

Report di valutazione degli impatti  
economici, sociali ed ambientali del  
FESTIVAL NUOVO CINEMA EUROPA



# Indice

1. La storia del Festival p. 4
2. Partenariati e collaborazioni internazionali per le proiezioni p. 5
3. Festival Nuovo Cinema Europa e "Progetto scuole" p. 6
4. Introduzione al social return on investment (S-ROI) p. 8
5. La valutazione di impatto del Festival e il suo Social-ROI p. 12
6. Effetti Psicosociali p. 14
7. I risultati della valutazione p. 16
8. Conclusioni p. 18



Report di valutazione degli impatti  
economici, sociali ed ambientali del  
FESTIVAL NUOVO CINEMA EUROPA



# 1 La storia del Festival

Il Festival del Nuovo Cinema Europa è un evento cinematografico internazionale che si svolge annualmente a Genova dal 2010, con l'obiettivo di promuovere la nuova cinematografia europea e i registi esordienti. L'evento, curato dall'Associazione Culturale Profondità di Campo, è organizzato con gli istituti Europei di Cultura, sostenuto dal Comune di Genova nell'ambito di "Genova Città dei Festival" e patrocinato da Regione Liguria, Università degli Studi di Genova e GLFC - Genova Liguria Film Commission.

Dal 2010 ad oggi si sono svolte dieci edizioni del Festival. In diverse sale cinematografiche del centro città e del Porto Antico sono stati presentati quasi 150 film, provenienti da una pluralità di nazioni (Austria, Belgio, Croazia, Danimarca,

## Alcuni numeri del Festival

**10** edizioni realizzate

**147** proiezioni

**32** paesi rappresentati

**38** ospiti presenti ai dibattiti

**27** eventi

(mostre, incontri, proiezioni-concerto, spettacoli, workshop, laboratori)

**77** soggetti coinvolti

(Istituti di Cultura, Accademie, Ambasciate, Consolati, Associazioni, Centri Culturali, Fondazioni, Festival, partner, etc.)

“Il cinema riempie gli spazi vuoti della vita”  
(Pedro Almodóvar, regista)

Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Kosovo, Irlanda, Islanda, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Ucraina, Ungheria, con Australia, Cina, Giappone, Guinea e Senegal in coproduzione).

Il Festival ha accolto negli anni circa 40 ospiti tra registi, sceneggiatori e protagonisti dei film. Tra questi, nel 2014, anche il regista più giovane d'Europa. Le proiezioni e i dibattiti sono stati resi possibili grazie ai partenariati avviati e sviluppati nel corso del tempo con numerose Istituzioni e altre realtà socioculturali europee presenti sul territorio locale, italiano e internazionale.

La decima edizione si è svolta dall'11 al 18 ottobre 2019 al *Cineclub Nickelodeon*.

## 2 Partenariati e collaborazioni internazionali per le proiezioni

Il Festival è organizzato fin dalla prima edizione con un gruppo di Istituti di Cultura Europei, Centri Culturali, Accademie, Ambasciate e Fondazioni internazionali.

Hanno partecipato negli anni: Accademia Belgica, Accademia d'Ungheria in Roma, Ambasciata di Finlandia in Roma, Alliance

Française Galliera de Gênes, Institut Français, Ambassade de France en Italie, Centro Ceco di Milano e Roma, Centro Culturale Italo-Austriaco, Forum Austriaco di Cultura di Milano, Goethe-Institut Genua, Instituto Cervantes di Milano, Fundación Sgae, Istituto Svizzero di Roma/Milano/Venezia, Consolato generale di Svizzera a Genova, Istituto Polacco, Istituto Slovacco a Roma, Ambasciata della Repubblica Slovacca a Roma, Ambasciata di Svezia, Swedish Institute, Swedish Film Institute, Istituto Yunus Emre.



# 3 Festival Nuovo Cinema Europa e Progetto Scuole

In occasione della decima edizione, il Festival Nuovo Cinema Europa ha organizzato per la prima volta un progetto interamente dedicato alle scuole secondarie di primo e secondo grado (medie e superiori) per portare gli studenti al cinema, proponendo la proiezione di due film realizzati da registi esordienti under 18: "Bulli a metà" di Davide Mogna (Italia 2017) e "Cuori in Guerra" di Manuel Pala (Italia 2018).

Al termine di ogni proiezione si sono svolti dibattiti con i registi, oltre ad attività esperienziali e partecipative rivolte agli studenti, organizzate da scout del CNGEI - Corpo Nazionale Giovani Esploratori ed Esploratrici Italiani, per riflettere su rischi e opportunità dei social, evidenziando

come una frase possa ferire un'altra persona e istruendo su come imparare a difendersi, utilizzando risorse educative prodotte dal Dipartimento Giovani del Consiglio d'Europa, promotore della campagna No Hate Speech Online.

Il progetto, che si è tenuto presso il CineClub Nickelodeon nelle mattinate di lunedì 28, martedì 29 e mercoledì 30 ottobre, ha visto il coinvolgimento di 15 classi delle scuole genovesi, per un totale di circa 400 studenti. L'evento, a ingresso libero, si è inserito all'interno di una più ampia progettazione avviata con l'Assessorato alle Politiche Culturali, Politiche dell'Istruzione e Politiche per i Giovani del Comune di Genova, per costruire insieme un percorso dedicato ai giovani e alle scuole.



## “BULLI A METÀ” di Davide Mogna Italia / 2017 / Commedia / 68 minuti

La vicenda segue due ragazzi, Michele e Edoardo, che amano fare i bulli, ma dopo l'ennesimo atto di violenza nella loro scuola vengono espulsi con effetto immediato e iscritti a un altro istituto. Qui dovranno affrontare cambiamenti radicali del loro stile di vita, a partire dalla separazione in due classi diverse, fino alla “trasformazione” di uno dei protagonisti, che con l'aiuto di una nuova amica cercherà di rimettersi sulla buona strada, suscitando l'ira dell'ex-compagno. Quest'ultimo, per cercare di riallacciare i rapporti, metterà in atto un piano con cui otterrà però l'effetto opposto... **Biografia del regista** - Davide Mogna, nato a Cuneo nel 2000, è regista e attore. Ha iniziato la sua carriera girando semplici cortometraggi con amici, sin dall'età di 7 anni. Col tempo è andato affermandosi. Nel 2015 partecipa ad alcuni casting. Nel settembre dello stesso anno dirige e interpreta Un hotel di troppo, episodio pilota di una sitcom da lui ideata, presentato al Sotto18 Film Festival 2015 di Torino. Nel 2016 è attore nel film *Il mangiatore di pietre* di Nicola Bellucci, con Luigi Lo Cascio. Il suo primo lungometraggio, *Bulli a metà*, è una commedia sul bullismo, sull'amicizia e sui cambiamenti, che scrive, dirige e interpreta.



## “CUORI IN GUERRA” di Manuel Pala Italia / 2018 / Musical / 80 minuti

Il film – un musical con musiche e balletti inediti – è ambientato durante la guerra del Vietnam. Racconta la storia d'amore di un soldato che, tornato per breve tempo in patria, si innamora di una ragazza che poi scopre essere la figlia dell'Ammiraglio. Quest'ultimo ostacolerà la relazione con l'aiuto del suo fedele collaboratore, un sergente della Marina. Alla loro storia si accompagnano le storie dei camerati del soldato, con le rispettive avventure amorose. Il film non trascura le caratteristiche sociali dell'epoca. Il razzismo dell'America degli anni 60/70 è uno dei temi centrali del film. *Cuori in guerra* è stato interamente girato a Genova, e attualizza le tematiche del razzismo e del bullismo, all'interno di una storia interamente raccontata “dai giovani per i giovani”. **Biografia del regista e note sul film** - Manuel Pala, nato a Genova nel 2001, è appassionato di cinema sin da bambino. Ha realizzato nel 2018 il suo primo lungometraggio *Cuori in guerra*, un musical i cui proventi sono destinati al Fondo Malattie Renali del Bambino, che opera all'Ospedale Gaslini. Nella lavorazione del film sono stati coinvolti duecento studenti, come attori, ballerini, musicisti e tecnici. Le coreografie sono state realizzate nelle più belle «location» di Genova. Pala è tra i ragazzi definiti dal Presidente Mattarella Giovani eroi solidali, ai quali è stato conferito l'attestato d'onore «Alfiere della Repubblica».



## PROGETTO PER LE SCUOLE: CINEMA E DESIGN

In occasione della decima edizione, il Festival Nuovo Cinema Europa ha inoltre per la prima volta dato vita quest'anno a un progetto di coinvolgimento delle scuole finalizzato a **far dialogare il cinema con gli altri ambiti della creatività**, stimolando gli studenti a cimentarsi in un ambizioso progetto di design. In collaborazione con la Deledda International School, è stato avviato in primavera un **progetto artistico** presso tre classi della prima media, per un totale di quasi 60 alunni tra gli 11 e i 12 anni. La Direzione del Festival e l'insegnante di Design della Scuola hanno coinvolto gli studenti nella **progettazione grafica della “Spilla del Festival”**. Il progetto vincitore è stato realizzato a tiratura limitata, quale gadget esclusivo della decima edizione.

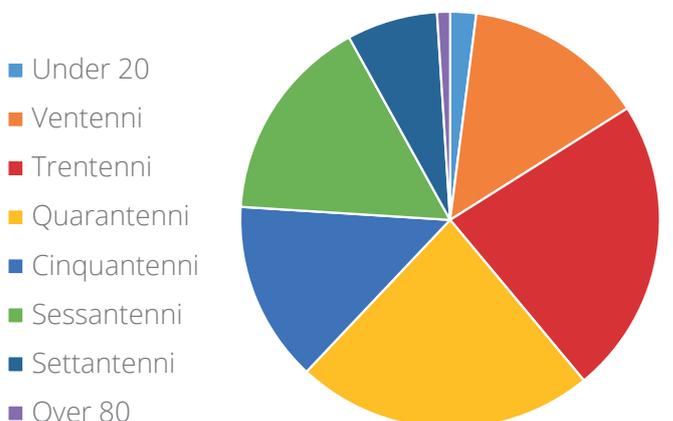
# 4 Introduzione al social return on investment (S-ROI)

**L'utilizzo del S-ROI, il ritorno sociale degli investimenti, si sta diffondendo proprio per la sua capacità di fornire una evidenza quantitativa a fattori intangibili, come ad esempio gli impatti sociali e quelli culturali.**

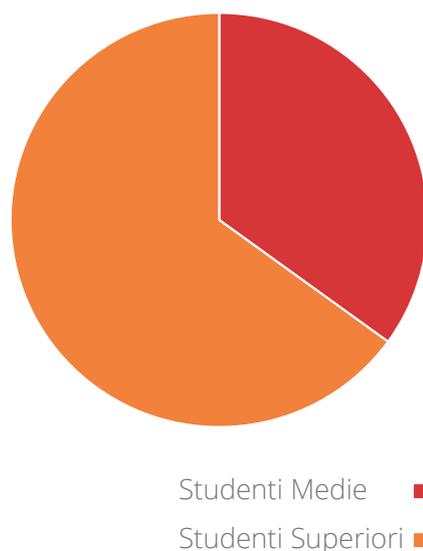
I tentativi di applicazione in ambito culturale, tuttavia, non sono ancora numerosissimi; anzi, la letteratura di riferimento si trova ancora in una fase che può essere definita pionieristica. Il S-ROI è stato adottato proprio da quelle istituzioni culturali che incorporano nella propria *mission* obiettivi di natura sociale o che producono e determinano un ritorno sociale spiccato delle proprie attività e progetti.

Il S-ROI può consistere in una ricerca di tipo "valutativo" o di tipo "previsionale". Il S-ROI valutativo viene condotto *ex post* ed è, quindi, basato su effetti e *outcome* già raggiunti. Mentre il S-ROI previsionale serve a prevedere quanto valore sociale verrà prodotto se le attività raggiungono gli effetti e *outcome* attesi. Quest'ultimo tipo di calcolo può risultare molto utile nelle fasi di pianificazione di una o più attività. Può aiutare ad evidenziare come l'investimento richiesto possa massimizzare l'impatto ed essere utile a identificare ciò che dovrebbe essere misurato una volta che il progetto è in corso.

**Partecipanti suddivisi per decenni di età**



**Partecipanti progetto scuole**



Più in dettaglio, la metodologia S-ROI prevede sostanzialmente 5 fasi fondamentali:

1.

### **DEFINIZIONE DEL CAMPO DI ANALISI, INDIVIDUAZIONE E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER**

Gli stakeholder per il calcolo del S-ROI si possono definire come tutti i soggetti che vivono il cambiamento o che influenzano l'attività sia positivamente che negativamente. Il S-ROI serve a capire se possiamo creare o distruggere valore verso chi.

2.

### **COSTRUZIONE DI UNA MAPPA DELL'IMPATTO**

Una fotografia del percorso viene delineata attraverso il coinvolgimento dei soggetti interessati, interni e più marginali rispetto al progetto (ossia gli "stakeholder"). Essa descrive come le attività che intendiamo analizzare impiegano determinate risorse (costi o *input*) per produrre delle attività (*output*) le quali, a loro volta, risulteranno un effetto e, più in dettaglio, un outcome per gli stakeholder stessi.

3.

### **EVIDENZIAMENTO DEGLI OUTCOME ED ASSEGNAZIONE DI UN VALORE**

Gli stakeholder sono fondamentali in questo passaggio perché sono coloro che hanno subito o prodotto un cambiamento; è in questa fase che gli stakeholder vengono anche "ascoltati" attraverso approcci di tipo qualitativo come "interviste" o "focus group", oltre alla raccolta dati quantitativa. L'obiettivo dell'attribuzione del valore agli outcome passa attraverso l'identificazione di valori finanziari adeguati che servono per presentare ad uno stakeholder l'importanza dei cambiamenti della propria sfera esperienziale. Questa fase prevede dunque la definizione di proxy di tipo economico di attività che spesso non hanno un valore di mercato. Inoltre, bisogna tener conto del fatto che per alcuni beni non esiste un costo oggettivo, ma esso è frutto della percezione dei vari soggetti che ne fanno o meno uso. In questo senso vengono utilizzati i metodi della Contingent Valuation.



## 4.

### CALCOLO DELLE ESTERNALITÀ POSITIVE E NEGATIVE

Questa fase risulta particolarmente importante in quanto, con appropriati indicatori, si riesce a ridurre il rischio di sottostimare e, soprattutto, di sovrastimare l'analisi svolta, riportando dunque il valore dell'impatto ad una misura realistica e cautelativa. In particolare, il calcolo passa attraverso tre ulteriori passaggi:

- 1. La stima di deadweight / spiazzamento:**  
il deadweight è definito come la misura della quantità di outcome che sarebbe avvenuta anche nel caso in cui l'attività non avesse avuto luogo. Viene calcolato in %. Per calcolarlo si fa riferimento a gruppi di comparazione. Il rapporto tra deadweight e outcome è inverso: all'aumentare del deadweight, l'outcome diminuisce.
- 2. L'attribuzione:**  
è la valutazione di quanta parte dell'outcome provenga dal contributo di altre organizzazioni o persone. Viene calcolata anch'essa in %.
- 3. Il displacement:**  
rappresenta la percentuale attribuita per ogni cambiamento alle esternalità negative generate e non previste.
- 4. Il Drop off:**  
la stima della diminuzione dell'effetto o impatto con il passare del tempo. Questo diminuisce anche il valore dell'outcome.

## 5.

### CALCOLO DEL S-ROI

La fase finale consiste nel determinare un impatto quantitativo finale, derivante a sua volta dalla somma degli effetti quantificati mediante proxy, ossia le variabili equivalenti, che esprimono il valore di effetti e fenomeni analoghi a quelli indagati, in assenza di un valore puntuale dei medesimi.

Ad esempio, una proxy che esprime il valore orario del tempo risparmiato, consiste nel determinare quanto si pagherebbe una persona per un'ora di tempo, affinché questa eseguisse determinate attività della nostra vita quotidiana al posto nostro. In questo caso, si suole assegnare quantomeno un valore pari a 10 euro per ciascuna ora risparmiata.

Questa fase prevede alcune altre sotto-fasi; in particolare:

1. Viene stimato il valore dell'outcome nel futuro
2. Viene calcolato il VAN (Valore Attuale Netto) del progetto, che consiste nell'attualizzare -ad un certo tasso di sconto (r)- la somma dei costi e benefici presenti e futuri (in caso di durata pluriennale).
3. Infine, viene calcolato il **"S-ROI ratio", ossia =**  
**VALORE ATTUALE DEGLI OUTCOME / VALORE DEGLI INPUT.**



**FESTIVAL  
NUOVO  
CINEMA  
EUROPA**

**10**

**11-18  
OTTOBRE  
2019**

**CINECLUB NICKELODEON**  
Via delle Comedianti 3

**MUSEO BIBLIOTECA DELL'ATTORE**  
Via del Sommarino 12

**CONFINI**

**www.fnc.it**

**4-5 SETTEMBRE**

**Digitale**

**Original**

**PALESTRA**

**IL LINGUAGGIO ORIGINALE**

**CONFINI**

# 5 La valutazione di impatto del Festival e il suo Social-ROI

Nel percorso di valutazione dell'impatto economico, sociale e ambientale del Festival Nuovo Cinema Europa è stato applicato l'indicatore denominato "Social-ROI" (o "SROI"), riferito all'edizione 2019.

Lo studio è stata compiuto dallo *spin off* dell'Università di Genova, "Sigma NL", *start up* innovativa dedicata alla valutazione di impatti e del S-ROI.

Nella individuazione degli stakeholder, in prima battuta si è indagato sugli effetti nei confronti degli spettatori, ovvero i principali destinatari della manifestazione.

**Gli spettatori costituiscono parte integrante e sostanziale del Festival grazie anche alla loro partecipazione attiva ed emotiva, portando poi a casa un effetto (positivo o neutro o negativo) che resta nella propria interiorità o che può essere ulteriormente diffuso.**

I soggetti portatori di interessi sono stati interpellati attraverso interviste o questionari posti su piattaforma online, in modo da ricercare direttamente presso i destinatari gli impatti economici, psicologici e sociali generati, derivanti dalla partecipazione diretta alle attività legate alla manifestazione.

Peculiarità dell'analisi è stata da somministrazione dei questionari sia prima della proiezione del film sia mediante una seconda somministrazione successiva alla visione del film.

L'obiettivo è stato quindi quello di mappare il così detto "Effect Size", indicatore fondamentale per indagare gli impatti ambientali e sociali e la loro variazione dovuta a un evento.

Nell'analisi valutativa effettuata occorre distinguere tra:

- 1. Impatto economico**
- 2. Impatto sociale**
- 3. Impatto ambientale**

Per quanto concerne l'"impatto economico", sono stati interessati tutti quei valori di costo e di investimento tangibili allocabili alla manifestazione.

L'"impatto sociale", invece, ha interessato la mappatura degli effetti positivi e negativi sia in termini di stress sia di potenziamento della creatività o dello sviluppo di una maggiore cura del sé.

L'"impatto ambientale" ha riguardato gli effetti riferiti agli spostamenti, all'inquinamento ad essi associabile, al riciclo e all'utilizzo di risorse naturali.

Negli "input", invece, sono stati considerati tutti gli oneri stimati e rendicontati, attribuibili alla produzione del Festival, ivi compreso il valore del tempo dei volontari



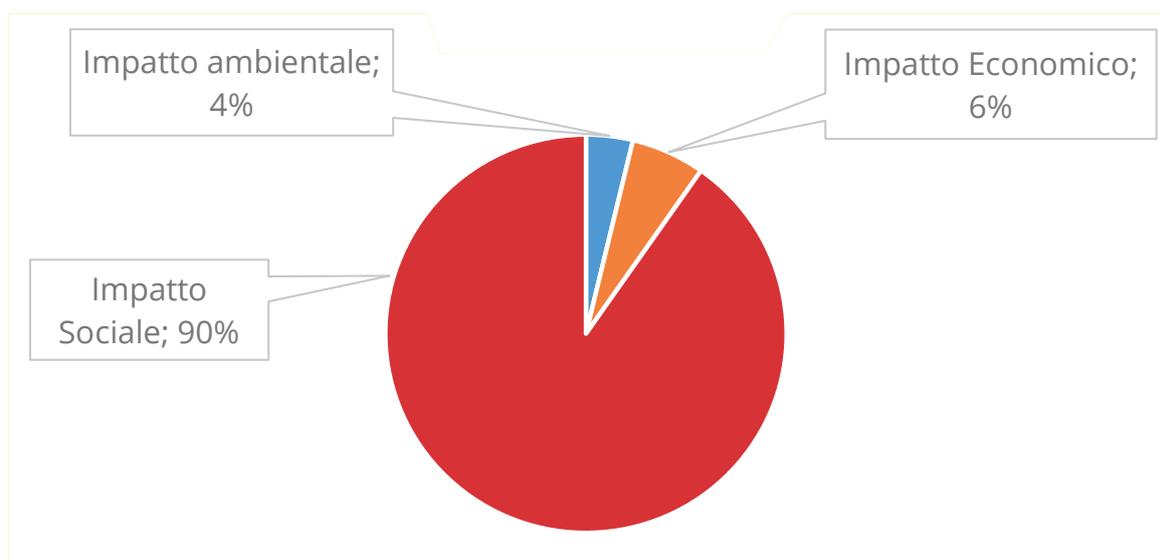
che hanno prestato servizio durante la manifestazione e, soprattutto, per la sua preparazione.

**L'analisi ha evidenziato la produzione di valore in ambito socio-educativo, oltre che economico, ed ha contestualmente permesso di rafforzare la consapevolezza dei visitatori rispetto ai temi legati alla natura e di condivisione.**

Per "impatto socio-educativo" ci si riferisce agli effetti economici, immateriali/sociali derivanti dell'attività esercitata, dei quali beneficiano tutti gli stakeholder all'interno del perimetro di analisi.

Tali effetti vengono denominati "esterneità": costi e benefici che non vengono contabilizzati nel bilancio economico finanziario dell'ente organizzatore, ricadendo su terze persone fisiche o giuridiche.

### Ripartizione dell'impatto economico, sociale, ambientale



# 6 Effetti Psicosociali

## Introduzione e contributi della letteratura

A monte del processo che conduce al calcolo dello S-ROI vi è l'esplicitazione di una chiara teoria d'impatto sociale che dettagli il contributo differenziale del progetto di un dato ambito o per determinate categorie di soggetti (Perrini e Vurro, 2013).

**Tale teoria, detta Teoria del Cambiamento (Theory of Change - ToC) è una metodologia specifica applicata nell'ambito del sociale per pianificare e valutare dei progetti che promuovano il cambiamento sociale attraverso la partecipazione e il coinvolgimento.**

Si tratta di un processo rigoroso e partecipativo nel quale differenti gruppi e portatori di interesse nel corso di una pianificazione articolano i loro obiettivi di lungo termine [impact] e identificano le condizioni che essi reputano debbano dispiegarsi affinché tali obiettivi siano raggiunti. Tali condizioni schematizzate negli outcomes che si vogliono ottenere e sono organizzate graficamente in una struttura causale (Taplin e Clark, 2012).

## Aspetti metodologici

Successivamente alla fase di raccolta bibliografica, sulla base delle informazioni reperite il passo successivo è consistito nell'elaborazione di un numero ridotto di item, per il rilevamento degli effetti qui d'interesse. A tale scopo, sono stati presi come riferimento metodologico gli 8 domini costitutivi del LEQ (Life-Effectiveness Questionnaire – Neill J. T., 2001), utilizzato, tra le altre ricerche, anche da Brewster (2014) per la misurazione degli effetti psicologici e sociali delle attività teatrali in carcere.

Il LEQ è uno strumento di misurazione multidimensionale, utilizzato generalmente per quantificare gli effetti di programmi di intervento psico-sociale.

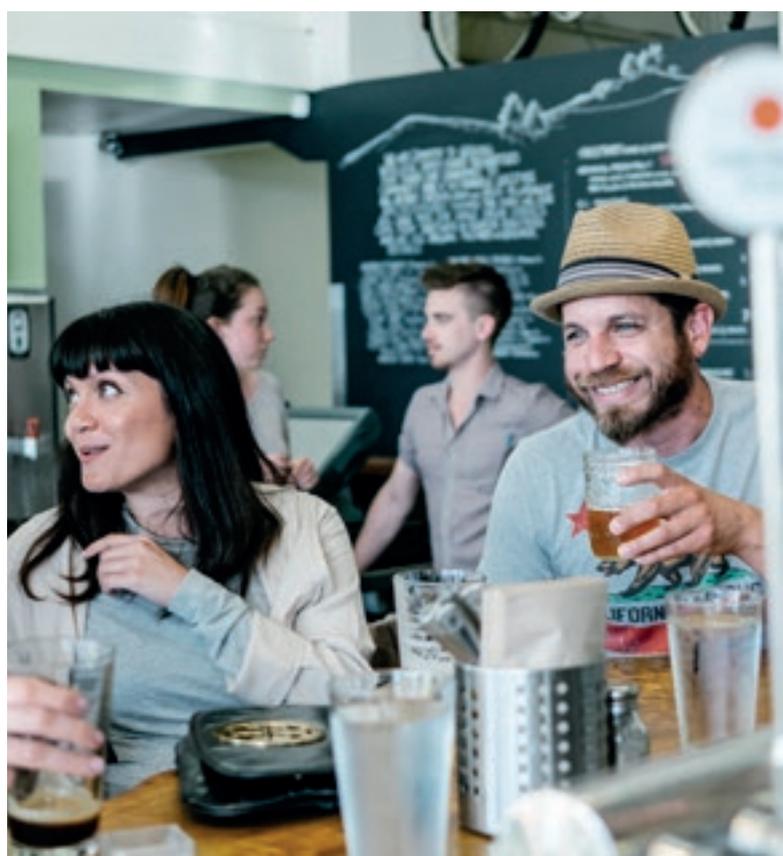
Esso è basato su costrutti attinenti alla sfera cognitiva ed emotiva dell'individuo (ad esempio, il concetto del sé, l'auto-efficacia e le strategie di *coping*) che, nel loro insieme, costituiscono le cosiddette "soft-skill" necessarie per il raggiungimento della propria realizzazione personale, in ambito personale, sociale e lavorativo. Il LEQ è stato utilizzato in diversi studi di ricerca fino ad oggi, ed ha acquisito crescente attenzione da parte della società scientifica come promettente strumento di ricerca e di valutazione dei programmi di intervento in ambito psico-educativo.

Per la costruzione delle domande relative agli effetti psicologici sul pubblico sono stati presi in considerazione i seguenti domini del LEQ:

- **"IF"**  
(Intellectual Flexibility)
- **"SO"**  
(Social Competences, comprensivo di: communication skills, positive relation, cooperative work, family relationships, conflict resolution skills)
- **"AM"**  
(Achievement Motivation)
- **"EC"**  
(Emotional Control, stress management)

I questionari così concepiti sono stati quindi somministrati, prima e dopo la visita alla manifestazione (valutazione ex ante/ex post), ai visitatori, maschi e femmine, stratificati per età e provenienza. Oltre ai questionari sono state condotte interviste ad alcuni testimoni privilegiati, rappresentativi degli stakeholder analizzati, in modo da collezionare le informazioni necessarie per la valutazione dell'impatto.

Completano la struttura del questionario domande classiche di statistica descrittiva, utili a reperire informazioni quantitative e legate agli impatti ambientali.



# 7 I risultati della valutazione

Dalla valutazione dell'impatto economico, sociale e culturale stimato nel Festival Nuovo Cinema Europa è emerso che:

1.

## Impatto economico

In relazione agli utenti è migliorata la disponibilità a pagare un maggior prezzo a fronte di un medesimo o equivalente servizio (detta "willingness to pay"). La stima finale risulta molto prudente e nel calcolo sono stati inseriti opportuni *deadweight, displacement, attribution e drop-off*, a fronte del campionamento che, in questa prima analisi, non ha potuto essere pienamente stratificato tale da garantire una buona significatività statistica.

Come risultato della decima edizione del Festival, è stato mappato anche il così detto "effetto fiducia" e la fidelizzazione della clientela generata: a tal proposito, dato l'interesse riscontrato nei partecipanti, è emersa la volontà di promuovere la visione di film in linea con il Festival anche durante l'ordinaria stagione cinematografica, generando così un maggior afflusso di spettatori, oltre all'edizione annuale concentrata in una settimana.

Passando a trattare la stima dell'indotto generato (attività degli esercenti che hanno lavorato di più grazie alla presenza del festival) sono stati intervistati ristoratori, albergatori, addetti ai trasporti, riuscendo a profilare l'utente giornaliero, l'utente famiglia (che resta più di una giornata)

e i corrispondenti utenti stranieri (con propensioni al consumo di cibo e bevande e ospitalità più elevate rispetto agli italiani).

Anche in questo caso la valutazione fornita risulta molto prudente e, nel calcolo, sono stati inseriti notevoli *deadweight, displacement e attribution*.

**L'impatto associato al miglioramento dell'indotto locale risulta essere di circa 5.000 euro ottenuto come risultato delle interviste e come prodotto della spesa media sostenuta durante le proiezioni del festival, sia in termini di spese medie per il trasporto, sia nell'ambito della ristorazione.**



		%PRE	%POST
<b>Ti senti stressato?</b>	Per nulla	27%	<b>39%</b>
	Poco	20%	26%
	Abbastanza	<b>33%</b>	13%
	Molto	14%	22%
	Moltissimo	6%	0%

## 2.

### Impatto sociale

In relazione agli aspetti psicosociali, i risultati ottenuti portano a ritenere che gli utenti traggono benefici in termini miglioramento della flessibilità mentale, aumento delle competenze sociali, incremento della motivazione ad autorealizzarsi e una riduzione dello stress o, comunque, una migliore capacità di gestione dello stesso.

Il risultato legato alla riduzione dello stress risulta essere molto interessante:

Ciò pone in evidenza come le persone, immedesimandosi seppur in esperienze e storie non sempre piacevoli e divertenti, possano ottenere un effetto positivo sul proprio benessere grazie alla possibilità di rispecchiarsi in storie già vissute nella propria vita, potendo così avere uno spunto, talvolta, ulteriore di rielaborazione, o viverne altre sovente lontane dalla propria quotidianità offrendo territori di fantasie e di buone vibrazioni emotive che interrompono in qualche modo la routine quotidiana.

**Il mondo dell'immaginario, dello stupore, della curiosità e dell'emozione, seppur non solo positiva, sposta per lo più l'attenzione del pubblico su mondi altri, riducendo la routine e lo stress e, molto spesso, traendone beneficio.**



## 3.

### Impatto ambientale

Un terzo dato interessante emerso riguarda gli impatti ambientali: la maggior parte degli spettatori (41%) dichiara di aver raggiunto il cinema a piedi, riducendo così gli impatti solitamente attribuibili all'inquinamento e al traffico generato dagli spostamenti urbani. Solo il 14% dichiara di aver raggiunto il Festival mediante autovettura.

Considerate tutte le proxy ambientali si è stimato un impatto sociale complessivo di circa 3000 euro attualizzati.

Mezzo di trasporto	
A piedi	60%
Autobus	20%
Treno	6%
Autovettura/Moto	14%

# 8 Conclusione

L'impatto generato nel 2019 dal Festival Nuovo Cinema Europa (FNCE), valutato in euro, consiste nella somma delle componenti sopra esposte in relazione a effetti economici, sociali e ambientali.

Esso, grazie all'applicazione delle opportune variabili proxy, è stato stimato equivalente a circa 78.000 euro.

A fronte dell'investimento necessario a generare tale impatto, si produce un valore attuale netto (VAN) di impatto economico, sociale e ambientale pari a 48.000 euro.

Si può concludere, pertanto, che per ogni euro investito nel Festival vengono generati 2,59 euro (Social ROI pari a 2,59). In pratica, per ogni euro investito se ne generano due e mezzo.

Per quanto riguarda lo S-ROI previsionale, riguardante l'edizione del 2020, si è stimato un rapporto S-ROI pari a 2,87. Sarà comunque onere dell'organizzazione valutare, a fine festival 2020, il valore effettivamente raggiunto e analizzarne eventuali scostamenti positivi o negativi rispetto a quanto previsto ad oggi.

**Si può concludere, pertanto, che per ogni euro investito nel Festival Nuovo Cinema Europa (FNCE) vengono generati due euro e mezzo (Social ROI pari a 2,59).**

---

Lavoro svolto dalla start up innovativa e spin off universitario SIGMA NL s.r.l., nelle persone di:  
Giovanni Lombardo, docente universitario e dottore in economia e in giurisprudenza  
Nader Tayser, dottore magistrale in ingegneria gestionale  
Cristiana Vasino, psicologa iscritta all'albo degli psicologi e psicoterapeuti.

Si ringrazia sentitamente la Dott.ssa Angela Ferrari, direttrice artistica e organizzativa del Festival del Nuovo Cinema Europa, per la sua preziosa collaborazione e per le informazioni fornite durante la valutazione.

*Report del 19 novembre 2019*



# Bibliografia

- Arvidson, M., Lyon, F., McKay, S., & Moro, D. (2013). Valuing the social? The nature and controversies of measuring social return on investment (SROI). *Voluntary Sector Review*, 4(1), 3-18.
- Corsini, E., et al. "Guida al Ritorno Sociale sull'Investimento SROI, 2009." Human Foundation
- Harlock, J. (2013). Impact measurement practice in the UK third sector: a review of emerging evidence.
- Lombardo, G.; Mazzocchetti, A.; Rapallo, I.; Tayser, N.; Cincotti, S. (2019), Assessment of the Economic and Social Impact Using SROI: An Application to Sport Companies. *Sustainability*, 11, 3612.
- Maier, F., Schober, C., Simsa, R., & Millner, R. (2015). SROI as a method for evaluation research: Understanding merits and limitations. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 26(5), 1805-1830.
- Millar, R., & Hall, K. (2013). Social return on investment (SROI) and performance measurement: The opportunities and barriers for social enterprises in health and social care. *Public Management Review*, 15(6), 923-941.
- Pathak, P., & Dattani, P. (2014), "Social return on investment: Three technical challenges", *Social Enterprise Journal*, 10, 91 – 104
- Ricciuti, E., & Calò, F. (2018). Are foundations assessing their impact? Concepts, methods and barriers to social impact assessment in Italian foundations. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(4), 553-574.
- Rossi E. (2017), Theory of Change: come generare e valutare il cambiamento. ONG2ZERO
- Vigano F., Lombardo G., (2019), Calculating the Social Impact of Culture. A SROI Application in a Museum. In: Luigini A., Proceedings of the 1st International and Interdisciplinary Conference on Digital Environments for Education, Arts and Heritage. EARTH 2018 – Springer International Publishing, vol. 919, pp.1-10, ISSN: 2194-5357, DOI: 10.1007/978-3-030-12240-9, [ISBN:9783030122393]
- Vigano F., Lombardo G., (2019), Responsabilità sociale. Misurare gli impatti sulla comunità. pp.28-37. In *Sviluppo & Organizzazione* - ISSN:0391-7045 vol. Gennaio-Febbraio.
- Vigano F., Lombardo G., (2018), L'impatto sociale generato dai musei. L'applicazione della metodologia SROI, in Ambienti digitali per l'educazione all'arte e al patrimonio, a cura di Alessandro Luigini e Chiara Panciroli, ISBN open access: 9788891773333.
- Whelan, G. (2015). Understanding the social value and well-being benefits created by museums: A case for social return on investment methodology. *Arts & Health*, 7(3), 216-230.
- Wisdom, J. P., Cavaleri, M. A., Onwuegbuzie, A. J., & Green, C. A. (2012). Methodological reporting in qualitative, quantitative, and mixed methods health services research articles. *Health services research*, 47(2), 721-745.
- Vurro, Clodia, and Francesco Perrini. *La valutazione degli impatti sociali: approcci e strumenti applicativi*. EGEA spa, 2013.
- Taplin, Dana H., et al. "Theory of change." *Technical Papers: A Series of Papers to Support Development of Theories of Change Based on Practice in the Field*. Available online: <http://www.actknowledge.org/resources/documents/ToC-Tech-Papers.pdf> (accessed on 27 October 2016) (2013).
- Brewster, Larry. "The impact of prison arts programs on inmate attitudes and behavior: A quantitative evaluation." (2014).
- Neill, James T., and Katica L. Dias. "Adventure education and resilience: The double-edged sword." *Journal of Adventure Education & Outdoor Learning* 1.2 (2001): 35-42.
- Photo credits  
cop. Antenna on Unsplash  
pag. 2-3 Krista Luhaers on Unsplash  
pag. 5 Denise Jans on Unsplash  
pag. 6 NeONBRAND on Unsplash  
pag. 9 THE-WAITER-@Despina\_Spyrou  
pag. 11 T-R-Y www.fnce.it  
pag. 13 Rod Long on Unsplash  
pag. 15 Nathan Dumlao on Unsplash  
Hoja Studio on Unsplash  
Rod Long on Unsplash  
pag. 16 Photo by Aneta Pawlik on Unsplash  
pag. 17 Tina Bosse on Unsplash  
pag. 18 Jeremy Yap on Unsplash
- Grafica: luilu.net

Ricerca svolta gratuitamente e stampata in proprio.  
Tutti i diritti riservati.



Il Marchio "Spin off dell'Università degli Studi di Genova" testimonia esclusivamente il rapporto di derivazione universitaria della società spin off, pertanto, il presente documento non è direttamente ascrivibile all'Università stessa.

[WWW.SIGMANL.IT](http://WWW.SIGMANL.IT)