



performing +

più competenze a sistema

www.performingplus.it



un progetto di:



Fondazione
Compagnia
di San Paolo



in collaborazione con:





ESITI, RISULTATI, IMPATTI

Alessandra Gariboldi – Osservatorio Culturale del Piemonte

www.performingplus.it

un progetto di:



Fondazione
Compagnia
di San Paolo



in collaborazione con:



VALUTARE COSA? LA CATENA DI PRODUZIONE DELL'IMPATTO

LAVORO PIANIFICATO

input

le risorse messe in campo dall'organizzazione

attività

l'insieme di processi, strumenti, eventi, messi in atto dall'organizzazione come attuazione concreta del progetto

RISULTATI ATTESI

esiti

la quantità misurabile di beni e servizi prodotti. Sono i punti di contatto con i beneficiari, sono il mezzo che consente di ottenere un risultato o un impatto e non il risultato stesso.

risultati

i risultati nei beneficiari

impatti

i cambiamenti generati nei beneficiari diretti e nella collettività

ipotesi

ipotesi

RISULTATI INATTESI

STATEMENT(S)

- Youth offenders lack opportunities to engage with drama as a means to improve their soft skills
- Absence of theatre provision in the local area

MISSION

- Improve life chances of young people through theatre

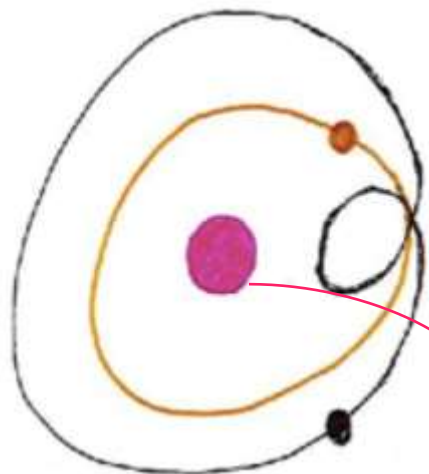
		OUTCOMES		
Activities	Outputs	Short term	Medium term	Long term
<ul style="list-style-type: none">• Drama workshops aimed at young people that have been through the justice system• Mentoring programme – beneficiaries of the above programme go into schools to engage younger people at the risk of exclusion in drama	<ul style="list-style-type: none">• 1 workshop per week• End of term production• Beneficiary self-evaluation• 1 mentoring session per week	<ul style="list-style-type: none">• Greater sense of routine for beneficiaries• Fewer exclusions amongst participants	<ul style="list-style-type: none">• Improved levels of self-confidence• Development of empathy related behaviours	<ul style="list-style-type: none">• Re-engagement with formal education provision or employment

KEY ASSUMPTIONS

- Drama workshops contribute to development of self-confidence and empathy
- Re-engagement with formal education provision can be linked to drama workshops (attribution)
- Exclusion can be linked to success of mentoring programme (attribution)

AREAS FOR DEVELOPMENT

- Identifying rigorous evidence base for social outcomes associated with drama workshops
- Identifying longer term outcomes for mentoring programme

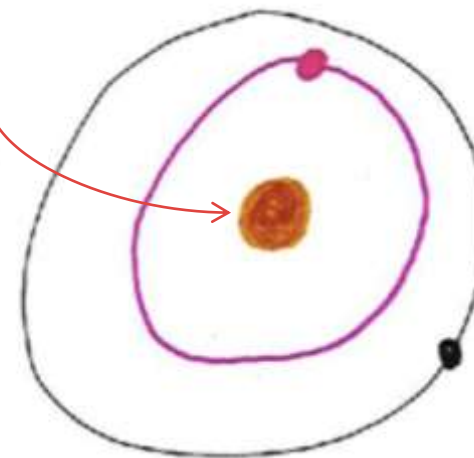


Quali azioni dobbiamo mettere in campo per raggiungere i nostri obiettivi?

→ RIVOLUZIONE

COPERNICANA

Quale cambiamento vogliamo raggiungere a vantaggio dei principali destinatari dei nostri sforzi (e quali sono le pre-condizioni migliori per ottenerlo)?



RICORDATE: Quale cambiamento?

Può essere un cambiamento immediatamente percepibile dai beneficiari (es. farli sentire bene), o meno (cambiare la loro percezione su un determinato tema, modificare un loro comportamento). Può rispondere a un problema percepito come rilevante dagli stakeholder (contrastare l'abbandono scolastico) o meno (dare loro un momento di svago).

! *Se vogliamo aumentare il benessere degli over 65 che abitano in quartiere, cosa intendiamo per 'benessere'? Possiamo deciderlo noi? Possiamo fare delle ipotesi, ma devono essere i beneficiari stessi o gli stakeholder a dirci cosa intendono per "benessere" (per noi magari è "sentirsi utili" ma per loro potrebbe essere "stare in compagnia")*

RICORDATE: Quale cambiamento **per chi?**

Gli **outcome** desiderati possono (e spesso sono) diversi per ciascun beneficiario.

Es. una rassegna che vuole portare i linguaggi teatrali del contemporaneo nelle zone che di norma non vedono questo tipo di programmazione vuole generare un cambiamento positivo su:

- *Artisti (dare loro più occasioni di reddito, più gratificazione)*
- *Programmatori (dare loro anche un pubblico diverso, che arriva da fuori)*
- *Pubblico locale (far incontrare forme espressive nuove, superare la diffidenza verso la nuova drammaturgia, abituarli a uscire dalla zona di comfort)*

Es. Con la stagione teatrale...

Per gli artisti: fornire occasioni di esibirsi

Per gli abbonati: farli sentire accolti, importanti, stimolati

Per lo staff: farli sentire motivati, moltiplicare le occasioni di lavoro

Es. Con un progetto di teatro per famiglie:

Per genitori con bambini 0-6: fornire un luogo dove possano fare esperienze analogiche con i bambini in socialità, aumentare il loro desiderio di esperienze teatrali, fare spazio alle loro preoccupazioni e fornire sollievo.

Per i bambini: divertirsi, scoprire il proprio corpo e le sue capacità, emozionarli

Es. Con un progetto di laboratori per adulti:

Per i partecipanti: farli sentire parte di una comunità, renderli più capaci di esprimere se stessi, renderli più creativi, aumentare la fiducia in se stessi, la capacità di stare insieme...



INDICATORI DI CAMBIAMENTO

Alessandra Gariboldi – Osservatorio Culturale del Piemonte

www.performingplus.it

un progetto di:



Fondazione
Compagnia
di San Paolo



in collaborazione con:



UNA DEFINIZIONE DI INDICATORE

“Un indicatore è una misura sintetica (in forma quantitativa) o un segnale/informazione (in forma qualitativa), coincidente con una o più variabili, in grado di riassumere l'andamento del fenomeno cui è riferito, ma anche di renderlo più concreto”

GLI INDICATORI

Per rappresentare gli effetti generati avrete bisogno di indicatori.

GLI INDICATORI SONO INDIZI

Sono strumenti in grado di mostrare (misurare) l'andamento di un **fenomeno** che si ritiene **rappresentativo** per l'analisi e sono generalmente utilizzati per monitorare o valutare il grado di successo, oppure l'adeguatezza delle attività implementate rispetto a uno o più obiettivi prestabiliti

È qualcosa che possiamo capire e raggiungere cognitivamente. Esprime solo una parte del fenomeno che si vuole descrivere, generalmente semplificandolo: per questo spesso abbiamo bisogno di più indicatori.

Gli indicatori non sono solo numeri

Attenzione! L'indicatore non è il fenomeno, ma rappresenta e riassume il comportamento del fenomeno più complesso che vogliamo monitorare e valutare.

L'indicatore è il dito...
ma il fenomeno è la luna!



INDICATORI QUALITATIVI vs QUANTITATIVI

Gli indicatori quantitativi si possono applicare se al cambiamento da monitorare sono associabili con chiarezza dati monetari o fisici. Può essere assoluto (n° di persone che fa qualcosa) o relativo (riduzione % di un comportamento) - è la misura di un fenomeno.

Si chiamano così perché quantitativa è la restituzione del fenomeno (n°, %) non il suo significato (qualità della vita ->% delle persone che percepiscono un miglioramento)

Gli indicatori qualitativi sono segnali del cambiamento, non si esprimono in numeri – rappresentano più il significato del fenomeno.

“Ho parlato con una persona ed è diventata rossa in viso”

Il rossore è indicatore di imbarazzo, ma non è un numero: è qualcosa di visibile, di percepibile che sta al posto di qualcos'altro che non può essere percepito.

INDICATORI di CAMBIAMENTO (o di «impatto»)

Un **indicatore di prestazione** può essere relativamente semplice da definire: si tratta di un numero che rappresenta in quale misura abbiamo rispettato uno standard (es. tempo medio di attesa al call center, consumo medio di energia/mq...) o un obiettivo che ci siamo dati (realizzare 4 laboratori, coinvolgere almeno 100 bambini, % dei bambini in povertà educativa sul totale di quelli coinvolti). Ci dice se e in che misura abbiamo fatto quello che ci siamo ripromessi di fare.

Possono essere **di esito** (se hanno a che vedere con l'efficacia), o di **processo** (se hanno a che vedere con l'efficienza)

INDICATORI di CAMBIAMENTO (o di «impatto»)

Gli **indicatori di risultato (outcome)** sono meno evidenti. Si tratta sempre di misurare il raggiungimento di obiettivi dati, ma devono misurare **il cambiamento che abbiamo prodotto**. Ciò comporta che ci sia sempre una situazione di partenza (tendenzialmente nota, meglio se misurabile) ed una di arrivo (da verificare attraverso la misurazione).

Se si tratta di un cambiamento stabile nel tempo, siamo in grado di affermare con certezza che quel cambiamento è stato prodotto in modo intenzionale, che non si sarebbe prodotto senza di noi, e che siamo stati noi e non altro a determinarlo (cioè praticamente mai) possiamo parlare di impatto (senza virgolette!)

DAI RISULTATI AGLI IMPATTI

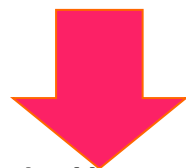
Ragionare sugli impatti significa **porre l'attenzione sugli effetti** più che sulle risorse impiegate:

- non è tanto importante quanto si investe in formazione ma quanto si apprende e che cosa si apprende
- non è tanto importante quanto si investe in servizi sociali ma quanto questi contribuiscono a creare benessere ed inclusione economica a livello locale
- non è tanto importante quanto si investe in servizi ambientali ma quanto si riduce l'impatto di una comunità sull'ambiente

- **Indicatore di prodotto/esito:** n. di spettacoli/laboratori, n. di partecipanti, n. di condivisioni...



- **Indicatore di risultato:** quanto i partecipanti hanno apprezzato lo spettacolo, quanto si sono sentiti bene, quanto hanno cambiato percezione di un tema, ecc.

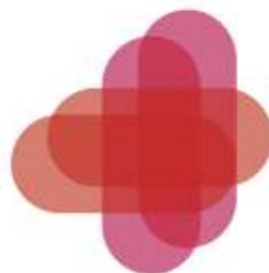


- **Indicatore di impatto:** aumento della pratica culturale, incremento delle attività di volontariato, ecc.

CHECKLIST!

Come deve essere un indicatore di risultato?

- **Significativo**: deve davvero rappresentare la luna
- **Pratico**: si integra bene nelle attività del progetto
- **Direzionale**: contribuisce a determinare l'andamento di un progetto
- **Operabile**: può essere messo in relazione al contesto pratico per misurare un cambiamento effettivo
- **Realistico**: alcuni indicatori sarebbero perfetti, ma la loro misurabilità non è sostenibile



performing +
più competenze a sistema

un progetto di:



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

FONDAZIONE
**PIEMONTE
DAL VIVO**
CIRCOLO REGIONALE MULTIDISCIPLINARE

in collaborazione con:

 OSSERVATORIO
CULTURALE
DEL PIEMONTE

www.performingplus.it