



I consumi culturali degli italiani ai tempi di Covid-19: vecchie e nuove abitudini

indice

01 la fruizione culturale pre-lockdown

02 la fruizione culturale durante il lockdown

03 cosa ci si aspetta al ritorno della normalità?

metodologia della ricerca

FASE QUALITATIVA



METODOLOGIA

Community online della durata di tre giorni



TARGET

Popolazione Italiana 30-55enne



CAMPIONE

20 partecipanti tutti interessati ad eventi culturali con una diversa attitudine:

- 50% grandi fruitori di eventi/iniziative culturali;
- 50% persone che si sono avvicinate al mondo della cultura durante il lockdown

FASE QUANTITATIVA



METODOLOGIA

Interviste online (CAWI)



TARGET

Popolazione Italiana 18-70enne



CAMPIONE

1000 interviste, rappresentative dell'universo di riferimento
Sovra-campionamento di **200 interviste a fruitori abituali dell'offerta culturale**

I dati sono stati poi ponderati per riportarli alle proporzioni dell'universo di riferimento

La ricerca è stata svolta **dal 6 al 21 ottobre 2020**

Le principali evidenze della ricerca (1/2)

- La **cultura** intesa in senso ampio è **un aspetto importante nella vita delle persone**, perché assolve a diversi bisogni: **crescita personale, riflessioni su temi attuali, condivisione, svago e curiosità.**
- Indubbiamente, la **fruizione dal vivo** è il **modo migliore per valorizzare un evento culturale**, sia esso una mostra, uno spettacolo teatrale o la presentazione di un libro, perché **offre un'esperienza immersiva, completa e valorizzante.**
- **Il lockdown ha inizialmente disorientato**, soprattutto i fruitori abituali: la **fruizione dal vivo degli eventi/attività culturali è mancata molto**: 86% del campione, che raggiunge il 94% tra i fruitori abituali.
- Ma il lockdown ha poi stimolato e imposto delle **scelte**, delle **strategie per sopperire alla mancanza della fruizione dal vivo**, che si sono rilevate tutto sommato **soddisfacenti.**
- **Il digitale ha quindi ricoperto un ruolo chiave nella fruizione culturale durante il lockdown**: ha aggiunto **nuove modalità di fruizione**, ha **colmato un vuoto** e ha allargato la platea permettendo **l'avvicinamento al mondo della cultura di nuovi fruitori**, meno esperti, MA che mostrano l'entusiasmo dei «neofiti».

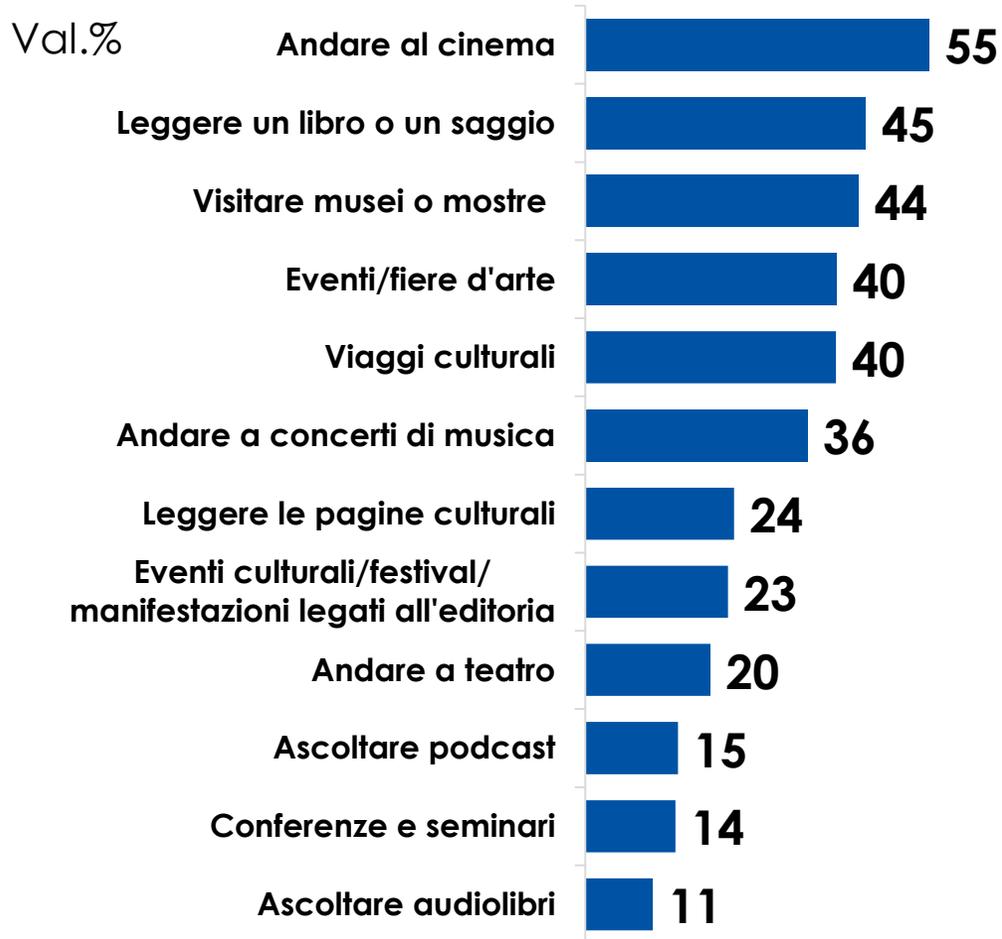
Le principali evidenze della ricerca (2/2)

- Per i «neofiti» il lockdown è stato un momento di sperimentazione e scoperta, **un'opportunità** che ha semplificato e reso più accessibile la fruizione della cultura, nonché una **condivisione familiare, capace di avvicinare i figli alla cultura.**
- Quando l'emergenza sanitaria finirà, **si vorrà tornare ad una fruizione dal vivo:** il pubblico più assiduo e appassionato non ha alcun dubbio a tal proposito.
- Ma gli eventi dal vivo devono comunque **andare incontro ad alcuni cambiamenti e adattamenti** e sarà necessario un ripensamento.
- La fruizione **da vivo e da remoto dovranno integrarsi sempre più**, ampliando e valorizzando ulteriormente i contenuti e le modalità di offerta culturale.
- Il digitale può diventare un elemento di integrazione della fruizione in presenza, **valorizzato il prima, il durante e il dopo dell'evento** dal vivo, completandolo e arricchendolo con contenuti extra, digitali.

**la fruizione culturale
pre-lockdown**

la cultura assolve a diversi bisogni, soprattutto emotivi

Attività svolte almeno 3-4 v. all'anno prima del covid



Base: totale campione

- **Occasione di crescita personale** e arricchimento delle proprie conoscenze e «competenze sulla vita»
- **Strumento per riflettere su sé stessi, la società, il mondo**
- **Oggetto di una “fame” onnivora:** genera curiosità e desiderio di farsi sorprendere, incoraggia l’atteggiamento esplorativo
- **Comporta una qualche forma di partecipazione collettiva:** condivisione delle emozioni del momento, interazione e scambio di commenti
- **Svago,** evasione dalla routine quotidiana

i fruitori abituali di attività culturali sono un target che si autorappresenta come «esperto»

**FRUITORI
ABITUALI:
15%**

I fruitori abituali sono coloro che prima del lockdown svolgevano almeno 4 attività culturali al mese

- **Più interessati alla complessità dell'esperienza dal vivo**, alla sua profondità ed intensità emotiva, alla sua multisensorialità. Si prendono il loro tempo per godersi l'evento e il suo «contorno»
- **«Difensori della tradizione»:** luoghi, riti, simboli, strumenti e oggetti della cultura così come conosciuta e praticata fino ad ora
- **Hanno una visione della cultura implicitamente elettiva:** gli eventi culturali sono (anche) un momento di riconoscimento in una comunità di pari, che condividono emozioni e visioni affini

*«Credo di potermi definire un **fruitore tradizionale** anche se sono aperto alle novità, **curioso di poter "toccare con mano"** ovvero vedere con i miei occhi opere meravigliose realizzate da artisti eccezionali. Mi emoziona il poter essere al cospetto di un quadro o di una scultura, **mi piace l'adrenalina del momento che pervade il pubblico quando un concerto o un'opera teatrale sta per iniziare**»*

l'esperienza dal vivo è, per tutti, il benchmark della fruizione

- Genera una ricca gamma di emozioni, coinvolge tutti i sensi, crea un clima di comunione tra il pubblico e una relazione peculiare tra pubblico e opera/artista/autore, valorizza gli aspetti di «contorno» (il viaggio per visitare un museo, la cena dopo il cinema/teatro, la condivisione dell'evento con gli amici/la famiglia...)
- E in questo contesto **il luogo è un elemento chiave**, spazio fisico che plasma l'atmosfera dell'evento



**la fruizione culturale
durante il lockdown**

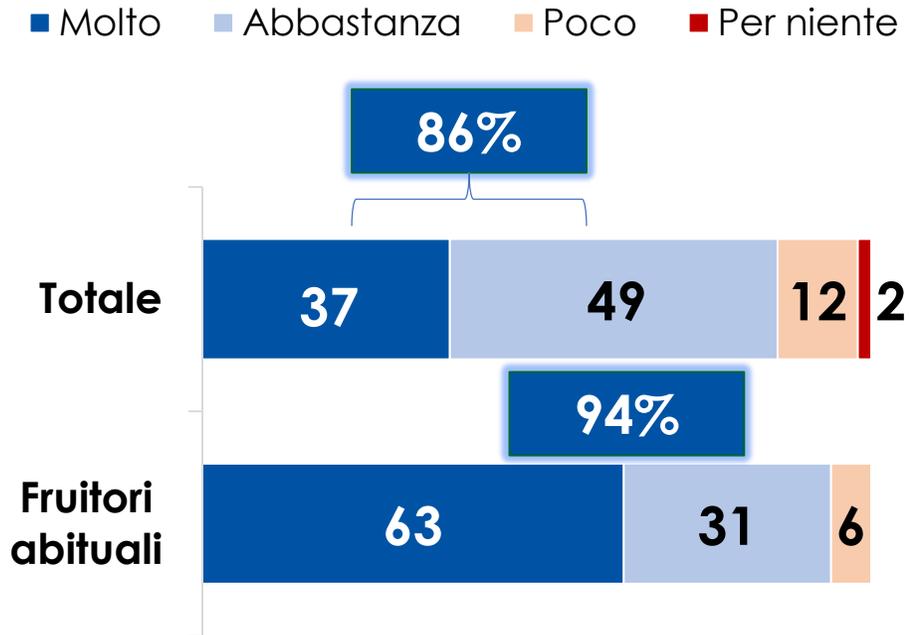
la fruizione culturale durante il lockdown ha generato alcune reazioni trasversali ai target

- Spiazzamento, incredulità, vera e propria «prostrazione»
- Più o meno rapida «riorganizzazione digitale»
- Iniziale “*smodata fruizione*” multicanale di eventi culturali (e non solo), spinta dalla curiosità verso la nuova modalità, ma anche dalla gratuità di molte iniziative
- Successiva «normalizzazione» dell’uso digitale
- Contestuale progressivo abbandono della tv generalista e del «vecchio» satellite, mentre radio e tv on demand multichannel mostrano buona tenuta (le più citate: Netflix e RaiPlay)

«Un tempo la tv satellitare offriva contenuti di qualità oggi meno, questa qualità la trovi di più nelle app digitali ...e puoi accedere a contenuti e app non solo italiane»

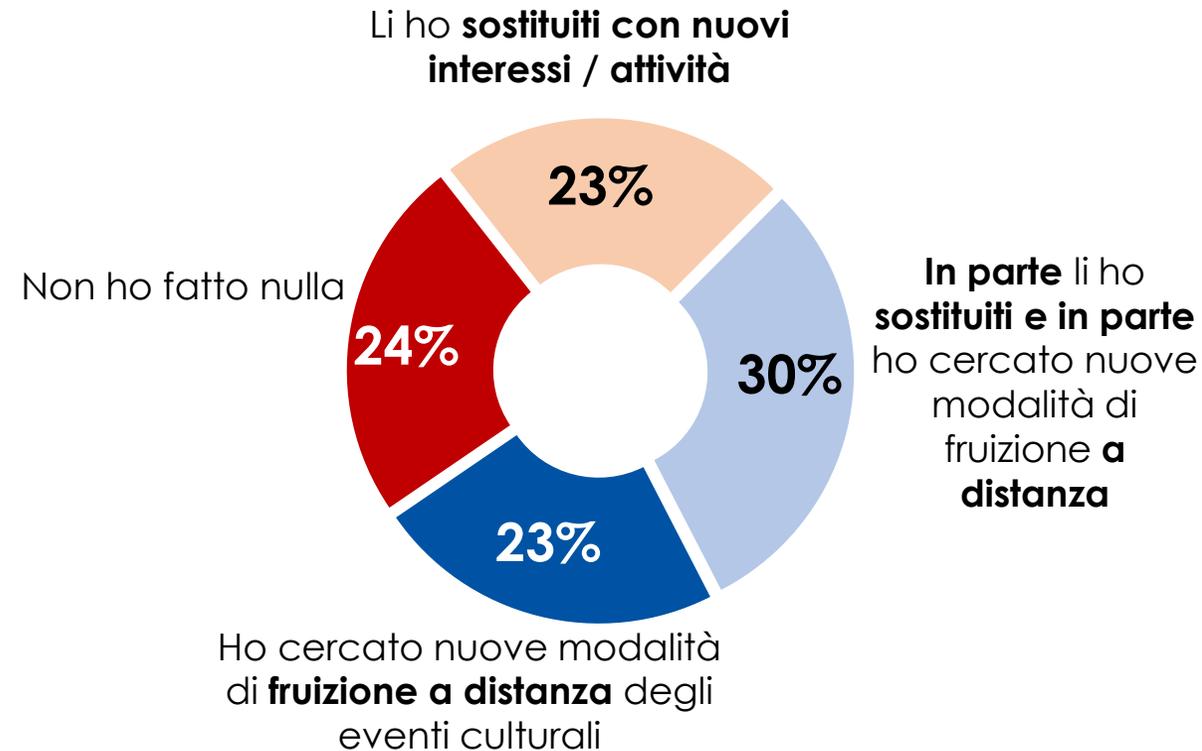
la fruizione dal vivo è mancata molto ed è stata sostituita, parzialmente, dalla fruizione da remoto

Quanto è mancata la fruizione dal vivo degli eventi/attività culturali, durante il lockdown?



Base: erano soliti fruire di almeno un'attività culturale prima del lockdown

Come ha sopperito all'impossibilità di usufruire dal vivo dei suoi eventi/attività culturali preferiti?



coloro che si sono avvicinati alla cultura durante il lockdown sono un target che non si sente esperto, ma mostra l'entusiasmo del «neofita»

**NUOVI
FRUITORI :
16%**

I nuovi fruitori sono coloro che si sono avvicinati al mondo della cultura a partire dal lockdown

- **Più interessati ai contenuti, anche semplificati, purché accessibili:** possono rinunciare a un po' di profondità (e intensità emotiva), al «contorno» dell'evento (il prima e il dopo, l'atmosfera del luogo), focalizzare sui sensi principali (ad esempio vista, udito), concentrare il loro tempo di fruizione sul contenuto in sé.
- **Aperti a modalità meno ritualistiche e rigorose** (ad esempio, non disdegnano la «comodità del divano») **e a strumenti diversi**, anche il digitale
- **Hanno una visione della cultura tendenzialmente «orizzontale» e democratica:** le attività culturali sono uno dei modi a disposizione per rafforzare legami (ad esempio avvicinando genitori e figli)

«Io credo che la cultura possa anche essere noiosa, infatti io odio i musei, mi piace molto invece la cultura storica veicolata dalla tv tipo da Rai Storia, infatti apprezzo molto i documentari che parlano dei signori delle città italiane del medioevo e rinascimento»

il digitale ha quindi permesso l'avvicinamento al mondo della cultura di un nuovo target

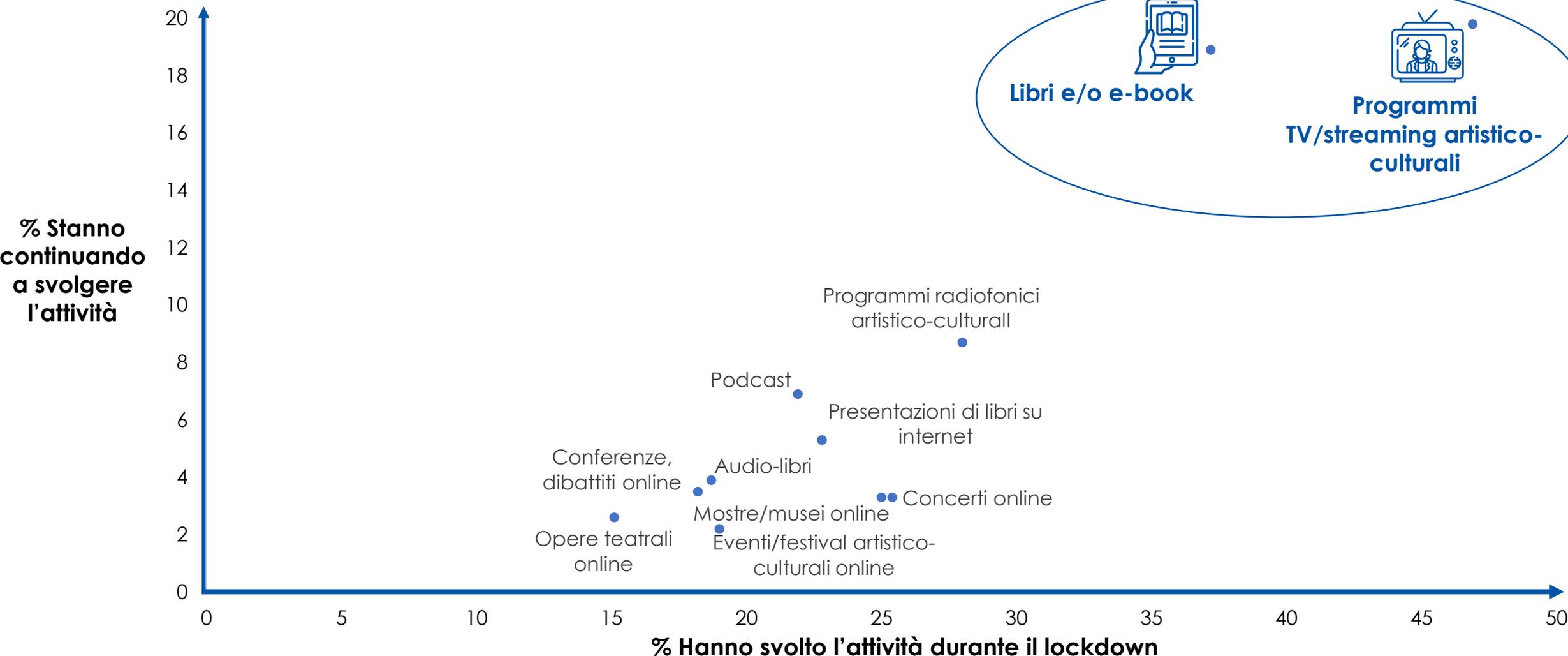
I nuovi fruitori rispetto ai fruitori abituali:

**NUOVI
FRUITORI :
16%**

I nuovi fruitori sono coloro che si sono avvicinati al mondo della cultura a partire dal lockdown

- **Hanno un livello di istruzione più basso e sono anche meno abituati ad informarsi** su attualità, politica ed economia. Il digitale permette quindi l'avvicinamento di un target che ha sicuramente bisogno di **essere guidato** all'interno dell'offerta culturale, ma che **ha voglia di scoprire le novità** in questo ambito
- **Sono meno abbienti**, quindi grazie alla fruizione da remoto possono **superare la barriera prezzo** che fino a questo momento li aveva frenati
- **Hanno figli grandi**, la maggior parte maggiorenni, e tramite il digitale possono vivere la fruizione culturale come un **momento di condivisione** con loro

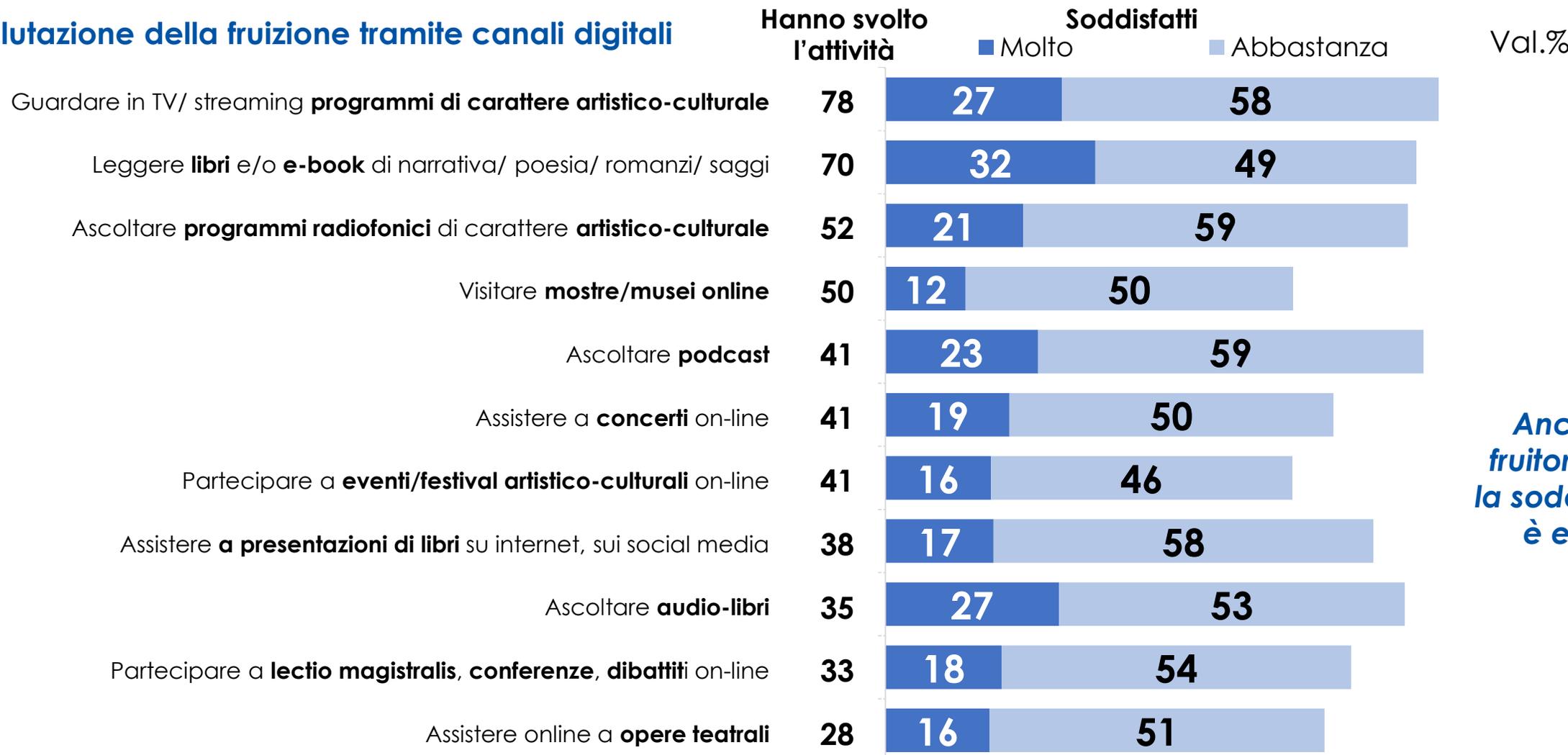
La lettura e i programmi artistico-culturali sono le attività preferite durante il lockdown



Base: totale campione

a fronte di un elevato livello di partecipazione vi è una buona soddisfazione

Valutazione della fruizione tramite canali digitali



Anche tra i fruitori abituali la soddisfazione è elevata

Base: totale campione

per i neofiti il lockdown è stato un momento di sperimentazione e scoperta

IL DIGITALE

- **è stato vissuto come un'opportunità** che ha semplificato e reso più accessibile la fruizione della cultura.
- **ha facilitato la fruizione della cultura**, creando un contesto per certi versi più «confortevole»: comodo (da casa), talvolta «ibrido» (mentre si stanno facendo altre cose), «orizzontale» (non elitario).
- **si è rivelato inoltre uno strumento di condivisione familiare, anche capace di avvicinare le generazioni più giovani – i figli – alla cultura**, stimolandoli, magari in un secondo momento, a provare gli eventi dal vivo.
- Un **fattore chiave** è stato indubbiamente il **maggior tempo a disposizione**



per i fruitori abituali il lockdown è stato un momento di intensa frustrazione

Il digitale è considerato un «palliativo per tamponare l'assenza degli eventi dal vivo»; la sostanziale negazione della complessità, profondità ed elitismo dell'esperienza culturale dal vivo

«Una notte al Louvre visto al cinema nella ristretta 3 giorni a lui dedicata, risoluzione straordinaria, qualità delle immagini fantastica...ma vuoi mettere vedere "La Gioconda" e mille altre opere dal vero??? Il fan del digitale può andare a spendere...considerato l'emozione che ti può dare una Pietà Michelangiolesca vista dal vivo, ti sembra reale, viva, a questi livelli il digitale conta poco o nulla»



«Il lockdown mi ha ucciso, non poter partecipare a nulla di tutto questo (e dal vivo gli eventi culturali sono tutta un'altra cosa!!!) di persona mi ha gettato in uno stato di grande prostrazione/depressione. Ho cercato di sopperire con l'online ove e quando possibile ma la soddisfazione e l'emozione non è neppure lontanamente paragonabile/comparabile»

Principali plus del digitale rispetto all'evento dal vivo

PUNTI DI FORZA

- **Accessibilità**, dove e quando vuoi, più economico
- **Democratizzazione**
- **Ampliamento dell'offerta**, anche internazionale
- **Condivisione familiare, e anche «education»** (coinvolgimento dei figli)
- **Possibilità di rivedere l'evento, godere dei dettagli**
- **Stimolo alla partecipazione interattiva senza sentirsi a disagio** (lo schermo protegge)

Quali sono i principali VANTAGGI offerti dalla fruizione da remoto?

Val.%



Principali minus del digitale rispetto all'evento dal vivo

PUNTI DI DEBOLEZZA

- **Parziale freddezza**, minore intensità emotiva
- **Minore coinvolgimento dei sensi** (vista, udito)
- **Minore valore esperienziale, assenza di «atmosfera» e di «contorno»**
- **Viene meno la «comunione» tra il pubblico, si attenua la relazione tra pubblico e artista/opera**
- **Eccesso di offerta**, può rendere difficile la scelta

Quali sono i principali SVANTAGGI offerti dalla fruizione da remoto?

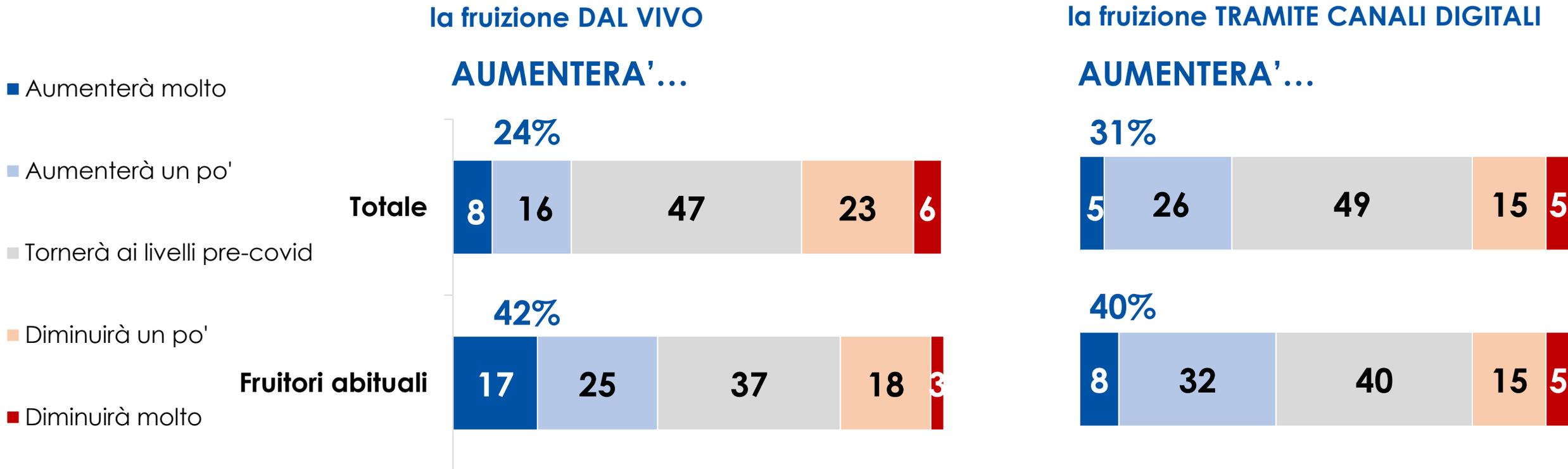
Val.%



**cosa ci si aspetta
al ritorno della
normalità?**

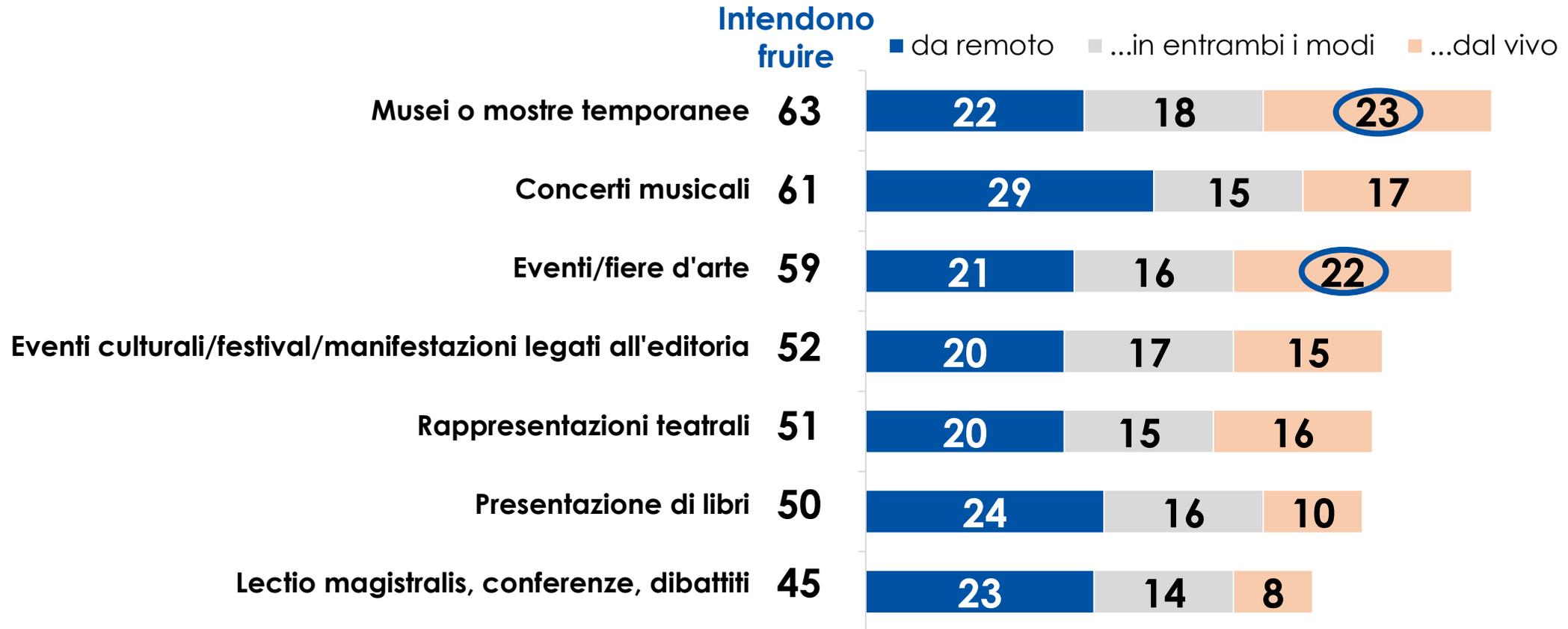
non si rinuncerà al digitale anche quando riprenderà la fruizione dal vivo

Una volta finita l'emergenza sanitaria



nei prossimi mesi l'ago della bilancia è verso la fruizione da remoto ma si auspica un ritorno 'dal vivo'

Fruizione delle attività culturali nei prossimi mesi



gli eventi dal vivo devono comunque andare incontro ad alcuni cambiamenti e adattamenti

- **Luoghi più ampi per garantire la sicurezza dei presenti** (ad esempio, quest'estate sono stati rispolverati i drive-in, i cinema all'aperto)
- **Una durata da ripensare** - almeno in relazione ad alcune esperienze come i concerti, gli spettacoli teatrali, le visite museali, le presentazioni di libri - **completandola e arricchendola con contenuti extra digitali** (ad esempio, interviste agli artisti, storie/bio degli artisti)
- **Ulteriori sinergie tra media e modalità diverse**, ad esempio, tra radio ed eventi musicali, come RTL 102.5 e Festival d'estate all'Arena di Verona



il digitale può diventare un elemento di integrazione della fruizione in presenza, valorizzato prima, durante e dopo l'evento dal vivo

- **PRIMA:** può offrire una vista sul **backstage**, **“trailer”** e **anticipazioni dell'evento**, soprattutto nel caso di performance (concerti, teatro, festival...). Può dare un contributo in termini di disseminazione, creare l'attesa, ad esempio attraverso **l'invio su WhatsApp di video di preview o di informazioni**, che l'utente potrebbe ricevere al momento della prenotazione o acquisto del biglietto (contenuti speciali a lui dedicati). Nel caso di mostre o musei, si potrebbe anche pensare all'invio di una **video guida da fruire con lo smartphone**
- **DURANTE:** ci si aspetta la **possibilità di accedere da remoto all'evento se impossibilitati a fruirlo dal vivo**
- **IN GENERALE:** per chi lo desidera, può essere interessante la creazione di una **«community» dell'evento che metta in contatto i partecipanti**, dando così modo di commentarlo insieme

la tecnologia HD in particolare potrebbe avere un ruolo di amplificazione dell' esperienza dal vivo

Creare nuove emozioni, catturando dettagli che oggi a teatro, nei concerti, in un museo non sono visibili dal vivo, sulla scorta di alcune esperienze già sperimentate e apprezzate dal pubblico: come le **esperienze immersive e interattive** di alcune mostre e musei o eventi site-specific

