

Biella, 14/07/2026

A tutti gli organi di informazione

“Andy Warhol. Pop Art & Textiles”: la mostra si è conclusa portando in dote al Biellese 21 mila visitatori e un impatto economico di quasi 10 milioni di euro.

Tempo di bilanci per la mostra “Andy Warhol. Pop Art & Textiles”, organizzata dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Biella con Palazzo Gromo Losa Srl e Creation in collaborazione con il Comune di Biella, Palazzo Ferrero Miscele Culturali, Associazione Stilelibero, Biella Città Creativa Unesco, RJMA, Art Book Web, Beside Arts e Promos (partner per la comunicazione) con il sostegno di Banca di Asti (Main Sponsor).

Conclusasi il 6 aprile la mostra, curata da Alberto Rossetti e Vincenzo Sanfo (parte Pop Art) e Geoff Rayner e Richard Chamberlain (parte Textiles) ha registrato un totale di 21.000 visitatori nelle due sedi di Palazzo Gromo Losa e Palazzo Ferrero e un gradimento molto alto sia da parte del pubblico sia da parte della stampa.

Al fine di dotarsi di un’analisi puntuale dei flussi dei visitatori e dell’impatto economico generato dalla mostra la Fondazione ha applicato due strumenti di valutazione gestiti in forma digitale da Coopculture:

- la Customer Journey messa a punto da Creation, ovvero l’analisi particolareggiata dell’intera esperienza e del percorso svolto dai visitatori dall’acquisto del biglietto d’ingresso alle motivazioni e ai comportamenti nella pianificazione della visita e di un eventuale ritorno. Sono stati somministrati oltre 500 questionari;
- un questionario per la valutazione d’impatto, messo a punto da Fondazione Santagata, somministrato al termine del percorso espositivo con l’obiettivo di indagare la

percezione dell'esperienza di visita e alcuni aspetti relativi alla conoscenza, alla percezione e al valore attribuito al brand Biella Città Creativa Unesco. In questo caso i questionari compilati sono stati circa 1.500.

L'analisi integrata delle risposte ai due questionari ha permesso a Fondazione Santagata per l'Economia della Cultura, realtà specializzata in questo genere di valutazioni e che ad esempio ha prodotto report d'impatto per il Museo Egizio, di redigere una Valutazione d'impatto complessiva della mostra.

Grazie a questa analisi sono emersi alcuni dati particolarmente significativi che hanno permesso di tratteggiare un puntuale identikit del visitatore medio e delle sue abitudini di vista e di spesa.

Il visitatore italiano medio della mostra è donna, tra i 55 e i 64 anni, diplomata e proveniente per la stragrande maggioranza dalla provincia di Biella (46,2%) e dal Piemonte (79,8%). Ha raggiunto Biella in macchina (59%) e la sede della mostra sempre in automobile (46,7%). Ha già visitato Biella in precedenza (68,9%) e si è recata in città principalmente per la mostra (53%), prevedendo di fermarsi nel Biellese nel 26,9% dei casi, per tre o più notti (56,8%). Ha visitato la mostra per interesse personale (59,2%) con la famiglia (58,6%) e ne è venuta a conoscenza tramite Outdoor (comparto comprensivo di Affissioni e Arredo urbano - 37,8%), Web (comparto comprensivo di Social Network e Pubblicità sul web - 26,9%) e Passaparola (24,5%). È la prima volta che visita Palazzo Gromo Losa e Palazzo Ferrero (43,1%). Non è a conoscenza di Selvatica – Arte e Natura in Festival (56,7%).

Per quanto riguarda quindi la provenienza dai dati dalla Customer Journey, limitatamente ai soli questionari compilati in italiano, emerge come il 46% circa dei visitatori siano originari della provincia di Biella (erano il 39% nella mostra McCurry e il 50% nella mostra Banksy). Seguono Torino (11%, in linea con le mostre precedenti), Novara e Vercelli (entrambe al 9%, valori in crescita rispetto alla mostra McCurry). I visitatori provenienti da Milano sono invece il 6% circa, quota stabile rispetto alla mostra McCurry. In generale i visitatori non piemontesi sono il 21% circa del totale, un valore che si colloca a metà tra la mostra McCurry (29%) e quella Banksy (13,5%).

Il visitatore straniero medio della mostra è invece donna, tra i 35 e i 44 anni, diplomata post-laurea e proveniente da Svizzera - 20%, Regno Unito - 11,1% e Francia - 8,9%. Ha raggiunto Biella in automobile (71,4%) e la sede della mostra a piedi (53,1%). È la prima volta che si reca a Biella (55,3%) e prevede di fermarsi nel Biellese (68,1%) per tre o più notti (75%). Sta visitando la mostra con amici (46,9%) venendone a conoscenza principalmente tramite Outdoor (30,6%), Passaparola (28,6%) e Comparto Web (24,5%). È stata spinta ad entrare dalla fama di Andy Warhol (61,2%). È la prima volta che visita Palazzo Gromo Losa e Palazzo Ferrero (73,5%) e non è a conoscenza di Selvatica – Arte e Natura in Festival (67,3%).

I dati sono poi stati elaborati attraverso l'Economic Impact Assessment (EIA), metodologia utilizzata per stimare gli effetti economici generati da un'attività culturale in un determinato contesto territoriale. Questo approccio considera il modo in cui la spesa attivata da visitatori, organizzatori e altri soggetti coinvolti si traduce in produzione, valore aggiunto e redditi locali. Nel caso della mostra Warhol il procedimento analitico si è articolato in tre passaggi:

- la stima della spesa locale dei visitatori;
- la stima delle spese organizzative con ricaduta territoriale;
- l'applicazione di moltiplicatori economici finalizzati alla valutazione degli effetti complessivi.

Il totale delle spese, riportato dal campione del questionario all'intero pubblico della mostra sulla durata complessiva della mostra, è stimato in 1.595.712 euro. Particolarmente rilevante risulta il peso della ristorazione, seguita da shopping, pernottamento e spese legate alla mobilità.

Accanto alla spesa dei visitatori l'analisi considera le spese sostenute dall'organizzazione presso fornitori locali, includendo così l'effetto economico generato dalle fasi di progettazione, realizzazione, gestione e promozione dell'evento. Le spese organizzative con ricaduta locale ammontano complessivamente a 149.919 euro.

L'applicazione dei moltiplicatori, che comprende tre livelli di impatto (diretto, indiretto e indotto), ha poi consentito ai ricercatori di Fondazione Santagata di stimare gli effetti complessivi generati dalla spesa diretta.

L'impatto diretto e quello indiretto riguardano, in prima istanza, le filiere di fornitura attivate per soddisfare lo shock di domanda generata dalla spesa diretta. In particolare, l'impatto diretto si riferisce ai settori economici immediatamente coinvolti dalla spesa (per esempio le reti di fornitura dei ristoranti e degli hotel), mentre l'impatto indiretto riguarda i settori attivati in modo mediato, ossia quelli che forniscono input ai settori direttamente coinvolti, lungo la catena di approvvigionamento. L'impatto indotto rappresenta invece un ulteriore livello di attivazione economica: esso deriva dall'ulteriore domanda generata dai redditi prodotti nelle fasi precedenti (diretta e indiretta). Tali redditi, una volta spesi dalle famiglie, attivano un nuovo ciclo di domanda e, conseguentemente, ulteriori filiere produttive, ampliando l'effetto complessivo sull'economia del territorio.

La tabella seguente evidenzia il processo e gli importi relativi:

Indicatore	Valore
Spesa diretta	€ 1.745.561
Impatto diretto	€ 510.778
Impatto indiretto	€ 2.222.616

Impatto indotto	€ 5.515.734
Impatto economico totale	€ 9.994.689
Valore aggiunto generato	€ 2.165.155

L'impatto totale stimato della mostra è dunque pari a circa 10 milioni di euro in termini di volume complessivo di produzione attivata. Il valore aggiunto generato, pari a circa 2,17 milioni di euro, rappresenta la quota di tale produzione che si traduce effettivamente in redditi, remunerazione del lavoro e altre componenti del valore aggiunto.

“La Fondazione è molto soddisfatta del risultato generato dalla mostra dedicata a Warhol e ci tenevamo ad affiancare alla mostra un sistema di valutazione anche economica evoluto proprio per dimostrare, con i fatti, i numeri e non solo con le parole che gli eventi culturali possono diventare un motore di sviluppo anche per il nostro territorio. La società di valutazione, per capirci la medesima che si occupa del Museo Egizio di Torino, ha definito una valutazione dell'impatto economico che è andata al di là delle nostre aspettative. – commenta il Presidente Michele Colombo – Grande soddisfazione ci danno non solo i dati che attestano come l'evento abbia generato un impatto stimato in 10 milioni di euro, ma anche il fatto che ancora una volta sia stato un percorso condiviso dall'intero territorio che ogni anno sempre più si sente coinvolto dalla nostra proposta culturale. L'attività del Polo del Piazza è sempre più intensa e costituisce un vero volano per lo sviluppo territoriale, in questi giorni si sta concludendo “Selvatica. Arte e natura in Festival”, molto apprezzato dai visitatori, seguirà “Fatti ad arte”.

Mi sento di dire che è stata data la risposta ad una domanda: “può la cultura, in senso ampio, dalle arti performative a quella materiale, diventare uno degli elementi protagonisti della rinascita del nostro territorio?” Noi crediamo di sì, serenamente, convintamente. Proprio per questo, sperando di riuscire a lavorare su questo tema a livello di sistema e non come singolo protagonista, stiamo già lavorando ad un altro grande evento autunnale.

Certo mi sorge spontanea un'altra domanda: “può Biella cambiare la propria narrazione e percezione esterna offrendosi al mondo come luogo di cultura?” In questo caso la mia risposta è: sì, può farlo ma solo se riusciamo a lavorare insieme. Ce la facciamo?”.

Anche per quanto riguarda l'esperienza di visita le risposte al questionario distribuito al termine del percorso espositivo restituiscono un quadro complessivamente molto positivo della soddisfazione del pubblico.

Uno dei risultati più significativi riguarda l'effetto informativo della mostra, misurato attraverso il livello di informazione percepito dai visitatori prima e dopo la visita. La valutazione

media espressa passa da 2,85 su 4 prima della visita a 3,74 su 4 dopo la visita, con una differenza pari a 0,89 punti; inoltre, dopo l'esperienza espositiva, la quota di visitatori che si dichiara molto informata raggiunge il 76%.

Il 66% dei visitatori (italiani e stranieri) dichiara di aver già visitato Biella, mentre il 34% si trova in città per la prima volta. Il dato suggerisce una buona capacità dell'evento di attrarre anche nuovi flussi, pur mantenendo una base consolidata di frequentatori già familiarizzati con la destinazione. Con riferimento ai soli visitatori non residenti, i dati evidenziano come la mostra rappresenti il principale driver di attrazione, motivando il 49% delle presenze.

Al contempo emerge una componente non trascurabile di pubblico già fidelizzato: il 24% ha visitato entrambe le mostre precedenti, mentre il 17% e il 12% dichiarano di aver partecipato rispettivamente alla mostra McCurry e a quella Banksy. Complessivamente, oltre la metà dei visitatori ha già avuto precedenti esperienze nel medesimo contesto espositivo, a conferma di una buona capacità di continuità e fidelizzazione e della crescita del Polo del Piazzo.

Ottimi anche i risultati delle varie convenzioni e offerte speciali attivate in occasione della mostra i cui dati risultano in linea con quanto emerso nelle mostre precedenti.

Molto significativa l'adesione da parte delle scuole: in totale sono state 189 le classi ad aver visitato la mostra (120 da Biella città, 64 dalla provincia di Biella e 5 da fuori provincia, delle quali 2 dall'estero) per un totale di 4.356 tra studenti e insegnanti accompagnatori.

La Fondazione anche quest'anno ha infatti mantenuto la politica di gratuità per tutte per tutte le scuole mettendo al centro come sempre la formazione delle giovani generazioni anche al fine di combattere la povertà educativa.

Quasi tutti gli istituti scolastici della provincia hanno accolto la proposta didattica con un marcato aumento delle scuole primarie.

Per quanto riguarda invece i gruppi di adulti i numeri mostrano una crescita rispetto alla mostra McCurry. I gruppi organizzati sono stati in totale 54 (contro i 42 della mostra McCurry) per un totale di 1.076 partecipanti.

L'analisi della provenienza dei gruppi adulti evidenzia una forte capacità di attrazione sul territorio locale, accompagnata da una significativa apertura verso pubblici provenienti da contesti esterni.

La quota più consistente dei gruppi proviene infatti dal Biellese, con 40 prenotazioni, ma particolarmente significativo è il dato relativo ai gruppi provenienti da fuori provincia, pari a 14 (erano solo 4 per la mostra McCurry).

Come per le mostre precedenti durante la mostra sono stati organizzati alcuni eventi ed iniziative collaterali, perlopiù in collaborazione con Associazione Stilelibero e altri partner locali.

Tra gli eventi più importanti si ricordano l'incontro "Pop o Povera. L'arte che guarda al presente" tenutosi il 16 marzo a Palazzo Gromo Losa, che ha visto protagonista Michelangelo

Pistoletto in dialogo con Ilaria Bonacossa, Direttrice Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura di Genova, e la personale dell'artista Lorenzo Puglisi Sacro, Profano, Umano presso la chiesa del Santo Sudario, che ha visto dialogare due sue opere con una Marilyn di Warhol in un allestimento molto suggestivo.

In un ottica di collaborazione con le realtà presenti all'interno dei palazzi del Polo durante tutto il periodo di mostra CoopCulture ha proposto visite guidate, alcune delle quali prevedevano anche un accompagnamento musicale in mostra a cura di Fondazione Accademia Perosi.

Da ricordare infine "Sweet Factory", la pralina ideata e prodotta in occasione della mostra dalla Pasticceria Massera in collaborazione con CoopCulture, progetto che ha unito la dimensione culturale e quella produttiva del territorio, creando un linguaggio comune tra arte e impresa, tra creatività e tradizione.

Un bilancio dunque più che positivo che oggi è certificato anche dalle analisi di Fondazione Santagata che ha confrontato il risultato biellese anche con altre realtà analoghe riscontrandone la qualità e la specificità territoriale e che potrà costituire la base per nuove collaborazioni in vista delle progettualità future.