

# Fondazione I Teatri di Reggio Emilia

## Analisi di soddisfazione stagione 2021/2022

*A cura di*  
*Fabrizio Montanari*  
*Antonella Epifanio*



# L'indagine

- ✓ La ricerca è stata condotta attraverso un questionario somministrato tra settembre 2021 e marzo 2022 durante gli spettacoli della Fondazione I Teatri
- ✓ Il questionario comprendeva domande tratte dalla letteratura scientifica di riferimento (e.g., Bagozzi & Dholakia, 2006; Deustch e Goulias, 2010; Lee et al., 2008) e ha indagato principalmente la soddisfazione rispetto all'esperienza a teatro
- ✓ Sono stati distribuiti in tutto 2.988 questionari, il tasso di risposta finale è stato del 36,3% per un totale di 1.085 rispondenti



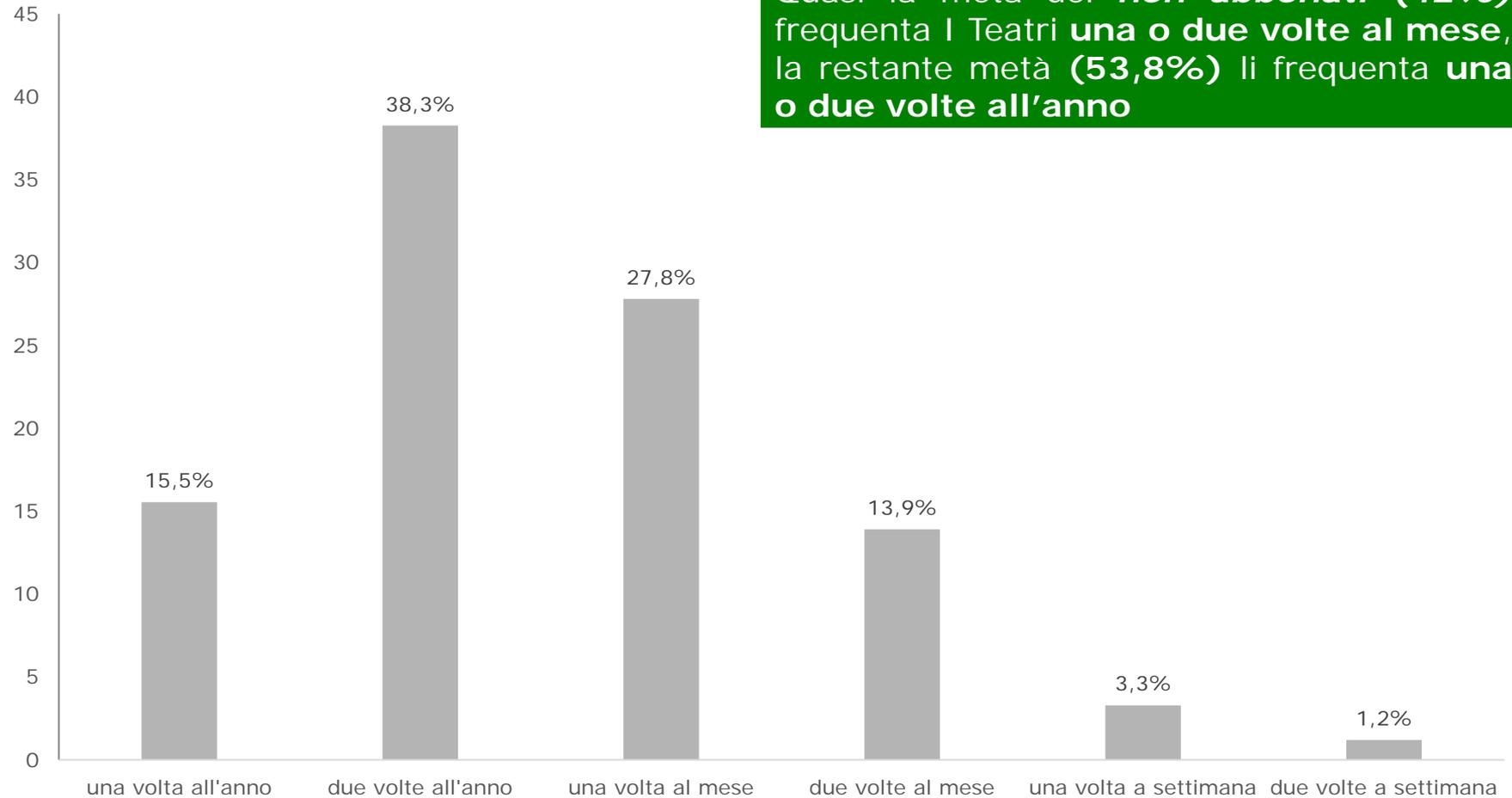
# Il profilo degli intervistati

- In linea con le precedenti rilevazioni, il campione dei rispondenti mostra un target di frequentatori con le seguenti caratteristiche:
  - ✓ Netta prevalenza di donne (66%)
  - ✓ Età media alta (48,7 anni): il 22,6% ha meno di 30 anni, mentre il 33,8% oltre i 60
  - ✓ Elevata istruzione (il 58% possiede una laurea o un titolo di studio superiore)
  - ✓ Residente in prevalenza a Reggio Emilia (60%) e in buona parte nel centro storico (21,8%)
  - ✓ Occupato principalmente nei settori Istruzione (15,4%), Cultura (13,6%) e Servizi (10,5%). E' presente un discreto numero di pensionati (15,7%)
- I frequentatori si dichiarano molto sicuri nel frequentare le sedi de I Teatri, nonostante la situazione pandemica in corso (valore medio 6,2)

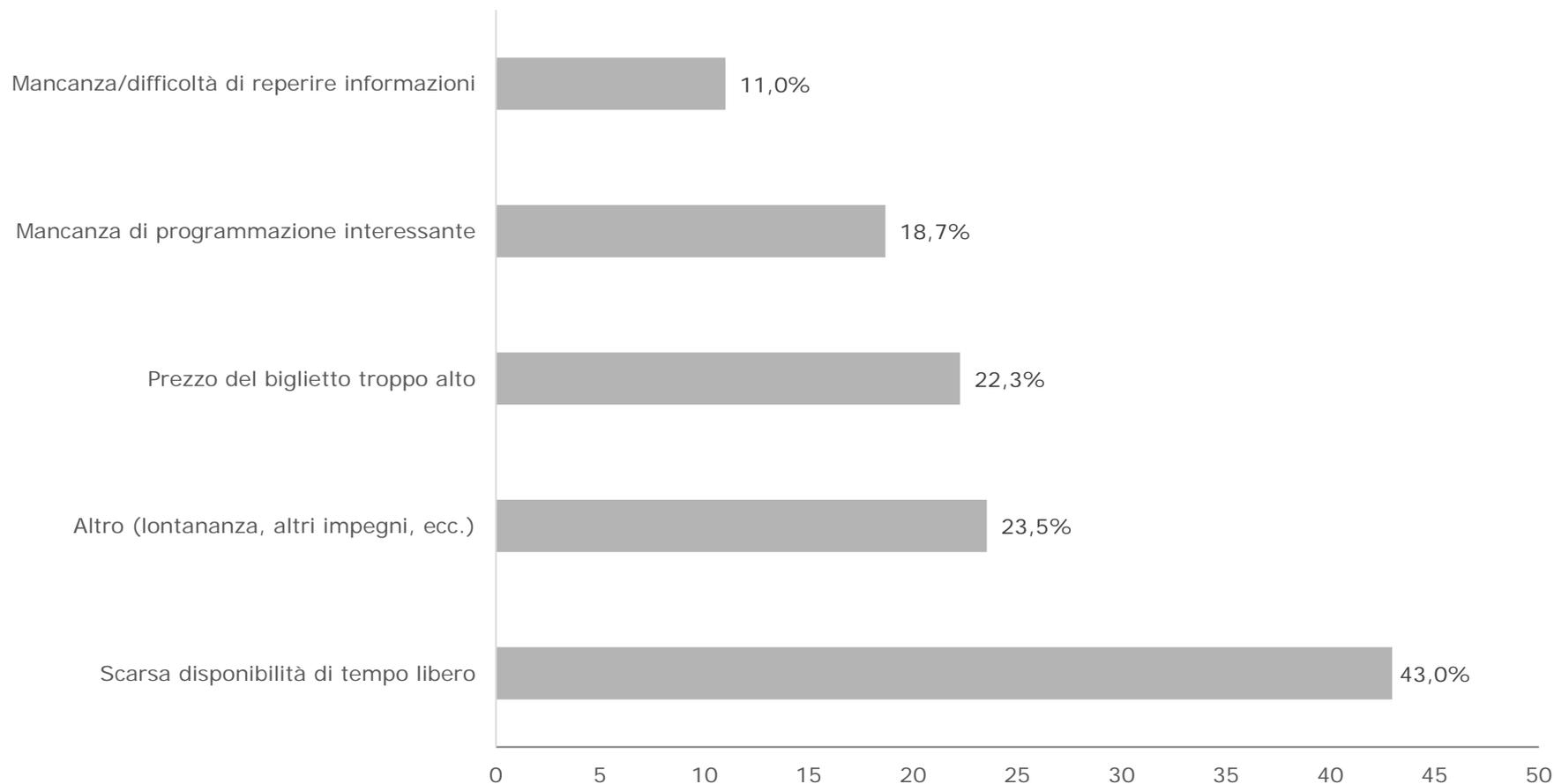


# Il pubblico è molto fidelizzato (solo il 16% era al primo spettacolo)

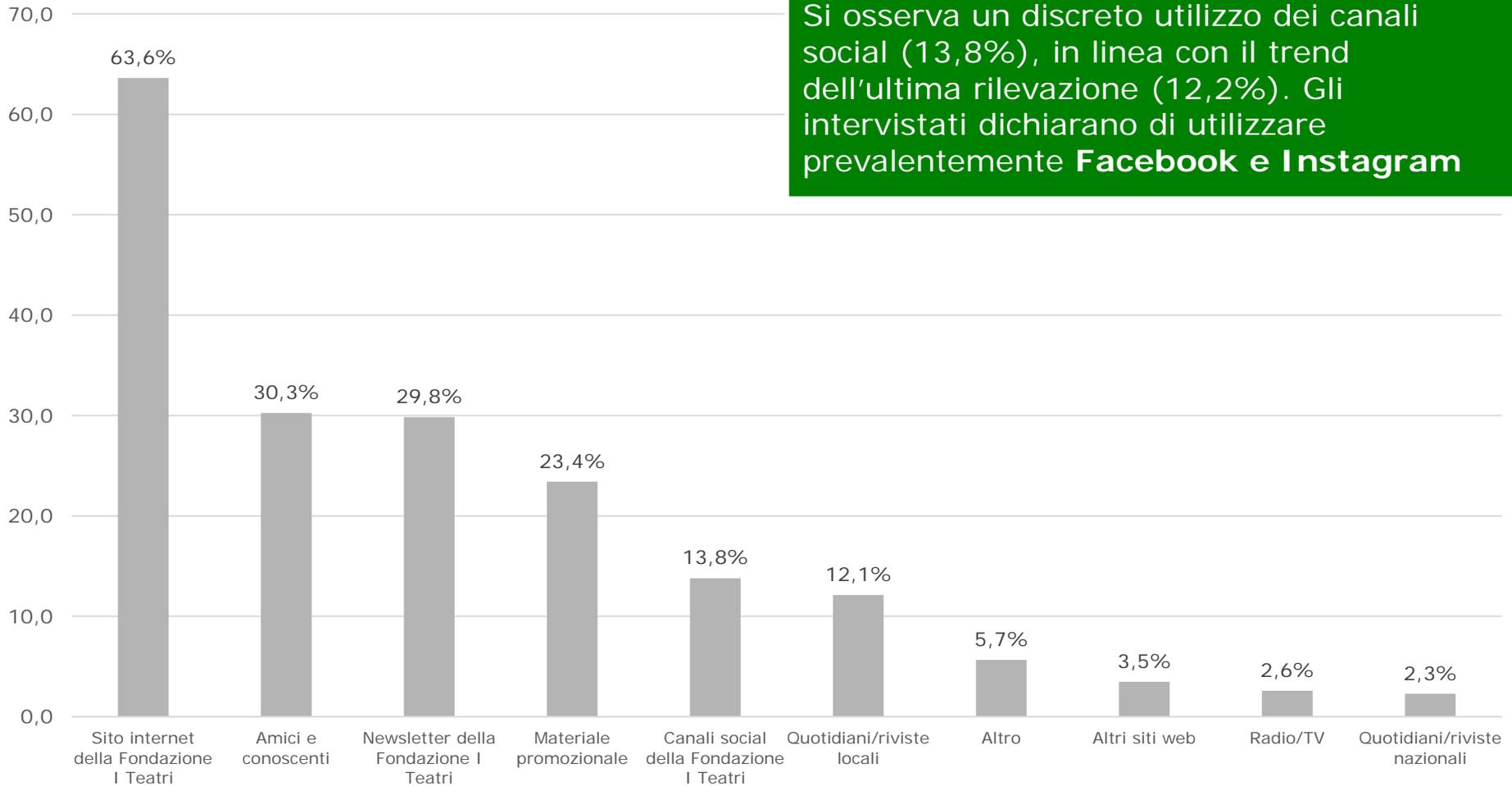
Quasi la metà dei *non abbonati* (42%) frequenta i Teatri **una o due volte al mese**, la restante metà (53,8%) li frequenta **una o due volte all'anno**



# Chi li frequenta poco (una o due volte all'anno) lo fa principalmente per mancanza di tempo libero

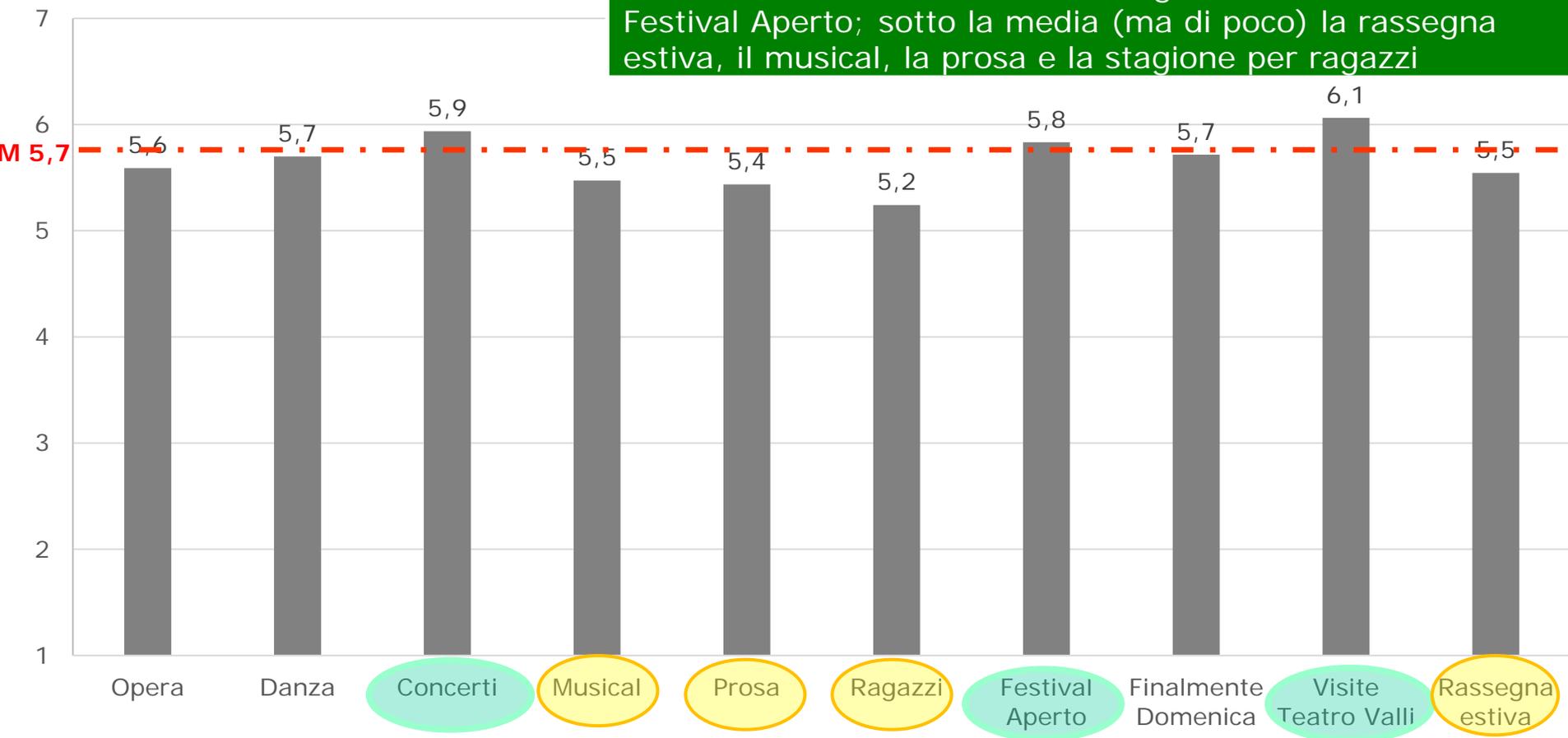


# I canali ufficiali (sito web e newsletter) e il passaparola restano le tre principali fonti di informazioni

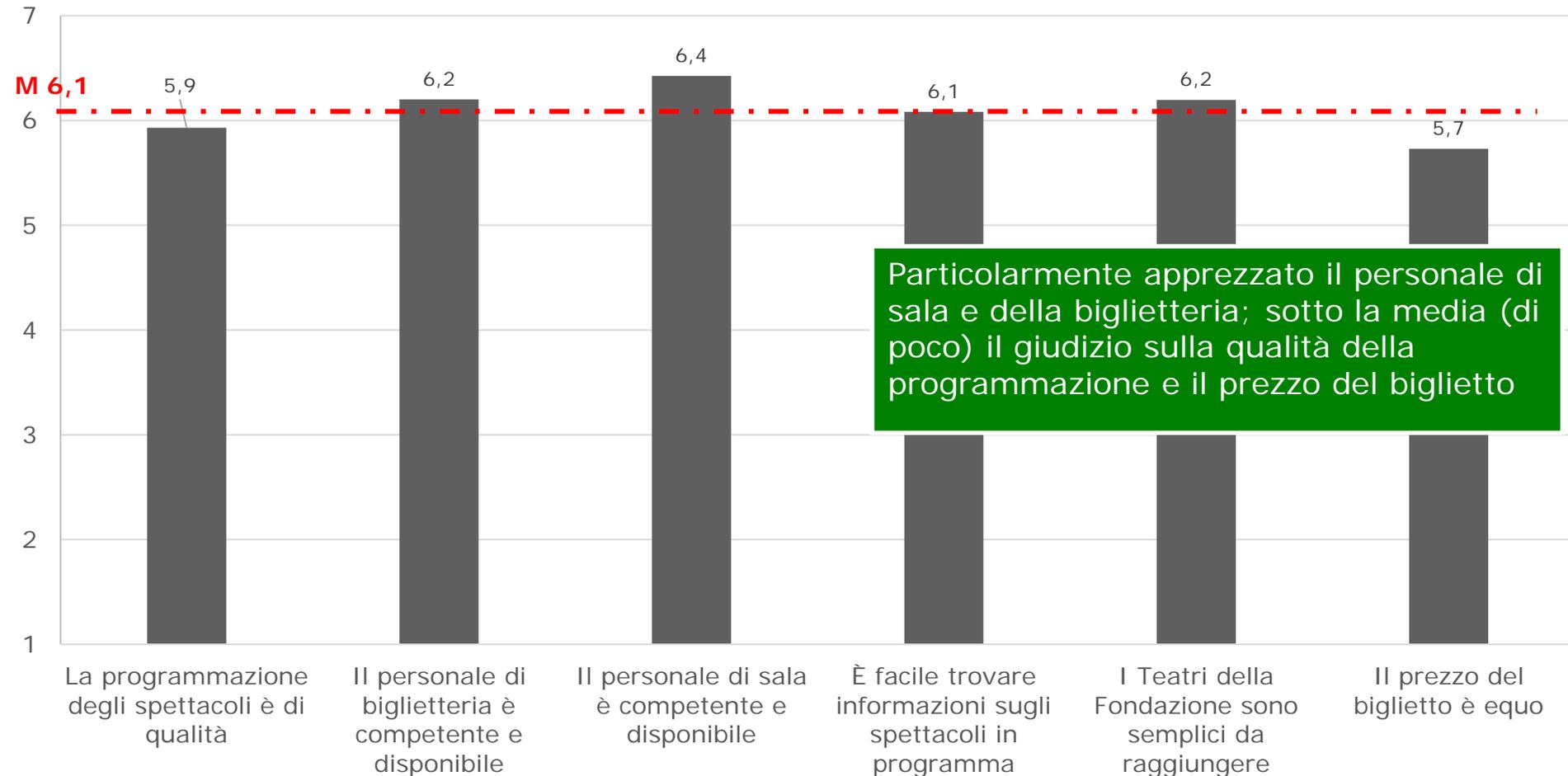


# Resta buono il giudizio sui vari ambiti della stagione (media 5,7), stabile rispetto all'ultima rilevazione

Tutti i valori sono molto vicini alla media; le più apprezzate sono le visite al Teatro Valli, la stagione dei concerti e il Festival Aperto; sotto la media (ma di poco) la rassegna estiva, il musical, la prosa e la stagione per ragazzi

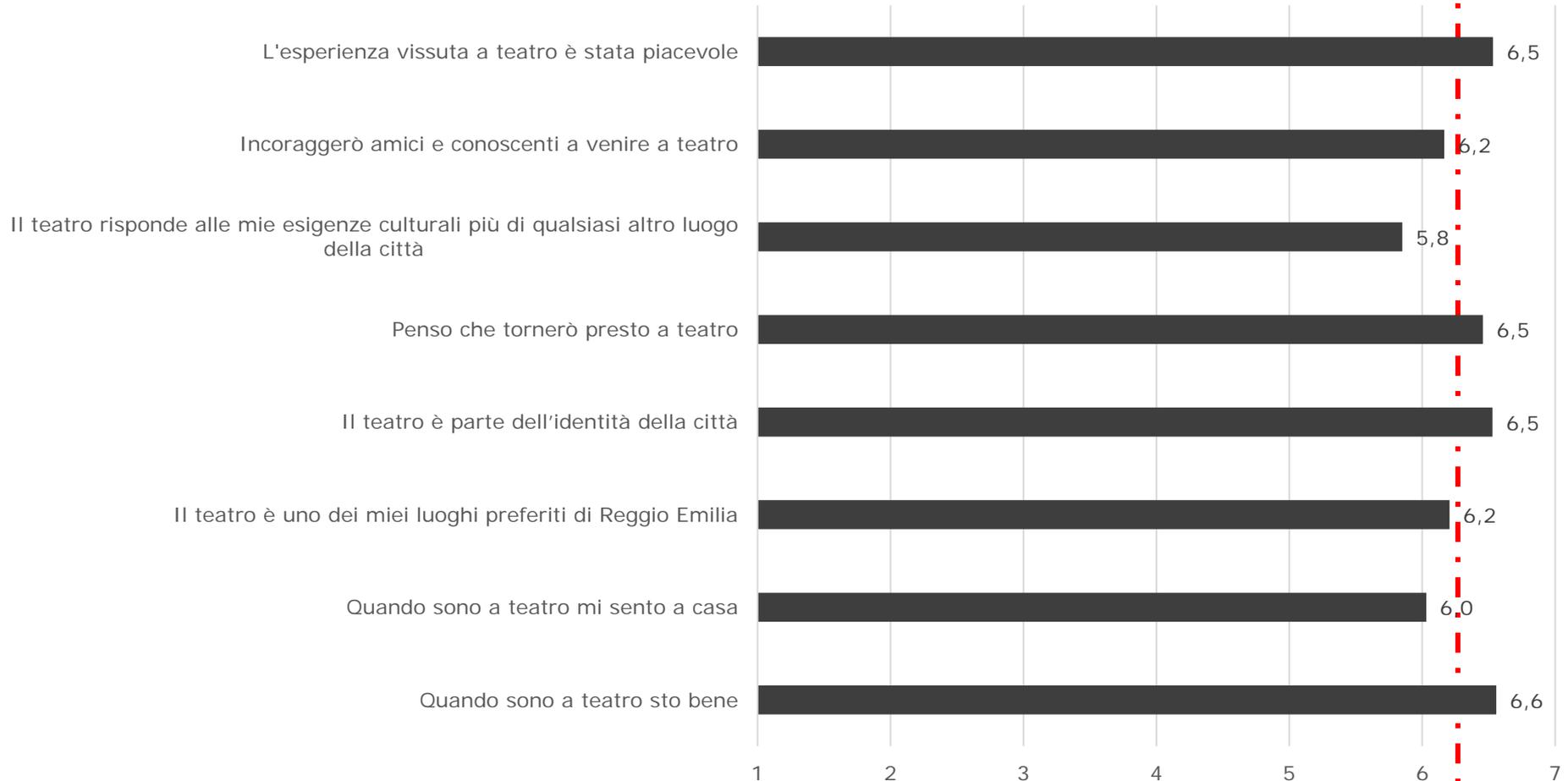


# Gli spettatori sono soddisfatti a 360° (media complessiva 6,1 che conferma il giudizio positivo dato in passato)



# Molto alto il giudizio sull'esperienza vissuta a teatro (media 6,3)

M 6,3



Gli spettatori sono propensi a tornare (6,5) e a suggerire I Teatri ad amici e conoscenti (6,2)



# In sintesi

- ✓ I Teatri attraggono un pubblico fidelizzato, proveniente in prevalenza dell'area reggiana (città e provincia). Si osserva comunque una discreta presenza di frequentatori provenienti da fuori:
  - ✓ Il 9,3% degli intervistati proviene da altre città dell'Emilia-Romagna
  - ✓ L'8,4% proviene da altre regioni d'Italia
- ✓ I Teatri incontrano i favori del pubblico:
  - ✓ **Giudizi positivi ed elevata soddisfazione** (il 98,4% si dichiara soddisfatto con un giudizio pari ad almeno 4 su una scala da 1 a 7)
  - ✓ Elevato **senso di attaccamento** (valore medio = 6,3)
  - ✓ Alta probabilità di attuare **comportamenti positivi** (ritornare a teatro e parlarne bene)



# In sintesi

- ✓ I Teatri sono percepiti come un ***elemento identitario*** della città (valore medio = 6,5):
  - ✓ Il giudizio è trasversale alle classi di età, alla provenienza geografica e alla frequenza a teatro (valore medio sempre superiore a 6)
- ✓ Elevato ***senso di attaccamento*** al luogo (valore medio = 6,3)
  - ✓ È maggiore negli abbonati e nelle persone che frequentano di più i teatri



# Suggerimenti più ricorrenti nei questionari

- ✓ Migliorare la programmazione, dando maggiore spazio ai concerti jazz, al balletto classico e alla musica contemporanea
  - ✓ Integrare l'offerta con lectio magistralis, workshop e seminari
- ✓ Riaprire il bar del teatro
- ✓ Politiche per ridurre costo del biglietto (maggiori scontistiche, eliminare i costi di prevendita Vivaticket, ripristinare le vendite last minute) ed evitare code (no ritiro biglietti acquistati online in biglietteria)
- ✓ Segnalate difficoltà a guardare in modo confortevole lo spettacolo da alcuni posti
- ✓ Nei bagni manca spesso acqua



# Il gruppo di ricerca

---

La ricerca è stata condotta da OPERA, Unità di Ricerca del Dipartimento di Comunicazione ed Economia di UniMORE specializzata nello studio delle industrie creative

Il gruppo di lavoro è composto da: Fabrizio Montanari e Antonella Epifanio



# Bibliografía

- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. (2006). Antecedents and purchase consequences of customer participation in small group brand communities. *International Journal of Research in Marketing*, 23, 45-61.
- Deutsch, K., & Goulias, K. (2010). Exploring sense-of-place attitudes as indicators of travel behavior. *Transportation research record*, 2157(1), 95-102.
- Hernández, B., Carmen Hidalgo, M., Salazar-Laplace, M. E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of Environmental Psychology*, 27, 310–319.
- Lee, Y.K., Lee C., Lee, S., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and patrons' emotions, satisfaction, and loyalty. *Journal of Business Research*, 61, 56-64.

