dell'altro campione, che hanno reputato difficile svolgere le valutazioni in autonomia, **molti dei festival** (specialmente 82% di **F2G** e 92% di **F3G**) **hanno raccolto dati sugli impatti al proprio interno**. Il 44% di **F1G**, invece, ha coinvolto **soggetti esterni**, quali centri di ricerca universitari, società di consulenza e freelance esperti. La scelta dei valutatori esterni è adducibile per **F3G** alla **reputazione scientifica** e alla **conoscenza del contesto locale** (50/50), per **F2G** alla **convenienza economica** (50%), e infine per **F1G**, in aggiunta alla reputazione scientifica, al **contatto diretto** da parte degli soggetti esterni (nel 25% dei casi), legato alla maggiore notorietà di questi festival.

La maggior parte degli organizzatori non ha richiesto finanziamenti per le misurazioni, anche alla luce del fatto che **il 40% del campione le ha svolte gratuitamente**, sia perché attuate al proprio interno sia perché ricevute come servizi *pro bono*. Rispetto alle generazioni mature, **molti F3G hanno speso somme cospicue** per la realizzazione degli studi, possibilmente grazie a bandi e sponsorizzazioni, in linea con le motivazioni addotte in precedenza.

Conclusioni

I festival con analisi di impatto

Il 44% del campione ha diffuso i risultati delle rilevazioni tramite comunicazione digitale (44%), conferenze stampa (nel 47% di **F1G**) e testate giornalistiche (nel 33% di **F3G**). I dati emersi dalle valutazioni sono utilizzati in larga misura negli **strumenti di rendicontazione finanziaria e non** (specialmente nel 75% di **F3G**), per orientare la **pianificazione strategica** (52%), e, infine, come **strumenti di comunicazione** verso gli stakeholders (specialmente in 52% di **F1G** e 58% di **F3G**) e di **richiesta di finanziamenti** (in metà di **F3G**).

Il 92% dei rispondenti ha ritenuto le **analisi di impatto utili**, soprattutto per una **comprensione più approfondita del proprio pubblico** (82% di **F2G**), che ha permesso di identificare con maggiore chiarezza i **punti di forza e di debolezza** delle manifestazioni (58% del campione), permettendo di intervenire o di massimizzarne gli effetti. Grazie a questi studi, i festival hanno ritenuto di avere maggiori strumenti per informare le proprie **decisione strategiche e organizzative** (in 55% di **F2G**) e per **migliorare la propria reputazione** di settore e a livello nazionale (nel 60% di **F1G**).

Conclusioni

INTESA  SANPAOLO



Ciò che emerge da Effettofestival 2025 è dunque che, **sebbene la percentuale di festival che hanno svolto analisi degli impatti non sia elevata, rappresenti comunque una quota significativa dell'universo dei festival coinvolti.** In aggiunta all'evidente **propensione dei festival giovani** a investire nelle valutazioni degli impatti, è evidente che tali strumenti di misurazione stiano prendendo piede in tutte le manifestazioni del panorama tricolore, con la possibilità di affermarsi come pratica standard nel settore degli eventi culturali.

Si evidenzia un **interesse generalizzato per questa tipologia di attività, anche tra i festival che non hanno ancora avuto modo di sperimentarla,** che auspicano iniziative dedicate in ambito formativo, strumenti, oltre che sovvenzioni, per una maggiore diffusione a livello nazionale.

Come in altre edizioni della ricerca risulta evidente la **limitata solidità dei festival,** che continuano a incontrare difficoltà nel consolidamento delle proprie competenze e risorse umane, e soprattutto dal punto di vista finanziario. Il panorama italiano vede certamente delle punte di diamante che attraggono ampi pubblici e movimentano budget significativi, ma basa le sue fondamenta su costellazioni di piccole iniziative territoriali, da supportare nell'implementazione di tali strumenti.

Si ringrazia

Intesa Sanpaolo per il continuo supporto e i 124 festival che hanno contribuito a Effetofestival 2025

A tutto volume; aftER, ecosistemi digitali; ALEComics; Archivissima; Bergamo Scienza; Biennale Democrazia; Big Blue Festival; Birba chi legge - Assisi fa storie; Bookcity; Bookolica – Festival dei lettori creativi; Brescia da Leggere; Cabudanne De sos Poetas - Settembre dei poeti; Cagliari FestivalScienza; CambiaMENTI - laboratori di pensiero; Capalbio Libri; Cesare Pavese Festival; Circoscrizioni in Mostra; Collegno Fòl Festival; Combinazioni festival; Con-vivere; Contemporanea; Dedicà; Dialoghi di Pistoia; Dieci Festival; Ecoinsieme Festival; Eirenefest - Festival del libro per la pace e la nonviolenza; Elba Book Festival; Encuentro; Eredità delle donne; EXPOSED Torino Foto Festival; Festival Bergamo Città Impresa; Festival biblico; Festival dei Diritti; Festival del Mondo Antico; Festival del Tempo; Festival del Verde e del Paesaggio; Festival del Viaggiatore; Festival del Viaggio; Festival dell'Accoglienza; Festival della Biodiversità; Festival della Comunicazione; Festival della dignità umana; Festival della Diplomazia; Festival della disperazione; Festival della Lentezza; Festival della Letteratura di Viaggio; Festival della Marina di Villasimius; Festival della Meraviglia; Festival della Politica; Festival della Scienza; Festival della Sociologia; Festival delle Corrispondenze; Festival delle Letterature Migranti; Festival delle Migrazioni; Festival di Meteorologia; Festival DiParola; Festival francescano; Festival generazioni; Festival Giallo Garda; Festival Internazionale dell'Economia; Festival Internazionale di Poesia Civile; Festival MATOTA; Festival nazionale dell'economia civile; Festival Treviso Città Impresa; Festivaletteratura; Fiato ai libri – Festival di Teatrolettura; Firenze RiVista; Food & Book Festival; Fotografia Europea; Galileo - Festival della Scienza e Innovazione; Giallo Pistoia; Giorni diVersi; Gita al faro; Green Economy Festival; Homeless more rights; I dialoghi di Trani; Incroci di civiltà; inQuiete; Insieme – Il Festival di Paideia; Isola delle Storie; Isolotto Kids; KUM! Festival; La grande invasione; La Milaneseiana; Lavis Fa Storie; Le Parole Giuste; Leali delle Notizie - Festival del Giornalismo di Ronchi dei Legionari; Lectorinfabula; Leggermente; Librixia; Libropolis; Lonely Planet - UlisseFest; Lungomare da leggere; Macondo Festival; Mare di libri; Marina Café Noir; Memoria festival; MI TO Settembre Musica; Natale Junior Festival; Parole Spalancate - Festival Internazionale di Poesia; Passaggi Festival; PodFest; Ponte del Dialogo Festival; Pordenonelegge; Porte Aperte Festival; Positano Mare sole e cultura; Rassegna della Microeditoria; Resistere; Ridda Selvaggia; Rigenera Circolare; Salerno Letteratura; Salone Internazionale del Libro; San Beach Comix; Scienza e virgola ; Scrittori & Giovani; Sentieri e Pensieri; Taobuk - Taormina Book Festival; TIC Festival; Trame. Festival dei libri sulle mafie; Trieste Next; TutteStorie; vicino/lontano; VolcanicAttitude; Zerodiciannove - Festival delle Storie.