

Imprese Culturali Creative: la cultura che crea valore

Documento informativo completo

(in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010)

Soggetto che ha realizzato il sondaggio:

Format Research Srl (www.formatresearch.com)

Soggetto committente:

Confcommercio Imprese per l'Italia.

Soggetto acquirente:

Confcommercio Imprese per l'Italia.

Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio:

Popolazione: Dal 12 al 22 giugno 2017

Imprese: Dal 12 al 22 giugno 2017

Mezzo di comunicazione:

<http://www.ildiariodellavoro.it>

<http://agcult.it>

<http://economia.ilmessaggero.it>

Data di pubblicazione del sondaggio: 20 settembre 2017

Temi / fenomeni oggetto del soggetto:

Imprese: L'obiettivo dell'indagine è stato quello di studiare l'analisi dell'andamento congiunturale delle imprese della cultura e dello spettacolo, i fattori che impattano sullo sviluppo delle imprese della cultura, i nuovi consumi culturali e l'offerta attuale delle imprese della cultura e dello spettacolo, i consumi culturali negli anni della crisi.

Popolazione: L'obiettivo dell'indagine è stato quello di studiare presso i consumatori l'analisi dei consumi culturali con riferimento sia all'offerta di spettacoli, sia le attese della domanda in termini di consumi culturali, la propensione dei consumatori verso i grandi spazi istituzionali e verso l'intrattenimento commerciale in tutte le sue forme.

Format Research s.r.l.

Tel +39.06.86.32.86.81,
fax +39.06.86.38.49.96

CF / P.IVA / REG.IMP.ROMA:
04268451004
Cap. Soc. € 10.340,00 i.v.

www.formatresearch.com

info@formatresearch.com

format@pec.formatresearch.com

SEDE LEGALE E OPERATIVA

Via Ugo Balzani 77
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

UNITÀ OPERATIVE:

Circonvallazione Nomentana, 180
00162 Roma, Italia - REA 747042/rm

Via Sebastiano Caboto 22/a
33170 Pordenone, Italia - REA 99634/pn



UNI EN ISO 9001:2015
CERT. N° 1049

Popolazione di riferimento:

Indagine sulle imprese: Indagine di campo basata su un campione statisticamente rappresentativo di imprese del settore (cinema, teatro, danza, musica, parchi gioco e intrattenimento) e dell'indotto (concessionarie pubblicitarie, stampa, trasporti, impianti audio-video, servizi informatici, sottotitoli, biglietterie e servizi vari) che insistono sul territorio delle dieci grandi aree metropolitane italiane (Bologna, Milano, Bari, Firenze, Genova, Napoli, Palermo, Torino, Venezia, Roma).

Indagine sulla popolazione: Indagine di campo effettuata su un campione statisticamente rappresentativo della popolazione di età superiore ai 18 anni residenti nelle dieci grandi aree metropolitane italiane (Bologna, Milano, Bari, Firenze, Genova, Napoli, Palermo, Torino, Venezia, Roma). Il campione è stato analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: genere, n. 2 classi (Maschi, Femmine); età, n. 6 classi (18-24 anni, 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni).

Comuni di rilevazione:

Imprese

Torino
Genova
Milano
Venezia
Bologna
Firenze
Roma
Napoli
Bari
Palermo

Popolazione

Torino
Genova
Milano
Venezia
Bologna
Firenze
Roma
Napoli

Bari
Palermo

Metodo di campionamento:

Imprese: un campione statisticamente rappresentativo di imprese del settore (cinema, teatro, danza, musica, parchi gioco e intrattenimento) e dell'indotto (concessionarie pubblicitarie, stampa, trasporti, impianti audio-video, servizi informatici, sottotitoli, biglietterie e servizi vari) che insistono sul territorio delle dieci grandi aree metropolitane italiane.

Popolazione: campione rappresentativo della popolazione di età superiore ai 18 anni residenti nelle dieci grandi aree metropolitane italiane.

Rappresentatività del campione:

impreses: Indagine di campo basata su un campione statisticamente rappresentativo di imprese del settore (cinema, teatro, danza, musica, parchi gioco e intrattenimento) e dell'indotto (concessionarie pubblicitarie, stampa, trasporti, impianti audio-video, servizi informatici, sottotitoli, biglietterie e servizi vari) che insistono sul territorio delle dieci grandi aree metropolitane italiane (Bologna, Milano, Bari, Firenze, Genova, Napoli, Palermo, Torino, Venezia, Roma). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 3,6\%$).

popolazione: campione statisticamente rappresentativo della popolazione di età superiore ai 18 anni residenti nelle dieci grandi aree metropolitane italiane (Bologna, Milano, Bari, Firenze, Genova, Napoli, Palermo, Torino, Venezia, Roma). Il campione è stato analizzato in funzione dei seguenti domini di studio: genere, n. 2 classi (Maschi, Femmine); età, n. 6 classi (18-24 anni, 25-34 anni, 35-44 anni, 45-54 anni, 55-64 anni, oltre 64 anni). Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,2\%$).

Metodo di raccolta delle informazioni: Interviste telefoniche somministrate con il Sistema Cati (Computer assisted telephone interview).

Consistenza numerica del campione

Imprese

	Cifra	Percentuale
Non reperibili	2.010	53,4%
Rifiuti	1.001	26,6%
Sostituzioni	3.011	80,0%
Totale interviste	755	20,0%

Popolazione

	Cifra	Percentuale
Non reperibili	3.255	44,9%
Rifiuti	1.852	25,6%
Sostituzioni	5.107	70,5%
Totale interviste	2.137	29,5%

Testo integrale di tutte le domande (questionario)

Indagine sulla popolazione

1. Stiamo svolgendo una indagine su quanto le persone vanno al cinema, se vanno a teatro per assistere ad uno spettacolo o per ascoltare un concerto e così via, ovvero stiamo svolgendo una indagine sui cosiddetti "consumi culturali". Pensando all'ultimo anno e mezzo, diciamo a partire dal 2016, quanto spesso le è capitato di andare "nella sua città o comunque nel territorio dove vive" (non come turista in altri luoghi)? (Una risposta per ciascun item. 1=Molto spesso (almeno una volta al mese), 2= Abbastanza spesso (almeno una volta ogni due mesi); 3= Raramente (almeno due volte nell'intero periodo), 4= Molto raramente (almeno una volta nell'intero periodo), 5=Mai)

- A. Al cinema
- B. A teatro, per assistere ad uno spettacolo
- C. Ad assistere ad uno spettacolo, ma dal vivo, in una arena ad esempio (non in un teatro al chiuso)
- D. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto a teatro o comunque in un locale
- E. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto dal vivo, quindi non al chiuso

Totale rispondenti: 100,0%

[NOTA: l'indagine continua tenendo conto dei target specifici: chi va al cinema, coloro che vanno a teatro, chi si è recato ad ascoltare un concerto, etc. Per ciascun target sarà rilevato un numero di osservazioni sufficiente per assicurare la necessaria significatività statistica]

2. ...quindi in un lasso di tempo, diciamo di sei mesi, gli ultimi sei mesi (da gennaio 2017 a maggio 2017), con quale frequenza lei è andato? (Una risposta per ciascun item. 1=Una volta a settimana, 2=Almeno due volte al mese, 3=Almeno tre volte negli ultimi sei mesi)

- A. Al cinema
- B. A teatro, per assistere ad uno spettacolo
- C. Ad assistere ad uno spettacolo, ma dal vivo, in una arena ad esempio (non in un teatro al chiuso)
- D. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto a teatro o comunque in un locale
- E. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto dal vivo, quindi non al chiuso

Totale rispondenti: 67,2%

3. Indipendentemente dai suoi gusti e dalle sue preferenze, pensando al periodo precedente, ai due anni precedenti per intenderci, la frequenza con la quale nell'ultimo periodo (oggi) si è recato al cinema o ad ascoltare musica, etc è aumentata, è rimasta la stessa oppure è diminuita? (Una risposta per ciascun item. 1= E' aumentata, oggi ci vado di più di ieri, 2= E' rimasta la stessa, ci vado come ieri, 3= E' diminuita, oggi ci vado meno di ieri)

- A. Al cinema
- B. A teatro, per assistere ad uno spettacolo
- C. Ad assistere ad uno spettacolo, ma dal vivo, in una arena ad esempio (non in un teatro al chiuso)
- D. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto a teatro o comunque in un locale
- E. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto dal vivo, quindi non al chiuso

Totale rispondenti: 67,2%

4. Sempre indipendentemente dai suoi gusti e dalle sue preferenze, quanto incide oggi il "prezzo" della cultura (il prezzo del cinema, il prezzo del biglietto per andare a teatro,

il prezzo di un concerto) sulla sua decisione di andare a..? (Una risposta per ciascun item. 1= Incide molto (se costasse di meno, ci andrei molto di più), 2= Incide Abbastanza, 3=Incide poco, 4=Non incide)

- A. Al cinema
- B. A teatro, per assistere ad uno spettacolo
- C. Ad assistere ad uno spettacolo, ma dal vivo, in una arena ad esempio (non in un teatro al chiuso)
- D. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto a teatro o comunque in un locale
- E. Ad ascoltare un concerto, della musica, ad assistere ad un balletto dal vivo, quindi non al chiuso

Totale rispondenti: 67,2%

5. (a tutti) Pensando ai cinema, al teatro, alla possibilità di ascoltare musica a teatro o dal vivo, agli "eventi dal vivo", come giudica nel suo complesso "l'offerta culturale" nella sua città nell'ultimo periodo (ultimo anno e mezzo) in termini di...? (Una risposta per ciascun item in una scala da 1=Molto soddisfacente, 2= Abbastanza soddisfacente; 3=Poco soddisfacente, 4=Per nulla soddisfacente e 5=Non mi interessa tale aspetto)

- A. Offerta variegata di spettacoli ed eventi (tanti eventi, spettacoli e possibilità tra le quali scegliere)
- B. Novità ("cose nuove" rispetto al passato) e "cose interessanti"
- C. Numero e qualità delle strutture e degli spazi destinati alla cosiddetta "cultura istituzionale" (i grandi spazi, i grandi teatri pubblici)
- D. Numero e qualità delle strutture commerciali (private), dai teatri ai cinema
- E. Numero e qualità dell'offerta dal vivo: le rassegne (teatrali, cinematografiche, musicali, etc), i grandi eventi (i grandi concerti dal vivo)
- F. La possibilità di fruire di cose diverse e innovative rispetto a quelle solite o in qualche modo più istituzionali (es. il cinema d'essai, il teatro, la musica, il ballo, d'avanguardia o sperimentale, le forme artistiche indipendenti, etc.)

Totale rispondenti: 67,2%

6. (a tutti) Quali sono, se esistono, gli aspetti sui quali si potrebbe intervenire per migliorare la fruizione dell'offerta culturale nella sua città, "pensando alle grandi strutture pubbliche della cultura in qualche modo istituzionale", ossia lei personalmente si recherebbe di più al (teatro, spettacoli, etc) nel caso in cui si verificassero le seguenti condizioni. (Una risposta per ciascun item. 1=Certamente sì, 2=Probabilmente sì, 3=Certamente no)

- A. Migliore accessibilità (parcheggio, raggiungibilità)

- B. Migliore comunicazione (conoscere i programmi, i palinsesti, ...)
- C. Formule di pagamento del biglietto più efficienti (abbonamenti, magari cumulativi con l'offerta culturale dei privati)
- D. Una offerta, un palinsesto più ricco e variegato

Totale rispondenti: 67,2%

7. (a tutti) Quali sono, se esistono, gli aspetti sui quali si potrebbe intervenire per migliorare la fruizione dell'offerta culturale nella sua città, "pensando alle grandi strutture private della cultura", ossia lei personalmente si recherebbe di più al (teatro, spettacoli, etc) nel caso in cui si verificassero le seguenti condizioni. (Una risposta per ciascun item. 1=Certamente sì, 2=Probabilmente sì, 3=Certamente no)

- A. Migliore accessibilità (parcheggio, raggiungibilità)
- B. Migliore comunicazione (conoscere i programmi, i palinsesti, ...)
- C. Formule di pagamento del biglietto più efficienti (abbonamenti, magari cumulativi con l'offerta culturale delle istituzioni pubbliche)
- D. Una offerta, un palinsesto più ricco e variegato

Totale rispondenti: 67,2%

8. (a tutti) Pensando alle strutture della cosiddetta cultura istituzionale, alle strutture "pubbliche" e alle strutture culturali "private", da quelle amatoriali a quelle culturali commerciali, a suo avviso tali strutture dovrebbero essere sostenute tutte allo stesso modo dallo Stato, dal Comune, in ogni caso dall'Amministrazione pubblica, oppure l'Amministrazione pubblica dovrebbe sostenere esclusivamente i propri spazi? (Una risposta)

- Sì, dovrebbero essere sostenute allo stesso modo
- No, dovrebbero essere sostenute solo le strutture pubbliche
- No, dovrebbero essere sostenute solo le strutture private
- No, nessuna delle due

Totale rispondenti: 67,2%

9. (a tutti) Mettere a disposizione dei consumatori un palinsesto condiviso tra strutture pubbliche culturali e strutture private commerciali potrebbe aiutare a migliorare l'offerta culturale nella sua città? (Una risposta)

- Certamente sì
- Probabilmente sì
- Certamente no
- Non so

Totale rispondenti: 67,2%

10. (a tutti) In questo senso un'offerta culturale cittadina dovrebbe comunque rispondere ad una visione condivisa tra pubblico e privato, che tenga conto dei grandi eventi, ma anche delle iniziative private commerciali? (Una risposta)

- Certamente sì
- Probabilmente sì
- Certamente no
- Non so

Totale rispondenti: 67,2%

11. (a tutti) Tenuto conto della sua esperienza il privato gestisce l'offerta culturale (di spettacoli, concerti, etc) meglio del pubblico? (Una risposta)

- Sì
- No
- Non so

Totale rispondenti: 67,2%

Il tempo dei consumi

12. (a tutti) Nel corso della settimana svolge le seguenti attività, indipendentemente dal fatto di svolgerle da solo o insieme ad altre persone, dal fatto di svolgerle insieme ad altre attività e dal canale utilizzato (tv, apparecchio radio, pc, smartphone, tablet, etc)? (Una risposta per ciascun item dove 1=Sì, 2=No).

A. Ascoltare la musica

- B. Seguire film alla tv
- C. Seguire alla tv altri programmi diversi dai film
- D. Giocare ai videogiochi
- E. Leggere libri
- F. Leggere i giornali, le riviste
- G. Ascoltare la radio

Totale rispondenti: 67,2%

13. (per ciascuna delle attività citate a domanda 12) Quanto tempo gli dedica nel corso della settimana? Una risposta per ciascun item dove 1=meno di un'ora a settimana, 2=da 1 ora a 3 ore, 3= Da 4 ore a 6 ore, 4=Più di 7 ore a settimana).

- A. Ascoltare la musica
- B. Seguire film alla tv
- C. Seguire alla tv altri programmi diversi dai film
- D. Giocare ai videogiochi
- E. Leggere libri
- F. Leggere i giornali, le riviste
- G. Ascoltare la radio

Totale rispondenti: 67,2%

Indagine sulle imprese

Andamento economico delle imprese

1. Come giudica **l'andamento economico** generale della Sua impresa negli ultimi due anni (2017-2016) rispetto ai due anni precedenti (2015-2014)? (Una risposta)

- Migliorato 1
- Rimasto invariato 2
- Peggiorato 3

Totale rispondenti: 100,0%

2. Ritene che **l'andamento economico** generale della Sua attività nei prossimi due anni (2018-2019)? (Una risposta)

- Migliorerà 1
- Rimarrà invariato 2
- Peggiorerà 3

Totale rispondenti: 100,0%

3. Negli ultimi due anni (2017-2016) i **ricavi** della Sua impresa rispetto ai due anni precedenti (2015-2014) sono ...? (Una risposta)

- Aumentati 1
- Restati invariati 2
- Diminuiti 3

Totale rispondenti: 100,0%

4. Nei prossimi due anni (2018-2019) prevede che i **ricavi** della Sua impresa ...? (Una risposta)

- Aumenteranno 1
- Resteranno invariati 2
- Diminuiranno 3

Totale rispondenti: 100,0%

5. I **prezzi** praticati alla Sua impresa dai suoi fornitori, negli ultimi due anni (2017-2016) rispetto ai due anni precedenti (2015-2014) sono ...? (Una risposta)

- Migliorati 1
- Restati invariati 2
- Peggiorati 3

Totale rispondenti: 100,0%

6. Ella prevede che i **prezzi** praticati alla Sua impresa dai suoi fornitori nei prossimi due anni (2018-2019)? (Una risposta)

- Miglioreranno 1
- Resteranno invariati 2
- Peggioreranno 3

Totale rispondenti: 100,0%

7. Negli ultimi due anni (2017-2016), l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti rispetto ai due anni precedenti (2015-2014) è ...? (Una risposta)

- Aumentato 1
- Restato invariato 2
- Diminuito 3

Totale rispondenti: 100,0%

8. Nei prossimi due anni (2018-2019), prevede che l'**occupazione** complessiva della Sua impresa, ovvero il numero degli addetti, ...? (Una risposta)

- Aumenterà 1
- Resterà invariato 2
- Diminuirà 3

Totale rispondenti: 100,0%

9. Il ritardo nei **tempi di pagamento** da parte dei clienti della Pubblica Amministrazione locale, negli ultimi due anni (2017-2016) rispetto ai due anni precedenti (2015-2014) è ...? (Una risposta)

- Migliorato 1
- Restato invariato 2
- Peggiorato 3

Totale rispondenti: 100,0%

10. La capacità di fare fronte al **fabbisogno finanziario** della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità, negli ultimi due anni (2017-2016) rispetto ai due anni precedenti (2015-2014) è ...? (Una risposta per ciascun item)

- Migliorata 1
- Rimasta invariata 2
- Peggiorata 3

Totale rispondenti: 100,0%

11. Ritiene che nei prossimi due anni (2018-2019) la capacità di fare fronte al **fabbisogno finanziario** della Sua impresa, ovvero la situazione della liquidità ...? (Una risposta)

- Migliorerà 1
- Resterà invariata 2
- Peggiorerà 3

Totale rispondenti: 100,0%

Fattori che impattano sulla crescita delle imprese

12. Quali tra i seguenti fattori hanno limitato maggiormente la crescita della sua impresa negli ultimi due anni (2017-2016)? (Le tre ragioni più importanti. Sì=1, No=2)

- A. La riduzione dei consumi da parte del pubblico
- B. La pressione fiscale a livello generale
- C. Il peso degli oneri contributivi
- D. I cambiamenti nel gusto e negli orientamenti del pubblico
- E. Il peso burocratico richiesti dal disbrigo degli adempimenti amministrativi
- F. Assenza di una politica per il turismo coerente con politiche chiare e condivise per il mondo della cultura e dello spettacolo
- G. Contenimento da parte della Pubblica Amministrazione locale degli investimenti e delle iniziative in favore della cultura e indirettamente delle imprese del settore

- H. Effetti distorsivi conseguenti alle politiche della Pubblica Amministrazione locale a sostegno degli operatori "in qualche modo pubblici" del mondo della cultura
- I. Contrazione del credito
- J. L'insufficienza delle dotazioni minime alle imprese del settore in termini di capitalizzazione
- K. Le infrastrutture obsolete (es. la qualità dei trasporti)
- L. Altro

Totale rispondenti: 100,0%

13. (*Domanda posta solo ai teatri*) Nell'ultimo biennio (2017-2016) rispetto al biennio precedente (2015-2014) la situazione relativa al numero di giorni lavorativi che il Suo teatro ha dedicato agli spettacoli è... (Una risposta. Nota per l'intervistatore: si tratta dei giorni che nel corso dell'anno il teatro ha dedicato alle rappresentazioni teatrali)

- Aumentato 1
- Rimasto invariato 2
- Diminuito 3

Totale rispondenti: 11,1%

14. Le amministrazioni locali (regione/comune) sviluppano politiche a tutela, sostegno e incentivazione della cultura. Quanto ritiene idonee tali politiche nel senso del supporto alle imprese del settore? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

Totale rispondenti: 100,0%

15. (*Domanda posta solo ai teatri*) Quanto sarebbe utile a suo avviso dare maggiore evidenza pubblica ai risultati economici delle strutture pubbliche (in termini di introiti, numero di spettatori o biglietti venduti, etc) ai fini della salvaguardia degli equilibri di mercato tra imprese pubbliche e private? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2

- Poco 3
- Per nulla 4

Totale rispondenti: 11,1%

16. Quanto ritiene accettabile, nel senso di sopportabile dal punto di vista economico, il costo degli adempimenti amministrativi e burocratici richiesti dalla Pubblica amministrazione locale alla Sua impresa? (Una risposta)

- Molto (assolutamente accettabile e del tutto sostenibile) 1
- Abbastanza (accettabile e sostenibile) 2
- Poco (scarsamente accettabile e difficilmente sostenibile) 3
- Per nulla (per nulla accettabile e sostenibile) 4

Totale rispondenti: 100,0%

Il rapporto tra turismo e cultura

17. Quanto secondo lei, in Italia, è importante che ci sia una maggiore interconnessione tra la promozione del turismo e le attività culturali di un luogo di destinazione turistica? (Una risposta)

- Molto 1
- Abbastanza 2
- Poco 3
- Per nulla 4

Totale rispondenti: 100,0%

18. Qual è il suo livello di interesse, per le seguenti iniziative, che possano permettere di collegare in forme più strutturate il turismo verso l'Italia con l'offerta culturale del paese? (Una risposta per ciascun item. 1=Alto, 2=Medio, 3=Basso o nullo)

- A. La creazione di pacchetti turistici collegati allo svolgimento di spettacoli culturali, offerte per eventi;
- B. Sviluppo delle infrastrutture per migliorare l'accessibilità ai luoghi di fruizione culturale (parcheggi, strade, ferrovie);
- C. Sviluppo di reti di imprese culturali e turistiche (networking), anche tramite le associazioni di categoria, le camere di commercio, gli enti pubblici, per la valorizzazione dei punti di forza di un territorio;

- D. Aumentare e diversificare l'offerta culturale nei maggiori poli di attrazione turistica;
- E. Aumentare i livelli di sicurezza dei luoghi da visitare;
- F. Altre iniziative (specificare)

Totale rispondenti: 100,0%

19. Nella sua città ci sono dei festival o delle rassegne con caratteristiche tali da giustificare un viaggio turistico da un'altra parte d'Italia? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

20. ...e dall'estero? (Una risposta)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

21. Ha partecipato con la sua impresa a qualcuna delle manifestazioni "estive" del suo Comune? (Es. Teverexpo' per i cittadini di Roma, Torino Estate Reale per i cittadini di Torino, l' I-Day Festival per i cittadini di Bologna)

- Sì 1
- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

22. (Se sì) Cosa ne pensa? (Una risposta)

- Che siano delle ottime occasioni di business 1
- Che siano un ottimo strumento per attirare i turisti 2
- Che permettano alle imprese culturali e a quelle turistiche di collaborare creando delle sinergie che potenzino il legame

- | | |
|---|---|
| tra il turismo e la cultura | 3 |
| • Che rappresentino solo delle perdite per le imprese | 4 |
| • Che danneggino le offerte culturali più "istituzionali" | 5 |
| • Altro (specificare) | |

Totale rispondenti: 36,8%

Nuovi consumi culturali ed offerta attuale delle imprese della cultura e dello spettacolo

23. Negli ultimi anni i cambiamenti nel gusto e nell'orientamento del pubblico e la proliferazione di nuove offerte culturali a "bassa intensità" (causate ad es. dal minore utilizzo di risorse e manodopera) hanno avuto, secondo il suo giudizio, un impatto sull'offerta culturale prodotta dalla sua impresa? (Una risposta)

- | | |
|------|---|
| • Sì | 1 |
| • No | 2 |

Totale rispondenti: 100,0%

24. Negli ultimi anni i cambiamenti nel gusto e nell'orientamento del pubblico e la proliferazione di nuove offerte culturali a "bassa intensità" (causate ad es. dal minore utilizzo di risorse e manodopera) hanno avuto, secondo il suo giudizio, un impatto sull'**offerta culturale prodotta da tutto il comparto?** (Una risposta)

- | | |
|------|---|
| • Sì | 1 |
| • No | 2 |

Totale rispondenti: 100,0%

25. (Se si a domanda 23) Nello specifico a causa dei cambiamenti negli ultimi anni l'offerta culturale prodotta dalla sua impresa è... (Una risposta)

- | | |
|--------------------|---|
| • Molto peggiorata | 1 |
| • Peggiorata | 2 |
| • Rimasta identica | 3 |

- Migliorata 4
- Molto migliorata 5

Totale rispondenti: 35,2%

26. (Se si a domanda 24) Nello specifico a causa dei cambiamenti negli ultimi anni l'offerta culturale prodotta dalle imprese di tutto il comparto è...? (Una risposta)

- Molto peggiorata 1
- Peggiorata 2
- Rimasta identica 3
- Migliorata 4
- Molto migliorata 5

Totale rispondenti: 42,5%

27. (Se risposta "1" o "2" a domanda 25 e 26) Quali tra le seguenti forme di sostegno alle imprese, potrebbero migliorare l'offerta culturale? (Possibili più risposte)

- A. Lo sviluppo di circuiti regionali e locali per la diffusione sul territorio dell'offerta di spettacoli
- B. Il sostegno ad attività di formazione, educazione e partecipazione dei consumatori
- C. Collaborazione delle imprese culturali con le università e gli istituti di ricerca
- D. Collaborazione con le pubbliche amministrazioni (Es. Ministeri, enti)
- E. Collaborazione con le Associazioni di Categoria
- F. Altre forme di sostegno

Totale rispondenti: 20,4%

28. Secondo lei è possibile che l'offerta culturale del "settore pubblico" (teatri, musei, ad esempio il Teatro dell'Opera, l'Accademia di Santa Cecilia, l'Auditorium) e quella del "settore privato" (festival, rassegne, spettacoli dal vivo) possano coesistere offrendo al consumatore la possibilità di usufruire di spettacoli ad alto livello artistico, non soltanto nei luoghi istituzionali, ma anche ad es. in giro per la città? (Una risposta)

- Sì 1

- No 2

Totale rispondenti: 100,0%

29. (Se si) Cosa ne pensa dell'idea di un palinsesto degli eventi condiviso tra settore pubblico e privato? (Una risposta)

- Molto d'accordo 1
- Abbastanza d'accordo 2
- Poco d'accordo 3
- Per nulla d'accordo 4

Totale rispondenti: 84,5%

30. (Se molto o abbastanza d'accordo) Quali enti potrebbero lavorare per la creazione di un palinsesto condiviso? (Possibili più risposte)

- A. L'amministrazione pubblica (Regione, Provincia, Comune)
- B. Le Camere di Commercio
- C. Le associazioni culturali
- D. Le associazioni di categoria
- E. Altri enti

Totale rispondenti: 79,5%