

INDICE

1. Premessa.....	6
2. Obiettivi e note metodologiche della ricerca	7
3. Gli spettacoli scelti.....	8
4. Le principali evidenze in sintesi.....	10
5. I risultati in dettaglio.....	12
5.1 La carta d'identità del pubblico di TSM 2004.....	12
5.2 Il grado di apprezzamento di TSM 2004.....	20
5.3 I canali di comunicazione utilizzati.....	21
5.4 "Alta fedeltà": la partecipazione e il livello di fidelizzazione.....	24
5.5 Il festival come investimento culturale: gli aspetti motivazionali e le modalità di partecipazione.....	27
5.6 Le preferenze per i generi.....	30
5.7 Il consumi musicali	32
6. La voce del pubblico.....	34
7. I giovani di <i>Torino Settembre Musica</i>	36

Allegato A. Il questionario

Allegato B. Il questionario "I giovani di TSM"