

26° SUQ FESTIVAL con ECOSUQ
dal 13 al 23 giugno 2024
Porto Antico di Genova e altri luoghi

Indagine sul pubblico

Una fotografia imperfetta
con interessanti messe a fuoco

13-23 Giugno 2024. Sondaggio parte prima

1° Luglio - 2 Agosto 2024. Sondaggio parte seconda

a cura di
Ivana Bosso

Il report è stato redatto
il 23.09.2024

Una fotografia imperfetta con interessanti messe a fuoco

Indagine sul pubblico della 26° edizione del Suq Festival

SOMMARIO

Introduzione	3
1.1. Metodologia adottata	3
2. Messa a fuoco sui risultati dell'indagine	4
2.1. Foto di gruppo a confronto.....	4
2.2. L'abitudine a partecipare.....	7
2.3. (I can get on) Satisfaction.....	9
2.4. Come te nessuno mai.....	13
2.5. Questo mondo ci appartiene: EcoSuq.....	16
3. Conclusioni	19
3.1. Due o tre cose che sappiamo di loro.....	19
Nota a margine per ringraziare	20

Una fotografia imperfetta con interessanti messe a fuoco

Indagine sul pubblico della 26° edizione del Suq Festival

Introduzione

1.1. Metodologia adottata

Il Sud Festival 26° si è chiuso con circa 75.000 presenze tra il 13 e 23 giugno 2024. Durante questo periodo si è svolta un'indagine sul pubblico del Festival attraverso un QR Code da inquadrare sul proprio smartphone per accedere al link del questionario. Si tratta di una modalità di indagine sul pubblico adottata dal Festival da un paio d'anni, la quale benchè permetta l'acquisizione immediata delle risposte in una banca dati eliminando la fase di imputazione dei questionari ottenuti in maniera cartacea, inevitabilmente genera ancora una barriera verso chi è meno avvezzo a questa modalità tecnologica, in particolare le fasce d'età più anziana.

Il Qr-code è stato inquadrato da 667 persone e i rispondenti al questionario durante il festival sono stati 274, ovvero il 41% di chi l'aveva inquadrato.

Agli inizi di luglio la direzione del Festival Suq ha rilanciato, quindi, su Facebook - che conta 19.520 follower - il questionario somministrato durante i giorni dell'evento. È stato ancora possibile, dunque, compilarlo on-line durante tutto il mese di luglio e il sondaggio è stato chiuso il 2 agosto. Rilanciare il questionario a festival concluso è una prassi del Festival ormai consolidata da quando si è cominciato a proporre il questionario al proprio pubblico.

A seguito di questo recall hanno compilato il questionario **66 persone**.

1.01 La struttura del questionario

Il questionario, in sola lingua italiana, era strutturato in 17 domande volte a profilare le generalità dei/delle rispondenti, la loro modalità di partecipazione e conoscenza dell'evento, il contributo del festival all'offerta culturale della città, le esperienzialità e i suggerimenti per l'edizione futura. Conteneva anche due domande curate da Cittadini Sostenibili per indagare il tema della sostenibilità in termini di impatto ambientale e le azioni messe in essere durante il festival. Le domande erano prevalentemente chiuse, talvolta a scelta multipla ed alcune a risposta aperta.

1.02 Le elaborazioni dei dati raccolti

Si è deciso di mettere a confronto i dati raccolti rispettando i due momenti del sondaggio perché è emersa con evidenza la differenza di comportamento e opinione tra chi è stato colto nell'immediatezza della sua partecipazione all'evento e chi, invece, ha ritenuto di rispondere all'appello del recall sui social, dimostrando un differente grado di coinvolgimento.

A livello metodologico tale scelta rispetta maggiormente la diversa qualità dei dati raccolti. Infatti, i dati emersi dai due sondaggi e posti a confronto hanno messo in luce il profilo di due pubblici abbastanza diversi, sebbene accomunati dalla partecipazione al Suq Festival.

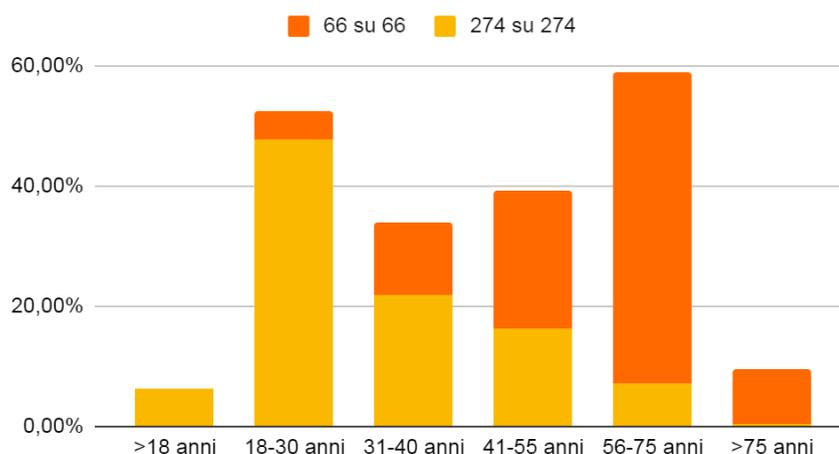
Laddove è stato possibile, è stata fatta un'analisi dei dati a partire da elaborazioni che incrociassero le domande con il profilo delle età per comprendere meglio l'orientamento generazionale di chi è venuto al Suq Festival.

2. Messa a fuoco sui risultati dell'indagine

2.1. Foto di gruppo a confronto

Chi ha compilato il questionario di giugno - dunque durante i giorni di svolgimento del festival - è decisamente più giovane di chi ha risposto al recall di luglio, come il grafico sottostante mette ben in evidenza.

Età dei partecipanti ai 2 sondaggi



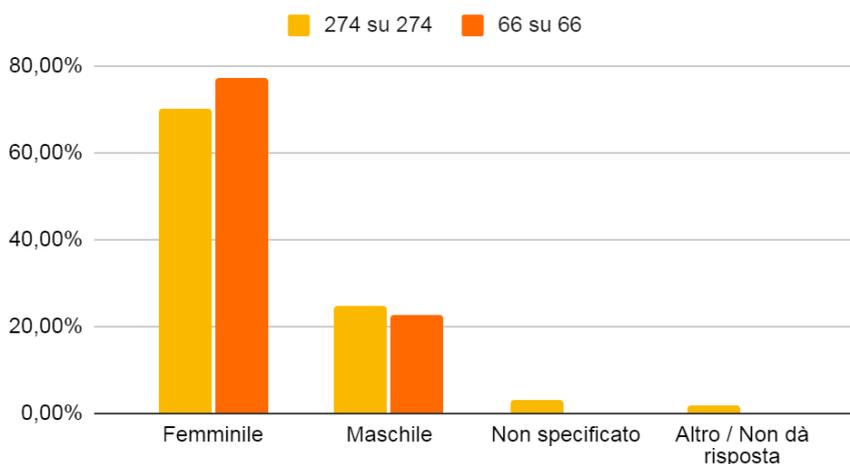
Quali possono essere i fattori che hanno prodotto questa differenza di età nei due momenti di sondaggio? A nostro parere per quanto riguarda la compilazione del questionario in giugno, la maggiore adesione delle generazioni Z e Y, ovvero nativi digitali (i sotto 18 sono il 6,20%; tra 18-30 anni sono il 47,81%) e millennial (entro 40 anni 21,90%) ha dimostrato un'abilità maggiore nell'uso di strumenti digitali attraverso i propri smartphone o Iphone per accedere direttamente al questionario tramite il qr code proposto durante l'evento. Inoltre, sul dato emerso sembrano anche aver inciso fattori emotivi ed empatici, permettendo a questa fascia di pubblico di sentirsi a proprio agio nell'essere approcciati da volontarie/i più o meno coetanee/i. Si tratta di una fascia di pubblico catturata sul momento, e per quanto riguarda la fascia d'età fino ai 30 anni, spesso ha rappresentato per essa la sua prima presenza al festival.

Età. Confronto in %		
N. Rispondenti	274 su 274	66 su 66
>18 anni	6,20%	0,00%
18-30 anni	47,81%	4,55%
31-40 anni	21,90%	12,12%
41-55 anni	16,42%	22,73%
56-75 anni	7,30%	51,52%
>75 anni	0,36%	9,09%
% Totale rispondenti	100,00%	100,00%

Differente è invece il dato relativo all'età di chi ha compilato il questionario dopo il recall di luglio. Emerge a nostro parere un aspetto importante, perché potrebbe trattarsi di un nucleo di affezionati al Festival molto più maturo, che lo segue con attenzione da diverse edizioni non solo in presenza ma anche sui social, Facebook in particolare. Non è da escludersi anche una conoscenza diretta con chi appartiene alla struttura del festival o con chi ne è ruotato intorno (ad esempio volontarie e volontari più adulti).

Il dato sull'età è fattore incidente anche sulle molte risposte pervenute tramite i due sondaggi.

Genere dei partecipanti ai 2 sondaggi



Se la rilevazione della partecipazione femminile è comunque stata alta in entrambe i sondaggi (70,07% nel primo sondaggio; 77,27% nel secondo) e abbastanza in linea con i dati generali rispetto ai consumi culturali in Italia, la tabella e il grafico sottostanti illustrano una differente tendenza nel dichiarare il proprio genere di appartenenza, nella quale l'intenzionalità di non specificare (una delle possibili risposte previste nel questionario alla domanda sul genere) è stata espressa dal 3,28% dei rispondenti solamente nel primo sondaggio. Anche in questo caso il fattore età sembra aver giocato un ruolo, perché a dare tale risposta sono state soprattutto persone entro i 30 anni d'età (66,68%). Un tema quale la fluidità di genere è abbastanza recente nel dibattito italiano e le attuali fasce giovanili sono sicuramente più sensibili a questo aspetto delle generazioni precedenti e più mature di età, eccezioni a parte.

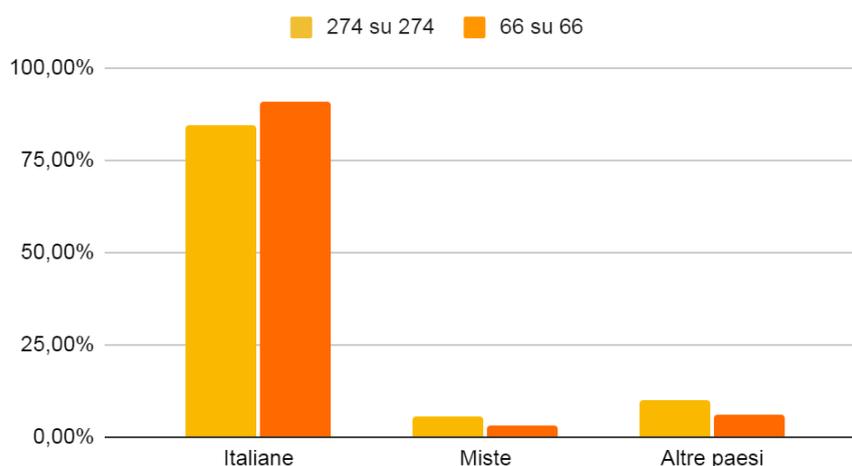
Genere. Confronto in %		
N. Rispondenti	274 su 274	66 su 66
Femminile	70,07%	77,27%
Maschile	24,82%	22,73%
Non specificato	3,28%	0,00%
Altro / Non dà risposta	1,82%	0,00%
% Totale rispondenti	100,00%	100,00%

Per quanto riguarda una partecipazione maschile al questionario più alta di 2,09% nel sondaggio di giugno (24,82%) rispetto a quello di luglio (22,73%), il dato potrebbe essere

ascritto al fatto che durante il festival sono state invitate a compilare il questionario persone giunte in coppia o in gruppo. L'invito in presenza a partecipare al sondaggio rappresenta, quindi, un ulteriore fattore di incidenza e differenza sulle risposte pervenute attraverso i due sondaggi.

Per un festival, che è definito come interculturale, intercettare nel proprio pubblico anche una parte di cittadini con origini miste o provenienti da altri paesi, è importante. Un approccio in presenza nei giorni del festival da parte di un gruppo di giovani volontarie/i non solo di origini completamente italiane, ha permesso di intercettare anche questo tipo di pubblico, che risulta nel primo sondaggio percentualmente un po' più alto rispetto a quello di luglio, come il grafico sottostante illustra:

Origini dei partecipanti ai due sondaggi

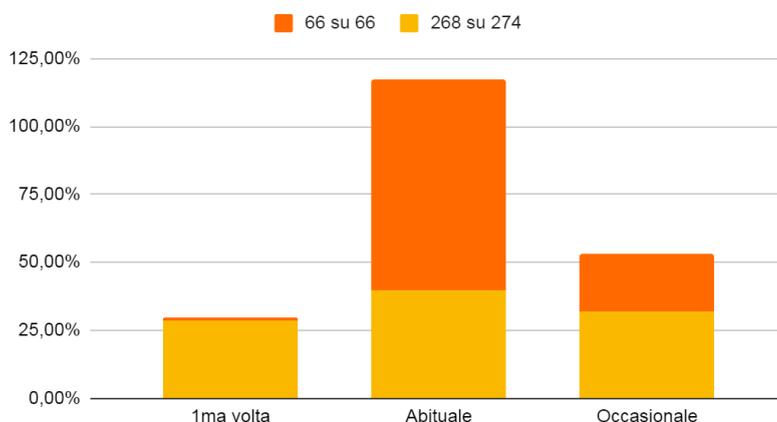


Il fattore età del primo sondaggio gioca di nuovo un ruolo importante in chi ha risposto di aver origini miste o da altri paesi, perché sono soprattutto le persone fino ai 40 anni ad aver fornito tale risposta. Per quanto riguarda le e i rispondenti del sondaggio di luglio, le pochissime unità afferenti a questa risposta, fanno pensare più a persone strettamente in contatto con la struttura del festival. Non escluderei che abbiano preso parte attiva a iniziative proposte anche in passato: almeno 3 rispondenti con queste origini dei 66 rispondenti complessivi del secondo sondaggio hanno un'età compresa tra i 56 e 75 anni (il 4,55%).

Origini ripartite per età. % su origini						
Origini	Italiane		Miste		Altre paesi	
Rispondenti	232 su 274	60 su 66	15 su 274	2 su 66	27 su 274	4 su 66
>18 anni	5,60%	0,00%	13,33%	0,00%	7,41%	0,00%
18-30 anni	46,12%	3,33%	53,33%	0,00%	59,26%	25,00%
31-40 anni	21,55%	10,00%	20,00%	50,00%	25,93%	25,00%
41-55 anni	18,53%	25,00%	6,67%	0,00%	3,70%	0,00%
56-75 anni	7,76%	51,67%	6,67%	50,00%	3,70%	50,00%
>75 anni	0,43%	10,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
% Risposte	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
% Rispondenti	84,67%	90,91%	5,47%	3,03%	9,85%	6,06%

2.2. L'abitudine a partecipare

Edizioni precedenti dei partecipanti a confronto %

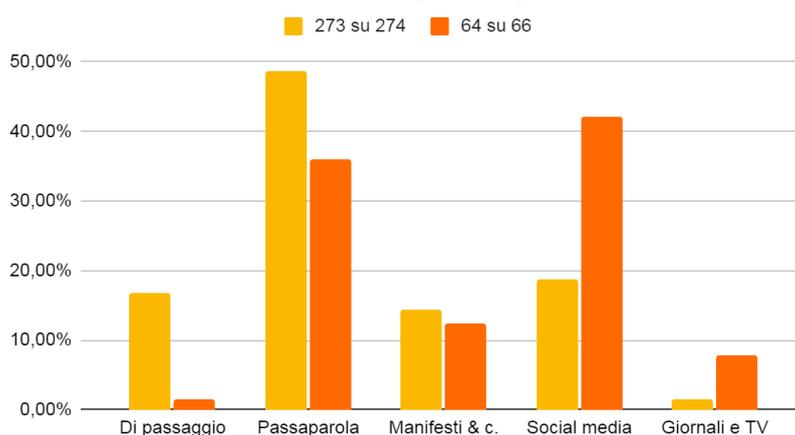


Come il grafico illustra, i partecipanti al questionario di luglio risultano essere prevalentemente abituali (77,27 %) nella partecipazione al festival, sottolineando anche in questo caso una fidelizzazione all'evento, che appartiene soprattutto a un nucleo di persone più maturo: il 58,82% ha un'età tra i 56 e 75 anni e il 7,84% supera i 75 anni.

Appare invece altrettanto evidente che con i dati raccolti a giugno si sia riusciti a intercettare soprattutto un pubblico nuovo (28,36%) o non propriamente fidelizzato, con una frequenza più occasionale alle edizioni passate (31,72%): la percentuale di chi era entro i 30 anni d'età e ha risposto alla domanda nel primo sondaggio è stata di circa 54%, e di essi circa il 74% ha risposto di aver preso parte al festival per la prima volta.

Partecipazione alle edizioni precedenti. Confronto in %						
Partecipazione	1ma volta		Abituale		Occasionale	
Rispondenti	76 su 268	1 su 66	107 su 268	51 su 66	85 su 268	14 su 66
>18 anni	7,89%	0,00%	2,80%	0,00%	9,41%	0,00%
18-30 anni	65,79%	100,00%	35,51%	1,96%	47,06%	7,14%
31-40 anni	18,42%	0,00%	28,04%	9,80%	17,65%	21,43%
41-55 anni	2,63%	0,00%	24,30%	21,57%	18,82%	28,57%
56-75 anni	3,95%	0,00%	9,35%	58,82%	7,06%	28,57%
<75 anni	1,32%	0,00%	0,00%	7,84%	0,00%	14,29%
% Risposte	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
% Rispondenti	28,36%	1,52%	39,93%	77,27%	31,72%	21,21%

Modalità di conoscenza dei partecipanti a confronto



Come si è venuti a conoscenza del festival e del suo programma? appare pertanto in linea con i dati prima descritti il fatto che il passaparola (48,72%) e l'essere stati di passaggio (16,85%) siano stati indicati in percentuali maggiori da chi ha risposto al primo sondaggio, dove la presenza occasionale o per la prima volta sono stati un aspetto significativo delle risposte pervenute.

L'utilizzo dei Social Media, giornali e tv sono stati importanti come mezzi di conoscenza soprattutto nel secondo sondaggio, del quale si è messo precedentemente in luce un nucleo di persone molto più mature per età, che ben sembrerebbe ancora legato a certe modalità di informarsi e per certi aspetti ormai nel target anche di Facebook come social.

Come ha conosciuto il festival. Confronto in %		
N. Rispondenti	273 su 274	64 su 66
Di passaggio	16,85%	1,56%
Passaparola	48,72%	35,94%
Manifesti & c.	14,29%	12,50%
Social media	18,68%	42,19%
Giornali e TV	1,47%	7,81%
% Totale rispondenti	99,64%	96,97%

La fidelizzazione al festival di chi ha risposto al secondo questionario è anche evidente nel fatto che la maggior parte dei rispondenti sottoscrive la Suq Card da diverse edizioni (44,62%) oppure l'aveva fatta in passato (18,43%).

Sottoscrizione della Suq Card. Confronti in %		
N. Rispondenti	272 su 274	65 su 66
Non interessato	44,53%	13,85%
No. Vorrebbe	16,06%	6,15%
No. Indeciso	34,31%	10,77%
Si. Diverse Ed.	1,09%	44,62%
Si. Ed. 2024	0,73%	6,15%
Si. In passato	2,55%	18,46%
% Totale rispondenti	99,27%	98,48%

Invece a giugno, dove è emerso un pubblico non solo più giovane d'età ma anche abbastanza neofita del Suq Festival, il 44,53% non ha dimostrato interesse alla sottoscrizione della Suq Card e il 34,31% ha affermato la propria indecisione se farla.

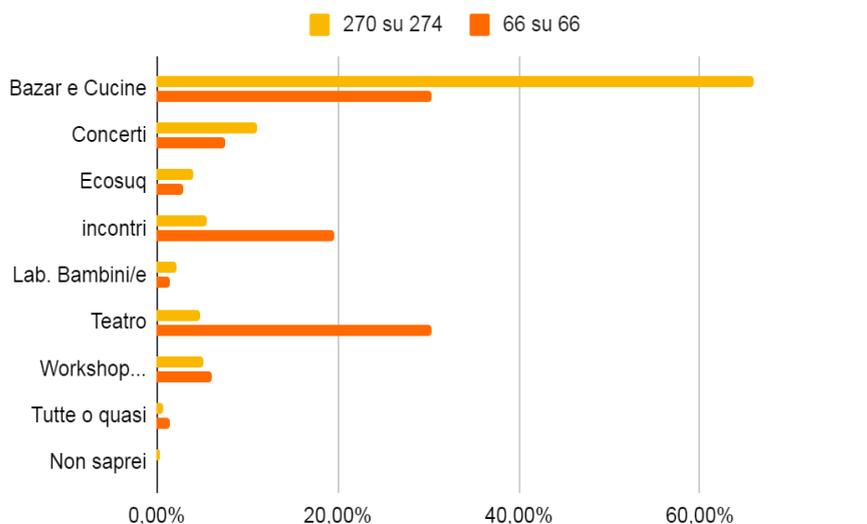
2.3. (I can get on) Satisfaction

Se Mick Jagger nella famosa canzone non riusciva a provare soddisfazione, sicuramente non aveva partecipato alla 26° edizione del Sud Festival. Infatti, il grado di soddisfazione dell'edizione 2024 è decisamente molto alto per i e le rispondenti di entrambi i sondaggi, dove prevalgono essenzialmente giudizi come ottimo (addirittura 54,55% dei rispondenti di luglio e 47,81% di quelli di giugno) e buono, mentre la scarsa soddisfazione è espressa da meno del 1,50% dei rispondenti di giugno e dal 4,55% di quelli di luglio.

Grado di soddisfazione per l'edizione 2024. Confronto in %		
N. Rispondenti	274 su 274	66 su 66
Ottimo	47,81%	54,55%
Buono	43,07%	34,85%
Scarso	1,46%	4,55%
Pessimo	0,00%	0,00%
Non dà risposta	7,66%	6,06%
% Totale rispondenti	100,00%	100,00%

In ogni caso nessuno ha definito come pessima l'esperienza fatta, e chi è rimasto nel limbo della non risposta, sembrerebbe esprimere una riflessione sul giudizio da dare.

Preferenze dei partecipanti a confronto



Una conferma del fatto che il pubblico rispondente al questionario in giugno sia stato colto in una maggiore immediatezza di partecipazione al festival, emerge anche dal grafico, dove è visibile l'alta preferenza per le cucine e il Bazar (65,93 %), grande attrattore per un'esperienza multiculturale da fare insieme, e indicata soprattutto dalle persone entro i 30 anni d'età (56,18% delle risposte a questa domanda). Il grafico mostra inoltre come i

concerti sul palco del Bazar (sempre gratuiti) siano stati indicati come preferenza soprattutto dai rispondenti di giugno (11,11%), mentre nel sondaggio di luglio il teatro (i cui biglietti erano a pagamento sebbene a prezzi molto popolari) e gli incontri previsti dal programma sono stati indicati come proprie preferenze (per il teatro 30,30%, per gli incontri 19,70%), ridimensionando quella per il bazar e le cucine (30,30%).

Iniziativa preferita del Festival. Confronto in %		
Rispondenti	270 su 274	66 su 66
Bazar e Cucine	65,93%	30,30%
Concerti	11,11%	7,58%
Ecosuq	4,07%	3,03%
incontri	5,56%	19,70%
Lab. Bambini/e	2,22%	1,52%
Teatro	4,81%	30,30%
Workshop...	5,19%	6,06%
Tutte o quasi	0,74%	1,52%
Non saprei	0,37%	0,00%
% Totale rispondenti	98,54%	100,00%

Il confronto mette ulteriormente in risalto come a luglio abbia aderito al sondaggio un nucleo molto ristretto di affezionati al Festival da ormai molte edizioni, come si evince anche dall'età più matura della maggior parte dei rispondenti, per il quale l'identità teatrale del festival è ormai parte integrante e importante della propria esperienza all'evento.

La multiculturalità delle realtà presentate nel contesto scenografico della manifestazione compare nelle risposte sulle parole associate dal pubblico rispondente a entrambi i sondaggi, con una differenza di circa 4% tra i rispondenti di luglio (24,72%) e quelli di giugno (20,79%).

Principali parole ricorrenti associate al Festival Suq. Confronto in %		
Rispondenti	209 su 274	63 su 66
Totale Parole ricorrenti	380	89
Multicultura, Multiculturalismo, Multiculturalità, Multiculturale	18,99%	4,55%
Etnie, Etnico, Multietnia, Multietnicità, Multietnico	34,18%	36,36%
Intercultura, Interculturale	2,53%	9,09%
Cultura, Culturale	44,30%	50,00%
Parole riferite a cultura/culture	20,79%	24,72%
Comunità	8,22%	13,33%
Condivisione	4,11%	10,00%
Incontro	27,40%	23,33%
Inclusione, Inclusivo	26,03%	23,33%
Insieme	5,48%	0,00%
Integrazione	12,33%	26,67%
Socialità, Socializzazione	4,11%	26,67%

Festa	12,33%	3,33%
Parole iteriferite allo stare insieme	19,21%	33,71%
Libertà, Libero	8,82%	44,44%
Pace	14,71%	33,33%
Uguaglianza	11,76%	33,33%
Diversità	47,06%	22,22%
Bellezza	11,76%	0,00%
Amicizia	2,94%	11,11%
Solidarietà	11,76%	50,00%
Parole riteriferite a valori universali	8,95%	10,11%
Colore, Colorato	50,81%	51,85%
Bello	3,23%	0,00%
Profumo, Profumi	20,16%	25,93%
Odori	4,84%	3,70%
Sapori	5,65%	14,81%
Allegria	11,29%	3,70%
Estate	4,03%	50,00%
Parole iteriferite all'esperienza sensoriale ed emozionale	32,63%	30,34%
Cucina/e	14,55%	16,67%
Cibo/i	63,64%	83,33%
Mercato, commerciale	5,45%	0,00%
Vestiti	3,64%	16,67%
Spezie	27,27%	0,00%
Parole rite riferiteal Bazar e alle cucine	14,47%	6,74%
Musica, musicisti	100,00%	0,00%
Teatro	0,00%	100,00%
Parole ite riferiteal programma	3,95%	4,49%
Media di parole associate per risposta	1,8	1,4
% Rispondenti	76,28%	95,45%

Il Suq Festival appare soprattutto un luogo, che si connota per la capacità di offrire al suo pubblico un'esperienza sensoriale (per il 32,63 % dei rispondenti al sondaggio di giugno e per il 30,34% di quelli in luglio): in entrambi i sondaggi la parola "Colore" declinata anche nell'aggettivo "Colorato" è la maggiormente indicata (50,81% e 51,85%), seguita subito dopo dalla parola "Profumo/i" (20,15% e 23,93%). Tuttavia se si osservano i dati sotto la lente delle preferenze prima indicate, sicuramente tali parole per i rispondenti del primo sondaggio riflettono anche la preferenza espressa per il Bazar e le cucine. Un aspetto ulteriormente rimarcato da quel 14,47%, le cui parole scelte per definire il festival sembrerebbero riferirsi proprio a questa preferenza.

È utile invece soffermarsi sulle parole scelte nell'esprimere l'esperienza dello stare insieme, in cui si rispecchiano i valori di incontro e inclusione tipici di questo evento: per chi ha

risposto a luglio la totalità di queste parole rappresenta il 33,71%, e di questa le parole più significative indicate sono "Integrazione" (26,27%) e "Socialità / Socializzazione" (26,27%). Nel primo sondaggio la percentuale è più bassa (19,21%) e le parole più indicate sono state "Incontro" (27,40%), "Inclusione, Inclusivo" (26,06%), termini comunque altrettanto importanti per i rispondenti del secondo sondaggio. Compare maggiormente tra le risposte di giugno la parola "Festa" (12,33%), che mostrerebbe anche un legame con le preferenze indicate per la musica proposta sul palco (3,95%) e per Bazar e cucine (14,47%). Curioso qui vedere come siano diametralmente opposte le risposte di parole associate al programma artistico del festival: a giugno prevale essenzialmente la musica; mentre nelle risposte di luglio il teatro (4,49%).

Inoltre, non mancano parole afferenti ai valori universali (8,95% delle risposte in giugno e 10,11% delle risposte in Luglio): la parola ricorrente nel 46,07% delle risposte di giugno è "Diversità", mentre nelle risposte di luglio compaiono soprattutto le parole "Solidarietà" (50%) e "Libertà, Libero" (44,44%). Non solamente il festival mette in scena diversità culturali, generazionali, di genere, sociali e ambientali, ma il festival viene percepito come diverso all'interno dell'offerta culturale cittadina, apparendo pertanto libero di esprimere un programma non costruito sulle mode o tendenze del momento, ma concedendosi pure la libertà di affrontare temi scomodi nel rispetto della solidarietà con l'altro da noi. Uno spazio, inoltre, per sentirsi liberi e libere di essere se stessi.

2.4. Come te nessuno mai

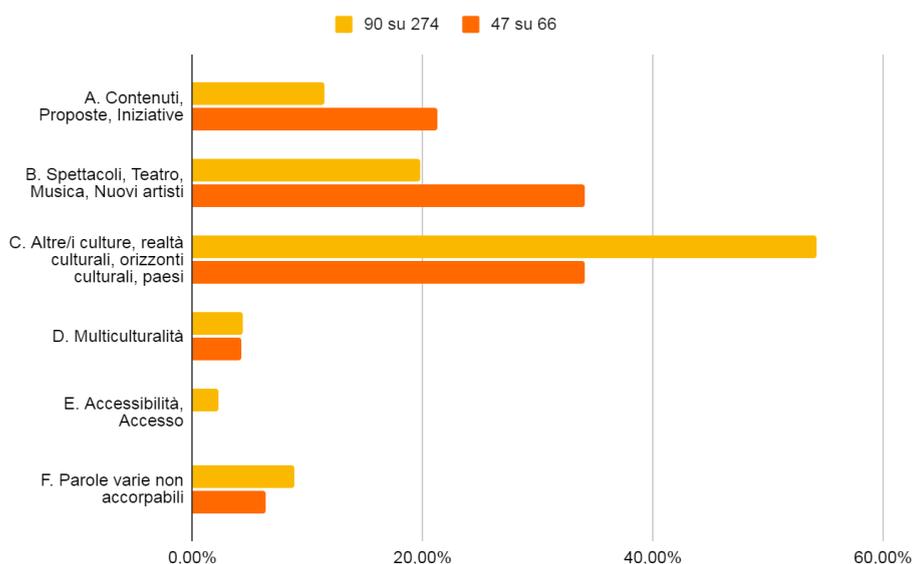
Secondo il suo pubblico, il Suq Festival contribuisce all'offerta culturale della città di Genova? Dalle risposte pervenute attraverso i due sondaggi decisamente sì, in particolare per il 74,24% dei rispondenti di luglio. Tuttavia anche per il 54,74% di rispondenti a giugno il festival contribuisce decisamente all'offerta cittadina, e per il 32,48% di essi il contributo è comunque importante.

Contributo del Suq Festival all'offerta culturale. Confronto in %		
N. Rispondenti	274 su 274	66 su 66
decisamente sì	54,74%	74,24%
più sì che no	32,48%	22,73%
più no che sì	6,57%	1,52%
decisamente no	0,36%	0,00%
Non dà risposta	5,84%	1,52%
% Totale rispondenti	100,00%	100,00%

Compare invece un 6,57% a giugno che non ritiene il Festival abbastanza incidente sull'innovazione dell'offerta e un 5,84% che preferisce non dare una risposta, mantenendosi così nel limbo dell'incertezza. Sicuramente incide il fatto che le risposte siano state fornite in due momenti ben distinti del sondaggio: a luglio ha risposto chi ha consolidato una certa fidelizzazione verso il festival e sembra anche appassionato di teatro, rispetto invece chi ha risposto colto nella sua immediatezza di partecipazione al festival e con metri di giudizio sull'offerta culturale cittadina differenti da chi si è dimostrato più fidelizzato.

Ma in cosa il festival contribuisce a innovare l'offerta culturale?

Contributo all'innovazione dell'offerta culturale. Confronto %



Nel grafico salta agli occhi come per i rispondenti al questionario in giugno è l'aspetto inerente alle altre culture, sotto varie declinazioni del termine, a essere indicato come contributo all'innovazione dell'offerta culturale cittadina (54,17%).

Del resto non dovrebbe stupire come risultato, in quanto riflette quella vetrina sulla multiculturalità urbana allestita dal Festival nel contesto del Bazar, indicato tra le esperienze preferite nelle risposte del questionario somministrato a giugno.

È altrettanto da rimarcare come questo aspetto sia riconosciuto elemento di innovazione pure da chi ha partecipato al sondaggio rilanciato a luglio (34,04%), in equità con gli spettacoli proposti dal programma (musica, teatro e nuovi artisti 34,04%), quasi a voler rimarcare la stretta relazione tra i due aspetti come motore di innovazione dell'offerta culturale all'interno di quella dimensione multiculturale, che è già parte importante dell'identità delle nostre città. Del resto pure nel grafico il termine "Multiculturalità" viene indicato come elemento importante dell'innovazione da entrambi i gruppi di rispondenti al questionario (nel 4,17% e nel 4,26% delle risposte).

Invece il libero accesso e l'accessibilità economica degli spettacoli come elemento innovativo in relazione all'offerta cittadina sono riconosciuti solo dal primo gruppo di rispondenti (2,08%).

In ogni caso è bene far notare che solo il 32,85% di chi ha partecipato al sondaggio di giugno ha ritenuto di esprimersi in merito al contributo del Suq Festival all'offerta culturale cittadina, a fronte invece del 71,21% di chi ha partecipato a quello di luglio.

Si è cercato, inoltre, di analizzare queste risposte cercando di identificare le relazioni tra le parole ricorrenti e quelle a esse associate,

La tabella sottostante, seppure con alcune imprecisioni, intende offrire pertanto una riflessione sui tratti, che questo pubblico riconosce al Suq Festival come innovativi nel panorama culturale cittadino.

In che modo contribuisce all'offerta culturale. Confronto %			
Parole chiave	associate a	90 su 274	47 su 66
A. Contenuti, Proposte, Iniziative	Originalità, Originale	9,09%	0,00%
	Innovazione / innovative	0,00%	10,00%
	Varietà, Diversità, Diversi/e	54,55%	30,00%
	non usuali / non comuni / speciali	0,00%	30,00%
	Qualità	0,00%	10,00%
	Visibilità	18,18%	0,00%
	Tante/i, Numerose	18,18%	10,00%
	Tutte/Tutti	0,00%	10,00%
A. Contenuti, Proposte, Iniziative. Totale %		11,46%	21,28%
B. Spettacoli, Teatro, Musica, Nuovi artisti	Qualità	0,00%	31,25%
	Amplia offerta (teatro)	5,26%	12,50%
	A poco prezzo	5,26%	0,00%
	(nomi di Artisti/Compagnie in programma)	0,00%	25,00%
	Musicali multietnici	5,26%	0,00%
	offre spazi a (nuovi artisti)	15,79%	0,00%
	Stand (in combinazione con)	5,26%	0,00%
	Impegnato / Interessanti	10,53%	18,75%
	Conoscere	0,00%	0,00%
	Bello / Coinvolgente / Che ti prende (in relazione alla musica)	21,05%	0,00%

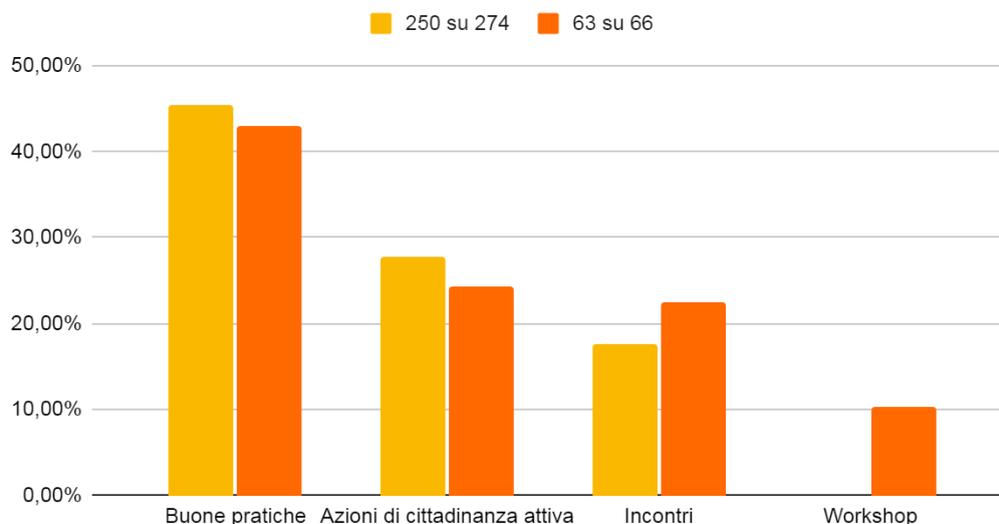
	Diversi	15,79%	0,00%
	Non in programmazione usuale, non convenzionale	15,79%	12,50%
B. Spettacoli, Teatro, Musica, Nuovi artisti. Totale %		19,79%	34,04%
C. Altre/i culture, realtà culturali, orizzonti culturali, paesi	Conoscere, Conoscenza	23,08%	31,25%
	Avvicinare, Incontrare, Incontro	9,62%	12,50%
	Integrare, Integrazione, Inclusione	5,77%	12,50%
	Scoperta, Scoprire, Aprire gli occhi/orizzonti su/aprire la mente	11,54%	18,75%
	Portare, Mostrare, Promuovere, Presentare, offrire spazi	25,00%	18,75%
	Imparare, Educare	5,77%	0,00%
	Curiosità, Esplorare, Vedere	3,85%	0,00%
	Diversità	5,77%	0,00%
	Cibo, Sapori, Cucina, Prodotti	9,62%	6,25%
C. Altre/i culture, realtà culturali, orizzonti culturali, paesi. Totale %		54,17%	34,04%
D. Multiculturalità	Incontri	25,00%	50,00%
	Scambio, Pace	25,00%	0,00%
	delle città (rendendola visibile)	25,00%	0,00%
	(parola non associata)	25,00%	50,00%
D. Multiculturalità. Totale %		4,17%	4,26%
E. Accessibilità, Accesso	Economica	50,00%	--
	Libero	50,00%	--
E. Accessibilità, Accesso. Totale %		2,08%	0,00%
F. Parole varie non accorpabili. Totale %		8,33%	6,38%
% rispondenti		32,85%	71,21%

In specifico, dunque, in che cosa è innovativo il Suq Festival secondo questa tabella?

- sicuramente per varietà e diversità dei propri contenuti, proposte e iniziative, riconosciuti anche come inusuali o non comuni;
- per i suoi spettacoli teatrali di qualità, non convenzionali e per specifici artisti in programma (soprattutto compagnie teatrali e il nome ricorrente è stato Le Ariette), per offrire spazio a nuovi artisti, ma anche per la musica sul palco coinvolgente e “che prende”;
- Perché fa conoscere e integra altre culture e realtà culturali, promuovendo e offrendo loro spazio, e permette a chi lo frequenta di aprire la mente e di fare scoperte anche (ma non solo) attraverso le cucine di altri paesi;
- Perché qui la multiculturalità della città occupa davvero un posto importante;
- Perché è accessibile a tutti anche economicamente e il suo accesso è sempre libero.

2.5. Questo mondo ci appartiene: EcoSuq

Iniziative EcoSuq più efficaci. Confronto tra partecipanti %



L'ecologia è un tema importante per il Suq Festival, evinto anche dagli incontri sul palco proposti nel programma, ma soprattutto declinato in rapporto alla qualità dell'esperienza di chi lo partecipa attraverso una serie di iniziative messe in campo durante i giorni dell'evento.

E questo virtuosismo ambientale è ben riconosciuto - e diremmo anche premiato - dal fatto che il 91,24% e il 95,45% dei partecipanti ai due sondaggi hanno ritenuto di fornire la propria opinione rispondendo alle domande del questionario realizzate in collaborazione con Cittadini Sostenibili.

Per il 45,38% e quasi il 43% dei rispondenti le buone pratiche sono le iniziative più efficaci messe in essere dal Festival. Per il 27,73% e il 24,30%, sono invece le azioni di cittadinanza attiva. Si tratta quindi di un riconoscimento all'efficacia di prassi ben gestite dal Festival e coinvolgenti nella responsabilità degli spazi durante l'evento anche il pubblico in maniera non passiva.

Gli incontri sono ritenuti efficaci dal 22,43% degli aderenti al secondo sondaggio e dal 17,65% di quelli al primo; di questi ultimi è bene notare che sono stati graditi soprattutto da chi è minore di 18 anni (il 36,84%). Una fascia d'età che non compare nel secondo sondaggio, nel quale invece è la fascia d'età tra i 56 e 75 anni a indicare gli incontri come iniziative efficaci (58,33%). Si può quasi dire una preferenza che unisce nonne/i e nipoti.

Sempre nel primo sondaggio ad apprezzare le buone pratiche sono soprattutto le persone tra i 18 e 30 anni (46,84%) e quelle tra i 31 e i 40 (48,10%). Anche le persone tra i 40 e 55 anni sono propensi a indicare le buone pratiche come l'iniziativa più efficace (42,37%).

Per quanto riguarda i rispondenti al secondo sondaggio, la fascia d'età tra i 56 e 75 anni indica l'efficacia nelle proposte di Cittadinanza Attiva (61,54%)

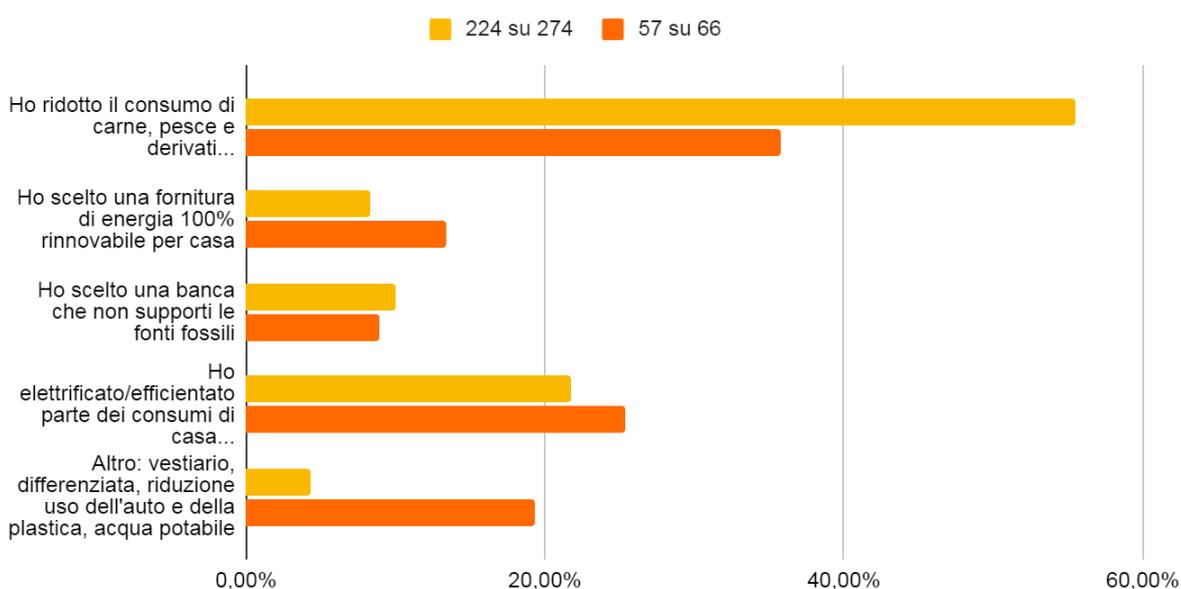
Iniziative Ecosuq più efficaci. Confronto % dei partecipanti ai due sondaggi per età										
Iniziative Ecosuq	Buone pratiche		Cittadinanza attiva		Incontri		Workshop		250 su 274	63 su 66
Risposte	162 su 250	46 su 63	99 su 250	26 su 63	63 su 250	24 su 63	33 su 250	11 su 63		
>18 anni	36,84%	0,00%	21,05%	0,00%	36,84%	0,00%	5,26%	0,00%	5,32%	0,00%
18-30 anni	46,86%	2,17%	31,43%	7,69%	12,57%	0,00%	9,14%	0,00%	49,02%	2,80%
31-40 anni	48,10%	13,04%	26,58%	7,69%	12,66%	8,33%	12,66%	36,36%	22,13%	13,08%
41-55 anni	42,37%	17,39%	22,03%	19,23%	28,81%	16,67%	6,78%	36,36%	16,53%	19,63%
56-75 anni	40,00%	58,70%	24,00%	61,54%	28,00%	58,33%	8,00%	18,18%	7,00%	55,14%
<75 anni	0,00%	8,70%	0,00%	3,85%	0,00%	16,67%	0,00%	9,09%	0,00%	9,35%
% Iniziative	45,38%	42,99%	27,73%	24,30%	17,65%	22,43%	9,24%	10,28%	100,00%	100,00%

I dati della tabella confermano come tra i due differenti pubblici di rispondenti al questionario non sia un caso che le fasce d'età più rappresentate siano anche quelle che definiscono la modalità di comportamento nei confronti dell'evento.

Si è già visto come a giugno si sia intercettato un pubblico più attratto dall'immediatezza del contesto, di cui ha fatto esperienza, mentre a luglio chi ha compilato il questionario è sicuramente più attratto dal programma proposto e la sua presenza è sicuramente più consapevole rispetto alle sue scelte.

Quali sono, però, i comportamenti sostenibili adottati nella quotidianità dai visitatori e visitatrici, che hanno risposto a questa domanda del questionario? Come per la domanda precedente, anche per questa era possibile fornire più di una risposta e hanno risposto a giugno l'82,75% e a luglio l'86,36%.

Comportamenti sostenibili nella quotidianità. Confronto tra partecipanti %



La riduzione di prodotti alimentari di origine animale è il comportamento maggiormente adottato sia dagli aderenti al primo sondaggio (55,52%), sia da quelli del secondo (35,82%), ma il grafico mostra come sia stata soprattutto una scelta maggiore del primo gruppo di rispondenti.

Comportamenti sostenibili nella quotidianità. Confronto in %			
	Rispondenti	224 su 274	57 su 66
Ho ridotto il consumo di carne, pesce e derivati...	55,52%	35,82%	
Ho scelto una fornitura di energia 100% rinnovabile per casa	8,36%	13,43%	
Ho scelto una banca che non supporti le fonti fossili	10,03%	8,96%	
Ho elettrificato/efficientato parte dei consumi di casa...	21,74%	25,37%	
Altro: vestiario, differenziata, riduzione uso dell'auto e della plastica, acqua potabile	4,35%	19,30%	
	% Totale rispondenti	81,75%	86,36%

Da notare che a luglio i rispondenti hanno indicato scelte riguardanti il consumo energetico della propria abitazione in termini di energie più green (13,43%) e di efficientamento dei consumi (25,37%), quest'ultima risposta è fornita anche dal 21,74% dei rispondenti al questionario in giugno. Tuttavia è bene informare che in quelle pervenute a giugno le persone minori di 18 anni hanno espresso un parere abbastanza equivoco, in quanto si presuppone che determinate risposte non siano state indicate da loro su propria esperienza, quanto invece riportando scelte dei propri genitori o adulti di riferimento oppure esprimendo cosa farebbero se potessero.

Varia di pochi punti percentuali la scelta di una banca che non supporta le fonti fossili, che nel primo gruppo è indicata dal 10,03% e nel secondo dal 8,96%.

È interessante come in entrambi i questionari nella voce altro siano indicate le seguenti voci: la differenziata, la riduzione di acquisti di vestiario oppure vestiario di seconda mano, l'uso limitato della propria auto, una maggiore attenzione per l'acqua potabile preferita alle bottiglie di minerale e la riduzione della plastica, due elementi contraddistinguenti anche le pratiche ecologiche del Suq Festival.

3. Conclusioni

3.1. Due o tre cose che sappiamo di loro

Se si osservano le gallerie fotografiche sui social del Suq Festival, si potrà vedere che durante i suoi 11 giorni è stato frequentato da un'umanità variegata per origini, generi, classi, abilità ed età di appartenenza. Tuttavia la "fotografia" scattata nella prima parte del sondaggio ne mette in luce soprattutto una porzione: prevalentemente visitatrici di origini italiane sotto i 30 anni (circa il 54% delle e dei rispondenti al questionario di cui il 47,81% tra i 18 e i 30 anni), attratte da questo particolare spazio d'incontro ed espressione di quella contemporaneità multiculturale appartenente alla città.

A giugno proprio grazie al fatto che si poteva contare su un piccolo gruppo di giovani volontarie e volontari per invitare a compilare il questionario accessibile tramite Qr-code da propri smartphone o Iphone, si è riusciti a intercettare maggiormente un pubblico più giovane, non solo per età ma anche per frequentazione di edizioni del festival. Un pubblico che si potrebbe definire neofita.

Per contro l'utilizzo del Qr-code durante i giorni dell'evento ha sicuramente inibito chi invece appartiene alla generazione dei Boomer (ovvero i nati tra il 1945 e il 1964) e chi è anche più anziano, non sempre a proprio agio con le nuove tecnologie di smartphone e iphone rispetto a chi appartiene alle generazioni dei Nativi Digitali e dei Millennial, appunto il target più rappresentato nel sondaggio di giugno.

Tuttavia proporre nuovamente il questionario a luglio ha messo in luce un gruppo molto ristretto di persone fidelizzate al Suq Festival e molto legate confidenzialmente alla struttura organizzativa e di direzione della manifestazione. Un gruppo più maturo, che viene al festival dalle sue prime apparizioni e che sta procedendo nella propria età con gli anni delle edizioni frequentate.

I termini afferenti a "multiculturale" e "multietnico" sono spesso utilizzati quasi come sinonimi, ma il termine "intercultural" nel quale si rispecchia il pensiero del Suq Festival, sembra ancora non essere propriamente compreso e integrato nelle parole usate da chi ha risposto al questionario. Sicuramente il Suq Festival è percepito come un luogo e una modalità di stare insieme, dove si affrontano importanti quesiti contemporanei, confermandosi *un esperimento artistico e sociale di narrazione contemporanea, palcoscenico delle diversità e "teatro del mondo"*. Un luogo pertanto educativo, inclusivo, intergenerazionale e attento alla sostenibilità ambientale.

In una delle interviste Carla Peirolero ha affermato che la 26° edizione del Suq Festival ha proposto un programma di utopia, cercando di portare di nuovo al centro dell'attenzione la pace, il confronto con l'altro e l'ambiente. Tutti argomenti, che sembrano essere stati comunque graditi in generale dal pubblico e che vengono fuori anche dalle risposte aperte di questo questionario.

La nostra analisi ha messo in luce soprattutto la capacità del Suq Festival di essere un evento intergenerazionale, capace di intercettare pubblici così diversi per età, che riescono comunque a coabitare un luogo riconosciuto da essi per accoglienza e inclusione della

diversità in tutti i suoi aspetti, dove la rappresentazione della multiculturalità urbana di Genova resta comunque l'aspetto preferito e innovativo indicato nelle loro risposte. Per questo si suggerisce di non disperdere la capacità di intercettare le diverse fasce di età, ma cercando sempre soluzioni di coinvolgimento più adatte a ciascuna di esse.

Nota a margine per ringraziare

Questa analisi è stata possibile innanzitutto per la fiducia e il supporto datomi da tutto lo staff del Festival, aiutandomi nei giorni dell'evento a immergermi nella sua straordinaria atmosfera e permettendomi così di comprendere meglio i dati raccolti con i questionari.

Un ringraziamento va alle/ai giovani volontarie/i, che si sono prestate/i a presentare il questionario tramite il Qr-code: Amiin, Clèa, Gaia, Ginevra, Sabrina.

Un mio speciale grazie è destinato, però, a Laura, che non ha mai mancato un giorno di monitoraggio del pubblico e che si è rivelata un prezioso aiuto, malgrado il festival coincidesse con il suo esame di maturità.

Ivana Bosso