

Il successo dei "BBC Proms"

di Bonita M. Kolb
novembre 2000

I concerti di musica classica attraversano una fase di crisi. Il pubblico diminuisce, soprattutto tra i giovani e, allo stesso tempo, le organizzazioni musicali dipendono sempre di più dalle entrate provenienti dalla vendita dei biglietti per via della diminuzione dei finanziamenti pubblici per spese di gestione (Cultural Trends, 1995). I concerti "BBC Henry Wood Promenade", detti "Proms", forniscono invece un evidente esempio di un programma di concerti di musica classica che offrono musica classica tradizionale ed alle volte di ricerca ad un pubblico vasto ed entusiasta.

I Proms sono una serie di concerti classici presentati durante l'estate alla Royal Albert Hall di Londra. I primi Proms si sono tenuti nel 1895 con Henry Wood direttore d'orchestra (è rimasto direttore d'orchestra fino alla morte nel 1944) ed organizzatore. Poiché Wood voleva che la musica classica raggiungesse il più vasto pubblico possibile, i concerti furono pensati con un'atmosfera "free and easy", con la possibilità di ristoro ad ogni piano e un prezzo di ingresso molto basso. La serie di concerti fu tenuta ogni estate e attirò sempre un gran numero di persone. Anche durante il bombardamento di Londra durante l'estate del 1941, i Proms hanno continuato ad attrarre più di 4.000 spettatori (Jacobs, 1994). Anche se i Proms sono cresciuti fino a diventare il festival di musica classica più grande, con più di 70 concerti in dieci settimane, rimangono tuttora fedeli alla missione originaria di Henry Wood che voleva permettere a tutti di fruire e apprezzare una vasta gamma di musica classica in un'atmosfera informale. Durante la stagione del 1996 i Proms hanno attratto una presenza media per concerto dell'89.4% in uno spazio per concerti che conta 5.000 posti.

Un modo per definire il "successo" di un concerto è dato dalla sua capacità di attrarre un vasto pubblico. Dato che, però, molte organizzazioni ricevono finanziamenti da fonti pubbliche, il successo deve essere misurato anche dalla capacità di incrementare la gamma di pubblico che fruisce di questa esperienza (Hill, 1995). L'obiettivo della ricerca discussa in questo articolo era di determinare le caratteristiche che permettono ai Proms di riuscire ad attrarre un pubblico sia vasto che differenziato. Si spera che anche altre organizzazioni possano trovare utile introdurre queste caratteristiche nei loro concerti.

Metodologia della ricerca

Per studiare le ragioni del successo dei Proms BBC nell'attrarre spettatori nei concerti di musica classica, è stata condotta una ricerca qualitativa sul pubblico durante la stagione 1996. La ricerca è stata pensata per essere uno studio sul comportamento di un numero limitato di pubblico per rispondere alla domanda sul perché le gente frequenta i Proms piuttosto che quanti. Questo tipo di studio è caratterizzato dall'uso di un campione limitato e dall'importanza data all'analisi dei dati raccolti. Le indagini qualitative sono appropriate specialmente quando è necessario capire le componenti emozionali su cui i consumatori fanno leva quando prendono una decisione (Gordon and Langmaid, 1988).

Dato che molti sono stati portati a credere che la musica classica sia "migliore" di altro tipo di musica e che "sia buona", fare domande del tipo "perché segui il concerto?" può suscitare risposte standard. Per aggirare questo problema sono state utilizzate nella ricerca tecniche proiettive come completamento di frasi, classificazioni di importanza, ecc.. Sono stati raccolti anche dati demografici. Poiché era stato ipotizzato che diversi programmi di musica classica attraessero diversi tipi di pubblico, i concerti da esaminare sono stati scelti in modo da includere una varietà di stili di musica classica (tradizionale, di ricerca, corale, opera) e di fasce orarie di rappresentazione (pomeriggio, sera e tarda sera).

Una delle caratteristiche uniche dei Proms è l'area dedicata ai posti in piedi che è a basso costo nell'arena e in galleria. L'arena è l'area di fronte al palco dell'orchestra dove generalmente si trovano i posti più cari. Per i Proms questi posti vengono rimossi e lo spazio viene lasciato libero perché la gente stia in piedi, si siede o si stenda in modo molto informale. La galleria, che non ha dei posti, si trova al di sopra e dietro la balconata, ma presenta il vantaggio che la gente può portarsi cibo e bevande da consumare prima del concerto e durante l'intervallo. I biglietti costano tre sterline nell'arena e due sterline in galleria e sono venduti solo la sera del concerto, anche se è disponibile un numero limitato di biglietti stagionali. Dato che questo studio è stato mirato ad individuare le differenze dei Proms da altri concerti di musica classica, è stato scelto di esaminare la porzione di pubblico che frequenta queste aree.

Anche se il fulcro di questa ricerca non era un'analisi demografica, si è cercato di collegare il sesso e l'età dei partecipanti a quelli relativi al pubblico generale dell'arena o della galleria per ogni concerto. È emerso che i partecipanti prendevano molto sul serio l'indagine e impiegavano molto più tempo di quanto non gli fosse stato anticipato aggiungendo anche commenti molto dettagliati. Si scoprì che persino in questo caso i Proms generavano nel pubblico un forte senso di fedeltà e appartenenza. Alla fine della ricerca si ottenne un totale di 177 risposte da concerti che spaziavano da un'opera semi-allestita di Verdi fino alla prima inglese di una nuova opera di Henze.

Informazioni demografiche

A causa delle dimensioni del campione, i dati demografici raccolti non possono essere considerati un valido indicatore della popolazione totale del pubblico, anche se possono dare indicazioni sulla composizione del pubblico. Il campione è stato costruito con l'obiettivo di ottenere risposte suddivise in 50% di uomini e 50% di donne ma la composizione per sesso variava per ogni concerto.

I rispondenti sono stati scelti per rappresentare la gamma di età osservata nel pubblico. I risultati ottenuti rivelano che il 28% del pubblico era sotto i 25 anni di età. Alla luce del fatto che molte sale per concerti di musica classica hanno soprattutto pubblico anziano, i Proms sono riusciti ad attrarre un pubblico giovane. La distribuzione del pubblico anziano è piuttosto bassa tenendo conto che il 42% del pubblico è tra il 25 e i 44 anni di età e il 30% al di sopra dei 44 anni. Quando agli intervistati si chiedeva se avevano programmato di vedere più di un Prom, il 20% dei frequentatori al di sotto dei 25 anni rispondeva affermativamente, dimostrando che una parte di questo gruppo di età è anche un pubblico entusiasta.

Molte ricerche hanno dimostrato che esiste un legame tra livello di istruzione e interesse nella musica classica. Uno studio condotto negli Stati Uniti sulle preferenze musicali o "gradimento" di musica classica, jazz e opera (De Veaux, 1995) ha rivelato che le percentuali di coloro ai quali piaceva questo tipo di musica aumentavano all'aumentare del livello di istruzione. Per determinare se questo legame era vero ai partecipanti dei Proms veniva chiesto di indicare il loro livello di istruzione. Dato che molti appartenenti al gruppo giovane frequentavano ancora la scuola superiore o l'università, furono analizzati solo gli altri due gruppi di età.

Il 91% del gruppo dei 25-44 anni, ha almeno un titolo di studio universitario. Il 75% del gruppo più anziano possiede almeno un titolo di studio universitario (il tasso più basso è probabilmente dovuto al fatto che l'accesso all'istruzione universitaria era molto ristretto nei decenni scorsi). Quando gli veniva chiesto di descrivere la loro occupazione, il 61% di entrambi i gruppi di età si descriveva come professionisti o manager. Considerati insieme queste statistiche rivelano che il pubblico è sia ben istruito che impiegato professionalmente, il che rientra perfettamente nel profilo del pubblico tipico di musica classica. Il pubblico dei Proms differisce dal tradizionale profilo di pubblico di concerti di musica classica per il fatto che è più giovane.

Modalità di frequentazione

La musica classica è una forma d'arte impegnativa a cui molti non sono interessati. Uno studio con basi ampie sulla partecipazione alle arti ha rivelato che il 53% della popolazione non era interessata alle manifestazioni culturali oppure vi aveva partecipato ma non era interessata a farlo di nuovo. Sebbene si tratti di cifre scoraggianti, lo studio ha anche rivelato che il 22% della popolazione che non aveva assistito a spettacoli nel passato aveva espresso un interesse a farlo (Anderson, 1991). Si tratta della porzione della popolazione che costituisce un nuovo pubblico potenziale.

Per determinare se i Proms attraggono questo target, al pubblico era stato chiesto se si trattava della loro prima visita. Poco più del 40% sia del gruppo di età inferiore a 24 anni che del gruppo 25-44 anni avevano frequentato per la prima volta (first timers). Considerando il sesso, la maggioranza di "first timers" erano donne (62%). E' particolarmente impressionante che i Proms sono capaci di attrarre un pubblico giovane e "first-time".

I nuovi frequentatori sono stati analizzati per tasso di frequentazione. La proporzione più alta (40%) aveva visto il Coro londinese della Chiesa Avventista del Settimo Anno, un coro gospel che cantava opere di musica classica corale. Questa scelta innovativa di programmazione fu un successo nell'attrarre nuovo pubblico per la musica classica. La seconda quota più numerosa di nuovi frequentatori (38%) era per un Prom di venerdì sera che presentava un programma di Mozart. Si può supporre che questo concerto abbia attratto un gran numero di frequentatori "first time" perché la musica era nota e il venerdì sera molti cercano attività di socializzazione.

Ai rispondenti è stato chiesto con chi avevano scelto di andare ai Proms. Un'analisi delle risposte ha rivelato che più dei tre quarti di tutti e tre i gruppi andavano con gli amici e la famiglia. Ciò vale soprattutto per il gruppo di età più giovane in cui solo il 12% era solo, mentre il 24% era con la famiglia e il 64% con un amico. E' chiaro che il pubblico dei Proms lo considera come un'occasione da condividere con famiglia ed amici.

Ragioni per partecipare

Con tante sale di musica che hanno problemi di frequentazione, uno degli obiettivi primari della ricerca era di scoprire perché la gente va ai Proms. Agli intervistati veniva chiesto di esprimere il loro giudizio rispetto a tredici affermazioni riguardanti le loro ragioni di partecipazione ai concerti. Le affermazioni erano state scelte in relazione al prezzo, alla qualità, all'atmosfera e alla programmazione musicale.

Ai rispondenti venivano date cinque scelte di risposte (assolutamente sì, sì, né sì né no, no assolutamente no) registrate su una scala da cinque per assolutamente sì all'uno per assolutamente no.

Le risposte date dal pubblico indicano una costante chiara tra le ragioni per assistere ai concerti. Le prime tre ragioni- basso prezzo del biglietto, informalità e qualità della rappresentazione- sono molto distanziate dalle altre motivazioni. La motivazione con punteggio maggiore, e quindi più importante, era il prezzo. I prezzi per la galleria e l'arena ai Proms sono estremamente bassi e quindi comprensibilmente attraenti. Alcuni consumatori pensano addirittura che il prezzo del prodotto sia troppo basso.

E' importante però capire se un prezzo più alto possa diventare una barriera per la partecipazione. Per determinare se questo è vero per il pubblico dei Proms, è stato chiesto loro quale è il prezzo massimo che sarebbero disposti a pagare per vedere un concerto di musica classica. Il prezzo più alto medio è stato di 19 sterline (30 dollari). Persino il gruppo di età inferiore ai 24 era disposto a pagare 13 sterline (20 dollari).

Da ciò si evince che sebbene il pubblico apprezzi il prezzo basso dei Proms, questo è comunque disposto a spendere molto di più per vedere altri concerti di musica classica. Se i prezzi alti fossero davvero una barriera alla partecipazione, il pubblico si rifiuterebbe di andare in altri luoghi che sono più cari.

L'informalità e la qualità della rappresentazione si trovano al secondo e al terzo posto nelle ragioni di frequentazione. I Proms hanno cercato di mantenere l'atmosfera di informalità nella galleria e nell'arena. Naturalmente la maggioranza del pubblico è seduta in posti regolari, ma l'atmosfera informale sembra pervadere l'intera sala e dà un'atmosfera diversa all'evento.

Il pubblico apprezza anche molto l'attenzione dei Proms per le esecuzioni di grande qualità. Se i Proms hanno senza alcun dubbio la reputazione di rappresentazioni di alta qualità, si tratta di una reputazione condivisa con altre organizzazioni di musica classica a Londra. E' la combinazione della sicurezza della qualità con il basso prezzo e l'informalità che spiegano il successo nell'attrarre pubblico (soprattutto giovane e "first timers") verso l'ascolto della musica classica.

Questi tre attributi- basso prezzo, informalità e qualità- costituiscono il modo dei Proms di presentare i concerti di musica classica.

Dopo queste ragioni generali di partecipazione, segue il desiderio del pubblico di ascoltare uno specifico tipo di musica. Al pubblico piace lo stile di presentazione dei concerti, ma spesso sceglie una serata sulla base di ciò che viene rappresentato. E' interessante notare che il pubblico è meno preoccupato di chi suona dato che questo fattore è il penultimo in graduatoria. Mentre molti altri luoghi per concerti spesso devono basarsi sul potere di attrazione di musicisti famosi per attrarre pubblico, i Proms sono più preoccupati della programmazione che del musicista.

Ad Henry Wood che ha fondato i Proms per istruire il pubblico sulla musica classica farebbe piacere sapere che il desiderio di conoscere la musica classica è la quinta ragione per assistere. Le motivazioni immediatamente successive hanno a che vedere con gli aspetti sociali della partecipazione come l'andarci con gli amici, il relax e la possibilità di vestirsi in modo informale.

Motivazione di frequentazione secondo le fasce di età

Ci sono poche differenze interessanti da notare tra i gruppi di età. Le affermazioni sull'informalità di comportamento e di abbigliamento in effetti si classificano più in basso per il gruppo più giovane rispetto agli altri due. Forse i giovani accettano l'informalità più come un dato di fatto, mentre gli altri gruppi paragonano i Proms con luoghi più formali per la musica classica.

Per i giovani andare con gli amici si classifica molto più in alto rispetto agli altri due gruppi di età, mentre partecipare per ascoltare un pezzo specifico di musica si colloca molto più in basso. Ciò dimostra l'importanza degli aspetti sociali della partecipazione. Ciò non significa che i giovani non siano interessati alla musica in quanto considerano l'affermazione "Voglio saperne di più di musica classica" registra un punteggio più alto rispetto agli altri due gruppi.

Parole usate per descrivere l'esperienza dei proms

Nel tentativo di ricercare più approfonditamente i comportamenti del pubblico verso i Proms, è stato chiesto agli intervistati di esprimere due parole per descrivere l'esperienza della partecipazione. Sono state indicate 101 differenti parole tra cui "non-noioso", "inglese", "gente", "miglioramento della vita" e i colori rosso, oro e verde! Le risposte più frequenti sono state divertente, d'atmosfera, piacevole, eccitante, stimolante, amichevole e unico. E' difficile immaginare un pubblico in un qualunque altro luogo di musica classica la cui prima risposta per la descrizione dell'esperienza sia "divertente". E comunque è così che il pubblico dei Proms

considera i concerti di musica classica. L'atmosfera alla Royal Albert Hall, con i suoi interni rossi e oro, è stata descritta come una sala concerti dove "l'opulenza sbiadita e l'aria polverosa fanno tornare in mente costantemente la sua storia" (Orga, 1974, p.7). La sua decorazione è in forte contrasto con la decorazione neutra di sale più recenti. Accanto all'essere divertente, d'atmosfera e piacevole, il pubblico descrive i Proms come eccitanti e stimolanti per la programmazione della musica classica.

Motivazioni per assistere ad un concerto specifico

Per dare al pubblico l'opportunità di motivare la propria presenza senza alcuna influenza o distorsione derivante da un elenco pre-selezionato, è stato chiesto di completare la frase: "Il motivo per cui sono venuto oggi è...".

La maggioranza delle frasi aveva a che fare con la programmazione (interesse in un tipo specifico di musica, compositore o musicista), aspetti sociali (il desiderio di essere con gli amici, inviti ad assistere, desiderio di divertirsi), fattori di convenienza (ora, data, luogo) o di costo (prezzo). La maggior parte delle frasi rientravano nella categoria della programmazione. Mentre nella classifica delle affermazioni l'assistere ad un pezzo specifico di musica o un musicista non rientrava nelle prime tre motivazioni, il completamento della frase rivela che il programma è spesso il fattore decisivo nella decisione di assistere ad uno specifico Prom. Si può supporre che prima c'è la decisione di assistere ai Proms perché sono piacevoli ed economici ma la decisione relativa a quale partecipare dipende dal programma. Lo stesso programma in un altro luogo può non attrarre il pubblico dei Proms.

Mentre alcune frasi erano molto specifiche e dimostravano una grande conoscenza della musica classica, altre frasi si riferivano più generalmente alla qualità del programma o al tema del programma. Frasi campione sulla programmazione comprendono: "mi piace l'opera di Verdi", "non avevo mai visto il Don Carlos ed ero interessato a vederlo" e "ero attratto dal programma popolare-compositori e musiche noti".

La seconda categoria di frasi ha a che fare con gli aspetti sociali dell'esperienza dei concerti, come il desiderio di partecipare con amici e con la famiglia. I Proms sono visti come capaci di offrire uno scenario informale che permette l'interazione tra le persone. Una sala tradizionale per concerti con la sua atmosfera sommersa probabilmente non eserciterebbe lo stesso interesse sul pubblico dei Proms. Frasi tipo rivelano questi desideri "Volevamo già da anni venire con tutta la famiglia e adesso l'abbiamo fatto" e "il mio amico aveva un biglietto scontato e voleva essere gentile con me".

Una terza categoria di frasi si collega a dettagli come l'ora, la data e il luogo. Si tratta di frasi scritte da persone per le quali il concerto da vedere ha meno a che fare con il programma e più con le loro agende impegnate. Alcune delle domande sulla convenienza comprendono: "ora di inizio ragionevole" e "perché è venerdì sera!".

E' stato interessante scoprire che la categoria più ristretta di frasi era legata al prezzo. Sebbene il pubblico dia a questo fattore una grande importanza nella graduatoria, quando richiesto di rispondere ad una domanda aperta sul perché partecipavano, questo fattore veniva raramente menzionato. Il prezzo basso sembra motivare il pubblico a frequentare solo accanto ad altri fattori. Alcune delle frasi dette erano: "mi trovavo da quelle parti", "era economico e sono entrato per l'esperienza" e "volevamo un'esperienza economica e culturalmente arricchente".

Riferimenti

Anderson, Alan R.

Expanding the Audience for the Performing Arts

NEA, Research Division report n° 24, Washington D.C., Seven Locks Press, 1991

De Veaux, S.

Jazz in America : Who's Listening?

NEA, Research Division report n° 3, Santa Anna, Seven Oaks Press, 1995

Gordon, W., Langmaid, R.

Qualitative Market Research: A Practitioner's and Buyer's Guide

London: Gower, 1988

Hill, E., O'Sullivan, C., O'Sullivan, T.

Creative Arts Marketing

Oxford: Butterworth Heinemann, 1995

Jacobs, A., Henry, J.

Maker of the Proms

London: Methune Publishing, 1994

Orga, A.

The Proms

London: David and Charles Publishers, 1974