

Nell'ambito dell'edizione 2012 di **Cerealia**, grazie alla collaborazione dell'**AIESEC** di Roma, abbiamo realizzato un sondaggio tra il pubblico del festival, per verificare:

- a) il gradimento verso le iniziative in programma, sia in termini di contenuti che di capacità organizzativa;
- b) l'eventuale interesse e disponibilità a partecipare a più di un evento in programma;
- c) l'efficacia dei canali di comunicazione e promozione utilizzati per far conoscere il festival al pubblico che vi ha preso parte.

Si è trattato di una prima sperimentazione di verifica sul pubblico del festival, che prevediamo di ripetere anche per l'edizione 2013 - sicuramente in modo più organico e capillare - al fine di raccogliere il maggior numero di suggerimenti, pareri, commenti, per migliorare sempre più la qualità organizzativa e il programma della manifestazione.

I dati sono stati raccolti attraverso interviste dirette al pubblico, svolte dagli studenti AIESEC in occasione di diversi eventi in programma. Di seguito una sintesi delle valutazioni, per i tre ambiti d'inchiesta:

- a) Il pubblico generalmente ha gradito molto l'iniziativa, considerandola interessante ed attuale, utile anche al fine di aumentare la conoscenza verso i temi trattati e il multiculturalismo. Chi aveva partecipato alla prima edizione, ha notato il miglioramento avvenuto nella seconda. Qualcuno ci ha chiesto di rischiare di più e trattare argomenti nuovi, puntando a una rete di relazioni e contatti più ampi; di coinvolgere soprattutto i giovani, andando oltre il pubblico di nicchia; un maggiore approfondimento nei dibattiti.
- b) Quasi tutti i partecipanti hanno confermato l'interesse a partecipare a più di un evento in programma.
- c) La maggior parte del pubblico è venuto a conoscenza del festival attraverso il passaparola e/o la rete dei partner. In numero minore attraverso i media e il sito internet del festival. Qualcuno aveva già partecipato alla prima edizione. Più di una persona ha fatto notare che sarebbe stata necessaria una maggiore pubblicità e che è stato un peccato l'evento fosse poco presente sui media o sulla pubblicità dinamica.

#### **RIFLESSIONI SUI RISULTATI DEL SONDAGGIO**

Siamo coscienti che molti dei limiti segnalati dal pubblico, sono dovuti al fatto che il Festival è stato realizzato fino ad oggi con poche risorse economiche e grazie all'impegno di uno staff di professionisti che hanno prestato la loro opera a titolo volontario.

Chiaramente questo limita fortemente la nostra operatività: nell'arricchire come vorremmo l'offerta culturale; nell'ampliare la rete di relazioni; nell'attrarre l'interesse di potenziali grandi sponsor; nell'accedere a spazi di visibilità/promozione più efficaci di quelli fino ad oggi utilizzati. Tuttavia, essendo partiti senza budget, possiamo solo accontentarci di crescere lentamente. Ma il confronto tra i numeri della prima e seconda edizione, ci conforta e incoraggia per il futuro.

*“Bella esperienza, mi piace il fatto che esistano cose del genere”*

*“L'iniziativa è interessante ed ha un enorme potenziale”*