

# **Fondazione I Teatri di Reggio Emilia**

## *Analisi di soddisfazione*

*A cura di*  
**Fabrizio Montanari**



# L'indagine

- ✓ La ricerca è stata condotta attraverso un questionario a risposte multiple somministrato tra settembre e ottobre 2020 (prima dell'interruzione delle attività)
- ✓ Il questionario comprendeva domande tratte dalla letteratura scientifica (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 1.018 questionari, il tasso di risposta finale è stato del 34% per un totale di 344 rispondenti
  - ✓ Festival Aperto (77% dei questionari raccolti)
  - ✓ Finalmente Domenica (23% dei questionari raccolti)

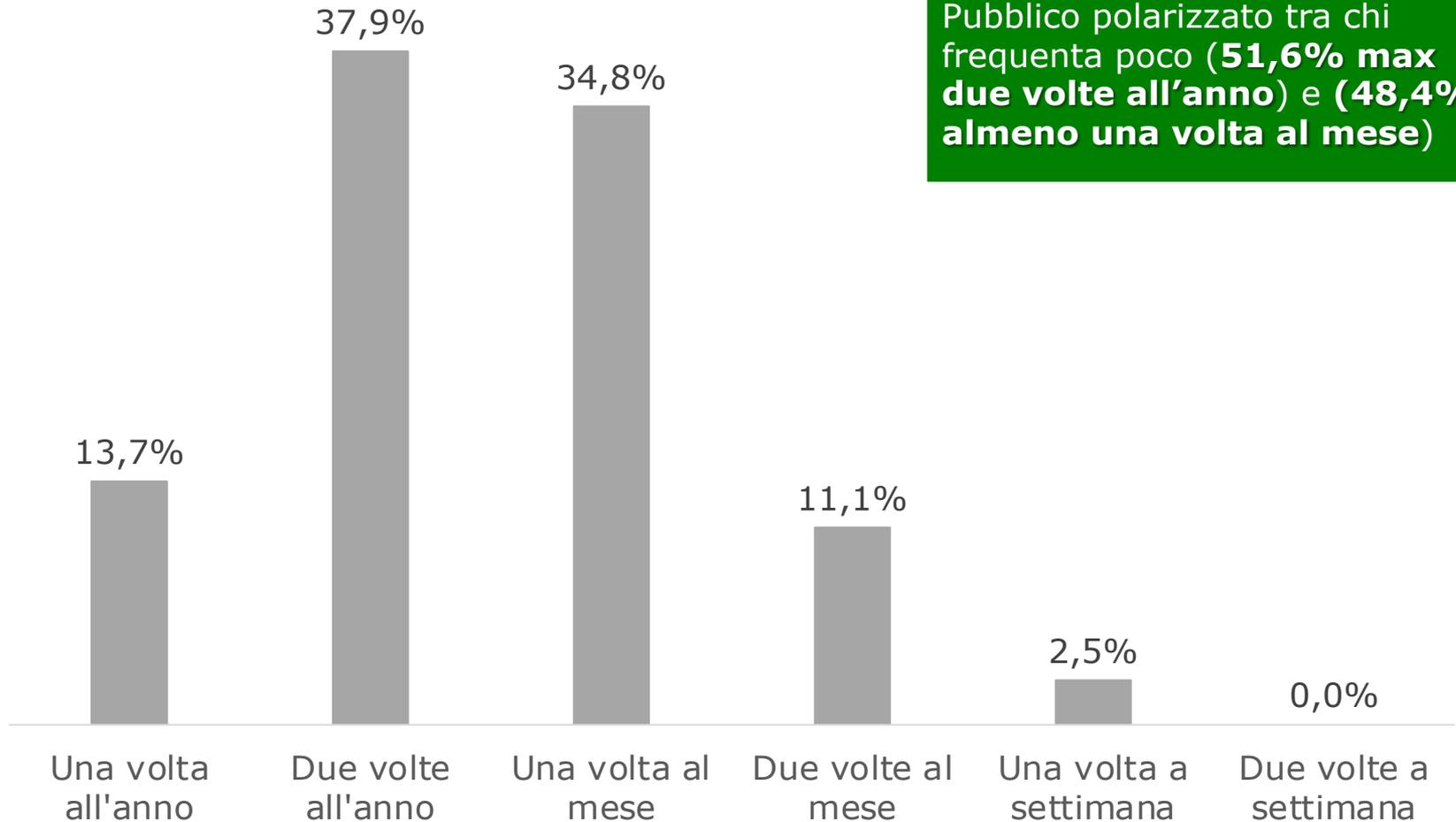


# Il profilo degli intervistati

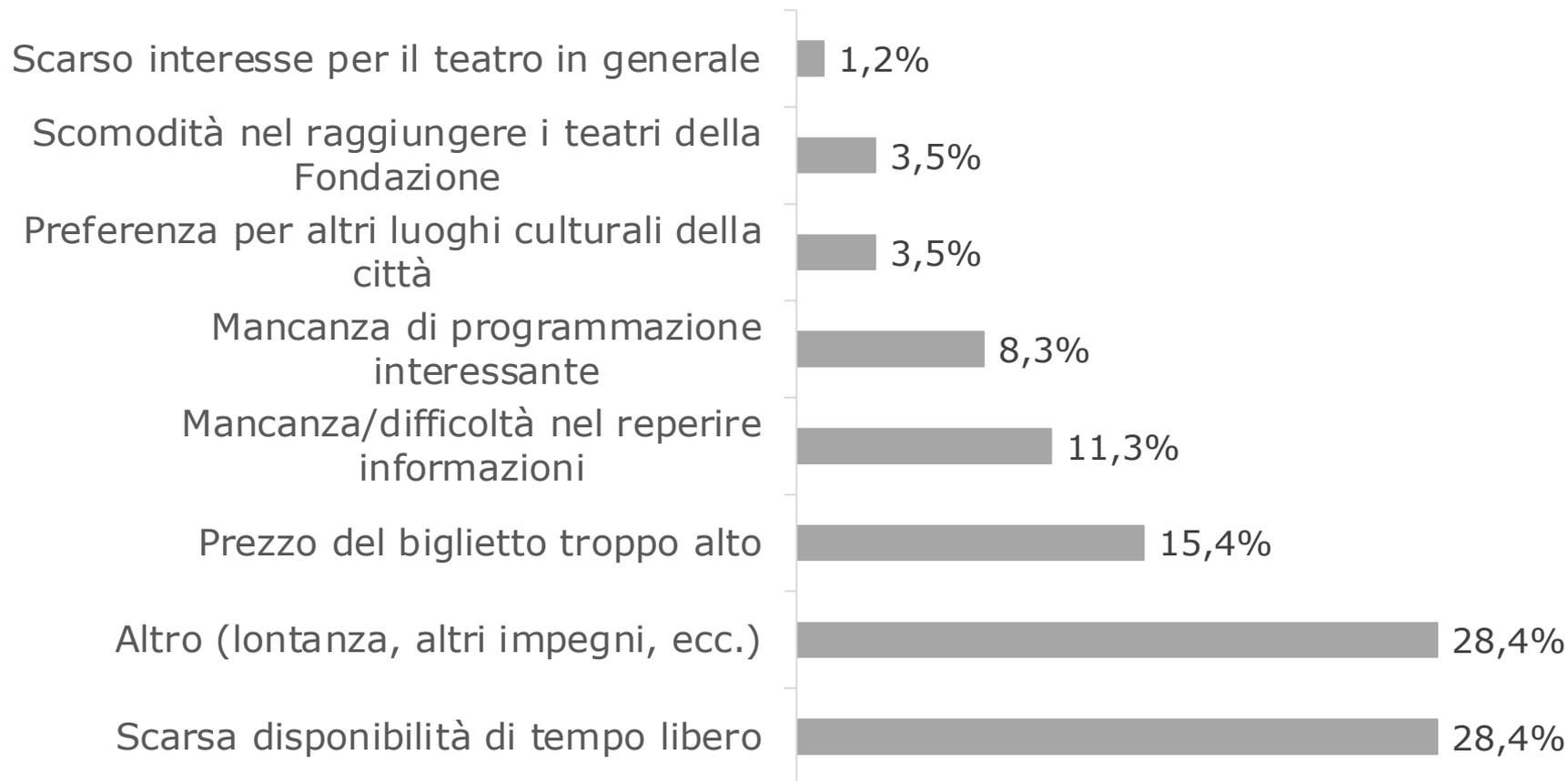
- ✓ Prevalenza femminile (70,4%), soprattutto con riferimento a Finalmente Domenica (80,8%)
- ✓ Età media alta (50 anni): il 21,7% è pensionato (23,7% nel caso di finalmente domenica)
- ✓ Elevata istruzione (il 51,6% possiede una laurea)
- ✓ Residente a Reggio Emilia (53,8%), soprattutto nel centro storico (20%):
  - ✓ Per Finalmente Domenica i residenti a RE sono il 63,3%
  - ✓ Aperto attrae pubblico da fuori RE (18% da altre città della regione e 15% da fuori regione)
- ✓ Occupato principalmente nei settori Istruzione (11%), Cultura (11%) e Servizi (8,1%)
- ✓ Il 20% sono abbonati (29,5% per Finalmente Domenica)



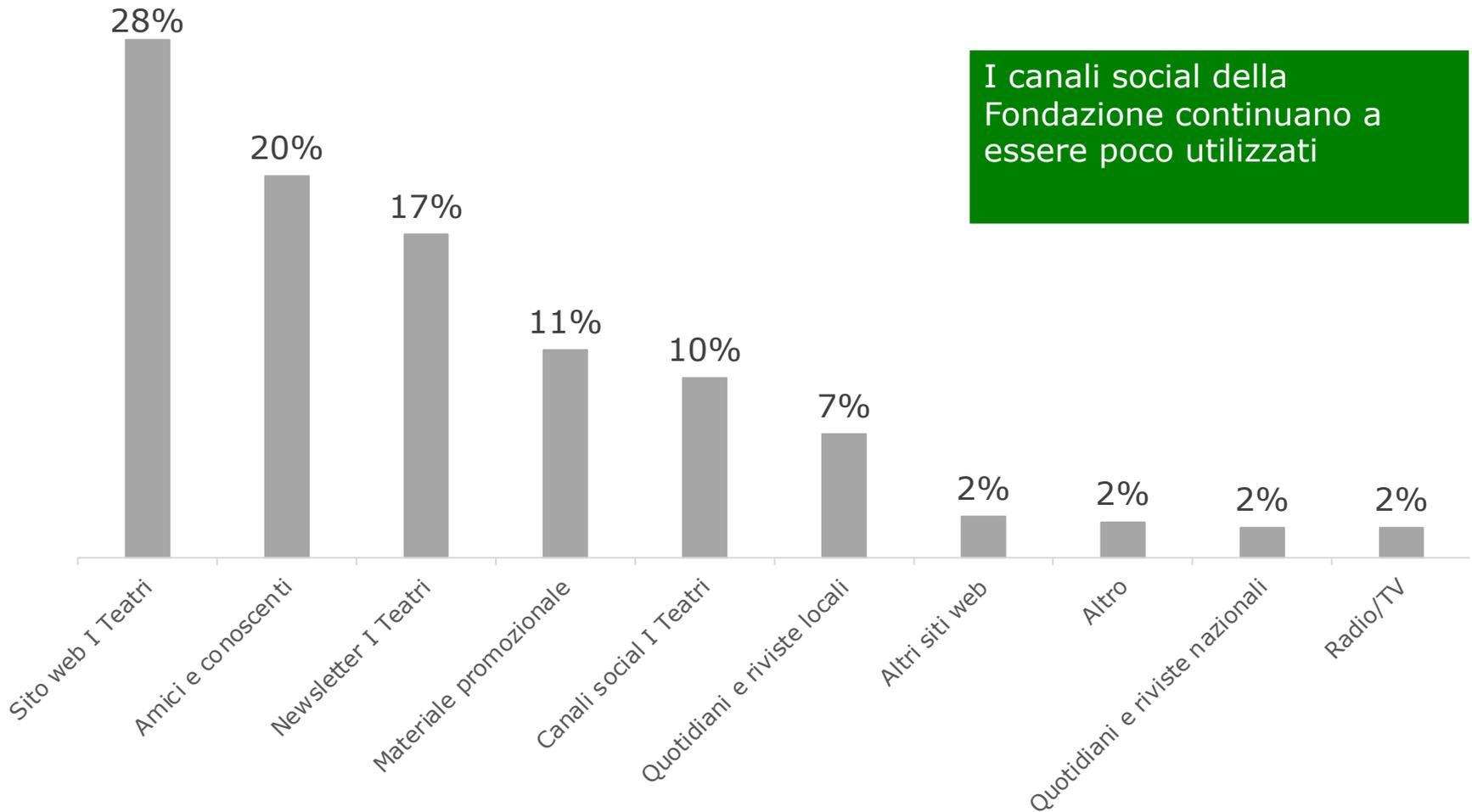
# Pubblico fidelizzato (solo il 20% era al primo spettacolo)



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

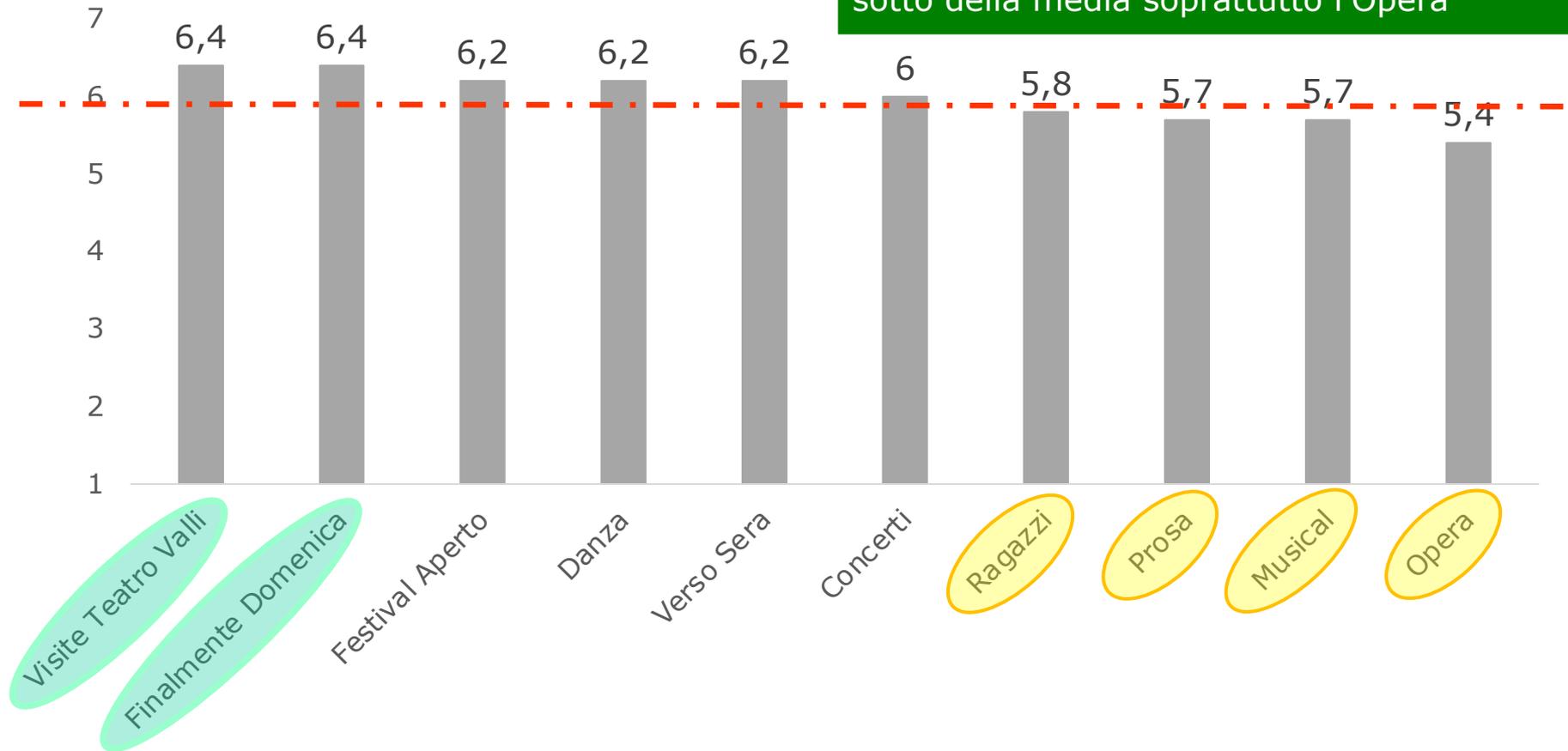


# I canali ufficiali (sito e newsletter) e il passaparola sono di gran lunga le tre principali fonti di informazione

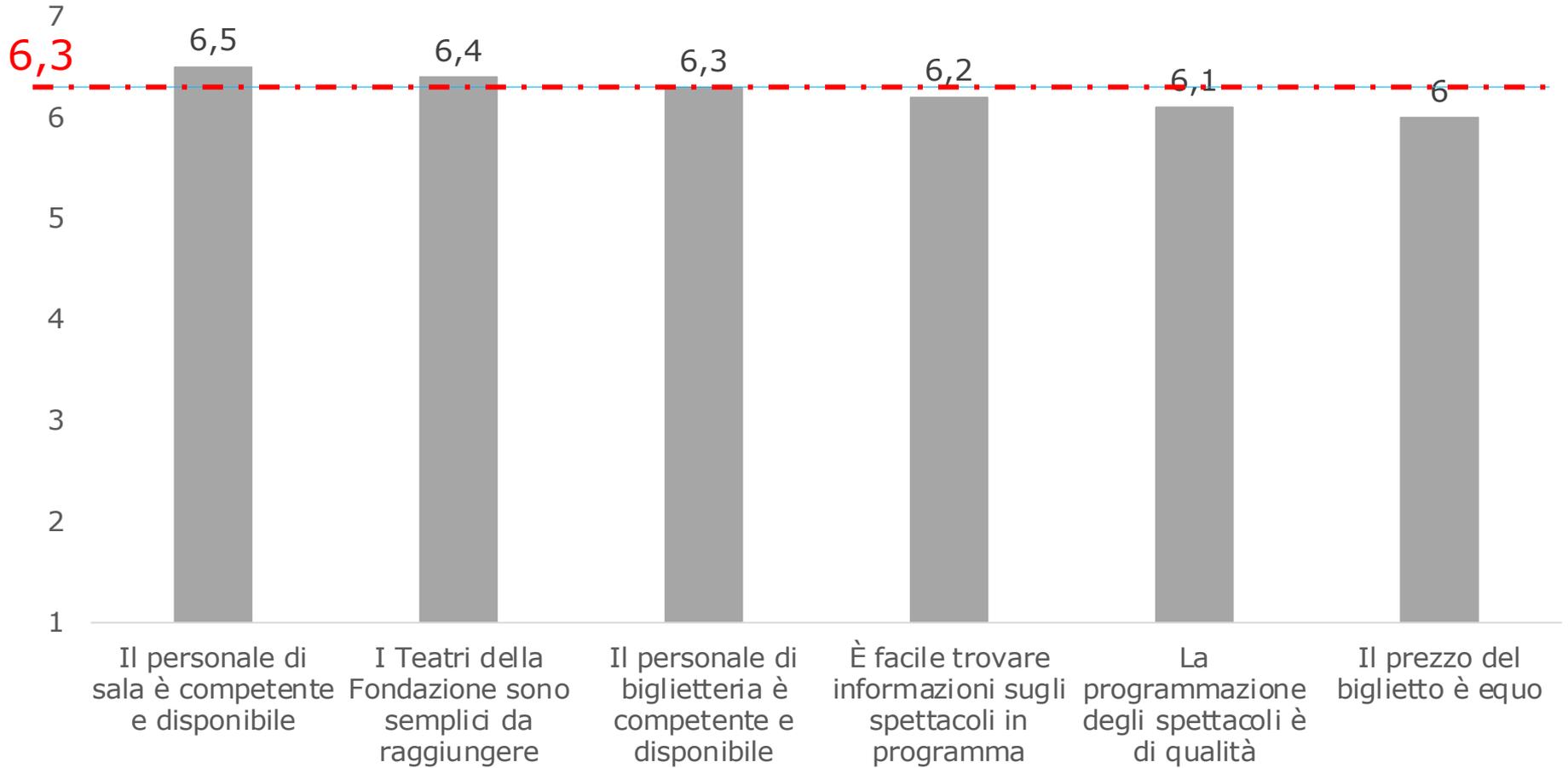


# Buono il giudizio rispetto ai vari ambiti della stagione (media complessiva di 5,9 (> del 5,3 del 2019-20))

Tutti i valori sono vicini alla media; le più apprezzate sono le visite al Teatro e le iniziative di Finalmente Domenica, al di sotto della media soprattutto l'Opera



# Gli spettatori sono soddisfatti a 360° (media complessiva di 6,3 vs. 5,8 del 2019-20)



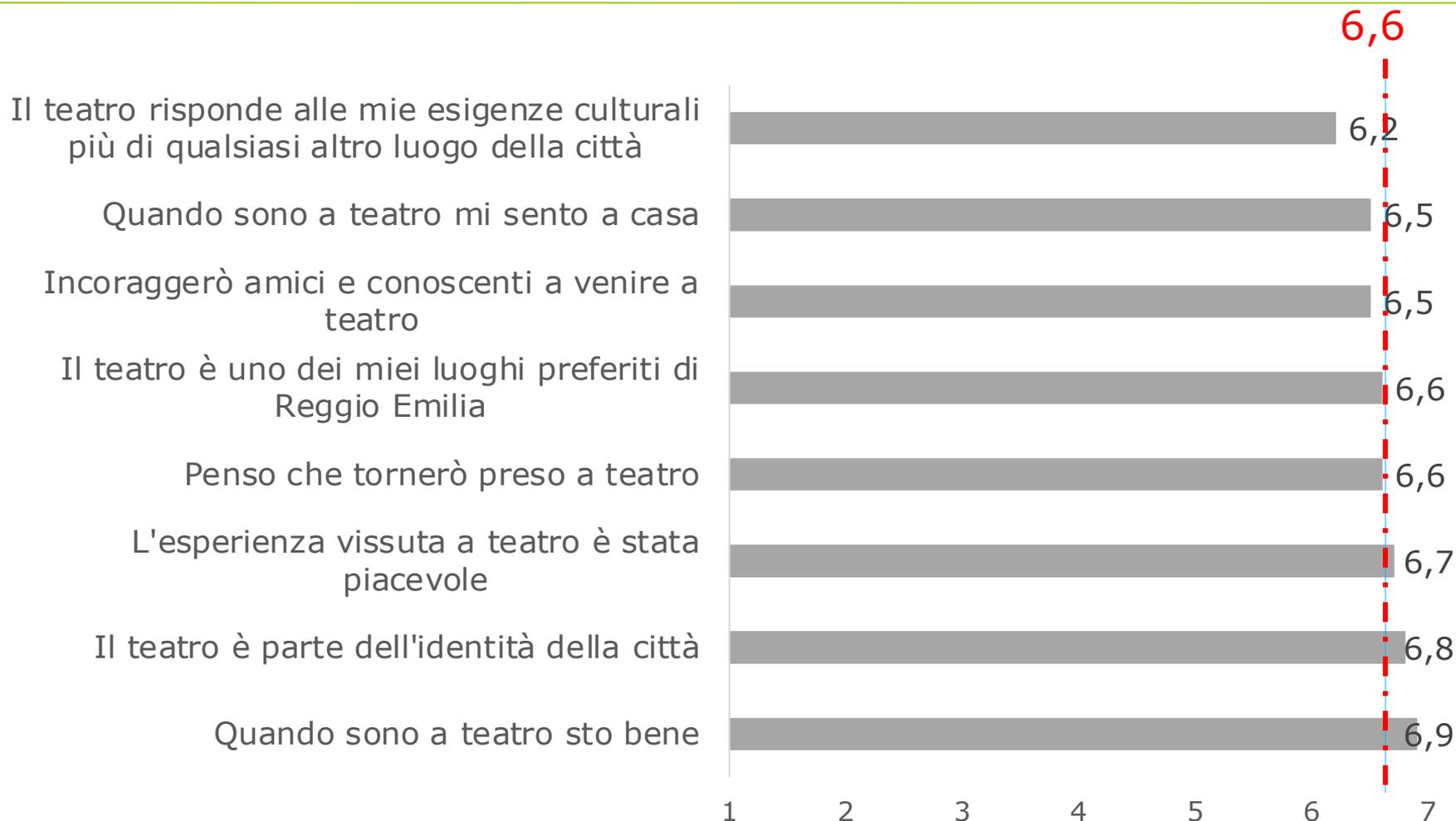
# Buono il giudizio sull'esperienza a teatro (media 6,4), gli spettatori sono propensi a tornare e al passaparola



# Buono il giudizio sull'esperienza del Festival Aperto (media 6,3)



# Molto alto il giudizio su Finalmente Domenica (media 6,6)



# In sintesi

- ✓ I Teatri attraggono un pubblico fidelizzato e di estrazione reggiana (soprattutto urbana), mentre il Festival Aperto attrae persone da fuori RE (città limitrofe e MI)
- ✓ I Teatri incontrano i favori del pubblico:
  - ✓ **Giudizi positivi ed elevata soddisfazione** (singoli giudizi medi di soddisfazione sempre sopra il 6)
  - ✓ Elevato **senso di attaccamento**
  - ✓ Alta probabilità di attuare **comportamenti positivi** (ritornare a teatro e parlarne bene)
  - ✓ **Giudizi positivi anche sui due singoli eventi** il Festival Aperto e Finalmente Domenica (giudizio medio complessivo sopra il 6 per entrambi)



# In sintesi

- ✓ Ci sono differenze significative nella valutazione dell'esperienza a teatro
  - ✓ Tra abbonati e non abbonanti (6,7 per gli abbonati vs. 6,2 per i non abbonati)
  - ✓ In base alla frequenza (chi frequenta una volta all'anno ha media 5,8 vs. 6,4 per chi frequenta almeno una volta al mese)
- ✓ I Teatri sono percepiti come elemento identitario della città:
  - ✓ Non solo da parte di chi risiede nel centro storico di RE (6,76), ma anche da parte di chi proviene dalla provincia di RE (6,65) e altre città dell'Emilia-Romagna (6,43)
  - ✓ Tutte le classi di età hanno un giudizio medio molto elevato ( $\geq 6,5$ )



# Suggerimenti più ricorrenti nei questionari

- ✓ Migliorare le informazioni presenti sul sito web della Fondazione
- ✓ Cambiare l'offerta (più teatro contemporaneo come nel caso del Teatro di Gualtieri, più danza e più jazz)
- ✓ Integrare l'offerta con lectio magistralis, workshop e seminari
- ✓ Politiche per abbassare costo (biglietti last minute, convenzione con parcheggio Zucchi)
- ✓ Migliorare la visibilità per alcuni posti della platea, qualità servizi igienici e bar



# 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, in collaborazione con la Fondazione I Teatri

Il gruppo di lavoro è composto da:  
Fabrizio Montanari, Università di Modena e Reggio Emilia  
Damiano Razzoli, Università di Modena e Reggio Emilia  
Stefano Rodighiero, Università di Bologna



# Bibliografia

- 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.

