



FONDAZIONE ROMA
MEDITERRANEO



LOUISE NEVELSON

28 settembre 2013

19 gennaio 2014

RILEVAZIONE CAMPIONARIA SUL PUBBLICO DELLA MOSTRA

Centro Studi «G. Imperatori»

Indagine realizzata da Alfredo Valeri

febbraio 2014

Nota metodologica

Periodo di rilevazione: intera durata della mostra (17 settimane, con 8.560 visitatori)

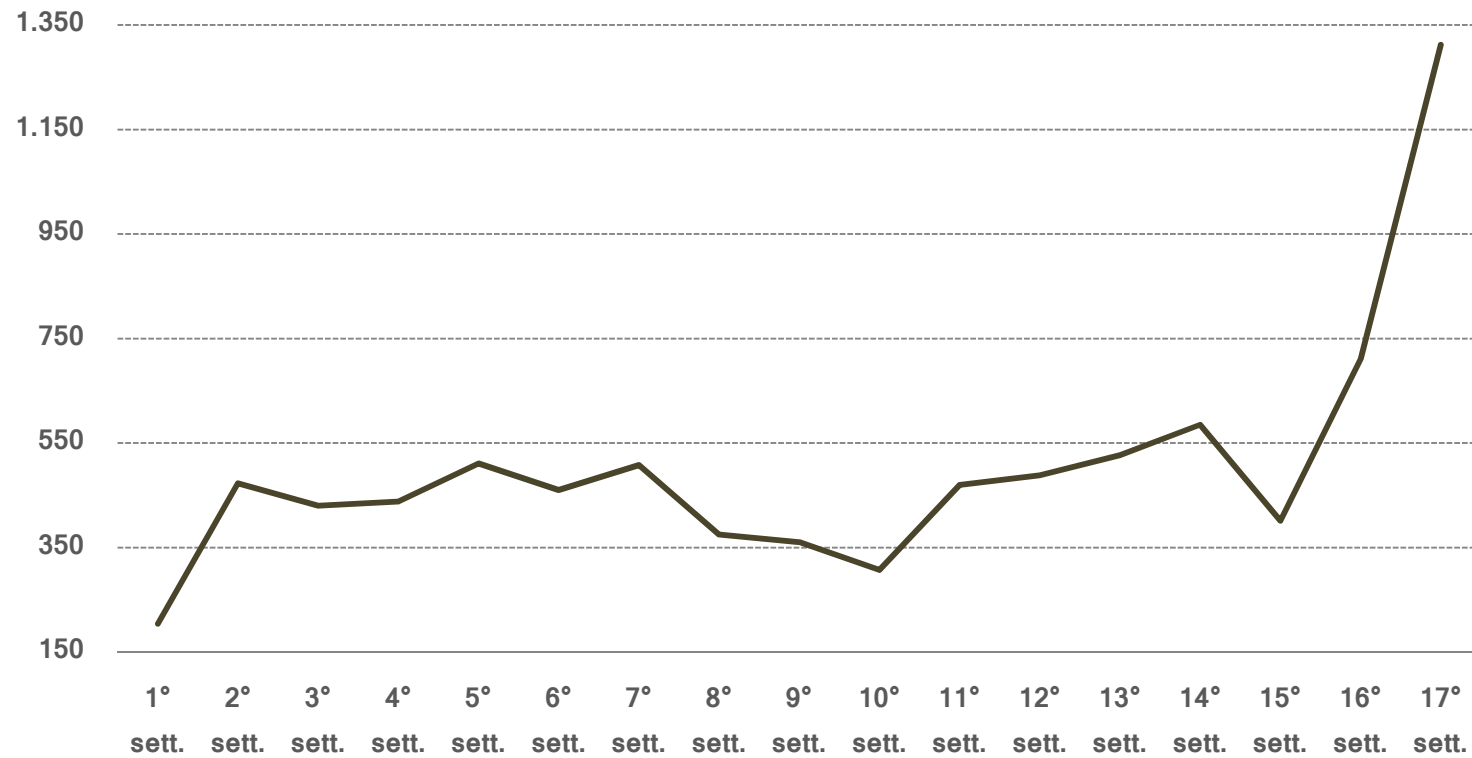
Ampiezza del campione: 500 visitatori (5,8% del pubblico totale)

Strumento di rilevazione: interviste dirette

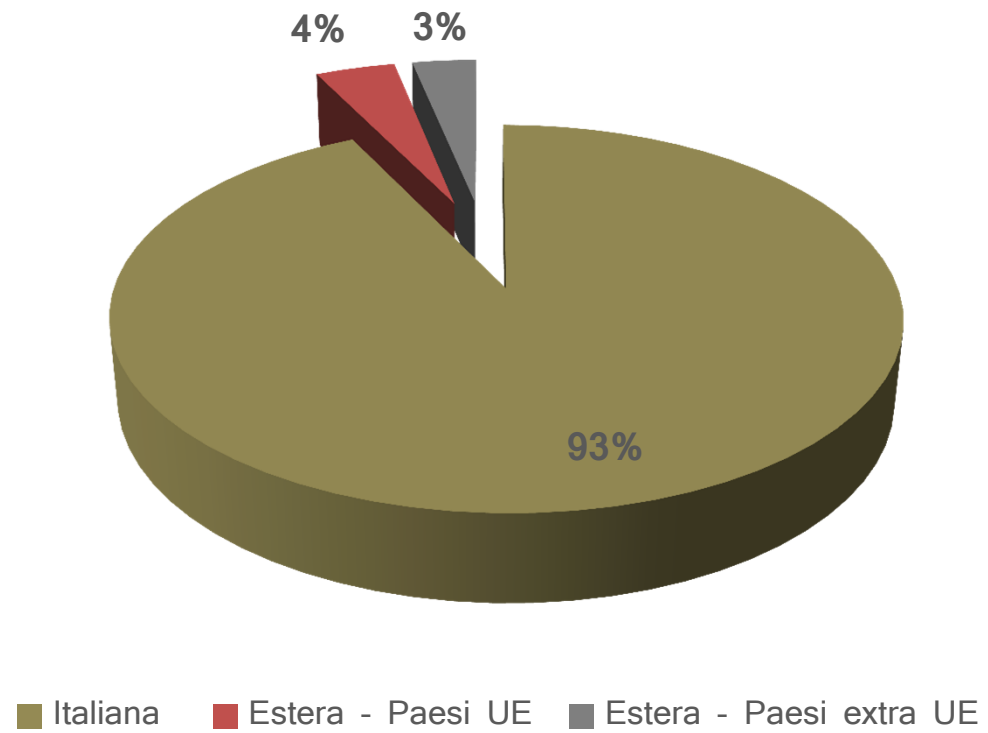
Aspetti analizzati: inquadramento socio-demografico del pubblico; modalità di consumo culturale; *customer satisfaction*



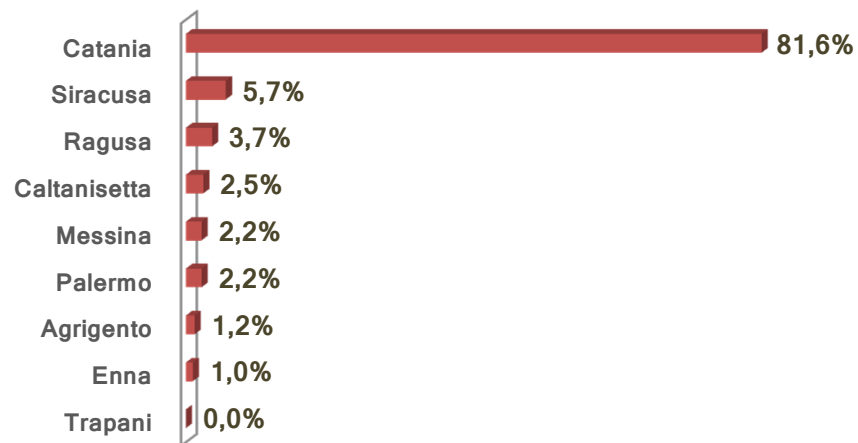
Andamento settimanale delle visite



Nazionalità

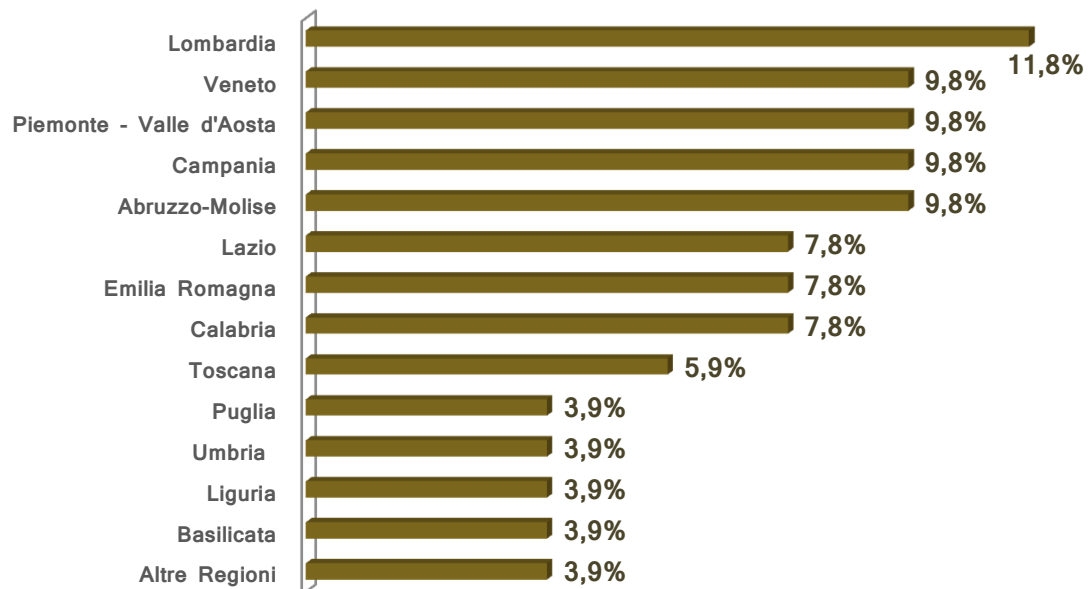


Provenienze siciliane per Provincia

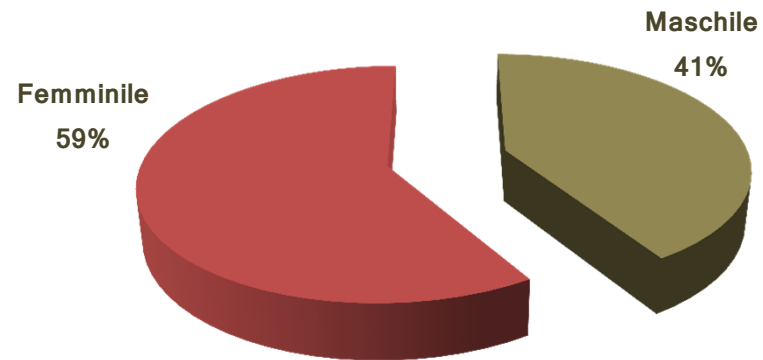


L'89% del pubblico è composto da siciliani

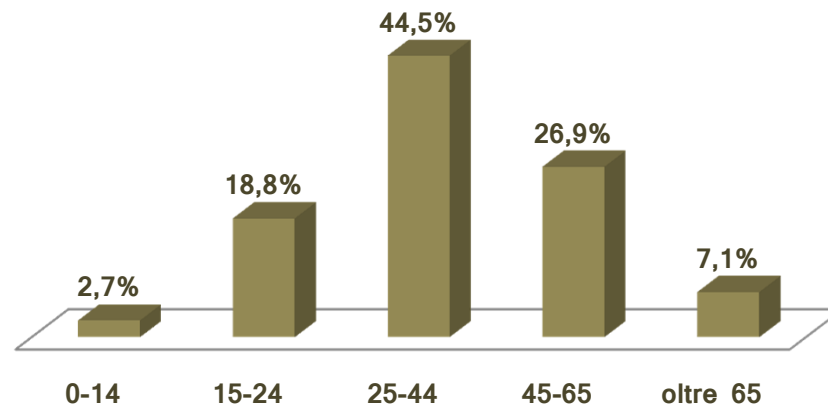
Provenienze regionali (esclusa Sicilia)



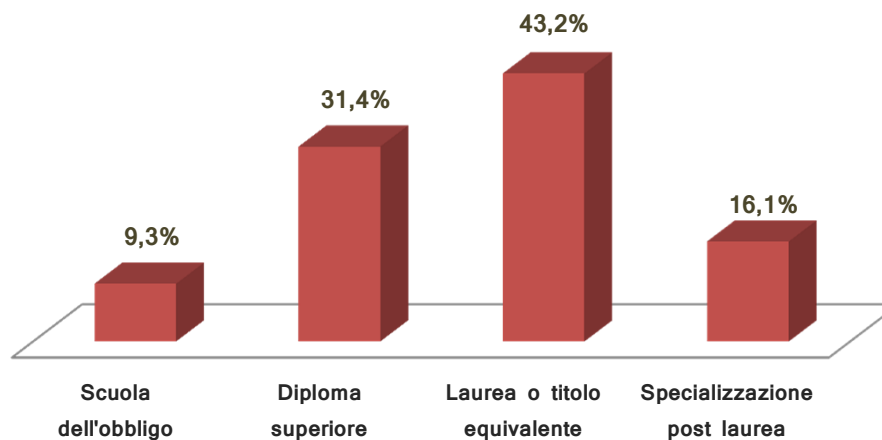
Genere



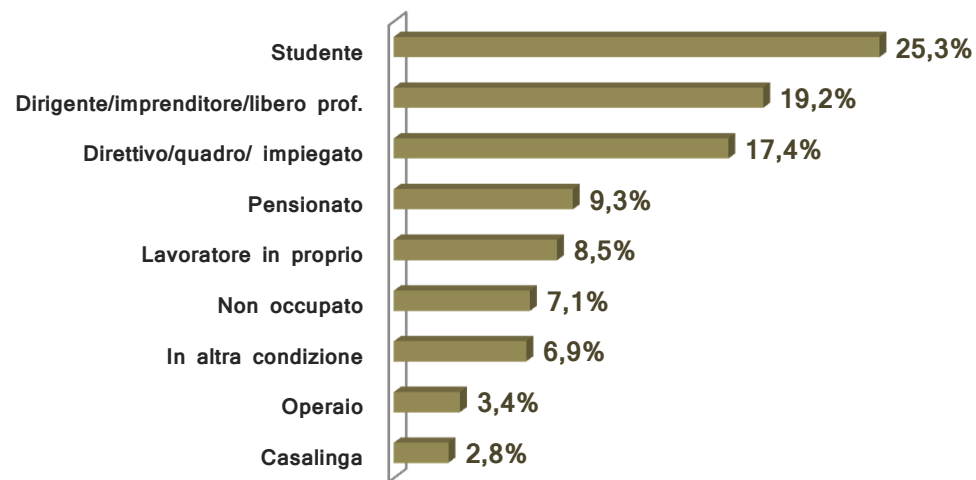
Fasce d'età



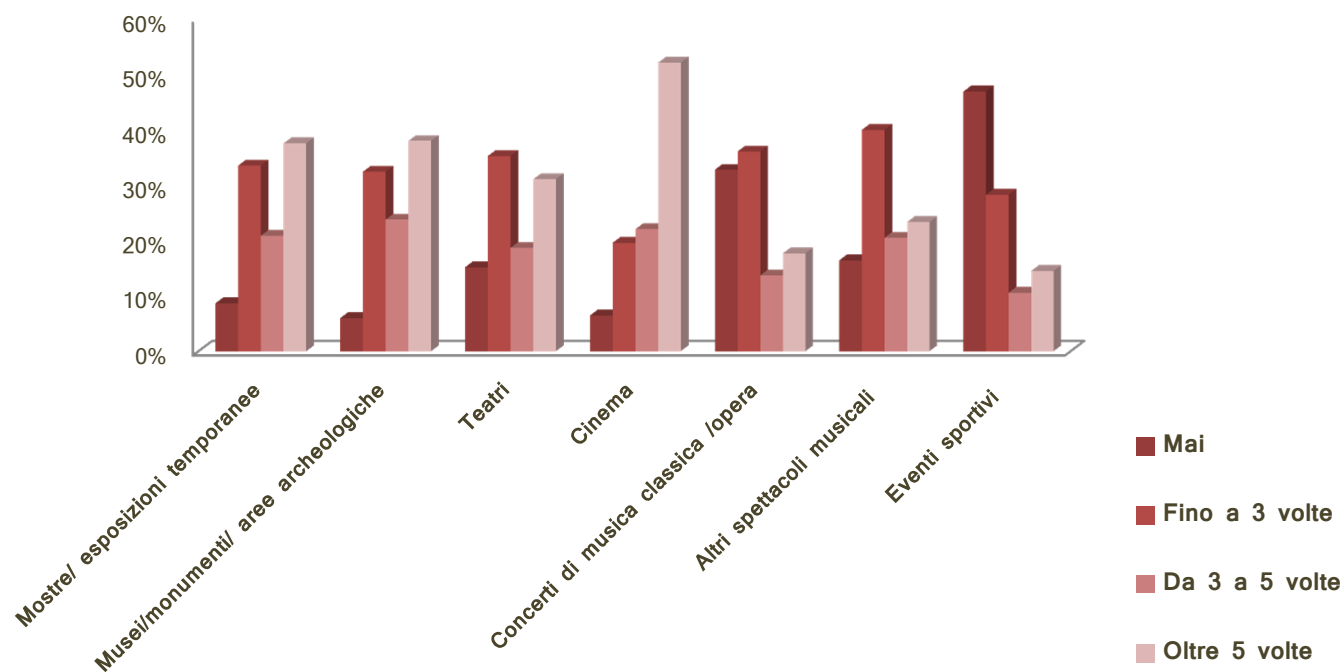
Titolo di studio



Attuale condizione lavorativa

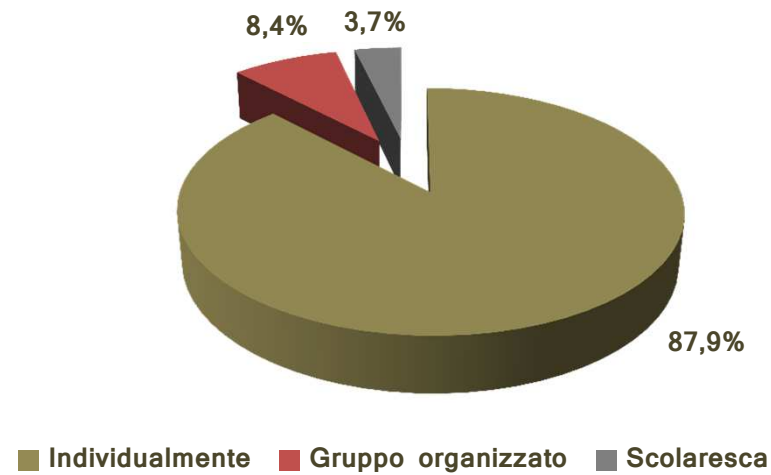


Frequenza nei consumi culturali / di intrattenimento dell'ultimo anno



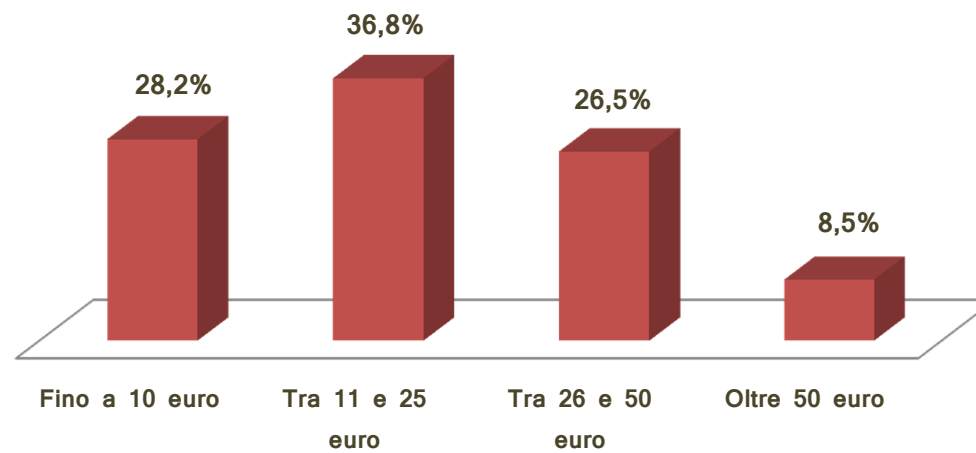
Tipologie di offerta culturale/ Frequenza di fruizione	Mai	Fino a 3 volte	Da 3 a 5 volte	Oltre 5 volte
Mostre/ esposizioni temporanee	8,6%	33,5%	20,8%	37,5%
Musei/monumenti/ aree archeologiche	6,0%	32,4%	23,7%	37,9%
Teatri	15,2%	35,2%	18,6%	31,0%
Cinema	6,4%	19,6%	22,0%	52,0%
Concerti di musica classica /opera	32,7%	36,0%	13,6%	17,6%
Altri spettacoli musicali	16,4%	39,9%	20,4%	23,3%
Eventi sportivi	46,8%	28,2%	10,5%	14,5%

Modalità di visita



Fasce di spesa in mostra (escluso il biglietto)

(n.b.: 7 visitatori su 10 non hanno effettuato acquisti)



Valutazione dei servizi

