

QUESTIONARIO SULL'INFORMAZIONE

Analisi dei dati

29.06.2012

PREMESSA

La presente relazione rappresenta una sintesi dell'elaborazione e valutazione dei dati emersi dallo spoglio dei questionari proposti al pubblico nel corso della stagione 2011-2012. Questa indagine nasce dalla necessità di focalizzare l'attenzione sull'informazione, che, dall'analisi dei dati della rilevazione 2010-2011, risultava un ambito con criticità non chiaramente interpretabili.

IL CAMPIONE

La rilevazione si è svolta nel corso della stagione 2011-2012 interessando le stagioni di prosa, concerti, danza, opera, musical, teatro ragazzi e la rassegna Finalmente domenica.

RILEVAZIONE	DATA	QUESTIONARI CONSEGNATI	QUESTIONARI COMPILATI	
Sinfonica Simon Bolivar	02.12.11	230	52	
Marco Baliani	11.12.11	172	39	
Open Day	15.01.12	337	84	1 questionario riconsegnato in bianco
Press	19.01.12	61	20	
Il vizietto	28.01.12	505	104	2 questionari riconsegnati in bianco
Il Bagnetto	29.01.12	220	55	
La (s)fortuna di Ganda	19.02.12	170	58	1 questionario riconsegnato in bianco
Il racconto d'inverno	21.02.12	220	70	
Aida	26.02.12	173	44	
I promessi sposi	11.03.12	188	40	
The history boys	14.03.12	103	50	
The Forsythe Company	13.04.12	170	43	
Le concert des nations	17.04.12	188	30	
Rinaldo	29.04.12	250	58	
Radu Lupu	07.05.12	145	30	
		3132	777	25% dei questionari distribuiti

Media questionari distribuiti : 240, media questionari compilati : 82

La percentuale dei questionari compilati rispetto a quelli distribuiti (25%) è sensibilmente calata rispetto alla rilevazione 2010-2011 (34%).

Le presenze complessive delle stagioni 2011-2012 oggetto di indagine sono state **68.615**, il che significa che il nostro campione rappresenta l'**1,13%** del pubblico.

IDENTIKIT DEL FREQUENTATORE DEL TEATRO

L'utente tipo è una donna, quarantenne, di istruzione medio alta, impiegata, residente a Reggio. Il profilo corrisponde perfettamente a quello emerso nell'indagine 2010-2011.

COME CI SI INFORMA SULLE ATTIVITA' DE I TEATRI

Le fonti principali di informazione sono il sito internet della Fondazione I Teatri e le comunicazioni al proprio domicilio. In questo caso va ricordato come il 49% del campione sia abbonato. Altri canali importanti sono i materiali presenti in luoghi pubblici, la newsletter e i giornali. Solo il 2,82% valuta l'informazione ricevuta dal sito insufficiente, mentre più del 50% valuta insufficiente l'informazione tramite televisione e radio lamentando l'assenza di servizi che ci riguardino. Quasi il 30% reputa insufficienti, perché spesso assenti o presenti in numero troppo ridotto, i materiali nei luoghi pubblici, che pure sarebbe una delle principali fonti di acquisizione di informazioni. Anche nelle scuole e nei circoli/associazioni si lamenta la scarsità dell'informazione. La pubblicità e la pubblicità stradale sono considerate insufficienti dal 30% del campione.

Il 60% del campione non gradisce ricevere informazioni tramite SMS.

COME SI APPROFONDISCONO LE INFORMAZIONI

Chi vuole approfondire le informazioni ricevute si rivolge *in primis* al nostro sito. Altre fonti importanti di approfondimento sono il programma di sala e gli articoli sui giornali. In generale la valutazione è buona (sufficienza oltre il 90%), fatto salvo un 26% del campione che reputa insufficienti gli incontri organizzati dalla Fondazione. Il dato non sorprende essendo oggettivamente ridotto il numero di iniziative di questo tipo proposte annualmente.

L'82,4% del campione ritiene preferibile ottenere approfondimenti prima dello spettacolo

COME MIGLIORARE L'INFORMAZIONE

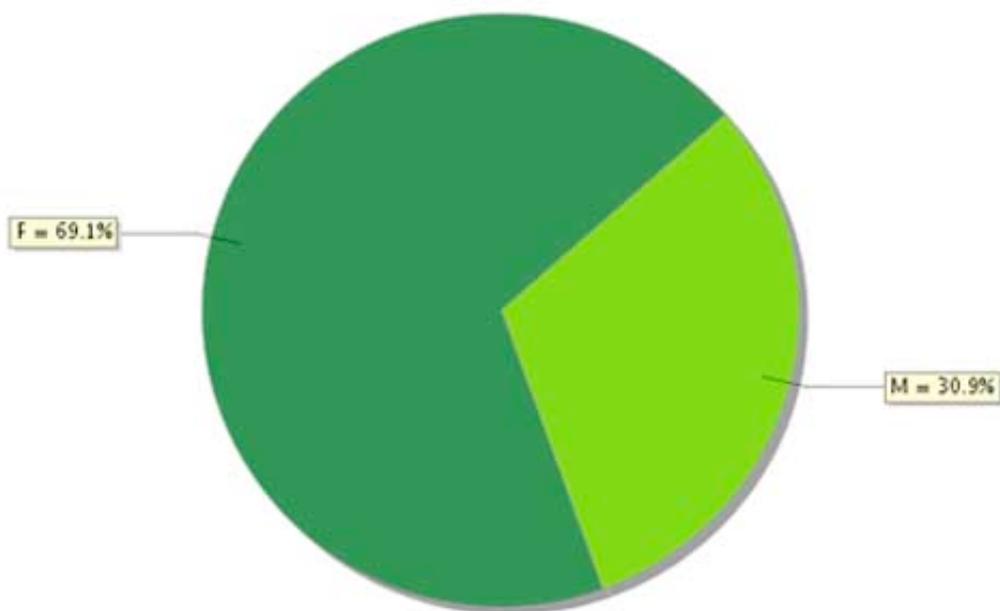
In generale il gradimento del campione è alto poiché la risposta più ricorrente è stata "va bene così / è tutto ok". Tra le risposte più ricorrenti anche "l'informazione è ottima". Focalizzandosi sulle situazioni perfettibili, le richieste principali sono quelle di avere più materiali presenti nei luoghi pubblici, più pubblicità, più informazioni via posta elettronica, programmi di sala disponibili in anticipo e più presenza sulla stampa locale. L'impressione è che le criticità siano più sulla diffusione delle informazioni che sulla qualità degli approfondimenti. Emerge pure una richiesta di maggior tempismo nella diffusione sia delle informazioni che degli approfondimenti.

POSSIBILI AZIONI

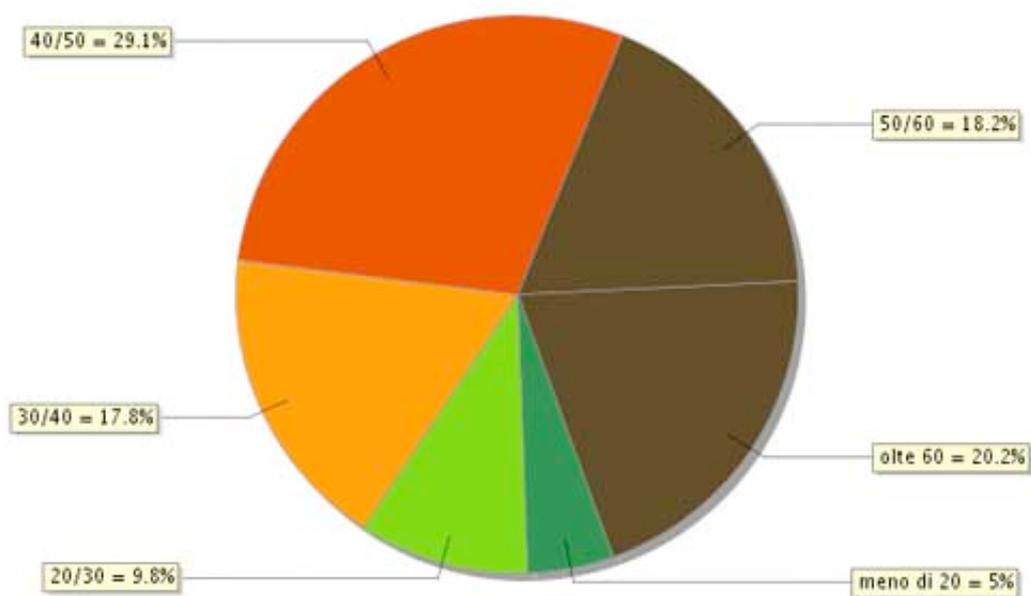
Nell'immediato, potenziare la distribuzione dei materiali, che non dovrebbero essere distribuiti *una tantum*, bensì con regolarità. Nel medio periodo ripensare la cartellonistica stradale per renderla più leggibile. Nel lungo periodo attivarsi perché media quali televisioni e radio garantiscano una maggior copertura. Il tutto con maggior anticipo rispetto ad oggi.

PROFILAZIONE DEL CAMPIONE

Il campione è prevalentemente femminile.

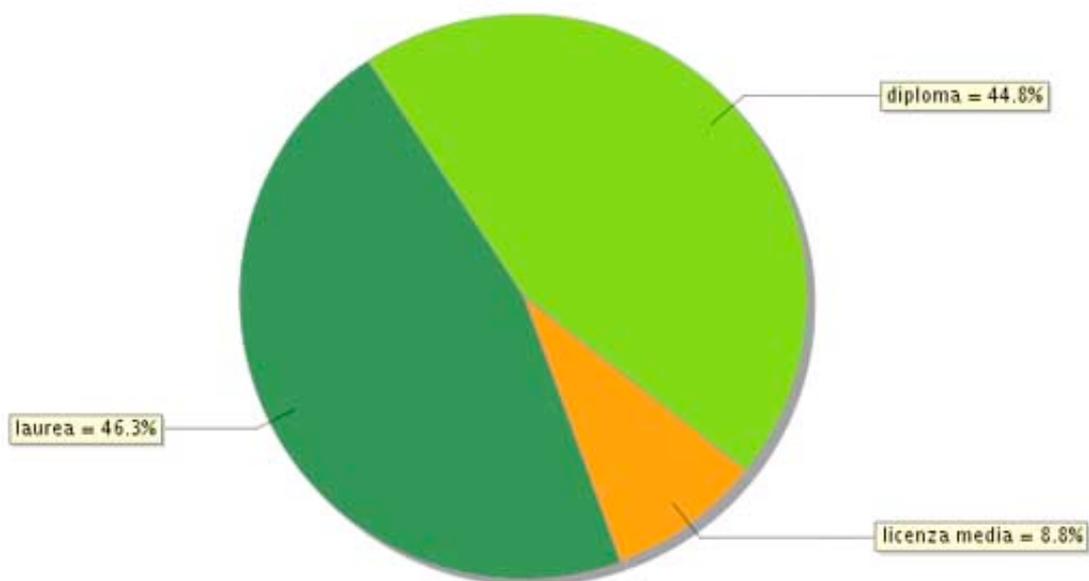


Campione suddiviso per fasce d'età



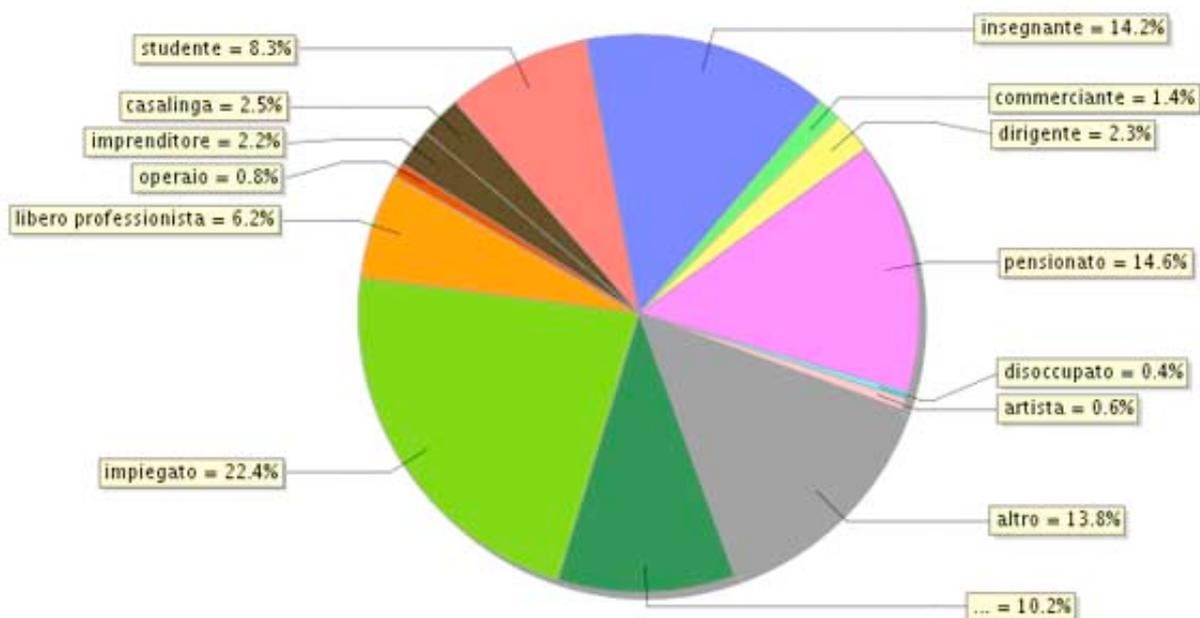
Il campione è prevalentemente quarantenne. In generale, gli under 50 rappresentano il 61,7% del campione. Considerando che il 49% è abbonato ad una stagione, il nostro campione risulta piuttosto “giovane” visto che l’indagine 2010-2011 ha mostrato come tra gli abbonati il 44,9% era over 60.

Campione suddiviso per titolo di studio



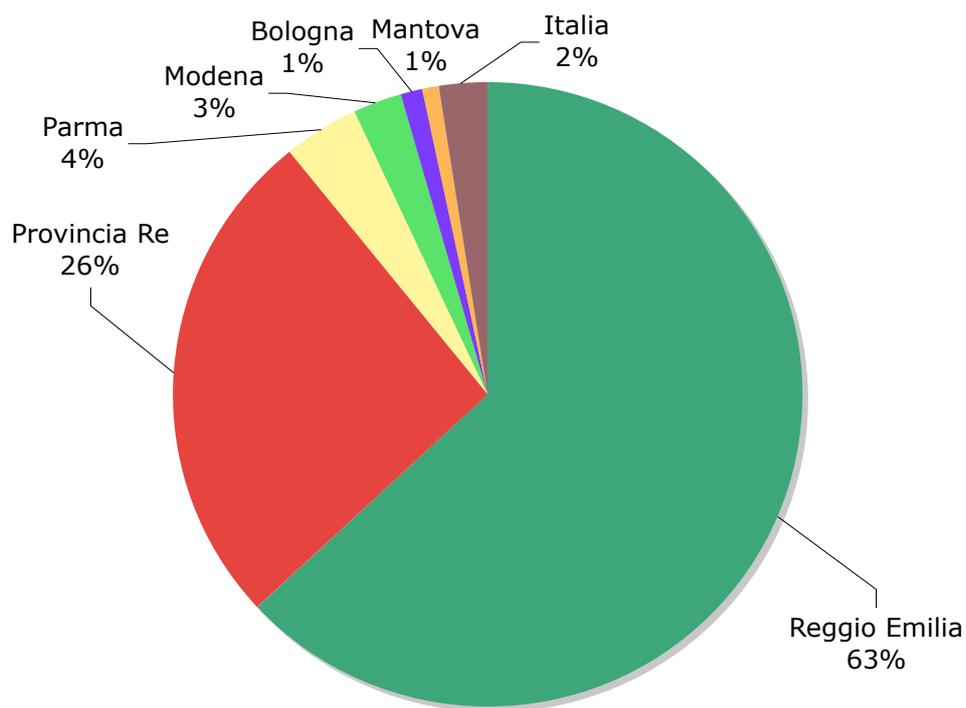
Relativamente al titolo di studio, i laureati sono di poco prevalenti sui diplomati.

Campione suddiviso per professione



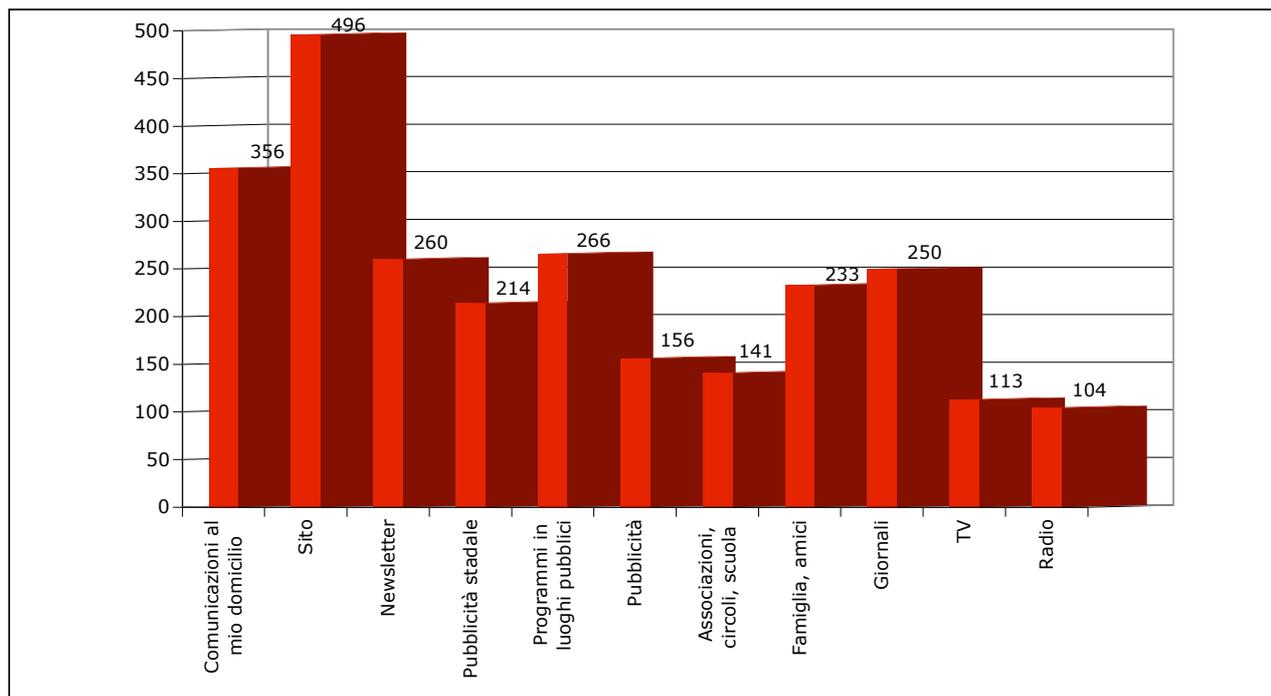
La categoria più documentata è quella degli impiegati (22,4%). Seguono pensionati (14,6%) ed insegnanti (14,2%). Il 13,8% appartiene a categorie non codificate ed il 10,2% non ha compilato questa risposta. Operai (0,8%), artisti (0,6%) e disoccupati (0,4%) sono i meno rappresentati.

Campione suddiviso per comune di residenza



Il campione è chiaramente locale. L'89% proviene dal capoluogo e dalla provincia. Tra i comuni della Provincia, i più attestati sono Albinea, Quattro Castella, Scandiano e Cavriago.

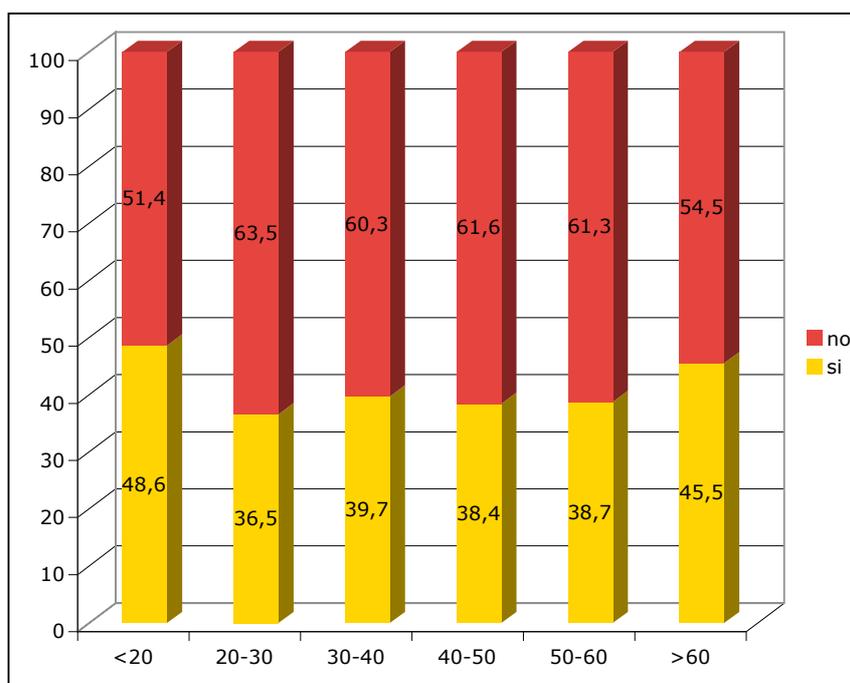
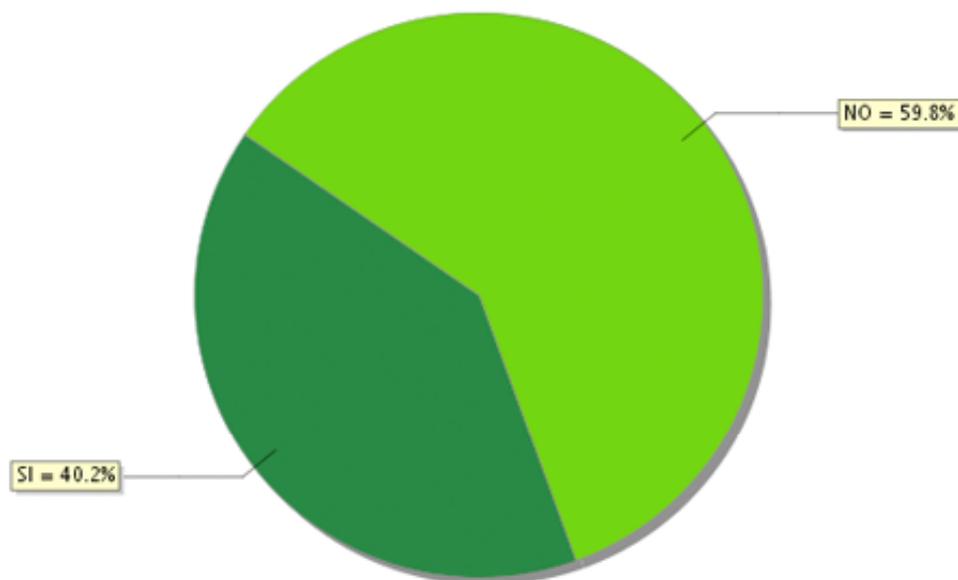
COME CI SI INFORMA SULLE ATTIVITA' DEL TEATRO



La domanda prevedeva la possibilità di risposta multipla

Le fonti principali di informazione sono il sito internet della Fondazione I Teatri e le comunicazioni al proprio domicilio. In questo caso va ricordato come il 49% del campione sia abbonato. Gli abbonati ricevono al loro domicilio le informazioni relative alle nuove stagioni con tutte le indicazioni per rinnovare l'abbonamento ed entrano automaticamente nel database degli invii postali. Altri canali importanti sono i materiali presenti in luoghi pubblici, la newsletter e i giornali. Anche la rete parentale ed amicale svolge un importante ruolo nella diffusione delle informazioni. La comunicazione digitale (sito e newsletter) ottiene 756 preferenze, mentre quella cartacea (invio postale e programmi nei luoghi pubblici) 622. Risulta dunque ancora forte la richiesta di materiali a stampa.

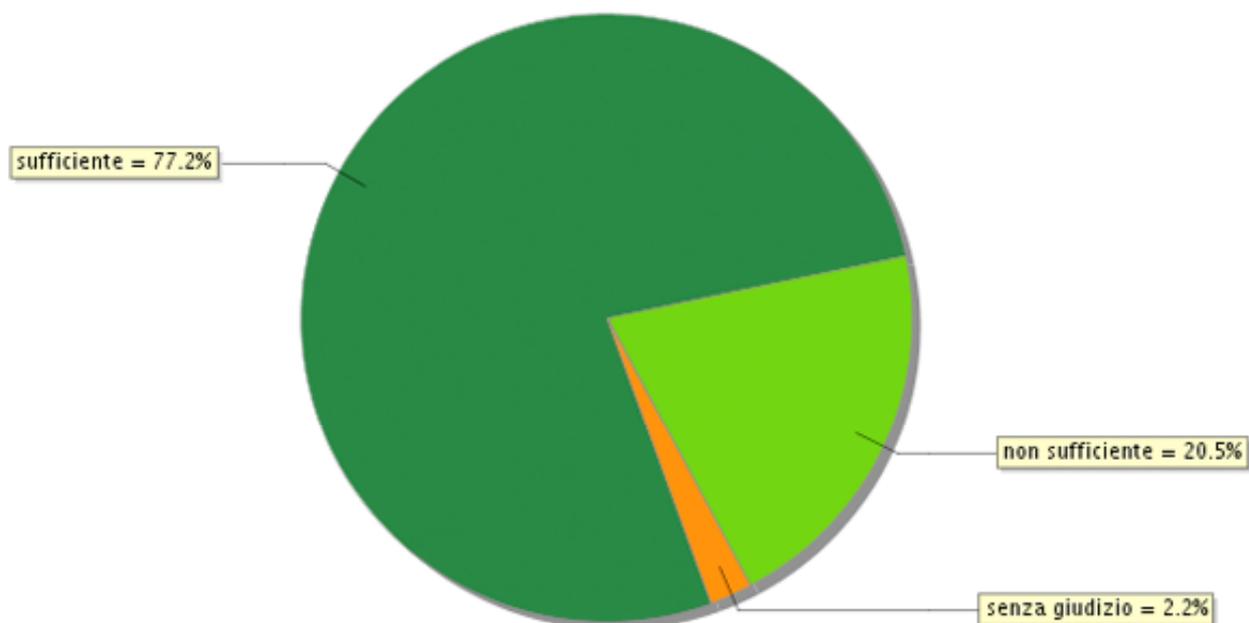
Ti piacerebbe ricevere informazioni tramite SMS?



Il quesito posto per fasce d'età dimostra come la scarsa propensione a ricevere informazioni via SMS sia trasversale a tutte le età, con un picco tra i 20-30enni. Tra i suggerimenti troviamo invece la richiesta dell'uso del messaggio SMS come promemoria per gli spettacoli (cfr. pag.9 e pag.24).

COME SI VALUTA L'INFORMAZIONE RICEVUTA

Comunicazione a domicilio



La percentuale di coloro che valutano sufficienti le comunicazioni a domicilio sale al 92,3% tra gli over 60. Di questi, il 67,6% è abbonato ad almeno una stagione e, in quanto tale, riceve in automatico comunicazioni a domicilio. I più insoddisfatti sono i 20-30enni con il 44,8% che reputa insufficiente il servizio.

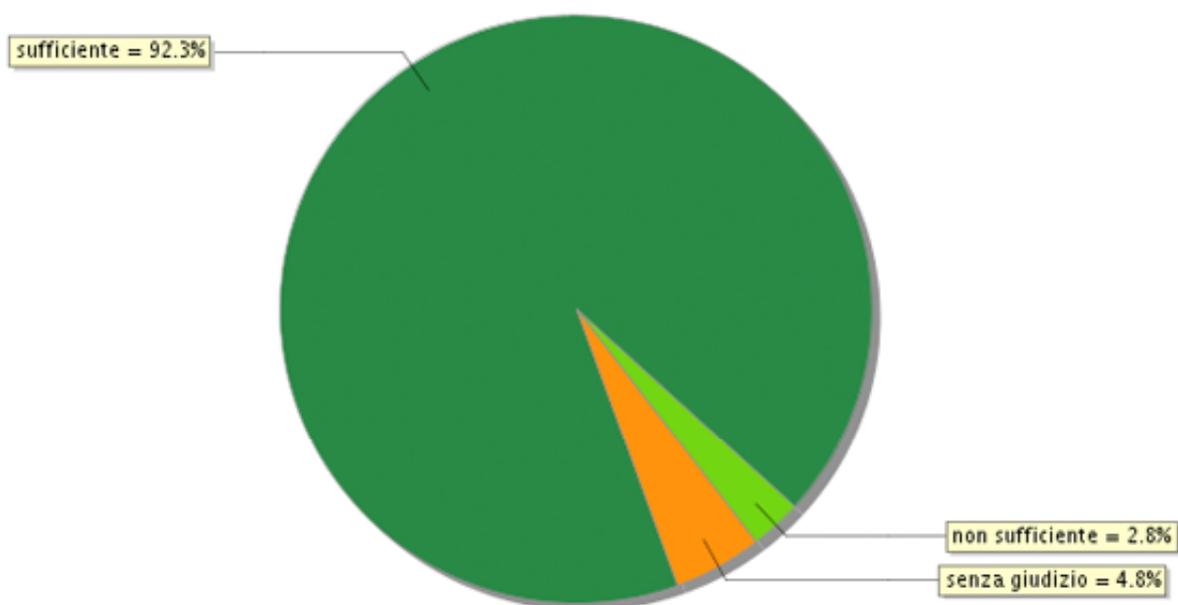
Insufficiente perché :

Non arriva nulla	22
Arriva raramente	5
Problemi con la Posta	4
Non sono residente	2
Converrebbe fare maggior pubblicità	2
Sarebbe meglio un sms prima spettacolo come promemoria	1
Desidero ricevere informazioni al mio domicilio	1

Le risposte alla domanda aperta dimostrano la presenza di un equivoco di fondo. Diversi utenti lamentano il mancato ricevimento dei materiali cartacei, pensando ad un invio massivo, non sapendo probabilmente che l'invio avviene solo a favore di chi ne fa esplicita richiesta. Il 20,5% di giudizi insufficienti è sicuramente condizionato anche da questo fraintendimento.

Alcune risposte sono chiaramente fuori contesto.

Sito internet della Fondazione I Teatri

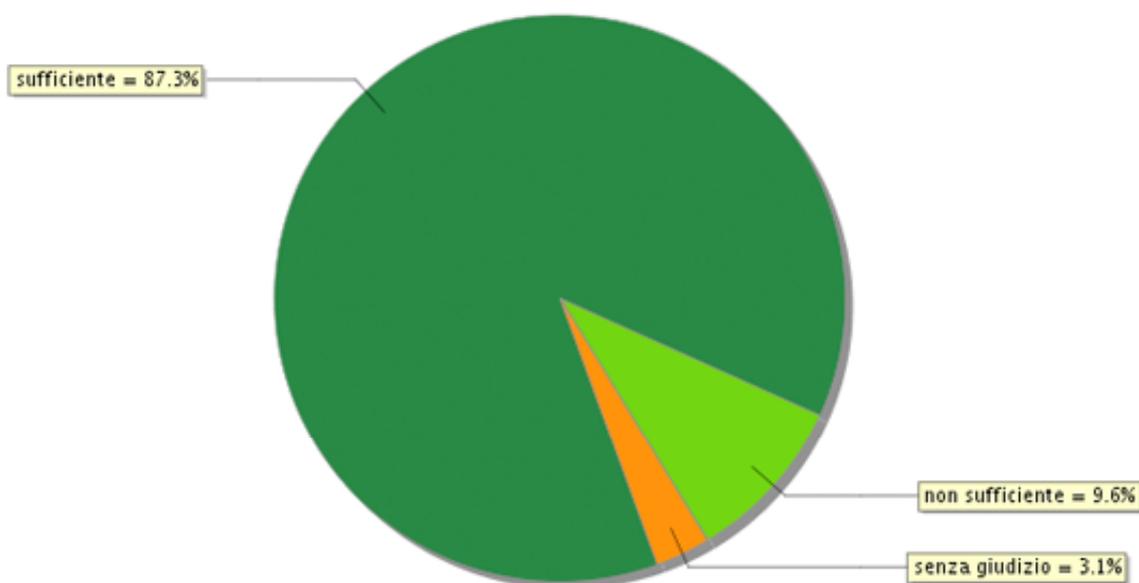


La soddisfazione è trasversale a tutte le fasce d'età con scarti non significativi

Insufficiente perché :

E' troppo complicato	1
Non tutti hanno internet a casa	1

Newsletter della Fondazione I Teatri



La soddisfazione è trasversale a tutte le fasce d'età con il massimo per i 30-40enni (94,4%) ed il minimo per i 20-30enni (81,2%).

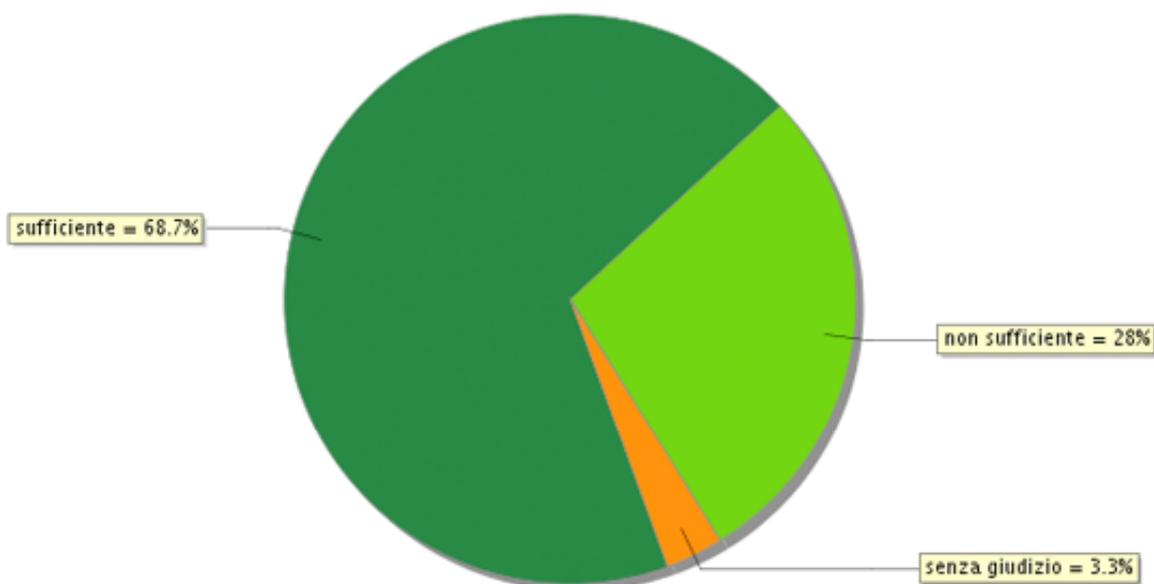
Insufficiente perché :

Non la ricevo	6
Non sono residente	1
Arriva con poco preavviso rispetto all'evento	1
Non conosco	1
Anche se ogni anno rinnovo abbonamento non sempre mi arriva	1

Anche in questo caso l'equivoco di fondo è costituito dal non sapere che l'invio avviene solo a favore di chi ne fa esplicita richiesta.

Tra i suggerimenti della risposta aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo?" spicca la richiesta di più informazione tramite email (cfr. pag.23). Pur non citando esplicitamente la newsletter, si tratta di una richiesta che attiene allo stesso ambito.

Publicità stradale



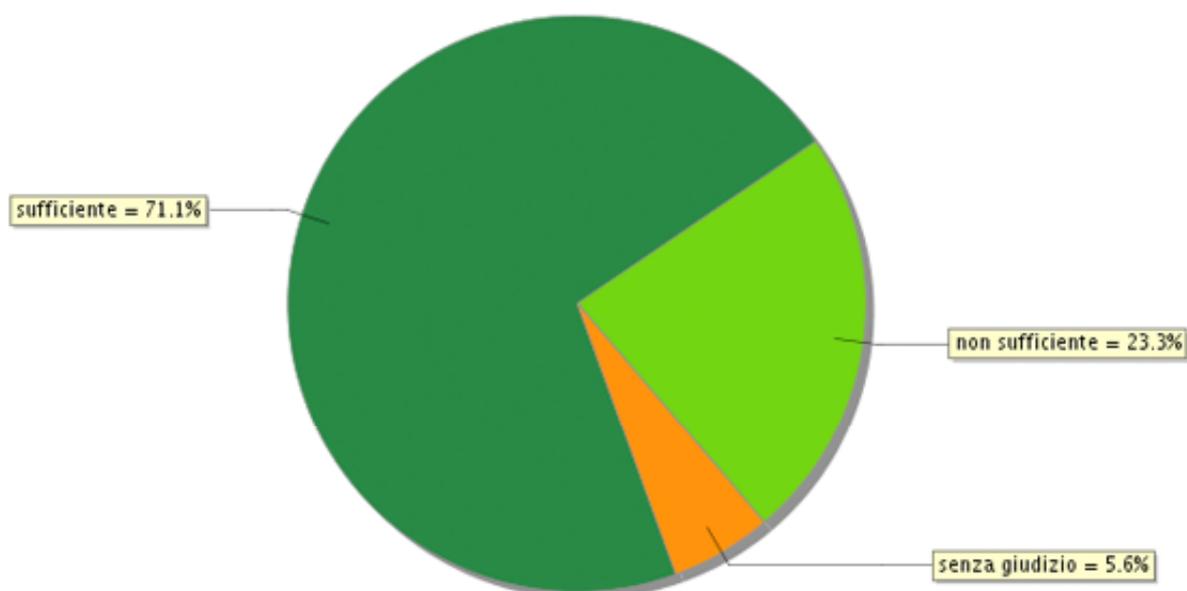
Emerge una certa insoddisfazione per questo mezzo di informazione (28% di insoddisfatti) dovuta alla mancanza, insufficienza o scarsa leggibilità dei materiali.

I più soddisfatti risultano essere gli under 20 (81,2%), i meno soddisfatti i 50-60enni (58,3%) e i 20-30enni (60%). Si tratta di scarti piuttosto importanti che non riesce facile collegare a dinamiche legate all'età.

Insufficiente perché :

Non si vede / non c'è	10
E' poco frequente / presente in pochi punti	6
Poco leggibile, soprattutto per quanto riguarda date e orari	3
E' inutile farla: meglio investire sugli spettacoli	1
Vaga e generica	1
Troppo tardiva	1

Programmi delle stagioni presenti in luoghi pubblici



Emerge una certa insoddisfazione (23,3% di insoddisfatti), dovuta alla mancanza o insufficienza dei materiali ed alla scarsa capillarità della distribuzione.

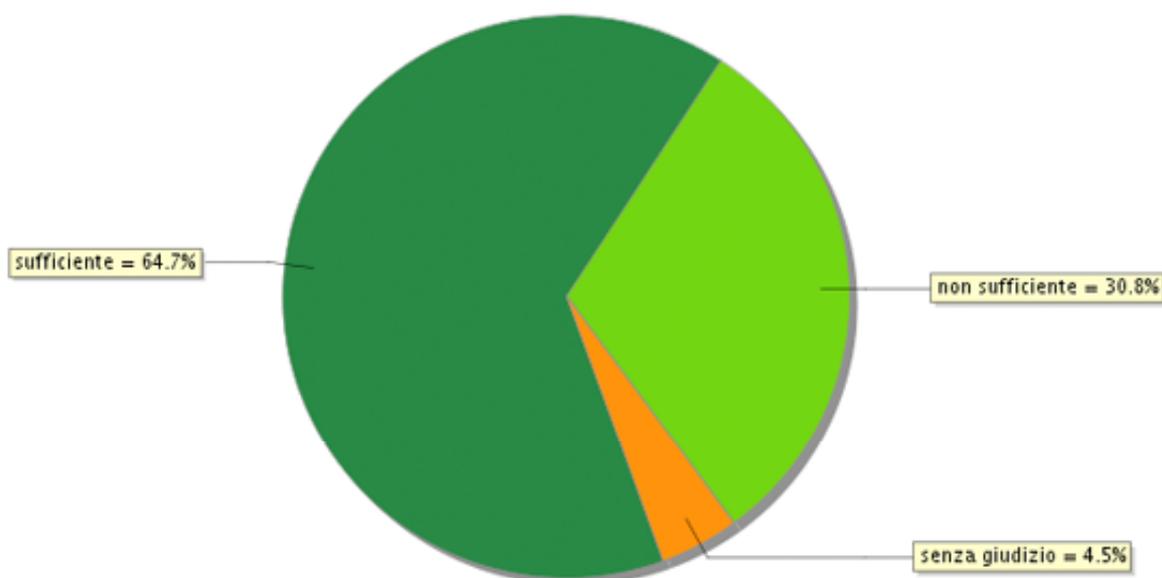
Anche per i materiali presenti nei luoghi pubblici così come per la pubblicità, i più soddisfatti risultano essere gli under 20 (82,4%), i meno soddisfatti i 20-30enni (58,6%). Si tratta di uno scarto rilevante che non riesce facile spiegare, soprattutto tra fasce d'età contigue. Le restanti fasce d'età si attestano tra il 62,5% dei 40-50enni ed il 76,1% dei 50-60enni, con una forbice più fisiologica.

Insufficiente perché :

Non ci sono	8
Quando ci sono, sono pochi	8
Manca una rete di luoghi (pub, ristoranti, locali) dove distribuirli	2

Ritroviamo queste indicazioni anche tra i suggerimenti della risposta aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo?". Il secondo suggerimento più ricorrente è proprio quello di aumentare i materiali nei luoghi pubblici (cfr. pag.23)

Publicità



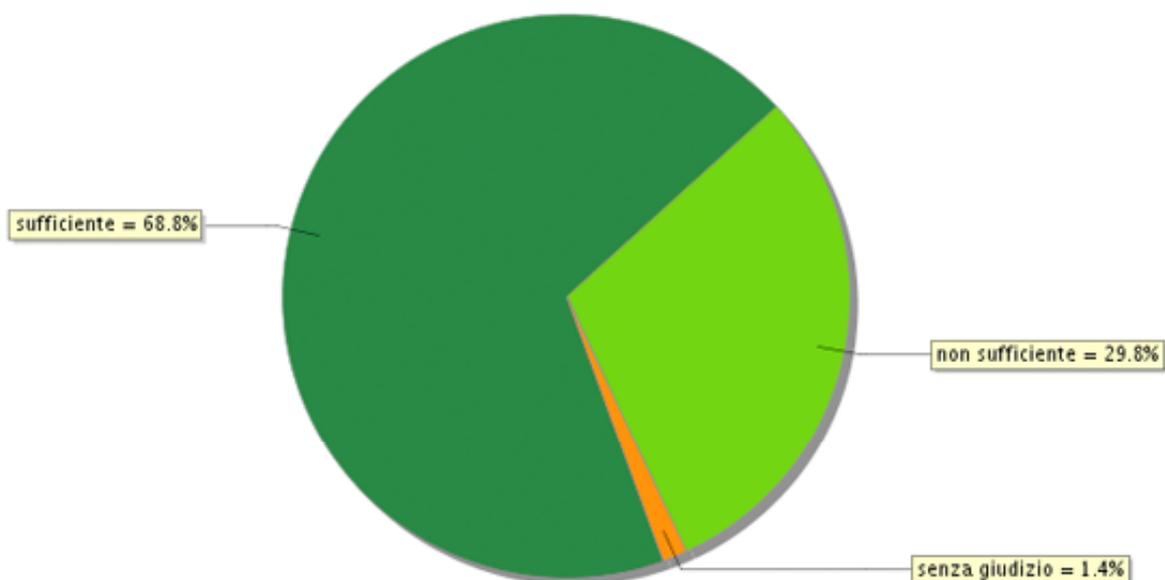
Il 30,8% del campione ritiene insufficiente la pubblicità. Il dato non sorprende visto che la stagione 2011-2012 ha visto un forte calo negli acquisti di spazi pubblicitari. In controtendenza il dato degli under 20, il 90,9% dei quali reputa la pubblicità sufficiente.

Insufficiente perché :

Poca	6
Non c'è / non l'ho mai vista	1

Ritroviamo queste indicazioni anche tra i suggerimenti della risposta aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo?". Il terzo suggerimento più ricorrente è proprio quello di accrescere la pubblicità (cfr. pag. 23).

Associazioni, circoli, club, scuola



Il 29,8% ritiene l'informazione che passa attraverso scuole o associazioni insufficiente. Va sottolineato come la percentuale scende al 20% per gli under 20 e gli over 60. Nel primo caso il riferimento dovrebbe essere la scuola, nel secondo circoli od associazioni (centri sociali, associazioni culturali).

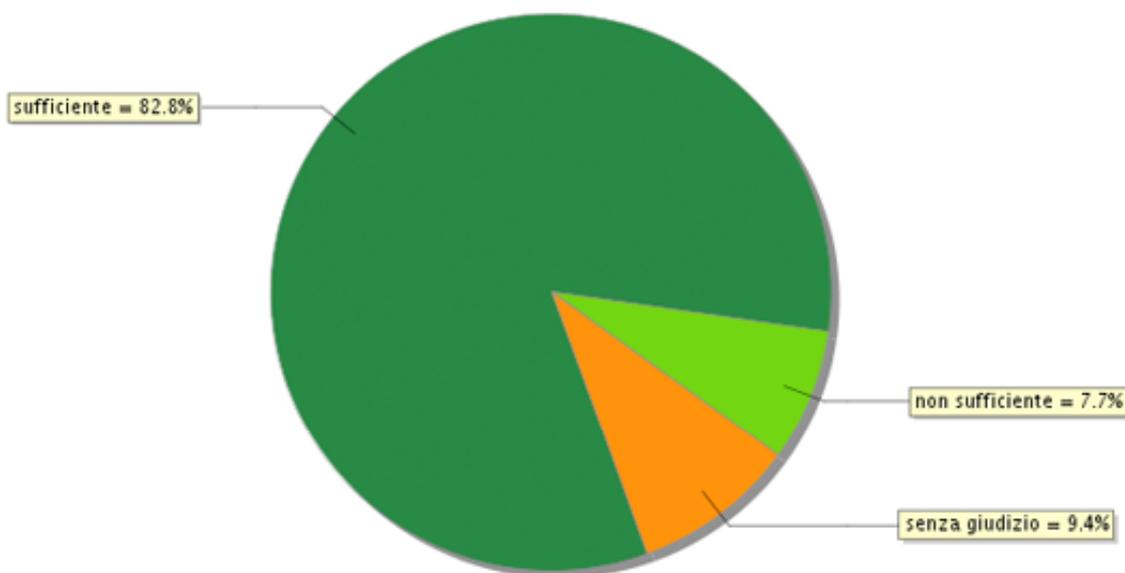
I meno soddisfatti risultano essere i 20-30enni (55,6%), per i quali il riferimento dovrebbe essere l'università così come il mondo dell'associazionismo e dei circoli giovanili.

Di fatto, nei suggerimenti alle risposta aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo?", la richiesta di più informazione nelle scuole ritorna più volte (cfr. pag. 25), sia generica che specifica sul Teatro ragazzi che nelle scuole della Provincia. Incrociando questi dati parrebbe che il problema relativo alla scuola sia più dei docenti che degli studenti, mentre si potrebbe ipotizzare un deficit di informazione anche nei luoghi universitari o nei centri di aggregazione giovanili.

Insufficiente perché :

Poca pubblicità nella scuola	4
Poca pubblicità	2
Mai vista	2

Familiari, amici, conoscenti



Il passaparola tra amici e familiari sembra funzionare, poiché la percentuale degli insoddisfatti non arriva all'8%.

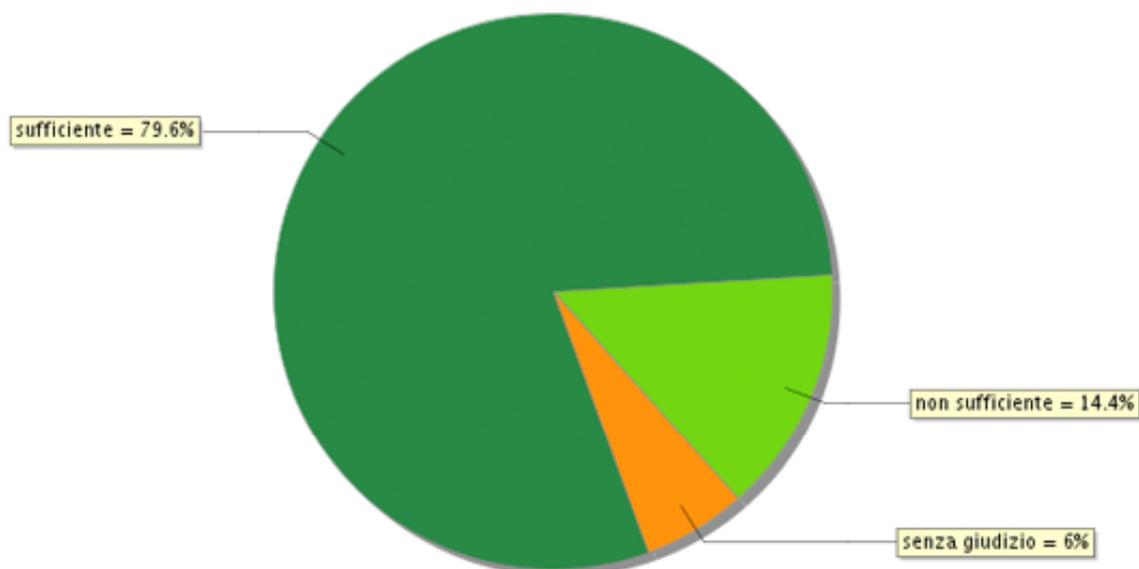
I più soddisfatti risultano gli over 60 (91,3%), i meno soddisfatti i 50-60enni (74,2%).

Le restanti fasce si assestano in modo piuttosto uniforme tra l'86 e l'89%.

Insufficiente perché :

Nessun suggerimento

Articoli di giornale

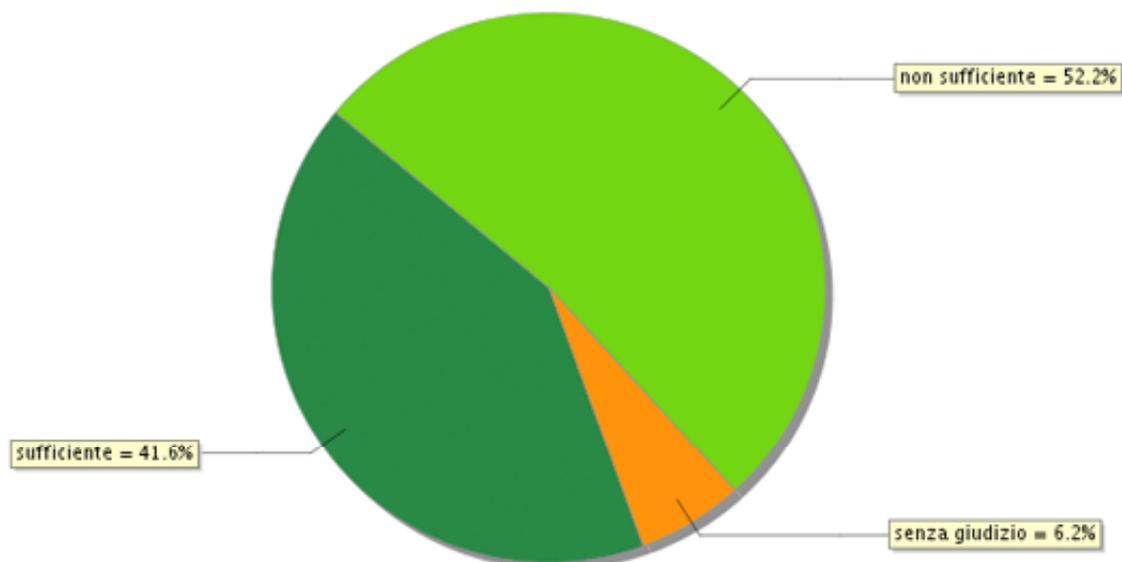


Il 14,4% del campione reputa insufficiente il servizio reso dalla stampa, poiché gli articoli compaiono a ridosso dello spettacolo o sono insufficienti. I più insoddisfatti gli under 20 (33,3%), i più soddisfatti gli over 60 (87,8%). Le restanti fasce d'età si collocano in modo piuttosto omogeneo tra l'84 ed il 76% di utenti soddisfatti.

Insufficiente perché :

Spesso sono tardivi rispetto a spettacoli molto richiesti	3
Mai visti articoli sul teatro	2
Si potrebbero aumentare	1
Solitamente riprendono il programma di sala degli spettacoli	1
Sono molto di parte (pro teatro)	1

Televisione

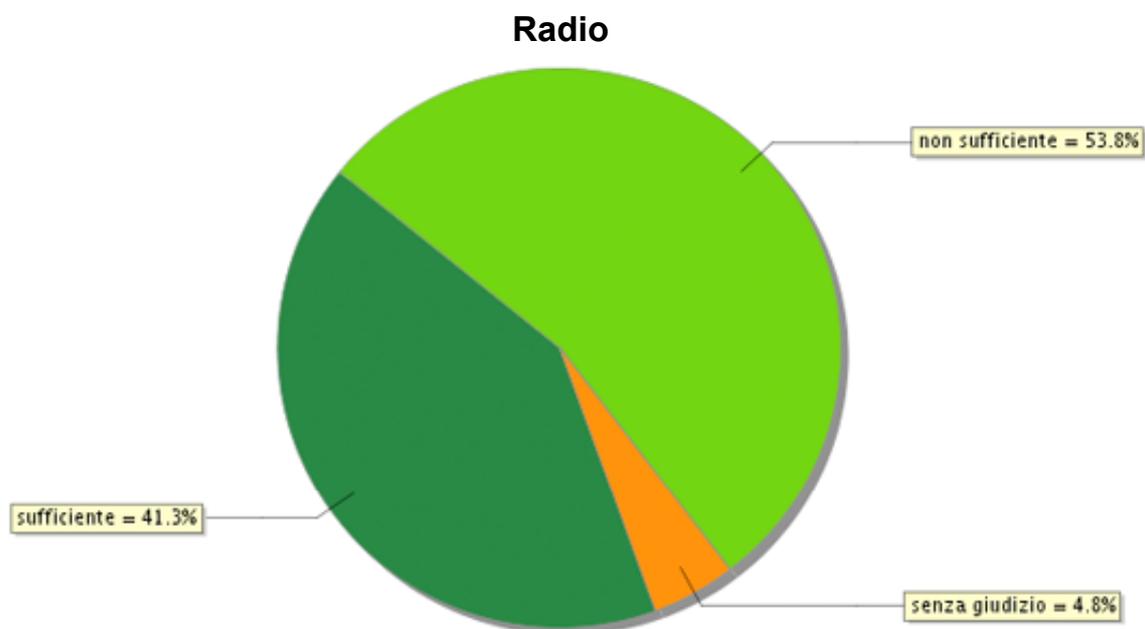


Rilevante è il numero di utenti insoddisfatti dell'informazione che passa in televisione. A parte chi non esprime un'opinione o non utilizza il media, coloro che guardano la TV contestano la scarsa presenza se non assenza di informazione sulle attività del teatro.

I meno soddisfatti gli under 20 (22,2%), i più soddisfatti gli over 60 (76,5%). Il dato relativo agli over 60 è eterogeneo rispetto alle restanti fasce d'età che si assestano tutte tra il 27.8% dei 20-30enni e il 43,5% dei 30-40enni. Si tratta cioè di un livello di soddisfazione decisamente superiore alla media, legato forse ad una maggior visione dei programmi delle emittenti locali.

Insufficiente perché :

Poca informazione	7
Mai vista informazione in TV	3
Non guardo quasi mai la TV	2
Non so / Non ci ho fatto caso	2
Si parla solo del Festival Verdi	1



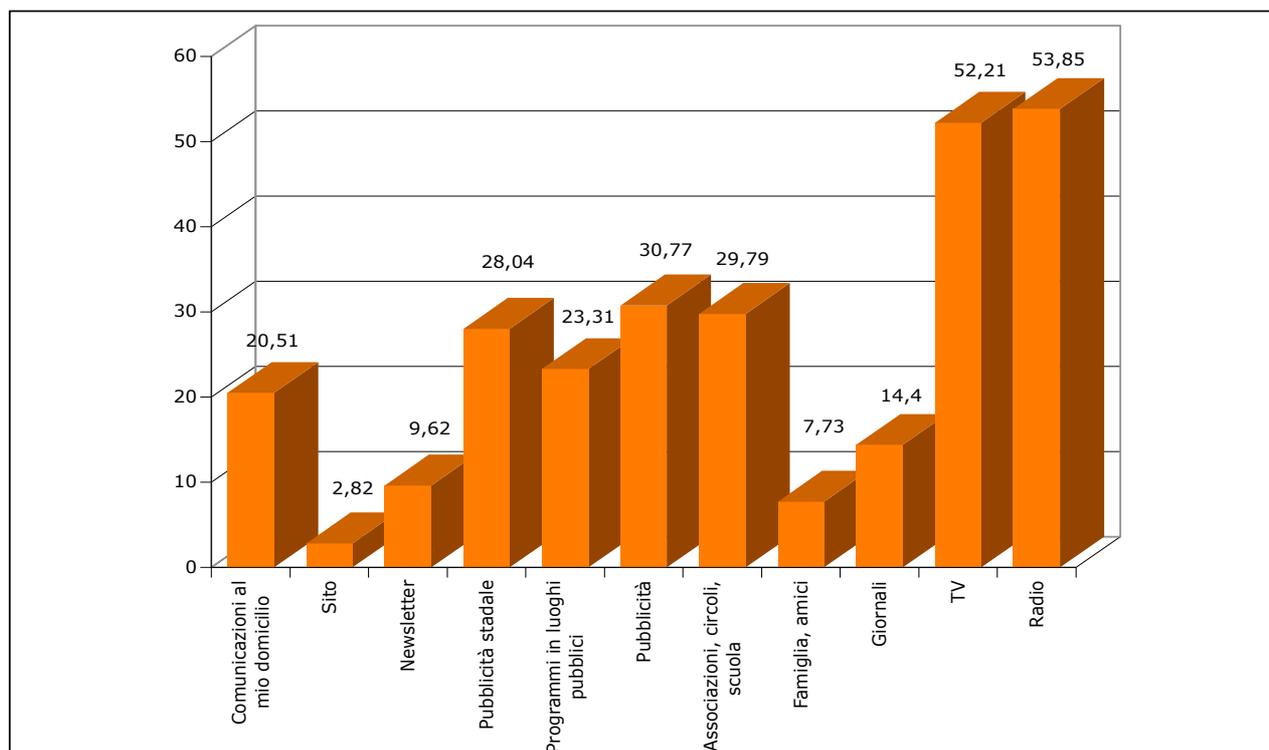
Ancora maggiore (53,8%) è il numero di utenti insoddisfatti dell'informazione che passa in radio. A parte chi non esprime un'opinione o non utilizza il media, coloro che ascoltano la radio contestano la scarsa presenza se non assenza di informazione sulle attività del teatro.

In questo caso la forbice è minore, andando dal 22,2% di soddisfatti tra gli under 20 ai 46,2% dei 30-40enni. In ogni caso, senza eccezioni, l'informazione radiofonica non raggiunge mai la sufficienza.

Insufficiente perché :

Poca informazione	6
Nessuna informazione	6
Non so / Non ci ho fatto caso	3
Non accendo mai la radio	2

Gli insoddisfatti



Il grafico esprime la percentuale di coloro che reputano insufficiente il mezzo di informazione utilizzato. La domanda prevedeva la possibilità di risposta multipla.

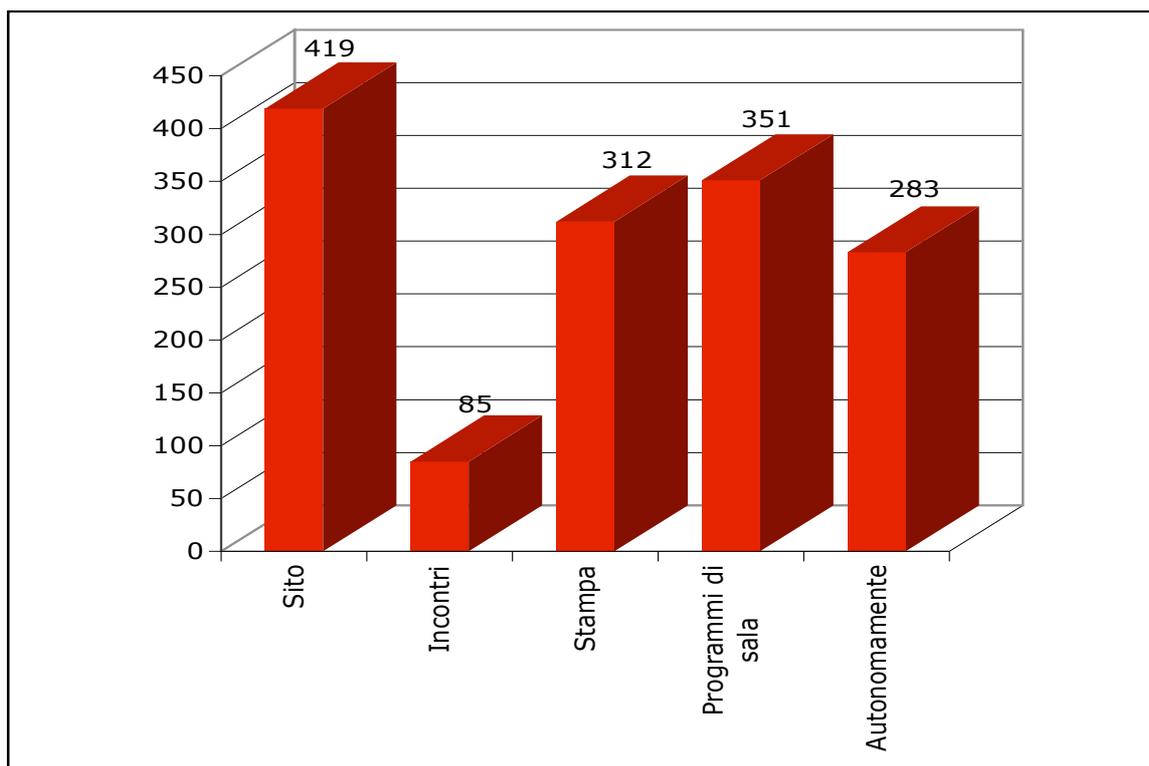
Dall'analisi sia analitica che d'insieme, risulta come il sito internet sia il primo strumento utilizzato ed il più apprezzato con solo il 2,82% di insoddisfatti. Anche la newsletter, il quarto canale più utilizzato, non rivela particolari problemi. Diverso è il caso di comunicazioni a domicilio e materiali presenti nei luoghi pubblici, che, pur molto utilizzati, sono reputati insufficienti rispettivamente dal 20,51 e dal 23,31% del campione che li utilizza. Il dato trova conferma anche dalle risposte alla domanda aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo?" Il secondo suggerimento più ricorrente è proprio "Più materiali nei luoghi pubblici" (cfr. pag. 23). Anche nelle scuole, circoli ed associazioni si segnala la scarsità od assenza di materiali, mentre il 28,4% ritiene insufficiente o non leggibile la pubblicità stradale. Anche in questi casi il dato trova puntuale riscontro nelle risposte alla domanda aperta, in quanto la richiesta di più materiali nelle scuole ritorna, più volte, declinata con diverse sfumature (informazione nelle scuole generica, sul teatro ragazzi, in provincia) (cfr. pag. 25). Si tratta di servizi che la Fondazione eroga - i materiali vengono prodotti con una tiratura rilevante e distribuiti così come i manifesti - ma, secondo il campione, non in modo soddisfacente.

Critica anche la posizione rispetto alla pubblicità (30,77% di insoddisfatti). La richiesta di più pubblicità è d'altronde il terzo suggerimento più ricorrente tra le risposte alla domanda aperta (cfr. pag. 23). In questo caso il dato sconta la forte riduzione di investimenti sull'acquisto di spazi pubblicitari delle ultime stagioni.

Dove l'informazione è percepita fortemente deficitaria è in televisione o radio; oltre il 50% del campione la reputa insufficiente. Scende al 14,4% la percentuale degli insoddisfatti dell'informazione sulla stampa, un media molto utilizzato dal campione che vorrebbe maggiori notizie sulla stampa locale.

Analizzando i dati per fasce d'età, la sostanziale soddisfazione per il sito web è confermata dalla ridottissima forbice tra i diversi valori del grado di soddisfazione (5,4 punti percentuali). In diversi casi gli under 20 risultano i più soddisfatti, con scarti rispetto alle restanti fasce piuttosto rilevanti (pubblicità stradale, programmi nei luoghi pubblici, pubblicità e scuole-circolo-associazioni). Questa circostanza può sollevare un dubbio sull'attendibilità delle risposte fornite dagli under 20.

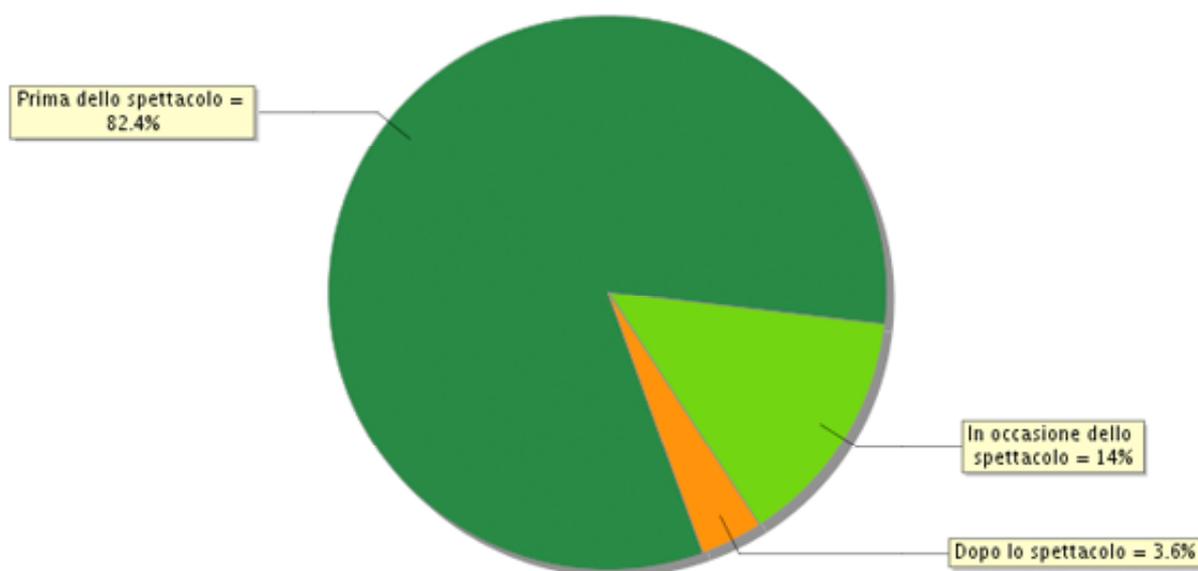
COME SI APPROFONDISCE L'INFORMAZIONE RICEVUTA



La domanda prevedeva la possibilità di risposta multipla

Ancora una volta è il sito lo strumento più utilizzato.

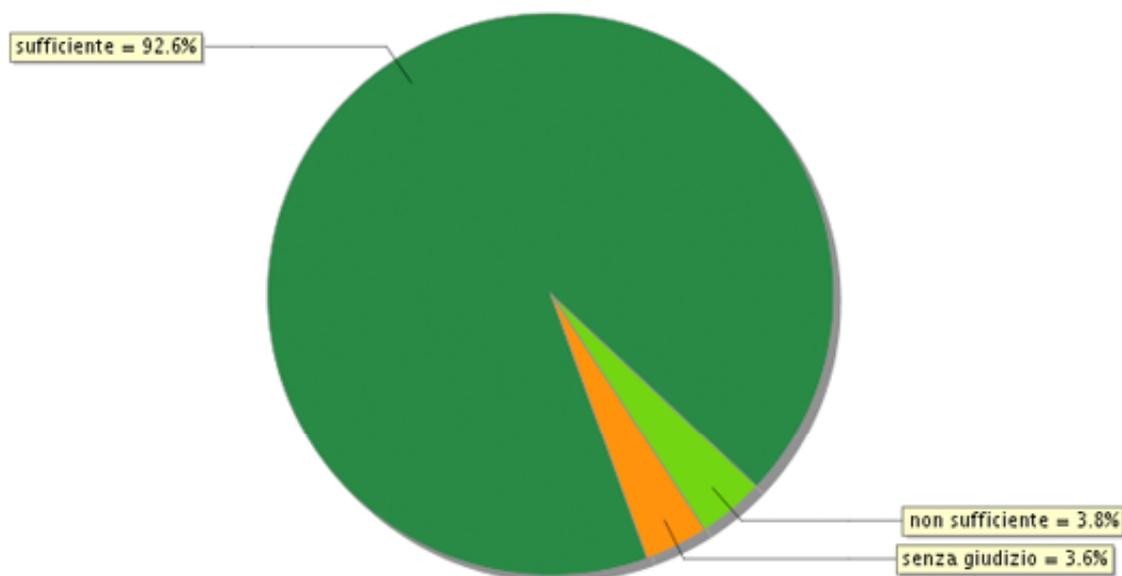
Quando pensi sia meglio ricevere gli approfondimenti sugli spettacoli?



Il campione preferisce ricevere gli approfondimenti prima dello spettacolo. Questo avviene trasversalmente alle fasce d'età con un massimo per gli over 60 (90%) ed un minimo per gli under 20 (57,6%). Per il 30% di questi ultimi è preferibile ricevere approfondimenti durante lo spettacolo e per il 12,1% dopo.

COME SI VALUTANO LE INIZIATIVE DI APPROFONDIMENTO

Leggendo gli approfondimenti del nostro sito

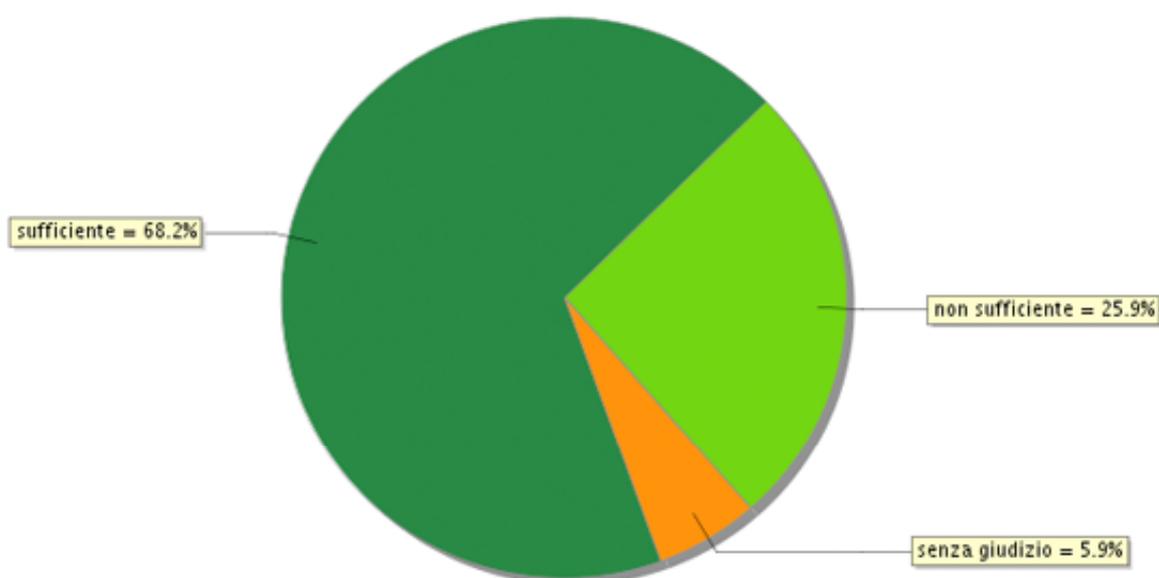


Il 92,6% del campione reputa soddisfacenti gli approfondimenti sul sito. La soddisfazione è trasversale a tutte le fasce d'età con scarti non significativi
Pochi sono i contributi della domanda aperta, tra cui prevalgono indicazioni non pertinenti.

Insufficiente perché :

Occorrono più approfondimenti sui singoli spettacoli	3
Mai trovati	1
Dovreste inviarli a domicilio	1
Le notizie utili sono poche, molte incomprensibili	1
Non ho la possibilità di andare in internet	1

Partecipando agli incontri organizzati dalla Fondazione



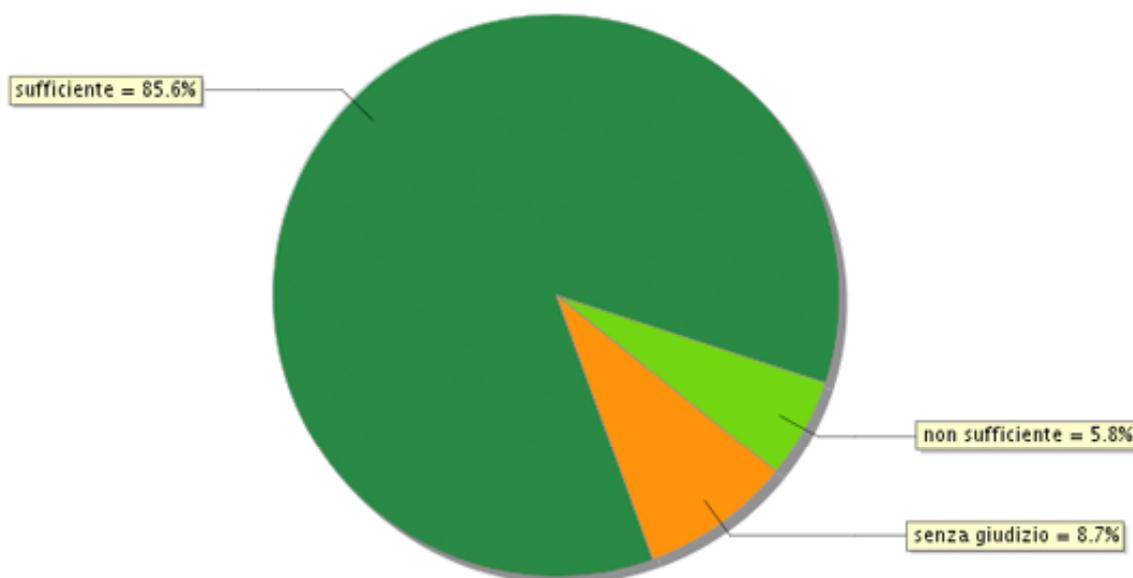
Il 25,9% del campione ritiene gli incontri insufficienti. I più soddisfatti gli over 60 (86,7%), i meno soddisfatti i 20-30enni (50%). Tra i motivi di insoddisfazione troviamo gli orari non compatibili con i propri impegni; problema sicuramente meno sentito dagli over 60, tra i quali il 69% si è dichiarato pensionato.

E' un dato di fatto che annualmente è piuttosto limitato il numero di incontri organizzati.

Insufficiente perché :

Non partecipo	4
Non ero a conoscenza di queste opportunità	2
Ci vorrebbero più incontri/conferenze con gli artisti	1
Difficoltà nel parteciparvi per gli orari	1

Leggendo gli articoli di presentazione sulla stampa



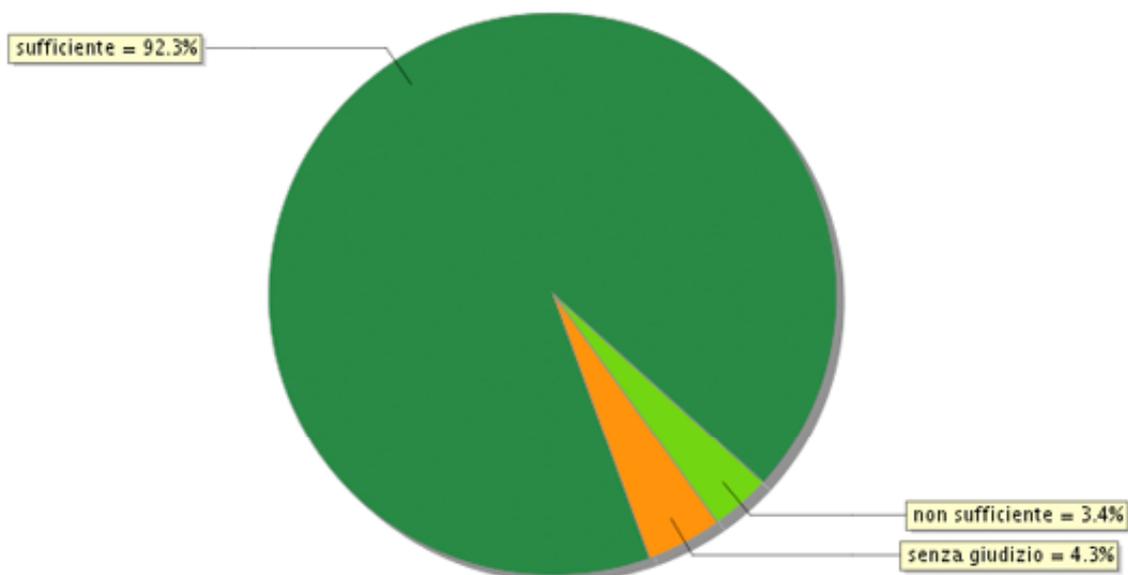
L'85,6% del campione valuta gli articoli sulla stampa sufficienti. I più soddisfatti gli over 60 (93,2%), i meno soddisfatti i 30-40enni (77,3%).

La risposta aperta non fornisce ulteriori elementi di analisi.

Insufficiente perché :

Non li leggo	3
Gli articoli sono pochi e brevi	2

Programmi di sala

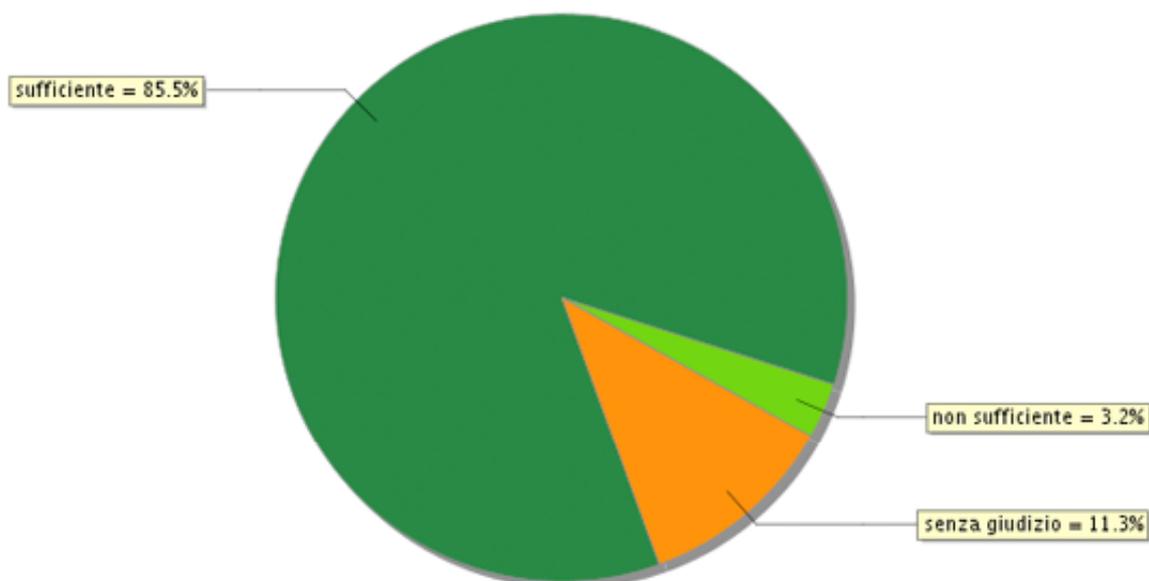


I programmi di sala sono molto apprezzati; il 92,3% del campione li reputa sufficienti. Il dato si presenta omogeneo per tutte le fasce d'età, attestandosi tra il 95,7 ed il 90,5%, con la sola eccezione dei 20-30enni tra i quali i soddisfatto scendono all'81,65%. La risposta aperta non fornisce ulteriori elementi di analisi.

Insufficiente perché :

Sono in numero sempre inferiore al pubblico che li richiede	4
Occorrerebbe associare il nome dell'artista al ruolo che ricopre	1

Autonomamente

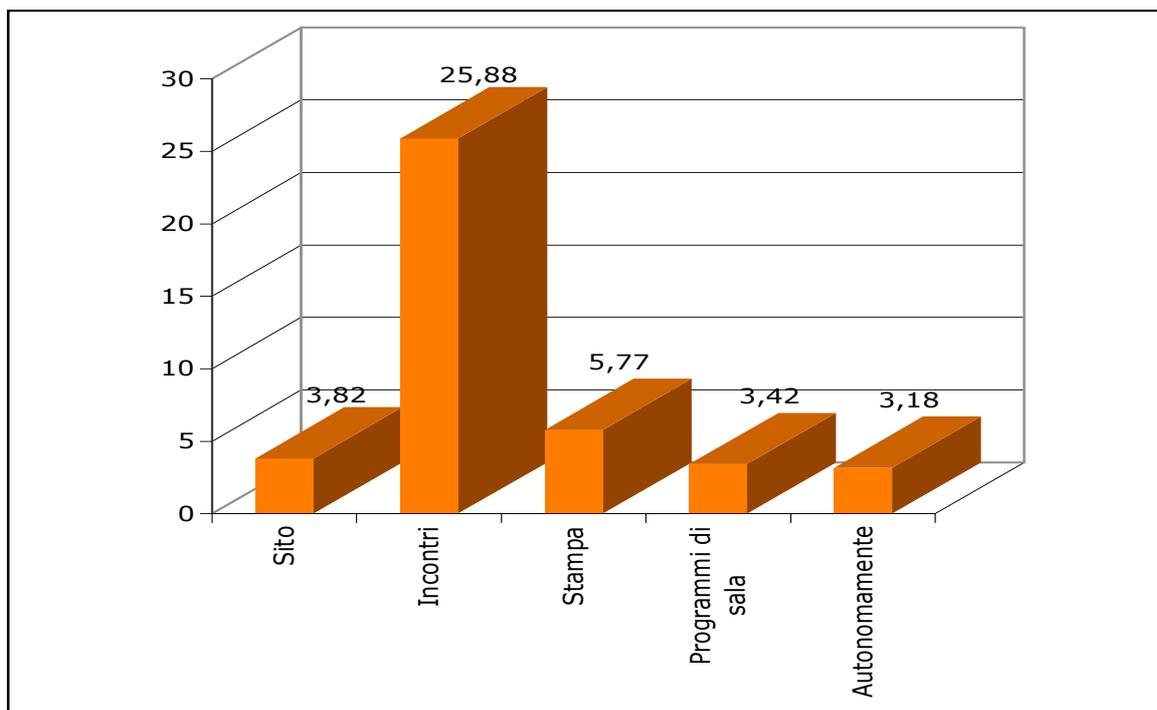


Il campione è piuttosto attivo nell'approfondire autonomamente gli appuntamenti in programma. Il 100% degli under 20 è soddisfatto della propria documentazione autonoma.

Insufficiente perché :

Non si conoscono le iniziative promosse dalla Fondazione	1
Le info fornite dalla Fondazione non sono né esaurienti né corrette	1

Gli insoddisfatti



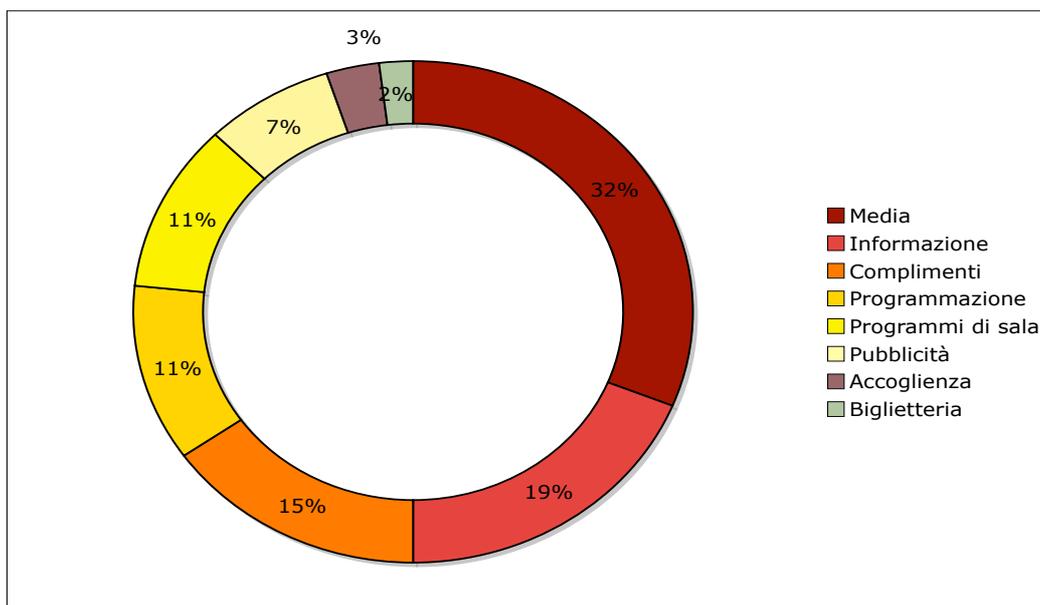
Il grafico esprime la percentuale di coloro che reputano insufficiente il mezzo di approfondimento utilizzato. La domanda prevedeva la possibilità di risposta multipla.

Il sito si conferma anche per gli approfondimenti lo strumento principale e ottiene un altro gradimento, con una forbice tra le fasce d'età di soli 5 punti percentuali. In generale le modalità di approfondimento proposte sono apprezzate, essendo bassa la percentuale degli insoddisfatti di tutte le diverse modalità. Fa eccezione l'organizzazione di incontri, ritenuta insufficiente dal 25,88% del campione. Il dato rispecchia un'oggettiva limitatezza della proposta ribadita anche dai suggerimenti alla domanda aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo?" (cfr. pag. 25).

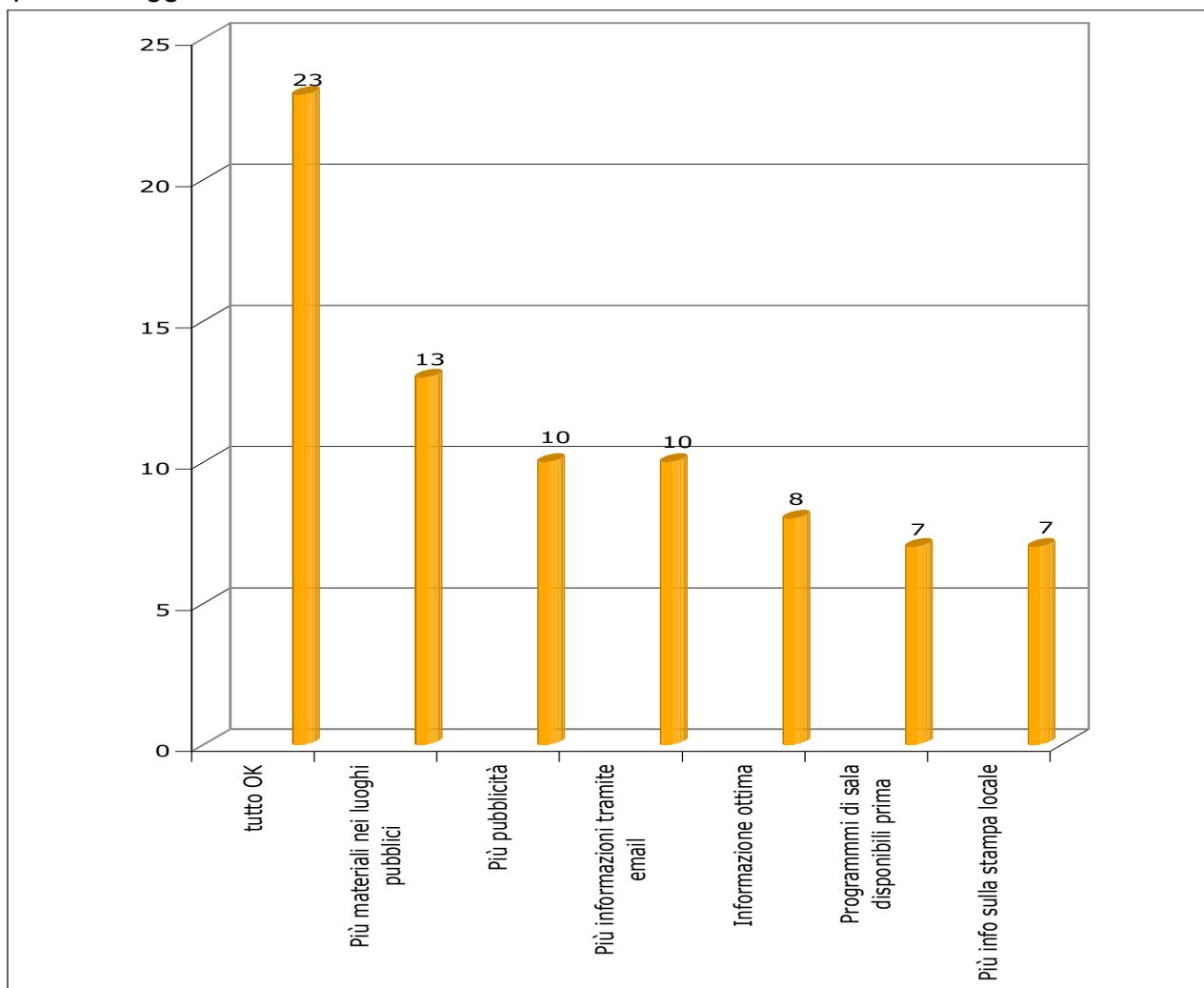
Tra i suggerimenti più ricorrenti troviamo la possibilità di disporre dei programmi di sala prima della sera di spettacolo (cfr. pag. 23), a riprova che il campione preferisce essere informato prima dello spettacolo. In questo senso vanno anche diversi suggerimenti quali inviare prima la newsletter (cfr. pag. 10), affiggere prima la cartellonistica stradale (cfr. pag. 11), pubblicare prima gli articoli sui giornali (cfr. pag.15).

COME MIGLIORARE L'INFORMAZIONE

La domanda aperta "In cosa possiamo migliorare l'informazione che offriamo" ha totalizzato **202** suggerimenti



I primi 5 suggerimenti :



MEDIA

In cosa possiamo migliorare

N° suggerimenti

Sito internet

Renderlo più chiaro	6
Maggiori approfondimenti video e testuali sugli spettacoli	5
Indicare sempre la durata degli spettacoli	3
Renderlo più semplice	2
Più informazioni generali	2
Scaricare i programmi di sala qualche giorno prima dello spettacolo	2
Renderlo più ordinato	1
Dare maggior risalti alle attività collaterali extra cartellone	1
Mettere nella home page del Comune un link più visibile	1
Bibliografia dei testi utilizzati nei programmi di sala	1
	24

Stampa, televisione, radio, posta

Sfruttare maggiormente i quotidiani locali	7
Inviare informazioni e programmazione a domicilio	5
Maggior informazioni tramite le TV locali	4
Maggior informazione tramite Radio Rai3	2
Maggior informazione tramite Radio Bruno	1
Non arrivano le comunicazioni al nuovo indirizzo	1
	20

Nuovi media

Incrementare l'invio di informazioni tramite posta elettronica	10
Inviare SMS promemoria spettacolo con data e ora	3
Incrementare l'invio della Newsletter	2
Lavorare maggiormente con i social network (Twitter e Facebook)	2
Implementare applicazioni per smartphone e tablet	2
	19

63

INFORMAZIONE

In cosa possiamo migliorare	N° suggerimenti
Distribuire nei luoghi pubblici della città i programmi	13
Più informazione nelle scuole	6
Più informazione nelle scuole per il Teatro ragazzi	5
Più informazione capillare in provincia	2
Più informazione	2
Più informazione ad inizio anno sugli spettacoli	2
Non sono note le iniziative di approfondimento sugli spettacoli	2
Più informazioni nelle scuole in provincia	1
Più informazione per cambi di date o di programmi	1
Più informazione sugli spettacoli fuori abbonamento	1
Offrire al pubblico questionari di gradimento per i singoli spettacoli	1
Abbinare agli spettacoli le fasce d'età consigliate	1
Dare maggior risalto agli spettacoli gratuiti	1
	38

COMPLIMENTI

In cosa possiamo migliorare	N° suggerimenti
Va bene così	23
E' ottima	8
	31

PROGRAMMAZIONE

In cosa possiamo migliorare	N° suggerimenti
Incrementare gli incontri con gli artisti	4
Migliorare il cartellone	3
Maggior coinvolgimento dei giovani	3
Aumentare le repliche per avere più disponibilità di biglietti	3
Migliorare il cartellone d'opera	2
Inserire nel cartellone di musical/operetta 2 operette	1
Non fare spettacoli per bambini nelle domeniche di carnevale	1
Gli spettacoli per bambini devono avere un linguaggio semplice	1
Non è piaciuto <i>Cappuccetto rosso</i>	1
Vendere CD musicali durante i concerti	1
Vendere libri durante gli spettacoli di prosa con i testi recitati	1
Posticipare l'inizio degli spettacoli	1
Troppo alti i prezzi dei biglietti	1
	23

PROGRAMMI DI SALA

In cosa possiamo migliorare

Metterli a disposizione qualche giorno prima dello spettacolo	7
Garantirne un numero adeguato al pubblico presente	4
Renderli più fruibili a tutti, a volte sono di difficile comprensione	3
Inserire la bibliografia dei testi citati	2
Inserire la durata dello spettacolo	2
Più approfondimenti	1
10 euro per il libretto dell'opera sono troppi	1
Vendere il libretto dell'opera anche a chi non partecipa allo spettacolo	1
Inserire nel cast accanto ad ogni attore il ruolo	1
	22

PUBBLICITA'

In cosa possiamo migliorare

Maggior pubblicità	10
Maggior pubblicità stradale	5
	15

ACCOGLIENZA

In cosa possiamo migliorare

N° suggerimenti

Posizionare i sovratitoli in modo che siano leggibili in tutti i settori	3
Troppo alti i prezzi della galleria in relazione alla visibilità	2
Poter spostare, nei palchi, la sedia al posto 3	1
	6

BIGLIETTERIA

In cosa possiamo migliorare

N° suggerimenti

Poter contattare la biglietteria il giorno dello spettacolo	1
Aumentare gli orari di apertura al pubblico della biglietteria	1
Migliorare il sistema di prenotazione	1
Migliorare il sistema di vendita	1
	4