

---

Sergio Cherubini, Enrico Bonetti, Gennaro Iasevoli, Riccardo Rescinditi, *Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici, esperienziali e territoriali*, Milano, Franco Angeli, 2009, p. 223.

In numerose occasioni la rivista *Economia della Cultura* si è soffermata su eventi culturali e festival in ragione della loro vasta affermazione nel campo dell'azione socio culturale ed in una prospettiva di analisi delle variabili gestionali ed economiche che li contraddistinguono, con particolare riguardo alle ricadute ed agli impatti sui territori (si veda, ad esempio, l'ampio repertorio bibliografico prodotto al riguardo da Guido Guerzoni nel numero 4/2009).

Proprio sul tema della valutazione e misurazione dei risultati ottenuti dagli eventi culturali è importante segnalare il contributo di estrema lucidità ed importanza scien-

tifico-operativa fornito da questo volume. Esso è il risultato conclusivo di una ricerca promossa dal MIUR nel periodo 2006-2007, alla quale hanno partecipato quattro istituzioni universitarie (Università di Roma-Tor Vergata, Università Lumsa, Università del Sannio e Università Napoli Due), dedicata specificatamente ai modelli di valutazione del valore degli eventi e conclusa con un convegno presso la Lumsa di Roma nel giugno 2008.

La ricerca si era posta lo scopo, ampiamente raggiunto come si evince dagli articolati contenuti del libro, di rintracciare e definire una metodologia adeguata di stima e valutazione globale degli eventi, nell'ottica sia dell'organizzatore e di ciascun utilizzatore, sia in una chiave di sistema e di eternità positive per il territorio e per i suoi attori (comunità, residenti, visitatori). Il gruppo di lavoro ha inteso considerare gli eventi nelle diverse dimensioni settoriali ed in quanto «oggetti» dalle molteplici complessità (organizzative, relazionali, *multi-stakeholder*, simboliche) ed esplorando gli impatti e gli effetti che vengono a prodursi dal loro manifestarsi.

La struttura del volume è suddivisibile sostanzialmente in tre parti. Nella prima, partendo da una ricognizione del processo di *event management*, si introduce il tema della valutazione nelle sue finalità ed importanza, attraverso una approfondita panoramica delle principali metodologie, approcci ed evoluzioni presenti in letteratura così come in ambito applicativo. Emerge che è impossibile identificare un unico modello valutativo per l'eterogeneità di questi fenomeni e la molteplicità degli attori coinvolti e che quindi sussiste la necessità di uno strumento maggiormente sistemico in grado di adeguarsi ad ogni tipo di avvenimento ma anche di rappresentare le esigenze di misurazione espresse dai vari *stakeholder*. Altro elemento decisamente interessante è la riflessione sull'utilità di sistemi di valutazione ex ante del *concept* di un evento e della portata dei suoi aspetti ideativi. Nella seconda parte si approfondiscono le modalità con le quali un evento produce valore per un territorio e come esso può contribuire alle strategie di marketing territoriale. Contemporaneamente, analizzando in particolare alcuni casi come il *Festival letteratura* di Mantova, il *Festival della Filosofia* di Modena, Carpi e Sassuolo ed il *Festival della Scienza* di Genova, ci si sofferma sulla capacità de-

gli eventi di esplicitare forti positività relazionali, con conseguente valore sociale, in quanto in grado di svolgere un ruolo di *network orchestrator* e di operare con strutture reticolari di elevata competenza relazionale. Sempre in questa parte viene affrontato il punto di vista dei partecipanti, il tema dell'*event experience* e la correlazione tra progettazione dell'avvenimento e percezione positiva dell'esperienza vissuta.

Nell'ultima parte il testo si concentra sulla capacità di creazione di valore di un evento sportivo e di un grande avvenimento culturale, come tipologie esemplificative, sperimentando alcune delle sintesi e delle riflessioni metodologiche scaturite nelle parti precedenti del volume.

I pregi di questo libro sono numerosi. Innanzitutto nel ribadire l'assoluta importanza per gli eventi culturali di stabilire ed impostare un vero e proprio percorso strategico, responsabile e consapevole, riguardante tutti i processi e gli attori coinvolti e che trova nella valutazione un fondamentale *tool* a vari livelli (determinazione e raggiungimento di obiettivi, fattibilità, analisi delle prestazioni, interazione ed integrazione con altre politiche e strategie, conoscenza del contesto, etc.).

In secondo luogo, la proposta di un cruscotto di strumenti, metodologie ed approcci che rende il volume di grande utilità concreta ed operativa, non soltanto per gli studiosi ma anche e soprattutto per gli addetti ai lavori ed i decisori alla guida di soggetti committenti di eventi (istituzioni, sponsor, comitati, etc.). Una strumentazione tra l'altro che ben si coniuga con il tema più ampio delle pratiche di rendicontazione sociale, bilanci di missione e governo degli *stakeholder* che oggi sono oggetto di considerazione negli studi sulla gestione culturale.

In terzo luogo, il libro offre la cultura della valutazione come parte significativa delle competenze manageriali e dei processi decisionali, intendendola in una visione non esclusivamente economicistica ma allargata ad un concetto decisamente più ampio di valore prodotto (sociale, culturale, educativo, artistico, simbolico).

Infine, l'attenzione ai meccanismi di valutazione ex ante, ne evidenzia vantaggi ed utilità per le azioni di programmazione, coordinamento e controllo, per l'impostazione di talune attività (si pensi alla comunicazione) ed anche per la stessa selezione delle manifestazioni.

Il libro è impreziosito dalla trattazione

di oltre quindici casi di eventi culturali e sportivi e vanno ricordati gli ulteriori contributi all'interno del volume di Raffaele Cercola, Francesco Izzo, Giulio Maggiore, Barbara Masiello, che hanno partecipato al gruppo di ricerca.

*(Lucio Argano)*