

Il pubblico dello spettacolo nelle Marche

Report di ricerca
sui pubblici
dello spettacolo dal vivo
nelle Marche

La seguente ricerca è realizzata nell'ambito del progetto *B.Art - Business & ART per la fertilizzazione di impresa nelle Marche*, coordinato dal Consorzio Marche Spettacolo e cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo – FESR 2014/2020. L'iniziativa è stata svolta in collaborazione con il Centro LaRiCA - Osservatorio sui pubblici dello spettacolo dal vivo, Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Studi Umanistici e Internazionali (DISCUI) dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e il partner progettuale GGF Group srl al fine di conoscere preferenze, desideri e abitudini del pubblico dello spettacolo dal vivo delle Marche.

Report realizzato con la consulenza scientifica di Laura Gemini, Stefano Brilli e Francesca Giuliani dell'Università di Urbino Carlo Bo.



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E
INTERNAZIONALI

Progetto grafico editoriale e impaginazione
Enrico Mosconi
Linee guida progetto grafico B.Art
RossodiGrana



Business & ART
per la fertilizzazione d'impresa
nelle Marche
www.bartmarche.it



CONSORZIO | MARCHE | SPETTACOLO



Enzo Reschini
building passion
since 1968



rosso digrana
design per la comunicazione



GIOCOM
servizi per la comunicazione
www.giocom.it



GGF Group
CUSTOMER FIRST



**FESR
MARCHE**
PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE
POR 2014-2020



MARCHE
Fondi strutturali
e di investimento europei



UNIONE EUROPEA
Fondo europeo di sviluppo regionale



**REGIONE
MARCHE**

www.europa.marche.it

Il presente contributo porta a conclusione la ricerca sui pubblici dello spettacolo dal vivo marchigiano promossa dal Consorzio Marche Spettacolo in collaborazione con il partner di progetto GGF Group e con la consulenza scientifica dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo. La ricerca è stata condotta nell'ambito del progetto *B.Art - Business & ART per la fertilizzazione d'impresa nelle Marche*, cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo POR FESR 2014/2020 per l'innovazione delle imprese culturali e creative.

È necessario fin da subito evidenziare il periodo in cui si è sviluppata questa indagine. La raccolta dati, avvenuta attraverso la somministrazione di questionari al pubblico, è partita a maggio 2019 e si è interrotta nel febbraio 2020 a causa della diffusione della pandemia di Covid-19 che ha decretato la chiusura degli spazi dello spettacolo. Non proseguire con la somministrazione è stata una scelta obbligata non solo dall'immediata impossibilità data dalla chiusura dei teatri, ma anche dalla frattura che le circostanze hanno creato nelle modalità di fruizione, nei desideri individuali e nella fisionomia del settore. Se da una parte si è così decretata la chiusura anticipata della raccolta dati, che nonostante questo ha collezionato un numero consistente di rispondenti (2246 questionari raccolti in 31 eventi), dall'altra ha consentito di avere una fotografia molto precisa di quello che era la domanda di spettacolo dal vivo nelle Marche prima che tutto si fermasse.

A partire da tali presupposti le due sezioni iniziali che aprono questo contributo vanno a fare da corollario alla presentazione della ricerca. La prima sezione ospita una mappatura delle ricerche italiane sui pubblici dello spettacolo dal vivo che ha l'obiettivo di andare a costituire una solida ed esaustiva base teorica e di dati per l'analisi dei pubblici degli eventi marchigiani. Nonostante il vasto panorama atomizzato, frammentato e spesso di difficile reperibilità, sono state raccolte numerose analisi sui pubblici delle arti performative, condotte sia da operatori del settore, sia nell'ambito sulla comunicazione e la sociologia della cultura, ma anche dagli Osservatori regionali dello spettacolo dal vivo. A chiusura della sezione viene presentato un breve excursus sulle ricerche sul panorama dello spettacolo dal vivo nelle Marche.

La seconda parte del contributo si colloca, invece, nel frangente pandemico e traccia un approfondimento sulle più recenti ricerche emerse sui pubblici delle arti performative durante la pandemia a livello internazionale. Prima di tracciare una sintesi dei principali dati emersi dalle indagini che si sono sviluppate lungo tutto il 2020, viene descritto il più ampio contesto di studi che da anni si occupa dell'impatto del digitale sui consumi culturali e vengono, inoltre, delineate alcune delle problematiche metodologiche rilevate osservando le ricerche emerse sui pubblici dello spettacolo dal vivo durante la pandemia.

Al centro e in chiusura del contributo c'è la ricerca sui pubblici delle Marche. La ricerca presenta un'analisi delle caratteristiche socio-demografiche, dei comportamenti, dei gusti e degli atteggiamenti degli spettatori che frequentano gli eventi dal vivo della regione. Obiettivo della ricerca è quello di fornire una base di conoscenze atte ad orientare le organizzazioni culturali della regione verso i pubblici e verso la costruzione di nuove relazioni con le proprie comunità di riferimento.

Una revisione delle ricerche sui pubblici dello spettacolo dal vivo in Italia

04

L'attenzione posta verso i destinatari della cultura è un fenomeno di lungo corso che ha trovato sempre più spazio nel dibattito culturale grazie alla convergenza fra vari campi di studio: dalla sociologia alla semiotica, dai *theatre studies* al marketing della cultura lo studio delle *audience* dello spettacolo è diventato sempre più centrale. In campo internazionale sono numerosi sia gli studi teatrali¹ che hanno mostrato una crescente attenzione verso la riflessione sui pubblici, sia i centri di ricerca specifici che monitorano l'andamento della partecipazione e la ricaduta sociale delle politiche culturali nei paesi di riferimento. In Italia, nonostante la carenza di sistematizzazione delle ricerche e di enti che studiano in maniera professionale e continuativa l'impatto delle politiche culturali, vi è ormai una buona mole di studi sui pubblici delle arti performative, portate avanti da studiosi di teatro² e di comunicazione³. A questi si aggiungono le ricerche svolte dagli Osservatori più attivi su alcuni territori regionali⁴ e le analisi specifiche condotte dalle diverse organizzazioni culturali

che si impegnano a osservare i loro pubblici per formulare al meglio scelte strategiche e operative. Queste ultime ricerche, in particolare, scaturite da singole istituzioni e da singolari emergenze derivate da una progressiva diminuzione della domanda o dalla scarsa presenza di intere fasce di popolazione in specifici settori dello spettacolo dal vivo, costituiscono un repertorio fortemente frammentato e spesso di difficile reperibilità.

Se da una parte la specificità del dispositivo teatrale, la relazione attore-spettatore, ha fatto sì che la riflessione sullo spettatore sia sempre stata centrale negli studi teatrali e nelle pratiche teorico-artistiche dei maestri del Novecento, dall'altra si possono rintracciare, sulla scia delle ricerche di François Matarasso (2004), alcune traiettorie storiche e di pensiero che hanno portato alla centralità su questo tema: a) la diffusione del concetto di "democratizzazione della cultura" (anni '50); b) l'intersezione tra il tema della partecipazione culturale e dello sviluppo economico e sociale (anni '90); c) lo sviluppo della condizione partecipativa digitale (dai primi anni del 2000). Non è un caso quindi che i primi studi sul pubblico dello spettacolo dal vivo in Italia risalgano agli anni Cinquanta del Novecento, periodo nel quale l'interesse per questo tipo di indagini inizia a prendere piede anche grazie all'influenza dei teatri stabili pubblici. Tra i primi contributi emerge la ricerca dello storico Lamberto Trezzini che in un articolo pubblicato nel 1957 sulla rivista *Il Ponte* denuncia la difficile situazione del periodo fin già nel titolo del contributo, *Un teatro senza pubblico*. Lo studio rileva che:

- l'attività di spettacolo tende a concentrarsi in due città principali, Roma e Milano;
- vi è la presenza di regioni senza neanche una rappresentazione (Valle d'Aosta, Trentino Alto Adige, Basilicata) o con un numero molto limitato (Molise, Abruzzo);
- su una popolazione di 47 milioni di abitanti i biglietti venduti sono 1.700.000;
- i prezzi sono in costante aumento e lo spettacolo dal vivo è sempre più per le élite.

Trezzini conclude affermando che la soluzione del problema è rintracciabile solo in un radicale cambiamento del sistema culturale. Negli anni seguenti l'andamento del pubblico viene ricostruito nel *Rapporto sull'economia dello spettacolo dal vivo in Italia (1980-1990)* da un articolo di Stefano Gorelli, nel quale si sintetizza attorno alcune tappe cronologiche l'andamento nei quattro decenni che precedono gli anni '90:

- gli anni '50 mostrano una sensibile riduzione degli spettatori (50%);
- gli anni '60 si presentano come una fase di assestamento, con un leggero aumento della domanda ma un calo dell'offerta dovuta anche alla riduzione delle sale di spettacolo;
- gli anni '70 segnano l'epoca della diffusione delle pratiche performative attraverso l'animazione teatrale e il teatro ragazzi, il decentramento culturale e il teatro sociale e delle politiche di riduzione dei biglietti e di investimento nell'offerta culturale, che si propaga nella diffusione dei festival e degli eventi culturali estivi. È in questi anni che l'attenzione è riservata al sovvenzionamento di attività professionali e continuative, pubbliche e private, «intese ad aumentare la partecipazione di ogni ceto sociale alle manifestazioni teatrali di prosa in più vasti comprensori territoriali – con particolare riguardo alle zone dell'Italia meridionale ed insulare» (Trezzini 1995, p. 371). Concomitante alla crescita dell'offerta è il grande aumento della domanda, soprattutto per la musica leggera alla quale iniziano ad avvicinarsi le classi medio-basse;
- gli anni '80 segnano una fase di stagnazione della domanda. L'aumento dei prezzi per la musica leggera determina una diminuzione degli spettatori e una progressiva selezione elitaria degli stessi, mentre il teatro e la musica “colta” mantengono le stesse dinamiche. In particolare, il settore della lirica registra un aumento di spettacoli, ma una diminuzione di pubblico. Continuano a esserci grandi differenze di offerta, e quindi di partecipazione, tra Nord, Centro e Sud.

1 Nell'ambiente accademico internazionale gli studi teatrali hanno affrontato il discorso del ruolo dello spettatore a teatro e sui meccanismi di ricezione e partecipazione da vari punti di vista: a) in prospettiva storica, ad esempio, in *Theatre Audiences* (Bennet 1997), *The Spectator and the Spectacle: Audience in Modernity and Post-Modernity* (Kennedy 2009); b) in prospettiva semiotica in *Semiotics of the Theatre and Drama* (Elam 1980) e, più in particolare in relazione ai *performance studies* in *Estetica del performativo. Una teoria del teatro e dell'arte* (Fischer-Lichte 2004) c) dal punto di vista delle scienze bio-cognitive applicate alla ricezione *Engaging Audiences: A Cognitive Approach to Spectating in the Theatre* (McConachie 2008), *Audience spontaneous entertainment during the collective enjoyment of live performances: physiological and behavioral measurements* (Ardizzi et al. 2020); c) rispetto al tema delle nuove tecnologie della visione in *Modes of Spectating* (Oddey, White 2009), e) dal punto di vista della partecipazione in *Audience Participation in Theatre Aesthetics of the Invitation* (White 2014), *Insider-other' Spectator-Dancer Relationships fostered through Open Rehearsals* (Ali-Haapala 2016), *Audience as performer* (Heim 2017) e della dimensione partecipativa online *From arts marketing to audience enrichment: How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences* (Walmsley 2016)), *Considering the Relationship Between Digitally Mediated Audience Engagement and the Dance-Making Process* (Griffiths, Walmsley 2018), *Audience Engagement in the Performing Arts. A Critical Analysis* (Walmsley 2019). A questa, che non vuole di certo essere una rassegna esaustiva, si aggiunge anche il volume *Participations. Journal of Audience & Reception Theories* (2015) dedicato alle audience teatrali.

2 Nell'ambiente accademico italiano gli studi teatrali hanno affrontato il discorso sul ruolo dello spettatore a teatro, sui meccanismi di ricezione e partecipazione intercettando vari campi di ricerca scientifica e per citarne alcuni: a) in prospettiva storica Il teatro nella storia. *Gli spazi, le culture, la memoria* (Guarino 2005), *Spettatore, spettatori, pubblico* (Schino 2018); b) dal punto di vista semiotico in relazione agli studi sulla nuova teatrologia *L'esperienza dello spettatore: fondamenti per una semiotica della ricezione teatrale* (De Marinis 1984), *Capire il teatro. Elementi di una nuova teatrologia* (De Marinis 1988), *Il corpo dello spettatore* (De Marinis 2014); c) dal punto di vista delle scienze bio-cognitive applicate alla ricezione nel numero speciale della rivista *Culture Teatrali* a cura di Bortoletti Teatro e neuroscienze *L'apporto delle neuroscienze cognitive a una nuova teatro-logia sperimentale* (2007), in *Lo studio della relazione attore-spettatore e i nuovi modelli cognitivi* (Sofia 2010), *Theatre and Cognitive Neuroscience*, a cura di Faletti, Sofia, Jacono (2016), *La percezione del corpo in scena e lo spettatore. Un approccio neuro-scientifico* (Zardi 2018); d) dal punto di vista antropologico in *Lo spettatore partecipante. Contributi per un'antropologia del teatro* (Giacchè 1991); e) dal punto di vista della formazione in *Lo spettatore in ballo. Parole e idee su pubblico e danza* (Stefano Casi e Teatri di Vita 2014), *Invito a teatro. Manuale minimo dello spettatore* (Allegri 2018), *Corpi im-memori. L'utopia dello spettatore partecipante* (Marinai 2016), *Lo spettatore è un visionario* (Ricci, Franchi 2020).

3 Anche gli studiosi di comunicazione e sociologia hanno affrontato il discorso dello spettatore delle *performing art*. Per citare alcuni di questi studi: *Il circo umano allo specchio. Un'indagine sullo spettatore del Ruvido Sexy Comic Circus* (Gemini, Russo 1997); *Lo spettatore teatrale: uno studio sul pubblico di Carolyn Carlson* (Tota 1998); *Il comportamento del consumatore teatrale: indagine sul pubblico del 'Progetto Jan Fabre 2005* (Bortoluzzi et al. 2005); *Performing art e industria culturale alla prova del pubblico. Il caso della danza contemporanea: un'analisi* (Gemini 2013); *Un teatro e il suo pubblico* (Serino 2014); *Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?* (Paltrinieri & Parmiggiani 2016); *Il lavoro dello spettatore dal vivo: capitale culturale ed esperienza. Il caso del pubblico del Rossini Opera Festival* (Bartoletti, Gemini, Brilli 2018a); *Il pubblico del teatro contemporaneo. Fra auto-osservazione e processi di fruizione* (Gemini, Brilli 2018).

4 In particolare, si fa riferimento agli Osservatori delle regioni Emilia-Romagna e Piemonte.

Nel *Rapporto* si sottolinea anche come:

Il fenomeno del mancato allargamento e rinnovamento del pubblico si deve anche ad altri fattori: alla politica degli abbonamenti, pur utile e opportuna per ragioni di economia aziendale, che tuttavia cristallizza le presenze agli spettacoli, e all'assenza di una coerente politica edilizia dagli anni Cinquanta ad oggi, talché lo spettacolo ha luogo prevalentemente in teatri storici del '700 o dell'800, con tutti i limiti tecnologici e di spazio che essi comportano. (Trezza 1995, p.378)

Nelle conclusioni emerge come lo spettacolo sia un bene consumato da una fascia di popolazione di reddito elevato e come sia forte il pericolo di una differenziazione della domanda nella direzione del carattere elitario dello spettacolo, escludendo a priori chi ha basso reddito. La soluzione rilevata sempre nel *Rapporto* è di spostare le risorse dal sostegno all'offerta al sostegno alla domanda. Gli anni '80 segnano comunque un momento di svolta sia per le politiche culturali che per la rinnovata attenzione ai pubblici della cultura; in particolare alla metà del decennio si assiste ad alcuni incrementi significativi dell'offerta dovuti all'avvento del Fondo Unico per lo Spettacolo e al conseguente iniziale aumento dei contributi. È in questi anni che si scorge però anche uno squilibrio sempre maggiore nella partecipazione culturale tra le diverse aree del paese. Se le ricerche precedenti segnalavano una faglia tra domanda e offerta tra Nord, Centro e Sud del paese, negli anni più recenti il divario si origina soprattutto tra le città e le periferie. Nonostante il fermento dell'offerta culturale, continua a protrarsi la scarsità, se non la diminuzione, della domanda: è in questo momento che si diffondono a macchia di leopardo degli studi sui pubblici della cultura – complici le politiche culturali di amministrazioni che in quegli anni promuovono l'accesso e la partecipazione culturali e la diffusione della necessità di monitorare e misurare l'andamento effettivo di tali politiche, attraverso anche la diffusione degli osservatori regionali dello spettacolo. L'attenzione alle ricerche sul pubblico delle arti performative dal vivo è emersa in modo particolare nel momento in cui i processi organizzativi delle istituzioni culturali hanno dato centralità alle strategie di *audience development* e di *audience engagement*,⁵ facendo convergere gli studi in un vasto campo di ricerca multidisciplinare che intreccia l'economia,

il marketing culturale, la sociologia della cultura.

A una prima immediata osservazione delle diverse indagini emerge che il segmento di popolazione che frequenta lo spettacolo dal vivo rispetto alla popolazione italiana è molto basso. Tale dato va interpretato da una parte dal punto di vista di una mancata abitudine e di un diffuso disinteresse verso lo spettacolo dal vivo dall'altra, guardando anche agli ultimi dati emersi dalle indagini di settore (Federcultura 2020), da una progressiva diminuzione della scolarizzazione, che rende più difficile l'accesso agli ambienti culturali. Tutti gli studi sui pubblici evidenziano infatti come i contesti sociali e culturali, oltre alle caratteristiche individuali, differenzino il grado di partecipazione e quindi di accessibilità dei pubblici (Gemini, Paltrinieri 2018). I risultati presenti nella letteratura specialistica relativa al settore teatrale individuano quelle caratteristiche socio-economiche, che alcuni autori hanno ritenuto favorissero la propensione dei consumatori a scegliere di fruire dei prodotti teatrali. Tramite delle ricerche empiriche, che trovano riscontro anche nelle teorie sulla ricezione letteraria di Schmidt (1973) e nella seminale indagine sui gusti e sui consumi culturali dei francesi nel dopoguerra di Bourdieu (1979), è stato attribuito a elementi distintivi quali il livello d'istruzione, il livello di reddito e il tipo di occupazione, il ruolo di importanti indicatori nello studio dello spettatore teatrale (Andreasen, Belk 1980). Su questi *presupposti non specifici dell'atto ricettivo* Marco de Marinis ha formulato negli anni '80 la nozione di competenza teatrale nei termini di un «sistema di precondizioni ricettive» intendendo «l'insieme strutturato di tutti i fattori, cognitivi e non, che determinano il comportamento, cognitivo e non, dello spettatore a teatro, mettendolo in grado di eseguire le varie operazioni ricettive (percepire, interpretare, valutare, emozionarsi, memorizzare), di cui condizionano gli esiti» (De Marinis 1984, p. 23). Questi sono alcuni dei tasselli fondamentali che contribuiranno a comporre quegli schemi interpretativi e valutativi che negli anni seguenti verranno impiegati per intercettare, attraverso ricerche qualitative o quantitative, i pubblici dello spettacolo dal vivo.

5 Il tema dell'*audience development* e dell'*audience engagement*, l'insieme di strategie mirate all'ampliamento, alla diversificazione e al miglioramento dei pubblici, rappresenta già da tempo, almeno in Europa e più precisamente in area anglosassone una delle priorità politiche e organizzative che a livello istituzionale definiscono le strategie delle istituzioni culturali. Il tema si è fatto più rilevante anche nelle politiche culturali italiane a partire dal primo decennio del XXI secolo e in particolare in risposta ai programmi della Commissione Europea destinati alla promozione della cultura e della creatività (Europa Creativa 2014-2020). In questo ambito numerosi sono gli studi che ampliano e analizzano queste tematiche e per citarne alcuni in ambito italiano: *Quali politiche per un pubblico nuovo. Un percorso di ricerca e azione per i musei di Torino e del Piemonte* (Fondazione Fitzcarraldo 2009); *50 sfumature di pubblico e la sfida dell'audience development* (Bollo 2014); *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement* (De Biase 2014); *Study on Audience Development-How to place audiences at the centre of cultural organisations* (Bollo et al. 2017); *Cultura e partecipazione: Le professioni dell'audience* (De Biase 2017); *Audience Development: mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali* (Da Milano & Gariboldi 2019). Fondamentale per l'approfondimento di questo tema anche il numero monografico di *Sociologia della Comunicazione*, 56 (2018): *I pubblici dello spettacolo dal vivo e museale, tra audience development, audience engagement e audience reception* a cura di Gemini e Paltrinieri.

**Dal pubblico ai pubblici:
la diffusione degli studi sulle audience
nei differenti ambiti delle performing art**

<i>Ricerche</i>	<i>Principali caratteristiche socio-demografiche</i>
MAKNO (1992) OSSERVATORIO DELLO SPETTACOLO (2001) CROCIATA, ROMANO (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • la maggior presenza del genere femminile per il teatro di prosa • profili di alta scolarizzazione • la prevalenza di redditi medio-alti • la differenziazione della domanda tra Nord, Centro e Sud • la presenza di un pubblico prevalentemente giovane (15-34 anni)
	<i>Preferenze teatrali</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • prosa classica • musical • commedia
	<i>Processi di scelta e mezzi di informazione</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • nell'acquisto influenza maggiore è data dal testo e dall'autore dell'opera • il passaparola tra amici è uno dei fattori principali che influenzano sui processi di scelta • il quotidiano è il primo mezzo di informazione

Tabella 1 Sintesi sulle prime ricerche sui pubblici del teatro

Nel momento in cui il pubblico teatrale, grazie anche alle profonde connessioni tra sociologia e teatro, viene sempre più osservato e studiato come fenomeno culturale, le ricerche si sono interessate, specializzandosi, alla diversità dei teatri che operano nella cultura contemporanea e alle varietà di pubblico che attraggono. Gli anni '90 sono segnati da una costante diminuzione della domanda nonostante la crescita dell'offerta e ciò segna una mancanza di investimenti sulla costruzione della domanda e la necessità di monitorare l'andamento dei pubblici per dotarsi di strategie innovative rivolte all'ingaggio delle giovani generazioni. È a partire da questo decennio, quindi, che iniziano a proliferare le indagini sui pubblici dello spettacolo dal vivo (Makno 1992; Osservatorio dello spettacolo 2001; Crociata, Romano 2004) che descrivono un profilo del pubblico che tende già a diversificarsi tra i differenti generi di spettacolo. Da questi dati emergono alcune delle caratteristiche socio-demografiche che ancora oggi si rilevano nelle analisi dei pubblici dello spettacolo dal vivo (Tabella 1), ad eccezione della presenza prevalente dei giovani (15-34 anni). Le analisi dei pubblici degli anni '90 evidenziano come rispetto ai decenni precedenti si siano diversificati e ampliati i consumi culturali degli italiani, influenzati anche da altre forme di intrattenimento:

Nel 1950 il teatro, la musica e il cinema rappresentavano il 77% della spesa di spettacolo degli italiani, mentre negli ultimi anni tale percentuale è scesa al 23%. Le altre forme di intrattenimento (televisione, radio, discoteca, videogiochi, ecc.) che nel 1950 non superavano il 17%, oggi costituiscono ben il 67% della spesa. (Crociata, Romano 2004, p. 58)

Dalle ricerche emerge già come il profilo degli spettatori teatrali sia caratterizzato dalla "voracità" (Throsby 2001; Bortoletti, Collodi, Crisci, Moretti 2005) mostrando una propensione al consumo trasversale di prodotti culturali: dalla lettura al cinema, dalla radio alla televisione, dalla musica classica alla danza e ai musei. Nei primi anni del 2000 viene pubblicata quella che ad oggi rimane l'analisi più estensiva sul pubblico del teatro in Italia a cura di Fabiana Sciarelli e Walter Tortorella (Tabella 2). I dati sono raccolti dalla Fondazione Rosselli tra il 2001 e 2002 e la ricerca ha per oggetto il mercato servito e potenziale del teatro italiano. Oltre al profilo socio-demografico emerge un'attenta analisi del comportamento spettatoriale in rapporto ai consumi culturali e alla dieta mediale.

Dai dati rispetto alla popolazione emerge che un quarto degli italiani frequenta le sale e la frequenza è molto saltuaria. Si conferma la minore partecipazione dei pubblici del Sud e in particolare emerge, rispetto alla frequenza d'acquisto, che il Nord Italia nel suo insieme mostra una maggiore attenzione alla continuità e alla abitudine rispetto alle altre aree geografiche, avendo una maggiore propensione all'acquisto di abbonamenti teatrali. Come detto precedentemente si inizia a profilare una differenza di consumi e partecipazione tra città e periferia, una differenza direttamente influenzata dalla presenza di una minore e diversificata offerta nei centri più piccoli. Per quanto riguarda il profilo socio-culturale si confermano alcuni dati delle ricerche precedenti eccetto l'aumento progressivo dell'età. Un aspetto che ritorna anche nelle successive analisi è il dato sul consumo teatrale che alimenta altri consumi culturali affini. Ad esempio il consumo di concerti di musica classica appare strettamente correlato alla fruizione teatrale (Sciarelli, Tortorella 2004). Dalla ricerca emerge anche che gli eventi sportivi soddisfano un pubblico molto trasversale, ma non si evidenzia una correlazione tra quest'ultimo e il pubblico teatrale – dato che, come si vedrà in seguito, si discosta leggermente da quanto emerge dalle ricerche sul pubblico marchigiano. Da queste prime analisi, che cercano quindi di indagare anche lo spettatore potenziale, emerge come il deterrente principale per una maggiore frequentazione risulti essere l'inadeguatezza dei contenuti, il prezzo dei biglietti e la scarsa facilità nell'acquisto. In questo senso la progressiva diminuzione

dei giovani è dovuta principalmente all'impossibilità di condividere «l'esperienza con altre persone appartenenti al proprio sistema di relazioni, rivendicano inoltre una maggiore aderenza dei temi trattati all'universo socio-culturale di appartenenza» (Taormina 2016, p.173). Andando alle analisi sul pubblico del teatro contemporaneo (Tabella 3), la ricerca *Osservare il pubblico del contemporaneo* (Gemini, Brilli 2018) rappresenta ad oggi l'unica analisi empirica in Italia indirizzata a osservare la fisionomia di questo pubblico come segmento autonomo, prendendo in considerazione il processo di auto-osservazione dello spettatore, il rapporto con i consumi culturali e la dieta mediale.

IL PUBBLICO DEL TEATRO IN ITALIA	
<i>Ricerca</i>	<i>Principali caratteristiche socio-demografiche</i>
SCIARELLI, TORTORELLA (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • leggera prevalenza del genere maschile, anche se il genere femminile è più assiduo nella frequentazione • la fascia di età prevalente è quella tra 26 e 60 anni, ma i dati rilevano una maggior frequenza di giovani (18-25 anni più propensi al consumo teatrale) e minore frequenza degli anziani (over 60 meno propensi) • si rileva una grande presenza di coppie ma anche di single e questo dato viene letto come una “rinascita” della funzione sociale del teatro che torna ad essere il luogo dove intraprendere e sviluppare nuove relazioni • la prevalenza di impiegati e lavoratori autonomi fa emergere ancora un consumo di nicchia
	<i>Consumi culturali e motivazioni</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • una maggiore propensione verso il cinema • tra le motivazioni per la scarsa frequenza del consumo teatrale c'è la mancanza di tempo, motivazione che non emerge rispetto al consumo di musica leggera e cinema
	<i>Gusti teatrali e processi di scelta</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • spicca la commedia leggera • tra i processi di scelta: la ricerca di svago e l'ampliamento culturale

Tabella 2 Sintesi dei dati da “Il pubblico del teatro in Italia” (Sciarelli, Tortorella 2004)

Rispetto ai dati sul pubblico del teatro emersi fino a ora si può rilevare una prima grande differenza che emerge nei pubblici del teatro contemporaneo che risiede nella grande presenza di addetti del settore dello spettacolo (artisti, critici, studiosi, organizzatori). Altro dato interessante che emerge dalla ricerca è la presenza di spettatori che non si ritengono frequentatori di questo genere ma che ciononostante mostrano un forte interesse nella proposta, dato che mostra la parzialità del cliché che vede questo settore come nicchia circoscritta e che indica una pista sulla quale lavorare in termini di *engagement*.

Una conformazione simile di pubblico emerge dalle analisi sui pubblici della danza moderna e contemporanea (Tota 1997; Osservatorio Spettacolo dell'Emilia-Romagna 2008; Giannasca 2019). Queste ricerche, seppur diverse nella metodologia e negli obiettivi, fanno emergere un profilo abbastanza omogeneo degli spettatori (Tabella 4).

Rispetto alle altre ricerche sui pubblici della danza quella di Giannasca delinea oltre all'inquadramento del profilo socio-demografico anche l'esperienza emotiva e cognitiva degli spettatori, indagando il livello di gradimento riferito alle proposte della programmazione. Dalle risposte emerge che condizioni determinati nella valutazione di una performance sono soprattutto il gradimento e il coinvolgimento piuttosto che la comprensione in termini di significato di uno spettacolo o la sua rielaborazione critica. Ciò si discosta leggermente da quanto rilevato da Tota rispetto al pubblico dello spettacolo di Carolyn Carlson, dove tra le aspettative del pubblico stavano sullo stesso livello di gradimento l'arricchimento intellettuale e spirituale con il piacere estetico, oltre a una buona dose di benessere psicologico e divertimento.

Ricerche	Principali caratteristiche socio-demografiche
FONDAZIONE FITZCARRALDO (2013) GEMINI, BRILLI (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • prevalenza del genere femminile • età relativamente giovane: 36 anni è l'età media del Festival Drodesea e l'età media è 39,8 anni nella ricerca di Gemini, Brilli, e le fasce d'età più rappresentate sono quelle 19-29 e 30-39 come nelle altre ricerche • alto livello di istruzione • la maggior parte del pubblico è impiegata nel terziario e terziario avanzato, con una significativa presenza di impiegati e studenti • significativa presenza di lavoratori del settore dello spettacolo
	<p><i>Processi di scelta e fonti informative</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • il passaparola e i manifesti pubblicitari influenzano maggiormente la scelta • i social media iniziano a emergere come importanti canali di comunicazione tra istituzioni culturali e i pubblici dello spettacolo, mentre televisione e radio mostrano di essere poco utili a fini informativi

Tabella 3 I pubblici del teatro contemporaneo in Italia

Ricerche	Principali caratteristiche socio-demografiche
TOTA (1997) OSSERVATORIO SPETTACOLO DELL'EMILIA-ROMAGNA (2008) GIANNASCA (2019)	<ul style="list-style-type: none"> • prevale molto di più rispetto alle altre forme di spettacolo dal vivo il genere femminile • prevale, ad eccezione della ricerca di Tota (1997), una media di età che si assesta intorno ai 46-48 anni quindi anche in questo settore, come del resto nella maggior parte degli ambiti delle <i>performing art</i>, si evidenzia un necessario e urgente ricambio generazionale • si evidenziano profili di alta scolarizzazione • emerge la presenza cospicua di addetti ai lavori, oltre a liberi professionisti e pensionati
	<p><i>Consumi culturali</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • non c'è una predilezione specifica per un genere particolare ma si spazia dalla danza alla musica pop/rock, al teatro contemporaneo • in particolare, il pubblico del festival TorinoDanza (Giannasca 2019) mostra una frequentazione maggiore di musei e cinema rispetto allo spettacolo coreutico

Tabella 4 I pubblici della danza moderna e contemporanea in Italia

I pubblici della lirica

Le ricerche sul pubblico della lirica necessitano di un approfondimento a parte, dato che dagli anni '80 in poi si sono prodotte numerose indagini a fronte del mancato rinnovo dei pubblici di questo specifico settore. Mettendo a confronto i dati relativi al periodo di rilevazione Siae che va dal 1936 al 2011 (Trezzini 1995; Santoro 2014) il calo tendenziale degli spettatori per singolo spettacolo è evidente soprattutto per l'opera lirica; dato rilevante è che questo calo è più accentuato proprio negli anni in cui è più alto il numero degli spettacoli e ciò segnala come all'aumento dell'offerta non corrisponda un simile aumento della domanda. Le prime indagini che emergono sul pubblico della lirica sono quella del Teatro Regio di Torino (Conforti, Ercole 1999) e quella della Scala di Milano (Makno 1998). Queste ricerche si muovono da punti di osservazione diversi: la prima osserva l'impatto di alcune politiche di abbassamento dei prezzi e diversificazione della domanda mettendo a confronto i dati della fine degli anni '80 con i nuovi dati dei pubblici intercettati; la seconda descrive il profilo socio-culturale del pubblico della Scala e osserva anche l'immagine e la fama che il teatro ricopre per l'intero paese (Tabella 5). Rispetto alla ricerca sul pubblico della Scala si evidenziano delle nette differenze tra l'indagine del 1997 e una ricerca successiva del 2016 dove emerge un processo di ringiovanimento e un forte ricambio del pubblico (si rileva un aumento del 20% del pubblico sotto i 44 anni che ha avviato un percorso di progressiva fidelizzazione al teatro). A questo dato si aggiunge anche la presenza dei bambini che partecipano agli spettacoli grazie a iniziative specifiche che incontrano un alto gradimento e l'apprezzamento per il moltiplicarsi delle occasioni di fruizione tramite la televisione, i cinema, la rete e l'utilizzo di spazi alternativi.

In sintonia con quest'ultima ricerca, anche le altre più recenti indagini sui pubblici dell'opera evidenziano dati similari, nonostante la differenza dei contesti di riferimento delle indagini (Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna 2015; Alessandrini 2017; Bartoletti, Gemini, Brilli 2018b). Come nelle precedenti, gli obiettivi che si pongono queste indagini sono sia di origine conoscitiva rispetto al profilo socio-demografico e culturale del pubblico, sia di origine valutativa, per osservare quindi il gradimento rispetto all'offerta dell'ente committente e l'impatto di alcune delle azioni di *audience development* sviluppate (Tabella 6). L'opera lirica si conferma un genere con una tendenza a dominare i gusti degli appassionati; seguono la musica classica e il teatro di prosa. A differenza degli spettatori del festival rossiniano, i pubblici del teatro di Roma e dei teatri dell'Emilia-Romagna mostrano un consumo culturale più differenziato: lo spettatore rossiniano viene definito invece come melomane vorace:

[...] che investe tempo e risorse per questa sua passione. In questo senso il suo stile di consumo culturale è tutt'altro che onnivoro, tanto che si potrebbe quasi definire univoro: l'opera lirica occupa il vertice della sua gerarchia di gusti e scelte di spettatorialità. Infine, rileviamo anche dei tratti da filologo, laddove il suo interesse è, in primo luogo, rivolto all'incontro con l'opera originale e con il suo compositore piuttosto che all'innovazione della messa in scena. (Bartoletti, Gemini, Brilli 2018b, p. 26)

Da queste analisi si delinea come il mondo della lirica, che già da tempo si sta producendo in pratiche di *audience engagement* rivolte alle giovani generazioni, necessiti di un ricambio di pubblico, di nuove formule di avvicinamento e ingaggio dei giovani e del non pubblico, anche attraverso il digitale. I dati dimostrano infine che quei teatri che hanno attivato attente strategie di questo genere stanno già osservando la presenza di pubblici nuovi e diversificati.

I PUBBLICI DELLA LIRICA IN ITALIA negli anni '90	
<i>Ricerche</i>	<i>Principali caratteristiche socio-demografiche</i>
CONFORTI, ERCOLE (1999) MAKNO (1998)	<ul style="list-style-type: none"> • una frequenza maggiore del genere femminile • la presenza di un pubblico prevalentemente maturo • la prevalenza di un pubblico di provenienza cittadina piuttosto che dalle zone periferiche • la presenza di profili di alta scolarizzazione • la prevalenza di impiegati, dirigenti e pensionati
	<i>Gusti teatrali/musicali e consumi culturali</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • prediligono la musica leggera e classica, il teatro di prosa e il balletto • consumi trasversali (dal cinema al museo, dalla lettura di quotidiani al consumo televisivo)
	<i>Processi di scelta e fonti informative</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • tra i processi di scelta prevalgono: compositore; cantanti; piacere di recarsi a teatro; opera • il programma, i quotidiani e i manifesti sono i principali metodi di informazione

Tabella 5 I pubblici della lirica in Italia negli anni '90

<i>Ricerche</i>	<i>Principali caratteristiche socio-demografiche</i>
OSSERVATORIO SPETTACOLO EMILIA-ROMAGNA (2015) ALESSANDRINI (2017) BARTOLETTI, GEMINI, BRILLI (2018b)	<ul style="list-style-type: none"> • leggera prevalenza del genere femminile; unica eccezione è rappresentata dal pubblico del Rossini Opera Festival dove il genere più rappresentativo è quello maschile • prevale la presenza di anziani (over 60) • prevalgono i profili di alta scolarizzazione
	<i>Gusti teatrali/musicali e consumi culturali</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • prediligono l'opera lirica ma non disdegnano la musica classica e il teatro di prosa • consumi culturali trasversali, eccezion fatta per lo spettatore del Rossini Opera Festival
	<i>Processi di scelta e fonti informative</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • tra i processi di scelta prevalgono: compositore; cantanti; opera • sito internet del festival/teatro è il principale mezzo di informazione

Tabella 6 I pubblici della lirica in Italia dopo il 2000

I pubblici della musica dal vivo

Nell'ultimo decennio l'interesse riguardo allo spettatore del settore musicale si è sempre di più ampliato ben oltre i pubblici dell'opera lirica in seguito a una progressiva diminuzione della domanda emersa soprattutto nel settore della musica cosiddetta "colta". Gli ultimi decenni hanno registrato un continuo calo delle presenze nelle sale da concerto, accompagnato da un progressivo invecchiamento delle platee. Il settore della musica soffre anche della mancanza, o della difficile reperibilità, di dati empirici dai quali muoversi per sviluppare strategie di ampliamento e diversificazione dei pubblici (Arenella, Segre 2019). Fra le analisi svolte su questo specifico settore dello spettacolo dal vivo troviamo:

- l'indagine sul pubblico del Festival Torino Settembre Musica (Fondazione Fitzcarraldo 2004);⁶
- l'indagine sul pubblico dei Festival dell'Estate Torinese (Fondazione Fitzcarraldo 2005);
- l'indagine sul pubblico della musica jazz in Emilia-Romagna (Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna 2008);
- le indagini sul pubblico del Festival MiTo (Fondazione Fitzcarraldo 2008; 2012);⁷
- un'ampia indagine sul pubblico del Torino Jazz Festival (Fondazione Fitzcarraldo 2013);
- un'indagine sul pubblico dell'Orchestra Filarmonica di Torino (Arenella, Segre 2019).

Dalle ricerche emergono profili di pubblico che tendono a somigliarsi tanto più sono analoghi i generi di riferimento (Tabella 7).

In particolare, la ricerca sul pubblico dell'Orchestra Filarmonica di Torino è stata svolta per valutare l'impatto di strategie di *audience engagement*, messe in atto negli anni precedenti alla rilevazione, per diversificare i pubblici della stagione della filarmonica, optando in particolare per l'ingaggio delle giovani generazioni.

La ricerca da una parte cerca di valutare l'impatto della musica classica sulla vita culturale dei giovani intercettandone un campione rappresentativo tra gli universitari torinesi, dall'altra intercetta il pubblico attuale, incontrato durante la stagione 2017/2018, per osservarne i cambiamenti. L'indagine evidenzia un miglioramento nella diversificazione e nel rinnovamento dei pubblici, dato in linea con le ricerche sul pubblico di MiTo che fanno emerge, rispetto alle precedenti analisi sul Festival Settembre Musica, una progressiva rigenerazione del pubblico data da una programmazione più diversificata sui generi. Caso a parte è rappresentato dal pubblico intercettato nei Festival dell'estate torinese (Fondazione Fitzcarraldo 2005) dove emerge come il consumo della musica cosiddetta "extra-colta" (pop, rock, dance, elettronica, etno-word, cross-over, ecc.) sia fortemente influenzato dalla componente generazionale. Si tratta infatti di un pubblico di giovani e di giovani adulti (età media è di 29 anni), a prevalenza maschile (58%) come emerge solamente tra i pubblici del jazz, composto in prevalenza da impiegati e studenti e di provenienza cittadina. Altro dato interessante che

emerge è come, rispetto a tutti gli altri settori dello spettacolo dal vivo, questa tipologia di manifestazioni musicali riescano a coinvolgere pubblici più allargati e diversificati rispetto a quei segmenti di consumatori culturali "forti" e stabilizzati. Ciò si dimostra dalla presenza cospicua di operai, superiori anche rispetto agli insegnanti, categoria lavorativa che solitamente è sovra-dimensionata. Emerge infine come tra i giovani le componenti socio-relazionali ed esperienziali connesse all'idea di partecipazione siano quelle che prevalgono nella scelta rispetto agli adulti dove a prevalere è l'artista o il genere – dato già sottolineato sia nelle prime ricerche sui pubblici del teatro che nella ricerca sui pubblici della musica classica di Arenella e Segre.

Ricerche	Principali caratteristiche socio-demografiche
FONDAZIONE FITZCARRALDO (2004) OSSERVATORIO SPETTACOLO EMILIA-ROMAGNA (2008) FONDAZIONE FITZCARRALDO (2008) FONDAZIONE FITZCARRALDO (2012) FONDAZIONE FITZCARRALDO (2013) ARENELLA, SEGRE (2019)	<ul style="list-style-type: none"> • c'è una leggera prevalenza del genere femminile, eccezion fatta per il jazz e la musica "extra-colta" dove prevale il genere maschile • l'età media è 46 anni; fa eccezione il pubblico dell'Orchestra Filarmonica di Torino dove il 64% ha oltre 55 anni, con una concentrazione di persone con più di 65 anni • la città è sempre la provenienza prevalente del pubblico intercettato • emergono profili di alta scolarizzazione (in particolare nella ricerca sull'Emilia-Romagna i laureati superano il 50%) • emerge la prevalenza di impiegati e pensionati che evidenzia ancora un consumo di nicchia
	<i>Processi di scelta e fonti informative</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • il programma, l'atmosfera del festival, il piacere di stare con chi condivide gli stessi gusti influiscono sulla scelta • la conoscenza pregressa, i manifesti e i quotidiani sono i principali mezzi di informazione
	<i>Processi di avvicinamento alla musica in particolare classica</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • famiglia • suonare uno strumento • per caso

Tabella 7 I pubblici della musica dal vivo in Italia

Lo stato delle ricerche sui pubblici dello spettacolo dal vivo nelle Marche

Tracciando una panoramica sullo stato delle ricerche sul settore dello spettacolo dal vivo nelle Marche si evidenziano principalmente quattro studi:⁸

- *Il Teatro nelle Marche. Architettura, Scenografia e Spettacolo* (Battistelli et al. 1997);
- *Il bilancio sociale della cultura nella Regione Marche: strategie, risorse e vincoli nelle politiche di settore* (Righettini 2006);
- *Il bilancio sociale dello spettacolo dal vivo nelle Marche* (Righettini 2007);
- *Lo spettacolo dal vivo nelle Marche. I soggetti, gli eventi, i numeri, la storia* (AA.VV. 2012).

Da queste ricerche emergono sia cenni riguardanti l'evoluzione storica del settore dello spettacolo dal vivo marchigiano sia dati precisi sulla composizione del settore e sulla distribuzione dei luoghi e degli enti all'interno del territorio regionale. Nella Regione Marche sono stati censiti 850 siti destinati ad attività teatrali e di spettacolo più in generale: 63% teatri *piccoli* con meno di 300 posti, 31% teatri *medi* tra 300 e 600 posti e 7% teatri *grandi* con più di 600 posti (Righettini 2006).

Dal secondo bilancio di Righettini (2007) emergono anche alcuni dati circa lo stato delle indagini sulla domanda di spettacolo dal vivo nelle Marche. Lo Stabile delle Marche, InTeatro, Teatro del Canguro, Teatro Pirata, Fondazione Pergolesi Spontini, Arena Sferisterio e il Comune di Fano (allora gestore del Teatro della Fortuna) dichiarano di avere svolto indagini sulle opinioni del pubblico, mentre AMAT, FORM, ROF, Teatro delle Muse dichiarano di non avere intrapreso specifiche attività di indagine sulla qualità e il gradimento dell'offerta teatrale. Nelle conclusioni Righettini evidenzia quali sono le principali caratteristiche del settore dello spettacolo dal vivo marchigiano:

- i teatri marchigiani manifestano una duplice vocazione, di contenitori di spettacolo professionistico (prevalentemente di prosa) e di servizi culturali per le comunità locali più ad ampio raggio;
- le organizzazioni mostrano la difficoltà ad estendere nel corso dell'anno l'apertura dei teatri;
- c'è una tendenziale crescita delle rappresentazioni e della bigliettazione, come si registrava in quegli anni anche nel resto d'Italia;
- il teatro per ragazzi si presenta come un elemento molto caratterizzante del sistema marchigiano;
- è segnalata una maggiore vitalità del settore teatrale rispetto al settore di attività concertistiche;
- il sistema presenta lentezze e difficoltà nel progettare e implementare programmi o attività di promozione, sviluppo e innovazione tecnologica dei servizi teatrali;
- c'è la necessità di creare delle reti ma non è presente la stessa necessità su tutta la regione e potrebbero esserci discrepanze in futuro.

Da questi dati prende il via l'attento e scientifico lavoro di ricerca del 2012, promosso dall'Assessorato alla Cultura della Regione Marche, con la collaborazione dei responsabili della piattaforma nazionale ORMA⁹ e con il coordinamento del Consorzio Marche Spettacolo, *Lo spettacolo dal vivo nelle Marche. I soggetti, gli eventi, i numeri, la storia*. Il Censimento, «che rappresenta uno degli esempi più interessanti e autorevoli degli ultimi anni, per il rigore e le finalità perseguite, sul versante della ricerca applicata allo spettacolo» (Taormina in AA.VV 2012, p. 13), è nato dall'esigenza di definire e conoscere l'attività di produzione e distribuzione delle attività dello spettacolo dal vivo sul territorio marchigiano. È qui che si traccia un percorso storico dell'evoluzione della scena marchigiana, oltre al bilancio sociale ed economico relativo all'anno dell'indagine. Nelle note introduttive allo studio si ipotizza che il proseguimento della ricerca «potrebbe prevedere e focalizzarsi sulla richiesta, ovvero su una mappatura dettagliata del pubblico dello spettacolo dal vivo descritto nella sua identità e nei suoi comportamenti da fruitore» (Berardinelli e Silvi in AA.VV 2012, p.15).

6 «Il pubblico di Settembre Musica è stato studiato con attenzione da Fitzcarraldo nelle sue evoluzioni più significative con una prima indagine conoscitiva nel 1991 e due successive nel 2004 e 2005. Tali ricerche sono nate dall'esigenza della Città di Torino di conoscere i tanti pubblici del festival a fronte di un radicale processo di rinnovamento che ha dato vita ad una manifestazione viepiù eterogenea, sfaccettata, non riconducibile soltanto alla "musica colta". In occasione della prima edizione di Mito, una nuova ricerca sul pubblico si presenta di estremo interesse perché consente di verificare in prima battuta se e quali implicazioni ha avuto il cambiamento di formula sul festival stesso, sull'utenza e sulle due città coinvolte. Obiettivo ulteriore dello studio è stato quello di verificare la percezione del nuovo cartellone e della nuova immagine del festival sui pubblici abituali, nonché la capacità di intercettare nuovi target di utenza» (Fondazione Fitzcarraldo 2008, p. 2).

7 La prima indagine del 2008 in occasione della prima edizione del festival vuole per primo valutare quali implicazioni ha avuto la nuova formula con le programmazioni su due città, Torino e Milano, osservando il cambiamento dell'utenza sulle due città coinvolte. Obiettivo

ulteriore dello studio è quello di verificare la percezione del nuovo cartellone e della nuova immagine del festival sui pubblici abituali, e la capacità di intercettare nuovi target di utenza. L'indagine del 2012 vuole «raccontare e restituire la molteplicità di dimensioni, aspetti e ricadute derivanti dalla presenza di un festival, che nelle 6 edizioni realizzate a Torino e Milano, e grazie ai 34 anni di storia del Settembre Musica torinese, è diventato un riferimento artistico importante nel panorama festivaliero musicale italiano» (Fondazione Fitzcarraldo 2012, p. 4).

8 Si segnala una ricerca della Fondazione Fitzcarraldo sul pubblico del Teatro delle Muse di Ancona risalente al 2005 che non è stato possibile rintracciare.

9 Il Progetto Orma, nato nel 2007, vedeva la collaborazione di 19 enti tra regioni e province autonome, le quali, unitamente al Ministero per i Beni e le Attività Culturali, lo finanziavano. Sul piano operativo, in una logica di valorizzazione delle esperienze regionali più consolidate, l'attuazione del progetto è stata affidata a soggetti che già operavano da diversi anni nell'ambito degli Osservatori culturali: la Fondazione Fitzcarraldo di Torino, che si occupa della gestione dell'Osservatorio Culturale del Piemonte, la Fondazione ATER Formazione di Modena, che svolge funzioni analoghe per la Regione Emilia-Romagna, la società ECCOM Progetti di Roma, che collabora con l'Osservatorio nazionale dello Spettacolo. Il progetto nasceva dalle esigenze di conoscenza del settore dello spettacolo dal vivo e del cinema da parte delle amministrazioni regionali, in un periodo segnato da profonde trasformazioni istituzionali e organizzative nonché dal progressivo accrescimento del ruolo delle Regioni nel governo e nel sostegno del settore. Fu finanziato fino al 2012.

Il pubblico della *performing art* alla prova del covid-19

L'impatto della pandemia sui consumi digitali e sul rientro negli spazi di cultura

14

I settori del turismo e della cultura sono stati quelli più fortemente colpiti dalla crisi pandemica. Sull'ambito dello spettacolo dal vivo, in particolare, hanno pesato ancora di più le non adeguate politiche che da anni vengono attuate dai governi (Banks 2020; Bourge 2020; Comunian & England 2020; Tsioulakis & Fitzgibbons 2020). In Italia, come in altri paesi, la crisi sanitaria ha da una parte messo in luce delle problematiche già presenti, facendo emergere la marginalità del mondo dello spettacolo a livello istituzionale e la fragilità endemica di questo settore a

livello delle politiche in materia di lavoro e previdenza sociale, dall'altra ha accelerato delle tendenze già in atto, palesate dalla necessaria svolta digitale già in atto da tempo.

L'attenzione delle indagini che si sono svolte sull'ambito culturale si è concentrata sulle conseguenze che la pandemia ha avuto sugli attori del settore, ma anche sul versante della rilevazione dei comportamenti dei pubblici "nelle case", per cercare di intercettare gli atteggiamenti, i desideri e le paure.

Nella primavera del 2020, momento in cui si è assistito a una prima fase di allentamento delle restrizioni in alcuni paesi, sono stati condotti studi da enti istituzionali e aziende private di consulenza che hanno analizzato la propensione futura al ritorno nei luoghi della cultura e i consumi digitali avvenuti durante il confinamento. Le ricerche si sono mosse principalmente su due fronti di indagine:

- intercettare i sentimenti e le aspettative del pubblico in relazione al ritorno nei luoghi di cultura;
- capire come la crisi sanitaria stia influenzando le abitudini di consumo digitale dello spettacolo dal vivo.

Prima di arrivare ad osservare la sintesi delle ricerche emerse nel 2020 è necessario un breve focus sul campo di studi che da anni si occupa dell'impatto del digitale sui consumi culturali e un veloce excursus su alcune delle problematiche metodologiche rilevate osservando le ricerche emerse sui pubblici dello spettacolo dal vivo durante la pandemia.

Il contesto delle ricerche

Da oltre un decennio si assiste allo sviluppo del broadcasting di concerti, spettacoli teatrali, di danza e operistici nei cinema (il cosiddetto *event cinema*) e tramite piattaforme digitali online. Lanciato dal pioneristico concerto *Reality at Riverside* di David Bowie del 2003, e dalle produzioni in live streaming della Metropolitan Opera House di New York (2006) e del National Theatre inglese (2010), il fenomeno conosce ora una vasta diffusione. C'è ormai una nutrita letteratura critica, accademica e giornalistica che si è occupata del ruolo del live broadcasting nel panorama delle arti performative, delle sue caratteristiche produttive, economiche, estetiche e tecnologiche. Da questo corpus di studi sta iniziando a emergere anche un bagaglio di conoscenze sul pubblico delle arti performative digitalmente mediate. Si tratta di un ambito ancora minoritario di ricerca, fortemente centrato sul mondo anglosassone (e sul Regno Unito in particolare), su grandi produzioni teatrali orientate all'*event cinema* piuttosto che alle piattaforme digitali, e sul teatro di prosa (in particolare quello shakespeariano) piuttosto che sulla danza e le performance contemporanee. A differenza del panorama italiano dove le ricerche su questo fronte sono scarse e spesso bloccate intorno al dibattito teorico sulla legittimità o meno di queste forme d'arte, nella cultura artistica del Regno Unito questo dibattito è da tempo superato sia tra gli studiosi sia tra gli spettatori. In *Understanding the impact of event cinema*, analisi promossa dall'Art Council of England nel 2015 emerge come seguire l'*event cinema*:

[...] is considered a new art form in itself: an alternative way to experience performances that complements the original art form rather than competes with it. There is no evidence to suggest that film or theatre audiences are being displaced by event cinema; however, this could be due to a lack of data rather than there being clear evidence of no displacement effect. There is also no evidence that it is growing new audiences for live theatre performances, but there is an indication that it may inspire further attendance at event cinema screenings. (Tuck, Abrahams 2015, p.2)

Un tratto comune è proprio la tendenza a considerare le *performing art* digitalmente trasmesse come forme autonome a cui è riconosciuta una propria capacità di costruire il senso dell'evento. Il pubblico stesso, abituato a queste forme di fruizione d'arte, nel momento in cui si trova a valutare ciò che ha visto, riflette sulla qualità artistica dell'esperienza, sul contenuto delle performance piuttosto che sull'esperienza mediale. Diversi studi, soprattutto nel Regno Unito, già da tempo hanno rivolto l'attenzione sulle specificità di queste produzioni e sulle differenti modalità di ricezione. Uno studio recente di Sullivan (2020) revisiona i risultati emersi dalle precedenti ricerche sui pubblici dell'*event cinema* e delle performance online. Più precisamente si attua un confronto fra la ricerca *Beyond Live: Digital innovation in the performing art* del 2010 e lo studio dell'Arts Council of England del 2016 *From Live-to-Digital: Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on Audiences*,

Production and Distribution. Quest'ultimo in particolare rappresenta ad ora uno degli studi sul pubblico del teatro digitale più ampi in termini di soggetti indagati (pubblici, produttori, distributori) e di metodologie impiegate (sia quantitative che qualitative). La ricerca prende in esame l'intero settore dello streaming teatrale inglese (*event cinema*, streaming sulle piattaforme digitali ma anche al broadcasting televisivo) guardando alle implicazioni del passaggio dall'evento teatrale dal vivo alla sua esistenza digitale. Come altre analisi rilevano, si evidenzia lo scarso impatto del consumo digitale del teatro sulla frequentazione dal vivo: contro il diffuso timore che il teatro in streaming possa erodere la partecipazione teatrale tradizionale, i risultati della ricerca mostrano come il consumo digitale non sembra affatto diminuire né aumentare in maniera sostanziale la frequentazione. Risulta invece come fra gli spettatori digitali sia più alto il numero di frequentatori "forti" di teatro e, dato in linea con altre ricerche, come ci sia una forte continuità tra pubblico online e offline (London M.T.M. 2010; Walmsley 2016). Il pubblico non guarda al teatro trasmesso digitalmente come a un sostituto dell'altro, ma come una modalità parallela e significativa in sé. Un altro dato importante che emerge dalla ricerca del 2016 è che le barriere tecniche sono ancora un ostacolo decisivo per la fruizione domestica del teatro in streaming. Un altro dato interessante che emerge dallo studio è che mentre chi si occupa della produzione dei prodotti teatrali online ritiene che il carattere della simultaneità dell'evento sia un aspetto fondamentale per il pubblico questo al contrario considera i fattori pratici (flessibilità della fruizione, risparmio del tempo impiegato per lo spostamento, assenza di sold out) ed economici (risparmio sul costo del biglietto) motivazioni più importanti rispetto al fatto che la performance trasmessa sia temporaneamente dal vivo. Questo dato emerge anche nella ricerca di Sullivan (2020) che sottolinea come la sempre minor rilevanza data dagli spettatori alla simultaneità rispetto al passato (NESTA 2010) «seem to indicate that as digital broadcasts have become more familiar, and as opportunities for seeing them have extended beyond the originating performance moment, the draw of temporal liveness has gradually lessened». In questo studio si evidenzia, anche, come l'*event cinema* sia per il pubblico un'esperienza molto diversa rispetto allo streaming da casa e come si stiano lentamente modificando i comportamenti di consumo in questo campo. Non a caso emerge, come già anche nella ricerca del 2016, come il teatro in streaming, al contrario dell'*event cinema*, attragga un pubblico tendenzialmente più giovane, meno abbiente e più etnicamente eterogeneo. Questa differenza, rileva ancora lo studio di Sullivan, non è data solo dal più alto costo economico dell'andare a teatro, ma soprattutto dalla spesa di tempo che questo comporta, permettendo allo spettatore di coniugare la fruizione con un numero più ampio di attività. Questo implica un tipo di visione più suscettibile alla distrazione e all'interruzione, ma anche più conciliabile con esigenze familiari e lavorative quindi più inclusiva. E l'auspicio dello studioso in conclusione all'analisi è che i creatori si interrogino sempre di più su forme e formati inclusivi e coinvolgenti per le *streaming audience* poiché «what is lost in terms of concentrated absorption – a quality long prized as the ideal and most enriching response to the performing arts – may in some ways be gained through the creation of a more accessible, flexible, and interrogative form of theatre-going» (Sullivan 2020, p.94).

Panoramica sulle ricerche internazionali sui pubblici durante la pandemia

Prima di passare al focus sui principali dati emersi dalle indagini sui pubblici durante la pandemia, è necessario osservare alcune delle problematiche metodologiche più rilevanti. Un dato immediato che emerge dalle circa venti indagini raccolte è la forte omogeneità in termini di metodi, tempi e tipologie di domande. La quasi totalità di queste indagini è stata condotta tramite questionari online distribuiti – nella maggior parte dei casi – a partire dalle newsletter e dai social media degli enti che le stavano promuovendo in collaborazione ad altri partner culturali (teatri, associazioni) che contribuivano alla diffusione. Proprio nella modalità di somministrazione risiede la prima questione problematica di queste ricerche, perché se è vero che l'online da un lato facilita il reperimento di una grande quantità di risposte presso il pubblico di appassionati altrimenti impossibile con altri metodi, dall'altro impone un forte vincolo dato dalla stretta connessione al network di riferimento. Ciò significa che la distribuzione si è basata principalmente su reti di persone appassionate alle arti performative, già prossime all'offerta online, con una *literacy* sufficiente a trovare, comprendere e compilare un questionario digitale. Questo dato emerge chiaramente quando si osservano le caratteristiche dei rispondenti, che evidenziano un alto livello di interesse verso il settore dello spettacolo dal vivo e una buona disponibilità di

risorse culturali. Un'altra questione problematica si apre nel momento in cui si osservano le tempistiche della somministrazione: nella maggior parte dei casi sono presi come periodi di indagine dei momenti singoli, molto precisi e limitati a poche settimane – ad eccezione delle poche ricerche più ampie, in particolare quelle di area anglosassone, programmate in diverse fasi di raccolta – che spesso è difficile esaminare come fotografie di un preciso periodo storico di transizione così sconosciuto e così imprevedibile.

In ultimo resta una questione aperta anche sulla richiesta di esprimere atteggiamenti su situazioni inedite, spesso chiedendo ai rispondenti di prendere delle posizioni o di esprimere opinioni rispetto a scenari di cui non si è mai fatta esperienza prima. Questi dati vanno quindi interpretati con una certa cautela nel momento in cui si cerca di immaginare il comportamento effettivo che i pubblici avranno nel futuro post-pandemico.

Far emergere queste problematiche metodologiche non significa evidenziare la non affidabilità dei dati, ma piuttosto descrivere una metodologia che non consente di rispondere ad alcuni interrogativi che potrebbero essere più rilevanti in questo frangente, anche per le programmazioni future, quali: 1) le proposte di spettacolo digitale sono modalità capaci di attrarre nuovi pubblici? 2) sono modalità capaci di fidelizzare i pubblici già presenti? 3) che tipo di proposte sono state seguite maggiormente? 4) in che modo la popolazione complessiva – e non solo quella prossima ai somministratori – ha impiegato o meno questa modalità di fruizione dello spettacolo?

Andando ad esaminare i risultati emersi dalle indagini (Tabella 8), le domande più ricorrenti riguardano il tipo di contenuti digitali fruiti e il grado di soddisfazione correlato, la propensione al ritorno negli spazi, la tendenza a pagare per spettacoli digitali e la tendenza a continuare a vedere spettacoli online anche dopo la crisi pandemica. Ad una prima lettura emerge che:

- è cruciale l'influenza del periodo in cui le ricerche sono state svolte e del grado di diffusione del virus nel momento della somministrazione;
- è fondamentale tenere presente a chi sono stati somministrati i questionari per avere una prima fotografia dei rispondenti (frequentatori abituali/non frequentatori delle arti dello spettacolo dal vivo);
- è evidente il forte influsso della pandemia sulle abitudini di consumo digitale e sulle aspettative legate al ritorno a fruire in presenza dello spettacolo dal vivo.

Tra i dati più interessanti che tendono ad emergere da tutte le ricerche c'è la forte mancanza degli eventi dal vivo nelle vite dei rispondenti. Ciò che provoca maggiore nostalgia è “il fermento legato all'evento”, “la possibilità di vedere i performer che si apprezzano in carne ed ossa” e “il senso di attesa per qualcosa di speciale”, più che “l'essere assieme ad un pubblico di persone affini” (Raines 2020; Castelli *et al.* 2020). Interessante, inoltre, come per la maggior parte del pubblico anglofono, a mancare è anche “la possibilità di sostenere i centri locali della cultura” (Raines 2020, The Pattern Makers 2020, AudienceView & Theatermania 2020). Per quanto riguarda il possibile rientro gli spettatori si mostrano molto titubanti in quei paesi dove il virus è più diffuso nel momento della somministrazione del sondaggio e per tutti i rispondenti il rispetto delle misure sanitarie, in particolare il distanziamento fisico e l'uso dei dispositivi di sicurezza, è ciò che farà la differenza. Emerge comunque la voglia di tornare a seguire eventi in presenza e in particolare tra il pubblico danese, francese e quello italiano spicca la voglia di riflessione ma connessa al divertimento. In generale tra i fattori che possono incoraggiare il rientro nei luoghi della cultura emergono lo svolgersi degli eventi *en plain d'air*, le sedute distanziate e l'obbligo di prenotazione, mentre risultano fattori scoraggianti le lunghe attese e l'impossibilità di stare vicino alle persone con cui si è scelto di partecipare. Passando alla fruizione digitale, alcuni dati rilevanti rispetto ai cambiamenti nei consumi mediali emergono da una ricerca fatta sui consumatori americani attraverso due diverse fasi di raccolta dati – la prima a dicembre 2019 (fase pre-Covid-19) e la seconda a maggio 2020 (fase Covid-19). Per questi ricercatori non è giusto parlare di un *before and after* quanto piuttosto di un *before and faster* (Edelman, Hurley & Gangopadhyay 2020): la pandemia ha accelerato delle modifiche già in atto da tempo e in questo senso l'aumento dei consumi digitali corrisponde anche all'aumento della fruizione digitale degli spettatori dello spettacolo dal vivo che si registra diffusamente tra le ricerche. Durante la pandemia, i contenuti culturali digitali sembrano aver svolto un ruolo importante nel mantenere attivo il contatto con il pubblico e nel sostenere il suo benessere durante la crisi. La maggior

parte dei rispondenti ha provato per la prima volta nuove attività sul digitale e tra quelle più popolari sono emerse la visualizzazione di eventi in live streaming e la visione di video in compagnia di altri tramite una piattaforma social media, un'applicazione web o di videoconferenza (AudienceView e Theatermania 2020), i workshop e le opportunità di apprendimento in tutte le forme d'arte (The Pattern Makers 2020) e la scoperta di artisti o lavori che non si conoscevano (The Pattern Makers 2020; Castelli *et al.* 2020). Un altro dato interessante che emerge da tutte le ricerche è la percentuale abbastanza alta di persone intercettate che dichiarano che continueranno a fruire di questi contenuti anche successivamente alla crisi pandemica, ma pagando un prezzo inferiore allo spettacolo dal vivo. Quest'ultimo dato fa emergere fortemente un problema che è legato alla gratuità: si parla infatti per la maggior parte di iniziative per cui solo una minoranza è disposta a pagare un prezzo comparabile con quello della fruizione nello spazio fisico. Fondamentale sarà mantenere viva l'attenzione su questa tematica e continuare, come già sta avvenendo in alcuni casi, a proporre programmazione online che prevedano un contributo anche minimo affinché il mantenere in vita il rapporto con il pubblico non diventi un ulteriore fattore di svalutazione del lavoro artistico e culturale. Dalle ricerche emerge anche come ci sia una forte continuità tra i pubblici online e i pubblici in presenza dato che è confermato anche dalle precedenti rilevazioni sui pubblici digitali (London, M. T. M. 2010, Walmsley 2015). Nella prospettiva futura sarà perciò sempre più importante continuare a osservare il pubblico come uno *spettatore migrante* (Trimarchi 2020) tra spazi fisici e spazi digitali. Sarà, inoltre, necessario comprendere in modo più specifico che cosa *ha fatto online il pubblico del teatro* – quali tipi di contenuti mediali legati o meno alle *performing art* hanno consumato gli spettatori assidui – ma anche quale pubblico ha seguito il *teatro online*. In entrambi i casi sarà essenziale una stretta cooperazione fra metodi quantitativi e qualitativi: se da una parte si tratterà di tracciare quanto e quando le iniziative hanno funzionato, dall'altra bisognerà sondare le esperienze spettatoriali prodottesi in questa situazione.

TITOLO RICERCA	PERIODO DI SVOLGIMENTO	PAESE E DATA DI PUBBLICAZIONE	METODO e CAMPIONE
<i>I concerti dopo il covid-19</i>	18 - 22 aprile 2020	ITALIA, 24 aprile 2020	Ricerca svolta da Rockit e dal festival Mi Ami attraverso questionari online; 14912 risposte.
<i>Entgelt als Abschaltfaktor</i>	11 - 21 aprile 2020	GERMANIA, 26 aprile 2020	Questionario online; 317 risposte.
<i>The patrons' perspective</i>	11- 22 maggio 2020	USA, maggio 2020	Ricerca svolta da TheaterMania che ha raggiunto oltre 5.000 membri della loro comunità online.
<i>After The Interval: National Audience Survey 1</i>	16 aprile - 27 maggio 2020	UK, maggio 2020	Ricerca svolta dall'agenzia Indigo-Consulting: questionari online somministrati attraverso 192 organizzazioni teatrali e centri artistici; hanno raccolto 86.000 risposte.
<i>Le français & la reprise des activités de divertissement</i>	18 - 20 maggio 2020	FRANCIA, maggio 2020	Ricerca svolta attraverso questionari online che hanno raggiunto 1017 risposte.
<i>COVID-19 Audience Outlook Monitor - 1</i>	6 - 14 maggio 2020	AUSTRALIA, 19 maggio 2020	Questionari online somministrati attraverso 159 organizzazioni teatrali e centri artistici; 23.000 risposte.
<i>Digital media trends survey, 14th edition</i>	dicembre 2019 - gennaio 2020; maggio 2020	USA, 28 maggio 2020	La ricerca svolta ha intercettato 2.103 consumatori statunitensi nella prima fase e 1.101 nella seconda.
<i>Dopo l'intervallo</i>	27 maggio - 24 giugno 2020	ITALIA, giugno 2020	Ricerca dell'agenzia Indigo-Consulting con il Teatro del Friuli-Venezia-Giulia: questionario online diffuso da 53 istituzioni culturali; 32.000 risposte
<i>Caro spettatore, come stai?</i>	14 maggio - 5 giugno 2020	ITALIA, 10 giugno 2020	Questionari online distribuiti principalmente nelle regioni settentrionali; 5.887 partecipanti con un'età fra i 36 e i 59 anni, già frequentatori di cultura (15,3% sono addetti ai lavori e il 10,7% non si ritiene un appassionato).
<i>Indagine su uno spettatore al di sopra di ogni contagio</i>	maggio - giugno 2020	ITALIA, 30 giugno 2020	Questionari online inviati da Teatri, Cnr, Studio Bottoni. Campione non probabilistico ponderato a posteriori su quote proporzionali alla popolazione, 2818 rispondenti.
<i>After The Interval: National Audience Survey ACT2</i>	1° giugno - 15 luglio 2020	UK, luglio 2020	Questionari online somministrati dall'agenzia Indigo- Consulting attraverso 258 organizzazioni teatrali e centri artistici; 51.000 risposte.
<i>COVID-19: la cultura si sposta sul digitale</i>	8 - 21 maggio 2020	ITALIA, 2 luglio 2020	Indagine pubblicata da Confcommercio; campione di 1001 cittadini italiani rappresentativi della popolazione.
<i>COVID-19 Audience Outlook Monitor - 2</i>	8 - 12 luglio 2020	AUSTRALIA, 21 luglio 2020	Questionari online somministrati attraverso 150 organizzazioni teatrali e centri artistici; 39.000 risposte.
<i>Digital Culture: Consumption in Lockdown</i>	9 aprile - 24 maggio 2020	UK, 1° agosto 2020	Sondaggio settimanale rivolto a un campione rappresentativo di oltre 1000 consumatori di più di 16 anni.
<i>Digital Audience Survey</i>	marzo - maggio 2020	UK, agosto 2020	Il sondaggio è stato distribuito dalle organizzazioni tramite i loro siti Web, social media e newsletter.
<i>COVID-19 Publikumsundersøgelse</i>	19 giugno - 2 luglio 2020	DANIMARCA, 12 agosto 2020	Questionari online inviati tramite newsletter e i social media dei 33 teatri partecipanti; 13.556 risposte.
<i>Covid 19: Public intentions on returning as audience members</i>	27 luglio - 2 agosto 2020	SCOZIA, 27 agosto 2020	Ricerca svolta da 56 Degree Insight for Creative Scotland comparando i dati con un'analisi del 2019; campione rappresentativo di abitanti composto da 1,033 unità.
<i>Fruizione Culturale in un click?</i>	maggio 2020	ITALIA, 1° ottobre 2020	Ricerca svolta da Creative Keys attraverso un questionario online che ha raggiunto 1867 risposte.
<i>COVID-19 Audience Outlook Monitor - 3</i>	2 - 6 settembre	AUSTRALIA, 12 ottobre 2020	Questionari online somministrati attraverso 144 organizzazioni teatrali e centri artistici; 12.147 risposte.
<i>Covid-19 Cultural Participation Monitor</i>	ottobre - novembre 2020	UK, dicembre 2020	Ricerca commissionata da The Audience Agency e svolta da Dynata; 6.055 risposte (un'indagine sulla popolazione online, con quote basate su età, sesso, etnia, regione e segmento dello spettro del pubblico).

La presente ricerca si struttura su un triplice obiettivo: 1) approfondire la **conoscenza degli spettatori** dello spettacolo del vivo nelle Marche, 2) fornire agli operatori strumenti per profilare il **proprio pubblico** attuale e potenziale, 3) arricchire la comprensione delle dinamiche di consumo culturale delle *performing art*. La sfida, in questo senso, è stata quella di superare il rigido confine fra **ricerca applicata**, svolta principalmente dagli enti culturali, e la **ricerca di base**, svolta dalle università, che spesso costituisce un limite delle rilevazioni sui pubblici della cultura. Se infatti le ricerche del primo tipo subiscono i limiti dell'eccessiva specificità delle esigenze conoscitive del committente, dell'orientamento al breve termine e della tendenza alla semplificazione promozionale dei risultati, quelle del secondo tipo rischiano di peccare di un eccesso di astrazione; il bisogno di produrre risultati generalizzabili può degenerare nella creazione di mappe dove la scala troppo elevata rende irricognoscibile il fenomeno osservato.

In secondo luogo, si è posto il problema di come affrontare un oggetto sfaccettato come quello dello spettacolo del vivo non perdendo di vista le peculiarità dei singoli generi, ma allo stesso tempo cercando di non sovra-rappresentare solo una porzione privilegiata fra questi. La soluzione a questo ostacolo metodologico è stata quella di adottare un approccio relazionale. Laddove, infatti, uno dei principali problemi delle ricerche sulla cultura in Italia è la loro atomizzazione (Taormina 2011), in questo caso è stato posto al centro il rapporto fra diversi eventi e tipologie di spettacolo, in modo da indagare distanze, contiguità e possibili **attraversamenti fra generi**.

Per questi motivi la ricerca e il seguente report sono stati costruiti prevedendo sia una lettura **focalizzata**, per cui gli operatori possono raccogliere informazioni sui propri

specifici eventi e pubblici, sia una lettura **d'insieme**, che permette di ricavare ricorrenze e comportamenti più generali.

Nello specifico sono state ricercate le **caratteristiche socio-demografiche** dei pubblici, la **frequenza del consumo degli eventi dal vivo**, sia in generale che in riferimento a specifici eventi e stagioni, le **relazioni fra generi performativi**, le **attitudini degli spettatori** e l'**utilizzo delle fonti informative** sugli eventi nelle Marche.

La ricerca è stata svolta tramite un questionario cartaceo somministrato in **31 eventi** svolti nelle Marche fra maggio 2019 e febbraio 2020 (Tabella 1). Gli eventi sono stati scelti in modo da garantire una giusta **distribuzione territoriale** fra le province del territorio marchigiano e la rappresentazione di diverse categorie di eventi. Riguardo a quest'ultimo punto gli eventi sono stati segmentati per tipologia di **contesto** – somministrando quindi il questionario durante festival estivi, ma anche durante rassegne e stagioni autunnali e invernali – e per **genere** della proposta. Come incentivo alla partecipazione è stato rilasciato ad avvenuta compilazione un buono sconto per uno spettacolo nelle Marche fra i convenzionati con il Consorzio Marche Spettacolo.

Il questionario prevedeva, oltre alla raccolta delle informazioni socio-demografiche, **nove aree** con domande chiuse e **due domande aperte** (vedi appendice). Nelle domande chiuse veniva sondata la frequenza di partecipazione del rispondente a vari tipi di eventi dal vivo, le attività di consumo culturale effettuate, quali generi teatrali e musicali preferisse fra quelli elencati, quanto conoscesse e partecipasse ad alcuni dei principali festival e rassegne marchigiane, quanto conoscesse e partecipasse alle stagioni del suo territorio, l'utilizzo e il gradimento dei servizi informativi dedicati allo spettacolo e il livello di accordo con varie affermazioni su ciò che gli spettacoli dal vivo dovrebbero offrire. Le due domande aperte chiedevano il nome di un artista/compagnia che si vorrebbe vedere nelle Marche ed eventuali suggerimenti riguardo lo spettacolo del vivo nel territorio.¹¹

Sono stati raccolti un totale di **2246** questionari validi. L'83% dei rispondenti ha completato il questionario in ogni sua sezione.¹² Il campione copre in media il 30% delle presenze degli eventi in cui è stata effettuata la somministrazione (Tabella 9).

11 L'analisi delle risposte alle domande aperte non è stata inclusa in questo report, laddove i ricercatori hanno giudicato che esse offrissero stimoli e indicazioni troppo contestuali all'evento specifico.

12 Considerando affidabili i casi in cui il rispondente ha risposto a 7 sezioni su 9 (le sezioni con le domande aperte sono state escluse dall'analisi dell'affidabilità) si è ottenuto un indice di affida.

13 Per facilitare le analisi successive gli spettacoli sono stati raggruppati in 7 macro-gruppi: danza, teatro di prosa, teatro contemporaneo, musica classica, opera lirica, concerto leggera / rock / jazz e spettacolo pop. Quest'ultima locuzione è stata utilizzata per raccogliere eventi con uno spiccato carattere orientato alla leggerezza e all'intrattenimento, come il musical *Grease* della Compagnia della Rancia, lo spettacolo comico della personalità televisiva Dario Ballantini e il concerto natalizio *Gospel Voice Family*.

EVENTO	TIPO DI EVENTO	GENERE ¹³	LUOGO	PERIODO	TOTALE PRESENZE	QUESTIONARI SOMMINISTRATI	QUESTIONARI RACCOLTI	CAMPIONE
ADRIATICO MEDITERRANEO	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Ancona	agosto	309	90	79	25,6%
ANCONA JAZZ	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Ancona	luglio	121	63	48	39,7%
ANTROPOLAROID	Stagione / rassegna	Teatro contemporaneo	Mondavio	febbraio	79	57	55	69,6%
APP	Festival estivo	Teatro contemporaneo	Ascoli Piceno	maggio	750	202	154	23,5%
BACAJA'	Festival estivo	Teatro contemporaneo	Senigallia	luglio	125	73	71	56,8%
BALLANTINI&PETROLINI	Stagione / rassegna	Spettacolo pop	Tolentino	febbraio	168	81	60	35,7%
CARMEN - ANTEPRIMA GIOVANI	Stagione / rassegna	Opera lirica	Fermo	febbraio	350	149	79	22,6%
CIVITANOVA DANZA	Festival estivo	Danza	Civitanova Marche	luglio	249	98	73	29,2%
COPPIA APERTA QUASI SPALANCATA	Stagione / rassegna	Prosa	Sant'Elpidio a Mare	gennaio	369	127	105	28,5%
DANTE IN MUSICA - PATRIMONIO IN SCENA	Stagione / rassegna	Musica classica	Jesi	dicembre	25	15	15	60,0%
DON CHISCIOTTE	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Fano	dicembre	570	83	67	11,8%
EZIO BOSSO DIRIGE LA FORM	Stagione / rassegna	Musica classica	Pesaro	febbraio	707	135	104	14,7%
GODDESS. DIVINO MEDITERRANEO - PATRIMONIO IN SCENA	Stagione / rassegna	Teatro contemporaneo	Altidona	settembre	75	30	26	34,7%
GOSPEL VOICES FAMILY	Stagione / rassegna	Spettacolo pop	Urbino	gennaio	188	90	81	43,1%
GREASE	Stagione / rassegna	Spettacolo pop	Tolentino	novembre	347	157	120	34,6%
HANGARTFEST	Festival estivo	Danza	Pesaro	settembre	98	62	48	49,0%
IO, DON CHISCIOTTE	Stagione / rassegna	Danza	Pesaro	ottobre	496	142	85	17,1%
LA TERRAZZA	Stagione / rassegna	Musica classica	Ancona	luglio	107	53	50	46,7%
LAGO DEI CIGNI	Stagione / rassegna	Danza	Fabriano	dicembre	385	131	108	28,1%
L'ANIMA BUONA DI SEZUAN	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Ascoli Piceno	gennaio	444	110	102	23,0%
MACBETH - MACERATA OPERA FESTIVAL	Festival estivo	Opera lirica	Macerata	luglio	2445	255	176	7,2%
MISERIA E NOBILTA'	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Osimo	febbraio	264	89	51	19,3%
MONSIEUR IBRAHIM E I FIORI DEL CORANO- PATRIMONIO IN SCENA	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Macerata	novembre	40	28	28	70,0%
MUSICULTURA	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Macerata	giugno	2013	75	59	2,9%
NEW EVO FESTIVAL	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Offagna	luglio	512	90	36	7,0%
PERGOLESÌ SPONTINI FESTIVAL	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Jesi	settembre	441	96	82	18,6%
QUARTA/REDAELLI	Stagione / rassegna	Musica classica	Macerata	dicembre	93	48	44	47,3%
SIBYLLARIUM	Festival estivo	Spettacolo pop	Acquasanta Terme	settembre	1000	50	42	4,2%
TAU	Stagione / rassegna	Teatro di prosa	Macerata	luglio	135	60	60	44,4%
VILLA IN VITA	Festival estivo	Concerto leggera / rock / jazz	Fermo	luglio	473	113	80	16,2%
VITRUVIO 3.0	Festival estivo	Musica classica	Fano	luglio	800	76	58	7,3%
TOTALE					13178	2928	2246	30,3%

21

Sesso

Il campione complessivo è composto al 69,2% da femmine, al 30,4% da maschi e per lo 0,4% (8 casi) da rispondenti che non si identificano con nessuno dei due generi (Tabella 10). Rispetto alla popolazione marchigiana troviamo quindi come il campione del pubblico degli spettacoli dal vivo mostri una **maggiore partecipazione femminile**. La maggiore presenza del pubblico femminile è un dato tendenzialmente in linea con quanto rilevato per la maggior parte dei pubblici dello spettacolo (vedi il paragrafo *Caratteristiche socio-demografiche dei pubblici intercettati*), soprattutto per quanto riguarda la prosa, la danza, la lirica e il teatro contemporaneo, meno per i concerti di musica classica e leggera.

SESSO	% CAMPIONE	% POPOLAZIONE MARCHIGIANA (2019) ¹⁴
<i>Pubblico femminile</i>	69,2%	51,4%
<i>Pubblico maschile</i>	30,4%	48,6%
<i>Altro</i> ¹⁵	0,4%	**

Tabella 10 Sesso del campione

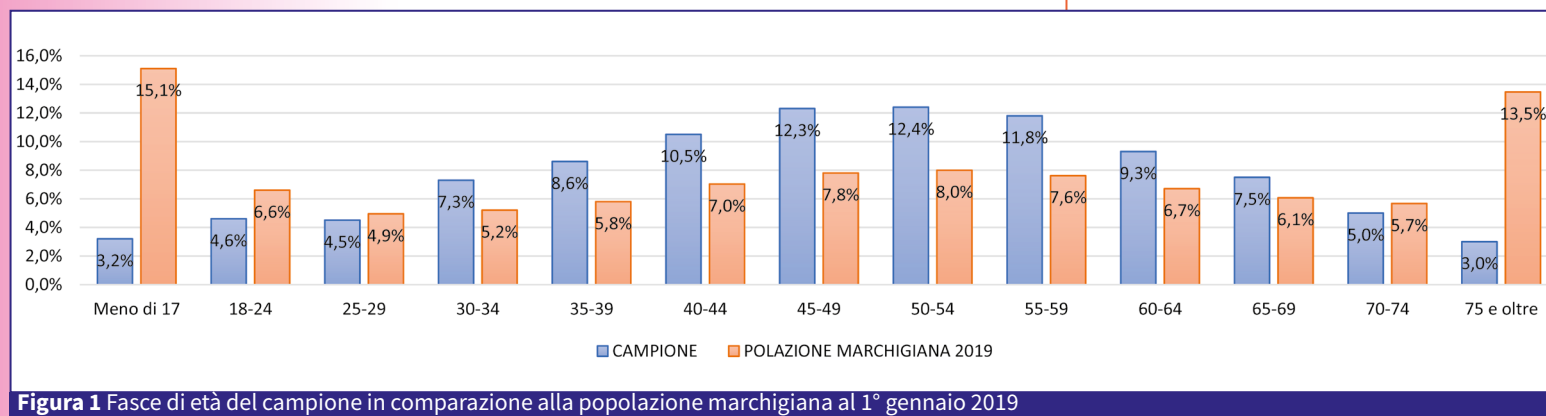


Figura 1 Fasce di età del campione in comparazione alla popolazione marchigiana al 1° gennaio 2019

Età

L'età **media** del campione è di **48 anni**, mentre la **mediana** è di **47**. Osservando la distribuzione per fasce di età in comparazione alla popolazione marchigiana (Figura 1), troviamo una maggiore rappresentazione delle fasce di età dai **30 ai 69 anni**, soprattutto per quanto riguarda l'intervallo 40-59. Meno presenti sono invece gli spettatori sotto i 29 anni e sopra i 70.

14 Per le comparazioni rispetto alla popolazione italiana e marchigiana sono stati utilizzati dati del 2019 in quanto la maggior parte degli eventi sondati si sono svolti in quell'anno.

15 Il valore "altro" nella variabile sesso è stato escluso dalle successive analisi trattandosi di soltanto 8 casi, numero insufficiente per costituire un gruppo con una rilevanza statistica sufficiente per le analisi bivariate.

Professione e attività attinenti allo spettacolo

Più di un quarto del pubblico intercettato è costituito da **impiegati** (Tabella 11). Seguono fra le professioni/occupazioni più frequenti i pensionati, i liberi professionisti e gli insegnanti. Per avere un'idea più chiara di quali professioni/occupazioni siano più o meno rappresentate si è calcolato il rapporto fra la loro presenza nel campione e nella popolazione italiana (Tabella 12). Gli **insegnanti** sono presenti in misura 7,8 superiore rispetto alla popolazione complessiva. Seguono imprenditori, liberi professionisti, dirigenti e impiegati. **Operai**, studenti, pensionati e disoccupati sono invece sottodimensionati.

Circa tre quarti del campione non ha **mai svolto** attività attinenti allo spettacolo dal vivo (Tabella 13); il **17,4%** svolge o ha svolto questo tipo di attività a livello amatoriale mentre il **6,0%** è costituito da **professionisti** che lavorano nell'ambito. Il tipo di attività più frequente, sia a livello professionale che amatoriale, è quella di **artista** (Tabella 14); segue la frequentazione di corsi e laboratori, l'attività di organizzatore o promoter, l'attività di critica/giornalismo/fotografia legata allo spettacolo e infine chi svolge il lavoro di tecnico per eventi dal vivo.

ATTUALE CONDIZIONE OCCUPAZIONALE/LAVORATIVA	%
<i>Impiegati</i>	28,1%
<i>Pensionati</i>	15,2%
<i>Liberi professionisti</i>	11,8%
<i>Insegnanti</i>	11,8%
<i>Studenti</i>	8,4%
<i>Operai</i>	4,2%
<i>Lavoratori domestici, casalinghi</i>	3,4%
<i>Dirigenti, professori universitari</i>	3,3%
<i>Imprenditori</i>	3,3%
<i>Altri tipi di lavoratori autonomi</i>	2,6%
<i>Disoccupati</i>	2,6%
<i>Artigiani</i>	2,2%
<i>Commercianti</i>	1,8%
<i>Personale sanitario</i>	1,1%

Tabella 11 Condizione occupazionale/lavorativa del campione

	INDICE DI SOVRADIMENSIONALITÀ ¹⁶
<i>Insegnanti</i>	7,8
<i>Imprenditori</i>	6,6
<i>Liberi professionisti</i>	4,9
<i>Dirigenti, professori universitari</i>	4,8
<i>Impiegati</i>	2,2
<i>Studenti</i>	0,6
<i>Pensionati</i>	0,6
<i>Disoccupati</i>	0,5
<i>Operai</i>	0,3

Tabella 12 Rapporto fra la percentuale di pubblico che svolge una determinata professione e la percentuale di quella professione nella popolazione italiana

SVOLGE ATTIVITÀ RIGUARDANTI LO SPETTACOLO DAL VIVO?	%
<i>No</i>	76,6%
<i>sì, a livello amatoriale</i>	17,4%
<i>sì, a livello professionistico</i>	6,0%

Tabella 13 Svolgimento di attività legate allo spettacolo dal vivo

CHE TIPO DI ATTIVITÀ RIGUARDANTE LO SPETTACOLO DA VIVO SVOLGE?	%
<i>Artista</i>	35,9%
<i>Frequento corsi laboratori di teatro/danza/musica</i>	33,3%
<i>Organizzatore / promoter</i>	13,4%
<i>Critico / giornalista / fotografo</i>	5,7%
<i>Tecnico / scenografo / costumista</i>	3,4%

Tabella 14 Tipo di attività legate allo spettacolo dal vivo svolte

16 L'indice di "sovradimensionalità" (Conforti, Ercole 1999) è stato calcolato facendo il rapporto tra la presenza dei singoli gruppi professionali nel campione dello spettacolo dal vivo e la presenza dei singoli gruppi nella popolazione italiana con più di 15 anni.

Provenienza

Il **90,8%** del pubblico intercettato risiede nelle **Marche**, il **5,9%** proviene da **regioni confinanti**, il **2,9%** da **regioni non-confinanti** e lo **0,4%** da **paesi esteri**. Fra chi non risiede nelle Marche il 42% è venuto appositamente per frequentare quello specifico evento, mentre l'altro 58% era in zona per altri motivi. Il pubblico marchigiano mostra una distribuzione fra province fortemente in linea con la distribuzione della popolazione complessiva (Tabella 15), dato che indica una buona rappresentatività territoriale del campione. Il 39,6% del campione risiede in comuni con meno di 30.000 abitanti (Tabella 16), il 48,5% in comuni fra i 30.001 e i 100.000 abitanti e l'11,9% in comuni con più di 100.001 abitanti.

PROVENIENZA	% CAMPIONE	% POPOLAZIONE MARCHIGIANA
Ancona	28,9%	30,9%
Macerata	23,7%	20,6%
Pesaro e Urbino	22,1%	23,6%
Ascoli Piceno	13,0%	13,6%
Fermo	12,3%	11,4%

Tabella 15 Provenienza per province: confronto fra il campione e la popolazione marchigiana

AMPIEZZA DEMOGRAFICA DEL COMUNE DI RESIDENZA ¹⁷	%
Fino a 2000	3,6%
2.001 - 10.000	17,0%
10.001 - 30.000	19,0%
30.001 - 100.000	48,5%
100.001 - 250.000	9,5%
Oltre 250.001	2,4%

Tabella 16 Ampiezza demografica del comune di residenza dei rispondenti

Livello di istruzione

Il **52,7%** del campione possiede una **laurea** o un diploma di conservatorio o di accademia di belle arti o danza (Tabella 17). Considerato che i laureati in Italia sono circa il 19% della popolazione (OCSE 2019), il campione mostra un livello di istruzione ben sopra la media. Si tratta di un dato abbastanza prevedibile, trattandosi di individui intercettati nel mezzo di un'attività di consumo culturale, e in linea con quanto rilevato dalle altre ricerche sul pubblico delle *performing art* (vedi il paragrafo *Caratteristiche socio-demografiche dei pubblici intercettati*). L'area disciplinare della laurea prevalente è quella **umanistica** (Tabella 18): il 43% dei laureati del campione è laureato in questo settore, contro il 24% della media italiana (OCSE 2019). Meno rappresentati sono invece i laureati nell'ambito medico-sanitario e in quello delle scienze sociali, economiche e psicologiche.

LIVELLO DI ISTRUZIONE ¹⁸	%
Licenza elementare o inferiore	1,3%
Diploma Scuola Media Inferiore	6,7%
Diploma Scuola Media Superiore	34,8%
Laurea triennale	8,1%
Laurea magistrale/laurea vecchio ordinamento	33,3%
Master o altri titoli post-laurea	10,7%
Dottorato	2,8%
Accademia di danza/conservatorio/belle arti	2,3%

Tabella 17 Livello di istruzione dei rispondenti

AREA DISCIPLINARE DELLA FORMAZIONE UNIVERSITARIA	% CAMPIONE	% POPOLAZIONE ITALIANA (OCSE 2019)
Umanistico-artistica	43%	24%
Tecnico-scientifica	28%	25%
Scienze sociali, psicologiche, economiche e economiche	11%	17%
Giuridica	10%	10%
Medico-sanitaria	9%	15%

Tabella 18 Area disciplinare della laurea dei rispondenti

17 Per le successive analisi l'ampiezza demografica del comune di riferimento è stata semplificata in tre categorie: "sotto i 10.000 abitanti", "fra i 10.001 e i 100.000 abitanti" e "sopra i 100.001 abitanti".

18 Per le successive analisi il livello d'istruzione è stato semplificato in tre categorie: "non laureato", "laureato", "titolo post-laurea".

Caratteristiche socio-demografiche dei pubblici intercettati

Essendo il campione del pubblico dello spettacolo delle Marche costruito a partire da una **combinazione** di eventi differenti, affinché esso possa essere confrontato con precedenti ricerche sulle *performing art* è necessario attuare una segmentazione per genere (concerti, prosa, danza, lirica, musica classica, spettacoli pop e teatro contemporaneo) e tipologia dell'evento in cui si è svolta la somministrazione (festival estivi e rassegne/stagioni) (Tabella 19). Il pubblico intercettato durante i concerti di **musica classica** mostra un profilo socio-demografico in linea con quanto riscontrato da precedenti analisi (Fondazione Fitzcarraldo 2008; 2012; Arenella, Segre 2019): prevalenza femminile, presenza sopra la media di persone sopra i 64 anni e livello di istruzione elevato. Anche per la **lirica** il ritratto è in sintonia con la bibliografia (Conforti, Ercole 1999; Makno 1998; Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna 2015; Alessandrini 2017; Bartoletti, Gemini, Brilli 2018): prevalenza del genere femminile – eccezione è il caso del Rossini Opera Festival (Bartoletti, Gemini, Brilli 2018b) –, forte presenza di over 60, altissimo livello di capitale economico, pubblico proveniente da centri abitati medio-grandi, prevalenza di impiegati, dirigenti e pensionati.

Confrontando le caratteristiche dei pubblici marchigiani che partecipano a spettacoli di **danza** con altre ricerche (Tota 1997; Osservatorio Spettacolo dell'Emilia-Romagna 2008; Giannasca 2019) emergono profili socio-demografici molto simili: forte prevalenza del genere femminile, media di età che si attesta intorno ai 46-48, alta scolarizzazione e maggior incidenza di liberi professionisti e pensionati. Nel presente caso non emerge però la presenza cospicua di addetti ai lavori precedentemente riscontrata. Molte similitudini si trovano anche per l'ambito del **teatro contemporaneo** (Bortoluzzi et al. 2006; Gemini, Brilli 2018): prevalenza del genere femminile, età relativamente giovane, alto livello di istruzione, professione nel settore terziario e terziario avanzato con una significativa presenza di impiegati. Come anche nel caso della danza si registra però un minor numero di professionisti del settore, come anche una presenza più bassa di studenti.

Anche per il **teatro di prosa** si riscontrano somiglianze con il repertorio delle analisi (Makno 1992; Osservatorio dello spettacolo 2001; Crociata, Romano 2004; Sciarelli, Tortorella 2004): maggior presenza del genere femminile, fatta eccezione per la ricerca di Sciarelli e Tortorella (2004), profili di alta scolarizzazione e prevalenza di impiegati, insegnanti e pensionati. Il presente campione mostra però un'età più elevata, rispetto alle ricerche che mostrano una prevalenza della fascia dai 30 ai 40 anni (Makno 1992; Sciarelli, Tortorella 2004; Osservatorio dello spettacolo 2001; Crociata, Romano 2004). Dal confronto con i pubblici delle **altre tipologie di concerti** emerge invece un quadro meno univoco. Precedenti ricerche sulla musica jazz (Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna 2008; Fondazione Fitzcarraldo 2013) e sulla musica "extra-colta" (pop, rock, dance, elettronica, etno/word) (Fondazione Fitzcarraldo 2005) descrivono un pubblico che si distanzia da quello qui analizzato, laddove si trova una più alta presenza maschile, dei giovani (con un'età media che si aggira attorno ai 29 anni) e di operai. Si tratta tuttavia di uno scostamento dovuto anche all'alta **eterogeneità** di proposte che vengono spesso livellate sotto le etichette di "non-classica", "extra-colta" o, come nel caso dell'Istat, "altri concerti". Da qui troviamo un'ulteriore conferma della necessità di uno sguardo attento alle differenze fra generi, stili e contesti di fruizione nell'analisi dei consumi culturali.

Tabella 19 Caratteristiche socio-demografiche del pubblico per genere e tipologia dell'evento frequentato

		MEDIA	GENERE DELL'EVENTO							TIPOLOGIA DELL'EVENTO	
			CONCERTO LEGGERA / ROCK / JAZZ	DANZA	MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	SPETTACOLO POP	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO DI PROSA	FESTIVAL ESTIVI	STAGIONE / RASSEGNA
SESSO	<i>Pubblico femminile</i>	69,2%	62,7%	77,2%	62,9%	70,7%	68,4%	59,7%	79,9%	64,4%	73,2%
	<i>Pubblico maschile</i>	30,4%	36,2%	22,8%	37,1%	28,4%	31,6%	39,6%	20,1%	34,9%	26,7%
ETÀ	<25	7,8%	5,6%	10,5%	8,0%	17,4%	5,8%	4,0%	6,8%	6,3%	9,1%
	25-34	11,8%	14,2%	10,5%	7,7%	16,1%	10,2%	20,2%	6,2%	15,9%	8,4%
	35-44	19,1%	19,6%	21,4%	15,3%	13,6%	23,6%	31,6%	11,7%	24,7%	14,4%
	45-54	24,7%	25,7%	23,2%	20,3%	25,0%	27,3%	18,5%	29,5%	22,4%	26,7%
	55-64	21,0%	22,3%	25,0%	19,5%	13,6%	21,8%	16,2%	25,3%	19,3%	22,4%
	> 64	15,6%	12,6%	9,5%	29,1%	14,4%	11,3%	9,4%	20,5%	11,5%	19,1%
ATTUALE CONDIZIONE OCCUPAZIONALE / LAVORATIVA	<i>Operai, artigiani, lavoratori domestici</i>	9,7%	8,6%	9,2%	7,2%	7,8%	16,6%	8,9%	9,8%	9,4%	10,0%
	<i>Lavoratori autonomi</i>	16,2%	16,6%	17,9%	14,1%	17,7%	13,7%	20,3%	14,4%	18,7%	14,1%
	<i>Dirigenti, professori, medici</i>	7,8%	5,8%	10,1%	6,8%	7,8%	10,8%	6,9%	7,5%	7,5%	8,1%
	<i>Disoccupati</i>	2,6%	3,0%	2,3%	2,7%	3,0%	3,2%	3,4%	1,1%	3,4%	1,9%
	<i>Impiegati</i>	28,1%	36,2%	26,6%	27,0%	18,6%	30,7%	27,5%	26,8%	30,0%	26,6%
	<i>Pensionati</i>	15,2%	14,9%	12,8%	24,0%	13,0%	12,6%	10,3%	17,5%	12,6%	17,5%
	<i>Studenti</i>	8,4%	6,6%	10,6%	8,4%	17,7%	5,8%	6,9%	6,7%	7,1%	9,5%
	<i>Insegnanti</i>	11,8%	8,3%	10,6%	9,9%	14,3%	6,5%	15,5%	16,2%	11,3%	12,3%
ATTIVITÀ RIGUARDANTI LO SPETTACOLO DAL VIVO	<i>Livello professionistico</i>	6,1%	6,6%	10,9%	6,8%	8,2%	1,8%	10,4%	1,7%	8,7%	3,9%
	<i>Livello amatoriale</i>	17,3%	19,3%	14,5%	14,0%	18,8%	15,2%	28,6%	12,3%	20,6%	14,6%
	<i>Nessuna attività</i>	76,6%	74,0%	74,5%	79,2%	73,1%	83,0%	60,9%	86,0%	70,7%	81,6%
TITOLO DI STUDIO	<i>Non laureato</i>	42,7%	46,3%	40,7%	37,3%	38,2%	53,5%	34,5%	45,1%	41,1%	44,1%
	<i>Laureato</i>	41,4%	41,8%	41,2%	46,9%	40,4%	30,2%	44,6%	43,4%	41,3%	41,5%
	<i>Titolo post-laurea</i>	13,6%	10,7%	14,8%	11,5%	17,5%	14,9%	16,9%	11,3%	14,8%	12,5%
	<i>Accademia/conservatorio</i>	2,3%	1,1%	3,2%	4,2%	3,9%	1,5%	4,1%	,2%	2,7%	1,9%
AREA DELLA FORMAZIONE UNIVERSITARIA	<i>Giuridica</i>	9,7%	8,4%	4,2%	13,1%	12,3%	14,0%	9,5%	7,5%	8,6%	10,6%
	<i>Sanitaria</i>	8,9%	9,3%	12,5%	11,8%	6,5%	7,0%	10,5%	7,2%	9,8%	8,2%
	<i>Tecnico-scientifica</i>	28,0%	22,5%	32,5%	23,5%	31,6%	29,2%	27,4%	30,4%	26,7%	29,1%
	<i>Umanistico-artistica</i>	42,8%	49,8%	42,5%	39,2%	38,1%	37,4%	45,3%	43,3%	45,2%	40,7%
	<i>Scienze sociali, psicologiche, economiche</i>	10,6%	10,1%	8,3%	12,4%	11,6%	12,3%	7,4%	11,6%	9,8%	11,3%
AMPIEZZA COMUNE DI RESIDENZA	<i>Fino a 10.000</i>	20,6%	22,5%	18,4%	14,8%	16,7%	29,2%	30,4%	13,8%	21,2%	20,0%
	<i>10.000 - 100.000</i>	67,5%	49,7%	75,4%	68,0%	67,6%	65,5%	61,1%	82,5%	61,1%	72,9%
	<i>Oltre 100.001</i>	11,9%	27,8%	6,3%	17,2%	15,8%	5,2%	8,5%	3,6%	17,7%	7,1%

Frequentazione degli spettacoli dal vivo

La prima domanda del questionario chiede con che frequenza negli ultimi dodici mesi si è assistito a vari tipi di eventi dal vivo (Tabella 20, Figura 2). Gli eventi più frequentati risultano essere, in primis, gli **spettacoli di prosa**, seguiti da **eventi sportivi, concerti di musica classica e feste cittadine/sagre**. Fra gli eventi meno frequentati troviamo invece il **circo**, i **musical** e il **teatro ragazzi**. Circo e dj-set sono gli eventi con il più alto numero di persone che non vi hanno mai assistito.

	MAI	1-3 VOLTE	4-12 VOLTE	PIÙ DI 12 VOLTE
<i>Teatro di prosa</i>	29,2%	37,7%	24,4%	8,7%
<i>Eventi sportivi</i>	47,2%	34,3%	11,5%	6,9%
<i>Concerto di musica classica</i>	47,0%	34,8%	12,0%	6,3%
<i>Feste cittadine, sagre</i>	24,5%	46,2%	23,1%	6,1%
<i>Concerto di musica leggera/rock/jazz</i>	29,4%	47,1%	17,9%	5,6%
<i>Dj-set</i>	71,6%	17,6%	7,0%	3,8%
<i>Opera lirica</i>	53,0%	36,8%	7,6%	2,5%
<i>Spettacolo di danza</i>	45,6%	41,5%	10,4%	2,5%
<i>Recital letterari</i>	60,5%	31,1%	6,9%	1,5%
<i>Teatro per ragazzi</i>	68,9%	25,1%	5,0%	1,0%
<i>Circo</i>	80,0%	16,8%	2,4%	,8%
<i>Musical</i>	55,3%	38,9%	5,0%	,7%

Tabella 20 Quante volte ha assistito ai seguenti eventi dal vivo negli ultimi dodici mesi?

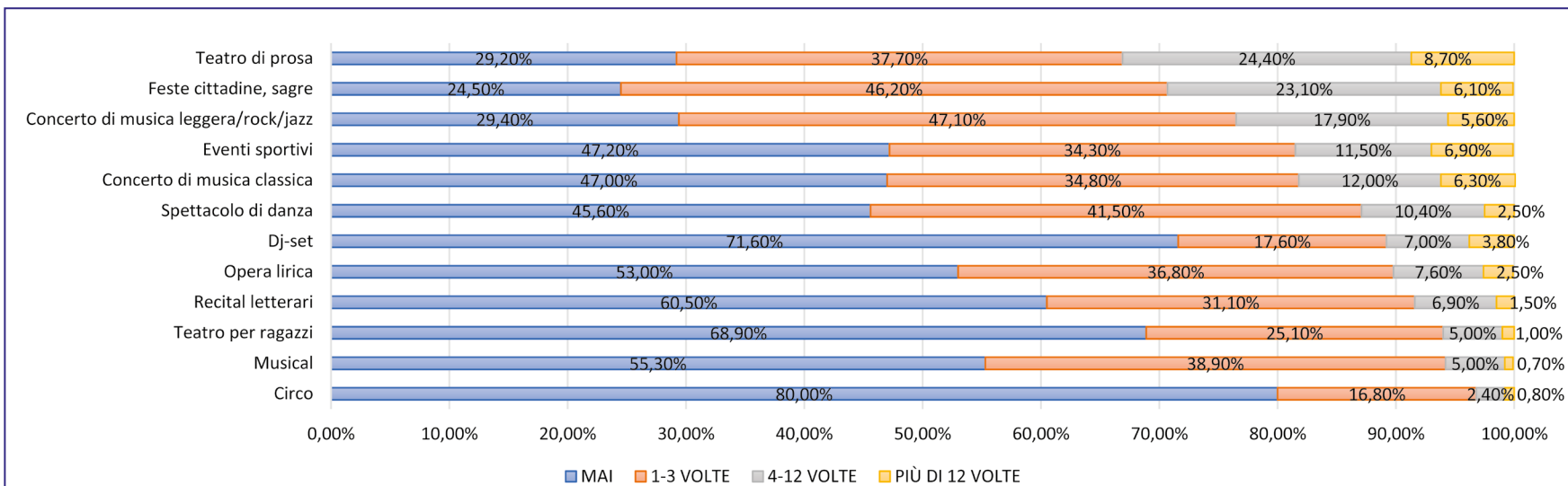


Figura 2 Quante volte ha assistito ai seguenti eventi dal vivo negli ultimi dodici mesi?

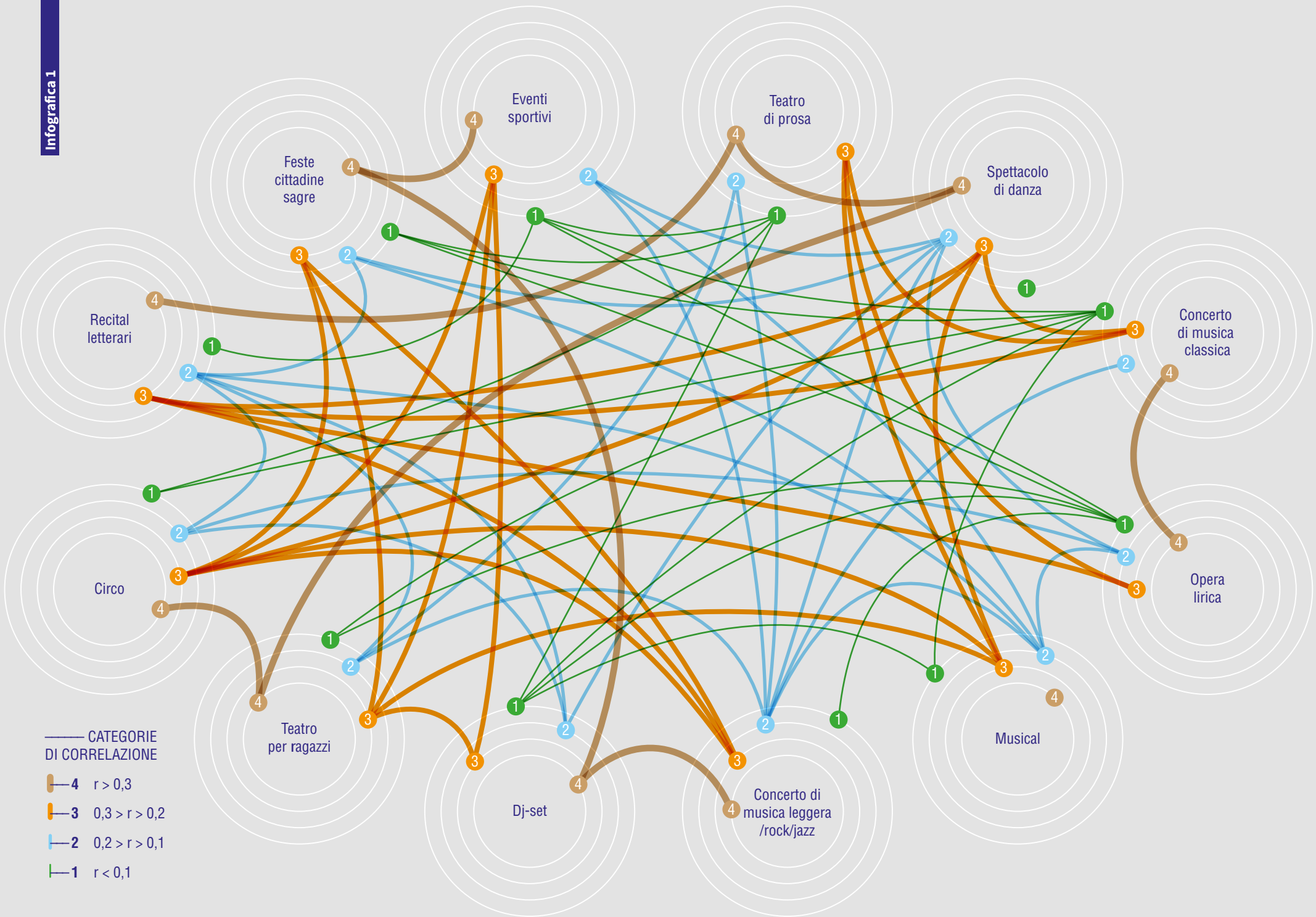
Fra gli intenti primari della ricerca c'è quindi quello di comprendere le **relazioni** fra le tipologie di spettacoli dal vivo, in modo da fornire ai programmatori culturali e agli studiosi strumenti utili per capire le attività fra loro più prossime nei comportamenti concreti e nelle aspirazioni dei pubblici. Seguendo tale obiettivo si è quindi svolta un'analisi delle correlazioni per rilevare quali coppie di eventi mostrassero la tendenza ad essere fruiti insieme (Infografica 1, Tabella 21). La tavola di correlazione sottostante va quindi letta considerando le celle con le cifre più alte (sottolineate anche dal gradiente virato verso il verde) come indicatori di una relazione di "co-frequentazione" fra i due tipi di eventi dal vivo; l'infografica utilizza invece una linea di spessore maggiore per descrivere un grado più alto di relazione (r) fra la frequentazione degli eventi. **Opera lirica e musica classica, teatro ragazzi e circo, concerti di musica leggera/rock/jazz e dj-set, eventi sportivi e feste cittadine/sagre**, sono le coppie di eventi che risaltano con più forza. La **prosa** mostra un grado di relazione abbastanza elevato con la maggior parte delle altre manifestazioni, ad eccezione che con gli eventi più popolari e orientati allo svago come dj-set, eventi sportivi e feste di paese/sagre. La danza e i concerti di musica leggera/rock/jazz appaiono come gli spettacoli con meno "eventi antitetici", nel senso di manifestazioni che tendono a non essere frequentate da chi partecipa a questi eventi. Oltre all'esame delle relazioni fra coppie di eventi, è stata svolta un'analisi fattoriale per far affiorare l'eventuale presenza di **gruppi di eventi** più numerosi di due unità che vengono fruiti assieme (Tabella 22). Il **primo gruppo** più ricorrente è quello che vede la combinazione di teatro di **prosa, danza** e concerti di **musica leggera/rock/jazz**. Il secondo gruppo, che potremmo definire più "**classico**" è formato da spettacoli di **prosa**, concerti di **musica classica** e spettacoli di **opera lirica**. Il terzo gruppo emerso appare invece come quello più legato a un comportamento **giovanile e di svago** e comprende concerti di **musica leggera/rock/jazz, dj set, feste cittadine/sagre** ed **eventi sportivi**.

	TEATRO DI PROSA	SPETTACOLO DI DANZA	CONCERTO MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	MUSICAL	CONCERTO MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	DJ-SET	TEATRO PER RAGAZZI	CIRCO	RECITAL LETTERARI	FESTE CITTADINE SAGRE	EVENTI SPORTIVI
TEATRO DI PROSA	1											
SPETTACOLO DI DANZA	0,3211	1										
CONCERTO DI MUSICA CLASSICA	0,2360	0,2151	1									
OPERA LIRICA	0,2512	0,1685	0,4672	1								
MUSICAL	0,2679	0,2845	0,0952	0,1945	1							
CONCERTO DI MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	0,1305	0,1912	0,1604	0,0669	0,1283	1						
DJ-SET	-0,0395	0,1666	-0,0796	-0,0410	0,0298	0,3833	1					
TEATRO PER RAGAZZI	0,1343	0,3008	0,0250	0,0998	0,2269	0,1717	0,2023	1				
CIRCO	0,0523	0,2687	0,0466	0,1009	0,2042	0,2143	0,1806	0,3987	1			
RECITAL LETTERARI	0,3053	0,2042	0,2304	0,2171	0,1203	0,2536	0,1070	0,1859	0,1155	1		
FESTE CITTADINE, SAGRE	-0,0187	0,1307	-0,0538	0,0197	0,1932	0,2484	0,3271	0,2421	0,2779	0,1181	1	
EVENTI SPORTIVI	-0,0345	0,1198	-0,0446	0,0190	0,1577	0,1847	0,2140	0,2421	0,2339	0,0470	0,4093	1

Tabella 21 Tavola di correlazione fra eventi dal vivo

	GRUPPI DI EVENTI EMERSI			
<i>GRUPPO PIÙ RICORRENTE</i>	Teatro di prosa	Spettacolo di danza	Concerto di musica leggera / rock / jazz	
<i>2° GRUPPO EMERSO</i>	Teatro di prosa	Concerto di musica classica	Opera lirica	
<i>3° GRUPPO EMERSO</i>	Concerto di musica leggera / rock / jazz	Dj-set	Feste cittadine, sagre	Eventi sportivi

Tabella 22 Famiglie di spettacoli emerse dall'analisi fattoriale



Mettendo in relazione la media di volte in cui si è frequentato l'evento con l'**età** del pubblico (Tabella 23) troviamo come la maggior parte delle tipologie di eventi dal vivo siano stati fruiti più frequentemente nell'ultimo anno dalla fascia degli **under 25**, soprattutto per quanto riguarda eventi sportivi e sagre. Fanno eccezione concerti di **musica leggera/rock/jazz**, dove primeggiano per frequenza i **25-34**, mentre il teatro di **prosa** e la musica **classica**, sono maggiormente frequentati dagli **over 64**.

Oltre alla descrizione della frequenza dei singoli spettacoli, si è voluto restituire la propensione degli spettatori ad assistere a diverse tipologie di eventi. A tal fine è stato quindi calcolato un **indice di frequentazione degli eventi dal vivo**, dato dalla somma delle volte in cui si è partecipato negli ultimi 12 mesi ad un evento fra quelli elencati. Il numero di spettacoli visti è stato approssimato considerando per ogni categoria di risposta il valore medio (per cui se si è risposto "1-3 volte" la frequenza conteggiata è "2") e stimando 15 spettacoli visti fra chi ha risposto "più di 12 volte": una persona che ha partecipato una volta ad ognuno degli eventi nella lista avrà un indice di 12; una persona che ha assistito solo a concerti di musica classica ma per più di 12 volte nell'ultimo anno avrà un indice di 15. Dal confronto di tale indice con alcune delle principali variabili sondate sul nostro campione (Tabella 24) notiamo come la frequentazione degli eventi sia più forte all'interno del pubblico intercettato durante gli spettacoli di **teatro contemporaneo**, leggermente superiore fra il pubblico **maschile** e fra chi ha **meno di 35 anni**; il titolo di istruzione e l'ampiezza del comune di residenza non sembrano in questo caso comportare differenze apprezzabili, mentre fra chi ha svolto o meno attività legate allo spettacolo dal vivo si nota una differenza rilevante. Il fatto che la disponibilità a partecipare a un numero elevato di spettacoli appaia più forte fra i più giovani ma non necessariamente fra i più colti può essere interpretato come conseguenza del numero minore di vincoli che gravano su questi. Lo stesso dato, tuttavia, può anche suggerire come gli stimoli a questo comportamento non vadano intesi esclusivamente all'interno delle motivazioni del consumo culturale, ma compresi in un campo più ampio di benefici che possono essere ricercati nella fruizione di eventi dal vivo.

	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	> 64
<i>Circo</i>	1,3	1,1	1,0	0,7	0,6	0,4
<i>Concerto di musica classica</i>	3,0	2,3	2,0	2,6	3,3	5,2
<i>Dj-set</i>	4,2	4,3	2,2	1,0	0,4	0,1
<i>Eventi sportivi</i>	4,1	3,0	3,6	3,3	2,4	1,8
<i>Feste cittadine, sagre</i>	6,0	5,4	4,7	4,0	3,2	2,9
<i>Musical</i>	2,0	1,4	1,4	1,7	1,8	1,7
<i>Opera lirica</i>	2,2	1,9	1,4	2,0	2,1	3,2
<i>Recital letterari</i>	1,3	1,7	1,5	1,6	2,0	2,0
<i>Spettacolo di danza</i>	3,0	2,5	2,2	2,4	2,3	2,5
<i>Teatro di prosa</i>	2,5	3,9	3,4	4,3	5,1	6,2
<i>Teatro per ragazzi</i>	2,3	1,6	1,8	1,3	0,6	0,5
<i>Concerto di musica leggera/ rock / jazz</i>	3,4	4,8	4,3	3,8	3,3	2,7

Tabella 23 Media spettacoli visti nell'ultimo anno per fasce di età

	INDICE FREQUENTAZIONE EVENTI DAL VIVO	
	MEDIA	DEVIAZIONE STANDARD
<i>Concerto di musica leggera / rock / jazz</i>	28,3	19
<i>Danza</i>	28,9	21
<i>Musica classica</i>	27,7	18
<i>Opera lirica</i>	28,3	18
<i>Spettacolo pop</i>	25,0	19
<i>Teatro contemporaneo</i>	32,4	19
<i>Teatro di prosa</i>	27,0	17
<i>Pubblico femminile</i>	27,6	18
<i>Pubblico maschile</i>	29,3	19
<25	34,3	21
25-34	33,4	21
35-44	28,6	18
45-54	27,2	17
55-64	24,8	16
> 64	26,6	18
<i>Livello professionistico</i>	43,2	23
<i>Livello amatoriale</i>	34,6	19
<i>Nessuna attività</i>	25,3	17
<i>Non laureato</i>	27,0	19
<i>Laureato</i>	28,5	17
<i>Titolo post-laurea</i>	29,8	18
<i>Fino a 10.000</i>	27,3	17
<i>10.000 - 100.000</i>	28,7	19
<i>Oltre 100.001</i>	25,3	17

Tabella 24 Media dell'indice frequentazione eventi dal vivo per tipologia di pubblico intercettato, sesso età, attività legate allo spettacolo dal vivo, titolo di studio, ampiezza demografica comune di residenza e provincia di residenza

Consumo culturale

La seconda domanda del questionario valuta le **attività di consumo culturale** del pubblico con il fine di osservare il legame fra queste e la fruizione degli eventi dal vivo. Il campione intercettato è complessivamente **culturalmente più attivo** della media (Tabella 25): negli ultimi 12 mesi dal momento della rilevazione solo il 6,8% non ha visitato nessuna mostra o museo contro il 70,5% della media marchigiana (Istat 2019); non sono mai andati al cinema il 9,5% dei rispondenti contro il 52,1% della media regionale; meno del 10% non ha mai letto un libro (o di saggistica o di narrativa) contro il 59,3% della media. Si tratta anche in questo caso di un dato poco sorprendente date le circostanze di selezione del campione, il quale, come abbiamo visto nell'analisi delle caratteristiche socio-demografiche, possiede un elevato livello d'istruzione.

Più significativo è invece il confronto fra queste attività e i tipi di pubblici intercettati. Per attuare questo confronto si è presa in considerazione la frequenza media mensile dell'attività (Tabella 26) considerando il valore "0,5" per la risposta "meno di una volta a settimana", "2" per "1-3 volte al mese" e "4" per "una o più volte a settimana". I pubblici intercettati negli eventi di danza e teatro contemporaneo sono gli unici ad andare al **cinema** con una frequenza più alta del resto del campione (Figura 3). La lettura di **saggistica** appare più intensa nel pubblico della musica classica, mentre la **narrativa** è letta in modo più frequente dal pubblico del teatro contemporaneo (Figura 4 >). **Programmi televisivi** e **film a casa** (Tabella 26) sono attività svolte più frequentemente dal pubblico di spettacoli pop. Alla **radio** ascolta più **musica** il pubblico della **danza** e più **programmi radiofonici** quello del teatro contemporaneo. Il pubblico della **prosa** è quello che legge più frequentemente **quotidiani**, mentre fra il pubblico del teatro contemporaneo si trova il più alto utilizzo di **social media** per condividere contenuti o per guardare video su YouTube, data anche la composizione tendenzialmente più giovane di questo tipo di pubblico.

Confrontando infine l'indice di frequentazione degli eventi dal vivo con le attività culturali (Tabella 27), emerge come il guardare **programmi televisivi** e ascoltare la **radio** siano le attività che mostrano un legame **meno forte** con la tendenza a **frequentare eventi**. Se cioè per le altre attività troviamo che chi le svolge settimanalmente, anziché mensilmente, tende ad avere un indice di frequentazione più alto, lo stesso non succede con le suddette attività, le quali potrebbero essere considerate come maggiormente correlate a una attitudine "stanziale".

	MAI	MENO DI UNA VOLTA AL MESE	1-3 VOLTE AL MESE	UNA O PIÙ VOLTE A SETTIMANA
<i>Ascoltare musica alla radio</i>	9,7%	8,6%	15,3%	66,4%
<i>Guardare un film a casa</i>	5,7%	9,5%	24,9%	59,8%
<i>Leggere un quotidiano</i>	12,8%	15,0%	20,8%	51,3%
<i>Guardare video su YouTube</i>	18,4%	17,1%	19,2%	45,3%
<i>Guardare programmi televisivi</i>	17,7%	15,3%	21,9%	45,1%
<i>Guardare serie televisive</i>	22,4%	16,0%	19,1%	42,6%
<i>Ascoltare programmi radiofonici non musicali</i>	25,9%	18,0%	17,4%	38,7%
<i>Condividere contenuti sui social network</i>	38,9%	16,2%	14,7%	30,3%
<i>Leggere un libro di narrativa</i>	11,3%	28,7%	37,4%	22,6%
<i>Andare al cinema</i>	9,5%	36,5%	39,2%	14,8%
<i>Leggere un libro di saggistica</i>	33,8%	31,9%	22,3%	11,9%
<i>Visitare musei, gallerie, mostre d'arte</i>	6,8%	60,1%	30,9%	2,2%

Tabella 25 Frequenza delle attività di consumo culturale

	MEDIA	CONCERTO DI MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	DANZA	MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	SPETTACOLO POP	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO DI PROSA
<i>Ascoltare musica alla radio</i>	3,0	3,0	3,3	2,9	2,9	3,2	3,1	2,9
<i>Guardare un film a casa</i>	2,9	2,8	3,0	2,7	2,9	3,1	2,9	3,0
<i>Leggere un quotidiano</i>	2,5	2,4	2,4	2,6	2,5	2,5	2,6	2,7
<i>Guardare video su YouTube</i>	2,3	2,3	2,4	2,0	2,4	2,4	2,8	1,9
<i>Guardare programmi televisivi</i>	2,3	2,1	2,2	2,3	2,4	2,6	1,9	2,5
<i>Guardare serie televisive</i>	2,2	2,0	2,3	2,0	2,5	2,3	1,9	2,3
<i>Ascoltare programmi radiofonici non musicali</i>	2,0	2,1	2,0	1,9	1,8	1,9	2,3	1,9
<i>Condividere contenuti sui social network</i>	1,6	1,7	1,6	1,4	1,7	1,6	1,8	1,4
<i>Leggere un libro di narrativa</i>	1,8	1,7	1,7	1,8	1,9	1,3	2,2	1,8
<i>Andare al cinema</i>	1,6	1,5	1,7	1,5	1,5	1,5	1,7	1,6
<i>Leggere un libro di saggistica</i>	1,1	1,0	1,0	1,3	1,1	0,7	1,5	1,0
<i>Visitare musei, gallerie, mostre d'arte</i>	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	0,9	1,1	0,9

Tabella 26 Frequenza mensile media delle attività di consumo culturale per tipo di spettacolo e attività svolta riguardante lo spettacolo dal vivo

	MAI	MENO DI UNA VOLTA AL MESE	1-3 VOLTE AL MESE	UNA O PIÙ VOLTE A SETTIMANA
<i>Visitare musei, gallerie, mostre d'arte</i>	17	27	34	42
<i>Andare al cinema</i>	21	27	29	32
<i>Leggere un libro di saggistica</i>	25	31	30	32
<i>Leggere un libro di narrativa</i>	22	28	29	31
<i>Guardare video su YouTube</i>	24	27	28	31
<i>Condividere contenuti sui social network</i>	25	29	33	31
<i>Leggere un quotidiano</i>	23	27	29	30
<i>Ascoltare programmi radiofonici non musicali</i>	25	29	30	29
<i>Guardare serie televisive</i>	26	29	28	29
<i>Guardare un film a casa</i>	24	27	28	29
<i>Ascoltare musica alla radio</i>	25	29	30	28
<i>Guardare programmi televisivi</i>	27	31	29	28

Tabella 27 Indice frequentazione eventi dal vivo per frequenza delle attività di consumo culturale

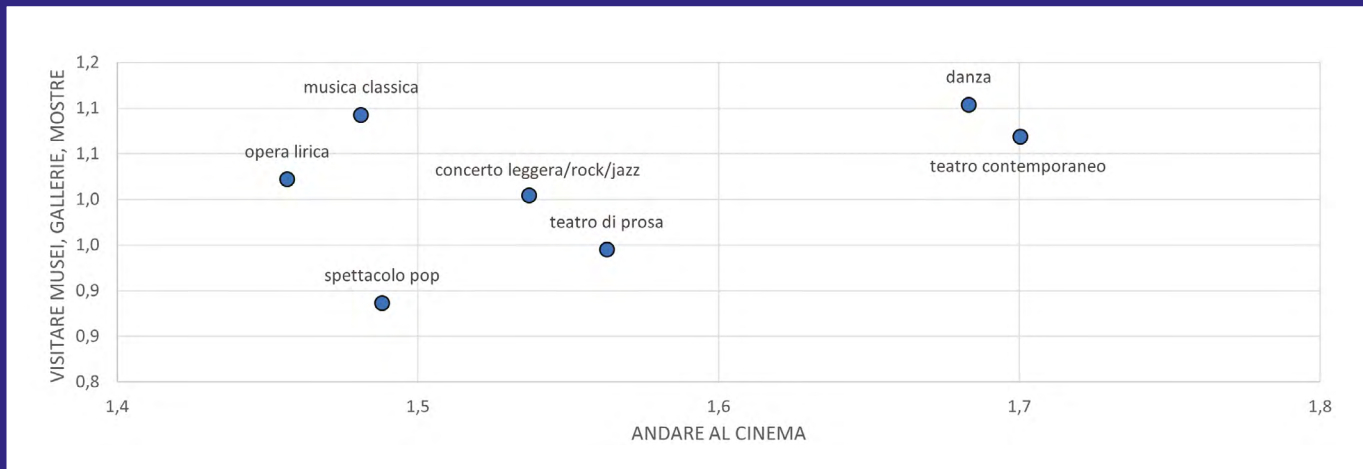


Figura 3 Frequentazione di musei, mostre, gallerie e cinema per tipo di pubblico e tipo di attività legata allo spettacolo

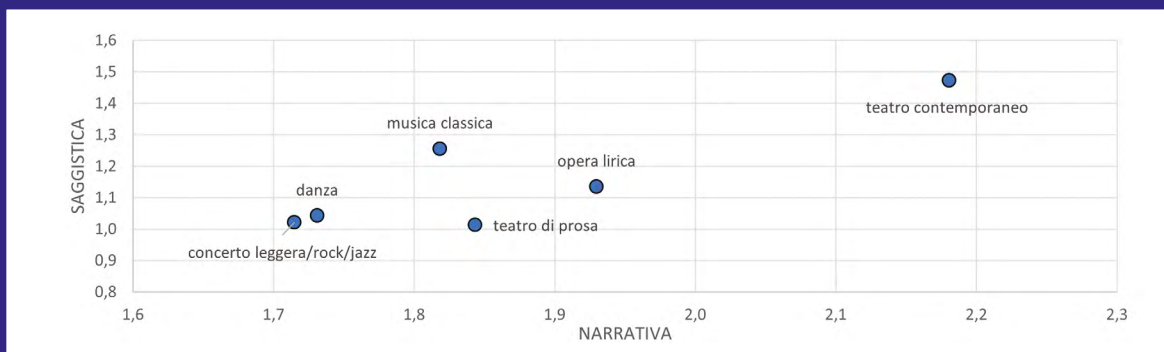


Figura 4 Lettura di saggistica e narrativa per tipo di pubblico e tipo di attività legata allo spettacolo

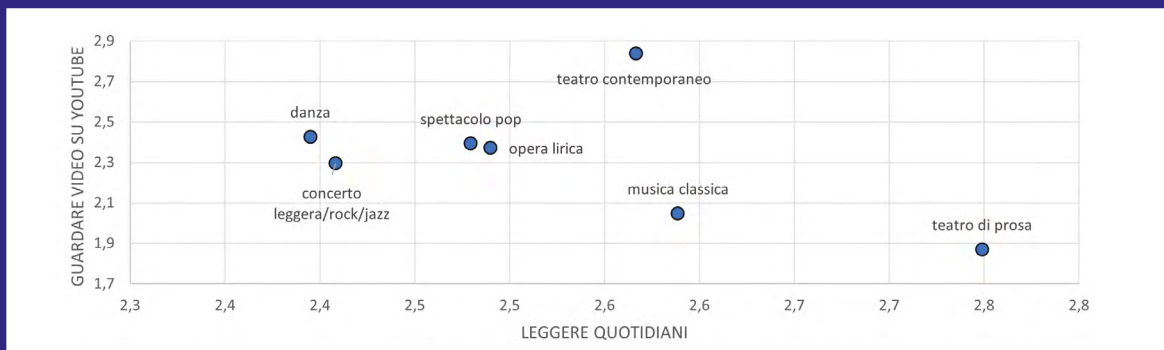


Figura 5 Guardare video su Youtube e lettura di quotidiani per tipo di pubblico e tipo di attività legata allo spettacolo

Preferenze musicali e teatrali

Le domande 3 e 4 del questionario avevano l'obiettivo di registrare le preferenze del pubblico sia in termini di generi musicali che di generi teatrali. Nello specifico veniva fornita una lista di 12 generi per entrambe le espressioni performative e si chiedeva di esprimere un massimo di tre preferenze. Focalizzandoci in primo luogo sui generi musicali emerge come nel campione complessivo abbiano incontrato maggiori preferenze la **musica leggera/pop** (51,9%), il **jazz/blues** (44,8%) e la **musica sinfonica** (40,1%). Fra i meno preferiti la **musica d'avanguardia** (9,4%), i **concerti bandistici** (8,8%) e la **rap/trap** (4,5%).

Le **coppie** di risposte più frequenti (Tabella 28) sono state nell'ordine 1) pop/leggera + jazz/blues, 2) pop/leggera + rock/punk/metal e 3) pop/leggera + musica sinfonica. Le **triple** più ricorrenti sono invece 1) pop/leggera + jazz/blues + rock/punk/metal, 2) pop/leggera + jazz/blues + musica sinfonica, 3) pop/leggera + jazz/blues + etnica/world/folk.

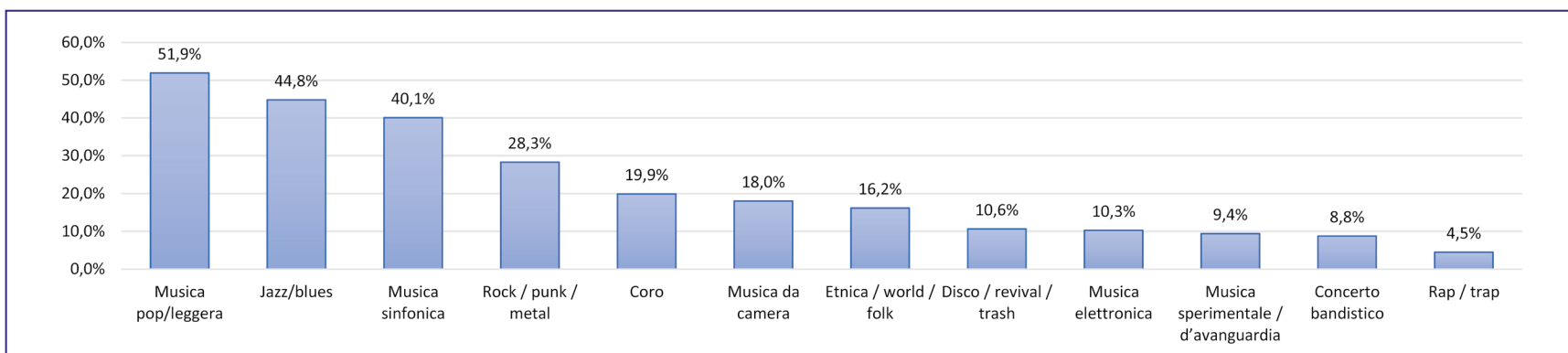


Figura 6 Quali fra questi generi di attività musicali preferisce? (massimo 3 risposte)

NUMERO RISPOSTE	GRUPPO 1	GRUPPO 2	GRUPPO 3
1	Concerto di musica pop/leggera	Concerto jazz/blues	Concerto di musica sinfonica
2	Concerto di musica pop/leggera Concerto jazz/blues	Concerto di musica pop/leggera Concerto rock/punk/metal	Concerto di musica pop/leggera Concerto di musica sinfonica
3	Concerto di musica pop/leggera Concerto jazz/blues - Concerto rock/punk/metal	Concerto di musica pop/leggera Concerto jazz/blues - Concerto di musica sinfonica	Concerto rock/punk/metal - Concerto jazz/blues Concerto di etnica/world/folk

Tabella 28 Preferenze più ricorrenti fra le risposte per singole risposte, coppie e triple

Osservando invece i rapporti fra tutti i generi e non solo fra le risposte più frequenti, si è prodotta una mappa a partire dall'analisi delle **correlazioni fra generi** con l'intento di mostrare quali espressioni fossero maggiormente contigue e quali invece più distanti nelle preferenze degli spettatori (Infografica 2, Tabella 29). Accanto alle coppie più prevedibili (come sinfonica e musica da camera), emergono anche vicinanze di particolare interesse. Si nota ad esempio come la musica **elettronica** riesca ad agganciarsi a un vasto numero di generi fra loro distanti, come la musica d'avanguardia e la musica disco/revival/trash. Un comportamento simile, seppure meno forte, si riscontra nel caso del rock. Il jazz/blues sembra invece il più capace di connettere generi tradizionali e generi moderni.

	CONCERTO DI MUSICA SINFONICA	CONCERTO DJ-SET DI MUSICA ELETTRONICA	CONCERTO MUSICA DA CAMERA	CONCERTO ETNICA / WORLD / FOLK	CONCERTO MUSICA POP / LEGGERA	CORO	CONCERTO ROCK PUNK / METAL	CONCERTO BANDISTICO	CONCERTO JAZZ / BLUES	CONCERTO MUSICA D'AVANGUARDIA	CONCERTO RAP / TRAP	CONCERTO DJ-SET DISCO REVIVAL / TRASH
CONCERTO DI MUSICA SINFONICA	1											
CONCERTO/DJ-SET DI MUSICA ELETTRONICA	-0,128	1										
CONCERTO DI MUSICA DA CAMERA	0,301	-0,081	1									
CONCERTO DI ETNICA/WORLD/FOLK	-0,113	-0,006	-0,066	1								
CONCERTO DI MUSICA POP/LEGGERA	-0,236	-0,096	-0,203	-0,082	1							
CORO	0,111	-0,115	0,025	-0,093	-0,098	1						
CONCERTO ROCK/PUNK/METAL	-0,190	0,132	-0,164	0,005	-0,045	-0,214	1					
CONCERTO BANDISTICO	-0,009	-0,065	-0,030	-0,054	-0,036	0,106	-0,112	1				
CONCERTO JAZZ/BLUES	-0,017	-0,065	-0,062	0,023	-0,101	-0,175	0,010	-0,082	1			
CONCERTO DI MUSICA D'AVANGUARDIA	-0,076	0,104	-0,010	0,056	-0,173	-0,044	0,047	-0,070	0,013	1		
CONCERTO RAP/TRAP	-0,109	0,103	-0,065	-0,039	0,001	-0,078	0,019	-0,027	-0,061	0,045	1	
CONCERTO/DJ-SET DISCO/REVIVAL/TRASH	-0,176	0,110	-0,112	-0,048	0,032	-0,083	0,030	-0,058	-0,105	-0,013	0,113	1

Tabella 29 Grado di correlazione fra generi musicali preferiti

Fra i generi teatrali i preferiti sono invece il **teatro di prosa** (61,9%), l'**opera lirica** (37,1%) e il **musical** (36,1%) (Figura 7). Fra i meno prediletti l'**operetta** (8,9%), il **teatro ragazzi** (7,5%) e il **circo** (6,9%).

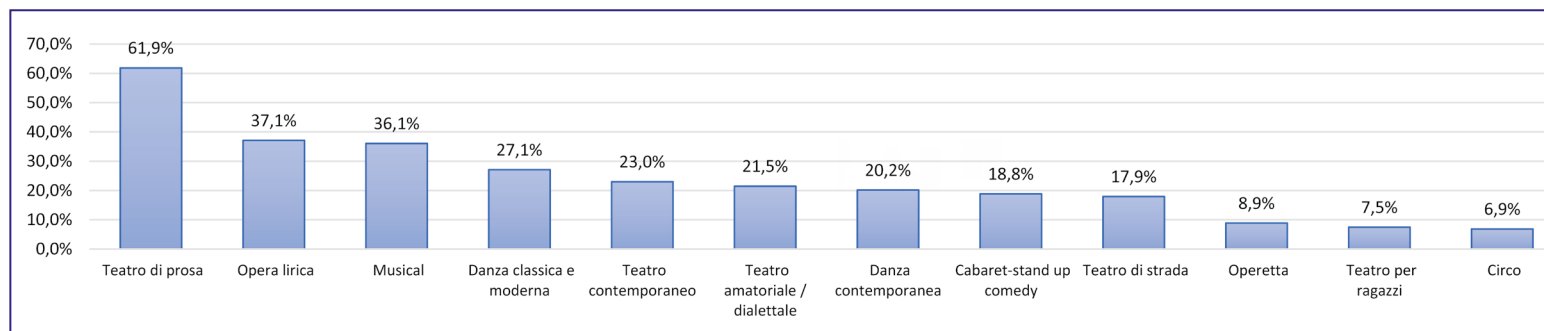
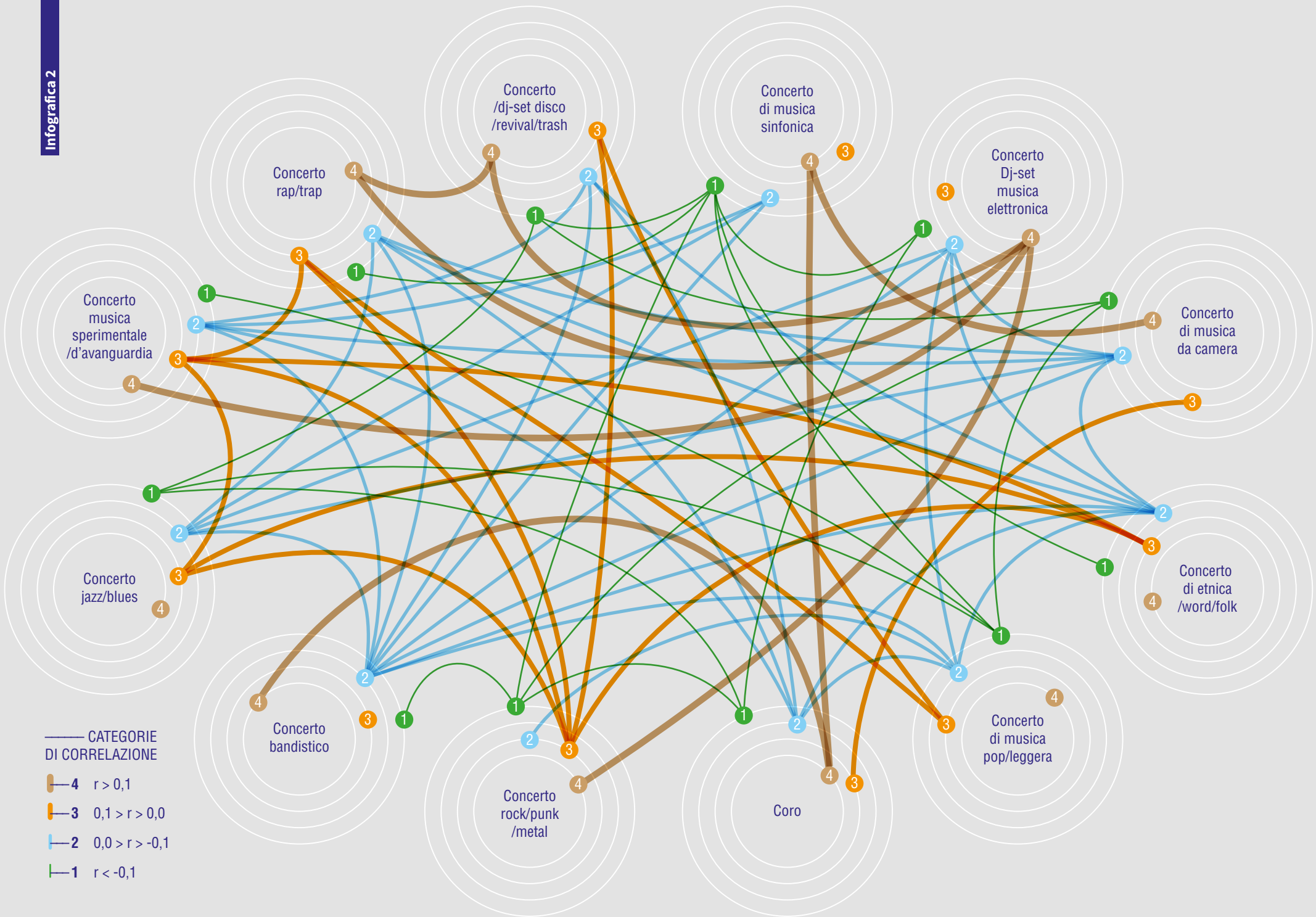


Figura 7 Quali fra questi generi di attività teatrali preferisce? (massimo 3 risposte)



Le **coppie** di risposte più frequenti (Tabella 30) sono state nell'ordine 1) prosa + opera lirica, 2) prosa + musical e 3) prosa + teatro contemporaneo. Le **triple** più ricorrenti sono invece 1) prosa + opera lirica + musical, 2) prosa + opera lirica + danza classica, 3) prosa + teatro amatoriale + musical.

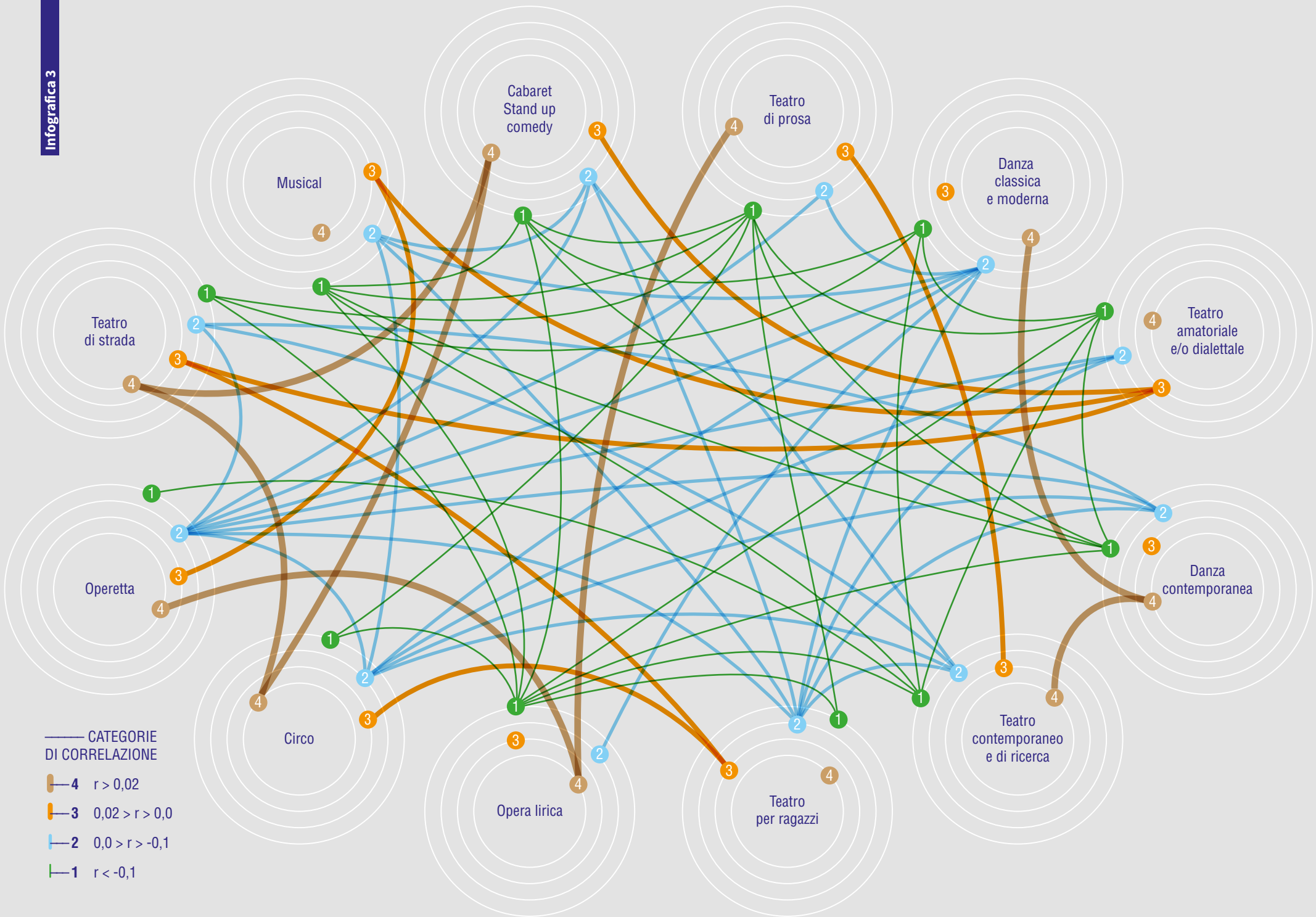
Come per le preferenze in ambito musicale, anche in questo caso si sono esaminate le **correlazioni** fra generi (Infografica 3, Tabella 31). Fra le correlazioni più forti spicca quella fra **teatro contemporaneo** e **danza contemporanea**. Se il legame fra i due generi non è di certo una sorpresa, soprattutto per i conoscitori dell'ambito, è però importante notare come la relazione fra i due sia più forte di quella fra danza classica/moderna e danza contemporanea. Si tratta di un dato interessante che mostra come "il contemporaneo", ovvero le arti performative che si caratterizzano per una ricerca innovativa dei linguaggi, sia l'elemento che attrae un certo tipo pubblico a prescindere dalla forma canonizzata – danza o teatro – nella quale si declina. Emerge inoltre una relazione triadica fra **circo**, **teatro di strada** e **stand-up comedy**.

NUMERO RISPOSTE	GRUPPO 1	GRUPPO 2	GRUPPO 3
1	Teatro di prosa	Opera lirica	Musical
2	Teatro di prosa Opera lirica	Teatro di prosa Musical	Teatro di prosa Teatro contemporaneo e di ricerca
3	Teatro di prosa Opera lirica Musical	Teatro di prosa Opera lirica Danza classica	Teatro di prosa Teatro amatoriale Musical

Tabella 30 Preferenze più ricorrenti fra le risposte per singole risposte, coppie e triple

	TEATRO DI PROSA	DANZA CLASSICA E MODERNA	TEATRO AMATORIALE DIALETTALE	DANZA CONTEMPORANEA	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO PER RAGAZZI	OPERA LIRICA	CIRCO	OPERETTA	TEATRO DI STRADA	MUSICAL	CABARET STAND UP COMEDY
TEATRO DI PROSA	1											
DANZA CLASSICA E MODERNA	-0,082	1										
TEATRO AMATORIALE /DIALETTALE	-0,116	-0,159	1									
DANZA CONTEMPORANEA	-0,167	0,098	-0,175	1								
TEATRO CONTEMPORANEO	0,018	-0,203	-0,117	0,143	1							
TEATRO PER RAGAZZI	-0,148	-0,026	-0,037	-0,027	-0,004	1						
OPERA LIRICA	0,044	-0,021	-0,182	-0,202	-0,143	-0,114	1					
CIRCO	-0,187	-0,085	-0,015	-0,032	-0,058	0,017	-0,126	1				
OPERETTA	-0,073	-0,076	-0,042	-0,093	-0,122	-0,044	0,109	-0,046	1			
TEATRO DI STRADA	-0,172	-0,147	0,009	-0,029	-0,007	0,016	-0,199	0,094	-0,086	1		
MUSICAL	-0,138	-0,046	0,010	-0,144	-0,265	-0,021	-0,100	-0,015	0,008	-0,122	1	
CABARET /STAND-UP COMEDY	-0,114	-0,169	0,018	-0,143	-0,071	-0,051	-0,166	0,043	-0,076	0,069	-0,073	1

Tabella 31 Grado di correlazione fra generi teatrali preferiti



Per comprendere come i gusti del pubblico si leghino al suo grado di attività, si sono confrontate le preferenze con l'indice di frequentazione eventi dal vivo precedentemente introdotto (Tabella 32). Chi preferisce l'**elettronica**, il **circo**, l'**avanguardia**, la **rap/trap** e il **teatro contemporaneo** mostra una media di eventi dal vivo frequentati più alta della media. Un livello di frequentazione più basso si osserva invece fra chi preferisce generi più classico-popolari come l'**operetta**, il **musical** e la **musica corale**.

	INDICE FREQUENTAZIONE EVENTI DAL VIVO	
	MEDIA	DEVIAZIONE STANDARD
<i>Concerto/dj-set di musica elettronica</i>	37	22
<i>Circo</i>	34	22
<i>Concerto di musica d'avanguardia</i>	34	20
<i>Concerto rap/trap</i>	34	24
<i>Teatro contemporaneo e di ricerca</i>	33	21
<i>Concerto/dj-set disco / revival / trash</i>	32	22
<i>Danza contemporanea</i>	31	21
<i>Concerto di musica da camera</i>	30	19
<i>Concerto rock / punk / metal</i>	30	20
<i>Teatro di strada</i>	30	20
<i>Concerto di etnica/world/folk</i>	30	18
<i>Opera lirica</i>	29	18
<i>Concerto di musica sinfonica</i>	29	19
<i>Concerto jazz / blues</i>	29	19
<i>Danza classica e moderna</i>	29	19
<i>Teatro per ragazzi</i>	29	18
<i>Teatro di prosa</i>	29	18
<i>Cabaret-stand up comedy</i>	28	20
<i>Concerto di musica pop/leggera</i>	27	18
<i>Concerto bandistico</i>	27	17
<i>Operetta</i>	27	19
<i>Musical</i>	26	18
<i>Coro</i>	26	17
<i>Teatro amatoriale / dialettale</i>	26	18

Tabella 32 Indice frequentazione eventi dal vivo per tipo di spettacolo preferito

Per completare infine la mappatura delle relazioni fra generi si fornisce la **classifica dei generi** musicali e teatrali preferiti fra i **vari strati di pubblico**, segmentati per 1) tipologia di evento in cui il pubblico è stato intercettato, 2) sesso, 3) fasce di età, 4) attività attinente allo spettacolo dal vivo, e 5) titolo di studio (da Tabella 33 a Tabella 38).

CONCERTO DI MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	DANZA	MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	SPETTACOLO POP	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO DI PROSA
Musica pop/leggera	Musica pop/leggera	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Musica pop/leggera	Jazz/blues	Musica pop/leggera
Jazz/blues	Jazz/blues	Jazz/blues	Musica pop/leggera	Jazz/blues	Musica pop/leggera	Jazz/blues
Rock / punk / metal	Musica sinfonica	Musica da camera	Jazz/blues	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Musica sinfonica
Musica sinfonica	Rock / punk / metal	Musica pop/leggera	Coro	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Coro
Etnica / world / folk	Coro	Coro	Rock / punk / metal	Coro	Etnica / world / folk	Rock / punk / metal
Musica elettronica	Musica da camera	Rock / punk / metal	Musica da camera	Disco / revival / trash	Musica d'avanguardia	Musica da camera
Musica da camera	Etnica / world / folk	Etnica / world / folk	Etnica / world / folk	Etnica / world / folk	Musica da camera	Etnica / world / folk
Coro	Musica elettronica	Concerto bandistico	Concerto bandistico	Concerto bandistico	Musica elettronica	Disco / revival / trash
Musica d'avanguardia	Musica d'avanguardia	Musica d'avanguardia	Musica elettronica	Musica elettronica	Coro	Concerto bandistico
Disco / revival / trash	Concerto bandistico	Musica elettronica	Disco / revival / trash	Musica da camera	Disco / revival / trash	Musica d'avanguardia
Concerto bandistico	Disco / revival / trash	Disco / revival / trash	Musica d'avanguardia	Rap / trap	Concerto bandistico	Musica elettronica
Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap	Musica d'avanguardia	Rap / trap	Rap / trap

Tabella 33 Generi musicali preferiti per tipo di spettacolo frequentato

PUBBLICO FEMMINILE	PUBBLICO MASCHILE	<25	25-34	35-44	45-54	55-64	> 64
Musica pop/leggera	Jazz/blues	Musica pop/leggera	Musica pop/leggera	Musica pop/leggera	Musica pop/leggera	Jazz/blues	Musica sinfonica
Jazz/blues	Musica pop/leggera	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Jazz/blues	Musica pop/leggera	Jazz/blues
Musica sinfonica	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Jazz/blues	Jazz/blues	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Musica pop/leggera
Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Rap / trap	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Rock / punk / metal	Coro	Coro
Coro	Musica da camera	Jazz/blues	Musica elettronica	Etnica / world / folk	Coro	Rock / punk / metal	Musica da camera
Musica da camera	Coro	Musica elettronica	Etnica / world / folk	Musica elettronica	Musica da camera	Musica da camera	Concerto bandistico
Etnica / world / folk	Musica elettronica	Coro	Disco / revival / trash	Musica da camera	Etnica / world / folk	Etnica / world / folk	Etnica / world / folk
Disco / revival / trash	Etnica / world / folk	Disco / revival / trash	Musica d'avanguardia	Musica d'avanguardia	Disco / revival / trash	Concerto bandistico	Rock / punk / metal
Concerto bandistico	Musica d'avanguardia	Musica da camera	Musica da camera	Coro	Musica d'avanguardia	Musica d'avanguardia	Musica d'avanguardia
Musica d'avanguardia	Disco / revival / trash	Musica d'avanguardia	Coro	Disco / revival / trash	Concerto bandistico	Disco / revival / trash	Disco / revival / trash
Musica elettronica	Concerto bandistico	Etnica / world / folk	Rap / trap	Concerto bandistico	Musica elettronica	Musica elettronica	Musica elettronica
Rap / trap	Rap / trap	Concerto bandistico	Concerto bandistico	Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap

Tabella 34 Generi musicali preferiti per sesso e fasce d'età

ATTIVITÀ A LIVELLO PROFESSIONISTICO	ATTIVITÀ A LIVELLO AMATORIALE	NESSUNA ATTIVITÀ	NON LAUREATO	LAUREATO	TITOLO POST-LAUREA
Musica sinfonica	Jazz/blues	Musica pop/leggera	Musica pop/leggera	Musica pop/leggera	Musica pop/leggera
Jazz/blues	Musica pop/leggera	Jazz/blues	Jazz/blues	Jazz/blues	Musica sinfonica
Musica pop/leggera	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Musica sinfonica	Jazz/blues
Musica da camera	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal	Rock / punk / metal
Rock / punk / metal	Coro	Coro	Coro	Coro	Musica da camera
Musica elettronica	Etnica / world / folk	Musica da camera	Etnica / world / folk	Musica da camera	Coro
Musica d'avanguardia	Musica da camera	Etnica / world / folk	Musica da camera	Etnica / world / folk	Etnica / world / folk
Etnica / world / folk	Musica elettronica	Disco / revival / trash	Disco / revival / trash	Musica elettronica	Musica d'avanguardia
Coro	Musica d'avanguardia	Concerto bandistico	Musica elettronica	Musica d'avanguardia	Disco / revival / trash
Disco / revival / trash	Disco / revival / trash	Musica elettronica	Concerto bandistico	Concerto bandistico	Musica elettronica
Rap / trap	Concerto bandistico	Musica d'avanguardia	Musica d'avanguardia	Disco / revival / trash	Concerto bandistico
Concerto bandistico	Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap	Rap / trap

Tabella 35 Generi musicali preferiti per attività relativa allo spettacolo dal vivo e titolo di studio

CONCERTO DI MUSICA LEGGERA / ROCK / JAZZ	DANZA	MUSICA CLASSICA	OPERA LIRICA	SPETTACOLO POP	TEATRO CONTEMPORANEO	TEATRO DI PROSA
Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Opera lirica	Musical	Teatro di prosa	Teatro di prosa
Musical	Danza classica e moderna	Opera lirica	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro contemporaneo	Musical
Opera lirica	Danza contemporanea	Danza classica e moderna	Musical	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro di strada	Opera lirica
Teatro contemporaneo	Musical	Musical	Danza classica e moderna	Opera lirica	Danza contemporanea	Danza classica e moderna
Cabaret stand up comedy	Opera lirica	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro contemporaneo	Cabaret stand up comedy	Opera lirica	Teatro amatoriale /dialettale
Teatro di strada	Teatro contemporaneo	Danza contemporanea	Cabaret stand up comedy	Danza classica e moderna	Cabaret stand up comedy	Cabaret stand up comedy
Teatro amatoriale /dialettale	Teatro di strada	Teatro contemporaneo	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro di strada	Musical	Danza contemporanea
Danza classica e moderna	Cabaret stand up comedy	Operetta	Danza contemporanea	Danza contemporanea	Danza classica e moderna	Teatro di strada
Danza contemporanea	Teatro amatoriale /dialettale	Cabaret stand up comedy	Operetta	Circo	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro contemporaneo
Circo	Operetta	Teatro di strada	Teatro di strada	Teatro contemporaneo	Teatro per ragazzi	Operetta
Operetta	Teatro per ragazzi	Teatro per ragazzi	Teatro per ragazzi	Teatro per ragazzi	Circo	Teatro per ragazzi
Teatro per ragazzi	Circo	Circo	Circo	Operetta	Operetta	Circo

Tabella 36 Generi teatrali preferiti per tipo di spettacolo frequentato

PUBBLICO FEMMINILE	PUBBLICO MASCHILE	<25	25-34	35-44	45-54	55-64
Teatro di prosa	Teatro di prosa	Musical	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa
Musical	Opera lirica	Danza classica e moderna	Teatro contemporaneo	Teatro contemporaneo	Musical	Opera lirica
Opera lirica	Teatro contemporaneo	Opera lirica	Musical	Musical	Opera lirica	Musical
Danza classica e moderna	Musical	Teatro di prosa	Opera lirica	Opera lirica	Danza classica e moderna	Danza classica e moderna
Danza contemporanea	Cabaret stand up comedy	Danza contemporanea	Teatro di strada	Cabaret stand up comedy	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro amatoriale /dialettale
Teatro contemporaneo	Teatro amatoriale /dialettale	Cabaret stand up comedy	Cabaret stand up comedy	Danza classica e moderna	Danza contemporanea	Teatro contemporaneo
Teatro amatoriale /dialettale	Teatro di strada	Teatro di strada	Danza classica e moderna	Danza contemporanea	Teatro contemporaneo	Danza contemporanea
Teatro di strada	Danza classica e moderna	Teatro amatoriale /dialettale	Danza contemporanea	Teatro di strada	Cabaret stand up comedy	Cabaret stand up comedy
Cabaret stand up comedy	Danza contemporanea	Teatro per ragazzi	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro amatoriale /dialettale	Teatro di strada	Teatro di strada
Operetta	Circo	Circo	Circo	Teatro per ragazzi	Teatro per ragazzi	Operetta
Teatro per ragazzi	Operetta	Teatro contemporaneo	Teatro per ragazzi	Circo	Operetta	Circo
Circo	Teatro per ragazzi	Operetta	Operetta	Operetta	Circo	Teatro per ragazzi

Tabella 37 Generi teatrali preferiti per sesso e fasce d'età

ATTIVITÀ A LIVELLO PROFESSIONISTICO	ATTIVITÀ A LIVELLO AMATORIALE	NESSUNA ATTIVITÀ	NON LAUREATO	LAUREATO	TITOLO POST-LAUREA
Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa	Teatro di prosa
Teatro contemporaneo	Opera lirica	Musical	Musical	Opera lirica	Opera lirica
Opera lirica	Musical	Opera lirica	Opera lirica	Musical	Teatro contemporaneo
Danza contemporanea	Teatro contemporaneo	Danza classica e moderna	Teatro amatoriale / dialettale	Danza classica e moderna	Musical
Danza classica e moderna	Danza classica e moderna	Teatro amatoriale / dialettale	Danza classica e moderna	Teatro contemporaneo	Danza classica e moderna
Teatro di strada	Danza contemporanea	Cabaret-stand up comedy	Teatro di strada	Danza contemporanea	Danza contemporanea
Musical	Teatro di strada	Teatro contemporaneo	Cabaret-stand up comedy	Cabaret-stand up comedy	Cabaret-stand up comedy
Teatro per ragazzi	Teatro amatoriale / dialettale	Danza contemporanea	Danza contemporanea	Teatro amatoriale / dialettale	Teatro di strada
Cabaret-stand up comedy	Cabaret-stand up comedy	Teatro di strada	Teatro contemporaneo	Teatro di strada	Teatro amatoriale / dialettale
Operetta	Teatro per ragazzi	Operetta	Operetta	Operetta	Operetta
Circo	Circo	Teatro per ragazzi	Circo	Teatro per ragazzi	Teatro per ragazzi
Teatro amatoriale / dialettale	Operetta	Circo	Teatro per ragazzi	Circo	Circo

Tabella 38 Generi teatrali preferiti per attività relativa allo spettacolo dal vivo e titolo di studio

Le attitudini dello spettatore

Oltre alla frequentazione degli spettacoli dal vivo e alle preferenze espresse dagli spettatori, la ricerca ha sondato le **attitudini degli spettatori verso gli spettacoli dal vivo** che stanno alla base del lavoro dello spettatore (Gemini, Bartoletti, Brilli 2018a). Si è cercato cioè di cogliere quelle precondizioni ricettive (De Marinis 1988) che lo spettatore ha incorporato nel tempo, quindi tutto quel bagaglio di emozioni, aspettative e pensieri che costituiscono l'orizzonte di attesa del pubblico prima di assistere allo spettacolo (Tota 1997). La tipologia e la frequenza dei consumi culturali rappresentano infatti solo una faccia del comportamento spettatoriale. Come hanno rilevato recenti ricerche come quella di Daenekindt e Roose (2017), la scelta dello stesso bene culturale può essere il prodotto di disposizioni estetiche molto differenti; profili sociali molto differenti possono quindi convergere su oggetti simili con finalità dissimili, per cui la ricerca sulla fruizione culturale non può prescindere dall'indagine sia il "cosa" che il "come" del consumo.

A partire da queste premesse è stato quindi chiesto allo spettatore di indicare il proprio grado di accordo con 10 affermazioni (Tabella 39). Le prime cinque affermazioni (Tabella 39) indicano un atteggiamento favorevole alla sperimentazione, alla libertà espressiva e alla riflessione come parte integrante dell'esperienza spettatoriale. Le seconde cinque indicano invece una disposizione verso la fruizione degli spettacoli dal vivo orientata alla ricerca di sensazioni

piacevoli, dello svago e della distrazione. Si è dapprima calcolato il grado di accordo (-1 per "per niente d'accordo", -0,5 per "poco d'accordo", 0 per "né d'accordo né in disaccordo", 0,5 per "abbastanza d'accordo" e 1 per "molto d'accordo") per le singole affermazioni (Tabella 40). Si sono infine prodotti due indici sommatori, rispettivamente dalla somma delle prime cinque e delle seconde cinque affermazioni. Il primo è stato denominato **indice di impegno** e vuole essere un indicatore della tendenza del pubblico al ricercare situazioni sfidanti, stimolanti e innovative attraverso lo spettacolo. Il secondo è invece l'**indice di evasione** e mira a indicare la tendenza a cercare nello spettacolo dal vivo situazioni di evasione dalla quotidianità, piacere e leggerezza.

L'affermazione verso la quale i rispondenti esprimono l'accordo più forte è "**Gli spettacoli migliori sono quelli che ti fanno riflettere**" (Tabella 40). L'affermazione che ha invece incontrato il disaccordo complessivo più forte è "**Gli spettacoli contemporanei tendono ad essere sempre più inutilmente provocatori**". Oltre al grado generale di accordo va però notato quale fra queste affermazioni risultino più **divisive**, dato osservabile dal valore di deviazione standard delle medie di accordo. "**Uno spettacolo non dovrebbe farti provare sensazioni sgradevoli**" si attesta come l'attitudine che più separa i rispondenti, seguita da "Finché si rimane nella legalità non ci dovrebbe essere limite a quello che si può dire o mostrare su un palco", "Quando vado a vedere uno spettacolo voglio dimenticarmi dei problemi di tutti i giorni" e "Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo". Tendono invece ad incontrare un consenso più diffuso le affermazioni relative alla necessità degli spettacoli di produrre novità, pensiero e messa in discussione dei valori dominanti.

	PER NIENTE D'ACCORDO	POCO D'ACCORDO	NÉ IN ACCORDO NÉ IN DISACCORDO	ABBASTANZA D'ACCORDO	MOLTO D'ACCORDO
<i>Gli spettacoli che preferisco sono quelli capaci di innovare</i>	1,4%	7,4%	25,9%	38,3%	27,0%
<i>Gli spettacoli migliori sono quelli che ti fanno riflettere</i>	0,7%	2,3%	10,0%	38,2%	48,8%
<i>Gli spettacoli migliori riescono a mettere in discussione i valori e le visioni dominanti</i>	2,1%	6,6%	22,9%	39,0%	29,4%
<i>Finché si rimane nella legalità, non ci dovrebbe essere limite a quello che si può dire o mostrare su un palco</i>	7,1%	14,0%	17,8%	31,1%	30,0%
<i>Uno spettacolo è più interessante quando affronta i problemi della società</i>	2,4%	6,9%	24,6%	41,8%	24,3%
<i>Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo</i>	9,3%	11,0%	29,0%	26,4%	24,3%
<i>Quando vado a vedere uno spettacolo voglio dimenticarmi dei problemi di tutti i giorni</i>	7,2%	13,1%	24,6%	24,3%	30,8%
<i>Uno spettacolo non dovrebbe farti provare sensazioni sgradevoli</i>	15,6%	23,1%	20,5%	16,9%	23,9%
<i>Gli spettacoli contemporanei tendono ad essere sempre più inutilmente provocatori</i>	13,8%	23,3%	32,0%	20,6%	10,4%
<i>Gli spettacoli che preferisco sono quelli che mi portano in un altro mondo</i>	3,9%	10,6%	23,1%	31,1%	31,4%

Tabella 39 Grado di accordo con le attitudini verso lo spettacolo

	MEDIA	DEVIAZIONE STANDARD
<i>Gli spettacoli migliori sono quelli che ti fanno riflettere</i>	0,66	0,40
<i>Gli spettacoli migliori riescono a mettere in discussione i valori e le visioni dominanti</i>	0,44	0,49
<i>Gli spettacoli che preferisco sono quelli capaci di innovare</i>	0,41	0,48
<i>Uno spettacolo è più interessante quando affronta i problemi della società</i>	0,39	0,48
<i>Gli spettacoli che preferisco sono quelli che mi portano in un altro mondo</i>	0,38	0,56
<i>Finché si rimane nella legalità non ci dovrebbe essere limite a quello che si può dire o mostrare su un palco</i>	0,31	0,62
<i>Quando vado a vedere uno spettacolo voglio dimenticarmi dei problemi di tutti i giorni</i>	0,29	0,62
<i>Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo</i>	0,23	0,61
<i>Uno spettacolo non dovrebbe farti provare sensazioni sgradevoli</i>	0,05	0,70
<i>Gli spettacoli contemporanei tendono ad essere sempre più inutilmente provocatori</i>	-0,05	0,59

Tabella 40 Grado di accordo medio con le attitudini verso lo spettacolo

La media di accordo nel campione è di 1,6 per l'indice di impegno e 0,8 per l'indice di evasione; troviamo quindi dal confronto con le principali caratteristiche socio-demografiche un valore più elevato dell'indice di **evasione** fra gli **under 25** e in misura minore nella fascia 45-54 e fra chi risiede in paesi con meno di 10.000 abitanti; l'indice d'**impegno** risulta invece apprezzabilmente più elevato nella fascia **25-34** e più basso della media nella fascia degli over 64 (Figura 8).

Guardando al titolo di studio e all'area disciplinare della laurea (Figura 9) mostrano un indice di evasione più alto i non laureati e più basso i diplomati in accademia/conservatorio e chi possiede un titolo post-laurea; i laureati in discipline umanistiche sono vicini alla media per entrambi gli indici.

Rispetto all'occupazione (Figura 10) sono in particolare i professionisti dello spettacolo a mostrare maggior distanza dall'atteggiamento di evasione, mentre sia le professioni a prevalenza **intellettuale** – dirigenti, professori, medici – sia le professioni a prevalenza di **lavoro manuale** – operai, artigiani, lavoratori domestici – mostrano un **grado simile di ricerca dello svago** e un indice di impegno sotto la media. Vicini fra loro insegnanti e studenti, con un atteggiamento particolarmente favorevole alla riflessione e all'impegno nello spettacolo. Tale dato lascia ipotizzare un travaso dell'orientamento allo studio e alla tematizzazione fra attività quotidiana e attività spettatoriale.

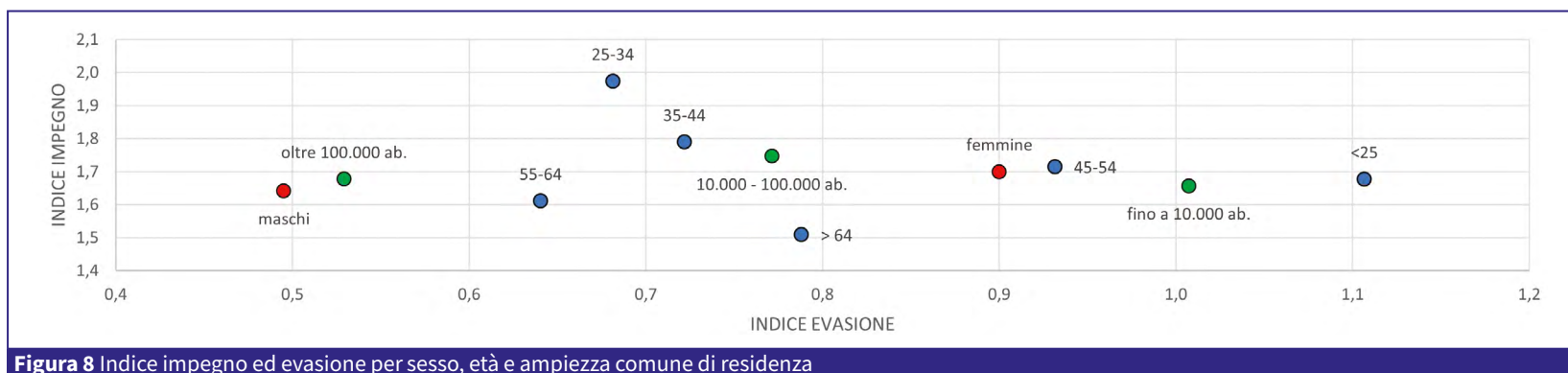


Figura 8 Indice impegno ed evasione per sesso, età e ampiezza comune di residenza

Nella mappa del rapporto fra indici e generi musicali e teatrali preferiti (Figura 11) possiamo circoscrivere diverse “aree” di generi. Un’area dei generi “**sperimentali**”, ad un altissimo grado di impegno e un bassissimo grado di evasione, in cui si collocano la musica d’avanguardia e il teatro contemporaneo; un’area di generi “**per esperti**” a basso indice di evasione e con un indice di impegno poco sopra la media, dove troviamo la danza contemporanea, la musica etnica/world/folk, il rock, il jazz e il teatro di prosa; un’area di generi “**freschi**”, leggermente sopra la media per entrambi gli indici, in cui troviamo il teatro ragazzi, la stand-up comedy e il rap/trap; un’area di generi “**tradizional-popolari**”, con basso livello di impegno e alto livello di evasione, dove si collocano il teatro amatoriale, il musical, il circo, la disco/revival/trash, ma anche l’operetta.

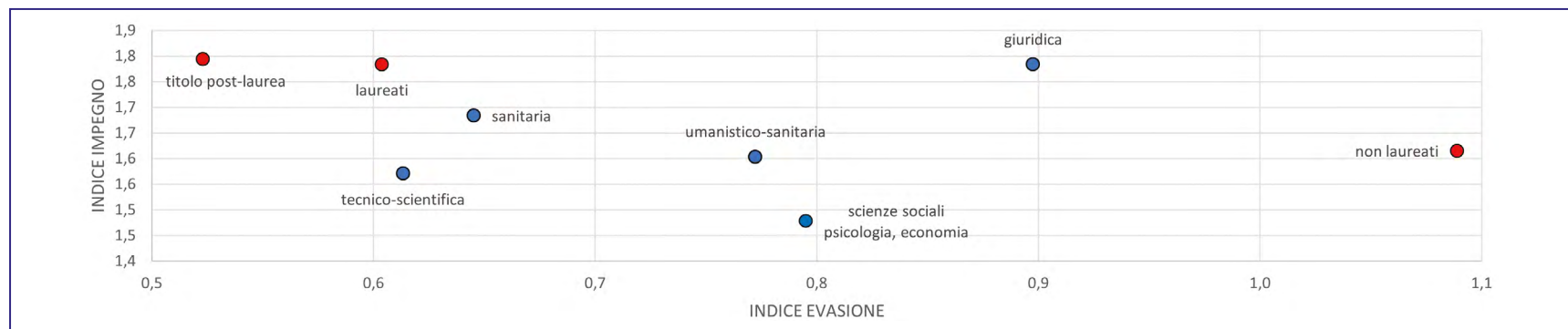


Figura 9 Indice impegno ed evasione per titolo di studio e area disciplinare della laurea

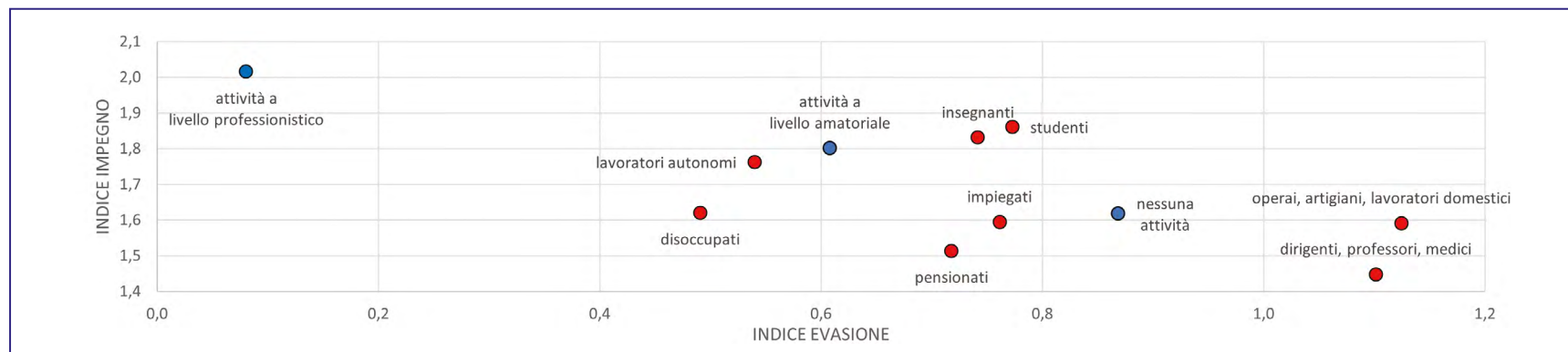


Figura 10 Indice impegno ed evasione per occupazione lavorativa e attività svolta riguardante lo spettacolo dal vivo

A complemento dell’analisi degli indici si è ritenuto opportuno fare un focus sulla preferenza per la frequentazione degli eventi assieme ai propri amici (Figura 12). Questa affermazione ha mostrato infatti nell’analisi di regressione una correlazione meno significativa con le altre affermazioni dell’indice di evasione. La predilezione per la **fruizione di gruppo** (media=0,2) si riscontra con più forza fra gli **under 25** ma anche fra gli **over 64**, fra chi **non possiede una laurea**, fra il pubblico intercettato in spettacoli di stampo **pop** e fra chi risiede in comuni con **meno 10.000 abitanti** (Figura 12). Necessitano meno di trovarsi in gruppo durante gli eventi gli spettatori intercettati negli eventi di teatro contemporaneo e di danza e chi possiede un titolo post-laurea. Ciò non significa necessariamente che la fruizione di gruppo sia un comportamento associato agli spettatori “meno competenti”, ma che la fruizione individuale potrebbe sposarsi con un tipo di attitudine all’introspezione maturata anche tramite lo studio in altri ambiti.

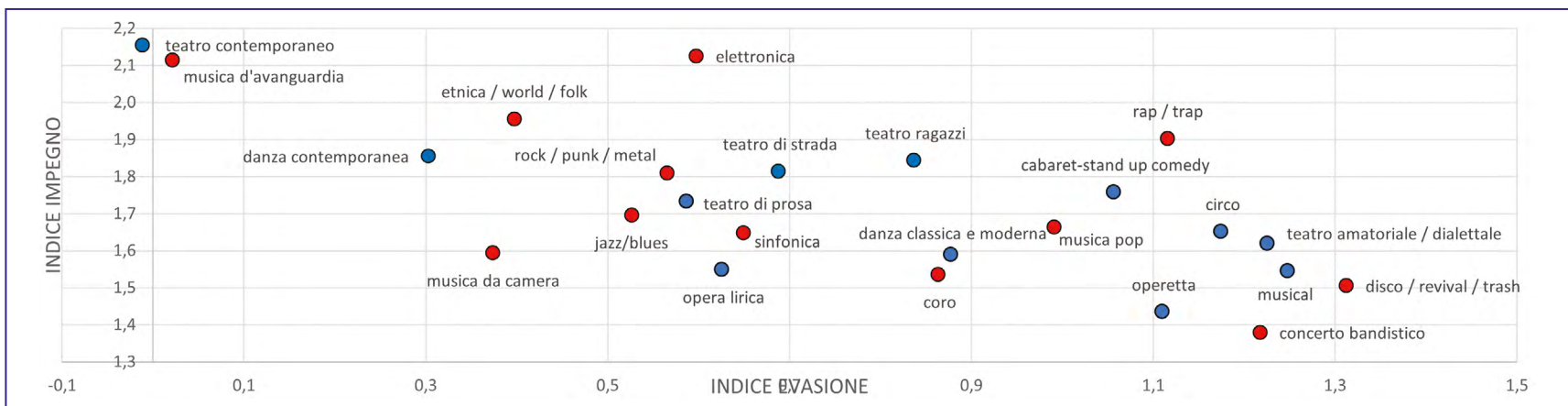


Figura 11 Indice impegno ed evasione per generi teatrali e musicali preferiti

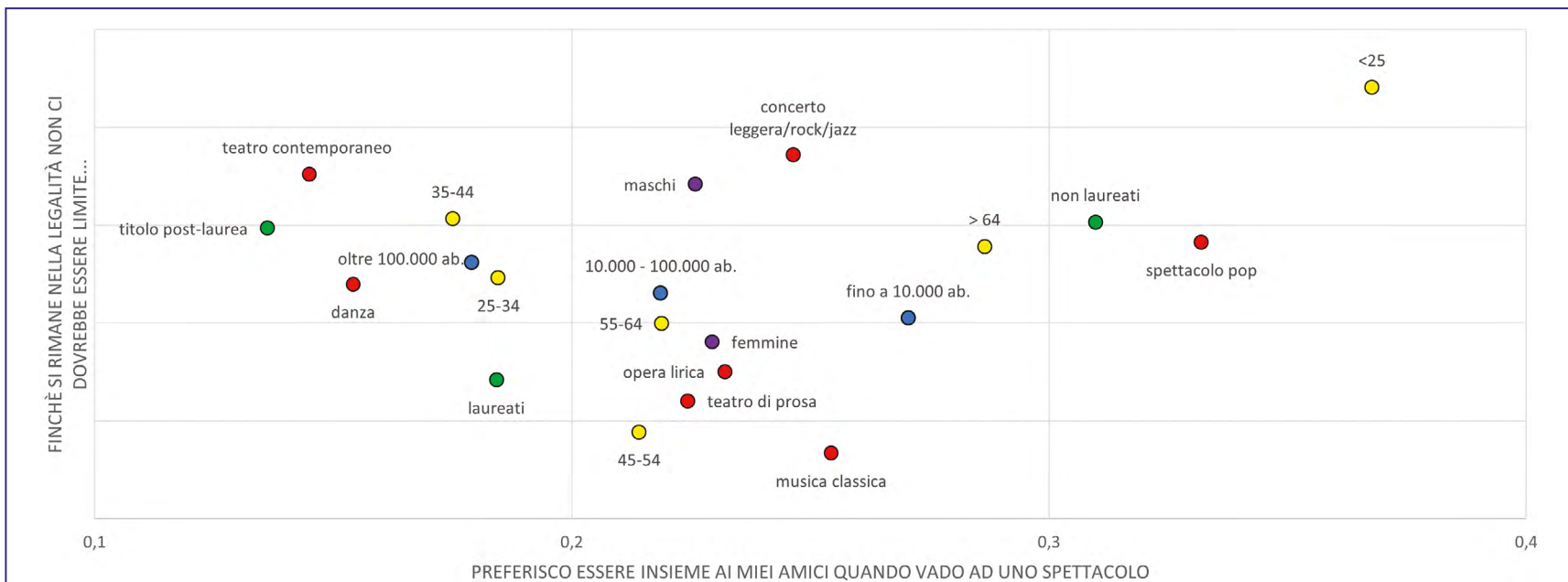


Figura 12 Accordo con "Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo"

Frequenzazione di festival e rassegne marchigiane

Nella seconda parte del questionario è stato indagato il rapporto fra il pubblico intercettato e la frequentazione degli spettacoli sul territorio. Al fine di comprendere quanto i rispondenti conoscessero gli eventi nelle Marche e per capire il grado di **mobilità** del pubblico fra questi, è stata stilata una lista di alcuni fra i principali festival e rassegne che si svolgono nella regione (Tabella 41). Nel complesso emerge una partecipazione abbastanza timida a festival e rassegne: più di un quarto dei rispondenti, il 26,7%, non ha mai frequentato gli eventi presenti nella lista; il 19,1% ha partecipato

48 — ad uno soltanto, il 16,5% a due e il 37,8% a tre o più.

Osservando gli eventi in ordine di frequentazione troviamo un primo gruppo di festival molto conosciuti a cui ha partecipato più del 25% del campione (Tabella 41, Figura 13): **Macerata Opera Festival** (frequentato almeno per un'edizione dal 46,6% dei rispondenti), **Musicultura** e **Rossini Opera Festival**. Seguono **Civitanova Danza**, **Adriatico Mediterraneo** e **Festival Pergolesi Spontini**, a cui ha partecipato fra il 15 e il 25% dei rispondenti e i rimanenti a cui ha partecipato meno del 15% del campione. Fra le ragioni della mancata frequentazione troviamo al primo posto la **mancanza di conoscenza** (Tabella 42). La classifica degli eventi più frequentati segue all'incirca quella degli eventi più conosciuti, fatta eccezione per il festival **APP** che si trova in nona posizione per frequentazione e in quindicesima per conoscenza. Degli eventi, **12 su 18** non sono conosciuti da più del 58% del campione complessivo. La seconda motivazione per la non-frequentazione è l'**eccessiva distanza**, seguita dalla **mancanza di tempo**, dalla **mancanza di interesse** e dalla **mancanza di risorse**. La mancanza di risorse è citata in particolare per i due festival operistici (Macerata Opera Festival e Rossini Opera Festival), mentre Clown&Clown Festival e la Rassegna Nazionale di Teatro della Scuola sono i due eventi con la più alta percentuale di non partecipanti per mancanza di interesse (Figura 14); l'eccessiva distanza è citata maggiormente per App, Macerata Opera Festival e Festival Pergolesi Spontini, mentre la mancanza di tempo è più citata per i teatri della Diversità, InTeatro e Musicultura (Figura 14).

EVENTO	NESSUNA EDIZIONE	1-3 EDIZIONI	PIÙ DI 3 EDIZIONI	LUOGO	PERIODO
<i>Macerata Opera Festival</i>	53,4%	26,8%	19,8%	Macerata	luglio – agosto
<i>Musicultura</i>	65,8%	23,6%	10,5%	Macerata	giugno
<i>Rossini Opera Festival</i>	70,8%	21,6%	7,6%	Pesaro	agosto
<i>Civitanova Danza</i>	78,0%	17,1%	4,9%	Civitanova Marche	luglio
<i>Festival Adriatico Mediterraneo</i>	80,1%	11,9%	8,0%	Ancona	agosto
<i>Festival Pergolesi Spontini</i>	82,8%	13,7%	3,5%	Jesi	agosto – settembre
<i>Clown&Clown festival</i>	86,5%	11,0%	2,5%	Monte San Giusto	settembre - ottobre
<i>TeatrOltre</i>	87,0%	8,3%	4,7%	Vari luoghi (PU)	stagione invernale
<i>InTeatro festival</i>	87,3%	8,9%	3,8%	Polverigi	giugno 2019
<i>App – Ascoli Piceno Present</i>	89,6%	8,0%	2,5%	Ascoli Piceno	maggio 2019
<i>Rassegna Nazionale di Teatro della Scuola</i>	89,6%	8,0%	2,3%	Serra San Quirico	aprile - maggio
<i>Bacajà!</i>	92,2%	6,0%	1,7%	Senigallia	luglio 2019
<i>Hangartfest</i>	92,3%	5,5%	2,2%	Pesaro	settembre - ottobre
<i>Villa InVita festival</i>	92,4%	5,5%	2,1%	Fermo	luglio
<i>I teatri delle diversità</i>	92,9%	5,9%	1,2%	Urbania	ottobre
<i>Klang! Altri suoni altri spazi</i>	93,2%	4,1%	2,7%	Vari luoghi	stagione invernale
<i>Festival Tespi</i>	97,7%	1,6%	0,7%	Chiaravalle/Jesi/San Marcello	gennaio - febbraio

Tabella 41 Partecipazione agli eventi dal vivo delle Marche

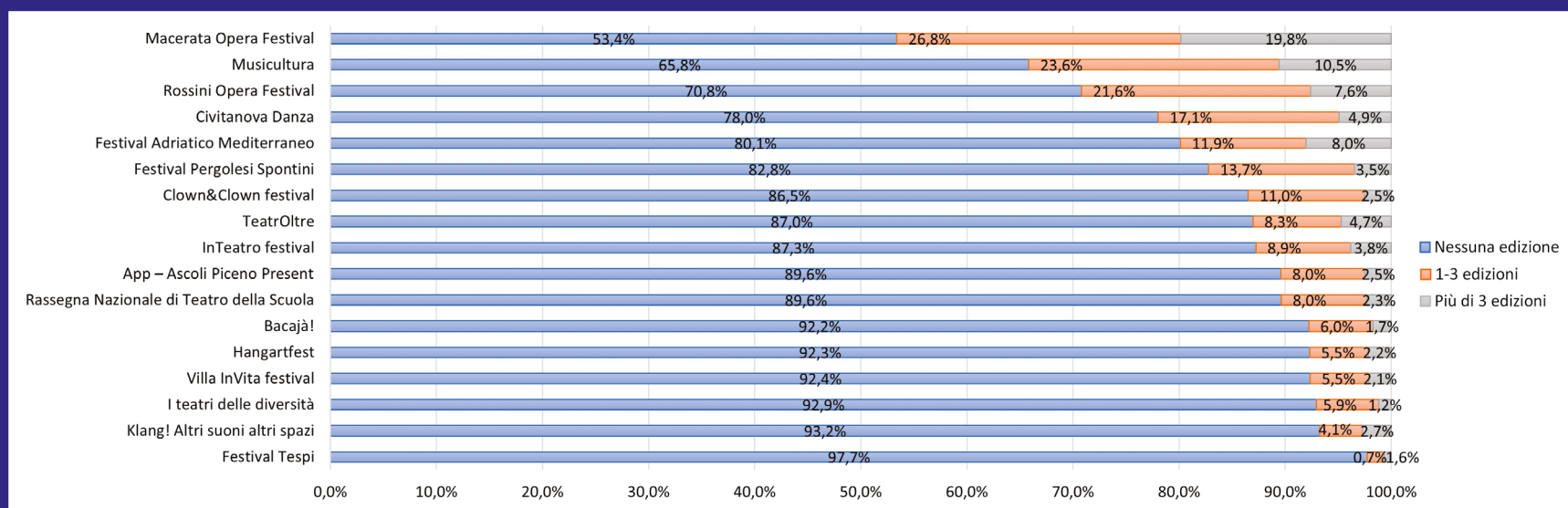


Figura 13 Frequentazione degli eventi della regione

	NON LO CONOSCO	ECESSIVA DISTANZA	MANCANZA DI TEMPO	MANCANZA DI INTERESSE	MANCANZA DI RISORSE
<i>Festival Tespi</i>	87,2%	4,8%	4,4%	3,0%	0,6%
<i>Klang! Altri suoni altri spazi</i>	86,1%	3,9%	5,2%	4,0%	0,7%
<i>App – Ascoli Piceno Present</i>	85,7%	8,2%	4,0%	1,6%	0,5%
<i>Bacajà!</i>	85,3%	4,8%	4,9%	4,3%	0,7%
<i>Villa InVita festival</i>	85,2%	5,3%	5,2%	3,5%	0,9%
<i>I teatri delle diversità</i>	85,2%	4,1%	6,2%	3,8%	0,8%
<i>Hangartfest</i>	84,7%	4,4%	5,4%	4,6%	0,9%
<i>InTeatro festival</i>	83,3%	4,0%	6,8%	5,0%	0,9%
<i>TeatrOltre</i>	82,1%	5,7%	6,8%	4,0%	1,3%
<i>Festival Adriatico Mediterraneo</i>	77,9%	8,1%	8,5%	4,6%	0,9%
<i>Rassegna Nazionale di Teatro della Scuola</i>	75,8%	5,2%	8,1%	10,1%	0,9%
<i>Clown&Clown festival</i>	72,1%	5,7%	7,5%	13,9%	0,8%
<i>Musicultura</i>	59,3%	12,2%	15,8%	9,5%	3,3%
<i>Festival Pergolesi Spontini</i>	57,7%	20,3%	11,4%	8,7%	1,9%
<i>Civitanova Danza</i>	49,7%	17,3%	15,3%	15,2%	2,5%
<i>Macerata Opera Festival</i>	41,2%	28,7%	13,9%	11,2%	4,9%
<i>Rossini Opera Festival</i>	32,4%	30,6%	17,0%	12,6%	7,4%
Media	83,5%	5,3%	6,0%	4,4%	0,8%

Tabella 42 Motivi della non-frequentazione degli eventi

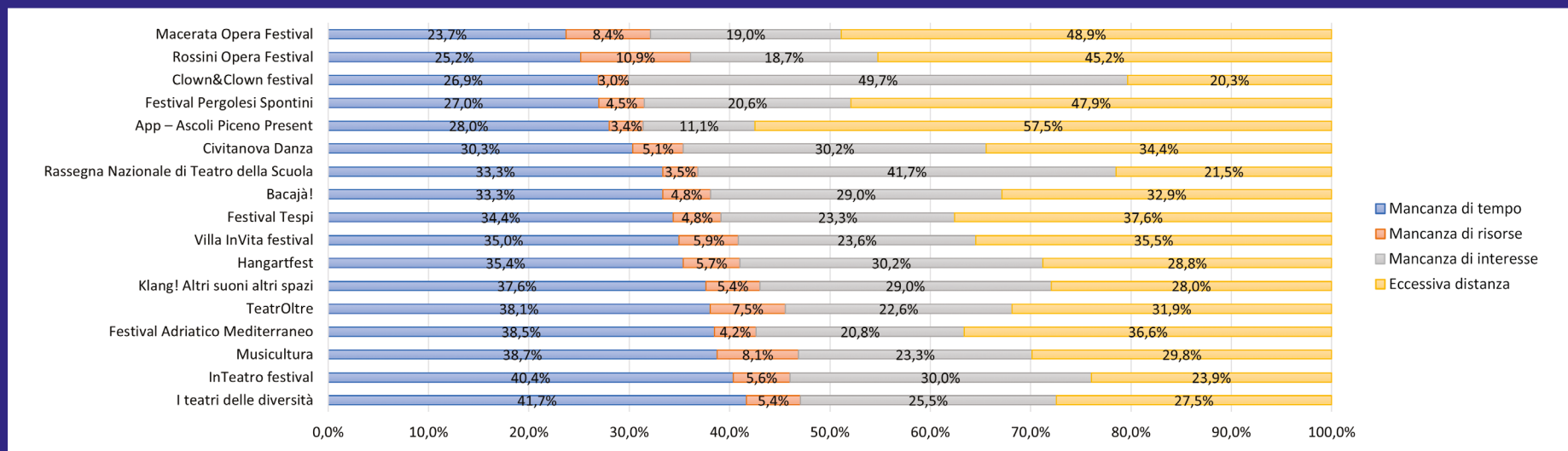


Figura 14 Motivi della non-frequentazione fra chi conosce l'evento

Al fine di indagare la relazione fra la tendenza a partecipare ai suddetti festival/rassegne e le caratteristiche del pubblico, si è costruito un **indice di frequentazione degli eventi marchigiani**, assegnando il valore di “1” per ogni evento frequentato almeno per un’edizione e “2” per ogni evento frequentato per più di 3 edizioni. L’analisi di regressione mostra una **correlazione significativa** con l’**indice di impegno** ($t=3,067$; $p=0,002$), ma non con l’**indice di evasione** ($t=-2,3017$; $p=0,021$). Ciò lascia ipotizzare che la tendenza a partecipare a una pluralità di eventi sul territorio marchigiano si lega maggiormente ad una attitudine positiva verso l’innovazione dei linguaggi e la riflessione, piuttosto che con la ricerca dello svago e del disimpegno nella fruizione dello spettacolo dal vivo.

Andando a confrontare l’indice con le caratteristiche del pubblico (Tabella 43), troviamo come gli spettatori con la tendenza più alta a frequentare più eventi sul territorio si incontrino nei concerti di **musica leggera/rock/jazz** e negli spettacoli di **teatro contemporaneo**. Ciò lascia immaginare che concerti e teatro contemporaneo raccolgano un pubblico non necessariamente più “forte” in termini di consumo culturale, ma maggiormente onnivoro per quanto riguarda la tendenza a frequentare diversi tipi di manifestazioni. Fra gli strati di pubblico indagati, il gruppo di coloro che svolge o ha svolto attività attinenti allo spettacolo a livello professionale mostra la media dell’indice più elevata (6,02). Si riscontra inoltre una frequentazione più marcata nella fascia di età **35-44**, fra chi possiede un **titolo di studio post-laurea**, fra i residenti in città **sopra i 10.001 abitanti** e nelle provincie di **Ancona e Macerata**. Quest’ultimo dato è chiaramente dovuto alla posizione centrale delle due province nella regione, per cui chi vi risiede ha una più alta probabilità di trovarsi ad una minore distanza dagli eventi distribuiti sul territorio marchigiano. È importante notare come, a differenza dell’indice frequentazione eventi dal vivo, la partecipazione agli eventi marchigiani non sia necessariamente più forte fra le fasce più giovani. Da una parte ciò può essere spiegato dal fatto che nella composizione del primo indice concorrono anche manifestazioni più “edoniste” come eventi sportivi, feste cittadine e dj-set. Si potrebbe però anche ipotizzare come la **tendenza a spostarsi** per particolari spettacoli richieda **conoscenze e gusti specifici maturati con il tempo**. Come anche la relazione con l’indice di impegno suggerisce, la mobilità appare più come l’esercizio delle proprie preferenze, piuttosto che il prodotto della temerarietà dello spettatore.

Infine, si è cercato di costruire una **mappa delle relazioni** fra gli eventi presi in considerazione (Infografica 4) con l’obiettivo di osservare il movimento dei pubblici fra le iniziative. In particolare, si è considerato il rapporto fra vicinanza territoriale degli eventi e vicinanza di genere, in modo da far risaltare in quali casi si possa osservare una mobilità extra-territoriale degli spettatori. Per fare ciò si è analizzato il grado di correlazione fra eventi. Nella tavola sottostante (Tabella 44) i numeri più elevati indicano un più alto grado di “sovrapposizione” fra i pubblici degli eventi, vale a dire una più alta possibilità che i rispondenti nel campione abbiano partecipato ad entrambi gli eventi.

Come prevedibile si osservano gradi di correlazione più elevati per eventi **geograficamente vicini**, come nel caso di InTeatro e Adriatico Mediterraneo, Macerata Opera Festival e Musicultura. Il criterio della territorialità sembra quindi essere quello che maggiormente guida le relazioni fra gli eventi. Possiamo però scorgere anche alcune interessanti eccezioni, legate in particolare all’ambito del **contemporaneo**. Vediamo ad esempio un grado elevato di correlazione fra il Festival Tespi, che si tiene in provincia di Ancona, e I Teatri della Diversità di Urbania, laddove

	INDICE FREQUENTAZIONE EVENTI MARCHIGIANI	
	MEDIA	DEVIATIONE STANDARD
<i>Concerto di musica leggera / rock / jazz</i>	4,29	4,35
<i>Danza</i>	3,08	3,43
<i>Musica classica</i>	2,66	2,97
<i>Opera lirica</i>	3,12	3,22
<i>Spettacolo pop</i>	2,31	3,08
<i>Teatro contemporaneo</i>	3,64	3,68
<i>Teatro di prosa</i>	2,49	3,01
<25	2,46	2,98
25-34	3,38	3,78
35-44	3,54	3,97
45-54	3,42	3,66
55-64	3,16	3,35
> 64	2,48	2,73
<i>Livello professionistico</i>	6,02	5,01
<i>Livello amatoriale</i>	3,84	4,01
<i>Nessuna attività</i>	2,74	3,07
<i>Non laureato</i>	2,80	3,36
<i>Laureato</i>	3,27	3,51
<i>Titolo post-laurea</i>	3,88	3,65
<i>Fino a 10.000</i>	2,82	3,44
<i>10.000 - 100.000</i>	3,19	3,47
<i>Oltre 100.001</i>	3,85	3,84
<i>Ancona</i>	3,92	4,05
<i>Ascoli Piceno</i>	2,53	3,28
<i>Fermo</i>	3,13	3,55
<i>Macerata</i>	3,84	3,26
<i>Pesaro e Urbino</i>	2,65	3,08

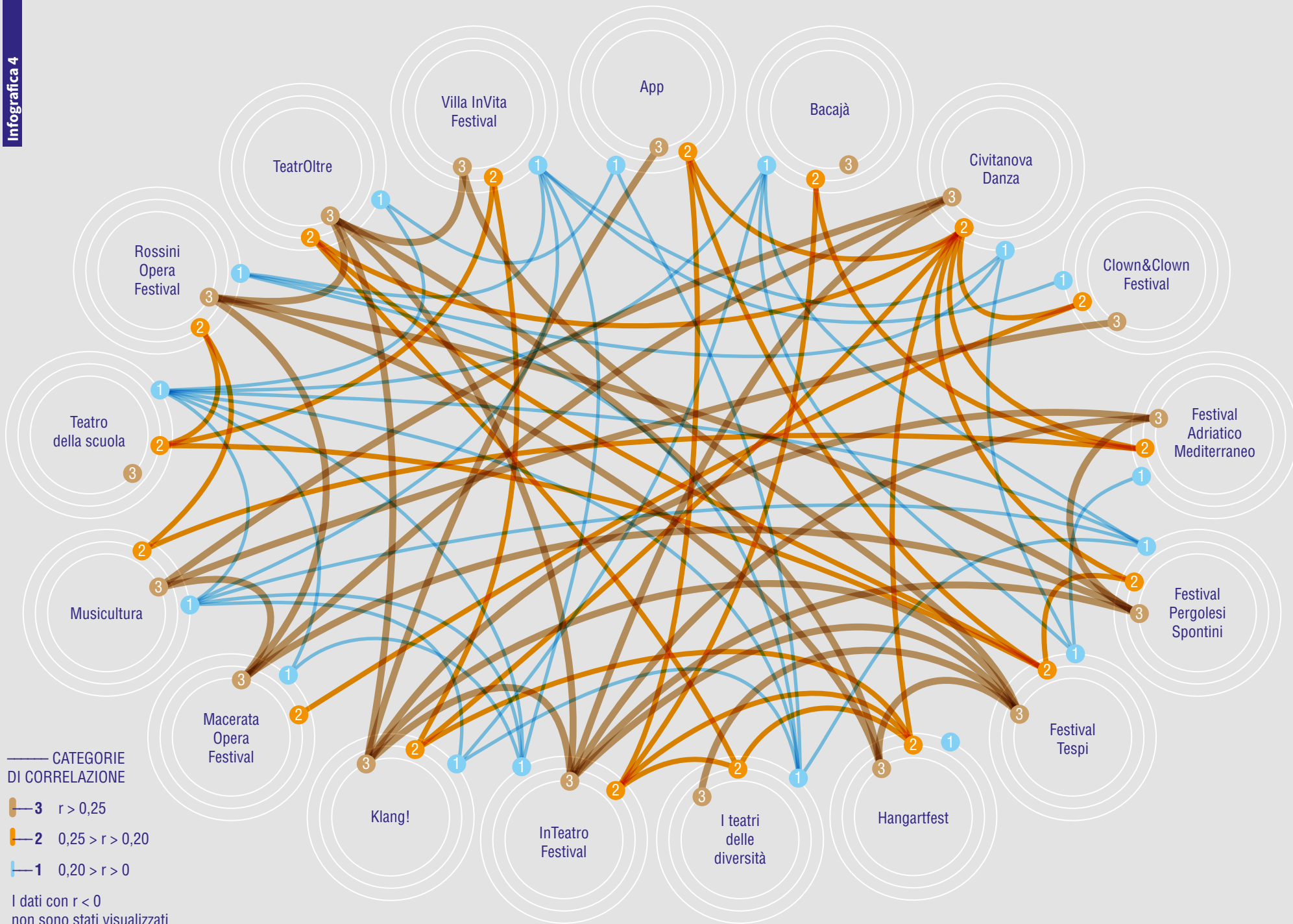
Tabella 43 Media dell’indice di frequentazione eventi marchigiani per tipologia di pubblico intercettato, età, attività svolta legata allo spettacolo dal vivo, titolo di studio, ampiezza demografica del comune di residenza e provincia di residenza

entrambi condividono la tematica del teatro sociale; APP (Ascoli Piceno) mostra una correlazione con il festival di teatro contemporaneo InTeatro (Polverigi), così come con Civitanova Danza; InTeatro mostra a sua volta un buon grado di relazione con la rassegna TeatrOltre, sempre dedicata al teatro contemporaneo, ma che si snoda nella provincia di Pesaro e Urbino. **Klang**, rassegna musicale itinerante in tutto il territorio marchigiano, emerge come un “evento ponte” con un alto grado di relazione con un numero elevato di eventi. Certamente ciò è dovuto al suo carattere “diffuso”, ma è interessante notare come, anche in questo caso, sono il teatro e

la danza contemporanei ad essere maggiormente correlati a Klang, piuttosto che altri tipi di manifestazioni musicali come Musicultura o il Festival Pergolesi Spontini. Per quanto la mobilità del pubblico sia un tema particolarmente sfidante dal punto di vista metodologico, il ruolo del pubblico del contemporaneo emerso in questo primo rilievo si dimostra di sicuro interesse e meritevole di approfondimenti. Tale dato potrebbe suggerire la necessità di potenziare le **sinergie** non solo fra festival e rassegne dedicate a questa proposta, ma anche fra **concerti** (specialmente laddove c'è una combinazione fra innovazione e intrattenimento come nel caso di Klang) ed **eventi teatrali**.

	APP ASCOLI PICENO PRESENT	BACAJÀ!	CIVITANOVA DANZA	CLOWN&CLOWN FESTIVAL	FESTIVAL ADRIATICO MEDITERRANEO	FESTIVAL PERGOLESI SPONTINI	FESTIVAL TESPI	HANGARTFEST	I TEATRI DELLE DIVERSITÀ	INTEATRO FESTIVAL	KLANG! ALTRI SUONI ALTRI SPAZI	MACERATA OPERA FESTIVAL	MUSICULTURA	RASSEGNA NAZIONALE DI TEATRO DELLA SCUOLA	ROSSINI OPERA FESTIVAL	TEATROLTRE	VILLA INVITA FESTIVAL
App – Ascoli Piceno Present	1																
Bacajà!	0,0815	1															
Civitanova Danza	0,2294	0,0708	1														
Clown&Clown festival	0,0471	0,0420	0,2187	1													
Festival Adriatico Mediterraneo	0,0876	0,2098	0,2020	0,0495	1												
Festival Pergolesi Spontini	0,1060	0,1684	0,2002	0,0198	0,3213	1											
Festival Tespi	0,2273	0,1916	0,1772	0,1303	0,1568	0,2398	1										
Hangartfest	0,0771	0,1274	0,2082	0,0494	0,1092	0,0677	0,2892	1									
I teatri delle diversità	0,1757	0,1218	0,1193	0,1472	0,1059	0,1880	0,3329	0,2574	1								
InTeatro festival	0,2095	0,2210	0,2896	0,0403	0,4827	0,2931	0,2805	0,2339	0,2241	1							
Klang! Altri suoni altri spazi	0,2965	0,1580	0,2394	0,1063	0,3600	0,1156	0,2824	0,2045	0,1589	0,3898	1						
Macerata Opera Festival	0,0534	0,0230	0,3110	0,2077	0,1420	0,2996	0,0718	-0,0157	0,0798	0,1522	0,0705	1					
Musicultura	0,0538	0,0502	0,2912	0,2981	0,2079	0,1816	0,0785	-0,0106	0,1480	0,1790	0,1897	0,5121	1				
Rass. Naz. di Teatro della Scuola	0,0704	0,1545	0,1244	0,1492	0,1197	0,1893	0,2256	0,0883	0,1946	0,1565	0,1287	0,1504	0,1896	1			
Rossini Opera Festival	0,0597	0,0967	0,1825	0,0467	0,0663	0,2660	0,1156	0,2586	0,1874	0,1378	0,1010	0,2887	0,1431	0,1476	1		
TeatrOltre	0,1999	0,1229	0,2236	0,0275	0,1488	0,1153	0,2099	0,3456	0,2140	0,2649	0,3383	0,0822	0,0637	0,1724	0,3539	1	
Villa InVita festival	0,1211	0,0886	0,1811	0,1679	0,1282	0,0970	0,2694	0,0921	0,1464	0,1768	0,2109	0,1493	0,1826	0,2216	0,1629	0,3369	1

Tabella 44 Grado di correlazione fra gli eventi



Frequentazione delle stagioni locali e rassegne marchigiane

Oltre a indagare la frequentazione di alcuni dei festival e delle rassegne di maggior importanza che si tengono sul territorio marchigiano, si è voluto rilevare il rapporto degli spettatori con le **stagioni** nel proprio **territorio di riferimento**. Data la varietà territoriale del campione, non si è registrata la partecipazione ad una specifica stagione, ma si è utilizzata la formula “stagioni teatrali e musicali nel proprio territorio di riferimento” per comprendere tendenze e ostacoli in relazione all’offerta locale. Nello specifico si è chiesto il grado di partecipazione e i motivi della non partecipazione rispetto a sei tipi di stagioni: stagione di **prosa**, stagione **musicale**, stagione di **lirica**, stagione di **jazz**, stagione di **danza** e stagione di **teatro ragazzi**.

Quasi un quarto del campione (22,5%) non ha **mai partecipato** a nessun tipo di stagione teatrale o musicale del proprio territorio. Il 36,3% ha frequentato 1 o 2 tipi di stagioni e il 41,2% ne ha frequentate 3 o più tipologie. Il tipo di stagione **più frequentato** è la **stagione di prosa** (Figura 15), frequentata almeno una volta dal 59,7% dei rispondenti; seguono le stagioni musicali, quelle liriche, il jazz, la danza e infine il teatro ragazzi.

Andando ad osservare le caratteristiche di chi non ha mai frequentato le stagioni (Tabella 45), notiamo come a livello territoriale non ci siano differenze molto consistenti in termini di non-partecipazione. Fanno eccezione una non-partecipazione più marcata alle stagioni di prosa nella provincia di Macerata e alle stagioni musicali, jazz e di danza nella provincia di Fermo. Più rilevante invece la **differenza fra fasce di età**. Le stagioni di **prosa, jazz e musicali** sono frequentate **meno dai più giovani**, specialmente dagli under 25; il teatro ragazzi mostra (non sorprendentemente) una tendenza inversa, essendo invece più frequentato dalle fasce di età più giovani; la fascia **35-44** è quella che **segue meno** le stagioni di **lirica** (dato che potrebbe dipendere dal numero crescente di iniziative indirizzate al coinvolgimento dei più giovani); per le stagioni di danza non si notano differenze ragguardevoli. Un **titolo di studio** più elevato appare legato in maniera più sostanziale alla partecipazione alle stagioni di **prosa e lirica**, ma meno differenziante per quanto riguarda le altre stagioni.

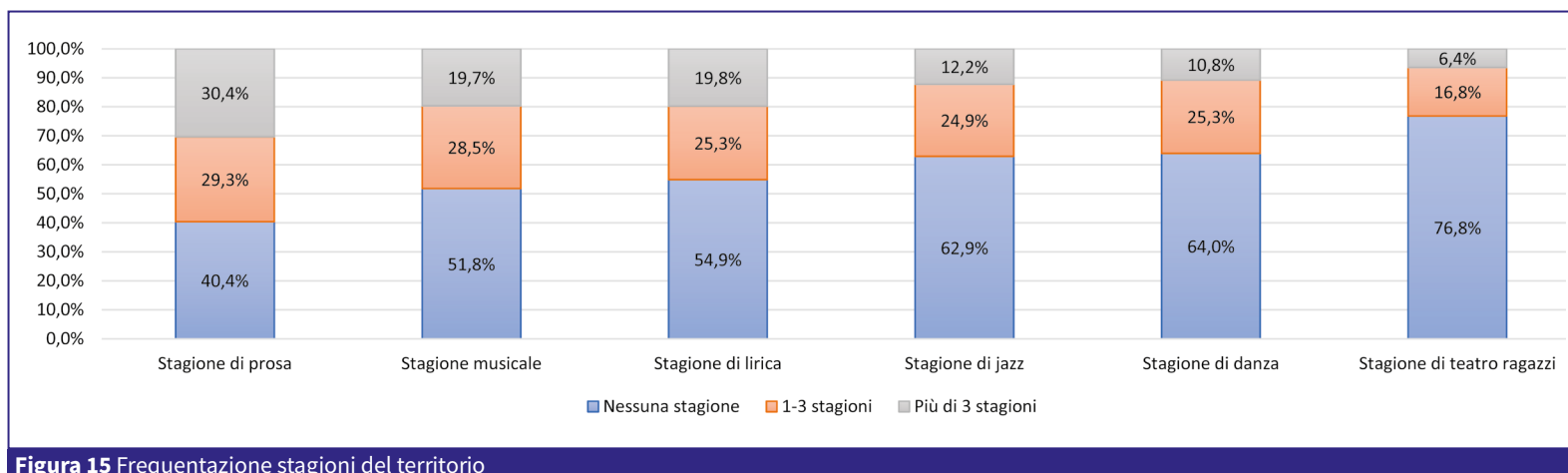


Figura 15 Frequentazione stagioni del territorio

	STAGIONE DI PROSA	STAGIONE MUSICALE	STAGIONE LIRICA	STAGIONE DI JAZZ	STAGIONE DI DANZA	STAGIONE DI TEATRO RAGAZZI
Ancona	45,3%	53,4%	61,2%	64,1%	68,4%	79,6%
Ascoli Piceno	36,3%	57,4%	64,7%	69,5%	68,9%	74,2%
Fermo	37,6%	62,4%	62,9%	73,7%	78,9%	73,7%
Macerata	49,6%	48,1%	45,2%	65,6%	72,6%	82,5%
Pesaro e Urbino	36,4%	54,2%	65,7%	66,4%	61,1%	84,7%
DEVIAZIONE STANDARD	6,0%	5,3%	8,4%	3,8%	6,5%	4,9%
<25	69,4%	59,2%	63,9%	81,6%	68,0%	72,1%
25-34	47,3%	60,6%	61,1%	76,1%	68,6%	81,4%
35-44	47,8%	55,7%	68,4%	69,3%	71,3%	74,5%
45-54	41,0%	58,1%	60,7%	65,1%	68,2%	78,3%
55-64	37,6%	49,3%	56,4%	56,7%	68,1%	86,9%
> 64	40,8%	51,3%	50,0%	71,4%	72,3%	91,6%
DEVIAZIONE STANDARD	11,5%	4,5%	6,3%	8,7%	1,9%	7,4%
Non laureato	54,8%	59,8%	67,2%	70,1%	71,2%	79,2%
Laureato	39,4%	52,8%	58,0%	68,0%	70,0%	83,5%
Titolo post-laurea	30,1%	51,1%	48,0%	62,0%	65,5%	79,5%
DEVIAZIONE STANDARD	12,47%	4,61%	9,60%	4,20%	3,00%	2,40%

Tabella 45 Persone che non hanno mai frequentato una stagione nel teatro di riferimento del proprio territorio

Incrociando le preferenze espresse nella seconda parte del questionario con la non-partecipazione alle stagioni, si è voluto esaminare in quali casi non si frequentano stagioni che pur risultano legate ai generi preferiti (Tabella 46). Emerge innanzitutto come, anche nei casi in cui si esprime una preferenza diretta per il genere della stagione, vi sia almeno un **25% di pubblico** con quella **preferenza** che non l'ha **mai frequentata**. Fra i generi preferiti che meno riescono a tradursi in frequentazione delle stagioni troviamo “cabaret e stand-up comedy” e “teatro amatoriale/dialettale” per quanto riguarda il contenitore della prosa, mentre “musica etnica/world/folk” e “pop/leggera” per il contenitore musicale. Guardando invece alle caratteristiche dei frequentatori più assidui (Tabella 47), ossia coloro che hanno frequentato più di tre stagioni, troviamo come vi sia una maggioranza di fedeli alle stagioni di prosa nella provincia di Ascoli Piceno e di lirica nella provincia di Macerata. I più assidui alle stagioni di jazz si trovano nella fascia di età 55-64, nella fascia 45-54 per la prosa e under 25 per quanto riguarda la danza. Il titolo di studio appare come una variante meno determinante nella definizione dei frequentatori di lungo corso. Dal confronto fra i gusti espressi dagli assidui con le stagioni pertinenti (Tabella 48), va notato come gli amanti del genere “**amatoriale e/o dialettale**”, numerosi fra i non-frequentatori delle stagioni di prosa, siano presenti fra i **più fedeli**. Tale dato potrebbe rispecchiare la molteplicità delle occasioni di consumo di questo genere, di cui si fruisce spesso in contesti extra-teatrali (scuole, circoli, piazze, parrocchie), ma cui sono anche dedicate stagioni specifiche, soprattutto nei piccoli teatri. Si nota poi un numero più alto di fedeli alle stagioni musicali fra chi esprime preferenza per la musica da camera e alle stagioni di danza fra chi preferisce la danza contemporanea al repertorio moderno-classico.

GENERI DI SPETTACOLO PREFERITI	STAGIONE DI PROSA	STAGIONE MUSICALE	STAGIONE LIRICA	STAGIONE DI JAZZ	STAGIONE DI DANZA	STAGIONE DI TEATRO RAGAZZI
<i>Teatro di prosa</i>	25,8%					
<i>Teatro amatoriale e/o dialettale</i>	53,7%					
<i>Teatro contemporaneo e di ricerca</i>	37,5%					
<i>Cabaret / stand-up comedy</i>	51,8%					
<i>Musica sinfonica</i>		43,7%				
<i>Musica da camera</i>		36,4%				
<i>Musica etnica / world / folk</i>		58,6%				
<i>Musica pop / leggera</i>		57,7%				
<i>Coro</i>		54,1%				
<i>Rock / punk / metal</i>		56,1%				
<i>Concerto bandistico</i>		55,0%				
<i>Musica sperimentale / d'avanguardia</i>		53,0%				
<i>Opera lirica</i>			29,1%			
<i>Operetta</i>			43,4%			
<i>Jazz / blues</i>				46,9%		
<i>Danza classica e moderna</i>					46,7%	
<i>Danza contemporanea</i>					43,2%	
<i>Teatro ragazzi</i>						40,8%

Tabella 46 Persone che non hanno mai frequentato una stagione per genere preferito relativo a quella stagione

	STAGIONE DI PROSA	STAGIONE MUSICALE	STAGIONE LIRICA	STAGIONE DI JAZZ	STAGIONE DI DANZA	STAGIONE DI TEATRO RAGAZZI
<i>Ancona</i>	30,8%	22,4%	16,5%	14,0%	10,3%	6,1%
<i>Ascoli Piceno</i>	42,1%	13,2%	15,8%	11,1%	10,5%	7,4%
<i>Fermo</i>	34,4%	17,7%	18,7%	10,5%	7,7%	11,0%
<i>Macerata</i>	26,4%	20,2%	30,7%	10,7%	8,0%	4,1%
<i>Pesaro e Urbino</i>	33,4%	17,4%	14,8%	11,5%	17,2%	5,6%
DEVIAZIONE STANDARD	5,8%	3,5%	6,5%	1,4%	3,8%	2,6%
<25	16,8%	20,4%	23,9%	4,4%	18,6%	15,9%
25-34	31,5%	18,5%	21,3%	8,4%	12,9%	7,3%
35-44	26,9%	21,6%	17,3%	13,0%	11,0%	10,3%
45-54	34,6%	16,7%	18,7%	13,0%	10,6%	6,4%
55-64	33,1%	18,4%	20,2%	15,2%	9,9%	3,2%
> 64	32,7%	22,7%	22,2%	10,3%	9,3%	2,8%
DEVIAZIONE STANDARD	6,6%	2,2%	2,4%	3,9%	3,4%	4,9%
<i>Non laureato</i>	31,5%	18,1%	19,1%	12,5%	11,5%	7,4%
<i>Laureato</i>	33,6%	20,4%	19,4%	11,6%	9,8%	5,2%
<i>Titolo post-laurea</i>	29,7%	18,0%	22,3%	11,9%	12,2%	5,8%
DEVIAZIONE STANDARD	1,95%	1,36%	1,77%	0,46%	1,23%	1,14%

Tabella 47 Persone che hanno frequentato più di 3 stagioni nel teatro di riferimento del proprio territorio, per provincia di provenienza, età e titolo di studio

GENERI DI SPETTACOLO PREFERITI	STAGIONE DI PROSA	STAGIONE MUSICALE	STAGIONE LIRICA	STAGIONE DI JAZZ	STAGIONE DI DANZA	STAGIONE DI TEATRO RAGAZZI
<i>Teatro di prosa</i>	37,4%					
<i>Teatro amatoriale e/o dialettale</i>	38,6%					
<i>Teatro contemporaneo e di ricerca</i>	29,5%					
<i>Cabaret / stand-up comedy</i>	32,4%					
<i>Musica sinfonica</i>		23,1%				
<i>Musica da camera</i>		28,1%				
<i>Musica etnica / world / folk</i>		19,7%				
<i>Musica pop / leggera</i>		16,3%				
<i>Coro</i>		19,8%				
<i>Rock / punk / metal</i>		19,5%				
<i>Concerto bandistico</i>		18,1%				
<i>Musica sperimentale d'avanguardia</i>		22,1%				
<i>Opera lirica</i>			30,4%			
<i>Operetta</i>			30,4%			
<i>Jazz / blues</i>				18,7%		
<i>Danza classica e moderna</i>					18,8%	
<i>Danza contemporanea</i>					23,1%	
<i>Teatro ragazzi</i>						24,8%

Tabella 48 Persone che hanno frequentato più di 3 stagioni per genere preferito relativo a quella stagione

Per sondare i motivi della non-partecipazione alle stagioni il questionario prevedeva quattro ipotetiche motivazioni: mancanza di **conoscenza** delle stagioni locali, mancanza di **interesse**, mancanza di **tempo** e mancanza di **risorse**. Per la maggior parte delle stagioni la ragione citata più frequentemente è l'**assenza di conoscenza** di stagioni nel proprio territorio (Figura 16). La percentuale sul campione complessivo (e non solo sul sub-campione di chi dichiara di non partecipare alle stagioni) di chi non conosce stagioni sul proprio territorio è **superiore al 10%** per tutte le tipologie (Figura 17), più elevata per teatro ragazzi, danza e jazz. Per la lirica e il teatro ragazzi prevale invece la mancanza di interesse (Figura 16). **Musica e prosa** sono le due stagioni verso cui

è più spesso citata la **mancanza di tempo**. Tale dato fa emergere interrogativi che meriterebbero analisi specifiche, trattandosi di una fascia di pubblico a cui non manca la conoscenza, le risorse e l'interesse verso l'offerta, ma non riesce comunque a fruirne. Questa percentuale – circa un terzo dei non frequentanti – è consistentemente più alta di quanti citano la stessa motivazione rispetto a festival e rassegne analizzati nel precedente paragrafo. Questo dato potrebbe indicare una tendenza del pubblico a distribuire il tempo da dedicare agli eventi dal vivo favorendo il periodo estivo (nel quale si svolgono la maggior parte degli eventi precedentemente mappati), ma potrebbe anche risultare da una incompatibilità con gli orari della programmazione regolare.

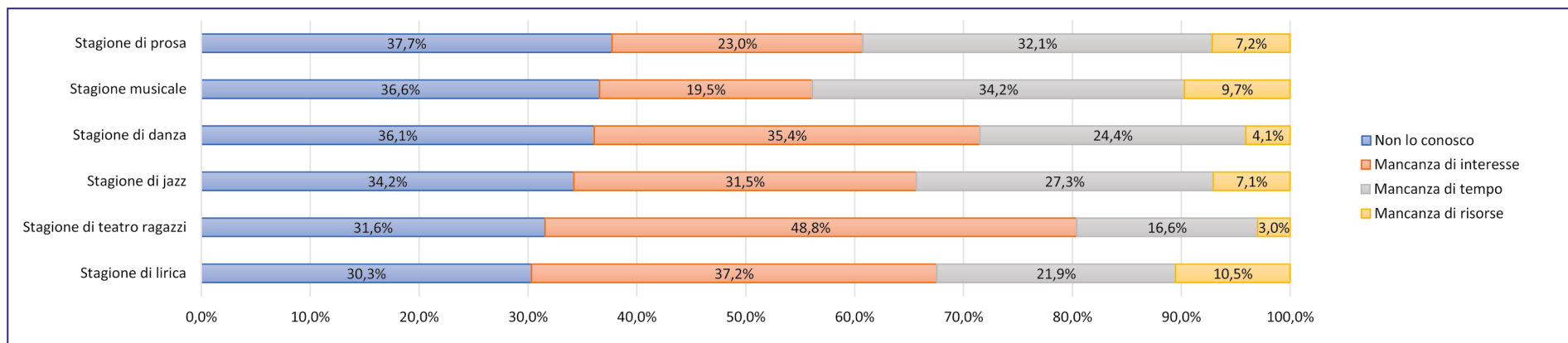


Figura 16 Motivi della non frequentazione delle stagioni

	INDICE FREQUENTAZIONE STAGIONI	
	MEDIA	DEVIAZIONE STANDARD
Ancona	3,19	2,72
Ascoli Piceno	3,01	2,44
Fermo	3,23	2,62
Macerata	3,46	2,77
Pesaro e Urbino	3,47	2,80
<25	2,64	2,72
25-34	2,92	2,63
35-44	3,02	2,73
45-54	3,27	2,70
55-64	3,48	2,72
> 64	3,40	2,66
Non laureato	2,75	2,60
Laureato	3,40	2,69
Titolo post-laurea	3,92	2,80

Tabella 49 Media dell'Indice di frequentazione delle stagioni per provincia di provenienza, età e titolo di studio

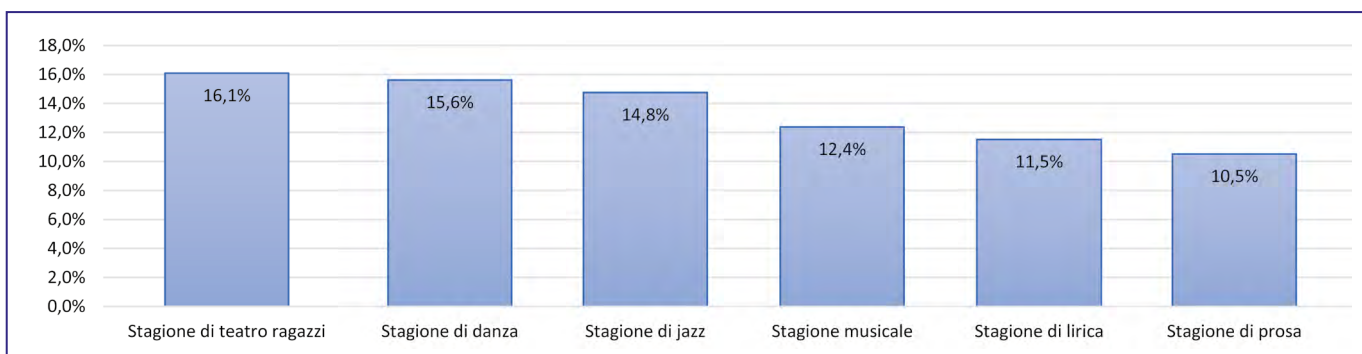


Figura 17 Percentuale su campione totale di persone che non conoscono stagioni nel proprio territorio

Similmente a quanto fatto per la partecipazione agli eventi marchigiani, si è creato un **indice della frequentazione delle stagioni**, in modo da poter aver un'approssimazione della tendenza del pubblico a seguire la proposta dei teatri locali. L'indice assegna un punto per ogni tipo di stagione seguita almeno una volta e due punti per ogni stagione seguita più di tre volte. Si tratta perciò di un indicatore che, come per i precedenti, privilegia la rappresentazione del consumo culturale onnivoro (uno spettatore che frequenta da più di 15 anni solo la stagione di jazz avrà un punteggio di 2 così come uno spettatore che ha seguito anche solo una stagione di prosa e una musicale). Confrontando tale indice con le caratteristiche socio-demografiche rispetto alle quali mostra una variazione significativa (Tabella 49), vediamo come la frequentazione delle stagioni locali sia leggermente più **bassa** nella provincia di **Ascoli Piceno** e minore in modo più significativo fra i **più giovani** e **non laureati**.

Utilizzo delle fonti informative sullo spettacolo nelle Marche e rassegne marchigiane

Nell'ultima parte del questionario veniva esaminato l'utilizzo di alcune delle principali **fonti informative** sullo spettacolo nelle Marche e il grado di soddisfazione rispetto al loro impiego. Le sei fonti indagate sono il sito web, la pagina Facebook e la newsletter di Marche Spettacolo, i siti Marcheinfesta.it e Corriere Proposte e i quotidiani locali, utili come metro di paragone rispetto alle fonti specifiche. I **quotidiani locali** risultano come la fonte complessivamente più utilizzata (Figura 18), dato poco sorprendente trattandosi di una fonte non specialistica che può essere citata anche da chi non conosce servizi informativi dedicati. Segue per utilizzo il sito web, la pagina Facebook e la newsletter Marche Spettacolo, Marcheinfesta.it e infine il Corriere Proposte. Il **25%** circa del campione complessivo cita almeno uno dei tre servizi di **Marche Spettacolo** come sua **fonte principale**. Anche una parte del pubblico proveniente da **fuori regione** dichiara di conoscere questi servizi informativi: fra questi il 31,4% conosce il sito Marche Spettacolo, il 29,8% la pagina Facebook, il 19,0% la newsletter, il 18,2% Marcheinfesta.it e l'11,6% il Corriere Proposte.

Osserviamo quindi le caratteristiche di chi "non conosce" o "conosce ma non ha mai utilizzato" le varie fonti informative (Tabella 50). Rispetto alla distribuzione territoriale risulta come la più alta percentuale complessiva di non conoscenza dei servizi si trova in provincia di **Ascoli Piceno**. Il pubblico **maschile** mostra un grado leggermente superiore di non conoscenza delle fonti rispetto a quello femminile. La differenza però più consistente si dimostra rispetto all'età. La **fascia sotto i 35 anni**, e in special modo quella sotto i 25, sono quelle che **meno conoscono** le suddette fonti. Questo dato dimostra in primo luogo come l'utilizzo di servizi informativi online, soprattutto rivolti a un campo specifico come quello dello spettacolo dal vivo, sia ormai trasversale fra le varie fasce di età; il loro impiego non è più dipendente da barriere di ingresso date da una competenza puramente tecnica. In secondo luogo, si tratta di un indicatore di come sia necessario indagare con maggiore precisione i processi di approvvigionamento informativo dei più giovani. Altro dato d'interesse da rilevare è come la **conoscenza** delle fonti sia **più bassa** fra chi ha un **titolo post-**

laurea e fra il pubblico intercettato in spettacoli di **teatro contemporaneo, musica classica** e **lirica**, generi considerati solitamente come maggiormente specialistici. Questo dato potrebbe indicare come un certo tipo di pubblico esperto possa ricorrere maggiormente a fonti informative basate sulle proprie reti personali piuttosto che a servizi dedicati. A sostegno di tale ipotesi vediamo ad esempio come chi svolge attività legate allo spettacolo dal vivo a livello professionale tenda a rispondere "lo conosco ma non lo utilizzo" con una frequenza più alta (Tabella 50). Si può quindi ipotizzare che si tratti di servizi utilizzati da un pubblico **interessato** allo spettacolo dal vivo, ma **non necessariamente di insider** del settore.

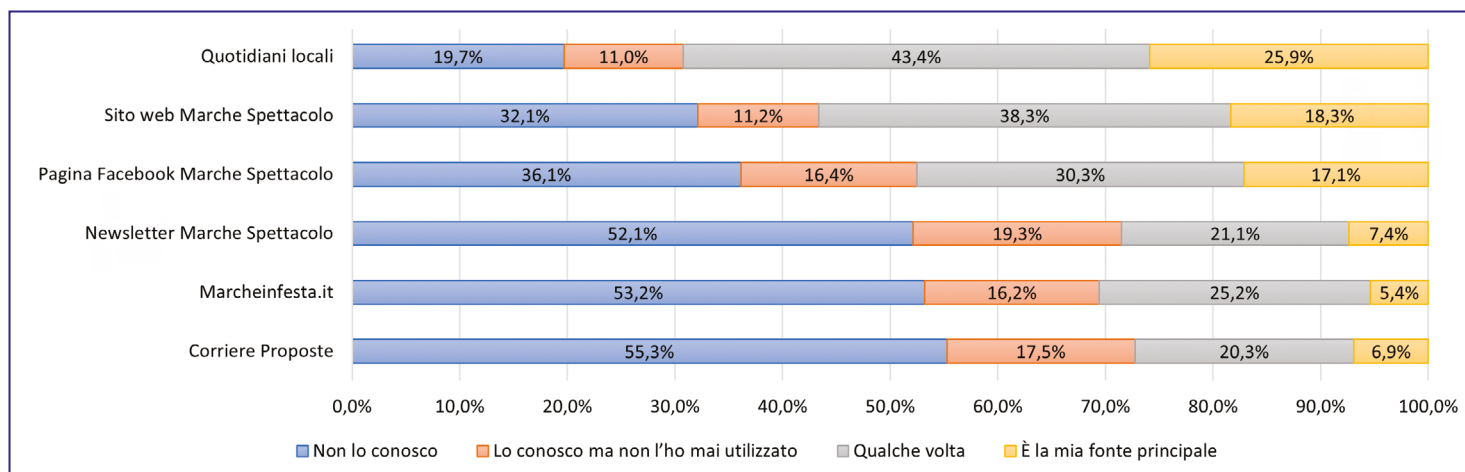


Figura 18 Utilizzo delle fonti informative sullo spettacolo nelle Marche

	SITO WEB MARCHE SPETTACOLO		PAGINA FACEBOOK MARCHE SPETTACOLO		NEWSLETTER MARCHE SPETTACOLO		MARCHEINFESTA.IT		CORRIERE PROPOSTE		QUOTIDIANI LOCALI	
	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato
<i>Concerto di musica leggera / rock / jazz</i>	22,8%	10,8%	23,6%	20,0%	40,1%	25,4%	42,7%	19,1%	46,7%	21,1%	18,5%	13,4%
<i>Danza</i>	33,0%	5,9%	40,0%	10,3%	58,5%	15,1%	56,5%	16,8%	62,4%	16,6%	26,5%	7,9%
<i>Musica classica</i>	29,6%	17,1%	37,9%	22,2%	52,2%	18,3%	59,3%	18,6%	66,7%	14,5%	18,3%	13,1%
<i>Opera lirica</i>	39,7%	15,2%	45,3%	17,9%	59,3%	18,1%	53,7%	16,6%	46,1%	16,8%	21,4%	11,4%
<i>Spettacolo pop</i>	36,5%	11,3%	39,0%	12,3%	54,6%	19,3%	55,3%	15,9%	54,8%	17,8%	19,9%	13,4%
<i>Teatro contemporaneo</i>	41,5%	9,1%	44,9%	12,1%	58,2%	16,1%	57,7%	11,8%	60,7%	15,2%	23,4%	9,8%
<i>Teatro di prosa</i>	27,9%	10,2%	30,4%	18,1%	48,8%	20,1%	52,5%	15,4%	54,5%	18,5%	14,5%	8,7%
<i>Pubblico femminile</i>	30,4%	10,8%	33,9%	16,4%	50,7%	20,6%	50,2%	17,1%	54,1%	18,8%	18,3%	10,8%
<i>Pubblico maschile</i>	36,4%	12,2%	41,3%	17,2%	55,4%	17,1%	61,2%	14,1%	58,0%	15,3%	22,2%	11,5%
<25	49,0%	18,3%	44,8%	20,1%	67,3%	20,0%	63,1%	16,8%	66,7%	20,0%	33,6%	23,0%
25-34	37,8%	12,0%	34,6%	13,2%	56,4%	22,0%	52,6%	16,7%	62,8%	21,2%	25,0%	14,7%
35-44	34,8%	11,2%	34,9%	12,9%	52,5%	21,6%	50,3%	16,0%	55,2%	17,0%	21,2%	12,3%
45-54	27,9%	11,4%	34,2%	19,3%	50,0%	18,6%	52,1%	17,4%	50,4%	19,7%	14,8%	9,4%
55-64	27,0%	7,0%	37,6%	16,8%	47,5%	17,4%	54,0%	15,2%	54,6%	12,6%	16,4%	5,7%
> 64	27,1%	12,6%	35,8%	19,1%	43,9%	17,4%	57,4%	14,9%	47,1%	15,5%	15,6%	8,9%
<i>Livello professionistico</i>	23,3%	12,1%	27,3%	14,5%	39,3%	25,2%	59,8%	18,7%	49,1%	20,5%	25,9%	12,9%
<i>Livello amatoriale</i>	34,2%	11,9%	32,1%	16,9%	55,4%	15,6%	54,0%	12,8%	56,8%	16,2%	22,4%	11,5%
<i>Nessuna attività</i>	32,6%	11,0%	38,3%	16,4%	53,0%	19,8%	52,8%	16,6%	55,7%	17,3%	18,6%	10,6%
<i>Non laureato</i>	30,7%	11,8%	31,6%	16,1%	51,4%	19,3%	49,8%	18,0%	53,7%	19,2%	19,3%	13,1%
<i>Laureato</i>	30,7%	11,3%	37,7%	18,4%	51,4%	19,3%	53,1%	15,0%	54,4%	16,6%	18,2%	9,7%
<i>Titolo post-laurea</i>	40,2%	9,4%	44,9%	11,7%	59,0%	16,7%	62,9%	12,9%	61,8%	15,1%	22,1%	9,2%
<i>Ancona</i>	24,1%	11,8%	31,4%	19,1%	46,2%	21,6%	42,5%	18,6%	52,0%	14,8%	17,2%	12,8%
<i>Ascoli Piceno</i>	40,6%	8,7%	42,1%	14,4%	58,2%	18,0%	63,6%	15,0%	63,6%	15,5%	18,9%	6,8%
<i>Fermo</i>	27,7%	10,9%	26,9%	18,7%	51,9%	23,1%	44,2%	16,2%	26,2%	25,0%	12,6%	12,0%
<i>Macerata</i>	29,3%	13,1%	33,7%	13,0%	43,8%	21,9%	50,0%	15,8%	45,7%	21,0%	14,4%	11,9%
<i>Pesaro e Urbino</i>	30,7%	11,6%	33,0%	18,7%	52,5%	17,6%	58,3%	15,8%	68,9%	19,4%	17,0%	9,7%

Tabella 50 Percentuale di chi non conosce e chi non ha mai utilizzato le fonti informative per tipologia di pubblico intercettato,

Per capire invece il grado di fruizione degli eventi dal vivo degli **utilizzatori** dei servizi, si è confrontato chi ha risposto “è la mia fonte principale” con gli indici di frequentazione e di evasione/impegno (Tabella 51). Chi utilizza la **newsletter Marche Spettacolo** come fonte principale mostra un **livello più alto** di frequentazione di eventi e di attitudine verso l’impegno spettatoriale. Segue per livello di esperienza dello spettatore il **Corriere Proposte**. Chi cita i quotidiani locali come fonte principale mostra invece il livello più basso di attività e in particolare di frequentazione di festival/rassegne marchigiane (Tabella 51).

Infine, è stato valutato il grado di **soddisfazione** rispetto all’utilizzo di queste sei fonti. Al rispondente veniva chiesto di indicare il livello di soddisfazione in una scala da 5 (molto soddisfatto/a) a 1 (per nulla soddisfatto/a). Nel complesso tutte le fonti mostrano un grado di soddisfazione più positivo che negativo (Tabella 52). Al primo posto per soddisfazione troviamo il **sito web Marche Spettacolo (3,58)** e a seguire la pagina Facebook Marche Spettacolo (3,49), i quotidiani locali (3,33), la newsletter Marche Spettacolo (3,03), il Corriere Proposte (2,94) e Marcheinfesta.it (2,88). Il gradimento per tutte le fonti tende a salire con l’età e si dimostra più alto nella fascia **45-54** (Tabella 52, Figura 19), eccezione fatta per il sito web Marche Spettacolo e i quotidiani locali, il cui gradimento più alto si trova nella fascia sopra i 64 anni. Chi svolge attività nello spettacolo dal vivo a livello **professionistico** mostra un grado di **soddisfazione** superiore. Rispetto alle province i servizi **Marche Spettacolo** mostrano un gradimento più alto fra i residenti in provincia di **Ascoli Piceno**, il **Corriere Proposte** in provincia di **Fermo**, mentre **Marcheinfesta.it** e i **quotidiani locali** in provincia di **Macerata**.

	INDICE FREQUENTAZIONE STAGIONI	INDICE FREQUENTAZIONE EVENTI DAL VIVO	INDICE FREQUENTAZIONE wEVENTI MARCHIGIANI	INDICE EVASIONE	INDICE IMPEGNO
<i>Sito web Marche Spettacolo</i>	3,9	30,4	4,0	0,8	1,8
<i>Pagina Facebook Marche Spettacolo</i>	3,7	33,0	4,3	1,2	2,0
<i>Newsletter Marche Spettacolo</i>	4,7	35,2	5,2	1,0	2,2
<i>Marcheinfesta.it</i>	3,8	30,1	5,0	1,2	1,8
<i>Corriere Proposte</i>	4,7	34,2	5,3	0,9	2,0
<i>Quotidiani locali</i>	4,0	28,7	3,8	0,9	1,8

Tabella 51 Media indici di frequentazione in relazione ai rispondenti che dichiarano “è la mia fonte principale”

	SITO WEB MARCHE SPETTACOLO	PAGINA FACEBOOK MARCHE SPETTACOLO	NEWSLETTER MARCHE SPETTACOLO	MARCHEINFESTA.IT	CORRIERE PROPOSTE	QUOTIDIANI LOCALI
<i>Media soddisfazione</i>	3,58	3,49	3,03	2,88	2,94	3,33
<25	3,19	3,13	2,28	2,60	2,21	2,99
25-34	3,58	3,53	2,93	2,98	2,86	3,17
35-44	3,52	3,57	2,93	2,70	2,83	3,24
45-54	3,64	3,61	3,22	3,04	3,10	3,45
55-64	3,62	3,32	3,11	2,95	3,04	3,34
> 64	3,70	3,53	3,39	2,79	3,16	3,58
<i>Livello professionistico</i>	3,73	3,66	3,12	2,95	3,15	3,27
<i>Livello amatoriale</i>	3,64	3,63	2,92	2,75	2,77	3,18
<i>Nessuna attività</i>	3,56	3,43	3,06	2,91	2,96	3,38
<i>Ancona</i>	3,57	3,38	3,07	2,88	2,89	3,15
<i>Ascoli Piceno</i>	3,68	3,68	3,34	2,83	2,72	3,42
<i>Fermo</i>	3,46	3,49	2,74	2,83	3,28	3,42
<i>Macerata</i>	3,62	3,55	3,15	3,03	3,10	3,50
<i>Pesaro e Urbino</i>	3,55	3,48	2,88	2,78	2,44	3,32

Tabella 52 Grado di soddisfazione rispetto al servizio (5=molto soddisfatto, 1=per nulla soddisfatto) per età, attività legata allo spettacolo dal vivo e provincia di residenza

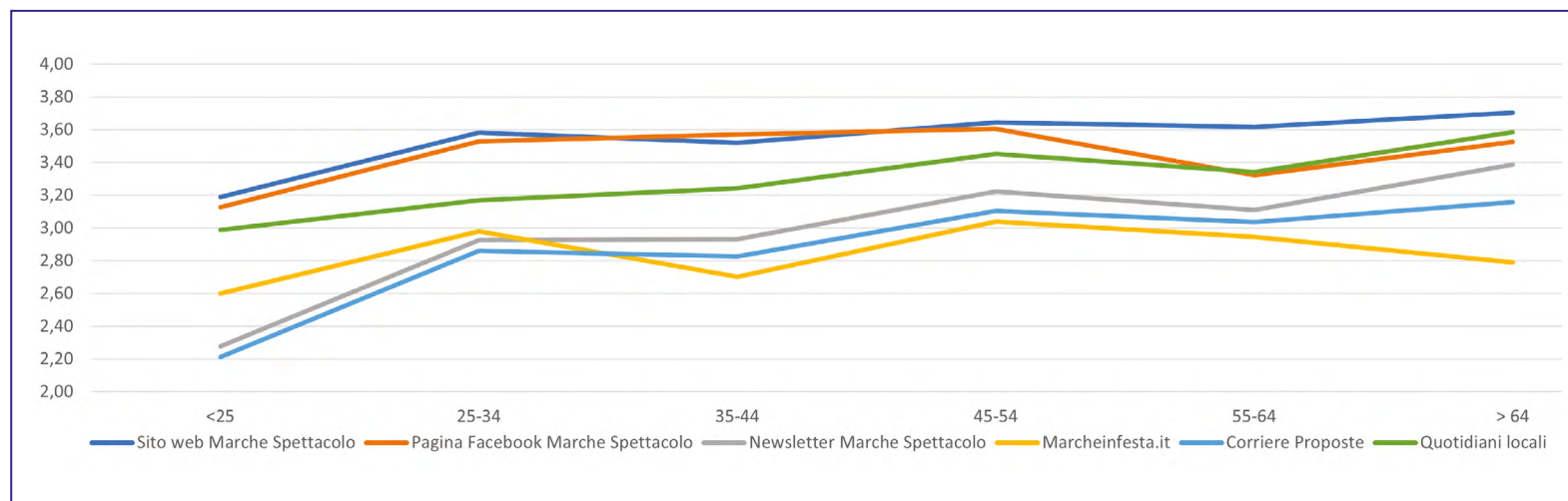


Figura 19 Grado di soddisfazione medio delle fonti d'informazione per fasce d'età

Durante la prima fase della ricerca del progetto B.Art sono stati prodotti 19 report sul pubblico specifico di alcuni degli eventi in cui si è svolta la somministrazione. Questi eventi sono stati scelti fra quelli in cui il numero di questionari raccolti superava il 20% del totale delle presenze della giornata/serata dell'evento. In questo modo è stato possibile restituire un'analisi quanto più rappresentativa dei partecipanti e meno suscettibile da errori di campionamento dovuti all'alta incidenza dell'auto-selezione dei rispondenti, vale a dire dal fatto che venga intercettata solo una porzione non rappresentativa di spettatori particolarmente propensa a compilare il questionario.

In questa sezione del report verranno quindi presentate una serie di **mappe descrittive** del posizionamento di questi 19 pubblici specifici. Al fine di orientare la lettura dei grafici che seguiranno abbiamo inserito una categorizzazione per colore rispetto al genere degli eventi analizzati. Va inoltre specificato che gli eventi *Dante in musica* e *Carmen* presentano una composizione del pubblico scarsamente rappresentativa della consueta programmazione, in quanto l'occasione dell'evento presentava caratteristiche che hanno influenzato la generalizzabilità del campione: lo spettacolo di musica da camera *Dante in Musica* ha registrato un totale di 25 presenze, mentre nel caso di *Carmen* si è trattato di un'anteprima riservata agli under 30.

Osservando il posizionamento degli eventi in base al **sesso** e all'**età** (Figura 20) notiamo come la prevalenza del pubblico femminile sia ancora più marcata per gli eventi di danza e prosa, ma meno forte negli eventi di musica classica. Danza e teatro contemporaneo sono gli eventi che presentano un'età media più bassa; l'età cresce invece per la prosa e la musica classica, fatta eccezione per il concerto di musica da camera di Massimo Quarta e Stefania Redaelli che registra un'età media più in linea con la danza e il teatro contemporaneo. Dal rapporto fra percentuale di **studenti** e percentuale di **pensionati** (Figura 21), emergono alcuni casi interessanti che sfuggono dalla prevedibile proporzionalità inversa fra queste due variabili. Il gospel, la musica da camera e il balletto mostrano una percentuale leggermente sopra la media del campione sia di studenti che di pensionati. Questo dato può essere interpretato come un indice di trasversalità del pubblico oppure come tendenza alla partecipazione di **coppie di nonni e nipoti**.



Opera lirica



Spettacolo pop



Teatro contemporaneo



Teatro di prosa



Concerto leggera rock/jazz



Musica classica



Danza

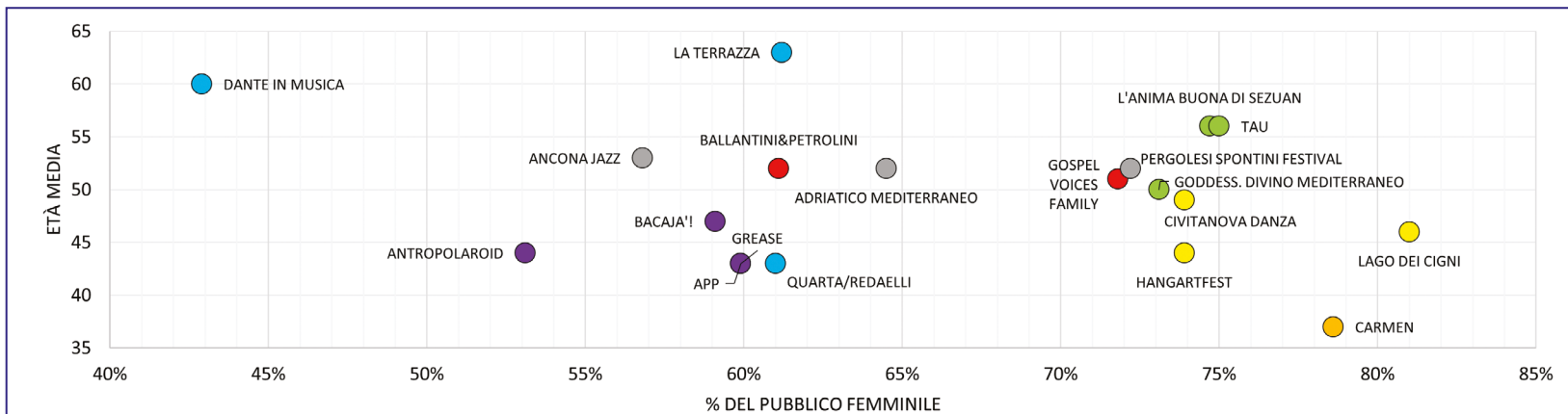


Figura 20 Eventi per età media e % del pubblico femminile

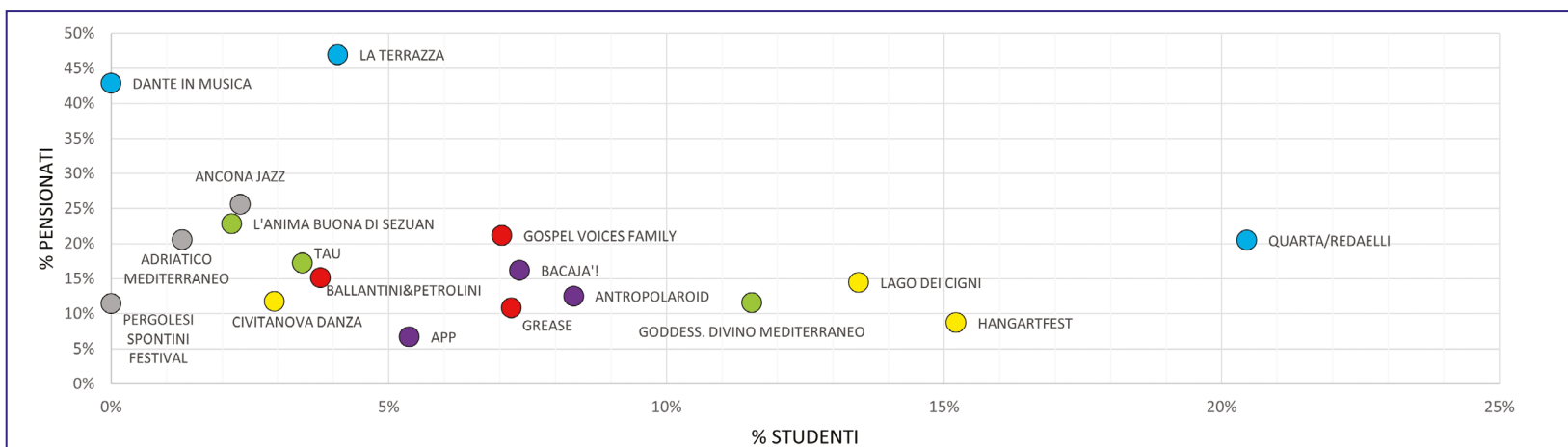


Figura 21 Eventi per % di pensionati e % di studenti

La Figura 22 mostra il rapporto fra la presenza di spettatori che svolgono **lavoro** prevalentemente **intellettuale** (insegnanti, dirigenti, docenti universitari) e spettatori che svolgono lavoro prevalentemente **manuale** (operai, artigiani, operatori domestici). Notiamo una prevalenza marcata del primo gruppo negli eventi di teatro di prosa, ma anche un'interessante presenza sopra la media (9,7%) del secondo gruppo nello spettacolo di prosa di Tau - Teatri Antichi. Superano inoltre la media del campione in termini di presenza di lavoratori manuali il musical *Grease*, lo spettacolo comico della personalità televisiva Dario Ballantini, il balletto *Il lago dei cigni*, il Pergolesi Spontini Festival, ma anche lo spettacolo di teatro contemporaneo *Antropolaroid*.

L'esame della **provenienza del pubblico** (Figura 23) non sembra mostrare una relazione visivamente apprezzabile con il genere dell'evento. Basti osservare come due eventi dedicati alla danza moderna e contemporanea Civitanova Danza e Hangartfest si dimostrino agli antipodi per rapporto fra pubblico cittadino e pubblico da fuori provincia. Nel complesso la maggior parte degli eventi presenta un pubblico **prevalentemente locale**, più del 45% del quale residente nella stessa città dell'evento. Alcuni valori anomali, come la quasi totalità del pubblico da fuori provincia di *Goddess. Divino Mediterraneo*, si devono a una componente geografica, essendosi svolto quest'ultimo nel comune di Campofilone a cavallo fra le province di Fermo e Ascoli Piceno.

Guardando al grado d'**istruzione** e alla presenza di **professionisti** dell'ambito dello spettacolo (Figura 24), troviamo come teatro contemporaneo e prosa mostrino una presenza sopra la media di laureati, con il picco nel caso de *L'anima buona di Sezuán* di Bertold Brecht con Monica Gueritore. Percentuale più bassa di laureati si ha per gli spettacoli pop e per la danza non contemporanea. La presenza più alta di professionisti dello spettacolo si riscontra nei casi della danza, del teatro contemporaneo – dato in linea con quanto riscontrato da precedenti ricerche (Gemini, Brilli 2018) – e del concerto *Dante in Musica* dei Solisti dell'Accademia Lirica di Osimo. L'area della **laurea** (Figura 25) è prevalentemente umanistica per quanto riguarda danza e teatro contemporaneo. A mostrare una presenza nettamente maggiore alla media di laureati in discipline scientifiche sono i concerti e gli spettacoli pop, soprattutto per quanto riguarda lo spettacolo di Dario Ballantini.

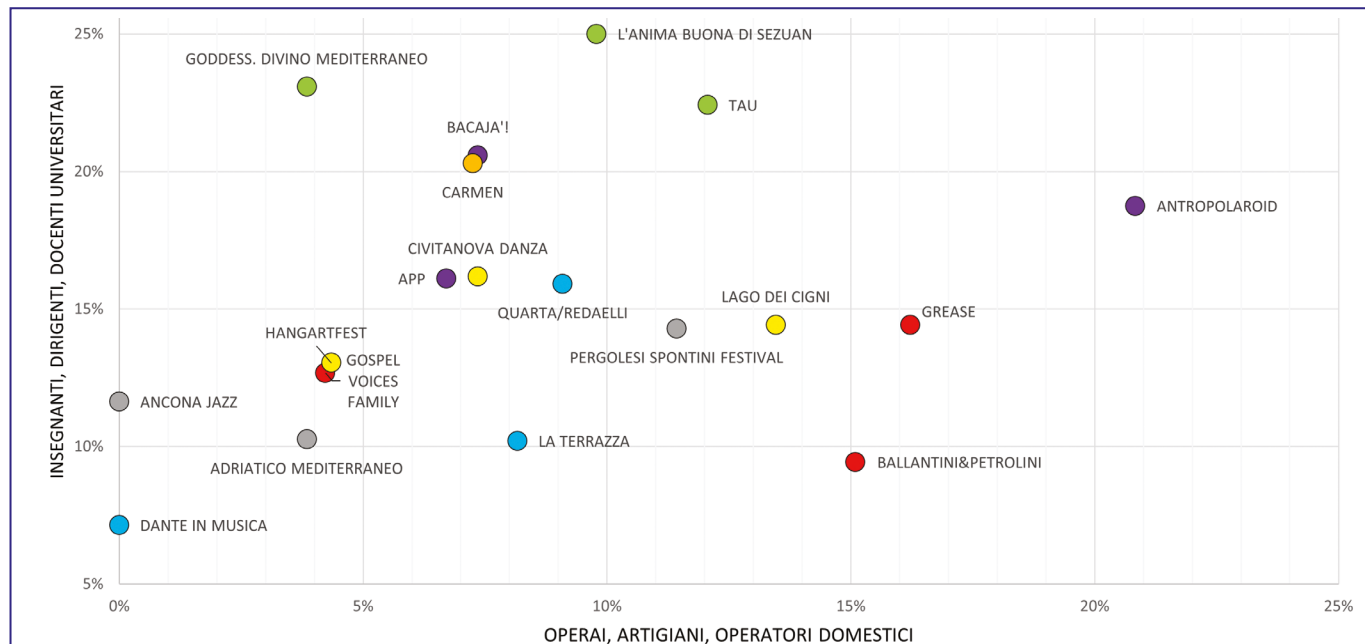


Figura 22 Eventi per % di insegnanti, dirigenti e docenti universitari e % di operai, artigiani e operatori domestici

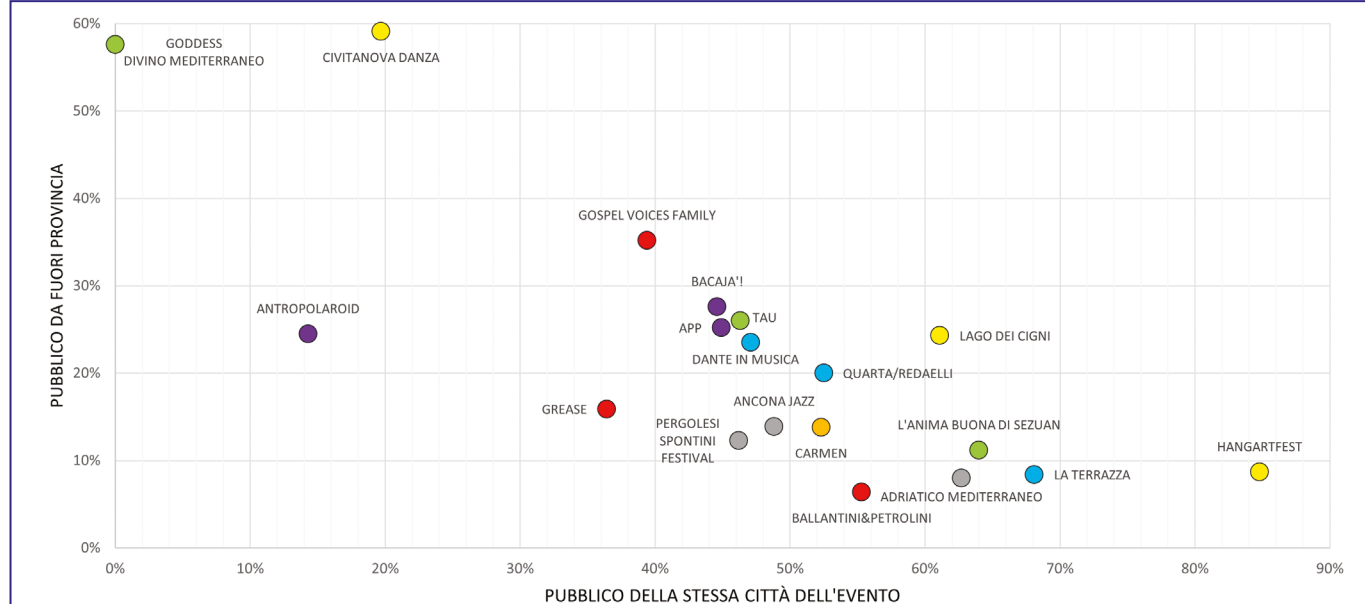


Figura 23 Eventi per provenienza del pubblico: pubblico della stessa città dell'evento vs. pubblico da fuori provincia

- Opera lirica
- Spettacolo pop
- Teatro contemporaneo
- Teatro di prosa
- Concerto leggera rock/jazz
- Musica classica
- Danza

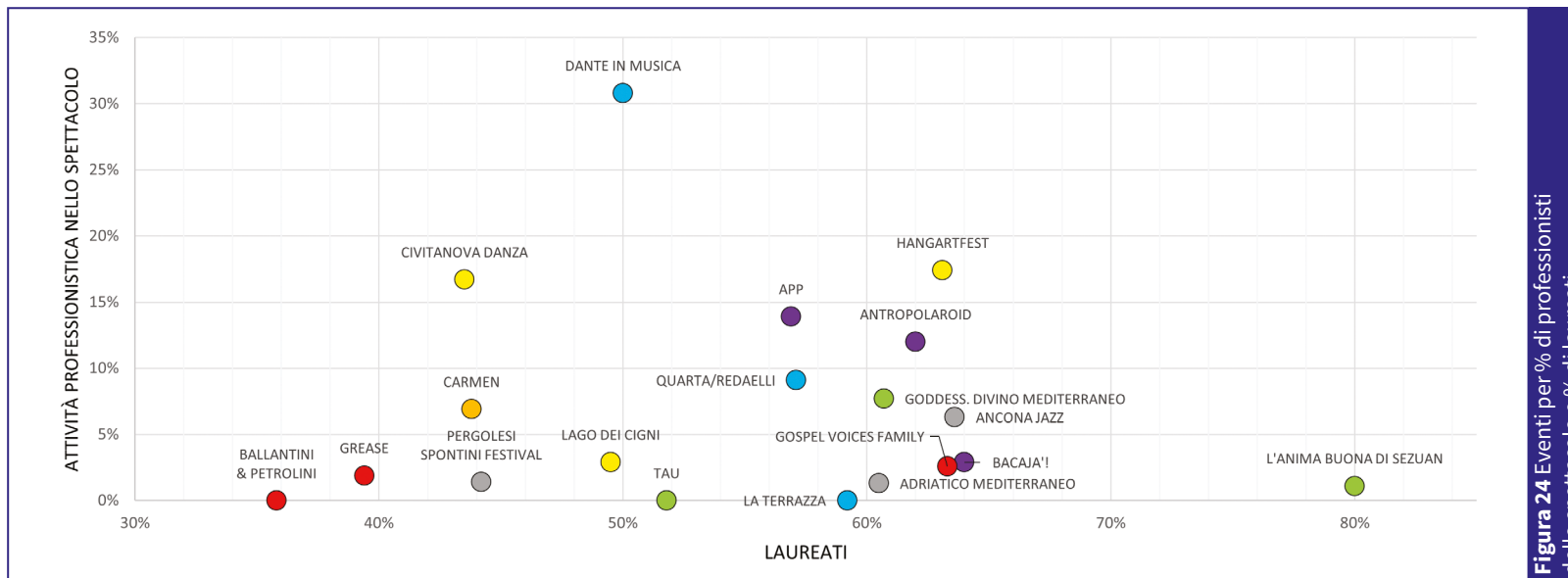


Figura 24 Eventi per % di professionisti dello spettacolo e % di laureati

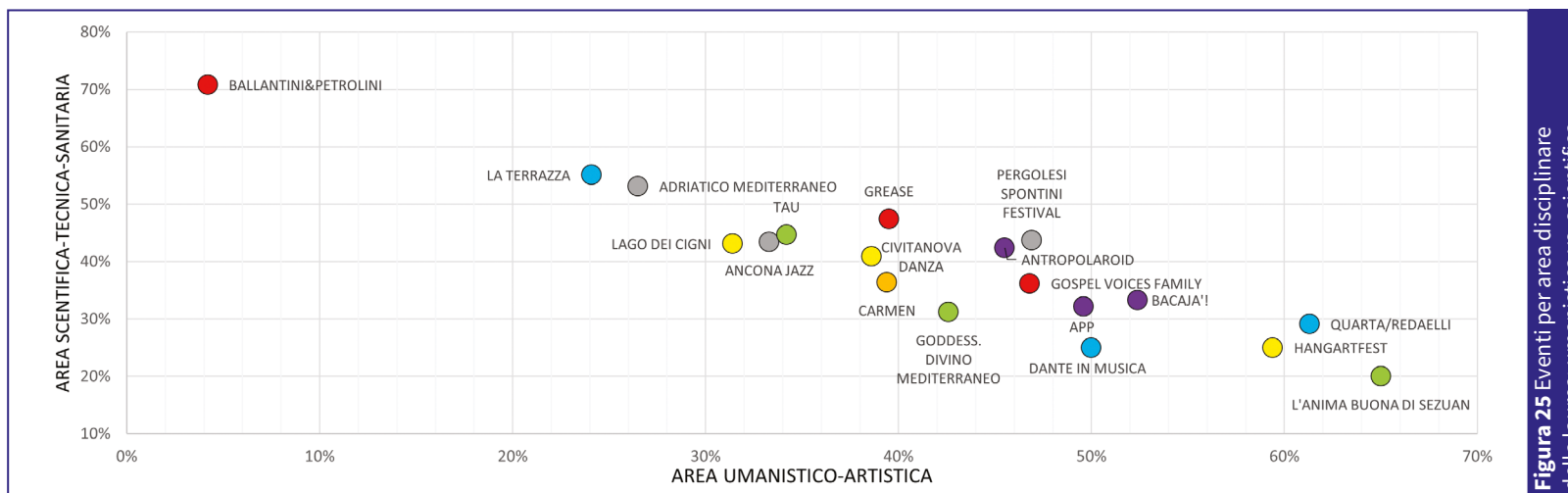


Figura 25 Eventi per area disciplinare della laurea: umanistica vs. scientifica

Oltre alle caratteristiche socio-demografiche dei pubblici degli eventi si è voluto analizzare anche il rapporto con gli indici di **frequentazione degli spettacoli** e gli indici dell'**atteggiamento verso lo spettacolo** precedentemente introdotti. Rispetto alla frequentazione degli eventi marchigiani (Figura 26) mostrano una frequentazione superiore alla media il pubblico degli eventi

di danza, jazz e musica etno/world/folk. Spettacoli pop e balletto mostrano invece un pubblico meno attivo. Interessante notare come il pubblico del festival Hangartfest si riveli sia come un pubblico molto locale che come un pubblico tendenzialmente molto attivo.

Il rapporto con gli indici riguardanti le **attitudini** verso lo spettacolo dal vivo disegna invece una **mappa piuttosto chiara** della relazione fra generi e propensioni dello spettatore (Figura 27). Sulla destra troviamo infatti un'area con un alto indice di evasione e un medio indice di impegno dove si posizionano gli eventi pop e il balletto. Nell'area in basso troviamo gli eventi di musica, che mostrano un basso livello di accordo con entrambi gli indici, interpretabile come una distanza sia dall'eccesso di sperimentazione, sia dall'eccesso di fruizione disimpegnata. In alto sulla sinistra vediamo invece un raggruppamento fatto da teatro contemporaneo, danza moderna/contemporanea, jazz e musica etno/world/

folk. Questo spazio è definito da un grado molto alto di impegno e un grado molto basso di evasione. Rispetto a questa distribuzione gli eventi di prosa occupano una posizione poco netta: Tau e *L'anima buona di Sezuán* sono vicini al gruppo che predilige lo spettacolo come svago, mentre *Goddess. Divino Mediterraneo* si posiziona agli antipodi. È importante ricordare a tal riguardo che quando parliamo di "pubblico della prosa" o "pubblico del contemporaneo" ci riferiamo sempre ad una semplificazione che rischia di suggerire l'esistenza di tali pubblici come aggregati omogenei.

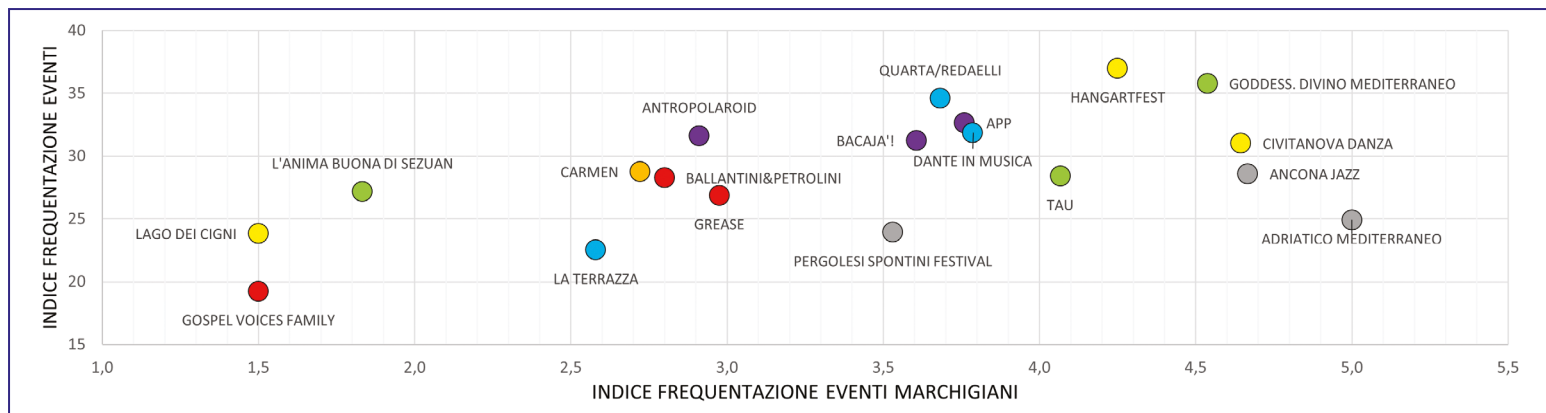


Figura 26 Eventi per indice di frequentazione degli eventi dal vivo vs. indice di frequentazione degli eventi marchigiani

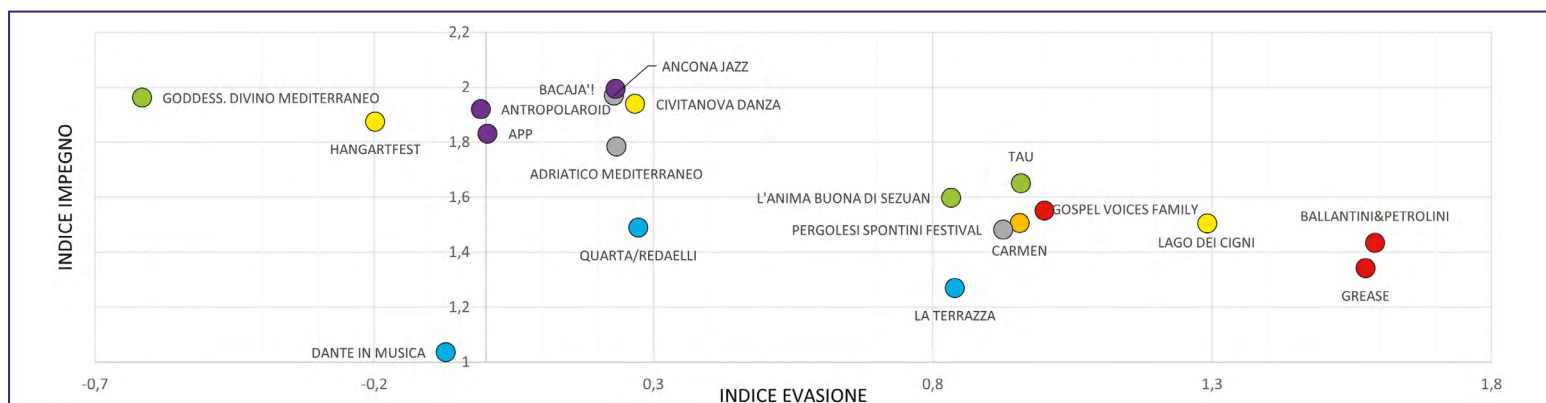


Figura 27 Eventi per indice impegno vs. indice evasione



Opera lirica



Spettacolo pop



Teatro contemporaneo



Teatro di prosa



Concerto leggera rock / jazz



Musica classica



Danza

I profili degli spettatori

Sei modelli per capire il pubblico

69

Ogni tentativo di classificazione del pubblico si scontra con una ineliminabile pluralità di esperienze, desideri, piaceri e circostanze da cui scaturisce il comportamento dello spettatore. Quello dello spettatore è inoltre un profilo dinamico, che per definizione cambia nel tempo e muta in relazione alla propria storia di consumo. Ogni tentativo di categorizzare il pubblico dello spettacolo deve quindi partire dalla premessa della sua parzialità. Allo stesso tempo è però necessario che l'osservazione di un fenomeno possa appoggiarsi a punti di riferimento utili per proseguire il processo di comprensione, anche tramite la messa in discussione o la conferma delle ipotesi iniziali. Quelli che qui presentiamo rappresentano perciò degli **idealtipi di spettatori** degli eventi dal vivo, piuttosto che fotografie statistiche di un pubblico empirico. Questi sono cioè da intendere come modelli per l'osservazione e per la progettazione di iniziative rivolte ai pubblici, utili per tenere in considerazione la molteplicità di aspirazioni e gratificazioni che gli spettatori ricercano e rivolgono allo spettacolo dal vivo.

I profili di spettatori individuati sono stati ottenuti a partire da una analisi dei cluster (analisi che studia la ricorrenza in un campione di gruppi di casi con caratteristiche simili) che ha preso in considerazione le variabili socio-demografiche più rilevanti e le attitudini verso lo spettacolo. Da questa analisi sono stati ricavate sei "personalità"

di fruitori dello spettacolo dal vivo: **impegnati, sperimentatori, conservatori, esperienziali, spensierati e gaudenti**. Questi profili sono posizionabili in uno spazio bidimensionale costruito dall'intersezione di due assi (Figura 28): l'asse **tradizione contro innovazione** e l'asse **concretezza contro sogno**. Il primo asse descrive il posizionamento dello spettatore fra la preferenza di forme spettacolari tradizionali, conosciute, tipiche, e la preferenza per forme spettacolari sperimentali, contemporanee, capaci di generare novità. Il secondo asse delinea invece il posizionamento dello spettatore fra la predilezione per spettacoli che dialogano con la realtà concreta e che affrontano problemi sociali e la predilezione di spettacoli che soddisfano la voglia di evasione, svago e intrattenimento. Osserviamo quindi i sei profili più nello specifico, tenendo a mente che le caratteristiche elencate hanno un carattere "tendenziale", definiscono cioè i tratti che quel tipo di pubblico tende ad avere con più probabilità, senza escludere che vi siano spettatori simili per benefici ricercati nello spettacolo ma con differenti profili socio-demografici.

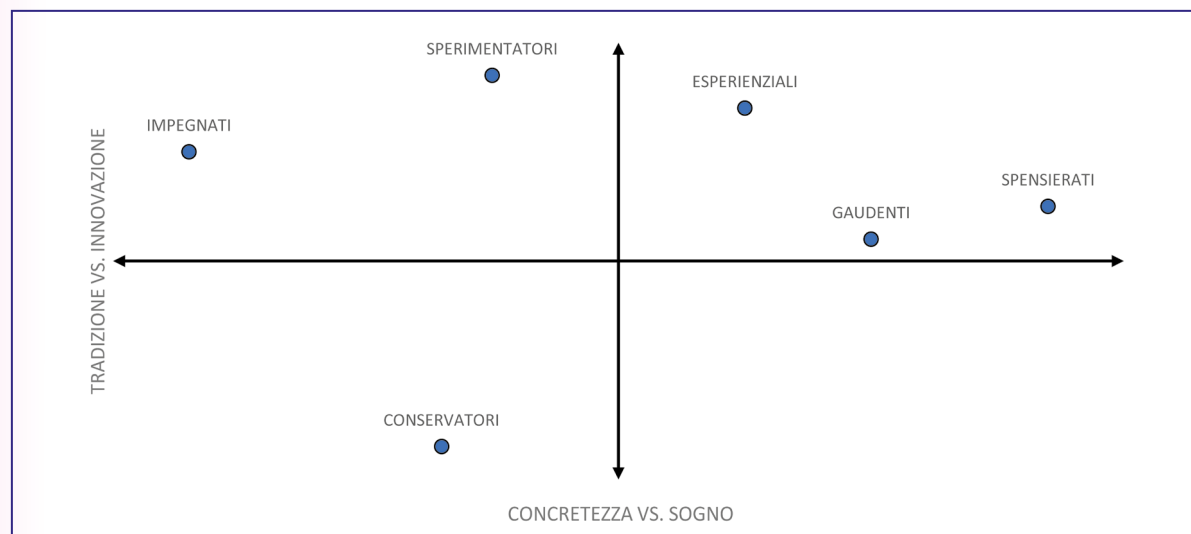


Figura 28 | sei profili di spettatori

Il primo segmento è quello degli **impegnati**. Gli impegnati preferiscono spettacoli che siano innovativi dal punto di vista formale ma anche capaci di affrontare i problemi della quotidianità. Questo tipo di spettatori non disdegna l'attribuzione all'arte di finalità sociali, come la messa in discussione di valori e visioni dominanti. Partecipare ad uno spettacolo è quindi visto più come un'occasione di arricchimento e riflessione piuttosto che di evasione dai problemi della vita quotidiana. Questo segmento presenta una più alta percentuale di **maschi** nella fascia di età **35-59**. Non sono necessariamente laureati e svolgono prevalentemente un tipo di lavoro **impiegatizio**. Gli impegnati frequentano eventi con una intensità sopra la media, ma non svolgono attività inerenti allo spettacolo dal vivo. Il **17%** del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

Gli **sperimentatori** sono il segmento che preferisce maggiormente l'innovazione e la libertà espressiva. Rispetto agli impegnati lo spettacolo è visto più come un tramite per entrare in contatto con nuove forme estetiche piuttosto che come commento alla realtà. Amano le espressioni artistiche trasgressive, anche quando comportano il dover fare esperienze sgradevoli o provanti. Fra gli sperimentatori sono prevalenti i **maschi sotto i 35 anni** di età. Molti di questi sono **studenti universitari** e talvolta

hanno svolto **attività relative allo spettacolo** a livello amatoriale, frequentando corsi e laboratori. Il profilo degli sperimentatori è meno numeroso del precedente; il **5%** del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

I **conservatori** rappresentano il profilo più distante da quello degli sperimentatori. Non amano spettacoli troppo innovativi o provocatori. Non disdegnano l'impegno e la riflessione quando vanno a teatro o quando seguono un concerto, ma preferiscono generi e stili riconoscibili. Non vedono lo spettacolo come uno strumento di evasione. Fra i conservatori sono prevalenti i **maschi sopra i 60 anni, laureati** e tendenzialmente **pensionati**, non svolgono attività legate allo spettacolo. Il **7%** del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

Gli **esperienziali** non hanno una direzione univoca in ciò che cercano da uno spettacolo, ma inseguono invece una varietà di esperienze. Possono amare eventi ad alto contenuto di sperimentazione e spettacoli più tradizionali basati sull'intrattenimento. Amano sia la riflessione che l'abbandonarsi a viaggi verso mondi distanti dalla vita di tutti i giorni. Preferiscono essere con gli amici quando partecipano a un evento, prediligendo quindi l'esperienza condivisa piuttosto che individuale. Sono prevalentemente donne sotto i 35 anni, molte delle quali studentesse universitarie e che hanno partecipato talvolta a laboratori artistici. Il **14%** del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

Gli **spensierati** sono il segmento che più degli altri cerca nello spettacolo un'occasione di evasione dai problemi di tutti i giorni. Non disdegna necessariamente l'innovazione, ma non ama provare inquietudine o sensazioni sgradevoli quando esce per frequentare un evento. È il segmento che meno ricerca la condivisione dell'esperienza con gli amici, laddove il bisogno di evasione li porta al ricercare esperienze vissute anche individualmente, quale ulteriore occasione di distacco dalle incombenze quotidiane. Sono prevalentemente donne dai 35 ai 59 anni, molte delle quali svolgono la professione di insegnanti, e tendenzialmente non hanno mai svolto attività legate allo spettacolo. Si tratta del segmento più numeroso: il **39%** del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo. Troviamo infine i **gaudenti**, coloro cioè che vedono lo spettacolo principalmente come un'occasione di piacere. Non amano l'eccessiva provocazione e le sensazioni sgradevoli, ma non disprezzano l'innovazione e la riflessione. Per i gaudenti cioè innovazione non significa necessariamente trasgressione, così come l'intrattenimento non è per forza sinonimo di evasione. È il profilo che più di tutti ama essere con altre persone quando partecipa a un evento. Sono tendenzialmente donne sopra i 50 anni, diverse delle quali sono pensionate, e che non hanno mai svolto attività inerenti allo spettacolo dal vivo. Il **16%** del campione è maggiormente rappresentato da questo profilo.

La molteplicità di eventi e pubblici che la presente ricerca ha indagato rende impossibile, oltretanto metodologicamente scorretto, isolare un numero limitato di caratteristiche che possano delineare un profilo complessivo del pubblico dello spettacolo delle Marche. Sin dalle sue prime fasi l'indagine si è posta infatti l'obiettivo di costruire una serie di mappe e strumenti da cui gli operatori potessero trarre osservazioni e interpretazioni informate dalla propria competenza specifica di osservatori sul campo. Tuttavia, proprio per la quantità e

varietà di dati, abbiamo ritenuto necessario fissare alcuni dei principali risultati emersi. A tal fine sono stati prodotti 27 nodi critici che costituiscono altrettanti *insight* su cui vale la pena soffermarsi e, possibilmente, continuare ad indagare.

— **Il pubblico dello spettacolo è eterogeneo, ma non comprende l'intera popolazione:** sebbene vi sia una notevole varietà demografica e attitudinale all'interno del pubblico intercettato, emerge però anche la scarsa presenza di persone sotto i 25 e i sopra i 75 anni, nonché di operai e disoccupati. Nonostante la varietà degli spettacoli indagati, il campione mostra livelli di istruzione – soprattutto nell'area umanistica – e di consumo culturale ben sopra la media.

— **Il pubblico nelle Marche è principalmente pubblico delle Marche:** oltre al fatto che il 90,8% del pubblico intercettato risiede nelle Marche, più della metà (58%) del pubblico proveniente da fuori regione non è venuto appositamente per lo spettacolo ma si trovava in zona per altri motivi.

— **Buone le prospettive di comparazione, tranne che per il pubblico dei concerti:** il confronto fra dati raccolti e l'analisi delle rilevazioni precedenti mostra profili sociodemografici dei pubblici sufficientemente coerenti per cominciare ad attuare un maggior lavoro comparativo fra ricerche. Fa eccezione il campo dei concerti di musica non-classica, troppo sfaccettato per continuare ad essere definito per differenza sotto un'unica etichetta ombrello.

— **Gli spettatori delle performing art non snobbano eventi più popolari:** i pubblici delle arti dal vivo non vivono in una torre d'avorio, ma frequentano anche feste cittadine, sagre ed eventi sportivi.

— **Esistono famiglie di eventi, ma non sono chiuse ermeticamente:** emergono tre gruppi di eventi frequentati insieme in maniera ricorrente: 1) teatro di prosa, danza, concerti di musica leggera/rock/jazz, 2) teatro di prosa, concerti di musica classica e opera lirica, 3) concerti di musica leggera/rock/jazz, dj-set, feste cittadine/sagre ed eventi sportivi. Non parliamo però di gruppi a chiusura stagna. Concerti e recital letterari sono ad esempio eventi frequentati da persone con consumi spettatoriali molto differenti.

— **Gioventù e apertura al contemporaneo più rilevanti dell'istruzione sulla propensione a seguire molti eventi:** il grado più alto di frequentazione di eventi differenti, sia popolari che meno, si ritrova fra i giovani (sotto i 35 anni) e fra gli amanti del contemporaneo. Il grado di istruzione appare invece come una

variabile meno influente su questa propensione. Un indice più alto di frequentazione degli eventi si riscontra fra gli amanti di generi che combinano novità e ricerca senza per forza essere generi "colti", come ad esempio l'elettronica, la rap/trap, il circo e il teatro contemporaneo. Il più basso, invece, fra gli amanti di generi classico-popolari come l'operetta, il musical e la musica corale.

— **L'elettronica è il genere musicale che aggancia maggiormente gusti distanti:** la preferenza per la musica elettronica si accompagna a preferenze molto dissimili fra loro, collegando generi distanti come l'avanguardia e la musica trash/revival. Fra le espressioni teatrali, sebbene in misura minore, mostrano una simile funzione di collegamento fra generi popolari e di ricerca la prosa, la lirica e il musical.

— **L'interesse per il contemporaneo travalica la preferenza per la forma specifica di performance:** fra teatro contemporaneo e danza contemporanea c'è una correlazione più forte che fra il primo e il teatro di prosa e la seconda e la danza moderna e classica. L'interesse per il campo della performance contemporanea prescinde quindi parzialmente dalla forma canonizzata in cui tale ricerca si declina.

— **Consumi culturali/mediali ed eventi dal vivo:** un alto grado di frequentazione degli eventi tende a legarsi anche a consumi culturali/mediali più forti, fatta eccezione per la radio e la televisione, che chi frequenta molti eventi ascolta o guarda saltuariamente, senza però evitarle del tutto. Fra i frequentatori più forti di cinema troviamo gli spettatori della danza e del teatro contemporaneo.

— **La relazione fra pubblici e media utilizzati più frequentemente suggerisce possibili indizi per la gestione delle informazioni:** fra il pubblico della prosa troviamo chi legge quotidiani più frequentemente, quello del teatro contemporaneo mostra un utilizzo più elevato dei social network, mentre radio e televisione sono più seguiti dal pubblico intercettato negli spettacoli pop.

— **Lo spettacolo è un veicolo di riflessione, ma solo alcuni sono poi pronti ad abbandonare la propria zona di comfort:** la maggior parte del pubblico è d'accordo nel considerare lo spettacolo dal vivo come un momento di riflessione. Si nota inoltre un generale consenso favorevole verso l'innovazione e la messa in discussione delle visioni dominanti. A spaccare però le opinioni è la possibilità che lo spettacolo possa produrre sensazioni non piacevoli.

— **Più disposti verso l'impegno le fasce di età medio-giovani e i laureati:** si riscontra un indice d'impegno superiore alla media fra chi ha fra i 24 i 44 anni, fra chi possiede una laurea e fra chi ha svolto qualche tipo di attività legata alle *performing art*. Non solo chi ha un'età avanzata, ma anche i giovanissimi sono meno propensi ad esporsi a situazioni sfidanti quando frequentano spettacoli dal vivo. Si può quindi ipotizzare come questa attitudine dipenda da una combinazione fra dinamismo e accumulo di esperienze spettatoriali.

— **Dirigenti e operai uniti nell'evasione:** sia fra professioni a forte prevalenza intellettuale – dirigenti, professori, medici – sia fra professioni dove è prevalente il lavoro manuale – operai, artigiani, lavoratori domestici – si nota una tendenza a vivere lo spettacolo come svago ed evasione. Staccare dalla routine quotidiana appare come la funzione ricercata nello spettacolo che più accomuna gruppi sociali differenti.

— **Alcuni generi incontrano sia la ricerca dell'impegno che quella dell'evasione:** fra i generi più sperimentali-contemporanei, amati da chi mostra un alto indice di impegno, e i generi tradizionali-popolari, amati da coloro con un alto indice di evasione, troviamo generi come il teatro ragazzi, la stand-up comedy e la musica rap/trap amati soprattutto da chi sposa entrambe le attitudini.

— **Preferiscono frequentare eventi con gli amici più i giovani e i maturi:** essere con gli amici quando si va a vedere uno spettacolo è una preferenza espressa più dagli under 25 e dagli over 64 rispetto alle fasce di età intermedie. Si tratta inoltre di una preferenza più forte fra i pubblici intercettati durante i concerti che fra quelli incontrati per eventi di teatro e danza.

— **Timida la tendenza a muoversi fra i festival del territorio marchigiano:** nonostante quello intercettato sia un pubblico attivo, la partecipazione a festival e rassegne nelle Marche appare modesta. Più di un quarto non ne ha mai frequentato alcuno fra quelli in lista e il 58% non conosce i due terzi degli eventi. Dopo la mancata conoscenza è l'eccessiva distanza la motivazione più citata per la non partecipazione.

— **La ricerca di evasione non favorisce la mobilità quanto l'attitudine all'impegno:** il livello di frequentazione di festival e rassegne del territorio è più forte fra chi ricerca l'impegno, ma non fra chi ricerca l'evasione. Inoltre, a differenza della frequentazione degli eventi in generale, a partecipare a festival e rassegne sono più gli spettatori della fascia 35-44 e meno i più giovani. La mobilità fra festival e rassegne non dipende solo da una mancanza di vincoli, ma richiede anche una maggiore "maturazione" spettatoriale.

— **Ci si sposta di più per il contemporaneo:** gli eventi territorialmente non contigui che tendono ad essere frequentati insieme sono più spesso di teatro e danza contemporanei. Il fatto che la rassegna musicale Klang, inoltre, risulti particolarmente frequentata dai pubblici di questi generi, dà adito a un ragionamento sulle possibili sinergie.

— **Scarsa frequentazione delle stagioni da parte dei giovani:** le stagioni dei teatri di riferimento mostrano in generale una frequentazione abbastanza contenuta (quasi un quarto del campione non ha mai preso parte ad alcun tipo di stagione), soprattutto però per quanto riguarda gli under 35. C'è quindi una fascia di pubblico giovanile attiva nel consumo di eventi ma poco intercettata dalle stagioni. Inoltre, nella partecipazione alle stagioni è più marcata la differenza fra laureati e non.

— **La domanda per certi generi non incontra le stagioni:** più della metà di chi ama cabaret/stand-up comedy e teatro dialettale/amatoriale non ha mai frequentato stagioni teatrali nel territorio di riferimento; lo stesso per quanto riguarda gli amanti dei generi pop/leggera ed etnica/world/folk rispetto alle stagioni musicali.

— **Il tempo manca più per le stagioni che per i festival:** nonostante siano maggiormente distribuite durante l'anno, la mancanza di tempo come motivazione alla non partecipazione è più citata per le stagioni che per i festival. Può darsi che sia perché si decide di dedicare più tempo allo spettacolo in estate che durante l'anno, ma anche perché la fissità degli orari degli spettacoli nelle stagioni potrebbe escludere certe porzioni di pubblico.

— **I più giovani usano meno le fonti informative online dedicate allo spettacolo:** l'età non rappresenta un ostacolo all'uso delle fonti online, sono anzi proprio gli under 35 ad impiegarle meno. Anche il gradimento per i servizi tende ad essere più elevato nelle fasce di età più mature.

— **Le fonti informative dedicate allo spettacolo appaiono più per interessati che per insider:** chi ha svolto attività legate alle *performing art* mostra un grado di utilizzo dei servizi informativi in linea – e a volte persino inferiore – rispetto a chi non ha mai svolto suddette attività. Tale dato può essere corroborato dal loro utilizzo più basso fra il pubblico del contemporaneo, il quale tende a presentare un'alta percentuale di addetti al settore. Può darsi che giovani e *insider* ricorrano maggiormente all'approvvigionamento informativo da reti personali, digitali e non.

— **Le fonti informative Marche Spettacolo incontrano il gradimento**

maggiore: in particolare il sito web è maggiormente gradito fra gli over 64, mentre pagina Facebook e newsletter nella fascia 45-54.

— **La differenza fra partecipazione locale e non appare scarsamente legata al genere dell'evento:** Civitanova Danza e Hangarfest, eventi vicini per proposta,

mostrano il primo la più alta percentuale di pubblico da fuori provincia e il secondo la più alta percentuale di pubblico dalla stessa città dell'evento.

— **I pubblici degli eventi di prosa sono i più variegati in termini di**

attitudine verso l'evasione: l'accordo con la preferenza per l'evasione cambia molto da un evento teatrale all'altro, più che fra altri generi di spettacolo. Il teatro sembra raccogliere aspettative molto differenti, fra la concretezza e il sogno.

— **Gli idealtipi di pubblico mostrano come impegno ed evasione non siano categorie dicotomiche:** impegnati, sperimentatori, conservatori, esperienziali,

sensierati e gaudenti sono i modelli di spettatore-tipo costruiti dalla ricerca al fine di far riflettere sulla varietà di benefici e bisogni ricercati nello spettacolo dal vivo. Per gli esperienziali, ad esempio, l'apprezzamento per spettacoli che affrontano i problemi sociali e per spettacoli che portano in universi nuovi e lontani dalla quotidianità non sono fra loro in opposizione. Ciò non solo perché si cercano gratificazioni differenti da diverse proposte culturali, ma anche perché lo stesso spettacolo può avere più di una vita: può portare altrove durante il suo svolgimento e, una volta finito, lasciare segni profondi sullo sguardo che applichiamo al mondo.

— BIBLIOGRAFIA

- AA.VV. (2012). *Lo spettacolo dal vivo nelle Marche. I soggetti, gli eventi, i numeri, la storia*, Ancona, Il lavoro editoriale.
- AudienceView & Theatermania (2020). *The Patrons' Perspective: An Overview of the Impact of COVID-19 on the Behavior of Theater-goers*, consultabile al sito: «<https://www.audienceview.com/download/covid-impact-report-2020/>»
- Alessandrini, E. (2017). *Il pubblico della Fondazione Teatro dell'Opera di Roma: dimensioni, dinamiche e caratteristiche*, in «Economia della Cultura», n. 27(1), pp. 101-120.
- Andreasen, A. R., & Belk, R. W. (1980). *Predictors of attendance at the performing arts*, in «Journal of Consumer Research», vol. 7(2), pp. 112-120.
- Arenella, O. e Segre, G. (2019). *Il pubblico della musica classica: innovare l'offerta per ampliare il consumo dei giovani*, in «Quaderni IRCrES», n. 2, pp. 3-18.
- Banks, M. (2020). *The work of culture and C-19*, «European Journal of Cultural Studies», vol. 23(4), pp. 648-654.
- Bakhshi, H., Mateos-Garcia, J., & Throsby, D. (2010). *Beyond Live: Digital Innovation in the performing arts*, NESTA Making Innovation Flourish.
- Bakhshi, H., Humphries, D., Haq, S. (2020). *Digital Culture: Consumption in Lockdown*, a cura di Creative Industries. Policy & Evidence Centre lead NESTA, consultabile al sito: «<https://pec.ac.uk/assets/images/The-PEC-and-the-IPO-cultural-consumption-study-insights-from-the-six-week-study.pdf>».
- Bartoletti, R., Gemini, L., & Brilli, S. (2018). *Il lavoro dello spettatore dal vivo: capitale culturale incorporato ed esperienza. Il caso del pubblico del Rossini Opera Festival*, in «Sociologia della comunicazione», n. 56, pp. 43-64.
- Bartoletti, R., Gemini, L., & Brilli, S. (2018). *Il ROF e il suo pubblico: una storia di legami forti*, consultabile al sito: «https://www.rossinioperafestival.it/contrib/uploads/report_pubblico2018.pdf».
- Battistelli, F., Mariano, F., & Pellegrino, A. (1997). *Il teatro nelle Marche: architettura, scenografia e spettacolo*, Fiesole, Nardini.
- Bortoluzzi, G., Collodi, D., Crisci, F., & Moretti, A. (2006). *Il comportamento del consumatore teatrale: indagine sul pubblico del 'Progetto Jan Fabre 05'*. V Congresso Internazionale "Marketing Trends", Università Ca' Foscari Venezia, 20-21 Gennaio 2006, pp. 1-31.
- Bourdieu, P. (1983). *La distinzione*, Bologna, il Mulino.
- Bourge, M. (2020). *The pandemic's immediate impact on performing arts in Australia*, in «Eye-to-eye Magazine».
- Castelli, A. et al. (2020). *Caro spettatore, come stai?*, consultabile al sito: «https://webzine.theatronduepuntozero.it/wp-content/uploads/2020/07/caro-spettatore-come-stai_racconto-DEF.pdf».
- Comunian, R., & England, L. (2020). *Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy*, «Cultural Trends», n. 29(2), pp. 112-128.
- Conforti, L., Ercole E. (1999). *Il pubblico di un teatro musicale: identità e comportamento. Il pubblico del Teatro Regio di Torino*, in «Quaderni di Ricerca Ires», n. 91, Torino: IRES Piemonte, Istituto di Ricerche Economico-Sociali del Piemonte.
- Creative Scotland (2020). *Covid 19: Public intentions on returning as audience member*, a cura di 56 Degree Insight, consultabile al sito: «https://www.creativescotland.com/__data/assets/pdf_file/0006/84768/Creative_Scotland_Public_intentions_on_returning_as_audience_members.pdf».
- Curti, S. & De Rosa, S. (2020). *Dopo L'intervallo. Ricerca nazionale sul pubblico dello spettacolo dal vivo*, Indigo Ltd e Il Rossetti, consultabile al sito: «https://www.ilrossetti.it/media-download/file-download?filepath=files/5ef5dc668718a.pdf&filename=Report_Dopo%20l%27intervallo%20-%20202.pdf».
- Da Milano, C., & Gariboldi, A. (a cura di) (2019). *Audience Development: mettere i pubblici al centro delle organizzazioni culturali*, Milano, FrancoAngeli.
- Daenekindt, S., & Roose, H. (2017). *Ways of preferring: Distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption*, in «Journal of Consumer Culture», vol. 17(1), pp. 25-45.
- De Biase, F. (a cura di) (2014). *I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, Milano, FrancoAngeli.
- De Biase, F. (2017). *Cultura e partecipazione: Le professioni dell'audience*, Milano, FrancoAngeli.
- De Marinis, M. (1984). *L'esperienza dello spettatore: fondamenti per una semiotica della ricezione teatrale*, Centro internazionale di semiotica e di linguistica Università di Urbino.
- Edelman, K., Hurley, B. & Gangopadhyay, N. (2020). *Digital media trends survey, 14th edition*, a cura di Deloitte's Technology, Media & Telecommunications practice, consultabile al sito: «https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6456_digital-media-trends-covid/DI_Digital-media-trends-14th-edition.pdf».
- Gallup, K. (2020). *COVID-19 publikumsundersøgelse*, a cura di Applaus in collaborazione con Dansk Teater, Rambøll e Morris Hargreaves McIntyre, consultabile al sito: «https://www.applaus.nu/wp-content/uploads/2020/08/COVID-19_Publikumsundersogelse_samlet.pdf».
- Federicultura (2020). *Impresa Cultura. Dal tempo della cura a quello del rilancio*, Roma, Gangemi editore S.p.a.
- Fondazione Fitzcarraldo (2005). *Indagine sul pubblico di Torino Settembre Musica 2004* (a cura di Bollo, A. et al.), Torino, Osservatorio Culturale del Piemonte.
- Fondazione Fitzcarraldo (2005). *Indagine sul pubblico dei festival dell'estate torinese: Chicobum Festival, Colonia Sonora, Traffic Torino Free Festival*, Torino, Osservatorio Culturale del Piemonte.
- Fondazione Fitzcarraldo (2008). *MiTo Settembre Musica: Indagine sul pubblico di MiTo*, Torino, Osservatorio Culturale del Piemonte.
- Fondazione Fitzcarraldo (2013). *Indagine sul pubblico del festival Drodesea* (a cura di Pozzolo, L. et al.), Torino, Osservatorio Culturale del Piemonte.
- Fondazione Fitzcarraldo (2012). *Valutazione d'impatto di MiTo Settembre Musica*, Torino, Osservatorio Culturale del Piemonte.
- Fondazione Fitzcarraldo (2014). *Indagine sul pubblico del Torino Jazz Festival* (a cura di Bollo, A. et al.), Torino, Osservatorio Culturale del Piemonte.
- Gemini, L., Russo, G. (1997). *Il circo umano allo specchio. Un'indagine sul pubblico del Ruvido Sexy Comic Circus*, Milano, FrancoAngeli.
- Gemini, L. (2013). *Performing art e industria culturale alla prova del pubblico. Il caso della danza contemporanea: un'analisi*, in «Comunicazioni Sociali», n. 2, pp. 269-281.
- Gemini, L., & Brilli, S. (2018). *Il pubblico del teatro contemporaneo: fra auto-osservazione e processi di fruizione*, in «Comunicazioni Sociali», n. 3, pp. 448-462.
- Giannasca, E. (2019). *Il pubblico del festival TorinoDanza (2018). Teorie, rilevamento e prospettive di ricerca*, «Mimesis Journal. Scritture della performance», n. 8, 2, pp. 135-155.

- Glaap, R. (2020). *Entgelt als Abschaltfaktor*, consultabile al sito: «nachtkritik.de».
- Imparato, F., Bertoli, M. (2020). *Fruizione culturale in un click? Come il pubblico ha reagito alle proposte di fruizione culturale durante il lockdown e quali prospettive future*, a cura di Creative Keys, consultabile al sito: «https://static1.squarespace.com/static/5d74f7d176bbf773b3a448bf/t/5f85634934e312157892ea30/1602577229778/Report_Fruizione+Culturale+in+un+Click.pdf».
- Indagine Impresa Cultura Italia-Confcommercio e Swg (2020). *Covid: la cultura si sposta sul digitale*, consultabile al sito: «<https://www.confcommercio.it/-/comunicato-97-2020-impresa-cultura-italia-covid-19-cultura-sposta-su-digitale>».
- London, M. T. M. (2010). *Digital audiences: Engagement with arts and culture online*, MTM London, consultabile al sito: «<https://www.aandbscotland.org.uk/documents/2012-05-28-13-11-39-10-Digital-audiences-for-arts-and-culture-november2010.pdf>».
- Makno (1998). *Il teatro alla Scala e il suo pubblico. Immagine e mercato: i risultati di una ricerca*, Milano, Fondazione Milano per la Scala.
- Makno (1992). *Una ricerca sul pubblico del teatro di prosa in Italia*, Milano, Spettacolo a Milano Editore.
- Matarasso, F. (2004). *L'état, c'est nous: arte, sussidi e stato nei regimi democratici*, Bologna, Il Mulino.
- MSA-COVID19 e Studio Bottoni (2020). *Indagine su uno spettatore al di sopra di ogni contagio*, Roma, IRPPS: Istituto di Ricerche sulla Popolazione e le Politiche Sociali, consultabile al sito: «<https://www.cnr.it/it/news/allegato/1971>».
- Ortolani, S. (2006). *Gli osservatori della cultura e dello spettacolo in Italia e in Europa: modelli, attività e relazioni con gli organismi ufficiali di statistica*, Roma, Osservatorio dello Spettacolo.
- Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna (2008). *Indagine sul pubblico effettivo e sul pubblico potenziale della danza, della lirica e del jazz*, consultabile al sito: «https://spettacolo.emiliaromagnacreativa.it/wp-content/uploads/2017/07/2_Indagine-sul-pubblico-di-jazz_danza_lirica_2008.pdf».
- Osservatorio Spettacolo Emilia-Romagna (2015). *Il pubblico della Lirica in Emilia-Romagna*, consultabile al sito: «<https://spettacolo.emiliaromagnacreativa.it/wp-content/uploads/2017/07/LIRICA-RICERCA-definitivo-1.pdf>».
- Paltrinieri R., Parmiggiani P. (2016). *Il pubblico della lirica: consumo di cultura o cultura di consumo?*, in «Sociologia della Comunicazione», n. 51, pp. 29-42.
- Pastore, C. (2020). *I concerti dopo il covid-19. Indagine sul mondo della musica live dopo la pandemia*, a cura di Rock.it e MI AMI, consultabile al sito: «<https://rockitpubblici.s3-eu-west-1.amazonaws.com/Concerti-dopo-il-Covid-19-MI-AMI-ROCKIT.pdf>».
- Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). *Changing highbrow taste: From snob to omnivore*, in «American sociological review», pp. 900-907.
- Raines, K. (2020). *National Audience Research - After the Interval & Act 2*, Indigo Ltd, consultabile al sito: «<https://www.indigo-ltd.com/covid-19-after-the-interval-national-audience-survey>».
- Reidy, B. K., Schutt, B., Abramson, D., & Durski, A. (2016). *From Live-to-Digital: Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on Audiences, Production and Distribution*, London, AEA Consulting for Arts Council England, UK Theatre and Society of London Theatre, consultabile al sito: «https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/download-file/From_Live_to_Digital_OCT2016.pdf».
- Righettini, M. S. (2006). *Il bilancio sociale della cultura nella Regione Marche: strategie, risorse e vincoli nelle politiche di settore*, Regione Marche - Osservatorio sulla cultura.
- Righettini, M. S. (2007). *Il bilancio sociale dello spettacolo dal vivo nelle Marche*, Regione Marche - Osservatorio sulla cultura.
- Sciarelli, F., & Tortorella, W. (2004). *Il pubblico del teatro in Italia*, Napoli, Electa.
- Schino, M. (2018). *Spettatore, spettatori, pubblico*, in «Mimesis Journal», n.7, 2, pp. 123-144.
- Sullivan, E. (2020). *Live to your living room: Streamed theatre, audience experience, and the Globe's A Midsummer Night's Dream*, in «Participations Journal of Audience & Reception Studies», vol. 17, 1, pp. 92-119.
- Taormina, A. (2006). *Il teatro e i suoi pubblici*, «Economia della Cultura», vol. 16(2), pp. 171-178.
- Taormina, A. (2011). *Osservare la cultura: Nascita, ruolo e prospettive degli osservatori culturali in Italia*, Milano, Franco Angeli.
- The Audience Agency (2020). *Digital Audience Survey*, London, The Audience Agency, consultabile al sito: «<https://www.theaudienceagency.org/bounce-forwards-evidence-hub/sector-evidence-digital>».
- The Audience Agency (2020). *Covid-19 Cultural Participation Monitor*, consultabile al sito: «<https://www.theaudienceagency.org/asset/2434>».
- The Pattern Makers (2020). *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: May 2020*, consultabile al sito: «https://www.dlgsc.wa.gov.au/docs/default-source/culture-and-the-arts/research-hub/covid-19-audience-outlook-monitor---australia-snapshot-report---may-2020.pdf?sfvrsn=2a9c9c33_6».
- The Pattern Makers (2020). *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: July 2020*, consultabile al sito: «<https://www.australiacouncil.gov.au/research/wp-content/uploads/2020/07/Audience-Outlook-Monitor-Snapshot-Report-Phase-2.pdf>».
- The Pattern Makers (2020). *COVID-19 Audience Outlook Monitor. Australia Snapshot Report: September 2020*, consultabile al sito: «https://www.dlgsc.wa.gov.au/docs/default-source/culture-and-the-arts/research-hub/audience-outlook-monitor---phase-3---australia-snapshot-report.pdf?sfvrsn=29b6f0ab_6».
- Tota, A. L. (1997). *"Quella sera al Teatro Lirico": etologia del pubblico di Carolyn Carson* in Bertasio D. (a cura di) *Etnografia dell'arte. Per una sociologia dei contesti artistici*, Milano, Logica University Press.
- Trezzini, L. (1957). *Un teatro senza pubblico*, in «Il Ponte», n.8-9, pp. 1209-1222.
- Trezzini, L. (a cura di) (1997). *Rapporto sull'economia dello spettacolo dal vivo in Italia (1980-1990)*, Roma, Bulzoni.
- Tsioulakis, I., & Fitzgibbon, A. (2020). *Performing artists in the age of COVID-19: A moment of urgent action and potential change*, in «Queen's Policy Engagement blog».
- Tuck, F., & Abrahams, M. (2015). *Understanding the impact of event cinema: an evidence review*, in «Trends Business Review for Arts Council and BFI».
- Walmsley, B. (2016). *From arts marketing to audience enrichment: How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences*. «Poetics», n. 58, pp. 66-78.
- Weezevent / IFOP (2020). *Les Français et la reprise des activités de divertissement*, consultabile al sito: «<https://weezevent.com/fr/etude-weezevent-ifop-divertissement/>».

Appendice ————— **Questionario**

INDAGINE SUL PUBBLICO DELLO SPETTACOLO NELLE MARCHE

La seguente indagine è realizzata nell'ambito del progetto **B.Art Business & ART** per la fertilizzazione di impresa nelle Marche, coordinato dal Consorzio Marche Spettacolo e cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo – FESR 2014/2020. L'iniziativa è svolta in collaborazione con il centro LaRiCA dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo e il partner GGF Group srl al fine di conoscere preferenze, desideri e abitudini del pubblico dello spettacolo dal vivo delle Marche.

La raccolta di informazioni non ha finalità commerciali o di profilazione ed è realizzata in forma anonima.

1 — QUANTE VOLTE HA ASSISTITO AI SEGUENTI EVENTI DAL VIVO NEGLI ULTIMI DODICI MESI?

	MAI	1-3 VOLTE	4-12 VOLTE	PIÙ DI 12 VOLTE
Teatro di prosa				
Spettacolo di danza				
Concerto di musica classica				
Opera lirica				
Musical				
Concerto di musica leggera / rock / jazz				
Dj-set				
Teatro per ragazzi				
Circo				
Recital letterari				
Feste cittadine, sagre				
Eventi sportivi				

2 — QUANTE VOLTE SVOLGE LE SEGUENTI ATTIVITÀ?

	MAI	MENO DI UNA VOLTA AL MESE	UNA O PIÙ VOLTE AL MESE	UNA O PIÙ VOLTE A SETTIMANA
Visitare musei, gallerie, mostre d'arte				
Leggere un libro di narrativa				
Leggere un libro di saggistica				
Leggere un quotidiano				
Andare al cinema				
Guardare un film a casa				
Guardare serie televisive				
Guardare programmi televisivi				
Ascoltare musica alla radio				
Ascoltare programmi radiofonici non musicali				
Guardare video su YouTube				
Caricare contenuti sui social network				

3 — QUALI FRA QUESTI GENERI DI ATTIVITÀ TEATRALI PREFERISCE? (MASSIMO 3 RISPOSTE)

- Teatro di prosa Operetta Teatro per ragazzi
- Teatro amatoriale e/o dialettale Musical Circo
- Teatro contemporaneo e di ricerca Danza classica e moderna Teatro di strada
- Opera lirica Danza contemporanea Cabaret-stand up comedy

4 — QUALE FRA QUESTI GENERI DI ATTIVITÀ MUSICALI PREFERISCE? (MASSIMO 3 RISPOSTE)

- Concerto di musica sinfonica Concerto/dj-set di musica elettronica
- Concerto di musica da camera Concerto di etnica/world/folk
- Concerto di musica pop/leggera Coro
- Concerto rock/punk/metal Concerto bandistico
- Concerto jazz/blues Concerto di musica sperimentale/d'avanguardia
- Concerto rap/trap Concerto/dj-set disco/revival/trash

5 — A QUANTE EDIZIONI DI QUESTO EVENTO HA PARTECIPATO?

	DA 1 A 3 EDIZIONI	PIÙ DI 3 EDIZIONI	NESSUNA EDIZIONE							
			Per quale motivo? (massimo 2 risposte)		Mancanza di risorse		Mancanza di tempo			
	Non lo conosco	Eccessiva distanza	Mancanza di interesse	Mancanza di risorse	Mancanza di tempo					
App Ascoli Piceno Present										
Bacajà! Festival internazionale del teatro popolare										
Civitanova Danza										
Clown&Clown festival										
Festival Adriatico Mediterraneo										
Festival Pergolesi Spontini										
Festival Tespi										
Hangartfest										
I teatri delle diversità										
In teatro festival										
Klang! Altri suoni altri spazi										
Macerata Opera Festival										
Musicultura										
Rassegna Nazionale di Teatro della Scuola										
Rossini Opera Festival										
TeatrOltre										
Villa InVita festival										

6 — A QUANTE STAGIONI HA PARTECIPATO?

	DA 1 A 3 EDIZIONI	PIÙ DI 3 EDIZIONI	NESSUNA EDIZIONE			
			Per quale motivo? (massimo 2 risposte)		Mancanza di interesse	
	Non la conosco	Mancanza di tempo	Mancanza di risorse	Mancanza di interesse		
Stagione di danza del suo teatro di riferimento						
Stagione di prosa del suo teatro di riferimento						
Stagione di teatro per ragazzi del suo teatro di riferimento						
Stagione lirica del suo teatro di riferimento						
Stagione musicale del suo teatro di riferimento						
Stagione di jazz nel suo territorio di riferimento						

7 — COME SI INFORMA SUGLI SPETTACOLI NELLE MARCHE?

	HA MAI UTILIZZATO QUESTI SERVIZI PER INFORMARSI SUGLI SPETTACOLI NELLA REGIONE?			È la mia fonte principale	QUANTO SI RITIENE SODDISFATTO DELL'UTILIZZO IN UNA SCALA DA 5 (MOLTO SODDISFATTO*) A 1 (PER NULLA SODDISFATTO*)?				
	Non lo conosco	Lo conosco ma non l'ho mai utilizzato	Qualche volta		5 molto	4	3	2	1 per nulla
<i>Sito web</i>					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marche Spettacolo					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pagina Facebook					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marche Spettacolo					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Newsletter					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marche Spettacolo					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marchein festa.it					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Corriere Proposte					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quotidiani locali					<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8 — QUANTO SI RITIENE D'ACCORDO CON LE SEGUENTI AFFERMAZIONI RIGUARDANTI LO SPETTACOLO DAL VIVO (TEATRALE E MUSICALE)?

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Né in accordo né in disaccordo	Poco d'accordo	Per niente d'accordo
Gli spettacoli migliori sono quelli che ti fanno riflettere					
Uno spettacolo è più interessante quando affronta i problemi della società					
Gli spettacoli migliori riescono a mettere in discussione i valori e le visioni dominanti					
Gli spettacoli che preferisco sono quelli capaci di innovare					
Quando vado a vedere uno spettacolo voglio dimenticarmi dei problemi di tutti i giorni					
Gli spettacoli che preferisco sono quelli che mi portano in un altro mondo					
Uno spettacolo non dovrebbe farti provare sensazioni sgradevoli					
Gli spettacoli contemporanei tendono ad essere sempre più inutilmente provocatori					
Finché si rimane nella legalità, non ci dovrebbe essere limite a quello che si può dire o mostrare su un palco					
Preferisco essere insieme ai miei amici quando vado ad uno spettacolo					

9 — INFORMAZIONI SUL RISPONDENTE

Sesso

- Femmina
 Maschio
 Altro

Età

- Meno di 17
 18-24
 25-29
 30-34
 35-39
 40-44

- 45-49
 50-54
 55-59
 60-64
 65-69
 70-74
 75 e oltre

Attuale condizione occupazionale/lavorativa

- impiegato imprenditore insegnante
 commerciante libero professionista
 artigiano operaio casalingo/a studente
 pensionato disoccupato
 dirigente/docente univ./magistrato
 lavoratore autonomo
 altro (specificare): _____

Titolo di studio

- Licenza elementare o inferiore
 Diploma Scuola Media Inferiore
 Diploma Scuola Media Superiore
 Laurea triennale
 Laurea magistrale/laurea vecchio ordinamento
 Master o altri titoli post-laurea
 Dottorato
 Accademia di danza/conservatorio/belle arti

Svolge attività riguardanti lo spettacolo dal vivo?

- no
 sì, a livello amatoriale
 sì, a livello professionistico

Se sì, che tipo di attività svolge?

- artista organizzatore/promoter
 critico/giornalista/fotografo studioso/docente
 tecnico frequento corsi o laboratori di teatro/danza/musica/scrittura/cinema
 altro (specificare): _____

Area disciplinare della formazione universitaria

- Umanistica
 Tecnico-scientifica
 Scienze sociali-psicologiche
 Medica
 Giuridica
 Altro (specificare) _____

Comune di residenza

Se non vive nelle Marche, si trova qui per:

- Partecipare a questo evento
 Altri motivi

10 — C'È UN/UNA ARTISTA, GRUPPO O COMPAGNIA IN PARTICOLARE CHE LE PIACEREBBE VEDERE NELLE MARCHE?

11 — VUOLE LASCIARE UN COMMENTO O UN SUGGERIMENTO RIGUARDO ALLO SPETTACOLO DAL VIVO NELLE MARCHE?

Finito di stampare nel marzo 2021