

PROFIL WIDOWNI OGRODÓW FRASCATI

Celem badania było ogólne nakreślenie charakterystyki publiczności, która odwiedziła Ogrody Frascati w sezonie 2006 oraz jej preferencji.

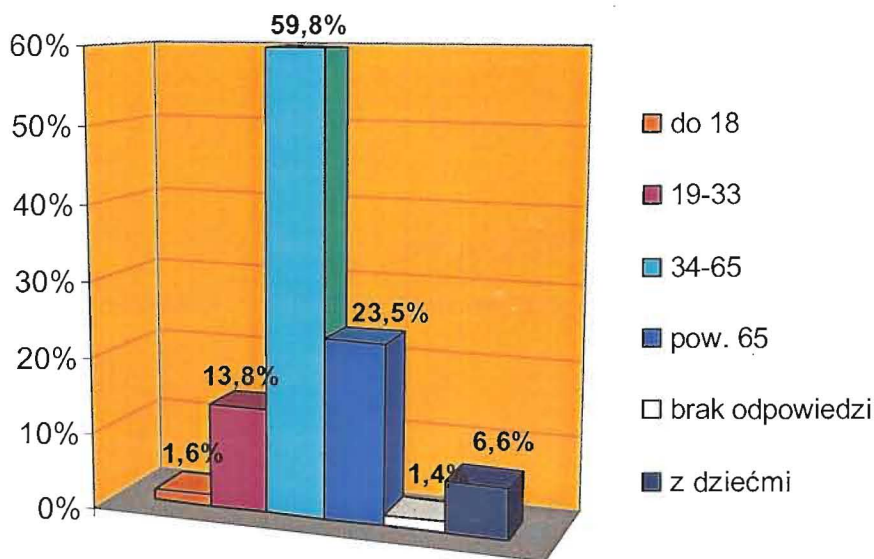
Badaniami zostały objęte osoby odwiedzające Ogrody Frascati w Warszawie od 4 do 30 września. Kwestionariusz ankiety wypełniły 574 osoby. Był on ogólnodostępny, znajdował się na terenie Ogrodów Frascati, bądź był rozpowszechniany przez pracowników DKŚ wśród widowni podczas spektakli, spotkań, koncertów, itp. Zawsze przed rozpoczęciem występów ze sceny była podawana informacja o możliwości wypełnienia kwestionariusza ankiety. Udział w badaniu był dobrowolny.

Stawialiśmy respondentom pytania po to, by w następnym sezonie działać na tyle skutecznie, aby publiczność niezależnie od płci, wieku czy preferencji była w pełni usatysfakcjonowana. Pytaliśmy o sposób uzyskiwania informacji na temat festiwalu, miejsce zamieszkania czy częstotliwość pojawiania się w Ogródach Frascati.

W Ogródach Frascati, od 3 czerwca do 30 września 2006 r., odbyło się 265 imprez, na których gościliśmy ok. 85 tys. widzów. Oznacza to, że w czasie Festiwalu na jednej imprezie frekwencja wynosiła średnio ok. 320 osób. Trzeba jednak podkreślić, że cykliczne spotkania na Frascati mają zróżnicowany charakter np.: ambitne i wymagające od widza uwagi (a przez to bardzo kameralne) Ogrody Literackie z Bardami czy ogromnie popularne Kapele Ogródkowe z Tańcami, świadczące o potrzebie zabawy i integracji publiczności. W tym miejscu należy jeszcze wymienić wydarzenia, nie objęte badaniami, takie jak: „Miasto-mania” Marii Peszek, recitale Jerzego Połomskiego i Bohdana Łazuki oraz koncert wielkiego śpiewaka operowego Bernarda Ładysza z Synami, cieszące się kilkutysięczną widownią, które różnicowały średnią frekwencję oraz profil odbiorcy na poszczególnych imprezach w Ogródach Frascati.

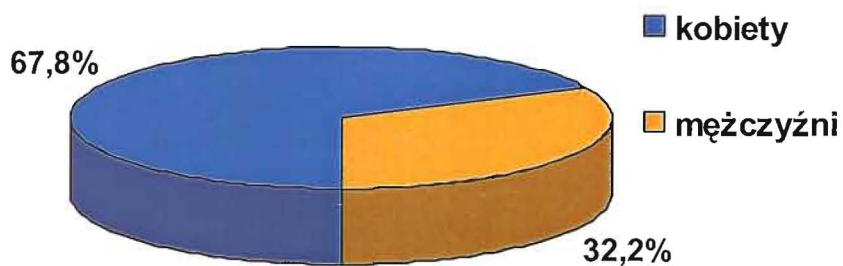
Charakterystyka widowni

1. Struktura wieku widowni



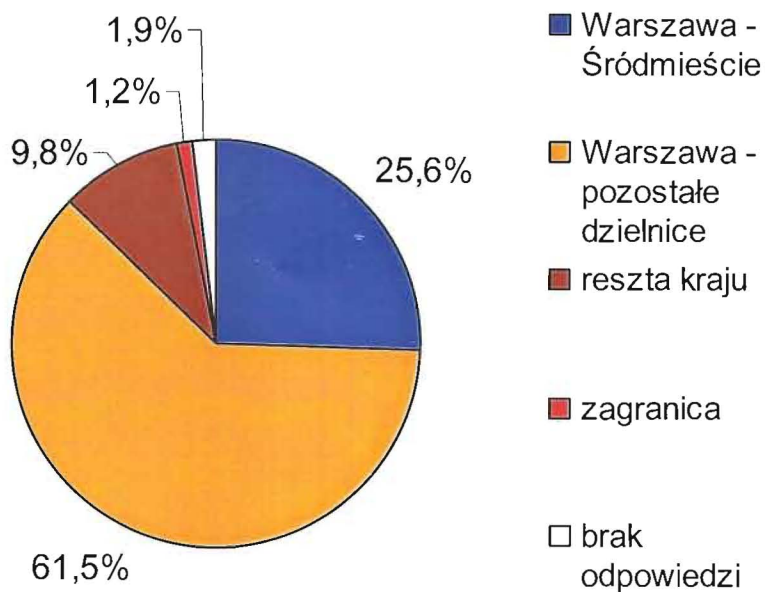
59,8% ogółu widowni stanowią ludzie w wieku 34-65 lat, prawie trzy razy mniej liczną grupą są osoby powyżej 65 lat (23,5%), 13,8% to publiczność między 19 a 33 rokiem życia, natomiast dzieci i młodzież do 18 roku życia stanowią 1,6% widowni – jest to odsetek respondentów, którzy sami wypełnili kwestionariusz ankiety. Należy jednak zauważyć, że aż 6,6% badanych zaznaczyło odpowiedź, iż do Ogrodów Frascati przychodzi z dziećmi, można więc przypuszczać, iż udział procentowy dzieci w imprezach jest znacznie wyższy. Dotyczy to zwłaszcza niedzielnych Poranków Familijnych, przeznaczonych dla widzów w wieku 4-12 lat.

2. Rozkład widowni wg płci



67,8 % publiczności Ogrodów Frascati stanowią kobiety.

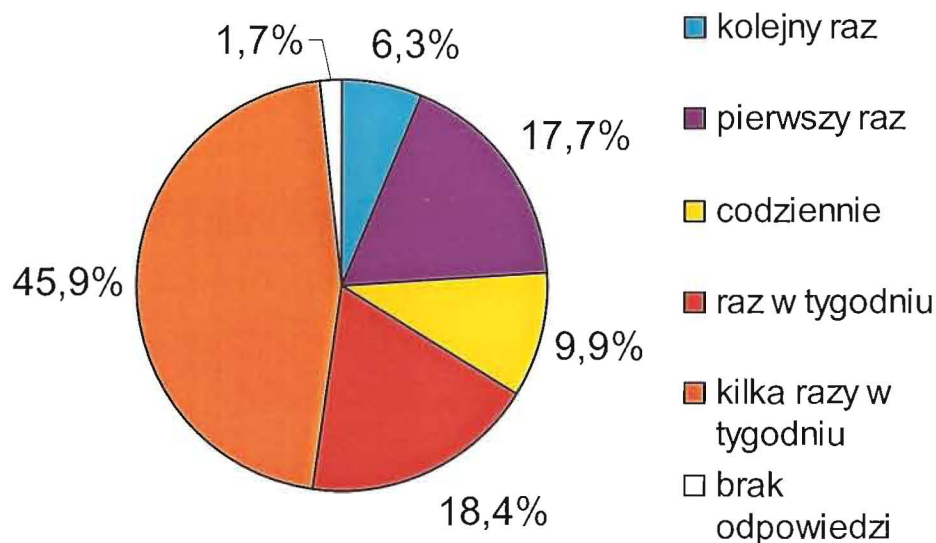
3. Miejsce zamieszkania widzów



25,6% badanych mieszka w dzielnicy Warszawa-Śródmieście. Aż 61,5% widowni stanowią mieszkańcy pozostałych części miasta. 10% respondentów deklaruje, iż przyjeżdża spoza Warszawy, zaś 1% stanowią goście zagraniczni.

4. Ogólna deklaracja uczestnictwa w imprezach Ogródów

Frascati

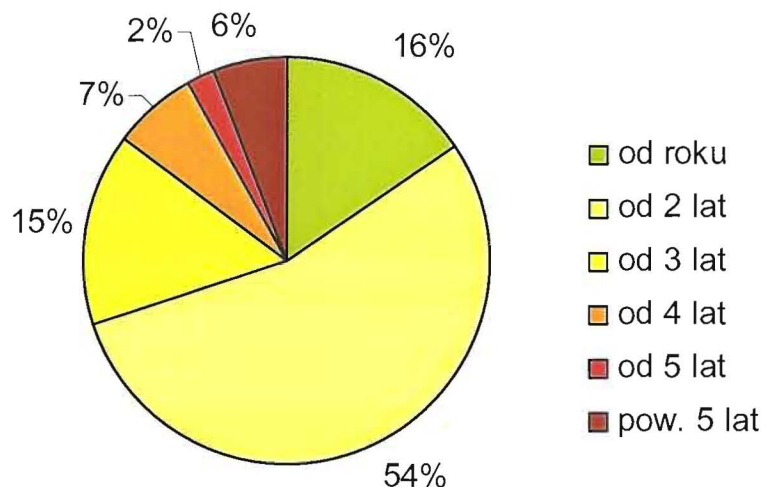


Widownię Ogródów Frascati 2006 można podzielić na grupę bardziej i mniej aktywną. Do pierwszej z nich można na pewno zaliczyć osoby, które deklarują, że w Ogrodach Frascati są codziennie (9,9%), odwiedzają je kilka razy w tygodniu (45,9%), a także raz w tygodniu (18,4%). Do drugiej grupy widowni możemy przypisać badanych, którzy deklarowali swój kolejny (do pięciu razy) udział w imprezach Ogródów Frascati (6,3%), bądź przybyły po raz pierwszy (17,7%). Warto odnotować, że te proporcje ulegają znacznym zmianom na koncertach z udziałem gwiazd, podczas których duży odsetek widowni stanowią nowi odbiorcy. Takich imprez, w czasie realizacji badania, było niewiele w porównaniu do poprzednich miesięcy, odsetek takich osób w czasie trwania całego festiwalu Ogródy Frascati był więc znacznie większy, niż w przedstawionym powyżej wykresie.

Z oferty kulturalnej Ogródów Frascati typowy uczestnik badania korzystał średnio ponad 2 razy w tygodniu (2,43).

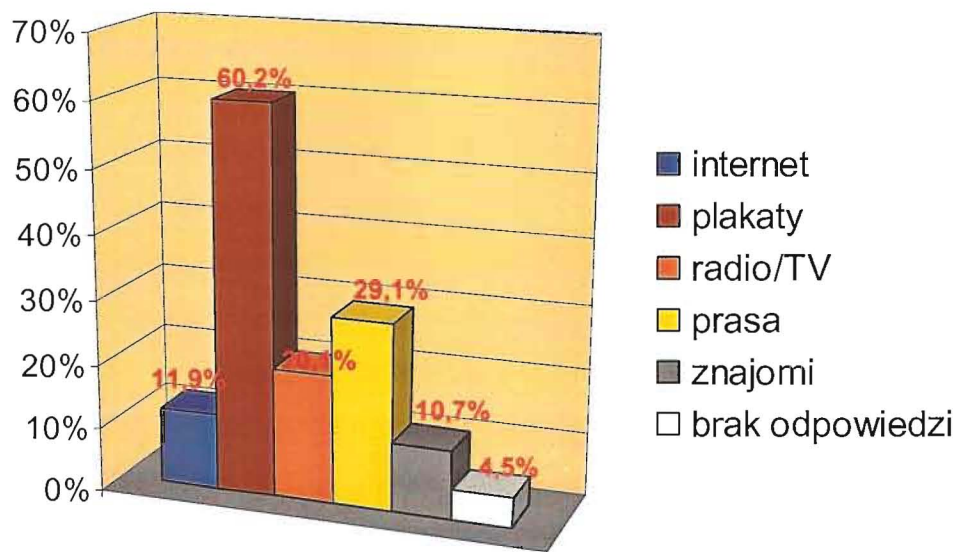
42,3% badanych odwiedzało Ogródy Frascati również w poprzednim sezonie (2005 rok). Świadczy to o bardzo dużym przywiązaniu respondentów do Festiwalu, a co za tym idzie, o wysokim poziomie imprezy. Biorąc pod uwagę fakt, że w bieżącym roku frekwencja wzrosła dwukrotnie w stosunku do roku poprzedniego, ponad 40-procentowa powtarzalność dowodzi, że znakomita większość osób, które były na Frascati w 2005 roku, przyszła również na imprezy w kolejnym sezonie.

5. Ogólna deklaracja uczestnictwa w poprzednich edycjach Konkursu Teatrów Ogródkowych



Ponieważ Festiwal Artystyczny Ogrody Frascati wywodzi się bezpośrednio z organizowanego od kilkunastu lat Konkursu Teatrów Ogródkowych, których pomysłodawcą jest Andrzej Tadeusz Kijowski, obecny dyrektor Domu Kultury Śródmieście, zadaliśmy pytanie dotyczące uczestnictwa w KTO w latach poprzednich. Spośród osób biorących udział w badaniu aż 41,2% deklaroowało swoją obecność na widowni jednej z czternastu poprzednich edycji Konkursu Teatrów Ogródkowych.

6. Źródło informacji o Ogrodach Frascati



Pytanie o sposób pozyskania informacji o Ogrodach Frascati („Skąd dowiedzieli się Państwo o Ogrodach Frascati?”) pewna grupa respondentów uznała, zapewne, za pytanie o czerpanie bieżących informacji na temat imprez odbywających się na Frascati, stąd duża część z nich wybrała kilka wariantów odpowiedzi, które uwzględniliśmy w naszych wynikach.

Ponad 60% respondentów deklaruje, iż podstawą informacji na temat Ogródów Frascati był plakat. Dla prawie 30% ankietowanych źródłem wiedzy na ten temat była prasa, 20% respondentów dowiedziało się o Ogrodach Frascati dzięki stacjom radiowym bądź kanałom telewizyjnym, zaś 12% pozyskało informacje z internetu.

Zwraca uwagę pewien odsetek badanych, wskazujących znajomych jako źródło informacji. Choć jest to jedynie 10,7%, to należy wziąć pod rozwagę fakt, że taka alternatywa wśród odpowiedzi nie pojawiła się w kwestionariuszu ankiety – to źródło informacji było podawane spontanicznie.

WNIOSKI

Potencjalnymi odbiorcami projektu Ogrody Frascati są mieszkańcy Warszawy, niezależnie od wieku, jednak w praktyce można wśród nich wyodrębnić trzy zasadnicze segmenty.

Segment I stanowią ludzie do 33 roku życia. W grupie tej znajdują się zarówno dzieci, jak i młodzież, osoby posiadające status studenta bądź absolwenta, ludzie często nadal kształcący się i zdobywający doświadczenia zawodowe. Jest to grupa aktywnie uczestnicząca w różnego typu imprezach kulturalno-rozrywkowych, korzystająca z nowoczesnych mediów, takich jak internet czy telewizja, poszukująca nowych rozwiązań. Grupa ta stanowi 15,4% publiczności w Ogrodach Frascati.

Segment II to ludzie między 34 a 65 rokiem życia, osoby aktywne zawodowo, tzw. klasa średnia, m.in.: artyści, urzędnicy, przedsiębiorcy, ale też ludzie, którzy mogli już zakończyć swoją karierę zawodową. Ogrody Frascati to dla nich znakomita forma kontaktu ze znajomymi, a poprzez wspólne uczestnictwo w imprezach zawartych w repertuarze Ogródów Frascati nadrabiają „zaległości towarzyskie”. Grupa ta stanowi prawie 60% widowni w Ogrodach Frascati.

Segment III to osoby po 65. roku życia. Zaliczyć do niego możemy zarówno osoby jeszcze aktywne zawodowo, jak i te, które zakończyły swoją karierę. Oferta kulturalna Ogródów Frascati pozwala im wypełnić w sposób interesujący czas wolny oraz umożliwia kontakt z innymi ludźmi. Informacje czerpią z tradycyjnych środków przekazu, wśród których można wyróżnić plakaty i prasę. Grupa ta stanowi 23,5% publiczności w Ogrodach Frascati.

PODSUMOWANIE

Przeprowadzone badania pozwalają nakreślić ogólną charakterystykę odbiorców oferty kulturalnej Festiwalu Artystycznego Ogrody Frascati.

Większość badanych to osoby aktywne zawodowo, przedstawiciele tzw. inteligencji, z wyższym bądź średnim wykształceniem. Chętnie spędzają czas wolny poza domem, a o ich mobilności oraz dużej potrzebie kulturalnej rozrywki świadczy fakt dojeżdżania „na Frascati” spoza Śródmieścia. Wysoka jakość imprez sprawia, że często stają się stałymi odbiorcami oferty artystycznej Domu Kultury Śródmieście, a duża część publiczności przychodzi do Ogródów Frascati również w następnym sezonie.

Różnorodność imprez odbywających się w ramach Festiwalu wpływa jednak na znaczne zróżnicowanie profilu odbiorców.

ZAKOŃCZENIE

Ogólnopolski Festiwal Artystyczny Ogrody Frascati jest jedną z największych imprez kulturalnych w Warszawie. W sezonie letnim, który do niedawna był w stolicy okresem martwym dla wydarzeń kulturalnych, stwarza niepowtarzalną możliwość miłego, ale jednocześnie wartościowego spędzenia czasu wolnego wśród pięknej zieleni, delektując się występami artystów na najwyższym poziomie.

Dla Państwa firmy to wyjątkowa okazja do zaprezentowania się dotychczasowym klientom jako Mecenasa Kultury, jako firma, która oprócz swojej podstawowej działalności dba o narodowe dziedzictwo i rozwój intelektualny Polaków. To również szansa na pokazanie się z korzystnej strony osobom, nie korzystającym dotychczas z Państwa usług. Duże zróżnicowanie imprez pozwala dotrzeć do różnych grup społecznych, a wysoka frekwencja sprawia, że Państwa przekaz trafi do szerokiego grona odbiorców.

Zapraszamy na Frascati!