Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento
Piazza Dante 15, 38122 Trento
Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615
uff.stampa@provincia.tn.it

COMUNICATO n. 3654 del 23/11/2012

Indagine realizzata in collaborazione tra OPES e Servizio Statistica della Provincia autonoma di Trento e Doxa

I DATI CONFERMANO LA GRANDE NOTORIETA' DEL FESTIVAL E LA SUA FORTE VALENZA FORMATIVA

Due gli ambiti di valutazione: quello locale - il Trentino - e quello nazionale -

Il sondaggio, voluto dai promotori e organizzatori del Festival, era partito a gennaio 2012 e aveva come obiettivo quello di rilevare non solo la notorietà ma anche la partecipazione al Festival da parte di adulti italiani e trentini. La ricerca si è sviluppata in diversi fasi ed è stata realizzata grazie alla collaborazione di soggetti diversi: OPES (Osservatorio Permanente per l'Economia, il Lavoro e la Valutazione della domanda Sociale), Servizio Statistica della Provincia autonoma di Trento e Doxa per quanto riguarda la rilevazione nell'ambito nazionale.
Di grande interesse i risultati: in ambito nazionale gli intervistati (sei ondate successive a intervallo di un mese una dall'altra fra dicembre 2011 e giugno 2012) sono stati 6.007 fra uomini e donne con età che va dai 15 ai 55 anni e più, considerando tutti i titoli di studio e le condizioni occupazionali (inclusi i disoccupati) e in tutte le aree geografiche italiane. Il tasso di notorietà (calcolato come rapporto tra i soggetti a conoscenza dell'iniziativa sul totale della popolazione) a livello nazionale esprime un 12,8%, particolarmente apprezzabile specie se si pone a confronto con alcuni importanti festival di altre città italiane (Diritto di Piacenza, IV' ediz. 5,2%; Mente di Sarzana, VIII' ediz. 6,2%; Filosofia di Modena XI' ediz. 13,7%; Scienza di Genova X' ediz. 21,1%; Letteratura di Mantova XV' ediz. 22,8%). Da quanto emerge dal sondaggio, infatti, in termini percentuali il Festival di Trento mostra un tasso di notorietà più che doppio rispetto a quello del diritto di Piacenza e della mente di Sarzana, pressoché simile a quello della filosofia di Modena, ma inferiore a quello della Scienza di Genova e della letteratura di Mantova. Tenendo in considerazione anche la longevità degli eventi emerge una situazione ancora più ottimistica: il Festival di Trento, sulla base della longevità, è il secondo più noto dopo quello di Genova: il tasso, calcolato attraverso una ponderazione dei risultati della notorietà dei vari festival con il numero di edizioni, ha un valore dell'1,8% che lo pone a livelli leggermente inferiori a quello di Genova, ma superiore a tutti gli altri. Per quanto riguarda il genere, il tasso di notorietà, sempre nell'ambito nazionale, rileva che con un 15,1% gli uomini sono maggiormente a conoscenza della manifestazione di quanto non lo siano le donne, il 10,7%. Misurando il tasso sotto il profilo del titolo di studio emerge che il 17,5% è laureato, il 13,3% ha il diploma di scuola media superiore e l'11,5% la licenza media. Il Nord-Est è l'area di residenza in cui è maggiormente noto: il 18,1%, con un 12,4% del centro, un 11,8% del Nord-Ovest e un 10,8% del Sud e isole. Per quanto riguarda il canale informativo attraverso il quale gli intervistati hanno conosciuto o sentito parlare del Festival dell'Economia, il sondaggio indica che la capacità di propagazione dei media radiofonici e televisivi risulta essere nettamente superiore a quella degli altri mezzi di informazione con un 48,0%, contro il 28,0% di quotidiani o riviste e l'8,8% di Internet. Il 28,6% degli intervistati a livello nazionale ha conosciuto o sentito parlare del Festival dell'Economia da familiari, amici, conoscenti, colleghi.
In ambito locale (il Trentino) il campione è composto da 1.198 soggetti rappresentativi della popolazione trentina con più di 15 anni, sentiti telefonicamente a partire dalla settimana successiva all'edizione 2012 fino a fine giugno. Dall'analisi emerge che 8 persone su 10 (79,6%) conoscono il Festival dell'economia. Contrariamente a quanto rilevato a livello nazionale, in Trentino il tasso di notorietà non presenta differenze evidenti riconducibili al genere di appartenenza (616 donne, 582 uomini) mentre, come per l'indagine svolta

su tutta la penisola, c'è un diverso grado di conoscenza legato a fattori generazionali: tra i soggetti con meno di 65 anni l'incidenza di chi conosce il Festival si attesta attorno all'80%, mentre per i Trentini più anziani scende a circa il 70%, quota comunque considerevole. Focalizzando l'attenzione sul livello d'istruzione si osserva che la quasi totalità dei laureati conosce l'evento in questione (97,9%), mentre tra i possessori di un diploma e tra chi ha conseguito al massimo la licenza media i valori scendono rispettivamente al 84,2% e 65,9%. Si rilevano differenze nel grado di conoscenza del Festival legate a fattori geografici. Nei grandi centri cittadini della provincia (Trento e Rovereto) la quota di soggetti che non conosce la manifestazione è del tutto marginale (7,5%), mentre nel resto della provincia risulta un po' più ampia (26,0%). I mezzi di diffusione pubblicitaria maggiormente efficaci nella divulgazione dell'evento sono innanzitutto quelli cartacei, come quotidiani e riviste (82,4%), seguiti dalla televisione e dalla radio (80,6%). Apprezzabile la capacità pubblicitaria fornita dai manifesti, dalle locandine, dai totem e da tutto il materiale cartaceo distribuito sul territorio (73,5%). Solo 4 persone ogni 10 invece accedono all'informazione grazie al canale delle conoscenze informali (familiari, amici e conoscenti) e, come già rilevato a livello nazionale, anche in questo caso la capacità divulgativa di Internet sembra ancora limitata e sicuramente potenziabile, visto che appena il 28,2% ha sentito parlare del Festival grazie alla rete. Va da sé che in quest'ultimo caso subentrano ulteriori fattori. Le cause delle limitate capacità divulgative della rete, infatti, potrebbero essere legate più che a una scarsa influenza della pubblicità svolta tramite il web, al divario esistente tra chi ha accesso effettivo alle tecnologie dell'informazione (in particolare personal computer e internet) e chi invece ne è escluso: l'età, in questo caso, è una discriminante.

Canale informativo attraverso il quale gli intervistati hanno sentito parlare del Festival dell'Economia (incidenza percentuale)

Famigliari, amici, conoscenti, ecc…
42,8
Tv e radio
80,6
Riviste o quotidiani
82,4
Internet
28,2
Programma cartaceo, manifesti, totem, locandine, ecc..
73,5

(Fonte: elaborazioni OPES su dati dell'indagine sul Festival dell'Economia di Trento del Servizio Statistica della Provincia autonoma di Trento).
I vari mezzi di informazione riescono a raggiungere, per ragioni di prossimità, in modo differente la popolazione a seconda che sia più o meno giovane.
Come è naturale aspettarsi, la divulgazione pubblicitaria attraverso la rete tocca soprattutto la platea più giovane (15-34 anni) mentre la pubblicità proposta nei media, quali Tv, radio o quotidiani raggiunge in modo più accentuato i soggetti della fascia di età più anziana.

Canale informativo attraverso il quale gli intervistati hanno sentito parlare del Festival dell'Economia secondo la fascia di età (incidenza percentuale)
- Tabella "Allegato 1" -

(Fonte: elaborazioni OPES su dati dell'indagine sul Festival dell'Economia di Trento del Servizio Statistica della Provincia autonoma di Trento).
Il tasso di adesione totale, cioè il numero di persone che hanno partecipato ad almeno una edizione (personalmente, tramite diretta televisiva o una connessione web) sul totale di coloro che sono a conoscenza dello svolgersi della manifestazione, è pari al 37,3%, mentre quello attinente esclusivamente all'edizione 2012 si attesta all'8,2% (cioè circa 4.000 persone). L'11,1% di chi conosce il Festival ha presenziato direttamente, un 18,2% ha preferito seguirlo attraverso le dirette trasmesse in televisione o Internet, e l'8,0% ha partecipato sia in modo diretto che tramite l'uso dei media. I più giovani (15-34 anni) scelgono prevalentemente di seguire il Festival di persona mentre, più l'età si alza, più si fruisce delle programmazioni televisive o via web. Se spostiamo l'attenzione dalla modalità di adesione alle motivazioni che hanno spinto a seguire il Festival è da notare che per i Trentini la partecipazione, sia personale che via web, è legata alla buona occasione formativa e culturale che la manifestazione offre (45,2%) oltre al fatto di essere un'ottima

circostanza per ascoltare relatori di rilievo (43,8%).
-

()