

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

**Tra contributi pubblici e impatto di mercato: il caso del Salone Internazionale del Libro di Torino**

**This is the author's manuscript**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/1781238> since 2021-09-27T11:46:33Z

*Published version:*

DOI:10.1446/100736

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

***Tra contributi pubblici e impatto di mercato: il caso del Salone  
Internazionale del Libro di Torino***

**Piervincenzo Bondonio**

Centro Interateneo Omero, Università di Torino

**Giovanna Segre**

Dipartimento di Economia e Statistica “Cognetti de Martiis” e Centro Interateneo  
Omero, Università di Torino

***Versione provvisoria, la versione finale è pubblica su Economia della cultura, rivista  
de Il Mulino***

**Abstract**

The paper deals with the role of culture as an activator of the local economy, with reference to the 30th International Book Fair of Turin (May 2017). An exercise for estimating the economic impact is performed along the three dimensions of direct, indirect, and induced effects. All in all, an economic impact of some 30 million euros is calculated, stemming from 6.9 million euros of direct effects from the supply side and 7.4 from the demand side. Organizing body's budget data and more than 2,100 individual surveys are the main component of data source.

**JEL codes: H44, Z18, Z32**

**Keywords:** Impatto economico, sostegno pubblico, eventi culturali, editoria

---

## **1. Introduzione**

L'analisi della dimensione economica dei beni e delle attività culturali suscita un crescente interesse nell'ambito sia degli studi di economia della cultura, sia nel più ampio dibattito pubblico. Dopo che la quantificazione di valore aggiunto, fatturato e numero di occupati dei settori culturali e creativi (KEA, 2006) ha dimostrato la loro importanza economica nei paesi dell'Unione Europea, molti altri studi sono seguiti per la UE (Power e Nielsén, 2010; European Commission, 2010; ESSnet-Culture, 2012) e per alcuni singoli Paesi. Facendo riferimento al modello britannico DCMS (1998 e 2001), in Italia la stagione delle quantificazioni economiche viene inaugurata con il "Libro Bianco sulla Creatività" (Santagata, 2009), che Fondazione Symbola e Unioncamere hanno aggiornato e sviluppato in report annuali dedicati ai valori economici delle industrie culturali e creative. Per quantificare tali valori il dibattito si è inizialmente concentrato su quali settori considerare e quali escludere (Throsby, 2008; UNESCO, 2009), peraltro senza pervenire a soluzioni universalmente accolte (Della Lucia e Segre, 2017); dubbi permangono anche sui meccanismi causali e di propagazione della crescita economica a base culturale.

All'interno di questa cornice, il nostro studio si propone sia di esplorare la dimensione economica di un singolo evento culturale in termini di ricadute sul sistema economico locale, sia di ragionare sull'effetto generato dalle risorse pubbliche

attribuite. Il caso considerato<sup>1</sup> è il 30° Salone Internazionale del Libro, organizzato nel 2017 a Torino su una superficie espositiva di 45.000 mq, con 140 mila visitatori, oltre 1.000 espositori e 1.200 incontri culturali. Nato nel 1988 da un'idea del libraio Angelo Pezzana e dell'imprenditore Guido Accornero, quando esistevano solo due fiere internazionali del libro, a Francoforte e a Parigi, questo evento torinese si rivolge tanto ai professionisti del libro, quanto all'ampio pubblico dei lettori, offrendo uno spazio espositivo ai grandi editori e alle piccole e medie case editrici accompagnato da un fitto calendario di convegni, spettacoli, presentazioni di novità librarie e attività didattiche.

Si tratta di un evento in parte già studiato<sup>2</sup> e di particolare rilevanza strategica per Torino, una città che a partire dagli anni Novanta, con la crisi del modello produttivo fordista dell'auto, ha avviato un processo di rinnovamento della sua identità fortemente legato allo sviluppo dei settori culturali.

## **2. Metodologia della stima dell'impatto economico**

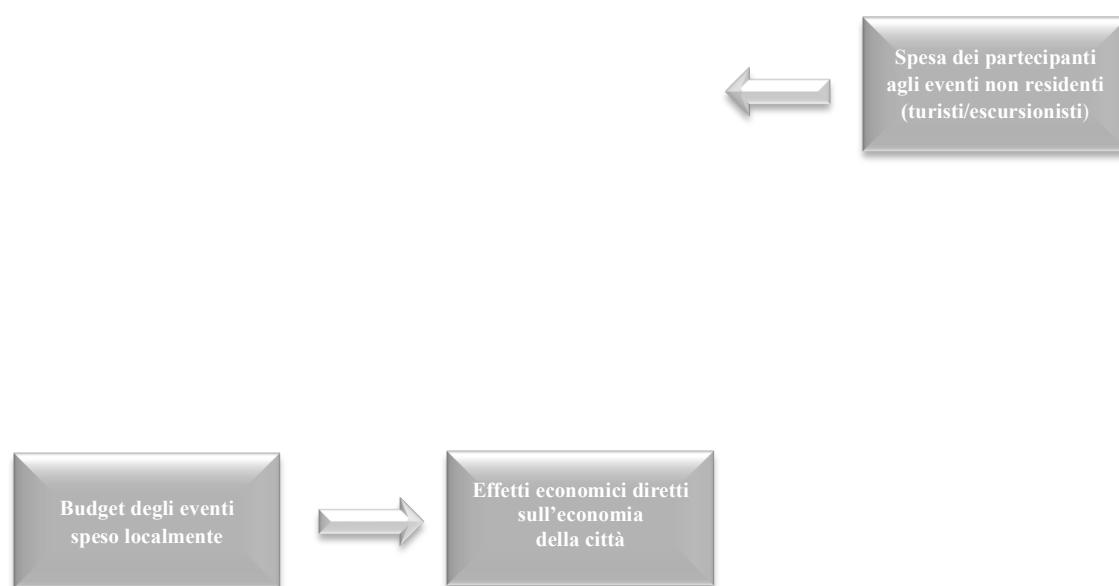
Costruire il modello di analisi e definire il set dei dati necessari e coerenti per applicarlo costituiscono operazioni contestuali e mutuamente condizionanti. Il modello immaginato per questo studio, molto semplice, è rappresentato nella Figura 2.

---

<sup>1</sup> Gli autori ringraziano Enrico Bertacchini, Andrea Morelli e Ottavia Arenella per la preziosa collaborazione alla conduzione dello studio su cui si basa questo articolo.

<sup>2</sup> Sull'edizione 2008 si veda Fondazione Fitzcarraldo, (2009), sull'edizione 2013 si veda Osservatorio Culturale del Piemonte (2014). Questi studi forniscono molte informazioni utili per la narrazione dell'evento, cui si rinvia, ma poche sono le variabili comparabili ai nostri risultati a causa di una differenza radicale nelle basi dati considerate, che a lungo hanno fatto riferimento al numero di presenze complessive al Salone (intese come somma degli ingressi giornalieri) e solo dal 2016 sul numero effettivo di persone che hanno visitato il luogo dell'evento.

Figura 2 – Una rappresentazione schematica del modello di stima



Il modello prevede che siano misurati due insiemi di spese, concettualmente distinti, anche se nella prassi non sempre facilmente distinguibili. Da un lato, le risorse che compongono l'offerta, messe a disposizione dall'ente organizzatore e spese localmente, in modo diretto o indiretto, per ideare, organizzare e realizzare il Salone. D'altro lato, le spese sostenute in loco sul lato della domanda, cioè dal complesso dei fruitori professionali e dai visitatori leisure del Salone. La loro valorizzazione deriva da un questionario somministrato a 2.140 visitatori durante l'evento, nel quale si chiedeva di valutare la spesa sostenuta, disaggregata in cinque voci (pernottamento, ristorazione, trasporti locali, acquisti di beni e acquisto di servizi turistici).

Come indicato in letteratura (Stynes, 1997; Tyrrell e Johnston, 2001; Crompton, 2006) l'iniezione di risorse economiche in un territorio genera infatti tre tipi di effetti:

1. *diretti*: l'impatto delle spese sostenute per organizzare il Salone (lato offerta) e dai suoi visitatori (lato domanda) nel territorio di riferimento, che non sarebbero avvenute senza l'evento considerato;
2. *indiretti*: l'impatto dei cicli successivi attivati dalle imprese che introitano le spese per l'organizzazione e dei visitatori per fronteggiare l'aumento della domanda;
3. *indotti*: l'impatto del cambiamento dei livelli di reddito dei residenti nel territorio oggetto di analisi.

Tali effetti sono calcolati attraverso l'utilizzo di moltiplicatori basati su tavole Input-Output che descrivono la struttura delle interrelazioni settoriali esistenti in una determinata economia.

### 3. Le ricadute economiche dirette sul territorio dal lato dell'offerta

La 30° edizione del Salone, svolta dal 18 al 22 maggio 2017 è stata organizzata e gestita dalla “Fondazione per il libro, la musica e la cultura”, istituzione nata nel 1994 e posta in liquidazione nel dicembre 2017, per ragioni che attengono più alla cronaca giudiziaria e politica che a reali parametri di analisi economico-gestionale. L'organizzazione delle edizioni 2018 e 2019 del Salone è stata pro-tempore attribuita a due istituzioni culturali della città, la Fondazione per la cultura e il Circolo dei lettori, con il coordinamento di una “cabina di regia” ad hoc; quella del 2020, in piena pandemia da Covid19, è avvenuta online.

I documenti contabili della Fondazione permettono di calcolare una spesa complessiva riversata sull'economia locale per organizzare il Salone di quasi 6,9 milioni di euro, come meglio dettagliato nella Tabella 1 che l'articola in quattro voci.

*Tabella 1 – Spese per l'organizzazione*

<i>Voci aggregate</i>	<i>Spesa (euro)</i>	<i>Note</i>
Costo della Fondazione attribuibile al 30° Salone	2.145.021,07	<i>Comprende: costo del personale, dipendente e no; spese di funzionamento della Fondazione; stampe promozionali e pubblicità</i>
Affitto dei locali 30° Salone	635.415,00	
Costo degli allestimenti	2.685.682,27	<i>Comprende: costi sostenuti da Eventi 3 Srl e costi per allestimenti su bilancio Fondazione</i>
Costo dei servizi per organizzare il 30° Salone	1.415.795,04	
<b><i>Totale</i></b>	<b><i>6.881.913,38</i></b>	

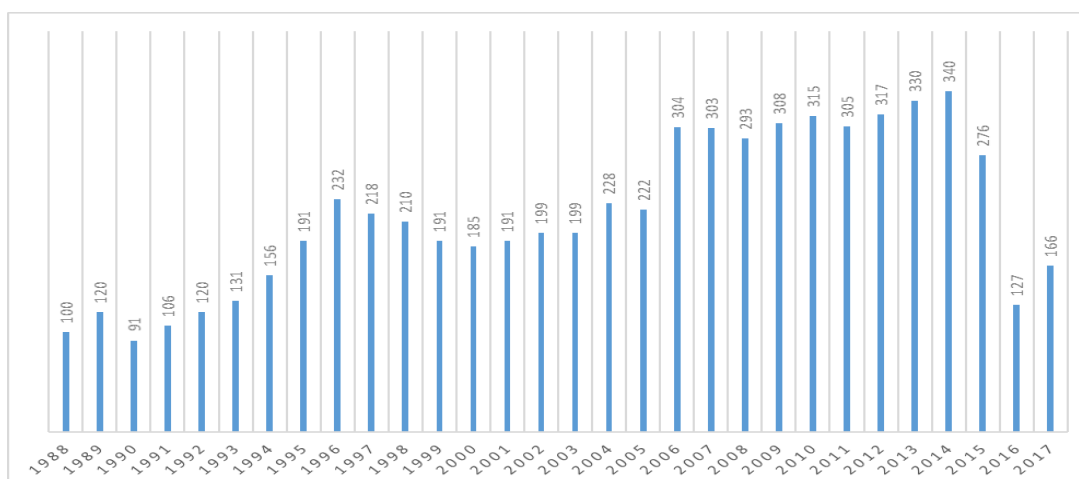
*Fonte: Elaborazioni proprie su dati del bilancio preconsuntivo 2017 della Fondazione per il libro, la musica e la cultura e informazioni fornite da Eventi 3 Srl di Torino.*

### 4. Il profilo di spesa dei visitatori

L'andamento nel tempo del numero dei visitatori (Figura 1) presenta anomalie in parte riconducibili a modalità di presentare i dati variare negli anni. Solo a partire

dall'edizione del 2016 il numero dei visitatori riflette il numero di effettive persone distinte che hanno partecipato all'evento.

**Figura 1 – I numeri “ufficiali” di visitatori del Salone del Libro dalla prima edizione (in migliaia)**



Fonte: Elaborazioni proprie su dati di varia fonte

Il pubblico del 30° Salone, come nelle edizioni precedenti, è prevalentemente locale: per il 35,7% torinese e per il 20,1% della sua area metropolitana, di altra provincia piemontese (13%) e di altre regioni (29,7%); gli stranieri sono solo l'1,4%. Il 53,8% visita la città senza trascorrervi la notte (*escursionisti*), il 46,2% trascorre in città almeno una notte (*turisti*). La permanenza media dei turisti è di 2,24 giorni, quella modale di 2. Il pernottamento avviene principalmente in hotel (40,4%) o presso amici o parenti (29%), il resto in bed & breakfast, casa o stanza in affitto. Si tratta di un pubblico fidelizzato: circa i tre quarti ha partecipato all'evento in passato (37% a 7 o più edizioni), con un ricambio del 24% di visitatori alla prima visita. Prevalgono le donne (57,4%); il 30% ha meno di 30 anni e il 10% più di 65; oltre la metà ha un titolo di studio universitario (di cui il 9% post-universitario).

Per quantificare correttamente la parte di spesa dei visitatori non residenti attribuibile al Salone, la letteratura propone tre approcci principali:

1. *della motivazione essenziale*: si stima la spesa dei visitatori dal peso attribuito alla visita al Salone come fattore di scelta nel compiere il viaggio a Torino;
2. *della motivazione relativa*: si individua il motivo di viaggio più attinente alla visita al Salone e si utilizza solo questo per stimare l'impatto;

3. *del tempo dedicato*: la spesa dei visitatori è proporzionale alla quota del tempo trascorso in Salone rispetto al tempo complessivo di soggiorno.

Naturalmente, l'applicazione dei tre metodi fornisce risultati diversi (Tabella 2), con una spesa media complessiva pro-capite compresa tra 72,67 e 83,68 euro.

**Tabella 2 – Livelli di spesa giornalieri e totali ottenuti applicando tre metodi di stima**

<i>Spesa in euro per</i>	<i>1. Metodo della motivazione essenziale</i>		<i>2. Metodo della motivazione relativa</i>		<i>3. Metodo del tempo trascorso</i>
	<i>sp.media die</i>	<i>sp.media tot</i>	<i>sp.media die</i>	<i>sp.media tot</i>	<i>sp.media tot</i>
Pernottamento	14,77	29,43	16,46	33,21	31,37
Ristorazione	15,65	26,97	17,60	30,86	28,59
Trasporti locali	2,81	4,95	3,21	5,76	5,39
Shopping	3,70	7,23	4,32	9,20	7,07
Servizi turistici	1,79	4,09	2,09	4,65	3,81
<b>Totale</b>	<b>38,72</b>	<b>72,67</b>	<b>43,69</b>	<b>83,68</b>	<b>76,23</b>

*Fonte: Elaborazioni proprie*

La nostra scelta, coerente con la strategia generale adottata in questo lavoro che si attesta sempre sui valori più prudenziali, è andata al metodo della motivazione essenziale. L'indicazione dei visitatori non residenti sulla loro motivazione di visita è stata misurata su una scala da 1 a 10 in modo da offrire una misurazione accurata della spesa diretta attribuendo la sola percentuale delle spese compiute dai visitatori legata all'intenzione di visita del Salone.

Pertanto la stima della spesa diretta dei visitatori al Salone è data dalla formula:

$$\begin{aligned}
 & \text{Spesa diretta totale dei visitatori Salone} \\
 & = \\
 & (\text{Spesa media giornaliera}) \times (N. \text{giorni in città}) \times (\text{Peso motivazione soggiorno in città})
 \end{aligned}$$

Escludendo le spese dei residenti in città, la Tabella 3 mostra in dettaglio l'articolazione per voce aggregata delle spese dirette di ciascun gruppo di visitatori. Complessivamente, si perviene a stimare una spesa di 2,682 milioni di euro circa, con le attività alberghiere e della ristorazione come maggiori beneficiarie.

**Tabella 3 – Spese dei visitatori qualificati come escursionisti e turisti, totali e per voce aggregata**



<i>Tipo di visitatore</i>	<i>Voce aggregata di spesa (valori in euro e quote %)</i>					
	<i>Pernottamento</i>	<i>Ristorazione</i>	<i>Trasporti locali</i>	<i>Shopping</i>	<i>Servizi turistici</i>	<i>Spese totali</i>
	0	183.990,30	37.349,61	25.368,73	3.892,15	<b>250.600,79</b>
Escursionisti	0%	73%	15%	10%	2%	9%
Turisti in strutture non ricettive	0	214.017,17	42.559,86	73.589,42	37.812,9	<b>367.979,40</b>
	0%	58%	5%	20%	10%	14%
Turisti in strutture ricettive	1.064.513,94	591.104,12	104.646,91	195.848,89	107.483,34	<b>2.063.597,19</b>
	57%	29%	5%	9%	5%	77%
<b>Totale</b>	<b>1.064.513,94</b>	<b>989.111,60</b>	<b>184.556,38</b>	<b>294.807,04</b>	<b>149.188,43</b>	<b>2.682.177,38</b>
	<b>40%</b>	<b>37%</b>	<b>7%</b>	<b>11%</b>	<b>6%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborazioni proprie

## 5. La spesa diretta complessiva dal lato della domanda

Le ricadute per l'economia locale calcolate sul lato della domanda ammontano a 7,38 milioni di euro. La Tabella 4 riporta i risultati dei calcoli effettuati, con riferimento sia ai gruppi di soggetti titolari delle spese stesse, sia a due specifiche tipologie di spesa (per acquisto di libri e per ospitalità ad autori ospiti).

Tabella 4 – Lato della domanda: spese complessive con ricaduta diretta sul territorio, per tipo di spesa

<b>Tipo di spesa</b>	<b>Valori in euro</b>	<b>Quote %</b>
Spese effettuate da:		
Visitatori	2.682.177	36,3
Espositori	1.465.350	19,9
Operatori professionali	1.364.065	18,5
Scolaresche	421.946	5,7
Spese per ospitalità	482.620	6,5
Spese per acquisto libri	964.172	13,1
<b>Totale lato domanda</b>	<b>7.380.330</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Elaborazioni proprie

Il contributo fornito dai diversi attori della spesa sollecita qualche commento. I visitatori “generici” costituiscono la componente di spesa più consistente, contribuendo

per più del 36% del totale ad attivare la domanda locale, con 2,682 milioni di euro. Se consideriamo le scolaresche, da sempre oggetto di grande attenzione da parte del Salone torinese, la spesa aggiuntiva di oltre 420 mila euro è attribuibile ai circa 5 mila partecipanti provenienti da fuori area su un totale di oltre 23 mila. La seconda componente per importanza della spesa è alimentata dagli espositori (1,465 milioni di euro); essa è stata ricostruita sulla base della loro numerosità e di ipotesi prudenziali su durata della permanenza e spese media; la terza componente è attivata dagli operatori professionali (1,364 milioni di euro), stimata sulla base dei questionari specifici e di informazioni puntuali fornite dalla Fondazione.

## **6. Dalle ricadute economiche dirette complessive all'impatto economico**

Le ricadute economiche dirette sull'economia locale, dunque, sono state di circa 14,262 milioni di euro, ripartite in modo bilanciato tra spese attivate sul lato dell'offerta (6,882 milioni di euro) e della domanda (7,380 milioni). Quale l'impatto economico di queste? Per determinarlo sono stati calcolati i moltiplicatori a partire da quelli utilizzati in precedenti ricerche sull'impatto della spesa culturale e turistica nell'area torinese (Re, 2009; Regione Piemonte, 2012), che sono stati ricalibrati con le tavole Input-Output dell'ISTAT regionalizzate sull'economia del Piemonte, sia mediante valutazioni sulla dinamica congiunturale dei settori attivati dall'evento.

La stima considera moltiplicatori differenti per le spese di organizzazione dell'evento e per quelle effettuate dai pubblici del Salone, in quanto esse tendono ad attivare differenti settori economici delle filiere territoriali, e propone l'applicazione di limiti inferiori e superiori. Alle spese della Fondazione e degli espositori (lato offerta) sono stati applicati moltiplicatori di valore 1,89 e 2,12; alle spese dei pubblici e degli operatori (lato domanda) moltiplicatori di 2,05 e 2,25.

Il valore dell'impatto economico sul territorio del 30° Salone risulta, così (Tabella 5), compreso tra un minimo di 28,018 milioni di euro circa (somma per i moltiplicatori minimi) e un massimo di 31,062 milioni circa (somma per i moltiplicatori massimi).

*Tabella 5 – Stime di impatto economico su Torino e la sua area metropolitana*

<b>Ricadute economiche dirette</b>		<b>Impatto economico: valori ottenuti con i moltiplicatori</b>		
<i>Tipo</i>	<i>Valore in euro</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Intermedio</i>
Offerta	6.881.913	12.888.170,82	14.456.572,56	13.672.371,69
Domanda	7.380.330	15.129.676,50	16.605.742,50	15.867.709,50
<b>Totale</b>	<b>14.262.243</b>	<b>28.017.847,32</b>	<b>31.062.315,06</b>	<b>29.540.081,19</b>

Fonte: Elaborazioni proprie

## 7. Un'ulteriore prospettiva: l'effetto leva della spesa pubblica per il Salone

Pur nei limiti di un ragionamento sostanzialmente ipotetico, che sconta anche l'ambiguità nei ruoli di Fondazione ed enti pubblici sostenitori<sup>3</sup>, può essere di interesse rispondere alla ulteriore domanda: quale è stato l'effetto di leva dell'intervento pubblico a sostegno del Salone?

La spesa pubblica per il Salone ha assunto la forma di erogazione di contributi al soggetto organizzatore (Tabella 6).

Tabella 6 – Contributi erogati da soggetti pubblici per l'organizzazione del 30° Salone

<b>Soggetti erogatori</b>	<b>Valore</b>
Regione Piemonte	€ 1.240.000
Comune di Torino	€ 715.000
Circoscrizioni	€ 25.000
<i>Totale Enti locali</i>	<i>€ 1.980.000</i>
Presidenza Consiglio Ministri	€ 40.000
MIBAC	€ 300.000
MIUR	€ 300.000
<i>Totale Amministrazioni Centrali</i>	<i>€ 640.000</i>
<b>Totale complessivo</b>	<b>€ 2.620.000</b>

Fonte: Elaborazioni proprie sul bilancio preconsuntivo 2017 della Fondazione per il libro, la musica e la cultura.

Dividendo i valori delle ricadute economiche dirette locali e dell'impatto economico per il valore dei contributi pubblici stanziati a favore della Fondazione si hanno valori dell'effetto di leva del 30° Salone di 5,4:1 per le ricadute economiche dirette locali e compreso tra un minimo di 10,7:1 e un massimo di 11,9:1 per l'impatto economico.

<sup>3</sup> La Fondazione registrava molti debiti accumulati verso i fornitori, seppure accompagnati da crediti significativi verso gli enti pubblici finanziatori, in gran parte da tempo non onorati.

## 8. Discussione

L'analisi condotta non esaurisce le possibili analisi di impatto: secondo la c.d. triple bottom line (Getz, 2012; Andersson e Lundberg, 2013) vi sono anche gli impatti socioculturali e ambientale. Il primo comprende le analisi su capitale sociale e culturale, salute e benessere pubblici, qualità della vita e autostima di una comunità locale; il secondo quelle sugli effetti delle emissioni prodotte dai mezzi di trasporto utilizzati, dell'uso delle fonti energetiche e idriche, della produzione di rifiuti e delle loro quote riciclabili.

Richiamata questa generale delimitazione di campo, è utile sottolineare come la nostra analisi appartenga al genere delle misurazioni delle spese aggiuntive provocate dall'evento e non invece del valore aggiunto creato. I risultati in tale modo raggiunti possono essere anche doppi di quelli riferiti al valore aggiunto, in quanto ai valori della spesa riversata sull'economia locale va sottratto il valore dei beni e servizi che ne sono input e provengono da importazioni (Andersson e Lundberg, 2013). Nel nostro caso la componente "esterna" della spesa sembra tuttavia nettamente inferiore a tale quota, poiché riguarda due sole tra le voci stimate sul lato dell'offerta (Tabella 1): la spesa per l'affitto dei locali al Gruppo francese GL Events Group, con profitti che vanno alla casa madre per una frazione presumibilmente non superiore al 5-10% del valore degli affitti pagati; le spese per gli allestimenti, che riguardano soprattutto acquisti di fornitori locali. In ragione di ciò, è ragionevole ipotizzare che la spesa sul lato dell'offerta alimenti produzione di valore aggiunto locale per una quota non inferiore al 90-95%, e sia quindi nell'ordine dei 6 milioni di euro. Si noti come l'analisi effettuata non si proponeva di misurare il grado di profittabilità dell'evento per i soggetti organizzatori e/o finanziatori (per un esempio di analisi, anche, di questo tipo, Bondonio, 2018), che avrebbe richiesto di considerare tra i costi le spese di organizzazione e tra i ricavi i proventi "aziendali" di ogni tipo e fonte (bigliettazione, affitto degli spazi espositivi, sponsorizzazioni, ecc.).

Inoltre, l'analisi effettuata non è del tipo costi-benefici (Dwyer e Forsyth, 2000), ma la ridotta dimensione temporale e spaziale dell'evento fa ritenere che ciò non ne costituisca un limite significativo. Neppure si è effettuata un'analisi di tipo equilibrio generale (computed general equilibrium, CGE), che considera gli usi alternativi delle

risorse impiegate per organizzare l'evento (Dwyer, Forsyth e Spurr, 2006). Tale rinuncia (al di là delle oggettive difficoltà per realizzarla) pare giustificata dalla ridotta dimensione dell'evento analizzato.

Un'analisi di impatto incorpora alcuni limiti (per una sintesi, Guerzoni, 2013) legati per lo più a difficoltà tecniche, ma talvolta anche all'intento, mai esplicitato, di compiacere il committente (pubblico o privato che sia) che vuole sia "scientificamente" dimostrato che impegnarsi per organizzare gli eventi sia economicamente vantaggioso per la comunità locale. Prendiamo allora in considerazione alcune tra le critiche più rilevanti e verifichiamone l'eventuale impatto sulla nostra analisi. Si è osservato che a volte le analisi condotte:

- ignorano i costi di *displacement*, cioè i costi della dissuasione dei visitatori potenziali per la saturazione delle risorse di accoglienza attribuibile all'evento (Dwyer e Forsyth, 2000). L'obiezione riguarda i soli turisti e non sembra applicabile al nostro caso, stante un tasso medio di occupazione delle strutture ricettive cittadine lontano dalla saturazione;

- definiscono erroneamente i confini dell'area di studio (Crompton e McKay, 1994; Snowball e Antrobus, 2002). Non è questo il caso dell'analisi condotta, ove i confini del territorio interessato (Torino e sua area metropolitana) erano espliciti in tutte le rilevazioni effettuate e in particolare nelle interviste ai visitatori;

- non tengono conto degli effetti fiscali imputabili a eventuali indebitamenti di lungo periodo degli enti pubblici finanziatori (Crompton, 2006). La Città di Torino è sì fortemente indebitata (Brosio, Pandiello e Piperno, 2014), ma il finanziamento comunale di questa edizione del Salone è stato di fatto solo parzialmente erogato e non ha quindi contribuito sostanzialmente a tale fenomeno;

- includono le spese dei residenti e dei visitatori casuali, non attratti dall'evento (Crompton, 1995, 2006; Bond, 2008; Dwyer e Forsyth, 2009; Frechtling, 2006). Nel nostro caso le spese dei residenti sono state completamente escluse; inoltre, nella stima della spesa attivata dai visitatori si è preferita la soluzione della c.d. "motivazione essenziale", che porta a valori prudenzialmente contenuti;

- si basano su stime esagerate dei flussi di visitatori (Crompton, 1995, 2006; Dwyer e Forsyth, 2009). Nel nostro caso i flussi sono il risultato di dati ufficiali validati, salvo inevitabili margini di errore, che permettono di escludere sovrastime.

In conclusione, lo studio condotto, pur con limiti, ci sembra presentare alcuni pregi. In particolare, esso può contribuire a: ridurre la soggettività dell'analisi attraverso un trattamento uniforme dei dati; stimolare le tecniche di raccolta ed elaborazione dei dati stessi, con vantaggio per i decisori pubblici e privati (gli organizzatori dell'evento), che sono responsabilizzati circa la centralità del loro ruolo, anche economico; costruire indici e strumenti di controllo delle attività e di raggiungimento degli obiettivi; sostenere e agevolare le decisioni degli operatori del settore; divenire strumento efficace di comunicazione interna ed esterna all'ente pubblico e a chi eroga finanziamenti in campo culturale e fieristico; incentivare la cooperazione tra soggetti pubblici e privati in ambito culturale.

## BIBLIOGRAFIA

- ANDERSSON T. e E. LUNDBERG (2013), «Commensurability and sustainability: Triple impact assessment of a tourism event», in *Tourism management*, vol. 37, pp. 99-109
- BAGNASCO, A. (1986), Torino, Un profilo sociologico, Einaudi, Torino
- BELLIGNI, S. e S. Ravazzi (2013), La politica e la città. Regime urbano e classe dirigente a Torino, il Mulino, Bologna
- BOND, H. (2008), *Impacts 08 - The Liverpool Model*, European Capital of Culture Research Programme
- BONDONIO, P. (2018), «Ricadute economiche, per la città e per il bilancio comunale, degli eventi sportivi di Torino 2015», in *La città e lo Sport. Torino 2015 e oltre* (a cura di P. Bondonio, E. Dansero e C. Genova), Milano, Franco Angeli, pp.77-117
- BROSIO G., PIPERNO S. e PANDIELLO J.S. (2014), «A tale of two cities: the Olympics in Barcelona and Turin», in Ahmad E., Bordignon M., Brosio G. (a cura di), *Multi-level Finance and the Euro Crisis. Causes and Effects*, Edward Elgar, Celthenham and Northampton, pp. 249-276
- CROMPTON, J.L. (2006). «Economic Impact Studies: Instruments for Political Shenanigans?», in *Journal of Travel Research*, vol. 45(1), pp. 67-82
- CROMPTON, J.L. (1995). «Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication», in *Journal of Sport Management*, vol. 9(1), pp. 14-35
- CROMPTON, J.L. e S.L. MCKAY (1994). «Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some Myths, Misapplications and Ethical Dilemmas», in *Festival Management & Event Tourism*, vol. 2(1), pp. 33-43
- DCMS (1998), Creative industries mapping document, Creative Task Force, London
- DCMS (2001), Creative industries mapping document, Creative Industries Task Force, London
- DELLA LUCIA, M. e G. SEGRE (2017), «Il perimetro di industrie culturali, creative e turismo: specializzazioni e implicazioni di policy in Italia», in *Sinergie*, vol. 35(104), pp. 115-134
- DWYER, L. e P. FORSYTH (2009), «Public Sector Support for Special Events», in

- Eastern Economic Journal, vol. 35, pp. 481–499
- DWYER L. e P. FORSYTH (2000), «Assessing the Benefits and Costs of Inbound Tourism», in *Annals of Tourism Research*, vol. 20(4), pp. 751-768
- DWYER L., FORSYTH P. e R. SPURR (2006), «Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach, used to estimate the economic impacts of event», in *Journal of Travel Research*, vol. 45(1), pp. 59-66
- EY (2017), *Italia creativa. 2° Studio sull'Industria della Cultura e della Creatività*.
- ESSNET-CULTURE (2012), *European Statistical System Network on Culture. Final Report*, Luxembourg, ESSnet-Culture and Eurostat
- EUROPEAN COMMISSION (2010), *European Competitiveness Report 2010*, Luxembourg, Directorate General Enterprise and Industry, Office for Official Publications of the European Communities
- FRECHTLING, D.C. (2006), «An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models», in *Journal of Travel Research*, vol. 45(1), pp. 26-35
- GETZ, D. (2012<sup>2</sup>), *Event Studies: theory, research and policies for planned events*, Abingdon, Routledge
- GREFFE, X. (2011), «The Economic Impact of the Louvre», in *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 41:2, pp. 121-137
- GUERZONI, G. (2013), *Rapporto di ricerca. Analisi dell'impatto economico e occupazionale delle attività della Fondazione Pergolesi Spontini*, Jesi
- KEA (2006), *The economy of Culture in Europe*, Brussels, Directorate-General for Education and Culture
- POWER, D. e T. NIELSÉN (2010), *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*, Brussels, Europe Innova Initiative, European Commission
- RE, P. (2009), *Progetto capitale culturale. Cultura motore di Sviluppo per Torino*, Torino, Comune di Torino
- REGIONE PIEMONTE (2012), *Impatto economico, ricadute e redditività del turismo in Piemonte. Analisi della fruizione, della spesa e della customer satisfaction*, Morgex, Conti Editore
- SANTAGATA, W. (2009), *Libro bianco sulla creatività. Per un modello italiano di sviluppo*, Milano, EGEA Bocconi University Editor
- SNOWBALL, J.D. e G.G. ANTROBUS (2002), «Valuing the arts: pitfalls in



- economic impact studies of arts festivals», in *South African Journal of Economics*, vol. 70(8), pp. 1297-1319
- STYNES, D.J. (1997), *Economic impacts of tourism: a handbook for tourism professionals*, University of Illinois, Tourism Research Laboratory, Urbana, IL
- SYMBOLA e UNIONCAMERE (2019), *Io sono cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi*, Roma, Symbola Fondazione per le qualità italiane
- THROSBY, D. (2008), «The concentric circles model of the cultural industries», in *Cultural Trends*, vol. 17(3), pp. 147-164
- TYRRELL, T.J. e R.J. JOHNSTON (2001), «A framework for assessing direct economic impacts of tourist events: Distinguishing origins, destinations, and causes of expenditures», in *Journal of Travel Research*, vol. 40(1), pp. 94-100
- UNESCO (2009), *Framework for Cultural Statistics*, Paris, UNESCO