



**GRANDI EVENTI,  
TRASFORMAZIONI TERRITORIALI  
E SVILUPPO ECONOMICO:  
IL CASO DI UMBRIA JAZZ**





Agenzia Umbria Ricerche

GRANDI EVENTI,  
TRASFORMAZIONI TERRITORIALI  
E SVILUPPO ECONOMICO:  
IL CASO DI UMBRIA JAZZ

---

*Amministratore unico:* Alessandro Campi

*Comitato scientifico:*

Giuseppe Croce, Sapienza Università di Roma

Marco Damiani, Università degli Studi di Perugia

Luca Diotallevi, Università degli Studi Roma Tre

Paola De Salvo, Università degli Studi di Perugia

Maria Giovanna Ranalli, Università degli Studi di Perugia



*Processi e trasformazioni economiche e sociali:* Elisabetta Tondini

*Sviluppo locale e finanza territoriale:* Mauro Casavecchia

*Mutamenti sociodemografici:* Giuseppe Coco

---

*Autori:* Luca Ferrucci, Elisabetta Tondini, Mauro Casavecchia

*La realizzazione del presente lavoro è stata resa possibile grazie al contributo dello staff di Umbria Jazz, per le indicazioni e i dati messi a disposizione. Si ringraziano per questo Elena Falaschi, Claudia Galli, Marta Grassini, Stefano Lazzari, Cristiano Romano.*

*Si ringrazia altresì Monia Mariani, della società Minimetrò Spa, per averci fornito i dati sulle utenze.*

*Per ultimo, ma non ultimo, grazie a Renato Paniccià di IRPET, per il prezioso contributo nel lavoro di personalizzazione del modello I-O per lo specifico caso della stima degli effetti prodotti da eventi culturali e per il costante supporto.*

---

**Agenzia Umbria Ricerche** - Villa Umbra - loc. Pila - 06132 Perugia - [www.agenziaumbriaricerche.it](http://www.agenziaumbriaricerche.it)

© 2023 - Tutti i diritti riservati - L'utilizzo, anche parziale, è consentito a condizione che venga citata la fonte

ISBN 978-88-97448-30-3 - Edizione fuori commercio

## Sommario

<b>Introduzione</b> .....	<b>4</b>
<b>La rilevanza degli eventi culturali in Umbria per lo sviluppo economico e sociale del territorio</b> .....	<b>5</b>
L'Umbria è davvero una regione di eventi culturali, musicali e artistici rispetto ad altre regioni? .....	5
Eventi culturali nell'ottica di breve periodo: le valutazioni di impatto economico e sociale nelle città e nei borghi dell'Umbria.....	9
Le metodologie di impatto economico e sociale: "il diavolo si nasconde nei dettagli" .....	9
Il finanziamento degli eventi culturali.....	12
Il ruolo delle istituzioni pubbliche tra finanziamenti e servizi reali di supporto.....	14
Il ruolo delle istituzioni pubbliche: le distorsioni strutturali del finanziamento pubblico e i modelli di governance degli eventi culturali.....	16
Gli eventi culturali nell'ottica di medio-lungo periodo: "costruttori" di modelli di sviluppo strutturale di tipo economico e sociale? .....	19
Conclusioni.....	21
<b>Come i grandi eventi possono favorire lo sviluppo dell'economia locale: una proiezione su Umbria Jazz nel suo cinquantenario</b> .....	<b>25</b>
La spesa pubblica per i servizi culturali e ricreativi.....	26
Il caso di Umbria Jazz.....	29
Cosa succede alla città? .....	31
Un'analisi dei bilanci di UJ.....	34
Umbria Jazz come motore di crescita economica.....	37
La spesa dell'organizzazione 2023 .....	39
La spesa dei visitatori per l'evento di luglio 2023.....	41
I risultati della simulazione .....	45
La capacità attivante della spesa sul territorio: i moltiplicatori.....	51
Il ritorno dei contributi pubblici .....	52
Considerazioni finali .....	52

# Introduzione

Sul rapporto tra eventi culturali – grandi, medi, piccoli - e sviluppo economico esiste da tempo, anche in Italia, una letteratura consolidata. Da anni, attraverso ricerche e indagini in molti casi promosse da enti pubblici e associazioni di categoria, nei vari contesti territoriali si è cercato di stabilire come tali eventi – oltre ad essere un'occasione di intrattenimento, di spettacolo e di arricchimento culturale – riescano anche a produrre ricadute economico-sociali *positive* sul tessuto locale. Da un lato, stimolando investimenti, creando occasioni di sviluppo per le imprese (artigianato, commercio, servizi) e favorendo dunque l'occupazione. Dall'altro contribuendo alla valorizzazione territoriale (anche sul piano dell'immagine) e allo sviluppo turistico.

Dal momento che tali eventi sono realizzati, in parte consistente, con risorse finanziarie di provenienza pubblica (nazionale e locale) è dunque importante capire se e in che misura esista un effetto moltiplicatore degli investimenti indirizzati su questo versante: un euro dei cittadini speso per un evento quanto genera in termini di ricchezza collettiva? Al tempo stesso, è altrettanto utile valutare l'effetto di dispersione di tali investimenti: il territorio, nelle sue complesse articolazioni, in che modo ne beneficia? Ad esempio, come un evento, al di là del ritorno economico immediato, può eventualmente generare nel tempo la nascita di nuove infrastrutture, di nuove professionalità e di nuovi servizi?

Simili calcoli non sono ovviamente facili da realizzare, anche per ragioni d'ordine tecnico e metodologico, ma sono necessari nella misura in cui – come accade in Umbria ormai da anni – l'organizzazione di eventi in senso lato culturali rappresenta sempre più un tratto qualificante della sua immagine all'esterno e, soprattutto, una scelta strategica qualificante da parte degli enti pubblici. La Regione Umbria in particolare sta destinando risorse sempre più importanti alle manifestazioni che si svolgono sul suo territorio nella convinzione che ciò possa rappresentare un autonomo asse di sviluppo economico e di crescita. Da qui la decisione di realizzare uno studio d'impatto finalizzato a fornire, oltre che cifre e indicatori statistiche, anche alcune linee strategiche o di *policies*, se è vero che quello degli eventi culturali è un settore destinato a crescere e a favorire crescenti ricadute economiche solo a condizione che esso venga gestito in modo coordinato e strategico. Evitando dunque sovrapposizioni, dispersione di risorse e un eccesso di genericità nell'offerta.

Il presente rapporto affronta questi diversi temi, avendo come focus analitico il caso assai emblematico di Umbria Jazz, senza dubbio il più importante – per prestigio internazionale, durata nel tempo e impatto - degli eventi abbinati all'Umbria. Quest'anno il festival compie cinquant'anni e per l'occasione si è dunque cercato di calcolare in che modo quest'edizione andrà a incidere sul tessuto socioeconomico locale.

Va da sé che lo studio – realizzato dai ricercatori Aur Elisabetta Tondini e Mauro Casavecchia con la collaborazione del prof. Luca Ferrucci dell'Università degli studi di Perugia – vuole rappresentare un ausilio conoscitivo e uno strumento operativo a beneficio non solo della sfera politico-istituzionale e del governo locale ai diversi livelli, ma dell'intera comunità regionale, nello spirito di servizio pubblico che è proprio da sempre dell'Agenzia Umbria Ricerche. Buona lettura.

*Alessandro Campi*  
Amministratore Unico Agenzia Umbria Ricerche

# La rilevanza degli eventi culturali in Umbria per lo sviluppo economico e sociale del territorio

Come analizzare e interpretare le valenze effettive e le potenzialità di un modello di sviluppo socioeconomico fondato sugli eventi culturali? È quello che si è cercato di fare nelle pagine che seguono partendo da riflessioni metodologiche e da un'analisi generale della questione (oltre all'indicazione di alcune ipotesi di *policies*) e concludendo con lo studio di un caso puntuale: il festival Umbra Jazz, che nel 2023 compie cinquant'anni.

Come è noto, In Umbria, in modo particolare, esiste da molti decenni questa caratterizzazione nel segno degli eventi culturali grandi e medio-piccoli, capace di esercitare un significativo magnetismo turistico e di dare vita ad una miriade di soggetti organizzatori, spesso di tipo non profit (quali fondazioni, associazioni e comitati).

Nei paragrafi seguenti, pertanto, si prova a dare risposte ai seguenti quesiti:

1. L'Umbria è davvero una regione di eventi culturali, musicali e artistici comparativamente ad altre regioni?
2. Gli eventi culturali generano impatti economici e sociali positivi nelle città e borghi dell'Umbria?
3. Gli eventi culturali sono "costruttori" di modelli di sviluppo strutturale di tipo economico e sociale?

Si delinearanno, infine, linee di politica culturale per lo sviluppo economico dei territori.

## L'Umbria è davvero una regione di eventi culturali, musicali e artistici rispetto ad altre regioni?

Ogni regione italiana è andata costruendo, volontariamente o involontariamente, la propria identità in termini di attrattività turistica. Vi sono regioni fortemente polarizzate attorno alle loro città metropolitane e alla loro dotazione culturale in termini di musei, gallerie d'arte ecc.; altre che si sono caratterizzate per un turismo prettamente balneare, in taluni casi elitario (come la Costa Smeralda) e altre invece decisamente accessibili sul piano economico (come la riviera romagnola

o quella marchigiana); altri territori hanno puntato sulle loro bellezze montane, sviluppando attività sia estive che invernali (per esempio, il Trentino Alto Adige).

All'Umbria non poteva mancare una sua propria identità, con quel patrimonio diffuso di piccoli borghi e città, uniti da una storia millenaria, dagli etruschi ai romani al medioevo sino al rinascimento passando per eremi e luoghi monastici diffusi nel territorio. La bellezza suggestiva di questi luoghi si incornicia nei paesaggi rurali, costellati di colture agricole a partire dagli olivi e dalle viti. Ma l'Umbria, quasi in maniera pionieristica da molti decenni nel panorama italiano, si è andata caratterizzando anche per la capacità di progettare e organizzare eventi culturali, musicali e enogastronomici. La reputazione di alcuni di questi eventi oramai ha travalicato i confini regionali, diventando essi stessi dei gateway dell'Umbria contemporanea. A fianco di grandi eventi consolidati nella storia, come Umbria Jazz (nata cinquanta anni fa), il Festival dei Due Mondi (svoltosi per la prima volta nel 1958), il Festival delle Nazioni (nato nel 1968), la Sagra Musicale Umbra (nata nel 1937) o il Palio della Quintana (che risale al 1946), il territorio è disseminato di eventi minori, capaci però di mobilitare le molte energie umane e professionali presenti. Molti di essi sono nati addirittura prima dell'istituzione della Regione. Non solo, fenomeni di emulazione e nuova genialità imprenditoriale portano spesso a strutturare nuovi eventi, come Eurochocolate, capaci di rafforzare un'identità storica, in questo caso perugina, legata al cioccolato, magari purtroppo in un contesto manifatturiero di declino settoriale

Insomma, l'Umbria degli eventi esiste, è divenuta un vero e proprio patrimonio identitario tangibile e intangibile della nostra regione e costituisce un'ossatura fondamentale per la sua distintività e per l'attrattività turistica comparativamente ad altre regioni.

Ma è davvero così? Davvero l'Umbria, comparativamente ad altre regioni, ha questa caratterizzazione identitaria? L'ultima indagine Istat, svolta nel 2021, un anno certamente ancora problematico rispetto al biennio precedente caratterizzato dall'epidemia da Covid, sulle attività culturali e artistiche può fornire alcuni dati statistici per un'analisi comparativa.

I dati Istat forniscono informazioni sull'aggregato degli spettacoli, da intendersi come insieme di attività teatrali (teatro, lirica, commedia, balletto, burattini, circo, varie), concertistiche (classica, pop, leggera, jazz), nonché il ballo e l'intrattenimento musicale (discoteche), i parchi da divertimento e altre manifestazioni minori sulla base dei dati certificati dalla Siae.

Sebbene l'insieme delle manifestazioni analizzate dall'Istat sia piuttosto ampio, è comunque di un certo interesse vedere il posizionamento della nostra regione.

La tab. 1 riporta il numero di spettacoli dal vivo e il numero dei biglietti venduti per abitante nelle diverse regioni italiane. Per gli spettacoli l'Umbria si colloca, con il 6,4 ogni 1.000 persone, decisamente sopra la media nazionale (5,5) e in linea con il valore medio del Nord-ovest e superiore a quello del Centro. I valori minimi nel nostro paese si riscontrano nelle aree del Mezzogiorno, generando un gap negativo particolarmente significativo nell'offerta di attività

culturali che può limitare complessivamente, a parità di ogni altra condizione, la generazione di un capitale sociale comunitario e le potenzialità di sviluppo di un turismo culturale.

Anche considerando i biglietti venduti, l'Umbria si posiziona – sebbene leggermente – sopra la media nazionale e lievemente sotto il valore attribuito all'Italia centrale. Sembra dunque che, sulla base di questo indicatore, la "gratuità" delle attività culturali sia ancora una prerogativa piuttosto diffusa in Umbria rispetto ad altre regioni del Centro-nord. Fattori economici, ma anche una diversa articolazione dell'offerta culturale, possono contribuire, almeno in parte, a spiegare questo differenziale tra l'Umbria e le sue regioni benchmark.

La tab. 2 riporta i Comuni privi di spettacoli dal vivo sul totale dei Comuni presenti in una regione e l'incidenza sul totale regionale della popolazione che vi risiede. Si tratta di un evidente indicatore di diffusività geografica delle attività culturali che possono essere polarizzate attorno a pochi centri urbani oppure riflettere un certo policentrismo regionale.

Tab. 1 - Numero di spettacoli dal vivo e di biglietti venduti per abitante

	n. spettacoli (v.a. per 1.000 abitanti)	n. biglietti venduti (v.a. per 100 abitanti)
Piemonte	6,6	58,6
Valle d'Aosta	12,4	65,0
Liguria	8,2	50,4
Lombardia	6,1	59,6
Trentino-Alto Adige	6,1	31,2
Veneto	6,0	117,3
Friuli-Venezia Giulia	7,5	48,3
Emilia-Romagna	9,2	108,7
Toscana	8,0	64,2
Umbria	6,4	60,9
Marche	7,8	44,9
Lazio	4,6	71,9
Abruzzo	4,5	42,3
Molise	1,8	7,2
Campania	3,2	31,1
Puglia	3,3	28,3
Basilicata	3,8	26,9
Calabria	1,2	13,6
Sicilia	4,0	33,2
Sardegna	4,3	34,7
<i>Nord-ovest</i>	6,4	58,5
<i>Nord-est</i>	7,4	98,9
<i>Centro</i>	6,2	65,2
<i>Sud</i>	3,1	28,3
<i>Isole</i>	4,1	33,6
ITALIA	5,5	58,1

Fonte: elaborazioni Istat su dati Siae (Società italiana autori e editori)



L'Umbria – con il 16,3% - mostra un orientamento “policentrico” tra i più elevati tra le regioni italiane. In altri termini, i territori esclusi da tali attività culturali sono davvero una frazione limitata di quelli complessivi. Solo Toscana, Emilia-Romagna e Friuli-Venezia Giulia hanno valori di maggiore diffusività geografica. Si può pertanto ritenere che l'insieme delle attività culturali costituisca un patrimonio diffuso e articolato in tutto il territorio regionale, senza particolari polarizzazioni spaziali.

Il dato sulla popolazione residente nei comuni privi di spettacoli dal vivo in un certo qual modo rafforza l'interpretazione di quello precedente, mostrando che solo poco più del 2% di essa risiede in territori privi di tali attività. Si tratta ovviamente di una quota assolutamente marginale, assai distante dai valori di regioni come l'Abruzzo, il Molise, la Campania, la Calabria, la Basilicata o la Sardegna.

Tab. 2 - Comuni privi di spettacoli dal vivo sul totale dei comuni e relativa popolazione residente (valori percentuali)

	Comuni privi di spettacoli dal vivo	Popolazione residente
Piemonte	34,6	7,5
Valle d'Aosta	23,0	6,8
Liguria	37,6	5,0
Lombardia	26,8	7,2
Trentino-Alto Adige	30,1	10,2
Veneto	18,5	4,8
Friuli-Venezia Giulia	12,6	2,0
Emilia-Romagna	5,5	1,0
Toscana	8,4	1,3
Umbria	16,3	2,4
Marche	16,4	4,0
Lazio	41,0	6,8
Abruzzo	39,0	10,1
Molise	75,7	35,3
Campania	53,1	18,4
Puglia	27,2	8,1
Basilicata	46,6	22,9
Calabria	75,5	39,0
Sicilia	34,5	8,5
Sardegna	49,3	16,6
<i>Nord-ovest</i>	<i>30,7</i>	<i>7,1</i>
<i>Nord-est</i>	<i>16,8</i>	<i>3,5</i>
<i>Centro</i>	<i>23,8</i>	<i>4,4</i>
<i>Sud</i>	<i>53,3</i>	<i>18,0</i>
<i>Isole</i>	<i>41,8</i>	<i>10,5</i>
ITALIA	33,6	8,7

Fonte: elaborazioni Istat su dati Siae (Società italiana autori e editori)

In conclusione, un'Umbria delle attività culturali esiste davvero e costituisce una sua caratterizzazione identitaria, anche comparativamente a molte regioni del nostro paese. In termini di cluster interregionali, per diversi degli indicatori statistici analizzati, la nostra regione potrebbe essere assimilata all'Emilia-Romagna, alla Toscana e al Friuli-Venezia Giulia.

Le attività culturali si presentano numerose (anche in rapporto alla popolazione residente), diffuse in tutto il territorio regionale ma con un limitato orientamento alla spesa unitaria tramite i ticket di accesso a tali manifestazioni.

Tutto bene allora?

## Eventi culturali nell'ottica di breve periodo: le valutazioni di impatto economico e sociale nelle città e nei borghi dell'Umbria

### *Le metodologie di impatto economico e sociale: "il diavolo si nasconde nei dettagli"*

Gli eventi culturali, musicali e artistici possono essere i "locomotori" di uno sviluppo economico e sociale a livello urbano e territoriale in senso lato?

Sicuramente, l'investimento in eventi può generare effetti economici e sociali sia di breve che di medio-lungo periodo.

Quelli di breve periodo, che cercheremo di analizzare in questo paragrafo, attengono all'impatto generato da un evento nel contesto di una comunità urbana o di un territorio comunque più esteso.

I modelli di valutazione di tale impatto sono di differenti articolazioni metodologiche ma, complessivamente, si tende a misurare gli outcome generati da una specifica manifestazione nell'economia e nella società locale. Si parla spesso di modelli econometrici del tipo input-output, rifacendosi all'originaria impostazione delle matrici delle interdipendenze settoriali *à la Leontief*.

Ai fini dell'impatto economico di un evento culturale si tendono a considerare diverse variabili, tra le quali:

- la spesa sostenuta dai cittadini-utenti dell'evento;
- la spesa sostenuta dal soggetto organizzatore dell'evento per l'acquisizione di beni e servizi.

Alcune precisazioni metodologiche sono tuttavia utili.

Da un lato, in relazione alla spesa dei cittadini occorre considerare che, sovente, la determinazione del suo ammontare assoluto non è affatto agevole, soprattutto se le manifestazioni si tengono, ad esempio, in spazi all'aperto e non vi sono ticket di accesso. Inoltre, nel computo delle spese dei cittadini-utenti, vanno considerate solamente quelle sostenute da persone che risiedono in

contesti territoriali diversi da quelli dove si tiene l'evento. Se infatti quest'ultimo deve essere generatore di un impatto economico positivo a livello locale (e non di una sostanziale equazione "a somma zero"), diviene necessario che tali persone provengano da altre regioni. In altri termini, un cittadino che risiede a Perugia e va ad ascoltare un concerto ad Umbria Jazz, pur magari sostenendo la spesa del biglietto di ingresso, fondamentalmente non sarà generatore di impatto economico addizionale a favore della città. Al contrario, un turista che viene da una regione differente sosterrà spese di soggiorno, di ristorazione e di shopping di beni e servizi, oltre al ticket di accesso ad un concerto, per effetto del driver di Umbria Jazz. Ma, ancora, non basta computare le spese di quest'ultimo interamente a tale manifestazione musicale. Se infatti un turista viene in Umbria per trascorrere un periodo di soggiorno grazie al quale desidera vivere una molteplicità di esperienze (visite a musei, basiliche e vari borghi medievali), tra le quali una sera trascorsa ad ascoltare un concerto nell'ambito della manifestazione di Umbria Jazz, quanta della sua spesa turistica complessiva dovrà essere imputata a questo ultimo evento? Ancora, il numero dei biglietti venduti per una manifestazione culturale, nel caso in cui essa sia composta da una molteplicità di eventi (per esempio, concerti), non corrisponde al numero dei cittadini-utenti paganti, perché vi saranno taluni di essi che risulteranno acquirenti di una molteplicità di tickets per poter accedere a differenti iniziative culturali. Di conseguenza, non si può considerare, ai fini della spesa complessiva sostenuta dai turisti, il numero dei biglietti venduti come proxy statistica dei turisti stessi.

Come è evidente da queste brevi annotazioni, i modelli di impatto economico degli eventi culturali sono "costruzioni" innanzitutto metodologiche. E si tratta di decisioni metodologiche complicate e, in un certo senso, opinabili al punto che, qualche volta, "il diavolo si nasconde nei dettagli": i ricercatori che vogliono valutare l'impatto economico di un evento culturale possono ottenere risultati assai diversi in funzione, ad esempio, delle decisioni metodologiche adottate.

Dall'altro lato, la spesa sostenuta dal soggetto organizzatore dell'evento per l'acquisizione di beni e servizi genera sempre un aumento della ricchezza economica a livello di filiera, ma tuttavia non sempre né necessariamente tali risorse finanziarie avvantaggiano il territorio dove si è svolto tale evento. Se infatti le attrezzature e il personale per l'organizzazione e lo svolgimento dell'evento provengono da altri territori regionali, è di tutta evidenza che l'impatto va a favorire altre economie territoriali diverse da quelle dove si svolge.

Da queste due osservazioni (spesa turistica e spesa organizzativa), ne deriva una "regola aurea" per valutare l'impatto economico di breve termine degli eventi: questi saranno generatori di valore aggiunto di tipo economico a livello locale se sapranno attrarre turisti da altri territori, possibilmente con un'elevata propensione alla spesa, e se, per la loro organizzazione, ci si potrà avvalere del contributo di operatori economici (artigiani, professionisti, imprese che noleggiavano palchi, sedie o tecnologie audio-visive ecc.) presenti nella filiera a livello locale. All'opposto, se un evento si rivolge unicamente a cittadini residenti in loco e se, per la sua messa "a terra", ci si avvale

di fornitori localizzati in altri territori, l'impatto economico di breve periodo è pressoché nullo in ambito locale.

In definitiva, i modelli di impatto economico di un evento culturale devono tener conto del fatto che si opera in una "economia aperta" dove i flussi finanziari sono sia in entrata (per esempio, la spesa dei turisti da computare in modo differente da quella dei residenti, sebbene entrambi partecipanti all'evento) che in uscita (per esempio, le spese organizzative a favore di fornitori di beni e servizi), con impatti differenti nel territorio di svolgimento dell'evento rispetto ad altri ambiti spaziali.

Di norma, si tende metodologicamente a separare l'impatto diretto, quella indiretto e quella indotto al fine di valutare le conseguenze economiche complessive di un investimento.

Per impatto diretto si intende l'accrescimento della ricchezza generato all'economia locale dalla commercializzazione di beni e servizi a favore di turisti o operatori della filiera locale.

Per effetto indiretto si intende un secondo fattore capace di creare ricchezza in reazione allo stimolo suscitato dalla domanda diretta: ad esempio, le spese di ristorazione dei turisti alimentano, in modo indiretto, l'acquisto di prodotti alimentari da parte di questo operatore commerciale, generando conseguenze positive sui suoi fornitori, sia locali (per esempio, il produttore di un vino umbro) che non.

Con effetto indotto si intende l'incremento di ricchezza economica derivante dall'incremento di reddito di cui sono beneficiari coloro che hanno partecipato alle produzioni di ricchezza economica considerata come effetto diretto e indiretto. Una parte di questo reddito addizionale è verosimilmente speso per l'acquisto di altri beni e servizi, e quindi si traduce in consumi, generando nuova ricchezza economica.

Sulla base delle matrici intersettoriali dell'economia italiana, si può pertanto pervenire a valutare, con un modello econometrico della spesa turistica e di quella organizzativa, l'impatto economico di un evento culturale sul territorio locale.

L'impatto economico, tuttavia, non è l'unico "metro di misura" degli eventi culturali. Indicatori sociali di qualità della vita e di soddisfazione dei residenti possono essere rilevati durante taluni eventi culturali.

I cittadini residenti in prossimità di un evento culturale, soprattutto quando quest'ultimo genera un elevato magnetismo di turisti, possono "denunciare" esternalità negative: rumori e molestie notturne, difficoltà di parcheggiare la propria auto oppure impossibilità ad accedere ad alcuni servizi ristorativi e commerciali possono rappresentare indicatori di peggioramento della loro qualità della vita. Tuttavia, la temporaneità dell'evento, unitamente ad un orgoglio che taluni cittadini possono avvertire per la "centralità" della propria città rispetto a questo evento culturale, può temperare la percezione sociale di queste esternalità negative, che comunque, per taluni

aspetti, possono rappresentare “costi privati” di tali eventi non sostenuti dal soggetto organizzatore.

In definitiva, la valutazione dell’impatto economico e sociale di un evento culturale è e resta un obiettivo particolarmente importante, sebbene sia metodologicamente complicato.

Valutare un evento implica un processo di analisi di oneri e benefici economici e sociali che riguardano la sfera di almeno tre soggetti a livello locale:

- il soggetto organizzatore dell’evento;
- i cittadini residenti;
- le istituzioni pubbliche locali.

La valutazione dell’impatto economico e sociale, per quanto di breve periodo, tuttavia costituisce un processo fondamentale per la governance pubblica complessiva, spingendola nella direzione della responsabilizzazione allocativa di risorse finanziarie pubbliche. Senza una valutazione, altrimenti, prevalgono le percezioni attorno alle quali si alimentano convinzioni (sovente errate o distorte), se non addirittura allocazioni inefficienti e inique o discriminatorie, arbitrarie e discrezionali da parte delle istituzioni pubbliche. Ma la valutazione dell’impatto economico e sociale, proprio per l’accuratezza metodologica che deve essere applicata, rende necessario che il valutatore presenti almeno due caratteristiche indispensabili: la competenza e l’indipendenza. Senza tali requisiti, la valutazione diviene un processo non credibile socialmente e, assai probabilmente, errato nelle sue conclusioni analitiche. In questo senso, la valutazione economica e sociale non può essere svolta da soggetti privi di tali due caratteristiche: ad esempio, il soggetto organizzatore di un evento non può – esso stesso – valutare il proprio evento. Non è dunque casuale che, in molte circostanze, tali processi valutativi siano affidati ad istituzioni specializzate nel campo della ricerca, come le università.

Inoltre, per poter svolgere in modo accurato tale processo di valutazione economica e sociale dell’impatto di un evento, ci sono tempi molto estesi. Qualche volta, i modelli econometrici adottati portano a conoscere tali esiti dopo molti mesi dalla conclusione dell’evento. Si è quindi tentati di adottare schemi semplificati di analisi capaci di monitorare in modo tempestivo – con una serie di indicatori-segnale – il risultato di un evento, senza necessariamente pervenire ad una valutazione di impatto in modo rigoroso. Esperienze di valutazione di alcuni output e outcome di un evento sono state svolte con Umbria Jazz, tramite una batteria semplificata di indicatori rilevati in modo tempestivo nel periodo immediatamente successivo a quello dell’evento stesso.

### *Il finanziamento degli eventi culturali*

È noto che gli eventi culturali sono, almeno in parte, finanziati con risorse provenienti da istituzioni pubbliche (nazionali, come il Ministero della Cultura, oppure regionali o locali) o comunque da

istituzioni cittadine private ma che perseguono finalità pubbliche (per esempio, camere di commercio o fondazioni bancarie). Nella pressoché totalità dei casi, infatti, la spesa sostenuta dai turisti per accedere all'evento culturale è inferiore rispetto al suo costo organizzativo. Di conseguenza, le risorse pubbliche – magari unitamente a taluni sponsor privati – divengono indispensabili.

Le caratteristiche di questi soggetti sono importanti ai fini della valutazione dell'impatto economico. Si possono, quindi, avere eventi culturali ad impatto "privatistico" positivo (sulla base delle spese dei turisti e di quelle a favore di filiere territorializzate) ma "alimentati" da risorse finanziarie pubbliche che arrivano dal territorio. In altri termini, l'istituzione pubblica, con il suo finanziamento, rende possibile la realizzazione dell'evento, anche se i benefici non "ritornano" ad essa ma a pezzi della sua comunità sociale ed economica (alcune imprese della ristorazione e della ricettività ecc.).

"L'equazione netta" di tale "contabilità" potrebbe portare ad avere eventi:

- distruttori di ricchezza economica a livello locale;
- moltiplicatori positivi di ricchezza economica a livello locale.

La prima situazione si ha quando la spesa pubblica che rende possibile la realizzazione di un evento è complessivamente superiore rispetto al "ritorno" economico generato a livello locale. Si tratta di situazioni non infrequenti: il successo di una manifestazione tende a "misurarsi" sulla base del pubblico complessivamente presente (magari per la stragrande maggioranza residenti in loco), ma le entrate da tickets e da sponsor privati risultano insufficienti a compensare i costi organizzativi e gestionali mentre le risorse finanziarie pubbliche lo hanno reso possibile, senza generare però impatti diretti, indiretti e indotti tali da compensare queste ultime. L'esistenza di un simile risultato, in termini di impatto, non è comunque da giudicare sempre e comunque in modo negativo. Un evento culturale, ad esempio, realizzato per la prima volta può avere difficoltà ad accedere a sponsor privati oppure ad esercitare un elevato magnetismo nei confronti dei turisti (anche per la limitata notorietà e reputazione). Ciò non significa che, se non si ha un impatto economico complessivo positivo, una manifestazione culturale non debba farsi. Tutt'altro, essa può e deve farsi, anche se ovviamente dovrà essere analizzata, valutata e giudicata con altri "metri di misura", diversi da quelli strettamente economici di breve periodo.

Si ha invece un moltiplicatore positivo di ricchezza economica a livello locale quando le risorse pubbliche investite generano un "ritorno" nell'economia urbana di valore complessivo superiore. Tale moltiplicatore, come abbiamo visto, a parità di ogni altra circostanza, dipende da diversi fattori quali:

- la spesa di turisti non locali;
- la spesa per acquisire beni e servizi da fornitori locali;
- le sponsorizzazioni private di soggetti non locali.

È di tutta evidenza che, a parità di ogni altra condizione, il moltiplicatore economico è maggiore all'aumentare della spesa pro-capite dei turisti non locali, dell'approvvigionamento di beni e servizi da fornitori locali e delle risorse finanziarie provenienti da sponsor e istituzioni pubbliche non locali.

In linea astratta, se un evento riesce a "ottimizzare" questi flussi finanziari, il moltiplicatore consegue livelli particolarmente significativi: fare eventi che attraggono turisti, fanno lavorare filiere locali e sono finanziati da sponsor privati extra-territoriali rappresenterebbe dunque la "formula vincente" per l'impatto economico di breve periodo. Alcuni anni fa, il moltiplicatore di Umbria Jazz è stato stimato attorno a 3 (ovvero investendo un euro di denaro pubblico, si ottengono nell'economia privata urbana tre euro di maggiore PIL) e quello della mostra del Pinturicchio addirittura pari a circa 7 (anche perché la durata temporale di quest'ultimo evento fu molto estesa rispetto ai canonici dieci giorni del primo).

### *Il ruolo delle istituzioni pubbliche tra finanziamenti e servizi reali di supporto*

Le istituzioni pubbliche intervengono a supporto degli eventi culturali con due differenti modalità:

- L'erogazione di risorse finanziarie direttamente a favore del soggetto organizzatore;
- La predisposizione di servizi reali di supporto a favore del soggetto organizzatore.

Da un lato, l'erogazione di risorse finanziarie direttamente a favore del soggetto organizzatore, deriva dal fatto che sono pochi gli eventi culturali in senso lato che possono davvero far affidamento sulle risorse del "mercato" senza il supporto delle istituzioni pubbliche.

Il loro costo di generazione, organizzazione e gestione è spesso così elevato e l'accesso dei cittadini è oggettivamente non illimitato (per esempio, per il vincolo dei posti in un teatro oppure in una arena per ascoltare un concerto), al punto che, per conseguire un break even point tra ricavi e costi, il prezzo del biglietto di accesso sarebbe troppo elevato. In questo modo, di conseguenza, solo poche persone avrebbero la possibilità oggettiva di accedere a tale manifestazione ma, plausibilmente, molti "posti" resterebbero vuoti. E quindi la manifestazione culturale non verrebbe svolta perché i costi complessivi non sarebbero compensati dall'ammontare dei ricavi da biglietti. Le sponsorizzazioni private possono essere una ulteriore fonte di finanziamento ma, anche con questo contributo, molte manifestazioni culturali non verrebbero comunque svolte per mancata copertura totale dei costi. E allora?

Gli economisti, da sempre, parlano – di fronte a questo fallimento totale o parziale del mercato – di *beni meritori*. Essi mirano al soddisfacimento di bisogni importanti per la collettività ma che, in un'economia pura di mercato, sarebbero offerti in quantità inferiore rispetto a quanto socialmente auspicabile. Questi beni meritori – contrariamente ai beni pubblici – non presentano la

caratteristica della non rivalità e della non escludibilità, similmente ai cosiddetti beni privati, ma a differenza di quest'ultimi generano esternalità positive.

L'insieme delle attività culturali – da quelle strettamente scolastiche sino a quelle teatrali, museali o artistiche in senso lato – possono considerarsi parte di questo insieme più esteso di beni e servizi meritori. E, di conseguenza, in una società – se riteniamo una determinata attività di tipo meritorio –, per evitare che non si realizzi in una economia di mercato oppure che la sua offerta sia inferiore rispetto a quello socialmente auspicabile, diviene necessario che le istituzioni pubbliche possano finanziarla.

È evidente che, politicamente, il concetto di bene meritorio è opinabile: in passato, ad esempio, si riteneva che l'offerta di latte a prezzi politici, tramite le centrali pubbliche del latte, costituisse un bene meritorio che doveva essere finanziato da risorse pubbliche per renderlo accessibile anche agli strati più poveri della popolazione. Oggi l'interpretazione di bene meritorio guarda invece ad altre attività come l'accesso al digitale. Ma la cultura, in senso lato, continua a considerarsi inequivocabilmente di tipo meritorio e, quindi, necessariamente soggetta ad impieghi di risorse finanziarie pubbliche.

Dall'altro lato, le istituzioni pubbliche – in modo particolare le amministrazioni comunali – possono essere "chiamate" a fornire servizi reali di supporto a favore del soggetto organizzativo, sostenendo indirettamente oneri addizionali per effetto di un evento culturale. Si tratta di un insieme di diseconomie economiche di cui si possono sovente far carico queste istituzioni pubbliche. Ad esempio, un evento culturale può generare un impatto negativo sulla città in termini di traffico veicolare oppure di rifiuti urbani addizionali: di conseguenza, mezzi e personale pubblico, come i vigili urbani, possono essere chiamati a svolgere servizi addizionali, con conseguenti orari straordinari di lavoro e relative retribuzioni. È evidente che, in questo caso, si può ritenere una forma di finanziamento indiretto degli eventi culturali da parte delle amministrazioni pubbliche. Invece, le esternalità positive a favore di queste ultime sovente sono marginali, come ad esempio le entrate finanziarie addizionali connesse all'utilizzo di parcheggi pubblici a pagamento da parte di turisti oppure le tasse per l'occupazione di spazi pubblici da parte di taluni operatori economici (che localizzano propri stand in prossimità di un evento).

Ciò significa che le istituzioni pubbliche locali sostengono, di norma, oneri finanziari addizionali rispetto a quelli erogati direttamente a favore del soggetto organizzatore di un evento culturale. Spesso, si va realizzando una sorta di divisione dei ruoli tra le istituzioni regionali e quelle municipali interessate.

Le prime tendono, grazie anche ad una maggiore dotazione di risorse finanziarie, magari provenienti dall'Unione europea, a finanziare i soggetti organizzatori di eventi culturali nel proprio territorio.

Le amministrazioni comunali, invece, tendono a sostenere gli oneri addizionali connessi ai servizi reali di supporto di cui si fanno carico (per esempio, le remunerazioni della polizia municipale o



per la raccolta dei rifiuti urbani per effetto dei servizi straordinari svolti in conseguenza degli eventi culturali).

Pertanto, la polemica, che qualche volta appare sugli organi di informazione sottolineando il limitato contributo finanziario erogato da parte di un'amministrazione comunale in relazione allo svolgimento di un evento culturale, deve essere interpretata e corretta anche alla luce della considerazione suddetta.

Insomma, se vogliamo valutare il contributo finanziario, diretto ed indiretto, che le istituzioni pubbliche regionali e locali accordano ad un evento culturale, occorre la capacità di considerare in modo cumulativo il valore del finanziamento diretto e quello dei servizi reali di supporto erogati.

### *Il ruolo delle istituzioni pubbliche: le distorsioni strutturali del finanziamento pubblico e i modelli di governance degli eventi culturali*

Gli eventi culturali di norma non "nascono" da una pianificazione delle istituzioni pubbliche ma dalle "energie" imprenditoriali sedimentate in un territorio. Fondamentalmente, esse possono derivare da un'imprenditorialità non profit così come da imprenditorialità for profit.

Nel primo caso, le passioni di alcuni individui possono essere i driver generatori di un evento. Grazie a tali passioni si accumulano competenze e saperi che possono portare a svolgere uno specifico evento (culturale, enogastronomico, sportivo, solidaristico ecc.). Questi stimoli individuali possono aggregare più persone, magari su scala locale, portando alla costituzione di soggetti collettivi informali oppure formalizzati, di natura non profit, come le associazioni (per esempio, le pro-loco), i comitati o le fondazioni. La struttura formale di queste organizzazioni non profit resta piuttosto semplice quando è finalizzata all'organizzazione di meri eventi. La possibilità giuridica ed economica di potersi avvalere di donatori e di volontari agevola la realizzazione dell'evento stesso, limitando gli oneri complessivi previsti.

Nel caso di imprenditorialità for profit, si tratta di soggetti che "vedono" e percepiscono la possibilità di "costruire" business in ambito culturale, magari facendo affidamento sulle capacità di spesa dei turisti (con la vendita dei tickets) e di fare fund raising presso taluni sponsor.

Il postulato sovente affermato con convinzione afferma che gli eventi culturali, e più in generale, la cultura ha da essere finanziata dalle istituzioni pubbliche, altrimenti la sua offerta complessiva sarebbe limitata rispetto a quanto socialmente auspicabile. È ciò che abbiamo affermato in precedenza con la teoria dei beni meritori.

Tuttavia, questa interpretazione sempre più non deve essere assiomaticamente accettata ma, di volta in volta, considerarla quasi una ipotesi di partenza da validare.

Ci sono infatti due diverse considerazioni da fare: da un lato, le distorsioni strutturali generate dall'aspettativa di denaro pubblico a favore del soggetto organizzatore di un evento, dall'altro

lato, l'esistenza di eventi che possono conseguire una sostenibilità economica anche in assenza di risorse finanziarie pubbliche.

Partiamo dalle distorsioni strutturali generate dall'aspettativa di denaro pubblico.

"L'adattamento dinamico" del sistema culturale rispetto al finanziamento pubblico di tipo strutturale genera, nel lungo periodo, alcune distorsioni nei soggetti organizzativi di eventi culturali. Si tratta di una certa "assuefazione organizzativa" ad avere l'aspettativa del riconoscimento del merito che si traduce in un "dovere comportamentale" delle istituzioni pubbliche a "coprire il piatto" delle spese complessivamente sostenute. Questo atteggiamento, peraltro piuttosto diffuso, genera diverse distorsioni, tra le quali:

1. una tendenza alla deresponsabilizzazione rispetto alla quantità e qualità della spesa complessivamente sostenuta per organizzare un evento;
2. una possibile tendenza alla crescita degli oneri per il funzionamento del soggetto organizzatore (ad esempio, personale dipendente e collaboratori, spese di missioni più o meno pertinenti) e non per la realizzazione dell'evento in senso stretto;
3. una limitata capacità di fare funding raising presso potenziali sponsor privati, visto il carattere compensativo delle risorse finanziarie pubbliche.

Inoltre, oggi, alcuni eventi – anche nel campo della cultura – possono conseguire un proprio livello di sostenibilità senza il supporto delle risorse finanziarie pubbliche. Stiamo ovviamente parlando di alcuni eventi – una minoranza "illuminata" – che hanno la caratteristica di generare un elevato magnetismo di turisti e visitatori interessati all'evento con una loro rilevante capacità di spesa individuale. Un evento, ad esempio, che richiama, anche dall'estero, migliaia di appassionati (nei campi più disparati, dall'arte figurativa sino ad un determinato genere musicale per arrivare ad una data disciplina sportiva), pur di vivere, partecipare e godere – tutti assieme – di questa esperienza sociale e culturale può conseguire, qualora sia possibile far pagare un ticket individuale di accesso, una sostenibilità economica significativa. Ma, nel momento in cui un evento "richiama" migliaia di appassionati, si genera un incentivo forte per molte imprese for profit ad essere presenti in loco per mostrare, agli appassionati, i propri prodotti e servizi. E, di conseguenza, il soggetto organizzatore dell'evento potrà beneficiare di un'altra entrata addizionale proveniente dagli sponsor privati. Diverse manifestazioni sportive – anche non agonistiche – oramai hanno questa caratteristica. Per gli appassionati di bici, possiamo citare alcuni esempi di eventi che si svolgono nel nostro paese: la Maratona delle Dolomiti accetta sino a 9mila partecipanti (tale limite è indotto da ragioni di sicurezza per il transito nelle strade), ciascuno dei quali paga una quota di iscrizione pari a circa 200 euro; la Nove Colli a Cesenatico attrae circa 12mila iscritti, ciascuno dei quali versa circa 120 euro; l'Eroica che si svolge nel Chianti con 5mila partecipanti e circa 90 euro di iscrizione individuale. I soggetti organizzatori di questi eventi ciclo-amatoriali – oltre a avere tali entrate complessive – beneficiano dell'apporto

finanziario di numerosi sponsor legati al sistema produttivo del ciclismo (produttori di bici, di integratori alimentari, di caschi, di abbigliamento tecnico, di elettronica, etc..). Sicuramente, nel campo degli eventi culturali (per esempio, un concerto), gli spazi accessibili a migliaia di appassionati sono limitati, e questo soprattutto nella nostra regione, inducendo inevitabilmente una riduzione delle opportunità in termini di realizzazione di eventi capaci di conseguire una propria sostenibilità economica. Ma non è così sempre e comunque: se una città è dotata di impianti capaci di ospitare concerti di rock star importanti, ebbene, per la realizzazione di essi non sono certo necessari i finanziamenti pubblici!

Da questo punto di vista, l'Umbria degli eventi culturali sembra "in ritardo". In altri termini, la nostra regione – pioniera in Italia nella creazione di eventi di "prima generazione" fondati sulla cultura – si è appoggiata molto sull'esistenza di risorse finanziarie pubbliche (per esempio, dalla Regione o dalle fondazioni bancarie), ma assai meno sulla capacità di generare eventi culturali "di seconda generazione", ossia capaci di conseguire propri e autonomi livelli di auto-finanziamento. I fattori che spiegano ciò possono essere diversi:

- la limitazione di spazi all'aperto ben organizzati e funzionali capaci di ospitare migliaia di persone paganti;
- l'organizzazione di eventi di "nicchia" (balletto, musica jazz, etc..) che necessariamente si svolgono in spazi ristretti (teatri, etc..) dove può accedere solo un numero limitato di persone interessate;
- l'organizzazione di eventi gratuiti, dove le persone possono accedere senza dover pagare un ticket (ad esempio, nel caso di Umbria Jazz, da sempre vi sono oneri connessi alla realizzazione di tali eventi. Assai plausibilmente, se UJ fosse basato solo sui concerti a pagamento, il fabbisogno di risorse finanziarie pubbliche si ridurrebbe in modo enorme).

Per evitare simili distorsioni organizzative diviene importante la capacità delle istituzioni pubbliche di monitorare il soggetto organizzativo di un evento culturale, spesso di natura privatistica anche se nell'ambito di organizzazioni non profit (associazioni, fondazioni, comitati ecc.). Il monitoraggio delle istituzioni pubbliche può realizzarsi ad almeno due livelli:

- a livello di governance, avendo propri rappresentanti in senso agli organi formali di funzionamento del soggetto organizzativo;
- a livello di valutazione, con un'attenta revisione – anche nella logica della spending review – delle spese storicamente sostenute, nonché, come abbiamo cercato di evidenziare, di misurazione dell'impatto economico di breve periodo a livello locale.

In questo modo, le istituzioni pubbliche non assolvono solo ad un mero compito di finanziatori ma anche di governance dell'evento nonché di valutatori dell'opportunità economica di un suo finanziamento nel caso in cui esso sia temporalmente ricorrente.

## Gli eventi culturali nell'ottica di medio-lungo periodo: "costruttori" di modelli di sviluppo strutturale di tipo economico e sociale?

Gli eventi possono dunque generare effetti economici e sociali positivi nel breve periodo. Ma, purtroppo, troppo spesso questi eventi determinano una sorta di "economia intermittente": gli operatori economici sono molto soddisfatti durante l'evento ma, una volta concluso, i loro fatturati tornano all'ordinaria attività. Quindi, gli effetti economici di un evento, per quanto positivi e significativi, restano temporalmente limitati. E, ovviamente, questa economia urbana e locale "a fisarmonica" non determina un suo cambiamento strutturale. Tutti gli operatori economici non modificano i loro assetti produttivi e organizzativi e non procedono a nuovi investimenti, data la temporaneità degli effetti economici dell'evento.

È quindi necessario immaginare se e come un evento possa divenire un "locomotore" di un nuovo modello di sviluppo strutturale di tipo economico e sociale a livello locale.

Si tratta di una sfida importante. Gli eventi non sono più visti come "meteore" destinate rapidamente a tramontare, ma veri e propri driver della metamorfosi della città e del suo contesto territoriale.

È evidente che taluni presupposti fondamentali affinché un certo evento possa generare un cambiamento strutturale sono:

- la sua elevata reputazione in termini di valore culturale, artistico o musicale;
- la notorietà – quasi una sorta di unicità – dell'evento nel panorama non solo nazionale;
- la sua visibilità – anche mediatica – tale da rafforzare le componenti reputazionali e di notorietà;
- la sua ricorrenza temporale, e non l'occasionalità dell'evento;
- la capacità dell'evento di attrarre e mobilitare un'elevata qualità del capitale umano coinvolto in esso, anche di tipo internazionale.

Di fronte ai presupposti sopra specificati, che ovviamente richiedono anche molti anni prima di raggiungere elevati standard nazionali e internazionali, è possibile – ma non certo – che un simile evento possa indurre una metamorfosi dell'economia e della società locale.

Insomma, non c'è determinismo ma una specifica volontà politica collettiva di rendere l'evento un vero e proprio driver del cambiamento strutturale. E tale volontà, per manifestarsi, deve anche mobilitare nuove risorse umane e finanziarie addizionali per perseguire tale obiettivo.

Ci sono almeno quattro traiettorie – tra loro non alternative ma complementari e simbiotiche – nella metamorfosi del modello locale di sviluppo economico e sociale che possono dunque essere indotte da un evento.

La prima traiettoria è quella connessa alla generazione di talenti. Nel mondo della cultura in senso lato, - da quella letteraria a quella scientifica passando per quella artistica e musicale – un evento può diventare l’incubatore di nuove idee con nuovi protagonisti, può contribuire ad attrarre, in qualità di residenti, una classe sociale giovane e creativa e può influenzare i percorsi di persone talentuose che vivono nel contesto locale. Insomma, un evento – opportunamente governato – può “seminare” genialità e creatività al passo con innovazioni conseguenti. E sviluppare, in una città, un capitale umano di talento innesca dinamiche virtuose e dense di possibili “grappoli” di micro-innovazioni sociali e culturali, con effetti anche di tipo economico.

La seconda traiettoria mira a potenziare l’attrattività turistica ben oltre il periodo dell’evento. Attrarre turisti proprio perché una specifica città si identifica con un evento, ma in un periodo differente da esso, non è certo una politica facile. Tuttavia, per poterla perseguire, occorrono investimenti mirati e specifici. Ad esempio, se nella percezione collettiva Perugia si identifica, almeno in parte, con una vocazione storica manifatturiera nell’industria dolciaria, in particolare nella produzione di cioccolato di qualità e l’evento Eurochocolate rafforza, in parte, la rappresentazione di tale percezione, allora la città deve dotarsi di nuovi attrattori turistici che, in modo strutturale, possano offrire nuove esperienze a turisti richiamati a visitare la dimensione culturale cittadina, ma anche la sua vocazione cioccolatiera. In modo simile, se l’identità di Perugia si fonda sull’evento Umbria Jazz, progettare e modellare una parte del suo centro storico, in termini di locali commerciali e ristorativi, rispetto a tale dimensione, costituisce un valore aggiunto per tutti gli operatori, nonché una fonte di nuovo magnetismo turistico.

Una terza traiettoria attiene alla generazione di filiere territorializzate capaci di offrire beni e servizi per la produzione di eventi, riducendo quindi la dipendenza da operatori economici esogeni al contesto locale. Si tratta di una strategia, per quanto possibile, di internalizzazione di parti di filiere che oggi avvantaggiano altri territori regionali. È, per taluni aspetti, una politica simile a quella che avviene, in campo manifatturiero, con le strategie di back reshoring che alcune imprese del made in Italy stanno realizzando rispetto agli international outsourcing degli ultimi venti anni. In altri termini, data la pluralità di eventi che si organizzano, ogni anno, in Umbria, sebbene essi possano essere dissimili tra loro per molti aspetti, ci possono essere le condizioni per identificare beni e servizi di comune interesse per ciascuno di loro. In questo modo, l’aggregazione di una specifica domanda di beni e servizi in Umbria potrebbe consentire lo sviluppo di nuove attività connesse alle filiere culturali, riducendo la scala territoriale di tali approvvigionamenti.

La quarta traiettoria attiene alla formazione di un capitale umano qualificato perlomeno a due livelli: nel campo artistico in senso stretto e nel campo del management degli eventi. In relazione al primo punto, ad esempio, il fatto che Perugia ospita da 50 anni Umbria Jazz, portando musicisti di fama internazionale, ma non sia diventata il luogo della formazione musicale non solo nazionale ma perlomeno europeo in questo genere musicale costituisce un limite dello sviluppo

e della metamorfosi sociale ed economica della città. Dobbiamo quindi immaginare che questa città possa divenire una capitale europea nella formazione musicale di giovani talenti. Le istituzioni culturali capaci di perseguire tale traiettoria non mancano. Esiste poi una domanda di managerialità nell'organizzazione, nella gestione e nella visione strategica degli eventi. Competenze artistiche e culturali, innervate in una cultura di management, possono contribuire ad elevare le capacità attuali dei soggetti che organizzano eventi, nonché a generarne di nuovi nel tessuto regionale. Si tratta, in altri termini, di immaginare percorsi altamente qualificati per formare profili manageriali di alto livello che, tra l'altro, in futuro potrebbero divenire "appetibili" anche per gli organizzatori di eventi localizzati in altre regioni. D'altra parte, storicamente, un pool di imprese umbre, in passato, sono state vere e proprie palestre di managerialità nel campo dell'internazionalizzazione, del retailing e dell'innovazione nel marketing (basti pensare a Ellesse, Buitoni-Perugina e Luisa Spagnoli), con manager che successivamente hanno svolto la propria carriera in altre imprese e in altri contesti territoriali.

In definitiva, gli eventi culturali possono, con il supporto delle policies, divenire catalizzatori di un processo di metamorfosi sociale ed economica di una città. Si tratta di far leva su di essi per potenziare la reputazione e il patrimonio intangibile di un territorio, con impatti evidenti di marketing urbano. È sufficiente pensare a città e luoghi che hanno beneficiato degli effetti della notorietà connessa alla realizzazione di film oppure di eventi sportivi (come le olimpiadi o i campionati mondiali di una determinata disciplina).

## Conclusioni

L'analisi svolta ha consentito di "vedere" un'Umbria protagonista nel campo degli eventi culturali a livello nazionale. Un protagonismo che nasce storicamente e che nel corso del tempo si è rafforzato – anche grazie alla nascita di nuovi eventi, come ad esempio il festival del giornalismo a Perugia.

C'è dunque un capitale sociale, anche di tipo comunitario, all'interno del quale, in questa regione, si generano energie positive in termini di ideazione di nuovi eventi e di organizzazione di altri già storicamente consolidati.

Il patrimonio diffuso ed articolato in tutta la regione di organizzazioni non profit – dalle associazioni alle fondazioni sino ai comitati nei diversi settori di attività (da quello artistico a quello musicale sino ad arrivare a quello sportivo) – costituisce un ecosistema dal quale sovente tali nuove idee si generano.

In questo contesto regionale, tuttavia, nonostante molti eventi di successo a livello nazionale ed internazionale, la sensazione prevalente è quella delle "meteore": si fanno eventi culturali ma

l'eredità strutturale – e soprattutto la capacità di metamorfosi della città – resta limitata. In altri termini, sembra prevalere un'energia collettiva per la fase ideativa e realizzativa di un evento, piuttosto che per far divenire quest'ultimo il "locomotore" della trasformazione urbana e territoriale.

Insomma, in Umbria celebriamo il "successo" di un evento, ma troppo spesso ci fermiamo a questo orizzonte di breve periodo, senza tuttavia trarne tutte le dovute implicazioni. Potrebbe invece essere utile, sul piano delle policies regionali:

- istituire un osservatorio regionale sugli eventi, specie per quelli temporalmente ricorrenti e che beneficiano di risorse finanziarie pubbliche, in modo da rendere trasparente tale processo allocativo;
- prevedere analisi di impatto economico e sociale degli eventi per i quali vengono erogate risorse finanziarie pubbliche al fine di evitare che le stesse vadano a favorire eventi "distruttori" di ricchezza, rivolti solo essenzialmente a residenti e incapaci di generare magnetismo di turisti;
- nell'ambito dell'istituzione regionale, avere un team altamente qualificato costituito tra tutti gli assessorati interessati il quale si occupi di quattro funzioni: 1. analizzare e allocare risorse finanziarie pubbliche; 2. coordinarsi con altri soggetti finanziatori di eventi nella nostra regione (come le sei fondazioni bancarie o la Camera di Commercio); 3. monitorare e valutare l'impatto economico e sociale degli eventi; 4. far parte della governance del soggetto organizzativo dell'evento. In altri termini, l'istituzione pubblica non può né deve essere un mero finanziatore ma deve essere parte (anche se ovviamente non esclusiva) dell'intero processo decisionale che attiene alla realizzazione di un evento;
- promuovere e incentivare la nascita di nuovi eventi di "seconda generazione", ossia quelli che, dopo la fase dello start up, non hanno strutturalmente necessità di denaro pubblico, essendo essi stessi capaci di conseguire livelli di sostenibilità finanziaria in modo autonomo.

Invece, in un'ottica di medio-lungo periodo, qualora si voglia assegnare agli eventi culturali un ruolo "trasformativo" dell'economia e della società regionale, traendone molte innovazioni territoriali e sociali conseguenti, non possiamo limitare l'analisi degli eventi ad una mera logica di impatto economico e sociale di breve periodo. Se gli eventi devono essere, nella volontà politica, soggetti di metamorfosi del modello strutturale di sviluppo economico e sociale, una nuova idea di policies diviene necessaria. Tra queste possibili linee da esplorare vi sono:

- il potenziamento di filiere territorializzate a supporto della progettazione e realizzazione di eventi culturali, esplorando possibili sinergie tra di essi. È chiaro che questo aspetto pone il tema centrale in un dibattito pubblico di non solo quanta numerosità di eventi si possono avere in una regione come l'Umbria ma anche e soprattutto quanta diversificazione è

sostenibile se vogliamo costruire sinergie di filiera tra di essi. Si tratta in altri termini di "fare sistema" tra i diversi eventi culturali regionali, soprattutto quelli di maggiore importanza;

- la "generazione" di strutture tangibili e intangibili di tipo permanente nel territorio dove si tiene un evento di successo: a Perugia, un museo della musica jazz che riprende, anche con materiale audio-visivo, la storia di Umbria Jazz oppure un luogo esperienziale sul cioccolato (connesso all'evento Eurochocolate) può divenire un attrattore di turisti indipendentemente dall'evento stesso;
- la formazione di capitale umano qualificato ad esempio per giovani musicisti specializzati nel jazz (con riferimento a Umbria Jazz) o nella danza (per richiamare il Festival dei Due Mondi di Spoleto). La presenza nella nostra regione di molte istituzioni di grado universitario può assecondare tale traiettoria (basti pensare alla presenza di due conservatori musicali, un'accademia di belle arti, dell'Università per Stranieri e dell'Università di Perugia);
- la formazione di capitale umano qualificato nel campo del management degli eventi culturali. Si tratterebbe di una ipotetica scuola di alta formazione, di alta visibilità e reputazione, fondata su un team altamente qualificato di docenti provenienti da tutta Europa, che potrebbe nascere dalla collaborazione istituzionale dei due Atenei umbri unitamente ad altre istituzioni italiane e estere. Grazie a tali iniziative sarà possibile potenziare le capacità organizzative degli eventi attuali (ad esempio, in termini di capacità di trovare sponsor) nonché di far nascere eventi di "seconda generazione".

La sfida dei prossimi anni, dunque, sta proprio in questo passaggio da una visione degli eventi culturali schiacciata sul breve periodo ad orizzonti temporali più estesi.

In sintesi, in molti casi, l'Umbria è una regione di "invenzione" di eventi culturali, anche pionieristici rispetto al resto di Italia, ma non ancora e pienamente una regione di "innovazione" nel modello socio-economico derivante da essi.

Moltissimo si è fatto, molto si può ancora fare.



## Bibliografia

- B. Bracalente - L. Ferrucci et al., *Eventi culturali e sviluppo economico locale*, Franco Angeli, Milano, 2008
- B. Bracalente - L. Ferrucci et al., *Gli effetti economici degli eventi culturali: la mostra del Pintoricchio a Perugia*, in «Economia della Cultura», n. 1, 2010
- B. Bracalente - L. Ferrucci et al., *The Economic Effects of the Pintoricchio Exhibition*, «Event Management» n.15 (2), 2011
- B. Bracalente - L. Ferrucci et al., *The economic impact of cultural events: the Umbria Jazz music festival*, in «Tourism Economics», n. 17 (6), 2011
- C. Chirieleison - A. Montrone - L. Scrucca, *Measuring the Impact of a Profit-Oriented Event on Tourism: The Eurochocolate Festival in Perugia, Italy*, in «Tourism Economics», Vol. 19, Issue 6, 2013
- C. Chirieleison - N. Minelli, *Mini-eventi e partecipazione dei commercianti*, in Ferrucci L. (a cura di), *I centri storici delle città tra ricerca di nuove identità e valorizzazione del commercio. L'esperienza di Perugia*, Franco Angeli Editore, Milano, 2013
- L. Ferrucci, *I centri storici delle città tra ricerca di nuove identità e valorizzazione del commercio. L'esperienza di Perugia*, Franco Angeli Editore, Milano, 2013
- L. Ferrucci et al., *Enhancing The Tourism Image of Italian Regions Through Urban Events: The Case Of Steve McCurry's "Sensational Umbria" Exhibition*, in N. Bellini (a cura di), *Tourism in the City*, Springer Ed., London, 2017
- L. Ferrucci, *Intervento in occasione del Convegno di presentazione del Rapporto di Ricerca sull'impatto economico del Festival Umbria Jazz 2018*, Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia, 21 settembre 2018
- L. Ferrucci, *Turismo culturale tra attrattività, sostenibilità e connettività*, in «Passaggi. L'Umbria nel futuro», n. 1/2018

## Come i grandi eventi possono favorire lo sviluppo dell'economia locale: una proiezione su Umbria Jazz nel suo cinquantenario

*In questo momento mi trovo a Perugia, c'è un festival di musica jazz.  
Sto passeggiando in una città bellissima, immersa nella musica  
in ogni ora del giorno e della notte.  
C'è un'atmosfera incredibile, tanto fermento, musica in ogni angolo,  
palchi sparsi per la città dove si alternano musicisti straordinari.  
Credimi, una sensazione mai provata.  
Il prossimo anno dobbiamo assolutamente organizzarci e venire!*  
(conversazione telefonica captata da un passante in Corso Vannucci)

L'importanza degli eventi e delle istituzioni culturali per lo sviluppo delle città e dei territori che li ospitano è universalmente riconosciuta e scientificamente dimostrata grazie al contributo di studi numerosi e multidisciplinari.

Le attività culturali, oltre a produrre positive ricadute in termini economici, possono essere in grado di attivare rilevanti cambiamenti negli assetti urbani e sociali e indurre processi di modernizzazione, riqualificazione e trasformazione, generando conseguenze di varia natura.

Quelle socioculturali sono connesse all'aumento della consapevolezza della comunità ospitante e della sua identificazione con i luoghi coinvolti, per cui gli eventi artistici possono diventare importanti elementi di coesione sociale. In generale, la cultura ha in sé la grande forza di accrescere la qualità della vita della popolazione e forgiare lo sviluppo della personalità, e dunque la crescita, delle giovani generazioni.

Vi è una conseguenza di visibilità e reputazione, perché eventi di qualità riescono a esperire un'azione di marketing notevole per la costruzione del brand dei luoghi ospitanti e si trasformano in potenti strumenti di comunicazione per pubblicizzarli e farli conoscere a un nuovo pubblico.

Vi sono ricadute di natura economica, collegate all'incremento del fatturato degli operatori locali (negozianti, albergatori, ristoratori) e degli incassi per una maggiore fruizione degli attrattori culturali da parte dei visitatori e agli effetti propulsivi generati dalla macchina organizzativa, che

possono diventare strutturali laddove implicino un potenziamento del tessuto produttivo coinvolto nella realizzazione dell'evento e di tutto l'indotto fino alla creazione di nuovi posti di lavoro.

Vi è poi un impatto fisico e ambientale positivo, quando riguarda ad esempio gli interventi di riqualificazione urbana per rendere più gradevoli i luoghi dell'accoglienza, a beneficio dell'intera comunità locale, ma che può anche provocare conseguenze indesiderate, connesse al superamento della capacità di carico, ovvero al numero massimo di persone che possono trovarsi in un determinato luogo nello stesso momento, perché un sovrappopolamento eccessivo può apportare danni agli aspetti fisici, ambientali, socioculturali e ridurre la soddisfazione dei visitatori stessi.

In ogni caso, l'ampiezza degli effetti positivi, soprattutto in territori caratterizzati da una redditività generale scarsa, giustifica ampiamente l'intervento pubblico o di soggetti terzi a sostegno dei festival culturali, perché le esternalità che si generano vanno ben al di là del mero ritorno in termini di maggiore attrazione turistica. Questo è uno dei motivi per cui in questo ambito il finanziamento pubblico segue criteri non strettamente economici e mira a garantire la realizzazione di una produzione superiore rispetto a quanto riesce a fare il mercato, dal momento che le attività culturali sono considerate "beni meritori" perché soddisfano bisogni importanti per la collettività.

Tra le numerose conseguenze prodotte su un territorio dalla realizzazione di un evento culturale, quelle economiche possono essere in qualche modo stimate. E questo tentativo di misurazione è persino doveroso, per gli obblighi di trasparenza cui sono soggette le pubbliche amministrazioni, le fondazioni coinvolte, le imprese sponsor e partner e per allocare in modo efficiente e ottimale le sempre più limitate risorse pubbliche locali e nazionali dedicate a questo scopo.

## La spesa pubblica per i servizi culturali e ricreativi

In Italia, la spesa pubblica del Sistema Pubblico Allargato (SPA)<sup>1</sup> nel settore dei servizi culturali e ricreativi<sup>2</sup>, che nel 2004 raggiungeva i 23,3 miliardi di euro, si è più che dimezzata negli anni

---

<sup>1</sup> Il Settore Pubblico Allargato considerato nella banca dati dei Conti pubblici territoriali è costituito dall'insieme dei diversi soggetti appartenenti alla Pubblica Amministrazione (Amministrazioni centrali, regionali, locali) e dai soggetti extra PA (Imprese Pubbliche nazionali, regionali e locali), a cui il settore pubblico ha esternalizzato alcune funzioni.

<sup>2</sup> Il settore Cultura e servizi ricreativi comprende: la tutela e valorizzazione del patrimonio artistico e culturale; i musei, le biblioteche, le pinacoteche e i centri culturali; i cinema, i teatri, e le attività musicali; le attività ricreative (parchi giochi, spiagge, aree di campeggio e relativi alloggi ammobiliati su base non commerciale, piscine, casinò e sale da gioco) e sportive; gli interventi per la diffusione della cultura e per le manifestazioni culturali, laddove non siano organizzate primariamente per finalità turistiche; le sovvenzioni, la propaganda, la promozione e il finanziamento di enti e strutture a scopi artistici, culturali e ricreativi; le sovvenzioni per i giardini e i musei zoologici; le iniziative per il tempo libero; i sussidi alle accademie; le iniziative a sostegno delle antichità e delle belle arti; gli interventi per il sostegno alle attività e alle strutture dedicate al culto.

successivi, fino a toccare i 9,6 miliardi di euro nel 2016, per poi stabilizzarsi intorno agli attuali 11 miliardi di euro circa.

Anche in Umbria tale spesa nell'ultimo ventennio si è più che dimezzata (nel 2020 ammonta a 162,2 milioni di euro) e dal punto di vista pro capite finisce per allinearsi alla media nazionale (circa 176 euro nominali).

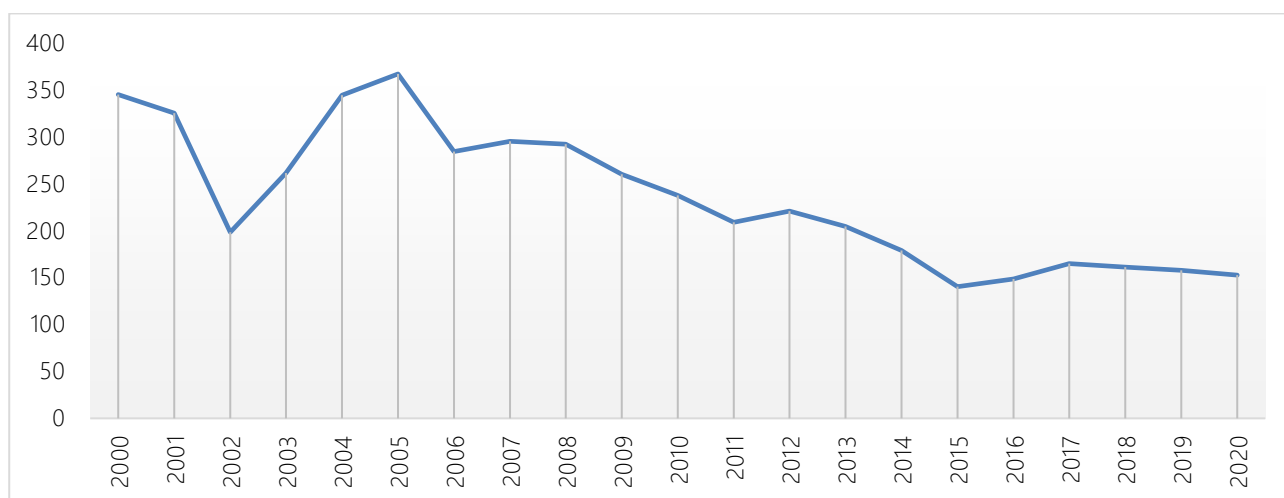
La spesa pubblica per cultura è erogata per la maggior parte dalle amministrazioni centrali, in Umbria più che in Italia (64% contro 52%) e per oltre un quarto dalle amministrazioni locali. Residuale (2,5% in Umbria) è il contributo del livello regionale (quota che in Italia sale all'8,7%), che in valore assoluto si traduce in una spesa di 4,3 milioni di euro nel 2020, lo 0,2% della spesa totale consolidata regionale (0,7% in Italia).

### Articolazione della spesa per servizi culturali e ricreativi del SPA per soggetti (media 2019-2020)

	Umbria	Italia
Amministrazioni Centrali	63,7%	52,0%
Amministrazioni Locali	26,0%	25,6%
Amministrazioni Regionali	2,5%	8,7%
Imprese pubbliche locali	1,0%	7,0%
Imprese pubbliche Regionali	6,7%	6,7%
Totale complessivo	100,0%	100,0%

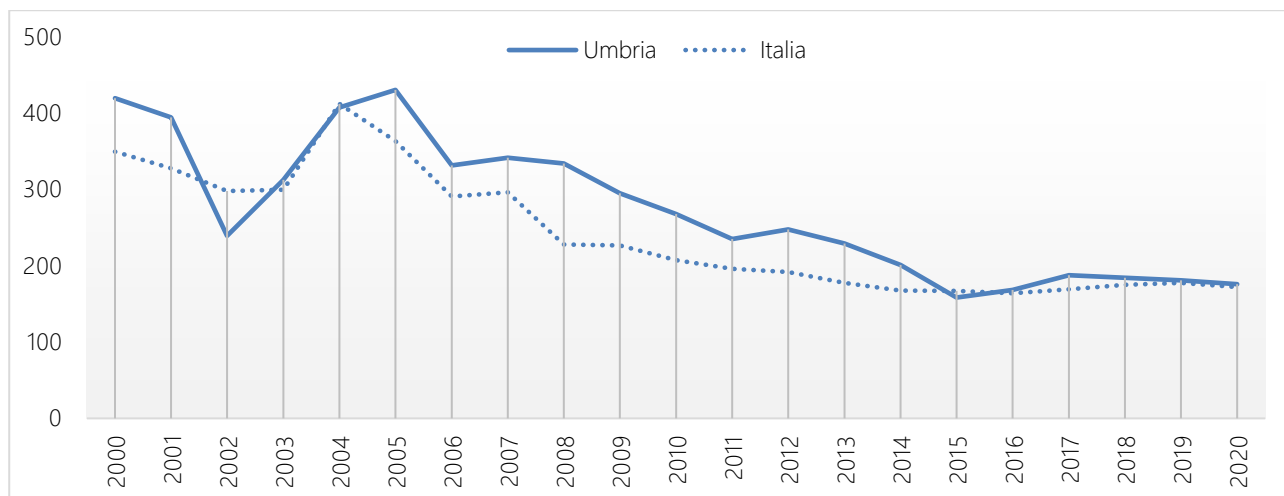
Fonte: elaborazioni AUR su Conti Pubblici Territoriali

### Spesa per i servizi culturali e ricreativi del SPA in Umbria (milioni di euro reali, base 2015)



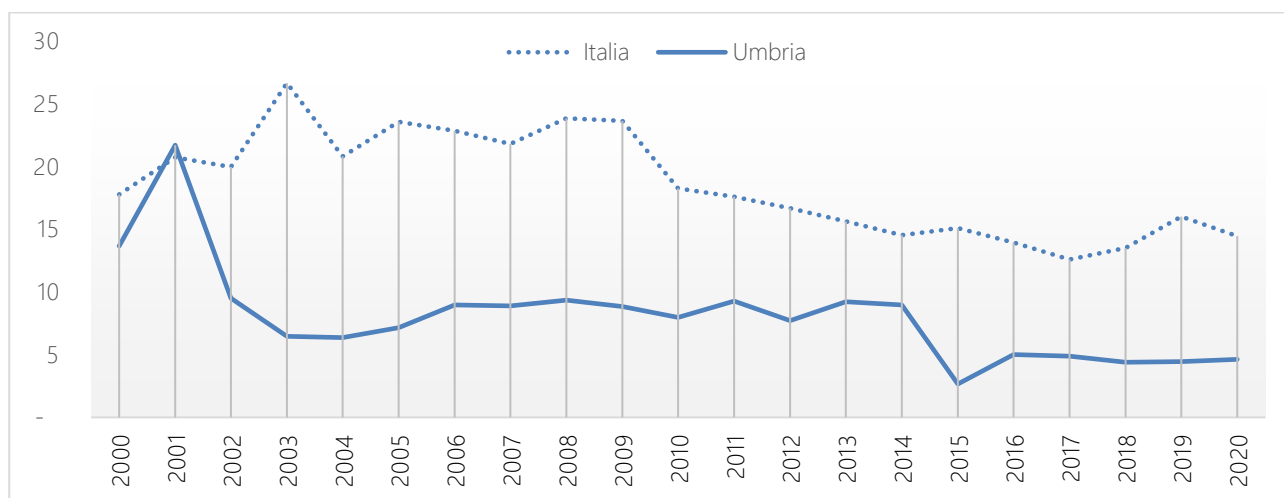
Fonte: elaborazioni AUR su Conti Pubblici Territoriali

Spesa per servizi culturali e ricreativi del SPA in Umbria e in Italia (euro pro capite reali, base 2015)



Fonte: elaborazioni AUR su Conti Pubblici Territoriali

Spesa dell'amministrazione regionale per servizi culturali e ricreativi (euro pro capite reali, base 2015)



Fonte: elaborazioni AUR su Conti Pubblici Territoriali

La limitatezza delle risorse disponibili destinate alla cultura rende dunque sempre più necessario interrogarsi sul portato culturale e socioeconomico delle singole manifestazioni. Ciò, con la consapevolezza che i contributi finanziari delle istituzioni pubbliche destinati a tali eventi – grazie agli ampi effetti diretti, indiretti e indotti che si estendono al sistema produttivo per mezzo dei legami intersettoriali – producono ricadute positive non circoscrivibili al sostentamento dell'istituzione culturale e dell'organizzazione della manifestazione, ma che si ripercuotono beneficamente sull'intera economia locale.

In questo contributo si intende dare conto dell'attivazione economica di uno dei maggiori e tra i più longevi eventi culturali che caratterizzano il territorio umbro, il festival di Umbria Jazz.

## Il caso di Umbria Jazz

Umbria Jazz quest'anno compie mezzo secolo. L'evento vede i suoi natali nel lontano 1973 e in quell'occasione il richiamo di folla fu assolutamente inaspettato: in Italia non si era mai verificato un festival di musica itinerante e gratuito di quelle proporzioni. Da allora, fatte salve due pause di una manciata di anni, UJ ha continuato a vivere e a crescere, con la sua storia, le sue vicissitudini, le sue trasformazioni, assicurando tuttavia al suo pubblico sempre grandi emozioni. Non sbaglia Carlo Pagnotta, fondatore, direttore artistico e anima del festival, nel dire che "oggi l'Umbria è conosciuta per San Francesco e per UJ". In effetti, il ruolo di UJ nel veicolare Perugia e l'Umbria in Italia e nel mondo è un dato acclarato.

L'edizione estiva di UJ a Perugia viene considerata tra i primi tre festival jazz più gettonati al mondo. Il direttore artistico di Montréal (il festival più grande di tutti), in occasione di un dibattito pubblico, chiese perché mai gli artisti, quando hanno il *day off* in Europa, solo a Perugia vogliono rimanere tutti un giorno in più: "Perché non vi è altro posto dove, per dieci giorni, dalla mattina alla notte, è possibile ascoltare musica in questo modo, tra le cornici dell'Arco Etrusco e della Fontana Maggiore", fu la risposta.

Ciò per dire che UJ si è trasformata negli anni da mero evento culturale per amanti di jazz a ben altro. Come per molte grandi occasioni di richiamo culturale, consistenti (e scientificamente dimostrate) sono le ricadute economiche positive che si generano, dalla spesa sostenuta dalla complessa macchina organizzativa dell'evento e da quella attivata dai visitatori che vengono da tutte le parti d'Italia e del mondo. Ma vi è di più: le conseguenze positive sul territorio non si fermano agli effetti suscettibili di misurazione, ovvero all'aumento della produzione locale o all'aumento dei turisti, con tutto ciò che ne consegue. Vi è da considerare tutta una serie di impatti, forse i più importanti, anche perché duraturi, che sfuggono a ogni tentativo di quantificazione: attengono alla sfera del marketing, cioè alla capacità di diffondere la conoscenza e la promozione dell'immagine del territorio, con benefici in termini di valorizzazione, attrattività, dunque di sviluppo turistico. E attengono anche alla capacità di stimolare la crescita socioculturale della comunità che quel territorio lo abita.

## Potenziamenti positivi di UJ

Sociali	Crescita della qualità della vita Attrazione della popolazione giovane Maggiore identità e coesione sociale
Culturali	Aumento dell'offerta culturale Sostegno a istituzioni culturali Maggiore apertura internazionale Attrazione di talenti Arricchimento del capitale umano
Turistici	Crescita di presenze e arrivi Attrazione di nuovi segmenti turistici Incremento della spesa pro capite Crescita dell'attrattività internazionale Crescita delle infrastrutture ricettive Sviluppo del comparto
Urbani	Rinnovamento urbano Potenziamento dei servizi di trasporto

La peculiarità del festival jazz perugino, per come oggi è concepito, è quella di tenersi in una grande arena all'aperto, collocata nel meraviglioso scenario di un sito medioevale, che offre musica di continuo in diversi punti della città. Vi sono artisti per cui è necessario pagare un biglietto e vi sono artisti, moltissimi e di qualità, che si possono ascoltare gratuitamente, in qualunque ora del giorno e della notte.

Si può dire che UJ offra almeno tre festival in contemporanea: quello dell'Arena Santa Giuliana, fatto di "contaminazioni" (i grandi artisti "oltre" jazz, di grande richiamo); quello del Teatro Morlacchi e dei club e della Sala Podiani presso la prestigiosa Galleria Nazionale dell'Umbria, dove si può ascoltare lo *strictly jazz*; quello dei concerti gratuiti, diffusi da Piazza IV novembre ai Giardini Carducci, ma anche lungo Corso Vannucci, ove si spazia dal *gospel*, al *rhythm'n'blues*, al *funky*.

La scelta di una formula mista, ovvero solo in parte a pagamento, rende più difficile la sostenibilità economica del festival, ma garantisce un maggiore appeal e più benefiche ricadute sul territorio: insomma si è scelto di sacrificare la redditività della gestione a vantaggio della collettività.

La musica offerta gratuitamente copre più del 70% dell'offerta totale. Nell'edizione estiva 2023, su circa 140 esibizioni, oltre 100 sono quelle di cui può fruire il visitatore senza pagare un biglietto di ingresso<sup>3</sup>. Questo spiega il grande afflusso di visitatori richiamati nei dieci giorni di luglio, durante i quali l'acropoli perugina si vivacizza di colpo, con le attività commerciali (da quelle

---

<sup>3</sup> Nel dettaglio, si contano 109 concerti gratuiti, ai Giardini Carducci e in Piazza IV novembre, oltre alle street parade che si tengono due volte al giorno in Corso Vannucci. I concerti a pagamento sono 10 all'Arena Santa Giuliana, di cui 5 con doppio set, 9 alla Sala Podiani, 9 al Teatro Morlacchi.

ricettive, ai ristoranti e bar, ai negozi) e i sistemi di accesso alla città che mostrano un dichiarato picco di attività.

### *Cosa succede alla città?*

Le esternalità positive di cui beneficiano le attività commerciali e artigianali localizzate in prossimità delle location dei concerti sono state oggetto di analisi anche recenti.

Nel 2019<sup>4</sup>, 4 negozianti su 5 hanno dichiarato un maggior fatturato realizzato durante il periodo del festival; il 22% di essi lo hanno visto incrementare di oltre il 40%, il 26% del 30% circa. I negozi che hanno dichiarato una crescita del fatturato superiore al 40% sono, nell'ordine, pub e paninoteche (75%), ristoranti (43%), bar, gelaterie, pasticcerie, tabaccherie (oltre il 25%).

L'87% degli alberghi ha confermato una crescita dell'occupazione di camere in una misura superiore al 40% nel 44% dei casi e per quasi tutte le tipologie (nell'ordine, 3, 4 stelle e B&B, affittacamere, 5 stelle).

In generale, i commercianti del centro storico e i proprietari delle strutture ricettive dichiarano che UJ è la manifestazione che di gran lunga genera maggiori addizionalità di vendite o di occupazione delle camere rispetto ad altri eventi che si tengono a Perugia. Anche le strutture culturali cittadine (musei, chiese, mostre) registrano un notevole incremento di visitatori in quel periodo, per cui si può dire a tutti gli effetti che UJ costituisce in sé un potente locomotore anche per il sistema culturale locale.

La maggiore confluenza di persone nel centro storico della città è attestata anche dal grado di utilizzo del Minimetrò. I dati relativi agli ingressi registrati nei dieci giorni dell'evento mostrano un sostenuto balzo in avanti rispetto alla settimana antecedente. Nel 2019, la media giornaliera dal 12 al 21 luglio è stata infatti di quasi 15 mila accessi – a fronte dei 6 mila registrati nella prima settimana del mese – per un totale di 147.866 ingressi. Nell'edizione 2022, quando l'accesso al sistema di trasporto risentiva ancora delle misure per il contenimento della diffusione del Covid-19 (utilizzo di FFP2 all'interno delle vetture), durante i dieci giorni dell'evento il Minimetrò ha trasportato oltre 91 mila persone. Il dato più basso del 2022 risente della lenta ripresa post pandemia, tuttavia la media di 9.149 ingressi giornalieri (dall'8 al 17 luglio) ha continuato a superare di gran lunga il valore della settimana precedente (27 giugno-3 luglio), pari a 3.988. E comunque, poiché i flussi del Minimetrò registrati nella primavera dell'anno in corso sono visibilmente saliti rispetto al 2022, ovvero stanno tornando ai livelli pre-Covid, è verosimile ipotizzare che gli accessi del 2023 si potranno riallineare a quelli del 2019.

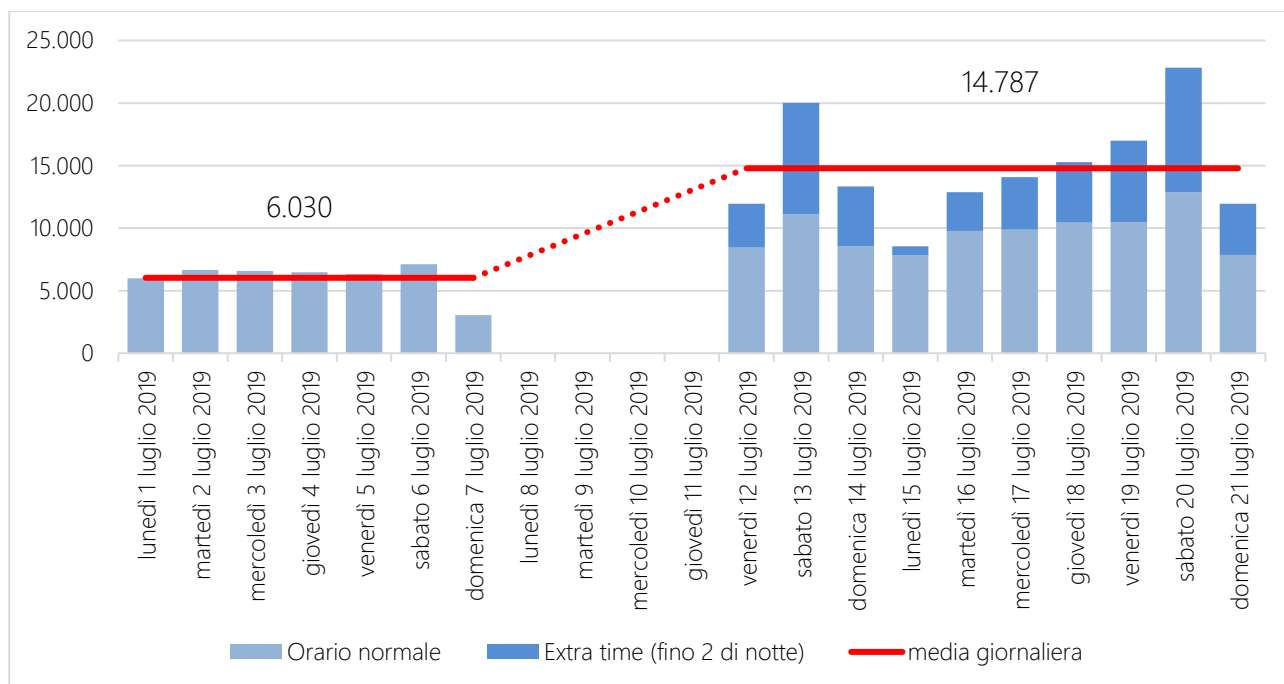
Ad ogni modo, anche i dati della mobilità pubblica ci dicono che Umbria Jazz, tra gli eventi cittadini di grande richiamo, è quello che fa registrare di gran lunga il maggior numero di utenze.

---

<sup>4</sup> Cfr. Forlani-Splendiani, 2019.

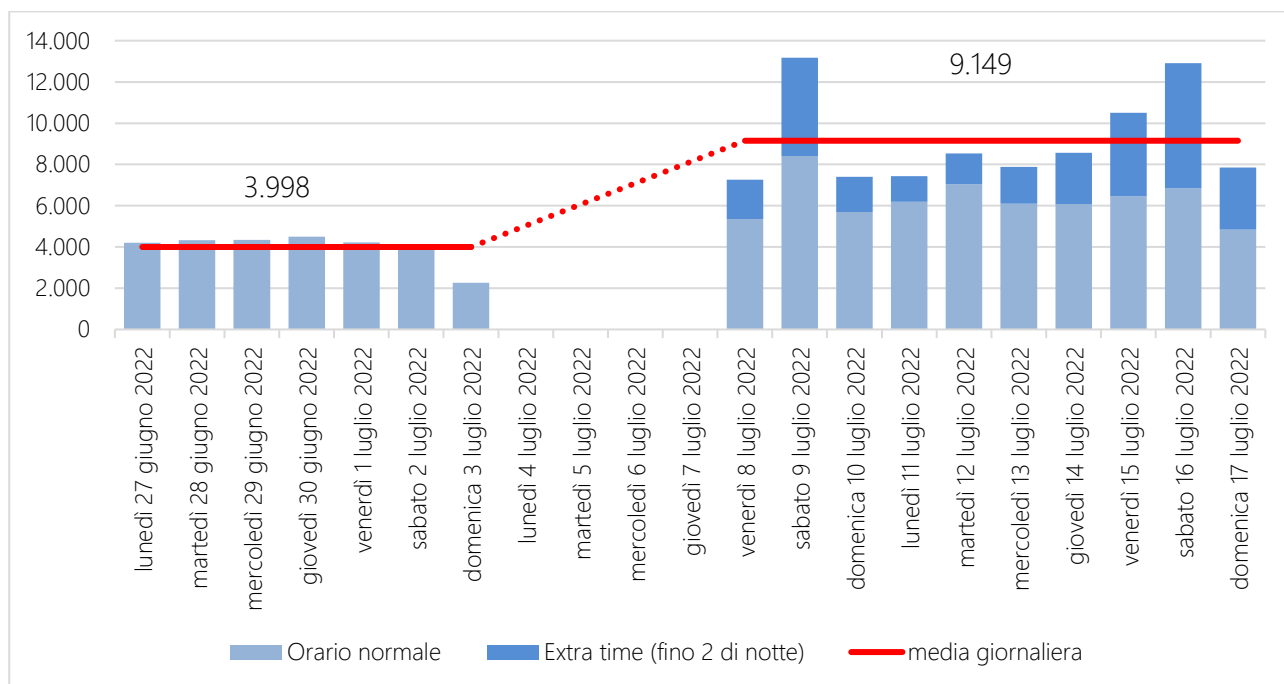


## Accessi Minimetrò edizione UJ 2019



Fonte: elaborazioni Aur su dati Ufficio servizi Minimetrò s.p.a.

## Accessi Minimetrò edizione UJ 2022



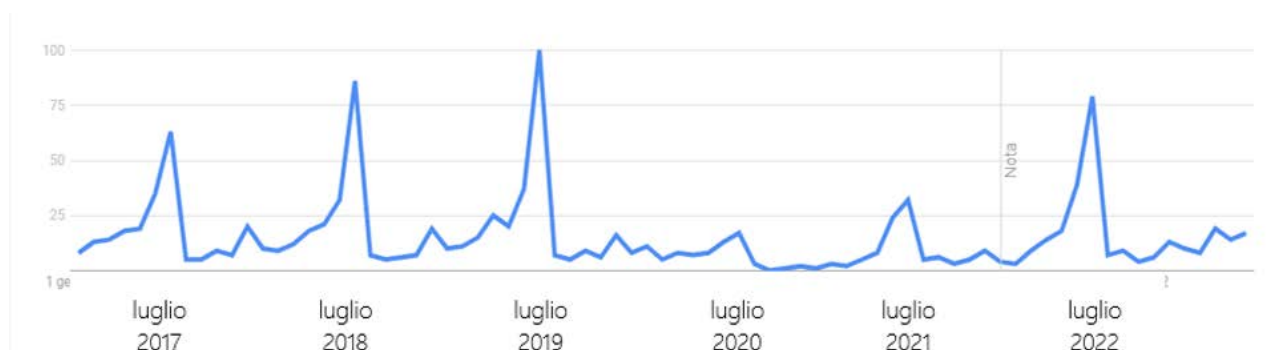
Fonte: elaborazioni Aur su dati Ufficio servizi Minimetrò s.p.a.

Durante i dieci giorni del festival Perugia diventa dunque una città indubbiamente molto più frequentata, a prescindere dalla motivazione che spinge il visitatore ad accedervi, segno tangibile

che la manifestazione costituisce in sé un motivo di richiamo comunque importante per molti, anche per i non appassionati di musica.

L'interesse verso la manifestazione si dimostra molto ampio anche a livello globale. Le ricerche riferite a "Umbria Jazz" provenienti da tutto il mondo registrano regolarmente un picco nel mese di luglio e dal 2017 al 2019 sono progressivamente aumentate; dopo l'inevitabile crollo del 2020 e l'accenno di risalita nell'anno seguente, il 2022 ha segnato un rapido ritorno verso la normalità, con il recupero di quasi l'80% del livello toccato con il picco pre-pandemico.

### "Umbria Jazz" nei motori di ricerca



Fonte: Google trends

### Alcuni numeri di UJ

Edizione	N. artisti/eventi/persone coinvolte	Utenze social
2016	450 musicisti per oltre 230 eventi	Oltre 1 milione di utenti, oltre 100.000 interazioni tra like e condivisioni, oltre 250.000 visualizzazioni video, oltre 4.000 commenti e retweet. Il sito ufficiale di UJ ha avuto oltre 100.000 visite e 600.000 visualizzazioni, con un aumento di oltre il 70% di pagine viste rispetto al 2015.
2018	oltre 500 artisti in 250 eventi	3 milioni di utenti (15 milioni dalla presentazione del programma); oltre mezzo milione le pagine viste nel sito ufficiale di UJ per 3 mila le ore passate dagli utenti (nel 10% dei casi stranieri).
2019	300 eventi, 12 location, 95 band con quasi 500 musicisti	Oltre 2 milioni di impressions totalizzate dai post pubblicati dall'account ufficiale di UJ su Facebook. Oltre 200.000 interazioni tra like, commenti e condivisioni. 232.548 visualizzazioni dei video per un totale di 94.300 minuti guardati su Facebook (1.572 ore, l'equivalente di 65 giorni). Un milione di impressions totalizzate su Instagram.
2022	Oltre 55 aziende e circa 600 persone coinvolte direttamente nell'organizzazione dell'evento	Sui canali ufficiali di UJ quasi 2 milioni di impressions per 42.000 video click, con una copertura della pagina di oltre 442.000 utenti. Su Instagram una media di 106.000 impressions giornaliere, con un totale di 1,1 milioni di visualizzazioni dei contenuti.

Fonte: sito ufficiale di UJ

## *Un'analisi dei bilanci di UJ*

Dall'analisi dei bilanci della Fondazione di partecipazione Umbria Jazz, che si riferiscono a tutte le attività organizzate nel corso dell'anno – dunque l'edizione estiva di Perugia, quella invernale di Orvieto e quella di Terni – emergono alcune evidenze di fondo.

Se si esclude l'anomalo biennio 2020-2021, nell'ultimo decennio il budget è visibilmente cresciuto: nel 2023 il valore della produzione supera i 6,5 milioni di euro e risulta più che doppio rispetto al 2014. Parallelamente sono aumentati anche i costi, soprattutto per le trasformazioni che hanno investito il modo di ascoltare la musica degli ultimi anni, che ha reso sempre più centrale il momento del concerto per la sostenibilità del mondo della musica e di conseguenza sempre più costoso l'allestimento e la fruizione dello stesso<sup>5</sup>. È significativo rilevare come il costo degli artisti sia passato dai 943 mila euro del 2016 ai circa due milioni di euro del 2018-2019, un livello analogo a quello previsto per l'anno in corso.

Come nella maggior parte degli eventi culturali di tale portata, la sostenibilità economica dell'organizzazione è messa a dura prova. Ospitare grandi artisti è un'operazione molto costosa e assicurare una macchina operativa per gestire tanti musicisti per tanti giorni richiede un lavoro complesso e altrettanto costoso. L'introito dei biglietti, anche per gli artisti di maggior appeal, è limitato dalla circoscritta capienza delle location disponibili a Perugia. In più, il format "misto", che prevede esibizioni gratuite, rende ancora più difficile l'equilibrio economico.

Non deve dunque sorprendere che la vendita dei biglietti riesca a coprire solo parzialmente i costi di produzione, in una misura che oscilla in un range tra un quinto e due quinti (fatta eccezione per il 2020-2021).

Dunque, il festival riesce a sopravvivere grazie soprattutto al contributo dei fondi pubblici e, pur in un contesto generalizzato di forte decremento del finanziamento pubblico alle attività culturali, per la manifestazione di UJ tale sostegno rimane significativo e continua ad avere un ruolo essenziale per la sua sostenibilità.

Nel loro insieme, i contributi pubblici risultano tendenzialmente crescenti nel tempo e in grado di coprire da circa un terzo a un po' meno della metà dei costi totali (tranne che per il biennio 2020-2021). A partire dal 2017, ovvero da quando la Fondazione è diventata beneficiaria di un contributo governativo annuale di un milione di euro<sup>6</sup>, la parte più rilevante dei contributi pubblici proviene dallo Stato. Un apporto molto importante viene assicurato anche dagli enti locali, con la Regione Umbria in prima fila e la partecipazione costante delle amministrazioni comunali di Perugia, Terni e Orvieto, e dalla Camera di commercio. Per l'edizione 2023 del cinquantenario lo

---

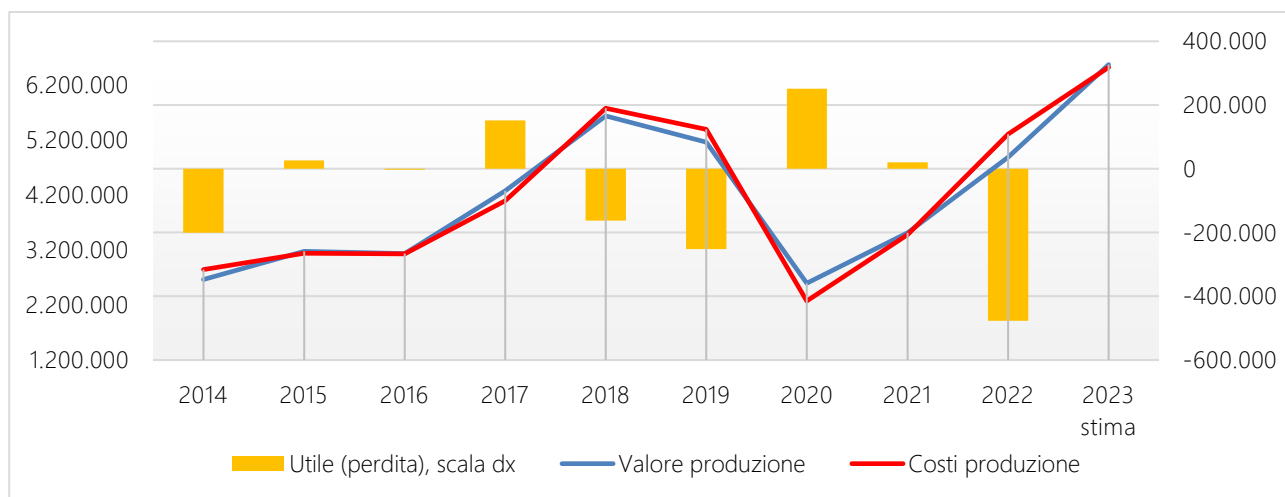
<sup>5</sup> Da ormai diversi anni, l'incredibile espansione delle piattaforme di streaming (che assicurano agli artisti pochi centesimi di euro di guadagno a ogni ascolto) e il contestuale crollo delle vendite di dischi (supporti fisici e musica digitale), hanno trasformato i concerti nella principale fonte di guadagno per gli artisti, con una conseguente lievitazione dei cachet, del costo per l'allestimento dei palchi, etc., e dunque del biglietto.

<sup>6</sup> A seguito della modifica della legge 20 dicembre 2012 n. 238 per il sostegno e la valorizzazione dei festival musicali.

sforzo delle amministrazioni locali appare ancora più rilevante e supera, nel complesso, il contributo statale.

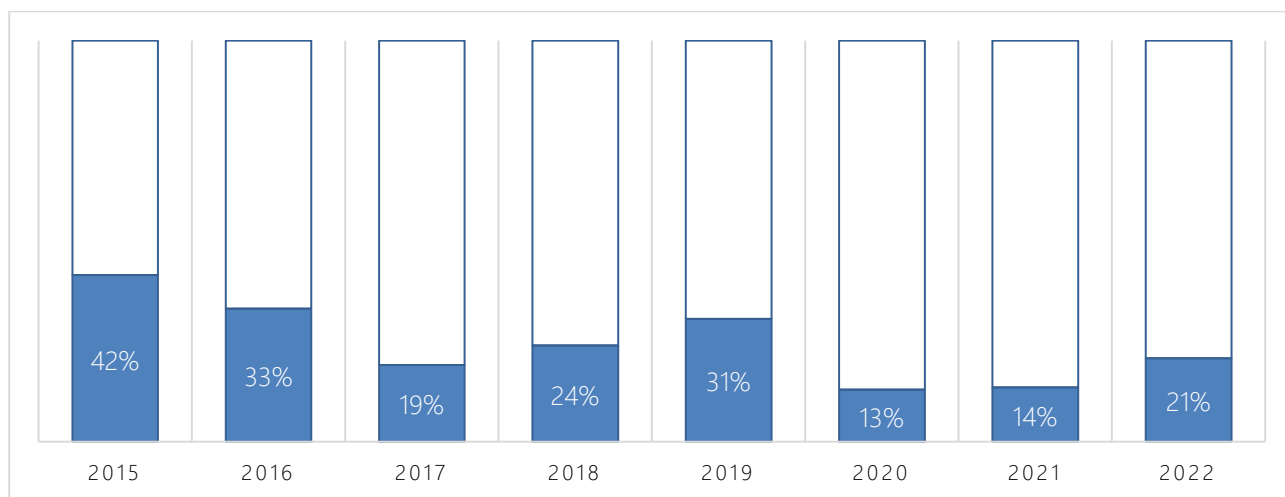
Accanto alle istituzioni locali, altre forme di contribuzione finanziaria provengono dalle fondazioni bancarie (Fondazione Perugia, Fondazione Cassa di risparmio di Terni e Fondazione Cassa di risparmio di Orvieto) e da sponsor privati, ovvero imprese locali o anche esterne al territorio, il cui contributo si è andato in realtà assottigliando negli ultimi anni.

### Il risultato economico di UJ nell'ultimo decennio (euro correnti)



Fonte: elaborazioni Aur su bilanci consuntivi 2016-2022 e bilancio previsionale 2023 Fondazione di partecipazione Umbria Jazz

### Grado di copertura dei costi attraverso la vendita dei biglietti (2015-2022)



Fonte: elaborazioni Aur su bilanci consuntivi Fondazione di partecipazione Umbria Jazz

## Contributi pubblici in conto esercizio erogati alla Fondazione Umbria Jazz (migliaia di euro)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023*
Stato (1)	227,7	1.040,7	1.305,4	1.332,4	1.271,3	1.621,3	1.329,2	1.297,5
Regione Umbria (2)	680,0	640,0	752,6	781,8	375,0	655,9	516,3	485,0
Provincia di Perugia	-	-	-	-	12,5	2,8	-	-
Comune di Perugia	73,8	90,0	63,0	80,0	70,0	85,0	115,0	115,0
Comune di Orvieto	-	-	65,0	-	50,0	84,0	138,0	90,0
Comune di Terni	-	103,0	-	-	-	-	180,0	180,0
Camera di commercio (3)	60,0	60,0	69,3	58,0	36,0	-	81,0	40,0
Contributi aggiuntivi soci (4)								708,5
<b>Totale contributi pubblici</b>	<b>1.041,5</b>	<b>1.933,7</b>	<b>2.255,3</b>	<b>2.252,2</b>	<b>1.814,8</b>	<b>2.449,0</b>	<b>2.359,5</b>	<b>2.916,0</b>

\* dato previsionale

(1) comprende: Ministero della Cultura – MiBACT (L. 238/2012, Fondo Unico per lo Spettacolo, progetti estero); Presidenza del Consiglio dei ministri; Contributo fondo perduto Covid-19; 5 per mille.

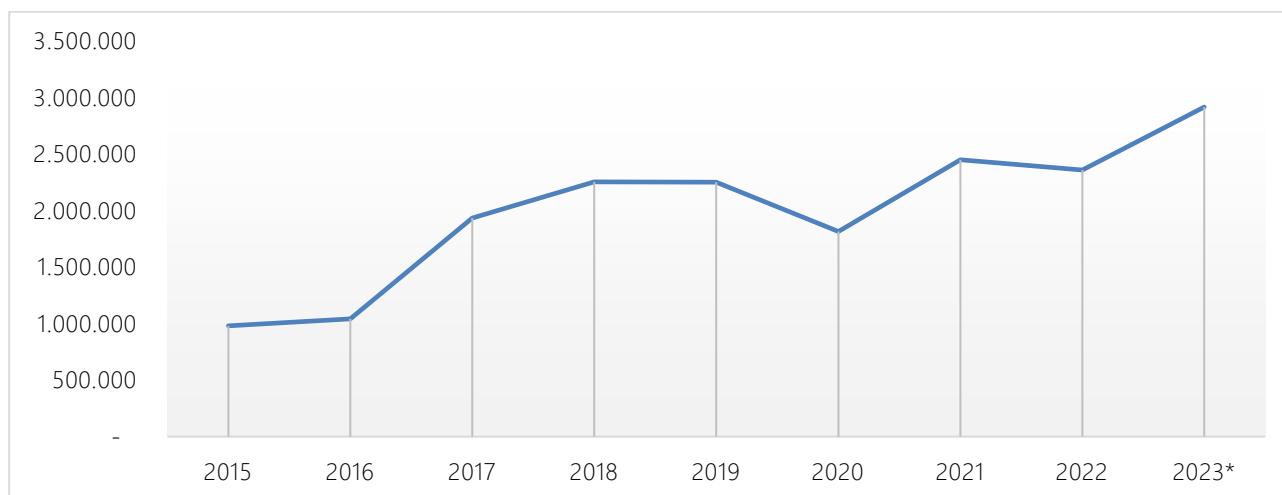
(2) comprende: Giunta regionale; PSR 2014-2020; Assemblea legislativa.

(3) fino al 2020: CCIAA Perugia e CCIAA Terni; dal 2022: CCIAA dell'Umbria.

(4) L'importo "contributi aggiuntivi dei soci", che nel bilancio previsionale 2023 è pari a 753.500 euro, è stato depurato dalla quota stimata della Fondazione Perugia.

Fonte: bilanci consuntivi e conto economico previsionale 2023 Fondazione di partecipazione Umbria Jazz

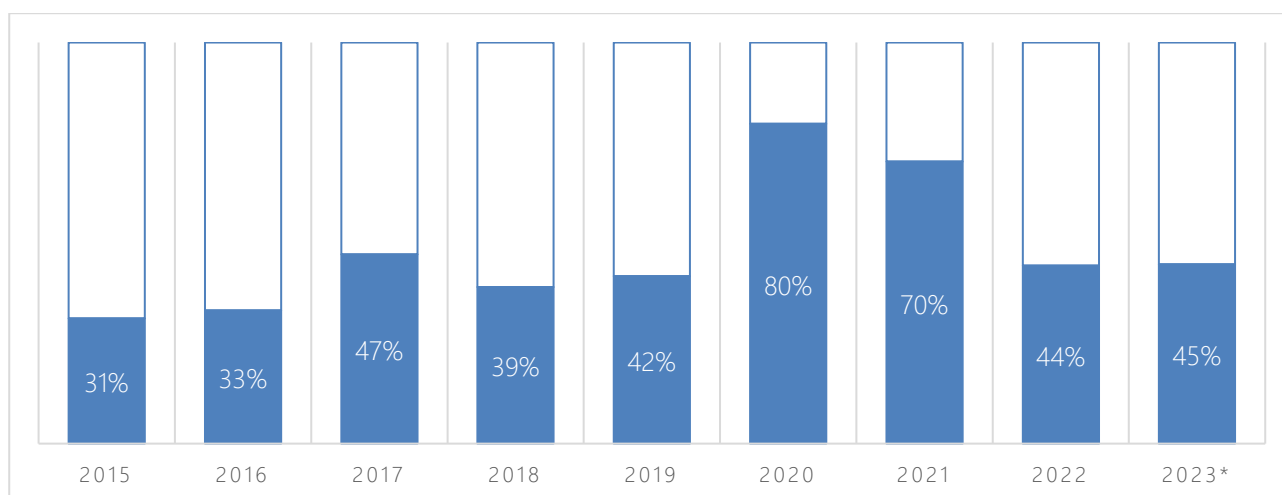
## I contributi pubblici



\* dato previsionale

Fonte: elaborazioni Aur su bilanci consuntivi e conto economico previsionale 2023 Fondazione di partecipazione Umbria Jazz

## Grado di copertura dei costi totali da parte dei contributi pubblici



\* dato previsionale

Fonte: elaborazioni Aur su bilanci consuntivi e conto economico previsionale 2023 Fondazione di partecipazione Umbria Jazz

### *Umbria Jazz come motore di crescita economica*

In questo contributo ci concentreremo sulla portata economica di UJ, ovvero cercheremo di quantificare i processi virtuosi che derivano dall'incremento di domanda di beni e di servizi attivata dall'evento. Questa operazione implica stimare gli impatti diretti, indiretti e indotti e l'occupazione generata.

Quali sono gli effetti economici prodotti da UJ sul sistema umbro?

L'attivazione più immediata e diretta proviene:

- dalla spesa sostenuta dagli organizzatori (costo artistico, servizi per l'allestimento dei palchi e il noleggio di strumenti e attrezzature, ufficio stampa e comunicazione ecc.);
- dalla spesa dei visitatori (pernottamenti, ristorazione, acquisti di oggettistica e souvenir, shopping generico, fruizione di altri servizi culturali, trasporti locali e parcheggi).

Questa domanda di beni e servizi attiva processi di produzione, localizzabili all'interno o anche fuori dal territorio regionale, per soddisfare l'incremento diretto iniziale (effetti indiretti). Infine, i maggiori redditi derivanti dai meccanismi sopra descritti costituiscono a loro volta una base aggiuntiva che genera un'ulteriore domanda da parte delle famiglie (effetti indotti), la quale innesca un nuovo circolo di attivazione. La somma dei tre effetti costituisce il vantaggio economico per il tessuto locale strettamente collegabile all'evento.

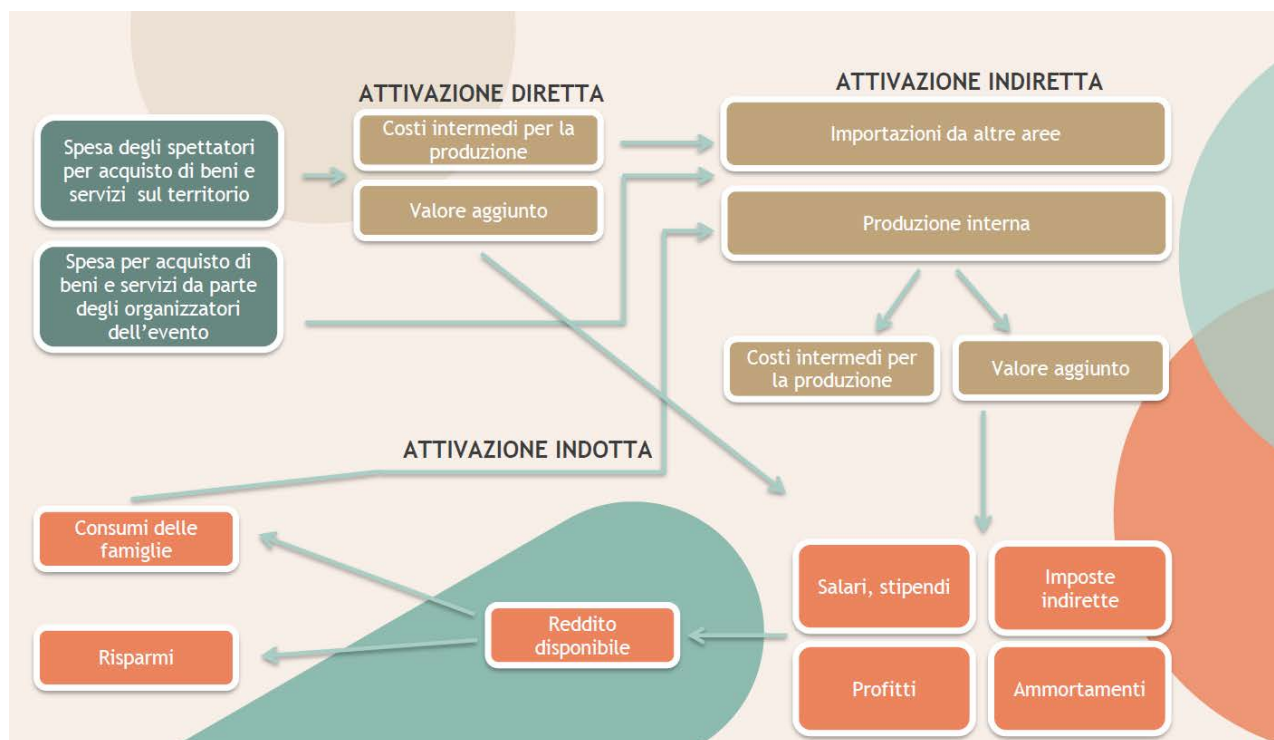
La metodologia utilizzata nel presente lavoro per stimare le ricadute economiche generate si basa sul modello Input-Output<sup>7</sup>, che permette di stimare gli effetti a cascata (diretti, indiretti, indotti)

<sup>7</sup> Il modello Input-Output deriva dalla tavola delle interdipendenze settoriali, così definita poiché fornisce una rappresentazione sistemica dei flussi che intercorrono fra le componenti del sistema economico, in particolare: tra i

prodotti da un iniziale incremento di domanda che si propagano sul sistema e che si traducono in aumenti di produzione interna, reddito, occupazione (oltreché importazione)<sup>8</sup>. Poiché prevede la endogenizzazione dei consumi, il modello riesce a computare anche l'effetto indotto, ovvero il consumo addizionale generato dai redditi percepiti dalle famiglie a seguito degli effetti diretti e indiretti. Nel presente lavoro è stata utilizzata una versione del modello Input-Output messo a punto da Irpet appositamente modificata per tenere conto della specificità dello studio.

Ai fini del lavoro, diventa dunque indispensabile disporre di una stima di due distinti flussi finanziari: l'incremento di spesa immesso nel sistema dalla macchina organizzativa di UJ attraverso le filiere di fornitura e quello immesso dai partecipanti (turisti, escursionisti, residenti). Poiché il modello è bi-regionale, è possibile verificare le ricadute locali e apprezzare gli effetti dispersivi nel resto d'Italia.

### Processo di stima degli effetti generati dall'evento



Fonte: Irpet

settori produttivi, tra questi ultimi e i fattori istituzionali (famiglie, imprese e PA), nonché con altri sistemi economici (nazioni o regioni). Il modello Input-Output può definirsi demand-driven, perché ipotizza che il sistema economico sia mosso principalmente da variazioni delle componenti della domanda finale. Ipotizza altresì che, al variare della produzione, rimangano inalterati prezzi, produttività, e quindi competitività. Tale limite risulta più che compensato dal contenuto informativo che il modello riesce a restituire in termini di estrema completezza dell'attivazione intersettoriale e geografica delle grandezze macroeconomiche interessate.

<sup>8</sup> Si ricorda che l'entità di tali effetti e la loro diffusione dipendono, oltre che dalla entità della spesa, dalla sua composizione e dal grado di interdipendenza dei settori stessi, al loro interno e con l'esterno.

I due flussi di spesa:

- A. la spesa di chi realizza l'evento
- B. la spesa di chi ne fruisce

rappresentano gli input esterni che attivano il meccanismo raffigurato nell'immagine.

L'intensità degli effetti generati di cui beneficia il territorio umbro dipende sia dalla quantità e dalla composizione di beni e servizi richiesti (da organizzatori e visitatori dell'evento) al sistema economico regionale, sia dalla interrelazione tra i settori del sistema stesso. L'effetto moltiplicatore attivato è tanto maggiore quanto più fitta è tale interrelazione. In altri termini, maggiore è il coinvolgimento di imprese e filiere locali (dal noleggio di strumenti musicali ai servizi pubblicitari collegati all'industria di grafica e stampa, fino alla ristorazione che si approvvigiona di prodotti a filiera corta ecc.), maggiore sarà l'attivazione interna. In definitiva, uno stesso flusso di spesa produrrà effetti moltiplicativi differenti da un territorio a un altro a seconda di come risponde il sistema. Da questo punto di vista, l'Umbria non è particolarmente avvantaggiata. Come tutte le piccole regioni, è fortemente dipendente da economie esterne: ogni stimolo derivante da un aumento di domanda esogena genera consistenti flussi di importazioni, per cui gran parte dei benefici, in termini di produzione e reddito, si disperdono (soprattutto) nel resto d'Italia.

L'esito della simulazione metterà in evidenza questi caratteri, ma prima occorre procedere alla quantificazione della spesa, nelle due componenti.

### *La spesa dell'organizzazione 2023*

L'esercizio si concentra sugli effetti economici sul territorio umbro dell'attività relativa all'anno in corso. Pertanto, la ricostruzione delle spese complessive della Fondazione (componente A) si basa sul bilancio previsionale (pubblicato a marzo 2023) che, nel momento in cui si scrive, presenta voci di spesa aggregate e ancora in divenire. Il set di dati necessari per utilizzare al meglio il modello econometrico qui adottato è stato dunque oggetto di un processo di scomposizione della spesa prevista per voci più dettagliate, sulla base delle informazioni deducibili dall'esperienza pregressa (in questo caso si è fatto riferimento alla contabilizzazione dell'edizione 2022).

Le spese stimate per l'annualità 2023 ammontano a 6,5 milioni di euro e sono comprensive di tutte le attività della Fondazione (dunque non solo la manifestazione di luglio) oltre che delle spese di funzionamento (gestione sede, personale ecc.). Poiché non è possibile circoscrivere l'importo relativo al solo evento estivo, l'analisi di simulazione degli effetti prodotti da UJ analizzata dal versante "spesa organizzazione" si riferisce a tutte le attività dell'anno (che, ricordiamo, si esplicano principalmente in tre occasioni: edizione estiva di Perugia, edizione Weekend di Terni, edizione Winter di Orvieto).



## Voci di spesa da bilancio di previsione 2023

COSTO DEL PERSONALE	628.300
COSTI PER MATERIE PRIME, SUSSIDIARIE, DI CONSUMO, MERCI	15.000
COSTI PER SERVIZI	4.395.300
<i>costo artistico</i>	<i>2.163.500</i>
<i>ospitalità, viaggi, trasporti</i>	<i>870.000</i>
<i>costi di produzione</i>	<i>618.500</i>
<i>ufficio stampa e comunicazione</i>	<i>240.800</i>
<i>organizzazione seminari musicali</i>	<i>162.000</i>
<i>altri costi servizi</i>	<i>340.500</i>
COSTO PER GODIMENTO BENI DI TERZI	1.129.975
<i>noleggio strutture, strumenti musicali, allestimenti</i>	<i>1.078.000</i>
<i>canoni locazione e licenze d'uso</i>	<i>51.975</i>
AMMORTAMENTI, ONERI DIVERSI DI GESTIONE	357.475
TOTALE COSTI PRODUZIONE	6.526.050

Fonte: bilancio previsionale UJ 2023

Da un punto di vista metodologico, uno snodo importante per cogliere l'effettiva portata per l'Umbria dell'attività di UJ è l'individuazione della quota parte di spese che ricadono sul territorio regionale. Questa operazione implica isolare la domanda per beni e servizi rivolta ad aziende e fornitori locali da quella di cui beneficiano invece le economie esterne (resto d'Italia e resto del mondo). Per fare un esempio: la voce relativa ai costi artistici (la cui componente preponderante è rappresentata dai cachet) va a beneficio prevalentemente di soggetti esterni, del resto d'Italia e soprattutto del resto del mondo. Anche la spesa per il noleggio di strumenti musicali, per fare un altro esempio, avrà in parte ricadute interne (ove ci si rifornisca da fornitori locali), in parte esterne. E così via. La cosa importante è, appunto, riuscire a depurare la spesa sostenuta dalla componente di cui beneficiano le economie esterne.

Questa scomposizione è stata effettuata sulla base di indicazioni fornite dall'amministrazione di UJ relativamente all'annualità 2022 per circa 120 voci di spesa, ipotizzando un'analoga articolazione anche per il 2023.

L'esito dell'operazione evidenzia che la maggior parte della spesa per la produzione del festival, al netto dei costi del personale, ricade al di fuori del territorio umbro, per circa un terzo nel resto d'Italia e per quasi un quarto nel resto del mondo. La voce di spesa che contribuisce a spiegare in gran parte questo risultato è data dal costo degli artisti che, da solo, copre due quinti dei costi intermedi e che, per definizione, si rivolge quasi esclusivamente all'esterno. Invece, gli altri costi intermedi di approvvigionamento sono rivolti per circa due terzi a soggetti locali, anche se alcuni servizi (tecnici audio/video, servizi pubblicitari, noleggi attrezzature e strumentazioni) restano in prevalenza soddisfatti da operatori non umbri.

## Stima della ripartizione territoriale delle spese di produzione

	Umbria	Resto d'Italia	Resto del mondo	Totale
Costi al netto delle spese di personale (anche collaborazioni e direzione artistica)	42%	34%	24%	100%
Costo artistico	3%	38%	59%	100%
Altri costi di produzione (approvvigionamenti)	65%	32%	4%	100%
Costi al netto delle spese di personale (anche collaborazioni e direzione artistica)	100%	100%	100%	100%
Costo artistico	3%	42%	91%	38%
Altri costi di produzione (approvvigionamenti)	97%	58%	9%	62%

Fonte: stime AUR su dati amministrativi di dettaglio relativi all'annualità 2022

Con questa ipotesi di partenza, ottenuta grazie a un contenuto informativo molto dettagliato, è stato possibile pervenire a un'allocazione precisa, per quanto previsionale, dei valori necessari per l'applicazione del modello di stima.

### *La spesa dei visitatori per l'evento di luglio 2023*

La quantificazione della spesa generata dai visitatori (componente B) è operazione più complessa, perché parte dalla stima del numero dei partecipanti che, in manifestazioni caratterizzate dalla presenza diffusa di attrazioni gratuite collocate in spazi aperti, costituisce il problema principale. Per quantificare il numero dei visitatori procederemo formulando ipotesi basate su dati e valutazioni emerse in indagini precedenti e sulle stesse dichiarazioni degli organizzatori. La principale indagine cui si è fatto riferimento è quella realizzata da Bracalente e Ferrucci (2009), relativa alla manifestazione estiva, dunque coerente con gli intenti di questo studio. Considerare solo il festival di luglio comporta naturalmente una sottostima degli effetti propulsivi complessivamente generati dall'attrazione turistica annuale di UJ, ma è pur vero che l'edizione estiva è quella che raccoglie di gran lunga la maggiore affluenza di visitatori.

#### I visitatori

Per visitatori si intendono le persone che si trovano nei luoghi della manifestazione in quanto attratte dalla stessa, in altre parole, non viene preso in considerazione chi in quei giorni si potrebbe trovare a Perugia per motivi non direttamente riconducibili ad essa. Questa specificazione è importante al fine di isolare il contributo aggiuntivo netto di UJ.

Le persone che si presume affolleranno Perugia in occasione dell'edizione estiva di Umbria Jazz 2023 sono state suddivise in tre categorie, che si caratterizzano per livelli e profili di spesa differenti:

1. i *turisti*, ovvero i visitatori che pernottano almeno una notte in una qualunque struttura ricettiva o anche presso amici o parenti o in seconda casa, arrivati espressamente per UJ o che si trovano già in Umbria per altri motivi e allungano la loro permanenza per partecipare alla manifestazione;
2. gli *escursionisti*, ovvero i non residenti nella provincia di Perugia che non si fermano oltre la giornata;
3. i *residenti* della provincia di Perugia.

Sulla scelta se includere o meno nell'analisi di impatto l'apporto generato dalla partecipazione dei residenti locali esistono differenti approcci<sup>9</sup>. È esperienza comune rilevare il fatto che nei giorni della manifestazione le strade della città sono riempite non solo da turisti ed escursionisti, ma anche da una quota maggiore rispetto alla norma di residenti, i quali contribuiscono anch'essi ad alimentare la spesa collegata all'evento. Da un punto di vista metodologico, tuttavia, tale spesa può essere inclusa nell'analisi solo se aggiuntiva e non sostitutiva, vale a dire se l'acquisto di beni e servizi (ristorazione, acquisto gadget, acquisto altri beni nei negozi della città) costituisce un incremento netto della spesa rispetto al comportamento di consumo abituale. A titolo di esempio, il consumo di un aperitivo o di una pizza effettuato da un residente durante la manifestazione non va imputato a prescindere, ma solo se:

- non sarebbe effettuato in assenza dell'evento;
- non si sostituisce a una spesa analoga che si sarebbe sostenuta ugualmente, prima o dopo l'evento.

Ai fini dell'incremento effettivo di spesa dei residenti, occorre inoltre considerare anche l'intervento di un effetto opposto, collegato al comportamento di coloro che, preferendo tenersi lontani dalla città nei giorni della manifestazione, provocano un effetto sottrattivo alla spesa sul territorio.

Naturalmente non è possibile determinare in modo certo la risultante complessiva di questi fenomeni, peraltro molto difficili da rilevare persino attraverso indagini specifiche. Poiché però si ritiene, anche in virtù di una sedimentata osservazione diretta, che la sommatoria di tali comportamenti generi, comunque, un effetto netto incrementale, in questa sede si è ritenuto corretto includere, almeno in una certa misura, il contributo dei residenti.

---

<sup>9</sup> Ad esempio, in Bracalente-Ferrucci sono stati esclusi; nella ricerca su Firenze rocks sono stati invece inclusi. In entrambi i casi la stima dell'impatto è stata effettuata con il modello I-O.

La stima del numero dei turisti e degli escursionisti che si ipotizza saranno presenti è stata effettuata applicando un criterio analogico, sulla base delle risultanze di un'indagine capillare effettuata nel 2007<sup>10</sup>, che aveva stimato e suddiviso per sottogruppi omogenei il numero di affluenze utilizzando un sistema di campionamento stratificato. Siccome nel quindicennio 2007-2022 il flusso medio degli arrivi turistici nel comprensorio perugino nel mese di luglio è aumentato del 23%, si è ritenuto opportuno applicare detto incremento alla stima del 2007 per pervenire alla stima delle presenze turistiche di UJ 2022. Si è quindi ipotizzato, prudenzialmente, una invariabilità di tale livello per il 2023 (nonostante molte stime prevedano una forte crescita rispetto all'anno precedente) e della propensione media del turista a partecipare a UJ (pur in presenza di una forte crescita del turismo culturale).

Seguendo questo criterio cautelativo, si può ipotizzare per Umbria Jazz 2023 un'affluenza di visitatori pernottanti pari a oltre 17 mila arrivi<sup>11</sup> i quali, per una permanenza media di 2,2 giorni (la stessa di quella rilevata nel 2007 per i soli turisti), garantirebbero oltre 38 mila presenze. Si tratterebbe, secondo queste stime, di turisti la cui presenza può essere considerata strettamente riconducibile alla partecipazione al festival, con l'esclusione delle presenze turistiche estranee alla manifestazione. Ciò al fine di isolare l'effetto netto aggiuntivo del festival.

La stima degli escursionisti (visitatori che non pernottano) è stata effettuata in modo analogo, mantenendo le proporzioni tra le grandezze rilevate al 2007. Seguendo questo criterio, si ottengono oltre 7 mila escursionisti.

Infine, anche per la quantificazione dei partecipanti residenti è stato adottato un approccio piuttosto prudenziale, calcolando una partecipazione complessiva nei dieci giorni della manifestazione pari all'1% della popolazione dai 14 anni in su che risiede nella provincia perugina. Le quasi 57 mila unità così ottenute sono classificabili alla stregua di presenze, in quanto una stessa persona può partecipare più di una volta nell'arco dei dieci giorni.

### La spesa

La spesa che interessa in questo studio è quella direttamente attribuibile alla presenza nella città nei giorni di fruizione del festival (alloggio, ristorazione, shopping, visite ai musei ecc.). Non vanno considerate dunque le voci relative al viaggio di andata e ritorno né le spese relative all'acquisto dei biglietti per i concerti. Quest'ultima componente è infatti parte integrante dei ricavi dell'ente organizzatore, che vanno a finanziare i costi della manifestazione, e pertanto non può essere duplicata in quanto già conteggiata nell'analisi di impatto della componente A.

---

<sup>10</sup> Cfr. Bracalente-Ferrucci, 2009.

<sup>11</sup> Questa cifra è peraltro molto vicina alla percentuale di biglietti (pari a quasi 18 mila), acquistati per l'edizione estiva 2022 da persone residenti fuori Umbria attraverso il canale Boxol, la piattaforma che commercializza circa il 90% dei biglietti online venduti per UJ e che consente di stabilire la provenienza del titolare del biglietto.

Per la spesa dei turisti di Umbria Jazz si sono presi a riferimento i dati dell'Osservatorio economico del Turismo delle Camere di Commercio-ISNART per il 2022 sulla spesa media giornaliera pro capite dei turisti (italiani e stranieri) in Umbria, relativa all'alloggio e ad altre spese, con esclusione delle spese di viaggio. Detta spesa è stata opportunamente rivalutata al 2023.

La spesa media degli escursionisti e quella dei residenti sono state stimate incrociando due diverse fonti:

- l'indagine effettuata da PromoFirenze e Centro Studi Turistici di Firenze nel 2022, che ha quantificato la spesa di queste due categorie di partecipanti in occasione dell'evento "Firenze Rocks";
- la stessa indagine ISNART (2022), da cui è stato possibile riparametrare la spesa umbra sulla base dello scarto esistente tra la spesa dei turisti (al netto dell'alloggio) in Umbria e in Toscana.

Anche la stima finale della spesa di queste due categorie di visitatori è stata opportunamente rivalutata al 2023. L'esito di tale processo di stima è raffigurato nelle due tabelle seguenti.

Sulla base delle grandezze ipotizzate, si stima che i visitatori di UJ a luglio 2023 possano spendere circa 5,2 milioni di euro (di cui quasi 4 milioni attribuibili ai soli turisti).

Questa spesa, diversamente articolata per le tre categorie di visitatori, è stata opportunamente riportata alle branche di origine della tavola Input-Output per effettuare l'analisi di impatto<sup>12</sup>.

### Stima del numero di visitatori per categoria e relativa spesa media giornaliera e totale per l'edizione estiva di Umbria Jazz 2023

	Numero	Spesa media giornaliera (euro)	Totale spesa (euro)
Turisti	38.469	102,98	3.961.351
Escursionisti	7.104	41,38	293.938
Residenti	56.757	16,79	953.084
Totale	102.330		5.208.373

Fonte: stime AUR

<sup>12</sup> Per effettuare l'analisi di impatto sono stati utilizzati i valori a prezzi di mercato perché il modello stesso li riconverte a prezzi base attraverso un'opportuna matrice di trasformazione.

## Il profilo della spesa per le tre categorie di visitatori (valori %)

	Turista	Escursionista	Residente
Ricettività	45,3	0,0	0,0
Trasporto e spostamenti locali	6,4	19,1	12,5
Ristorazione, bar, gelaterie, ecc.	28,0	43,9	43,8
Acquisto prodotti enogastronomici tipici	4,3	4,3	1,9
Altro shopping	9,1	9,3	5,2
Ingresso musei, visite guidate	3,1	0,5	0,1
Acquisto gadget legati all'evento	3,8	22,9	36,5
Spesa totale dei visitatori	100	100	100

Fonte: stime AUR

### *I risultati della simulazione*

L'attivazione della spesa associabile a UJ – che, ricordiamo è stata stimata pari a 11,7 milioni di euro, di cui 5,2 milioni attribuibili ai visitatori e 6,5 alla organizzazione – dimostra importanti ricadute in termini di redditi prodotti (il valore aggiunto), produzione (data, oltre che dai redditi generati, anche dai consumi intermedi), occupazione (espressa in termini di unità di lavoro)<sup>13</sup>.

Il risultato ottenuto, si ricorda, è la risultante degli effetti diretti, indiretti, indotti che vengono distinti territorialmente: ovvero il modello riesce a separare quanto rimane nel territorio regionale e quanto invece si disperde nel resto d'Italia (il cosiddetto effetto *spillover*).

Prima di passare all'analisi dei risultati, si ribadisce che le spese di produzione di UJ riguardano l'intera attività annuale, mentre dal lato visitatori si è conteggiata la stima della spesa relativa al solo evento estivo. Pertanto l'esito delle analisi risulta sottostimato, in quanto non comprende le due componenti di spesa dei partecipanti agli eventi Weekend (a Terni) e Winter (a Orvieto).

Analizziamo separatamente le due componenti di spesa che costituiscono l'input esogeno collegato a UJ (componente A e componente B) per poi concentrarci sull'esito complessivo, dato dalla somma di entrambe.

---

<sup>13</sup> Il modello utilizzato nel presente lavoro deriva da IO-Pythagoras, una web application sviluppata da IRPET per la gestione di modelli Input-Output biregionali (*IO-Pythagoras bireg*) a scopi di analisi strutturale, di sensitività e/o di impatto di scenari di domanda finale. Le tavole Input-Output regionali contenute nella web app sono derivate da una simmetrizzazione settore per settore delle relative Supply and Use Table (SUT) in accordo con l'ipotesi industry-technology. Le SUT regionali sono coerenti con la SUT nazionale e con i conti economici regionali rilasciati da ISTAT nel dicembre 2021.

a. Gli effetti della spesa di produzione di UJ

Una spesa organizzativa stimata pari a 6,5 milioni di euro, articolata secondo la ripartizione territoriale già descritta, riesce a generare complessivamente una produzione pari a 15 milioni di euro, redditi aggiuntivi per 5 milioni di euro, un Pil pari a 5,8 milioni di euro e 78 unità di lavoro.

Quanto di tutto ciò rimane in Umbria?

In ragione degli effetti dispersivi generati da una consistente spesa che si rivolge a soggetti economici esterni alla regione (non solo artisti, ma anche fornitori di servizi), l'Umbria riesce a catturare il 62% dell'output prodotto, pari a 9,2 milioni di euro, circa la metà di valore aggiunto (2,4 milioni) e occupazione (38 unità di lavoro) e il 54% del Pil (3,1 milioni di euro).

b. Gli effetti della spesa dei visitatori

Una spesa per domanda dei visitatori pari a 5,2 milioni di euro (di cui il 76% proveniente da turisti) genera complessivamente: 10 milioni di euro di produzione, i cui due terzi (6,6 milioni) interessano il territorio regionale; 4,7 milioni di redditi, di cui il 70% (3,3 milioni) all'interno dell'Umbria; 5,3 milioni di Pil, di cui il 72% in Umbria (3,8 milioni). Genera altresì 95 unità di lavoro, di cui 70 in Umbria.

In generale, seppure la spesa di produzione produca effetti complessivi (su Umbria e resto d'Italia) più elevati su produzione, redditi e Pil (ma non su occupazione) rispetto a quelli generati dalla spesa dei visitatori, se si guarda al solo territorio regionale è invece quest'ultima componente a produrre le ricadute più consistenti in termini di redditi, Pil e occupazione.

c. L'impatto complessivo

Sommando gli effetti generati dalle due componenti di spesa, si perviene all'impatto complessivo, che ci permette di dire che UJ produce nel solo territorio regionale: 15,8 milioni di euro di output; 6,9 milioni di euro di Pil; 5,7 milioni di euro di valore aggiunto; 108 unità di lavoro.

Tali grandezze rappresentano il 63% della produzione, del Pil e dell'occupazione e i tre quinti del reddito attivati complessivamente. Una parte consistente degli effetti ricade infatti nel resto d'Italia, sicché nel complesso la macchina UJ si può dire che riesca a generare, in tutto il territorio nazionale: 25 milioni di euro di produzione; 11 milioni di euro di Pil; 9,8 milioni di euro di valore aggiunto; 173 unità di lavoro.

## Gli effetti economici della spesa attivata da UJ

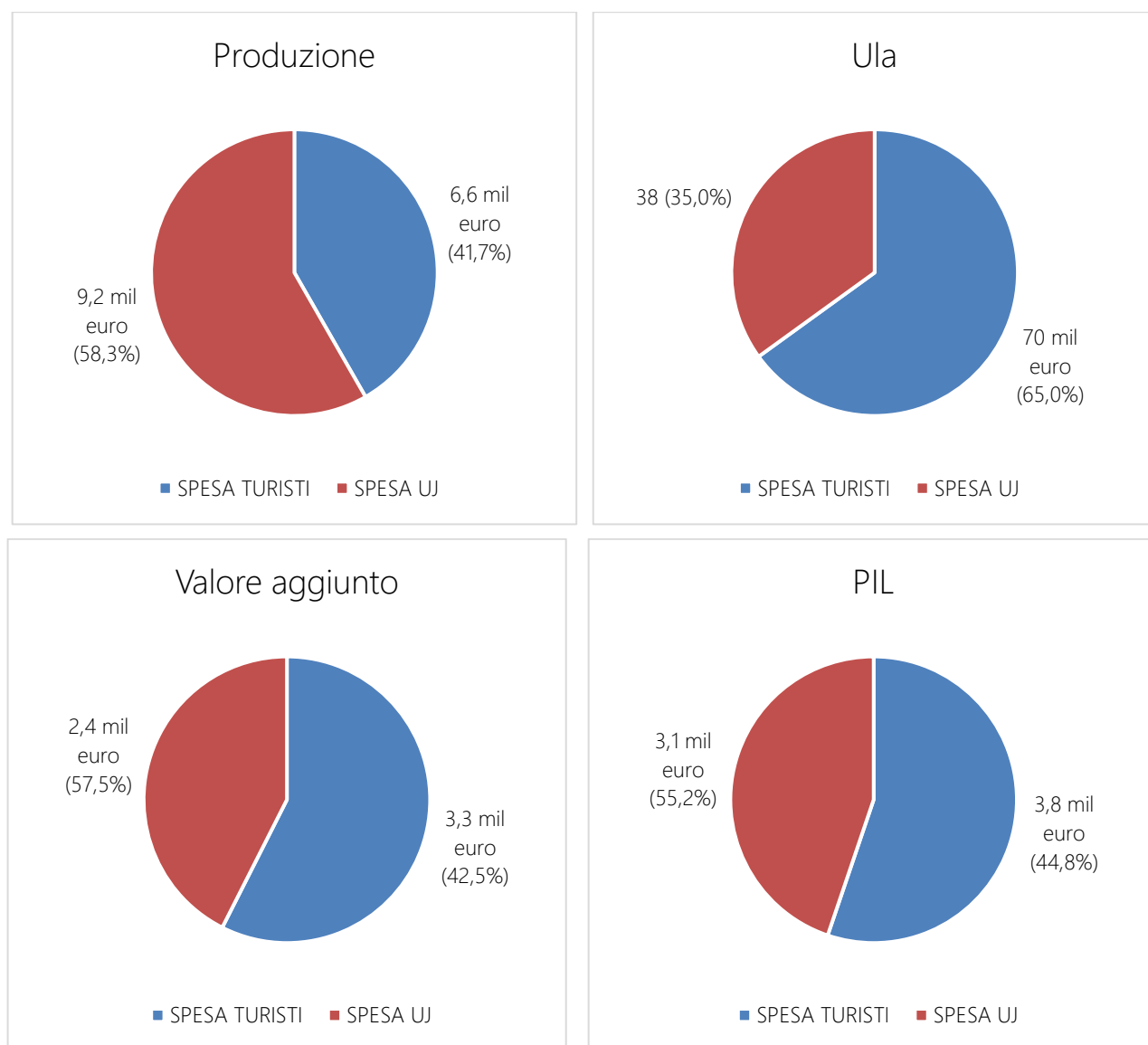
	Produzione	Valore aggiunto	Pil	Ula
<b>EFFETTO DELLA SPESA DI PRODUZIONE DI UMBRIA JAZZ (6,5 mil euro)</b>				
<i>Milioni di euro</i>				
Umbria	9,2	2,4	3,1	37,9
Resto Italia	5,7	2,6	2,7	39,8
Totale	15,0	5,0	5,8	77,6
<i>quota in Umbria</i>	62%	48%	54%	49%
<b>EFFETTO DELLA SPESA DEI VISITATORI (5,2 mil euro)</b>				
<i>Milioni di euro</i>				
Umbria	6,6	3,3	3,8	70,4
Resto Italia	3,4	1,4	1,5	24,4
Totale	10,0	4,7	5,3	94,9
<i>quota in Umbria</i>	66%	70%	72%	74%
<b>EFFETTO DELLA SPESA COMPLESSIVA (11,7 mil euro)</b>				
<i>Milioni di euro</i>				
Umbria	15,8	5,7	6,9	108,3
Resto Italia	9,1	4,0	4,1	64,2
Totale	25,0	9,8	11,0	172,5
<i>quota in Umbria</i>	63%	59%	63%	63%

Fonte: stime AUR

Considerando gli effetti propulsivi di cui beneficia il solo territorio regionale, si evince che le spese di produzione incidono maggiormente dal punto di vista della produzione generata, ma le ricadute positive in termini di reddito e occupazione sono attribuibili in quota maggiore alla spesa dei visitatori.



## Effetti che si producono in Umbria dalle due componenti di spesa



Fonte: stime AUR

Questo risultato si collega alle branche produttive sollecitate dalle due diverse categorie di spesa. Nel caso della spesa dei visitatori, una componente prevalente è rivolta ai servizi di alloggio e ristorazione che, per gli effetti dispersivi molto limitati, riescono a trattenere larga parte di redditi e unità di lavoro aggiuntivi.

In estrema sintesi, seppure la spesa dell'organizzazione di UJ sia superiore a quella dei visitatori, il territorio umbro trae una spinta maggiore in termini di reddito e occupazione aggiuntivi dalla seconda, per i minori effetti di *spillover* generati. Le spese di UJ producono invece effetti propulsivi maggiori a livello locale in termini di produzione attivata.

#### d. I settori coinvolti

Gli effetti in Umbria su produzione, valore aggiunto e occupati attivati dalla spesa complessiva risultano distribuiti piuttosto diffusamente tra le branche produttive, anche se particolarmente concentrati nelle attività più direttamente coinvolte dalla domanda collegata a UJ.

Dal punto di vista della produzione il settore maggiormente attivato risulta quello delle attività artistiche e di intrattenimento (42% del totale attivato in Umbria); seguono l'alloggio e ristorazione (26%), quindi i servizi alle imprese (13%) e l'industria (12%).

I redditi aggiuntivi si concentrano maggiormente sui servizi di alloggio e ristorazione (38%) e sui servizi alle imprese (25%), quindi sulle attività artistiche e di intrattenimento (15%).

Infine, il settore ove si attiva oltre la metà di occupati è la ricettività e ristorazione, seguito dai servizi alle imprese (21%).

#### L'articolazione settoriale degli effetti sul territorio umbro

	Produzione	Valore aggiunto	Ula
	Migliaia di euro		
Agricoltura	85	45	2
Industria	1.819	631	10
Commercio e trasporto	798	404	7
Alloggio e ristorazione	4.068	2.176	56
Servizi alle imprese*	2.099	1.421	23
Attività artistiche, intrattenimento, divertimento	6.647	866	4
Altri servizi	299	205	6
Totale	15.811	5.747	108

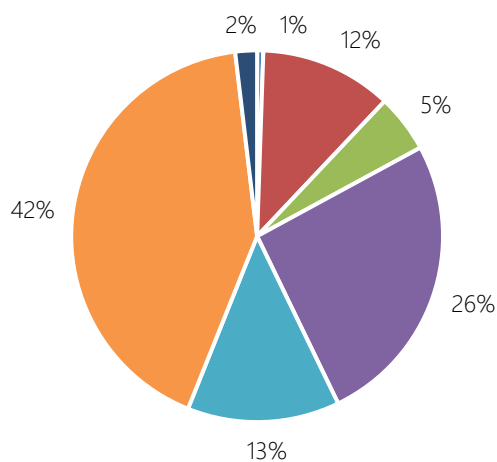
\* Servizi alle imprese: Editoria, audiovisivi e attività radiotelevisive; Telecomunicazioni; Servizi IT e altri servizi informativi; Attività finanziarie e assicurative; Attività immobiliari; Attività legali, contabilità, consulenza di gestione, studi di architettura; Servizi di ricerca e sviluppo scientifici; Altre attività professionali, scientifiche e tecniche; Altre attività di servizio

Fonte: stime AUR

## Impatto settoriale

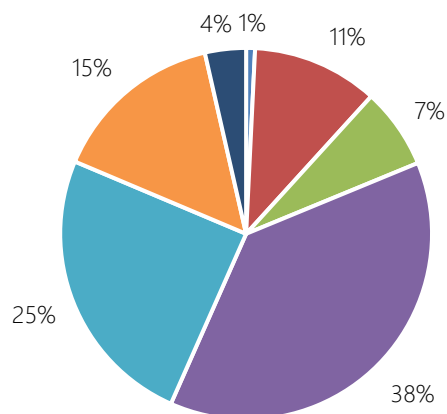
### Produzione

- Agricoltura
- Industria
- Commercio e trasporto
- Alloggio e ristorazione
- Servizi alle imprese\*
- Attività artistiche, intrattenimento, divertimento
- Altri servizi



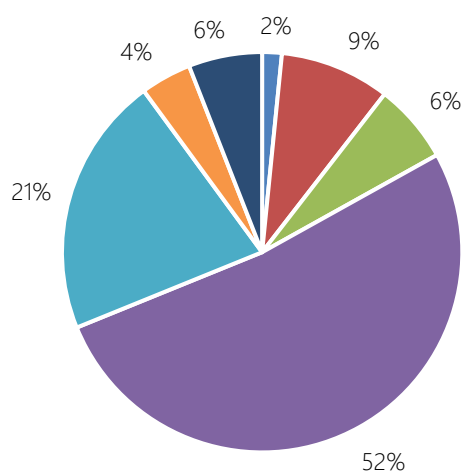
### Valore aggiunto

- Agricoltura
- Industria
- Commercio e trasporto
- Alloggio e ristorazione
- Servizi alle imprese\*
- Attività artistiche, intrattenimento, divertimento
- Altri servizi



### Occupazione (Ula)

- Agricoltura
- Industria
- Commercio e trasporto
- Alloggio e ristorazione
- Servizi alle imprese\*
- Attività artistiche, intrattenimento, divertimento
- Altri servizi



Fonte: stime AUR

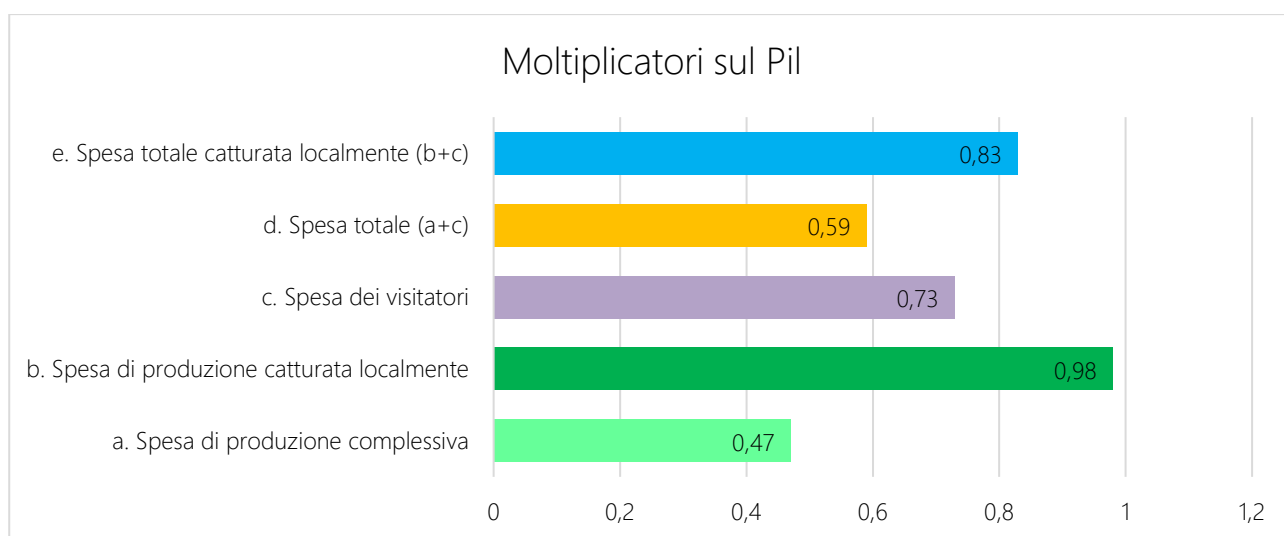
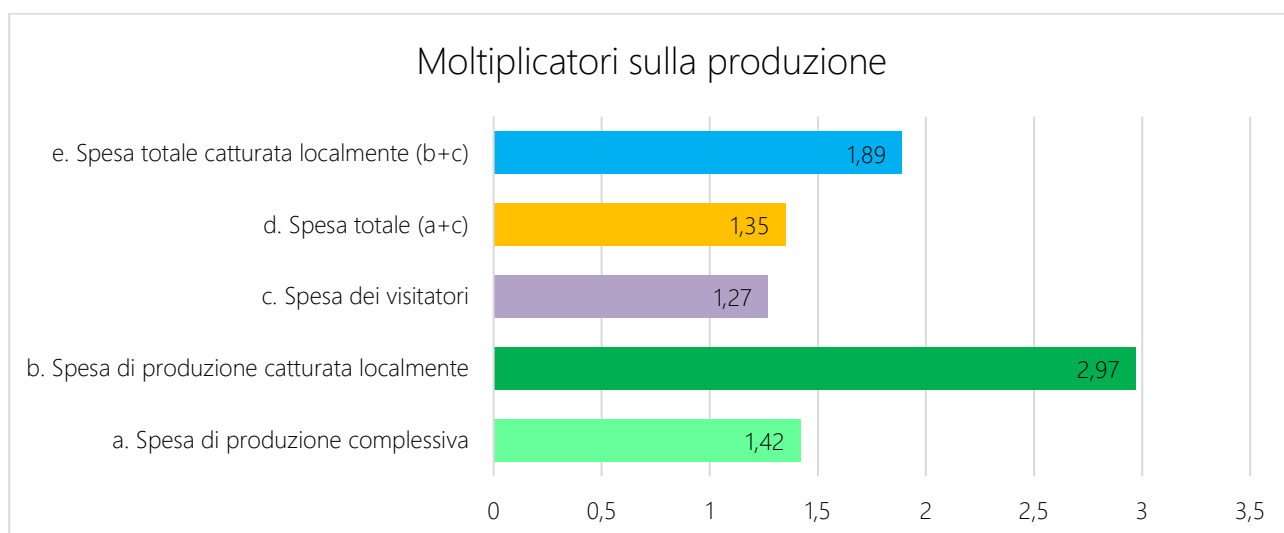
## La capacità attivante della spesa sul territorio: i moltiplicatori

I moltiplicatori della spesa aiutano a sintetizzare l'effetto sulle principali grandezze prodotte all'interno del territorio regionale. Secondo i risultati ottenuti, si stima che ogni 100 euro spesi complessivamente per UJ generino, in Umbria, 59 euro di Pil e 135 euro di produzione interna.

Considerando separatamente le due componenti di spesa si evince che:

- ogni 100 euro spesi dai partecipanti alla manifestazione producono, all'interno del territorio, 73 euro di Pil e 127 euro di produzione locale;
- ogni 100 euro di spesa proveniente dalla macchina organizzativa di UJ attivano in Umbria 47 euro di Pil e 142 euro di output interno. Se si isola la parte di spesa catturata localmente (escludendo cioè la parte di cui beneficiano le economie esterne), risulta che l'effetto sul Pil raddoppia abbondantemente, portandosi a 98 euro per ogni 100 spesi e sale a quasi 300 euro la produzione interna attivata.

### Moltiplicatori per ogni euro di spesa sul territorio regionale



Fonte: stime AUR

È del tutto evidente, dunque, che quanto maggiore è la spesa dell'organizzazione degli eventi trattenuta sul territorio, tanto maggiori sono i benefici generati al suo interno. Tale evidenza ribadisce l'importanza per il territorio regionale di potenziare la propria capacità di risposta alle richieste organizzative di eventi culturali, visto che si tratta di spese che producono effetti consistenti su produzione e Pil.

### *Il ritorno dei contributi pubblici*

Se questi sono i risultati, vale la pena chiedersi qual è il ritorno economico, per l'Umbria, delle risorse pubbliche che vengono stanziati per l'attività della Fondazione. I 2,61 milioni di euro di contributi pubblici stanziati per il 2023 hanno generato un effetto moltiplicatore su Pil e valore aggiunto pari rispettivamente a 2,64 e 2,18. Significa che ogni 100 euro di risorse pubbliche riescono ad attivare sul solo territorio regionale 264 euro di Pil e 218 di redditi. Ogni 100 euro di spesa pubblica si stima attivino altresì 606 euro di produzione a livello locale.

Va anche detto che il meccanismo virtuoso che si innesca dalla spesa collegata a UJ e dalla sua fruizione genera entrate fiscali, di cui si avvantaggia l'operatore pubblico, compensando in parte lo sforzo finanziario del contribuente elargito. Nella presente simulazione le imposte indirette nette sono state stimate pari a 1,14 milioni di euro, ovvero il 44% circa dei contributi stessi.

Il risultato, nella sua interezza, dà conto dell'efficacia dell'intervento delle politiche pubbliche a sostegno dell'attività di UJ che, in sé, pare premiare lo sforzo finanziario ai fini dello sviluppo locale.

## Considerazioni finali

La simulazione dell'attivazione della spesa associabile a UJ ha dimostrato importanti ricadute sul territorio in termini di produzione, valore aggiunto, occupazione.

Per il 2023, la spesa di organizzazione del festival per l'intera annualità e la spesa sostenuta dai visitatori presumibilmente presenti all'evento estivo, secondo le nostre stime ammonterebbero rispettivamente a 6,5 e 5,2 milioni di euro.

Queste due componenti di spesa attiveranno nel complesso una produzione interna al territorio regionale pari a 15,8 milioni di euro, 5,7 milioni di valore aggiunto, 108 unità di lavoro aggiuntive.

Nel caso in esame, e limitando l'analisi solo alle ricadute immediate di tipo economico, i contributi pubblici stanziati per la realizzazione di UJ sembrerebbero dunque ampiamente giustificati dal valore aggiunto stimato in questa simulazione. L'effetto moltiplicativo di tali risorse, che fornisce

una misura della efficacia dell'intervento pubblico di sostegno al festival, ci dice che ogni 100 euro finanziati genererebbero 264 euro di Pil e 606 euro di produzione interna.

Tale simulazione ha dimostrato altresì un'elevata attivazione di importazioni, generando un notevole effetto dispersivo al di fuori del territorio umbro. Il complesso della spesa produrrebbe infatti una produzione nel resto d'Italia pari a 9,1 milioni di euro, 4 milioni di euro di redditi e 64 unità di lavoro.

L'effetto dispersivo è dovuto principalmente a tre ordini di fattori, tra loro interconnessi, che riguardano l'elevata dipendenza dalle economie esterne del modello produttivo umbro, il tipo di legami intersettoriali che lo caratterizzano, la (parziale) risposta dello stesso alle sollecitazioni derivanti dalle necessità organizzative dell'evento, oltreché, naturalmente, la presenza di una particolare voce di spesa – quella artistica – per sua natura destinata a rivolgersi fuori dai confini regionali.

Sui primi due fattori poco si può fare, perché attengono alla configurazione strutturale del sistema produttivo umbro. Invece, varrebbe la pena riflettere sul terzo aspetto, ovvero sulla incompletezza di filiera che riguarda l'offerta di servizi del territorio e sull'opportunità di rafforzare le reti di fornitori di servizi locali finalizzati a rispondere alla domanda collegata all'organizzazione degli eventi culturali. Peraltro, la nascita e/o il potenziamento di attività locali dedicate, oltre a limitare il ricorso a fornitori esterni e ad amplificare l'effetto moltiplicatore di eventi del genere, contribuirebbero ad arricchire non solo il tessuto produttivo umbro ma anche quello sociale.

Un argomento poco dibattuto ma non secondario riguarda infatti le potenzialità degli eventi culturali di accompagnare i riflessi positivi di natura economica con benefici di tipo sociale. Il potenziamento produttivo dell'Umbria quale luogo di accoglienza di eventi di grande richiamo implicherebbe lo sviluppo di attività terziarie altamente specializzate che, oltre a diversificare il tessuto produttivo allungando le filiere locali dei servizi, potrebbe trasformare il territorio in un bacino di attrazione di forza lavoro qualificata e contribuire, ad esempio, a tamponare il fenomeno della fuga dei giovani umbri.

Tuttavia, l'effetto corroborante derivante dalla organizzazione di eventi sulla struttura produttiva, soprattutto sulla filiera legata ai servizi culturali e al relativo indotto, ha finora fatto fatica a dare i suoi frutti, probabilmente per una scarsa reattività del sistema locale. E ciò, nonostante l'Umbria da ormai molti anni si sia specializzata e stia puntando al potenziamento degli eventi culturali quali attrattori per il suo sviluppo.

Un altro elemento che attenua l'effetto propulsivo della spesa generata dal festival è collegabile al ritorno economico attivato dalla presenza di turisti che, per la regione, non è mai stato particolarmente elevato<sup>14</sup>, perché anche in questo caso molto incidono la natura dei legami intersettoriali del sistema produttivo e l'alta dipendenza dalle economie esterne.

---

<sup>14</sup> S. Rosignoli - E. D'Urzo, 2013.

Al di là del tipo di risposta restituita dal sistema e dunque del moltiplicatore attivato – che è un aspetto – è lo stesso livello di spesa media del turista che visita l'Umbria ad essere piuttosto contenuto. Varie indagini nazionali effettuate allo scopo collocano la regione tra le ultime per livello di spesa giornaliera: questo elemento, se da un lato implica un generale maggiore appeal in termini di convenienza dal punto di vista dei costi di soggiorno, dall'altro contribuisce a contenere l'entità delle ricadute economiche sul territorio.

Al riguardo, uno dei modi per provare ad innalzare il livello medio di spesa dei turisti potrebbe consistere nell'ampliamento dell'offerta destinata ai visitatori di alta gamma, anche in considerazione di quanto emerso da indagini precedenti (quella effettuata nel 2007 rivelò che quasi un terzo di visitatori venuti in Umbria per UJ era dirigente, imprenditore, libero professionista, dunque un tipo di consumatore alto-spendente).

In virtù di ciò, pensando al turista di alto profilo, potrebbe essere strategico potenziare le opportunità di acquisto e la fruizione di servizi offerti dal territorio: ad esempio, attraverso una maggiore offerta di brand di lusso e di negozi specializzati nella vendita di prodotti di artigianato locale di elevata qualità o una maggiore offerta di occasioni esperienziali distintive, come visite di particolari siti di eccellenza localizzati nel territorio. Naturalmente, la specializzazione nell'accoglienza del turismo di alta gamma richiede una preparazione – di competenze, di organizzazione, di strutturazione – ben specifica.

In questa breve disamina degli elementi che attengono alle ricadute sul territorio prodotte da UJ non si possono ignorare i potenziali effetti positivi in ambito collettivo e sociale, non meno importanti.

Numerosi studi hanno dimostrato le esternalità positive sullo sviluppo del capitale umano prodotte dagli eventi culturali che contribuiscono al benessere della collettività, in quanto veicoli per accrescere innovazione, produttività e competitività del territorio. Si tratta di effetti che molto dipendono dalla capacità del territorio stesso di introiettare e mettere a frutto il valore e le potenzialità alimentate da tali eventi. Nel caso di UJ, è difficile dimostrare se e quanto il tessuto sociale dell'Umbria abbia fatto tesoro delle esternalità positive generate in mezzo secolo. Da questo punto di vista, si ritiene comunque che si (sarebbe potuto) potrebbe fare di più. Si pensi, ad esempio, a quanto gioverebbe alla qualificazione del tessuto sociale – oltre che economico – immaginare un percorso di sviluppo che faccia leva proprio sulla formazione e la diffusione di questo genere musicale, con l'ambizione di rendere Perugia un luogo di prestigio internazionale per la culla di giovani talenti. Un'occasione importante che richiamerebbe competenze artistiche e culturali di alto livello, per un arricchimento del capitale umano di cui beneficerebbe evidentemente anche l'economia locale.

Ciò che si vuol sottolineare è la potenziale pervasività che eventi culturali di ampia rilevanza – quale è indubbiamente UJ – possono generare. La loro capacità di diventare motori di sviluppo è tanto più solida quanto più in grado di produrre trasformazioni nel tessuto economico e sociale:

dallo sviluppo della produzione di servizi avanzati e della managerialità ad essi collegata, a un più ampio sviluppo del capitale umano, comportando conseguentemente una crescita di attrattività del territorio e una aumentata capacità di contrastare l'esodo di giovani.

È dunque lecito affermare che gli effetti di UJ, sia effettivi che potenziali, sulla collettività locale sono ben più ampi delle stime direttamente monetizzabili, per i molti altri fattori positivi che sfuggono alla possibilità di essere quantificati, e giustificano ancora di più il sostegno da parte della collettività. Un elemento, questo, da tenere in grande considerazione da parte del policy maker quando si tratta di determinare l'allocazione delle risorse pubbliche.



## Bibliografia e fonti

B. Bracalente - L. Ferrucci (a cura di), *Eventi culturali e sviluppo economico locale. Dalla valutazione d'impatto alle implicazioni di policy in alcune esperienze umbre*, Franco Angeli, 2009

Centro Studi Turistici, *Firenze Rocks 2022: gli effetti sul sistema economico della città* ([www.fi.camcom.gov.it/sites/default/files/uploads/documents/Firenze%20Rocks\\_2022\\_ReportEffettiEconomici.pdf](http://www.fi.camcom.gov.it/sites/default/files/uploads/documents/Firenze%20Rocks_2022_ReportEffettiEconomici.pdf))

F. Forlani - S. Splendiani, *Il valore degli eventi. L'impatto economico di Umbria Jazz Festival*, 2019 ([cdnuj.umbriajazz.it/wp-content/uploads/2019/10/Il-valore-degli-eventi-Umbria-Jazz-2019-Versione-finale.pdf](http://cdnuj.umbriajazz.it/wp-content/uploads/2019/10/Il-valore-degli-eventi-Umbria-Jazz-2019-Versione-finale.pdf))

G. Guerzoni (a cura di), *Effetto festival. L'impatto economico dei festival di approfondimento culturale*, 2008

M.C. Hall - K. Rusher, *Politics, public policy and the destination*, in I. Yeoman - M. Robertson - J. Ali-Knight - S. Drummond - U. McMahon-Beattie (eds.), *Festival and Events Management*, Elsevier, Amsterdam, 2004

Irpet - Centro Studi Turistici, *L'impatto di Firenze Rocks 2019 sul sistema economico fiorentino e toscano* ([www.promofirenze.it/wp-content/uploads/2020/01/Presentazione-Dati-Firenze-Rocks-2019.pdf](http://www.promofirenze.it/wp-content/uploads/2020/01/Presentazione-Dati-Firenze-Rocks-2019.pdf))

S. Rosignoli - E. D'Urzo, *Il ruolo del turismo*, in AUR, *L'Umbria tra crisi e nuova globalizzazione. Scenari, caratteri, tendenze*, Rapporto economico e sociale 2012-2013, 2013, pp. 237-270

E. Tondini, *Meno male che c'è Umbria Jazz. Ma dopo quarant'anni, quando cominciamo a crescere?*, intervista a Carlo Pagnotta, in «Umbria Contemporanea», *La cultura in Umbria negli anni della crisi*, n. 22-23, 2015, pp. 97-108

[www.agenziacoessione.gov.it/sistema-conti-pubblici-territoriali/](http://www.agenziacoessione.gov.it/sistema-conti-pubblici-territoriali/)

[www.umbriajazz.it/](http://www.umbriajazz.it/)