

(giudicato positivamente da oltre l'80% dei rispondenti); a seguire le modalità di reperimento dei biglietti e le diverse formule di ingresso. Meno univoci i giudizi in merito al sito web; sebbene valutato positivamente dal 67% dei rispondenti, appare come una potenzialità caratterizzata da ampi margini di crescita in termini di diffusione e possibilità di utilizzo.

La nuova formula: una scommessa aperta

Come già ricordato uno degli obiettivi di Mito era quello di ampliare i bacini di utenza stimolando la mobilità e lo scambio di pubblici delle due regioni lungo la direttrice Torino-Milano. La qualità del cartellone, la dimensione cosmopolita di Milano e la portata mediatica dell'evento avrebbero inoltre dovuto attrarre e far circuitare pubblico straniero all'interno delle due programmazioni. Alla luce dei risultati (sia sul fronte torinese sia su quello milanese) questo aspetto appare ancora come una scommessa aperta su cui si dovrà lavorare per le edizioni future. L'utenza del festival rimane prevalentemente di Torino e provincia (92,5%, in aumento rispetto alle edizioni precedenti), diminuisce il peso del pubblico regionale (3,7%, spariscono le province del Nord-est), rimane bassa l'incidenza del pubblico fuori regione (3,8%) e dell'estero (0,4%). Dall'analisi dei dati relativi alla mobilità dei pubblici si evidenzia come a tutti gli effetti MiTo sia stato percepito come un drago bicefalo, con due distinte anime, come evidenziato anche dal fatto che solo il 7,5% dei Torinesi che hanno preso parte alle iniziative di MiTo a Torino hanno affermato di essere disposti a spostarsi o di essersi recati a un concerto a Milano. Occorre inoltre segnalare che, malgrado il coordinamento tra le due organizzazioni cittadine, mancano ancora le condizioni infrastrutturali (sia per il trasporto privato sia per quello pubblico) per favorire un adeguato collegamento tra i due centri metropolitani. Per quanto concerne la percezione e l'opinione del pubblico torinese in merito al passaggio da TorinoSettembreMusica a MiTo, la nuova proposta è stata percepita in termini positivi dal 44% dei rispondenti che la interpretano come un'ulteriore possibilità di sviluppo e come un'occasione di arricchimento della città, ma, per una parte tutt'altro che marginale (26%), MiTo è stato vissuto come una sorta di "scippo" che nel medio termine potrebbe portare ad un depauperamento dell'identità del festival.