



# Cercetarea comportamentelor publicului în sălile de spectacole

*Septembrie 2025*



CASA DE CULTURĂ  
A MUNICIPIULUI  
TIMIȘOARA



ALPHA RESEARCH

**Realizat de sociologii:**

Prof. Univ. Dr. Vasile Gherheș, Universitatea Politehnica  
Conf. Univ. Dr. Ciprian Obrad, Universitatea de Vest

# METODOLOGIA DE CERCETARE

01

**Populația anchetei** este formată din persoane care au participat, cel puțin o dată pe an, la unul dintre spectacolele desfășurate în sălile de teatru din Timișoara.

02

**Metoda folosită** este sondajul de opinie, ca specie a anchetei sociologice.

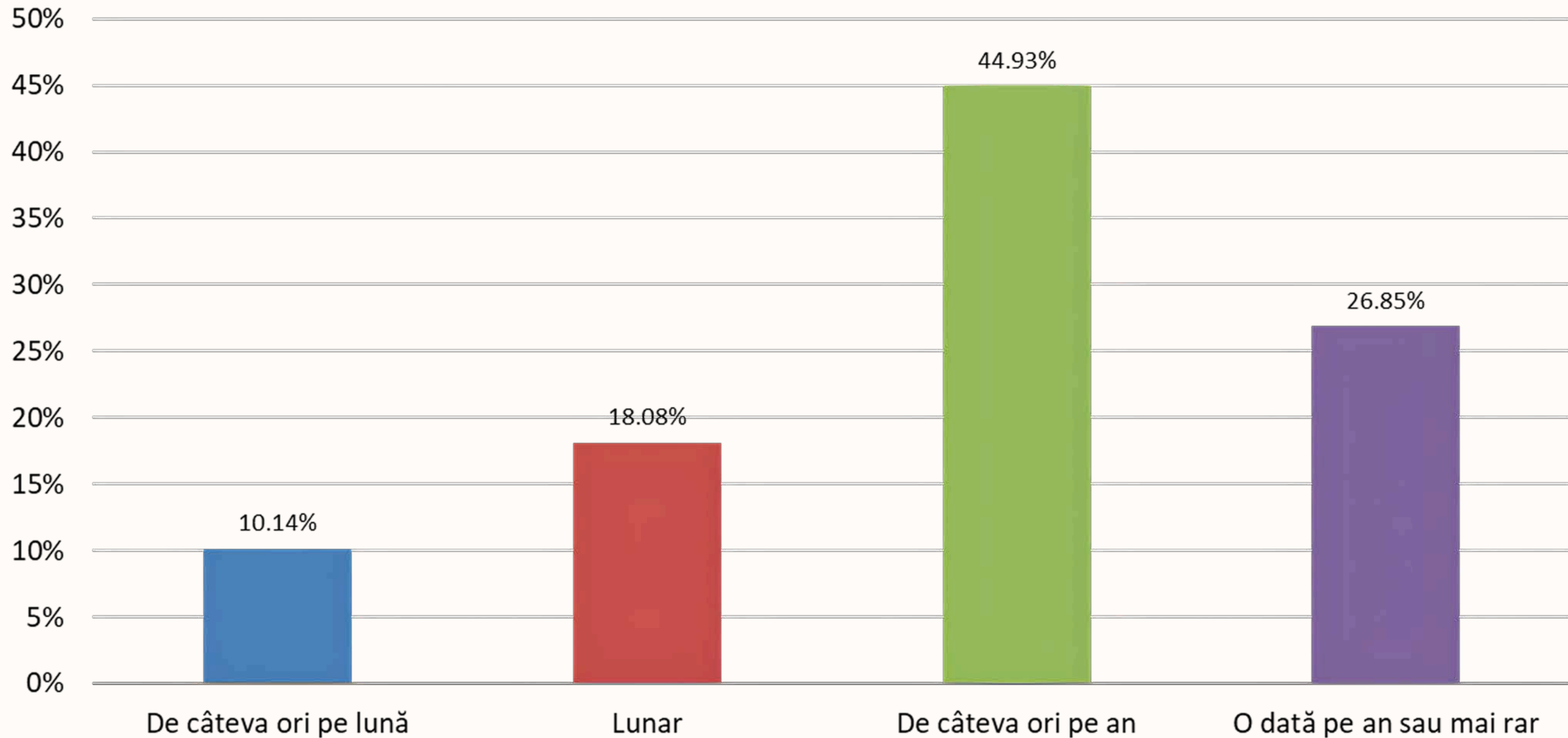
03

**Instrument de lucru:** chestionarul administrat de către operatori

- Volum eșantion: 365 persoane
- Reprezentativitate pentru publicul participant, cu eroare de  $\pm 5\%$ , în condițiile unui prag de probabilitate de 95%

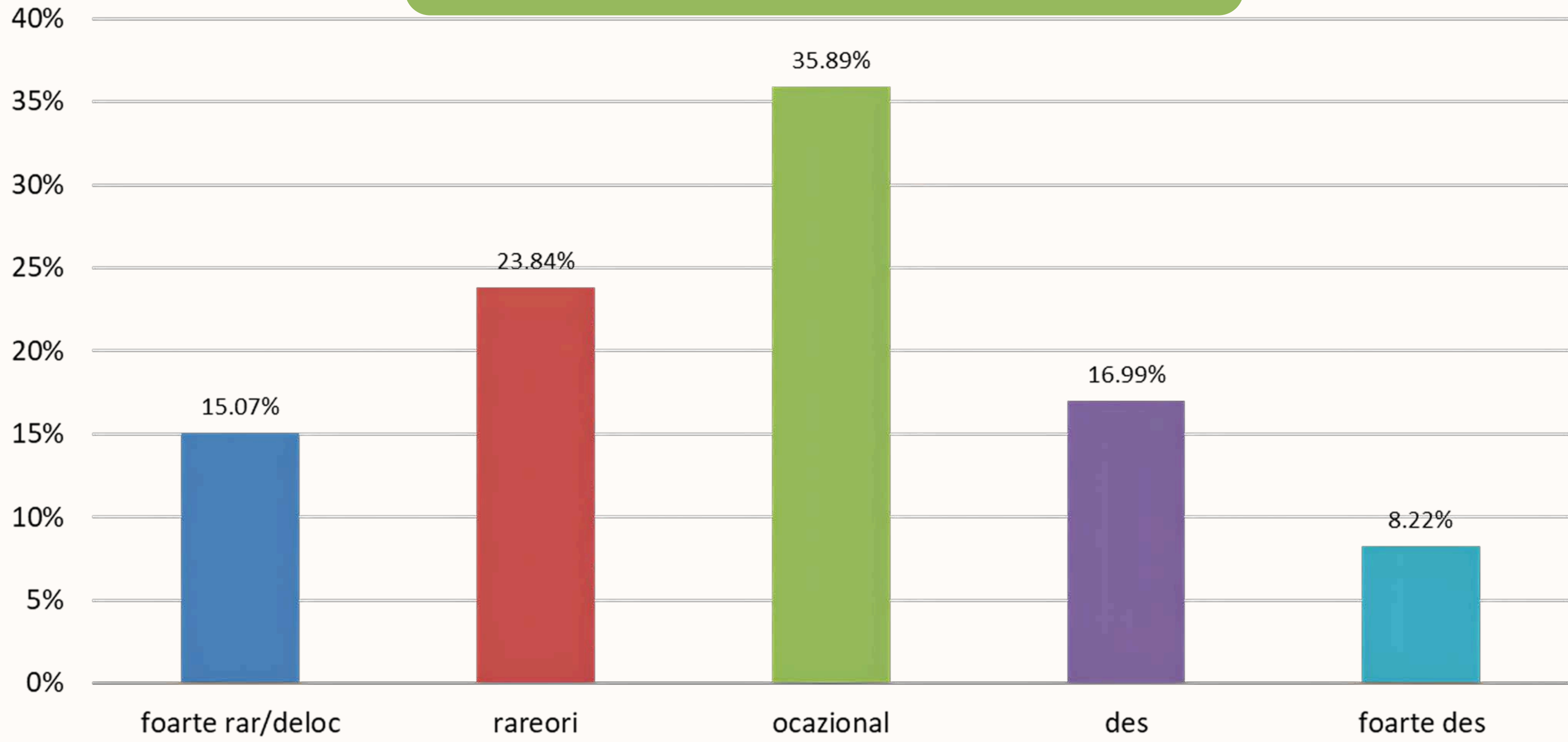


# Frecvența participării la spectacole de teatru



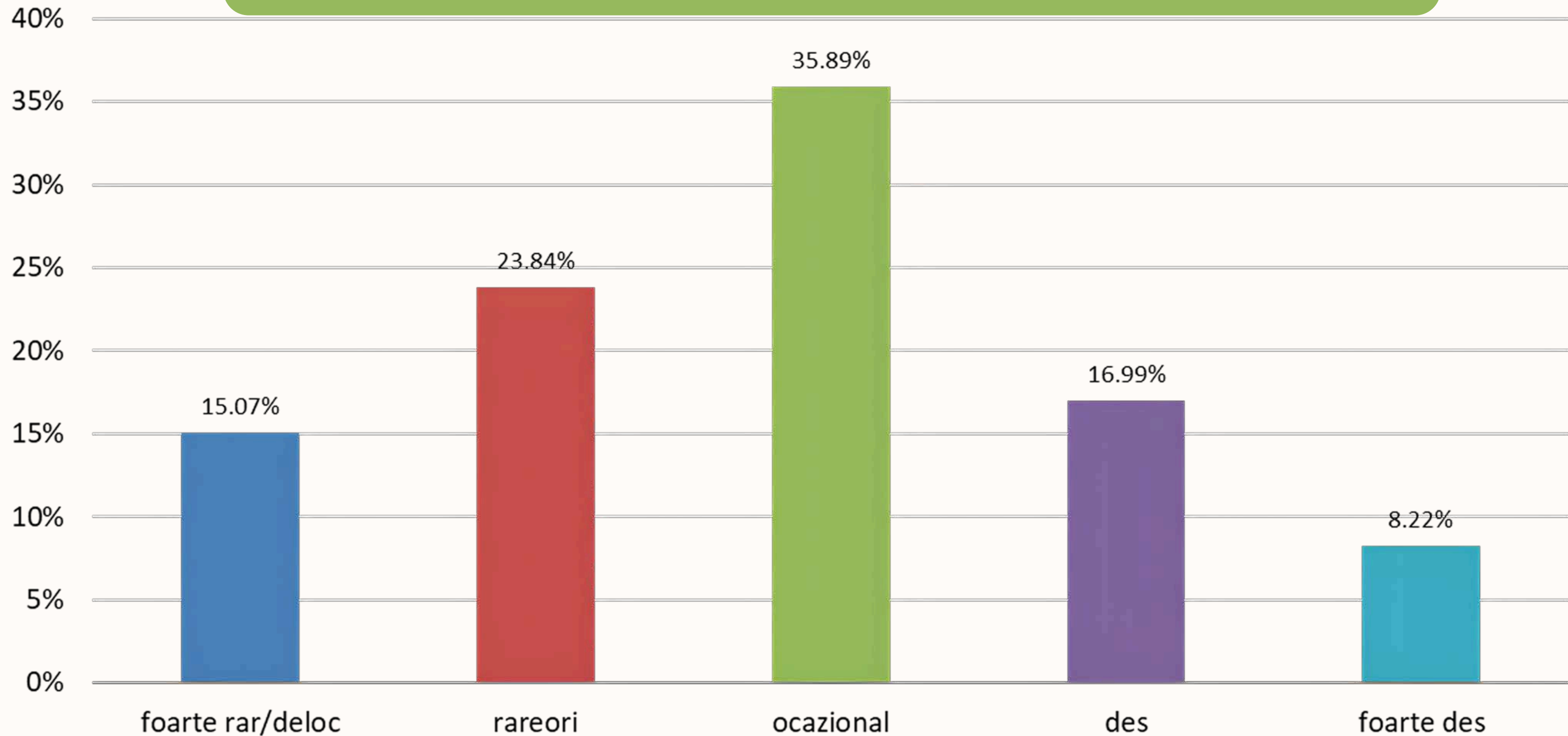
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**vorbit în timpul spectacolului**



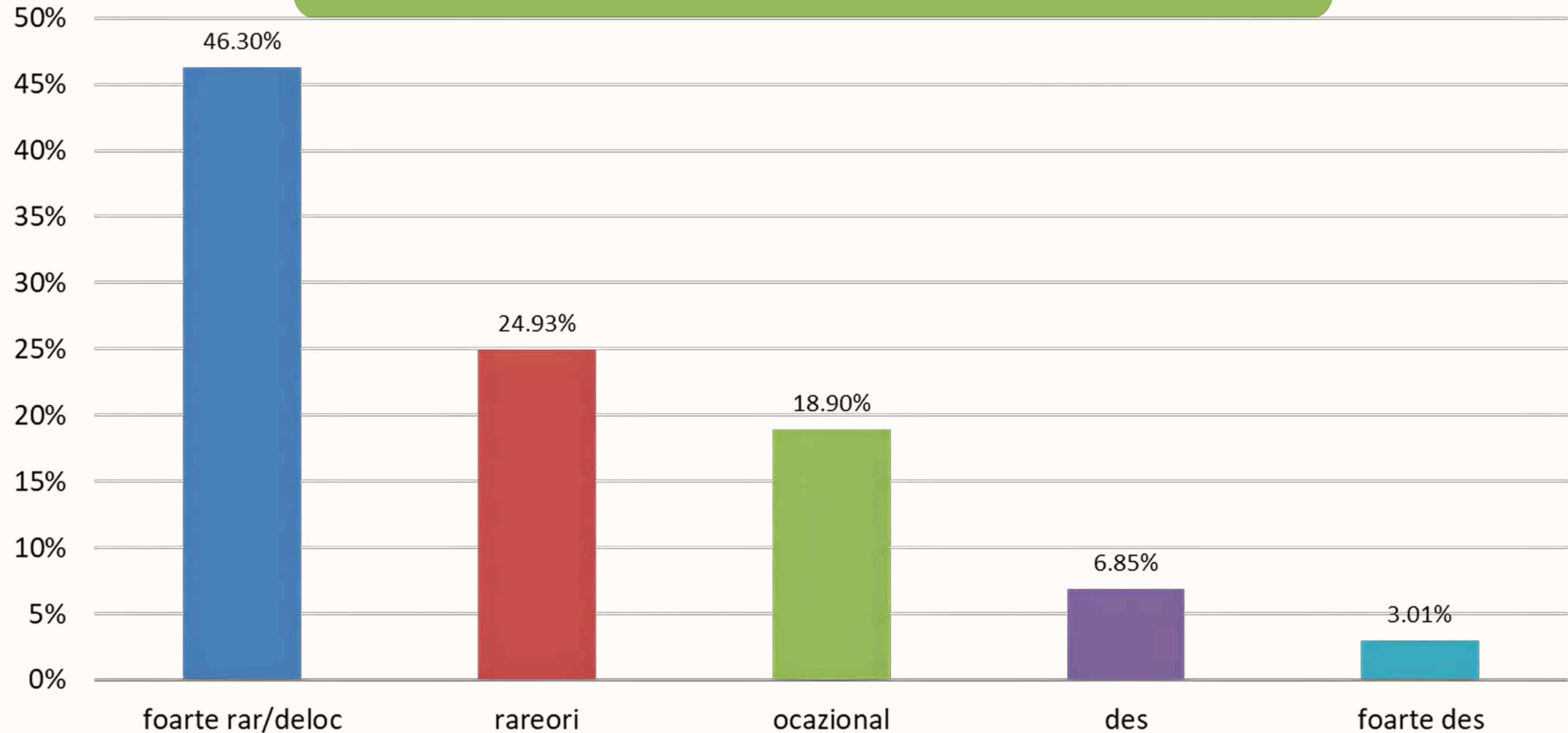
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

## utilizarea telefonului mobil (mesaje, apeluri)



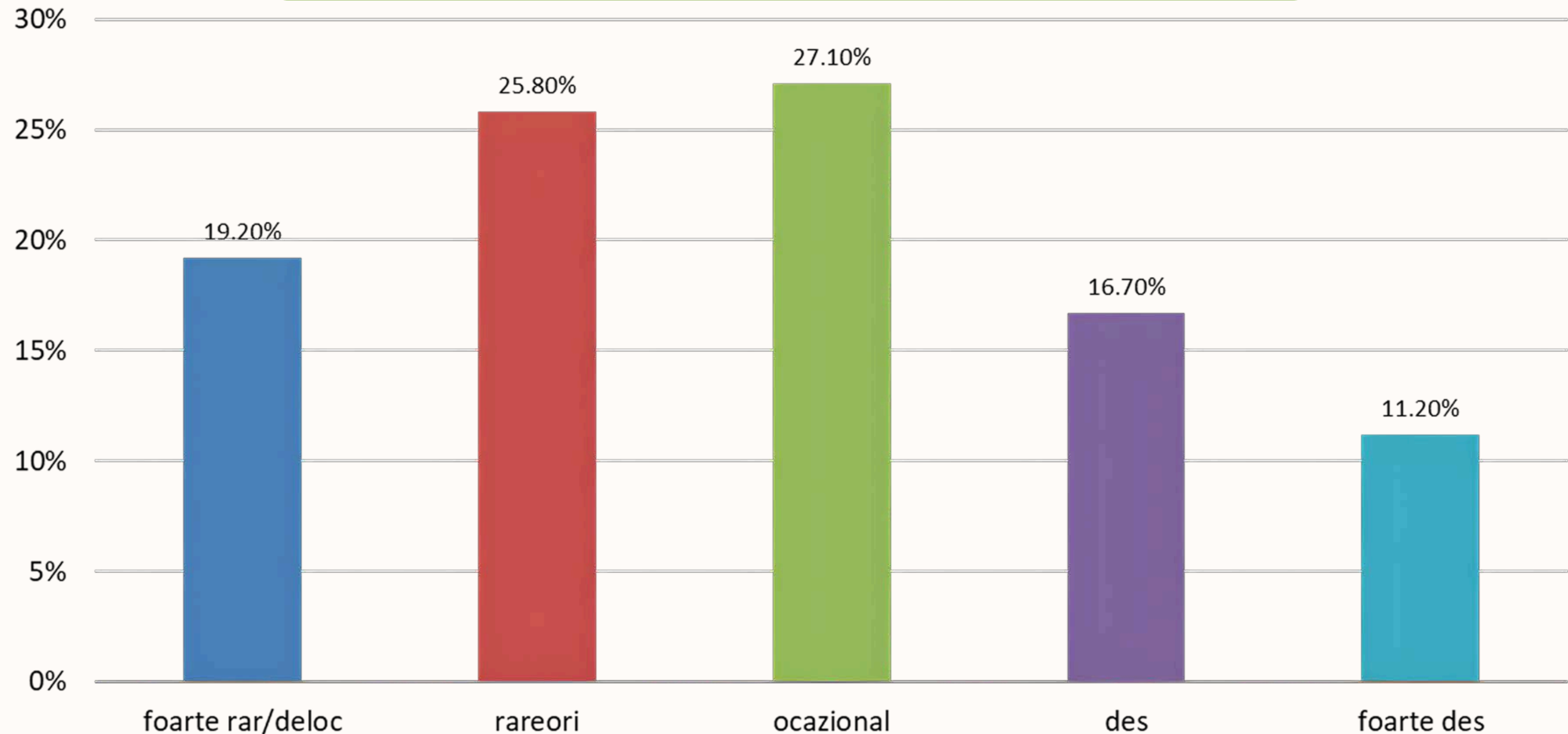
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**mestecat gumă / mâncat zgomotos**



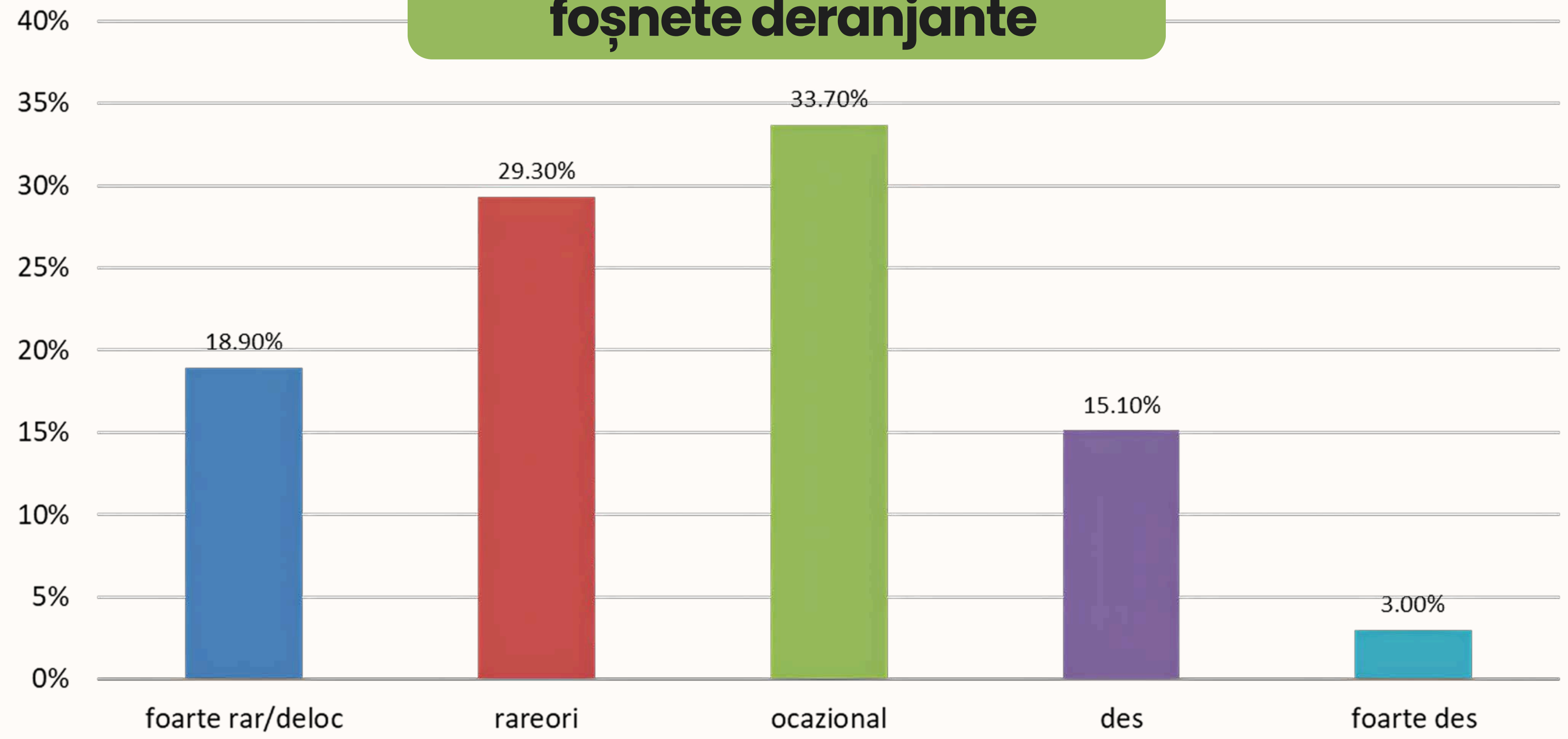
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**Întârzierea spectatorilor și intrarea în sală după începerea spectacolului**



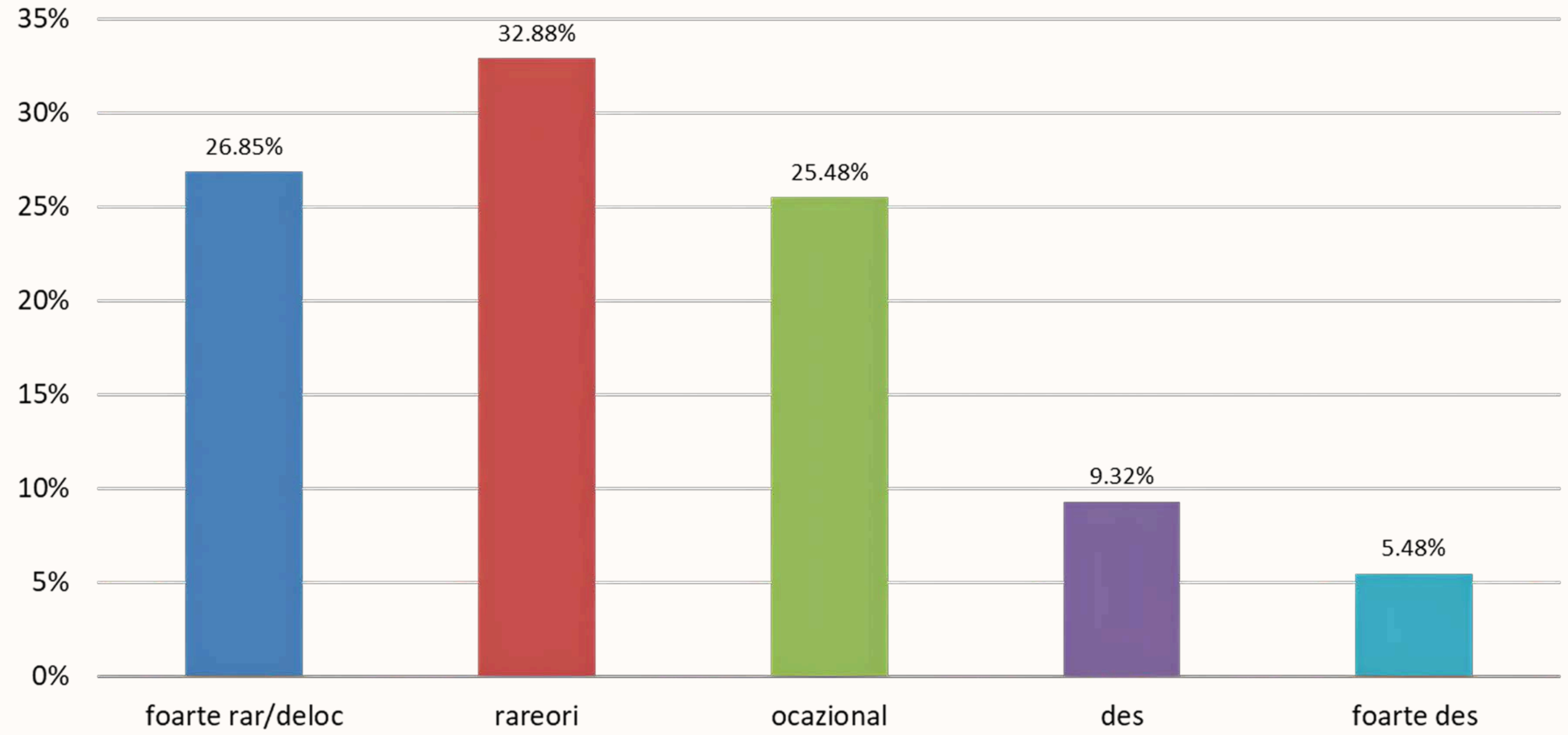
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**mișcare excesivă pe scaun  
foșnete deranjante**



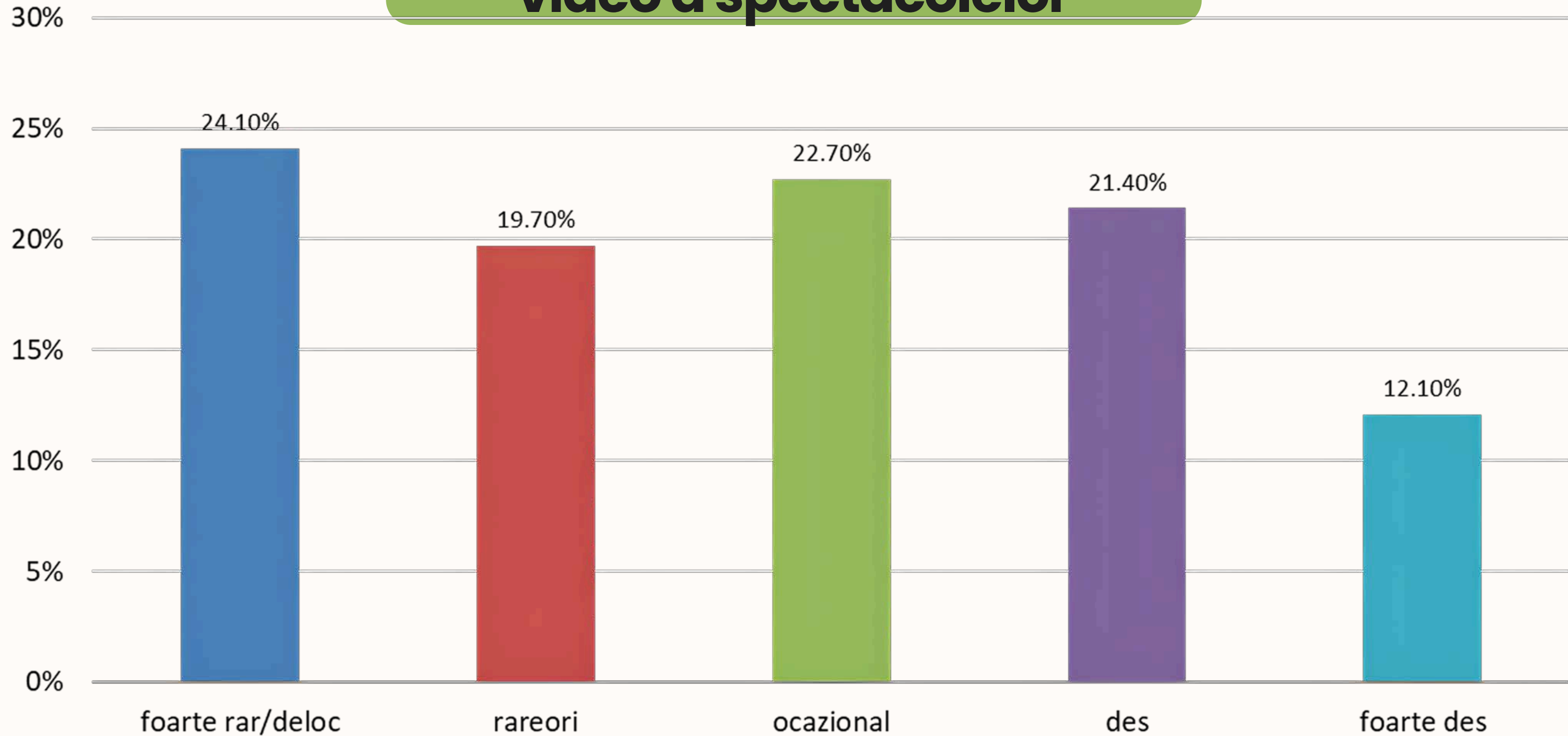
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**ieșirea și intrarea repetată în sală**



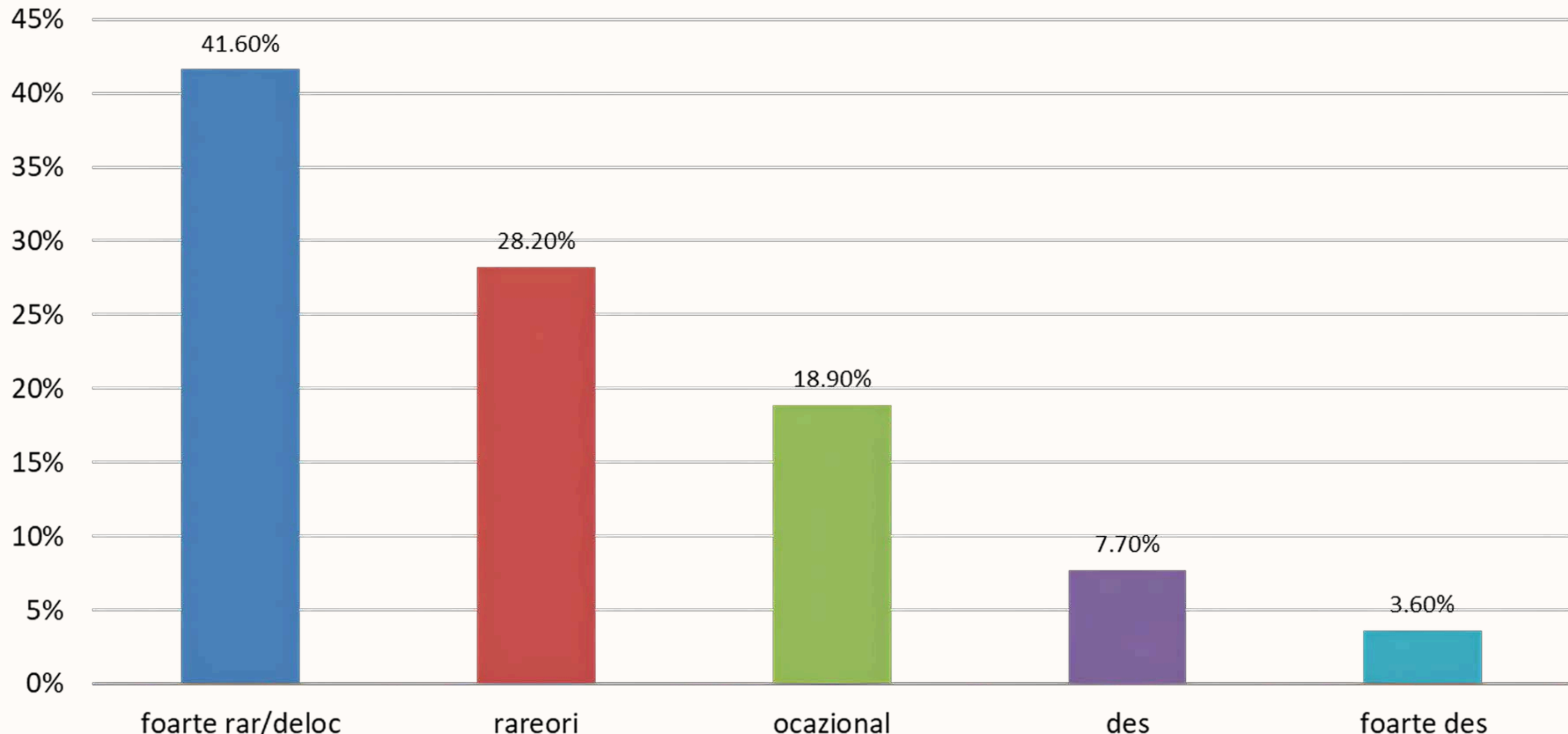
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**fotografierea și înregistrarea video a spectacolelor**



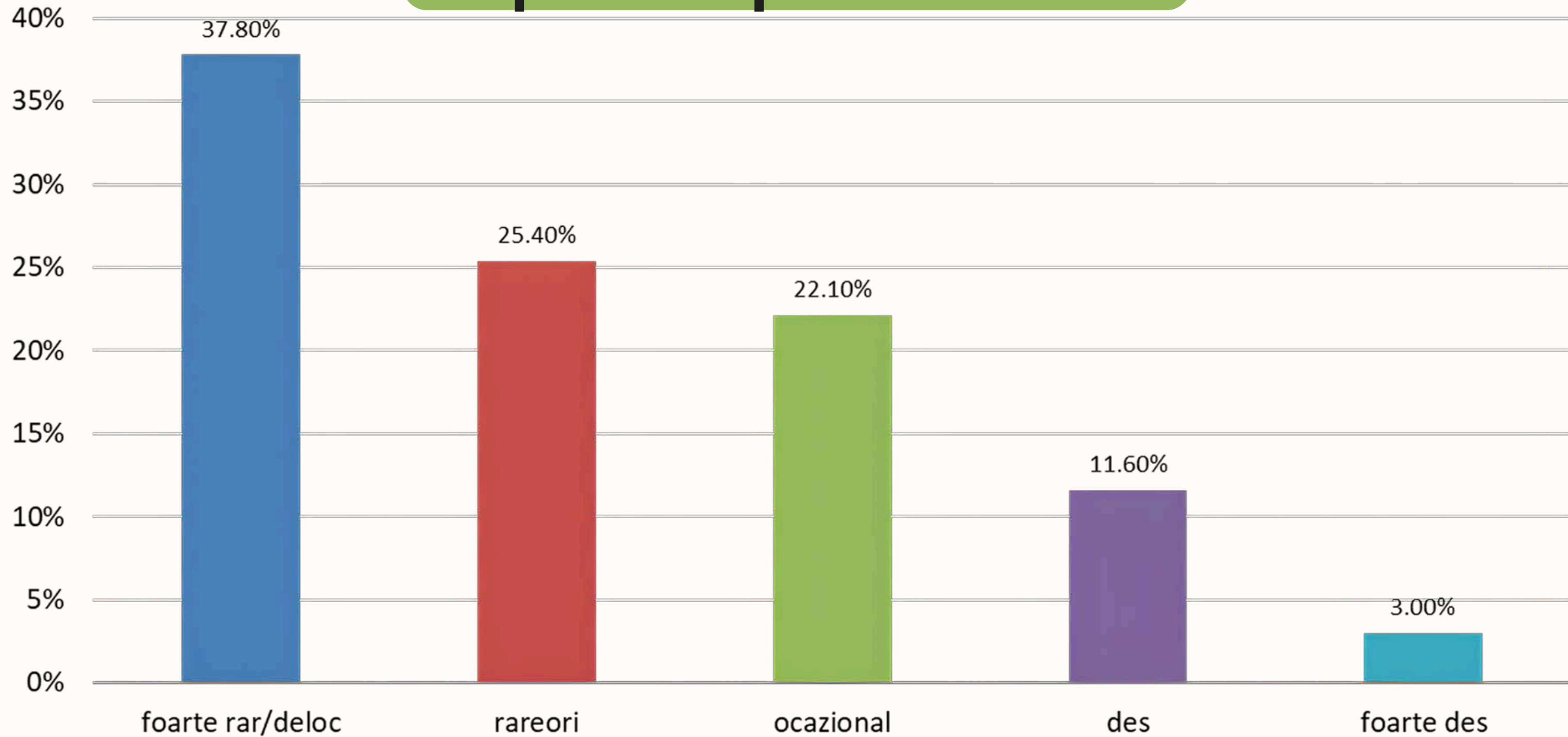
# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

## consumul de alimente și băuturi



# Cât de des ați întâlnit următoarele comportamente la teatru?

**îmbrăcăminte/atitudine  
nepotrivită pentru context**

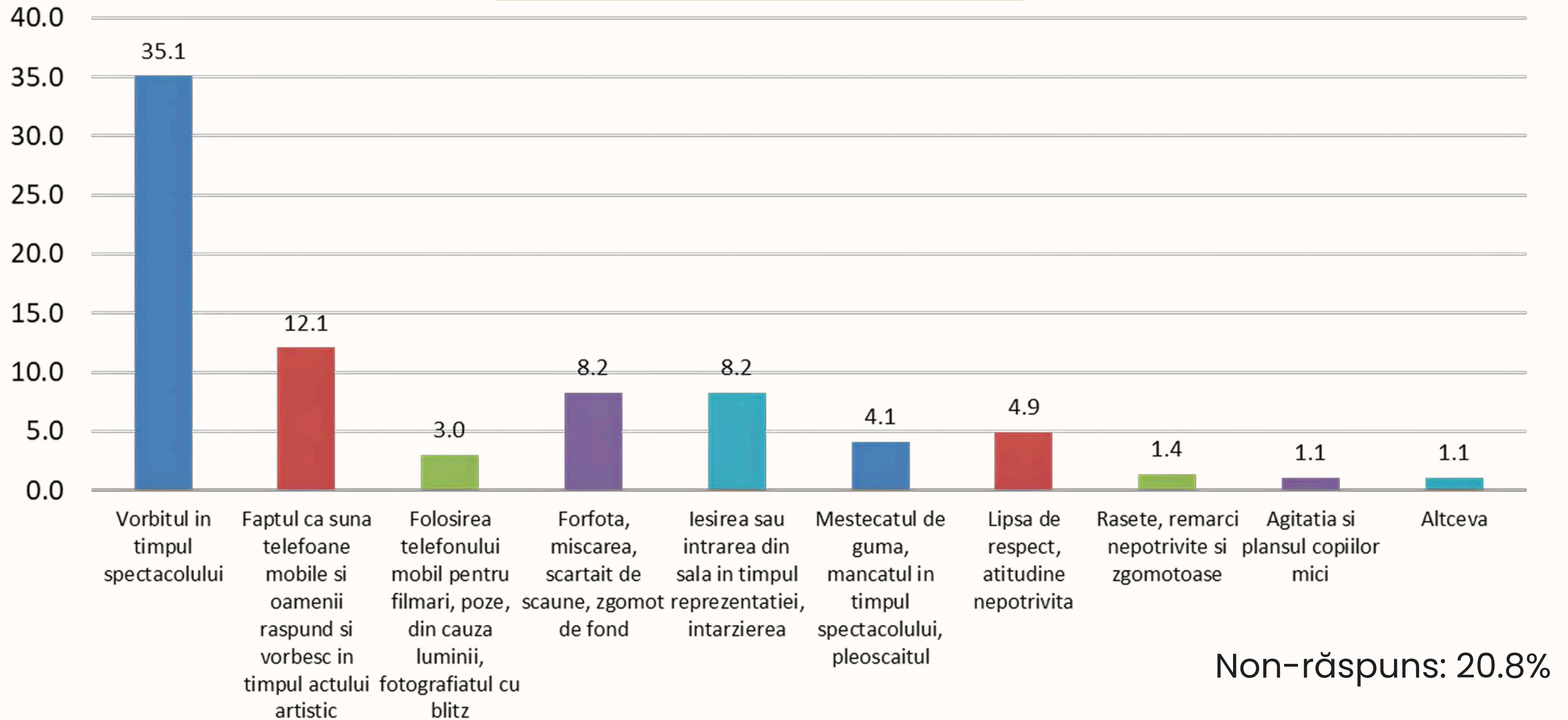


# Pe o scală de la 1 la 5, unde 1 înseamnă foarte rar/deloc, iar 5 înseamnă foarte mult, în ce măsură vă deranjează aceste comportamente?

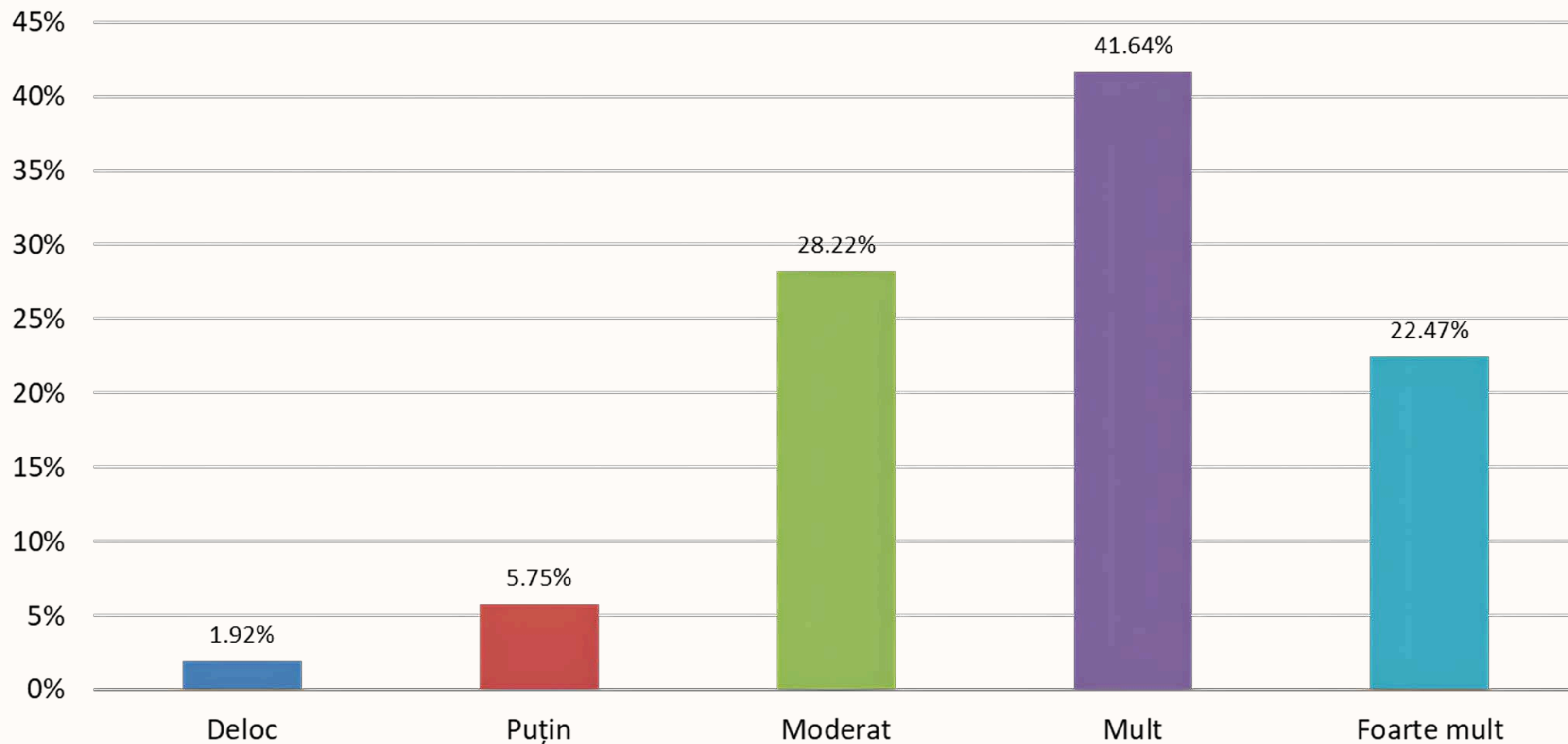
	deloc	puțin	moderat	mult	foarte mult
Vorbit în timpul spectacolului	24	52	89	108	92
	6.60%	14.20%	24.40%	29.60%	25.20%
Utilizarea telefonului mobil (mesaje, apeluri)	33	69	80	95	88
	9.10%	18.90%	21.90%	26.00%	24.10%
Mestecat gumă / mâncat zgomotos	58	68	89	84	66
	15.90%	18.60%	24.40%	23.00%	18.10%
Întârzierea spectatorilor și intrarea în sală după începerea spectacolului	47	81	81	94	62
	12.80%	22.20%	22.20%	25.80%	17.00%
Mișcare excesivă pe scaun / foșnete deranjante	39	88	80	114	44
	10.70%	24.10%	21.90%	31.20%	12.10%
Ieșirea și intrarea repetată în sală	44	61	80	102	78
	12.10%	16.70%	21.90%	27.90%	21.40%
Fotografierea și înregistrarea video a spectacolelor	95	78	96	65	31
	26.00%	21.40%	26.30%	17.80%	8.50%
Consumul de alimente și băuturi	69	83	92	61	60
	18.90%	22.70%	25.20%	16.70%	16.50%
Îmbrăcăminte/atitudine nepotrivită pentru context	99	85	100	33	44
	27.10%	23.30%	27.40%	9.00%	13.20%

# Care este cel mai deranjant comportament pentru dumneavoastră personal, chiar dacă nu apare frecvent?

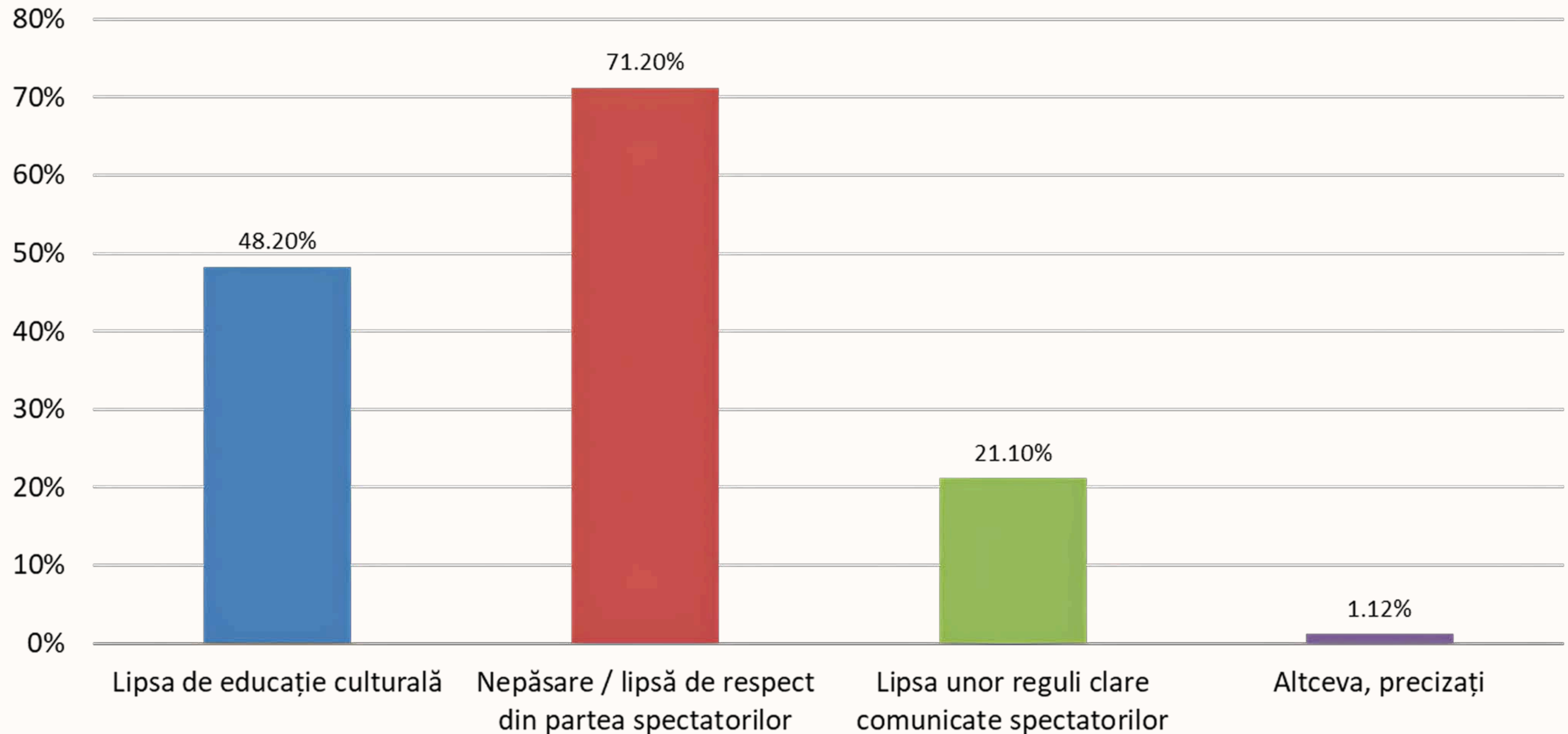
(întrebare deschisă)



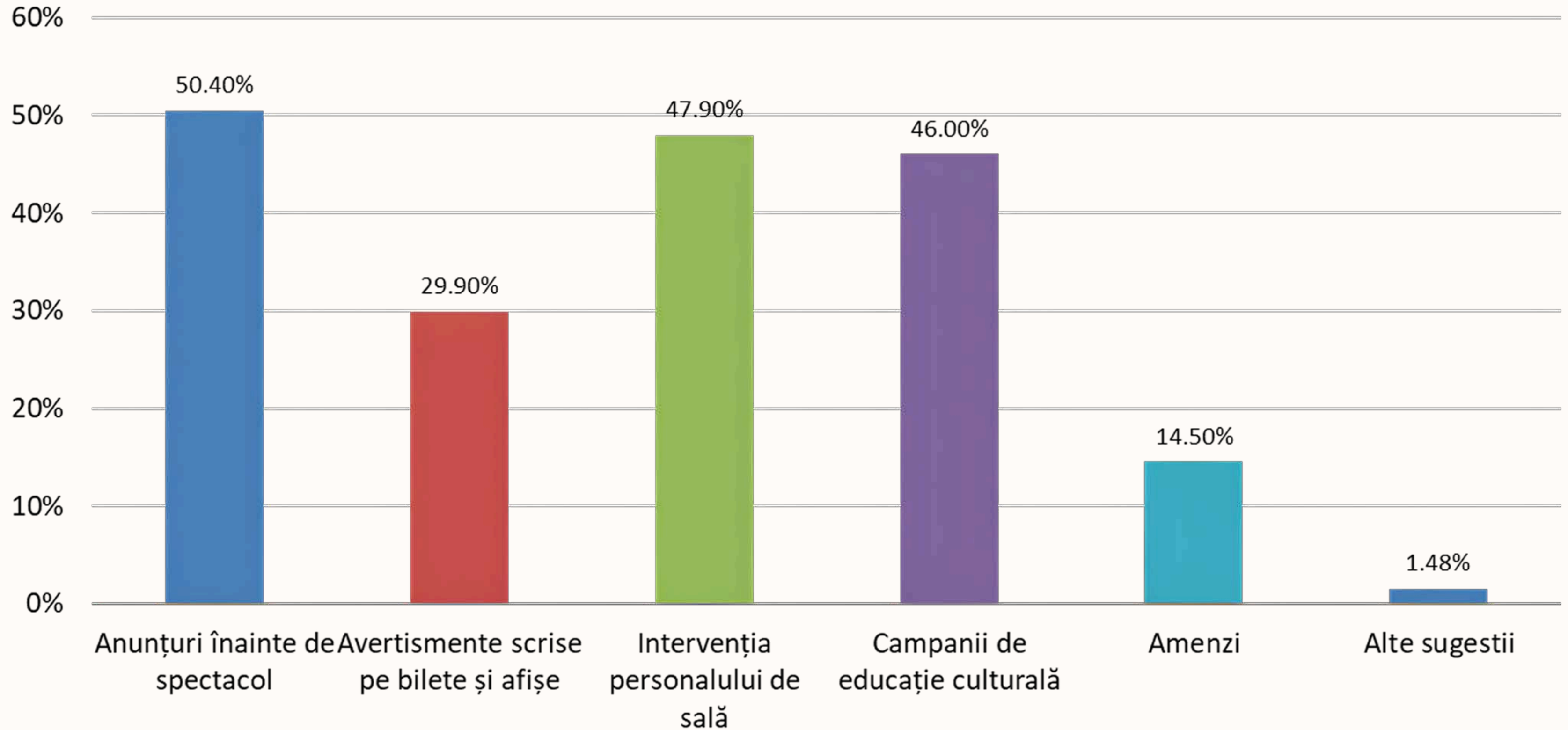
# În ce măsură considerați că aceste comportamente afectează calitatea experienței culturale la teatru?



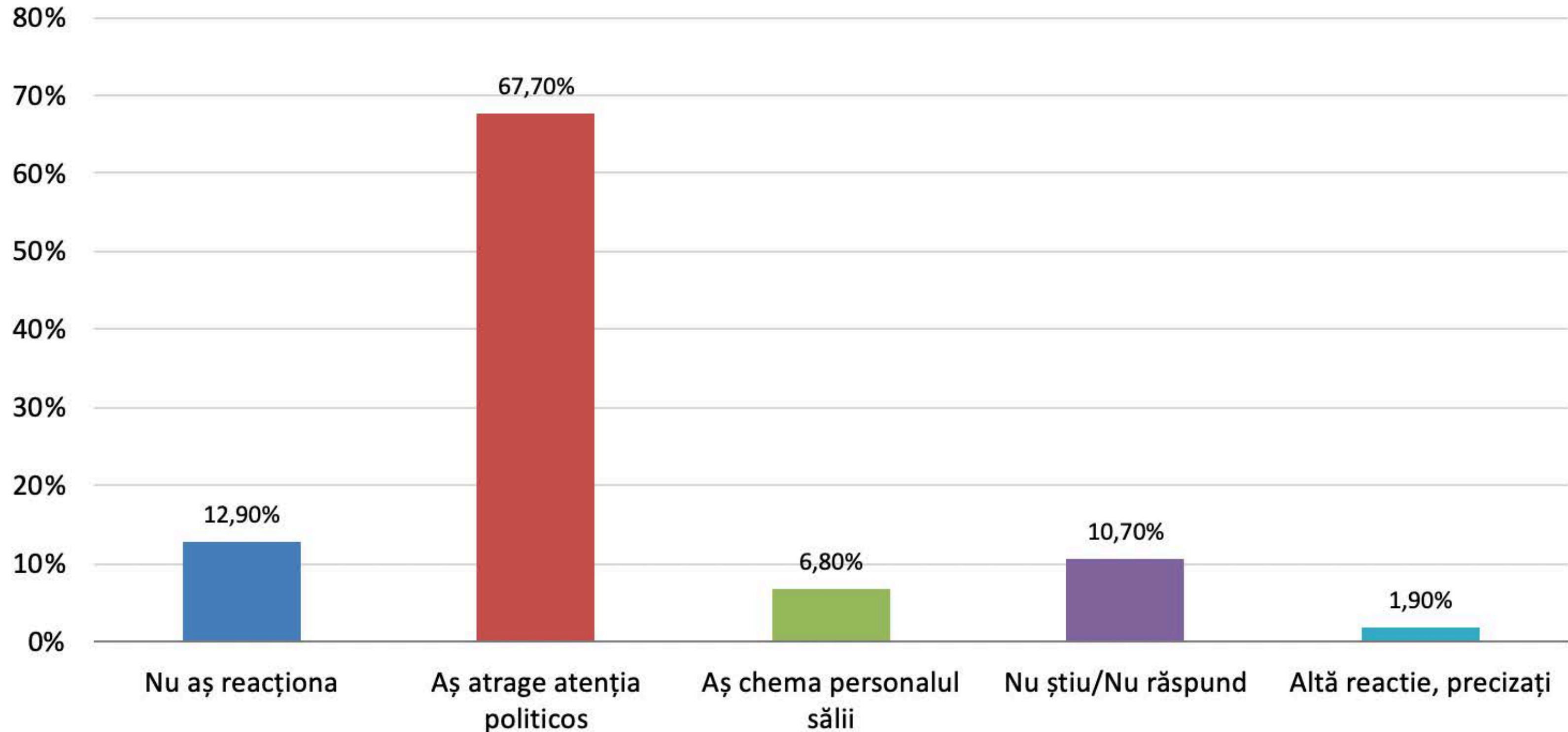
# Care considerați că sunt cauzele acestor comportamente?



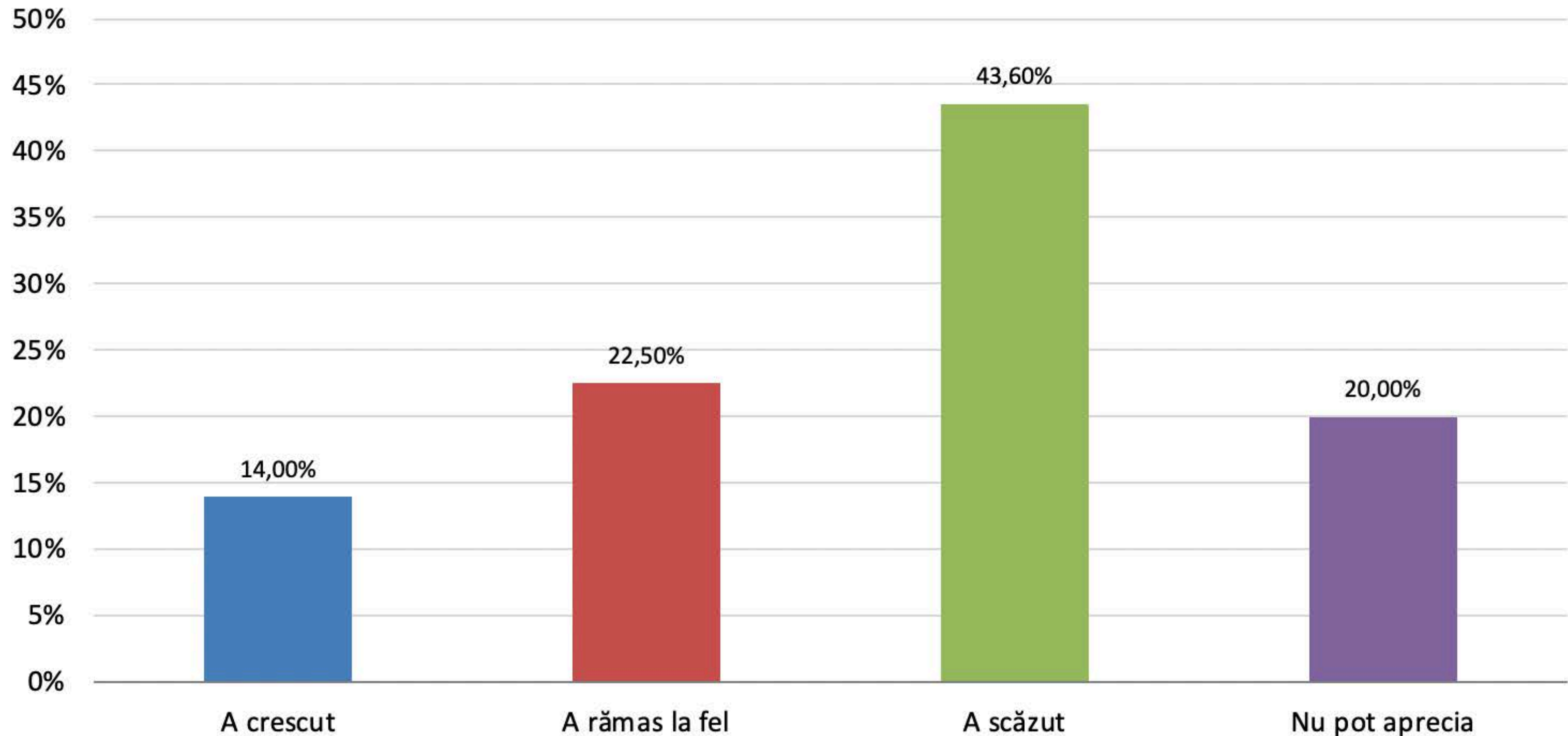
# Ce măsuri ar fi utile pentru prevenirea/combaterea lor?



# Cum ați reacționa dacă un spectator din apropiere v-ar deranja prin aceste comportamente?



# Considerați că nivelul de respect al publicului față de actul artistic a crescut sau a scăzut în ultimii ani?



# SINTEZA REZULTATELOR

01

## Frecvența participării la teatru

- 10% participă de câteva ori pe lună
- 18% lunar
- 46% de câteva ori pe an
- 26% o dată pe an sau mai rar

02

## Comportamente observate în sala de teatru

Cele mai frecvente comportamente deranjante (pe o scală de la 1 la 5):

- Utilizarea telefonului mobil: 2,91
- Vorbitul în timpul spectacolului: 2,79
- Fotografierea/înregistrarea video: 2,78
- Întârzierea și intrarea după începerea spectacolului: 2,75
- Mișcare excesivă/foșnete: 2,54



# SINTEZA REZULTATELOR

## 03 Comportamente mai puțin frecvente:

- Ieșirea și intrarea repetată în sală 2,34
- Îmbrăcăminte/atitudine nepotrivită: 2,17
- Consumul de alimente/băuturi: 2,03
- Mestecat gumă/mâncat zgomotos: 1,95

## 04 Impactul asupra experienței culturale

- 42% consideră că aceste comportamente afectează „mult” calitatea experienței culturale, iar 28% „foarte mult”.
- Doar 1,9% spun că nu sunt afectate deloc.



# SINTEZA REZULTATELOR

05

## Care este cel mai deranjant comportament?

- Vorbitul în timpul spectacolului: 35,1%
- Folosirea telefonului mobil (sunat, răspuns, vorbit): 12,1%
- Folosirea telefonului pentru filmări/fotografii: 3%
- Forfota, mișcarea, scârțâitul scaunelor, zgomot de fond: 8,2%
- Ieșirea/intrarea din sală, întârzierea: 8,2%
- Mestecatul de gumă/mâncatul: 4,1%
- Lipsa de respect, atitudine nepotrivită: 4,9%
- Alte răspunsuri (remarci zgomotoase, agitația copiilor, altceva): sub 2% fiecare
- Non-răspuns: 20,8%



# SINTEZA REZULTATELOR

06

## Măsuri propuse pentru prevenire/combateră

- Anunțuri înainte de spectacol: 50%
- Intervenția personalului de sală: 47,9%
- Campanii de educație culturală: 46%
- Avertismente scrise pe bilete/afișe: 30%
- Amenzi: 14,5%

07

## Reacția la comportamente deranjante

- 67,7% ar atrage atenția politicoș
- 12,9% nu ar reacționa
- 6,8% ar chema personalul sălii.

08

## Percepția asupra respectului față de actul artistic

- 43,6% consideră că nivelul de respect a scăzut în ultimii ani
- 22,5% cred că a rămas la fel
- 14% consideră că a crescut





# Orizontul de așteptări al publicului participant cu privire la „Festivalul Inimilor”, ediția 2024

*Iulie 2024*



CASA DE CULTURĂ  
A MUNICIPIULUI  
TIMIȘOARA



ALPHA RESEARCH

**Realizat de sociologii:**

Prof. Univ. Dr. Vasile Gherheș, Universitatea Politehnica  
Conf. Univ. Dr. Ciprian Obrad, Universitatea de Vest

# METODOLOGIA DE CERCETARE

01

**Populația anchetei** o reprezintă populația participantă la "Festivalul Inimilor" ediția 2024.

02

**Metoda folosită** este sondajul de opinie ca specie a anchetei sociologice .

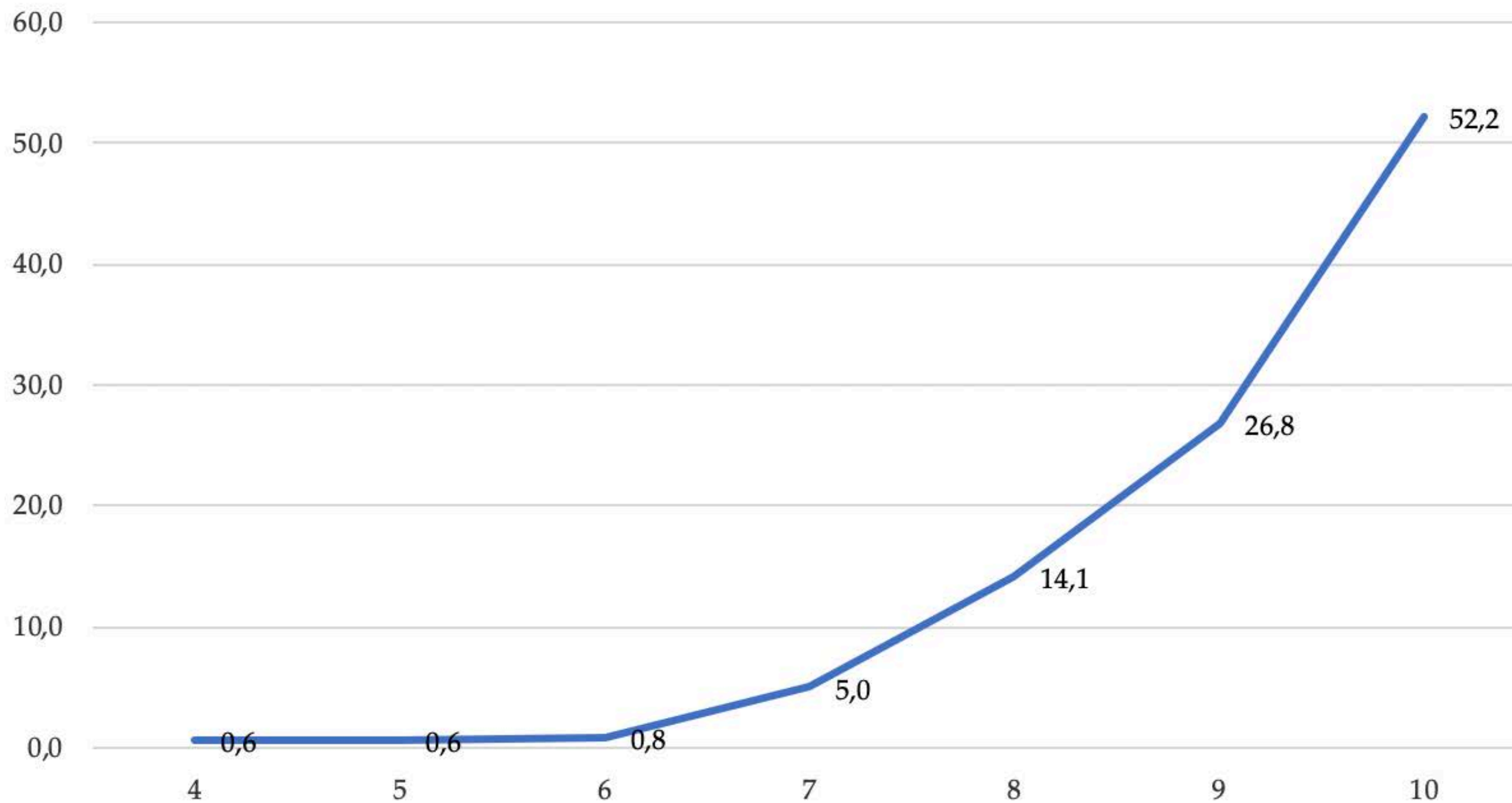
03

**Instrument de lucru:** chestionarul administrat de către operatori

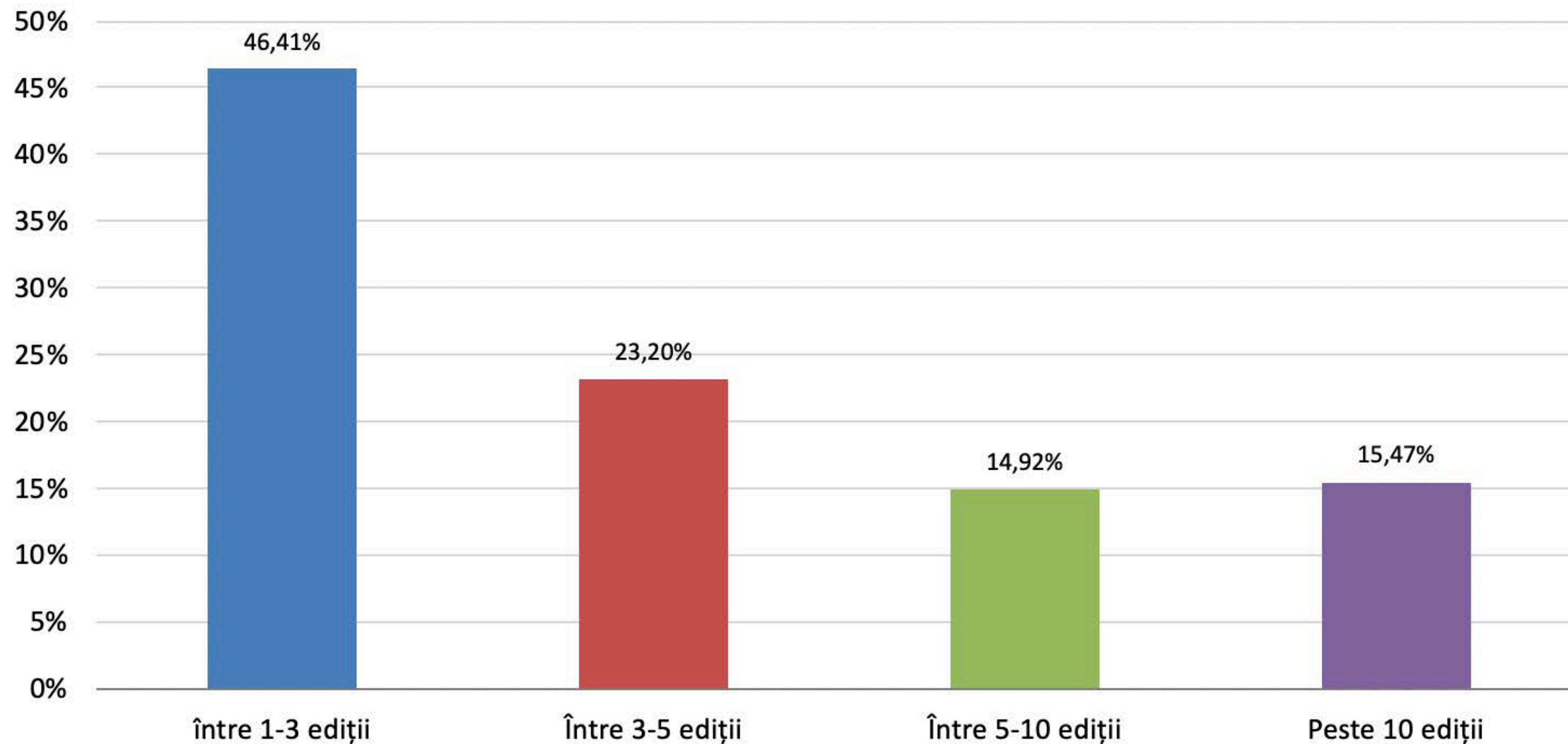
- Volum eșantion: 360 persoane
- Reprezentativitate pentru publicul participant, cu eroare de  $\pm 5\%$ , în condițiile unui prag de probabilitate de 95%



# Pe o scală de la 1 la 10, unde 1 e minim, iar 10 e maxim, cum apreciați, în ansamblu, organizarea Festivalului Inimilor din acest an?

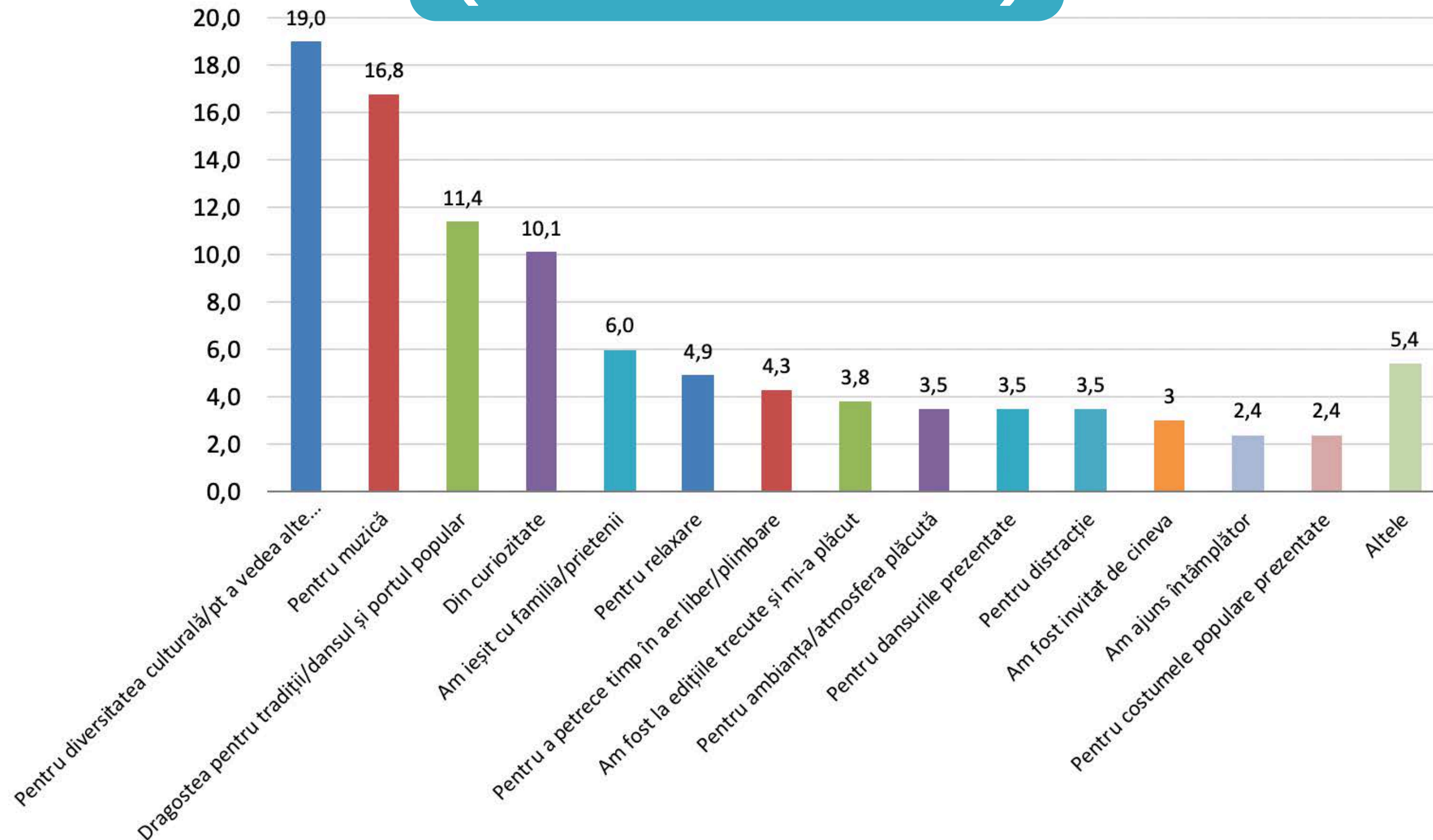


# La câte alte ediții ale Festivalului Inimilor ați participat?



# Care este principalul motiv pentru care sunteți prezent la Festivalul Inimilor?

(întrebare deschisă)

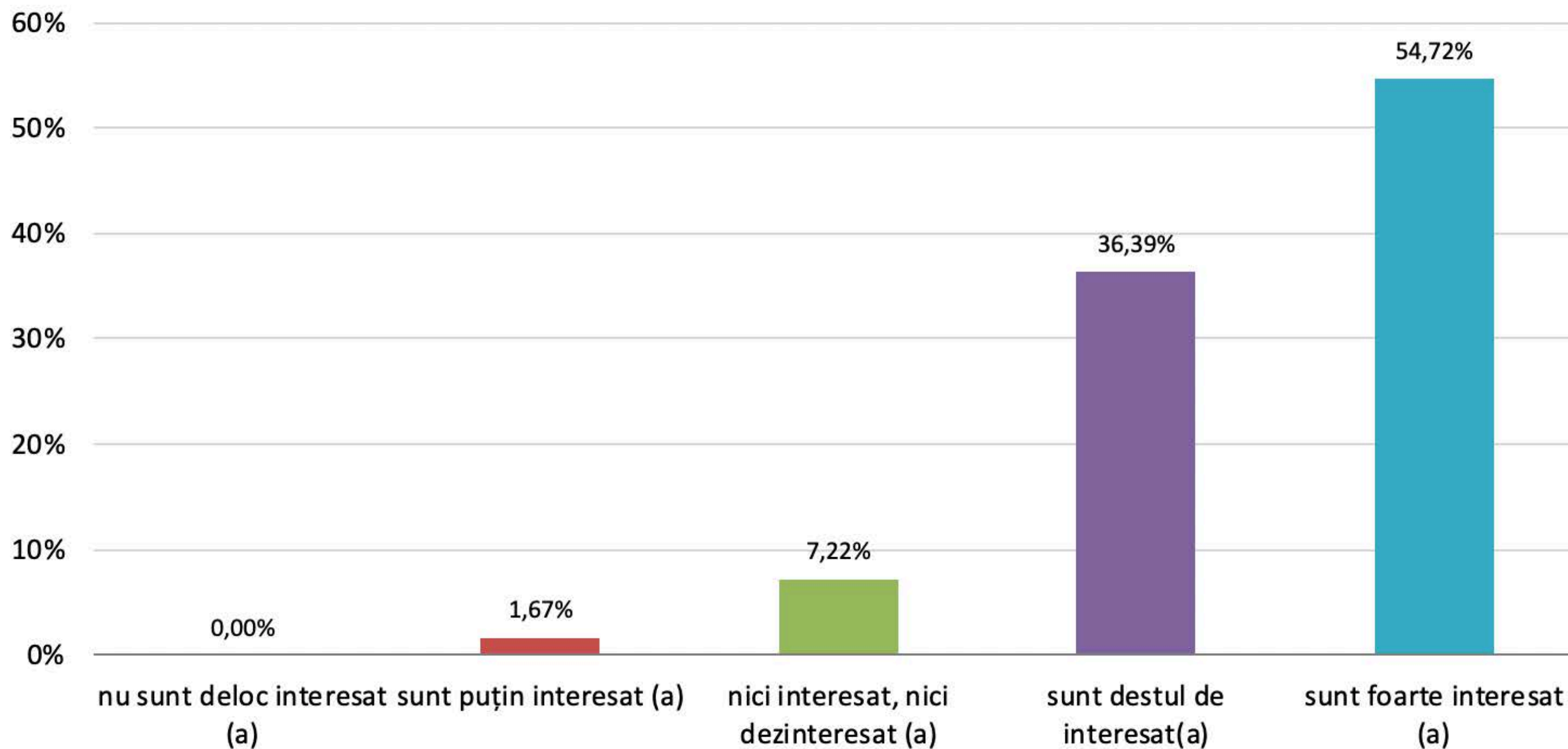


# Cât de mult interes prezintă pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la evenimentul Festivalul Inimilor?

	nu sunt deloc interesat (ă)	sunt puțin interesat (ă)	nici interesat, nici dezinteresat (ă)	sunt destul de interesat(ă)	sunt foarte interesat (ă)	Total
diversitatea culturală și muzica din toată lumea	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	<b>131</b>	<b>197</b>	<b>360</b>
	<b>0.00%</b>	<b>1.67%</b>	<b>7.22%</b>	<b>36.39%</b>	<b>54.72%</b>	<b>100.00%</b>
parada portului popular	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>42</b>	<b>111</b>	<b>193</b>	<b>360</b>
	<b>0.56%</b>	<b>3.33%</b>	<b>11.67%</b>	<b>30.83%</b>	<b>53.61%</b>	<b>100.00%</b>
muzica live și spectacolele pe o scenă mare	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>136</b>	<b>192</b>	<b>360</b>
	<b>0.00%</b>	<b>1.11%</b>	<b>7.78%</b>	<b>37.78%</b>	<b>53.33%</b>	<b>100.00%</b>
atmosfera de la festival și publicul numeros	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>54</b>	<b>145</b>	<b>152</b>	<b>360</b>
	<b>0.00%</b>	<b>2.50%</b>	<b>15.00%</b>	<b>40.28%</b>	<b>42.22%</b>	<b>100.00%</b>
gastronomia pentru toate gusturile	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>83</b>	<b>136</b>	<b>108</b>	<b>360</b>
	<b>2.22%</b>	<b>6.94%</b>	<b>23.06%</b>	<b>37.78%</b>	<b>30.00%</b>	<b>100.00%</b>
alte activități desfășurate în cadrul festivalului (ateliere, expoziții etc)	<b>14</b>	<b>35</b>	<b>104</b>	<b>127</b>	<b>79</b>	<b>359</b>
	<b>3.90%</b>	<b>9.75%</b>	<b>28.97%</b>	<b>35.38%</b>	<b>22.01%</b>	<b>100.00%</b>
activitățile din cartiere	<b>28</b>	<b>38</b>	<b>97</b>	<b>131</b>	<b>65</b>	<b>359</b>
	<b>7.80%</b>	<b>10.58%</b>	<b>27.02%</b>	<b>36.49%</b>	<b>18.11%</b>	<b>100.00%</b>

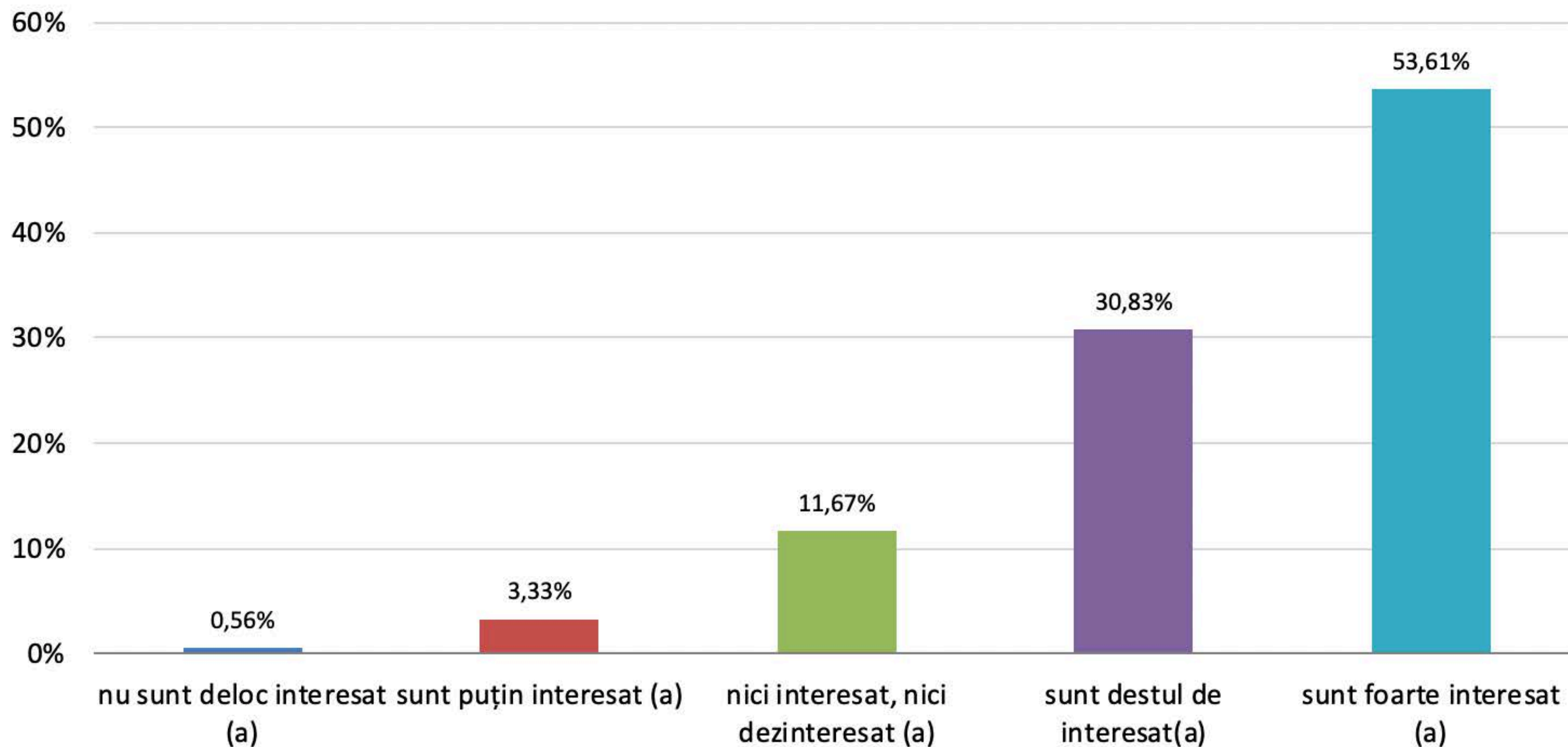
# Cât de mult interes prezintă pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la Festivalul Inimilor?

**diversitatea culturală și muzica din toată lumea**



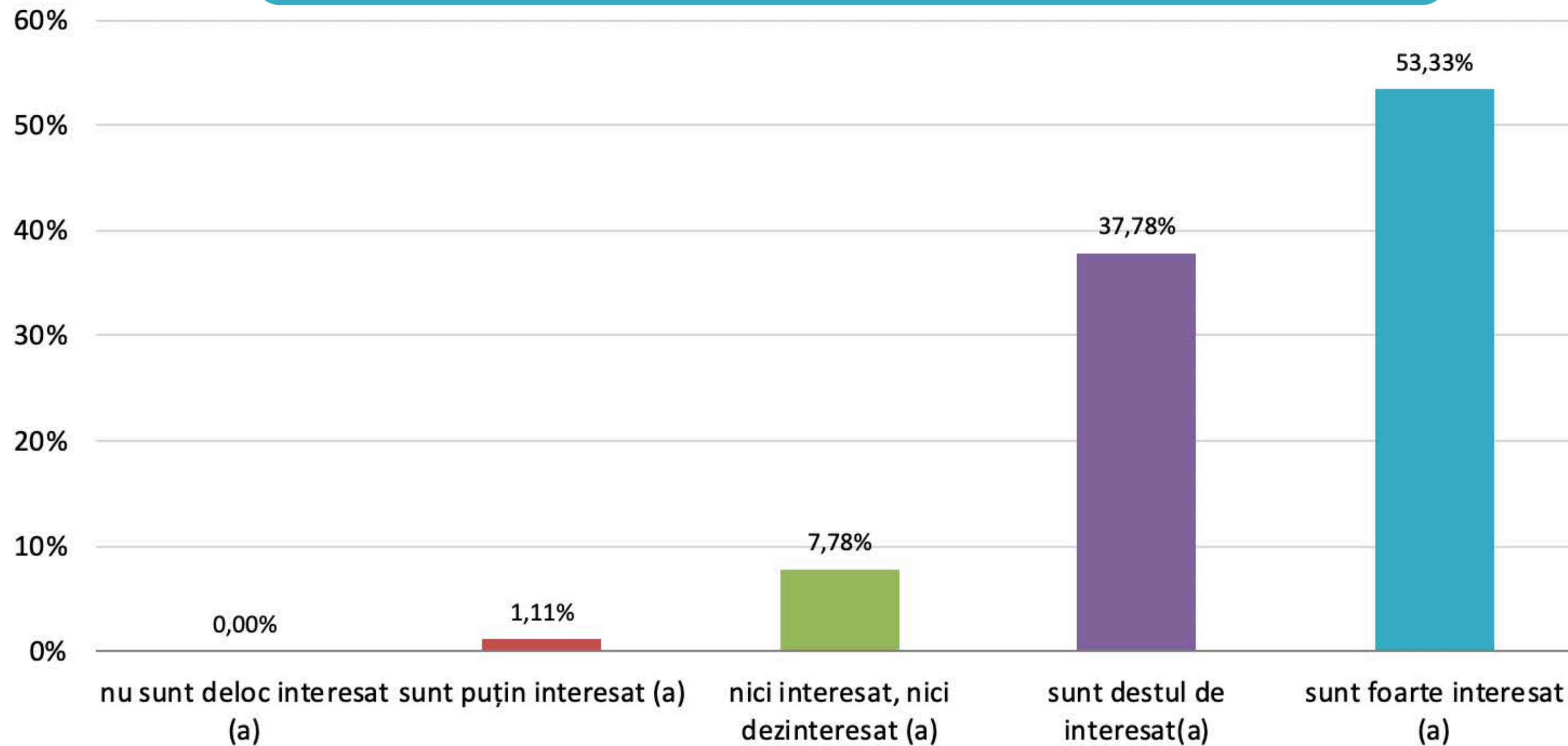
# Cât de mult prezintă interes pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la Festivalul Inimilor?

## parada portului popular



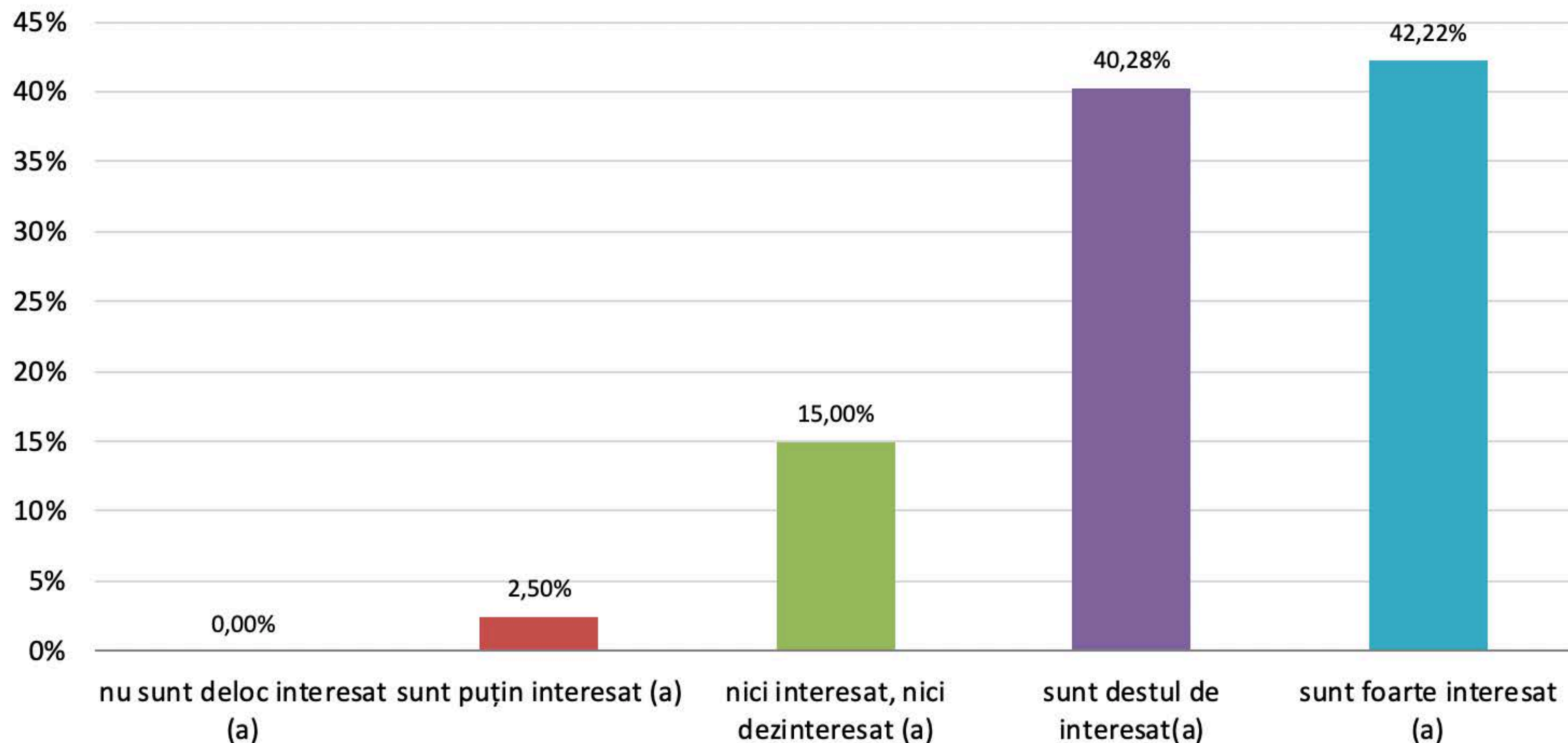
# Cât de mult prezintă interes pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la Festivalul Inimilor?

**muzica live și spectacolele pe o scenă mare**



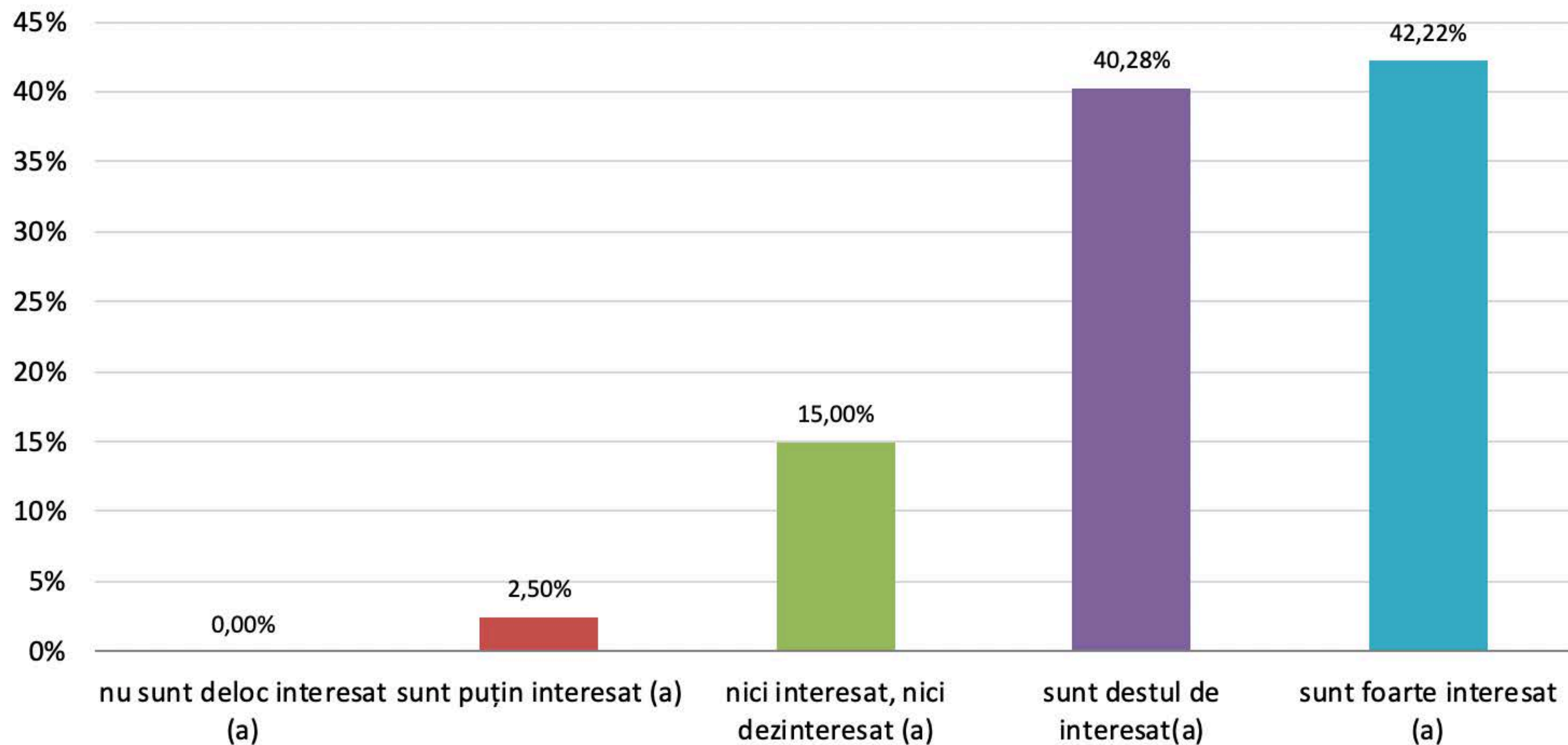
# Cât de mult prezintă interes pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la Festivalul Inimilor?

## atmosfera de la festival și publicul numeros



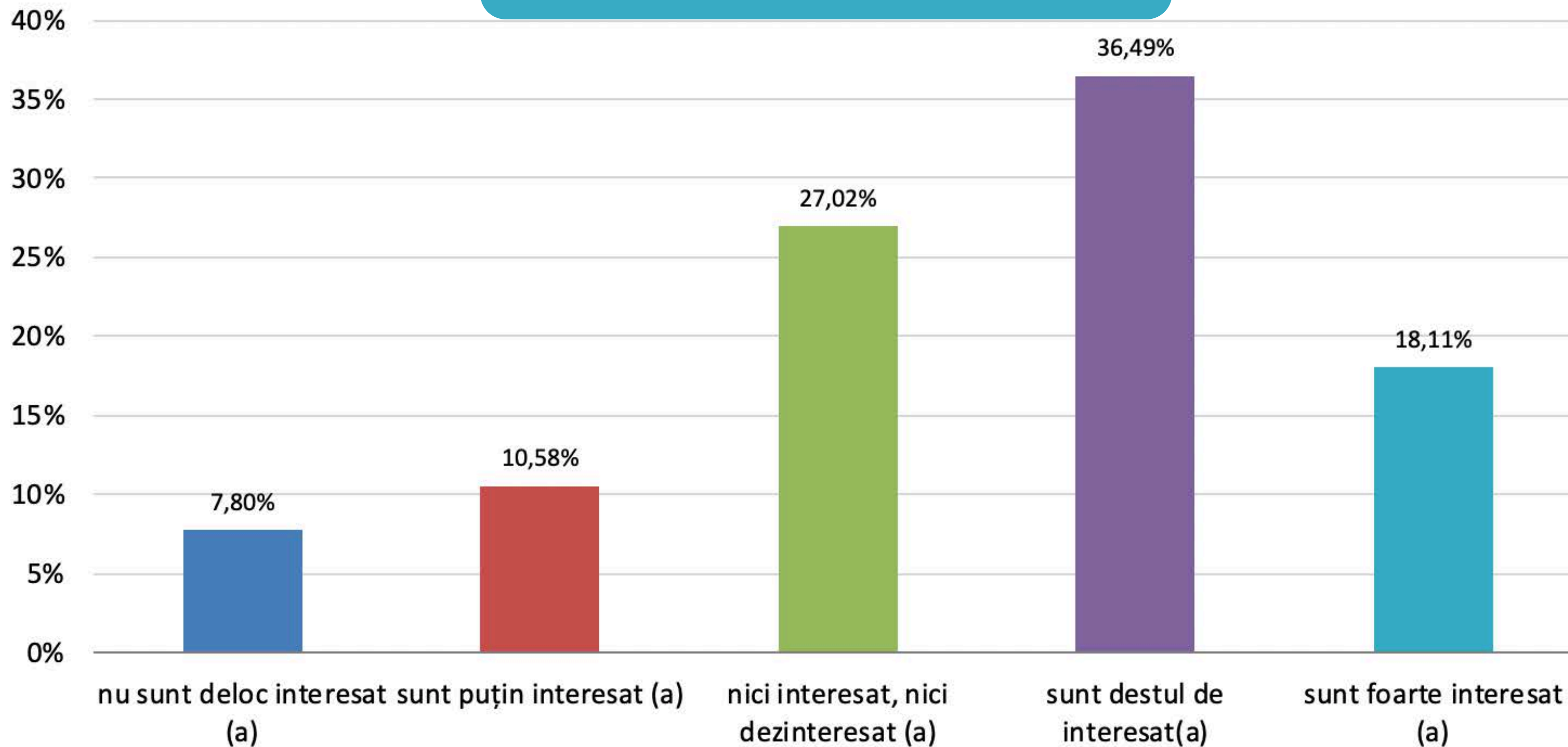
# Cât de mult prezintă interes pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la Festivalul Inimilor?

## gastronomia pentru toate gusturile

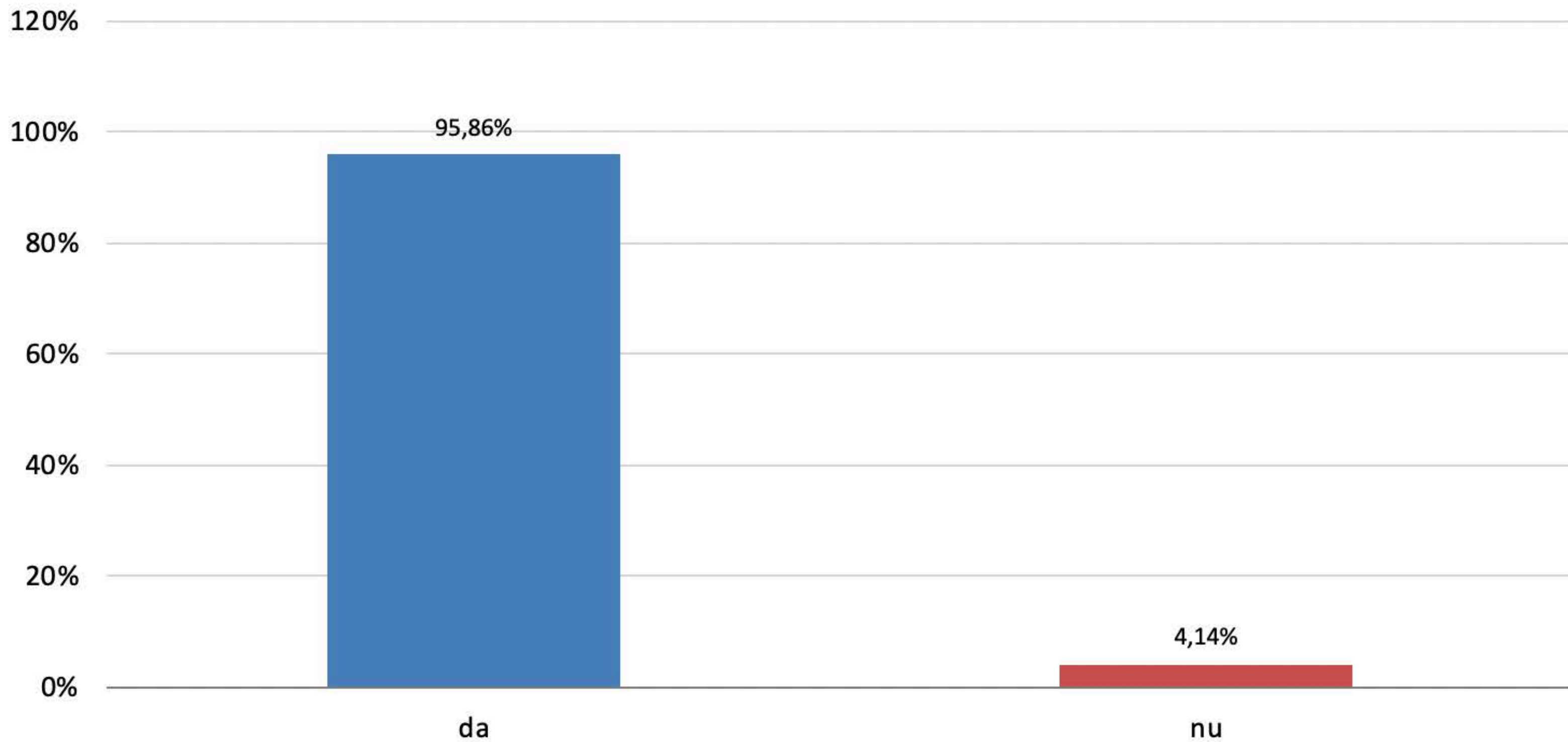


# Cât de mult prezintă interes pentru dumneavoastră următoarele aspecte ce se regăsesc la Festivalul Inimilor?

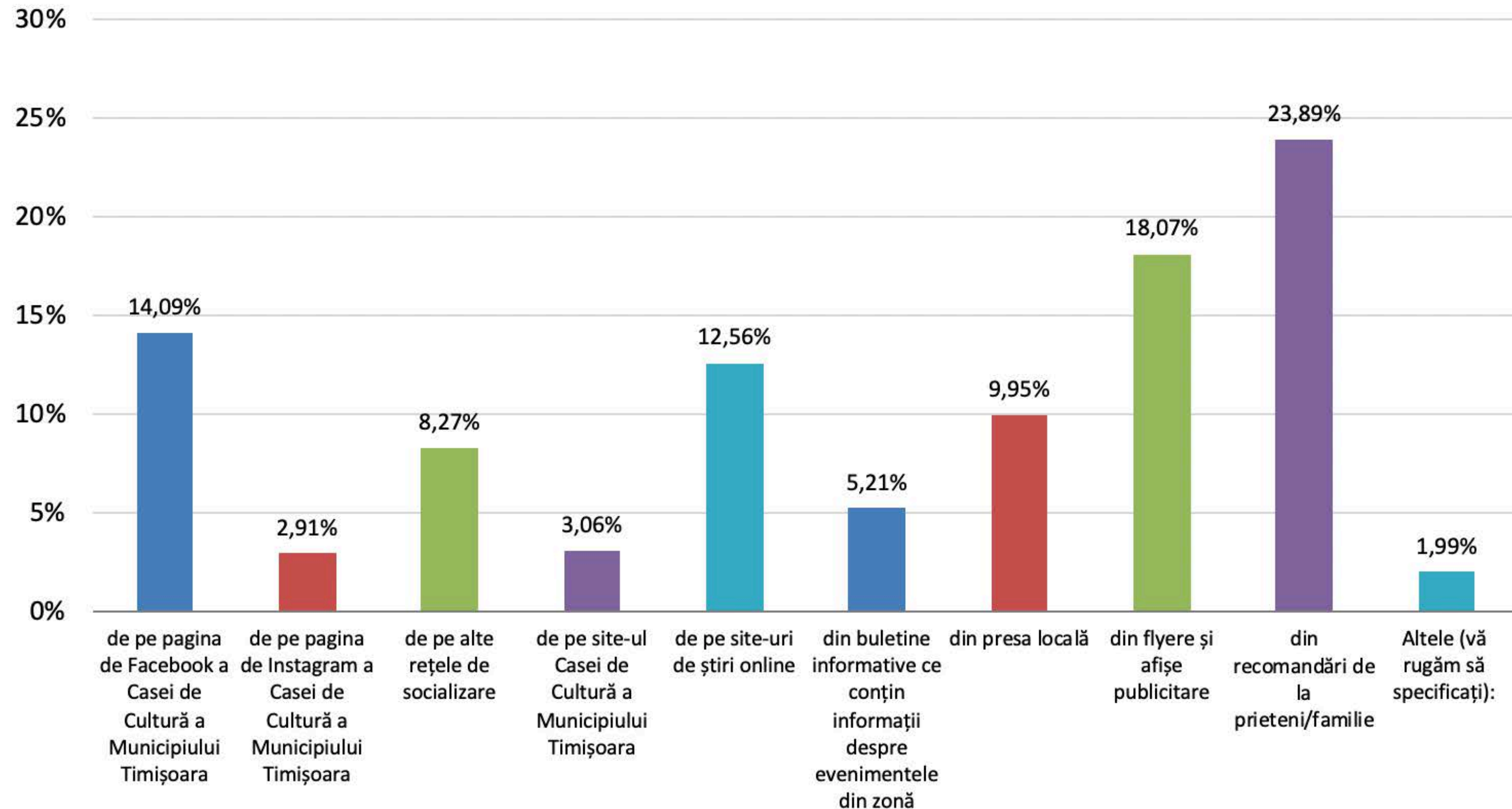
## activitățile din cartiere



# Ați dori să participați la următoarea ediție a Festivalului Inimilor?

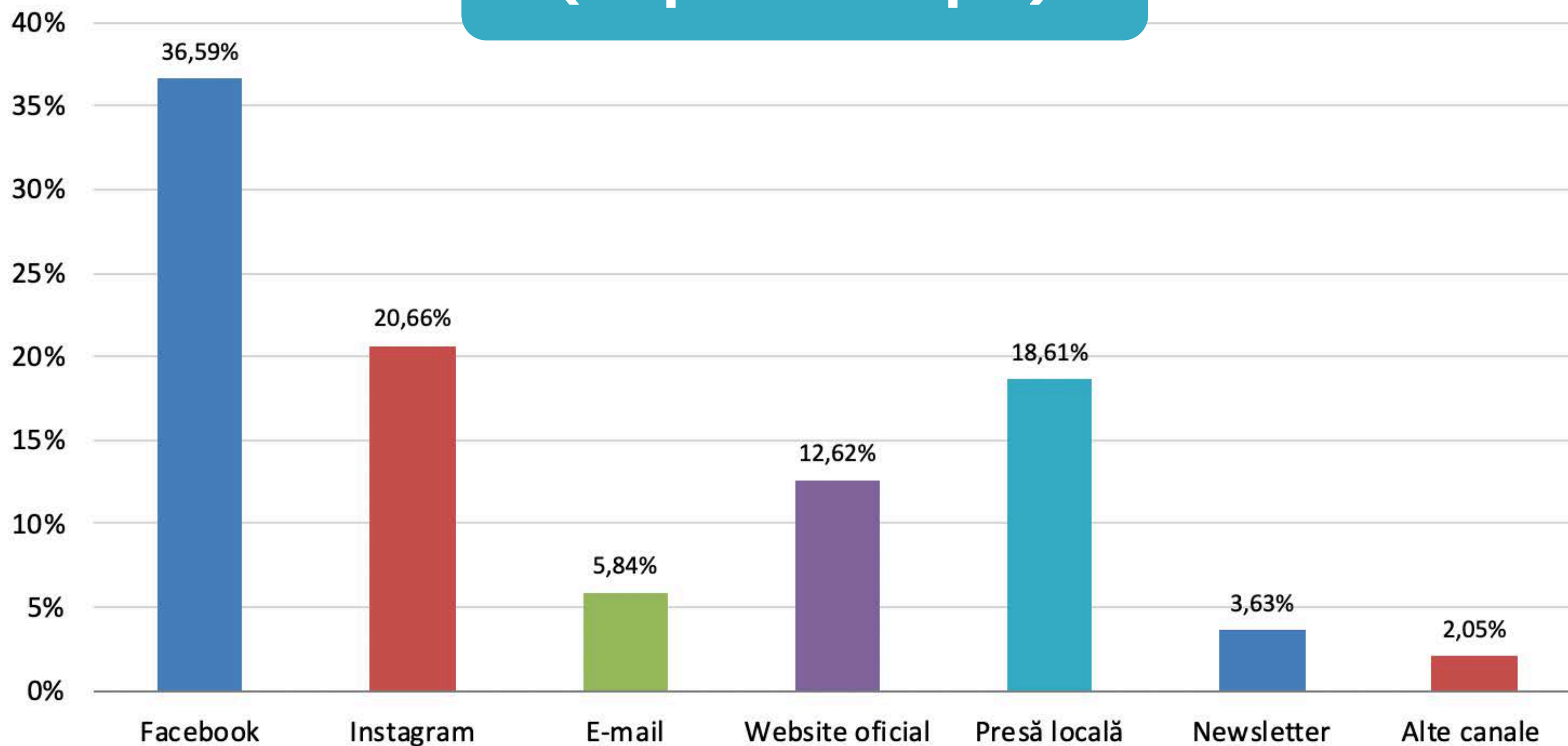


# De unde vă informați cel mai des despre Festivalul Inimilor, eveniment organizat de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?



# Ce canale de comunicare ați prefera să fie utilizate pentru promovarea viitoarelor ediții?

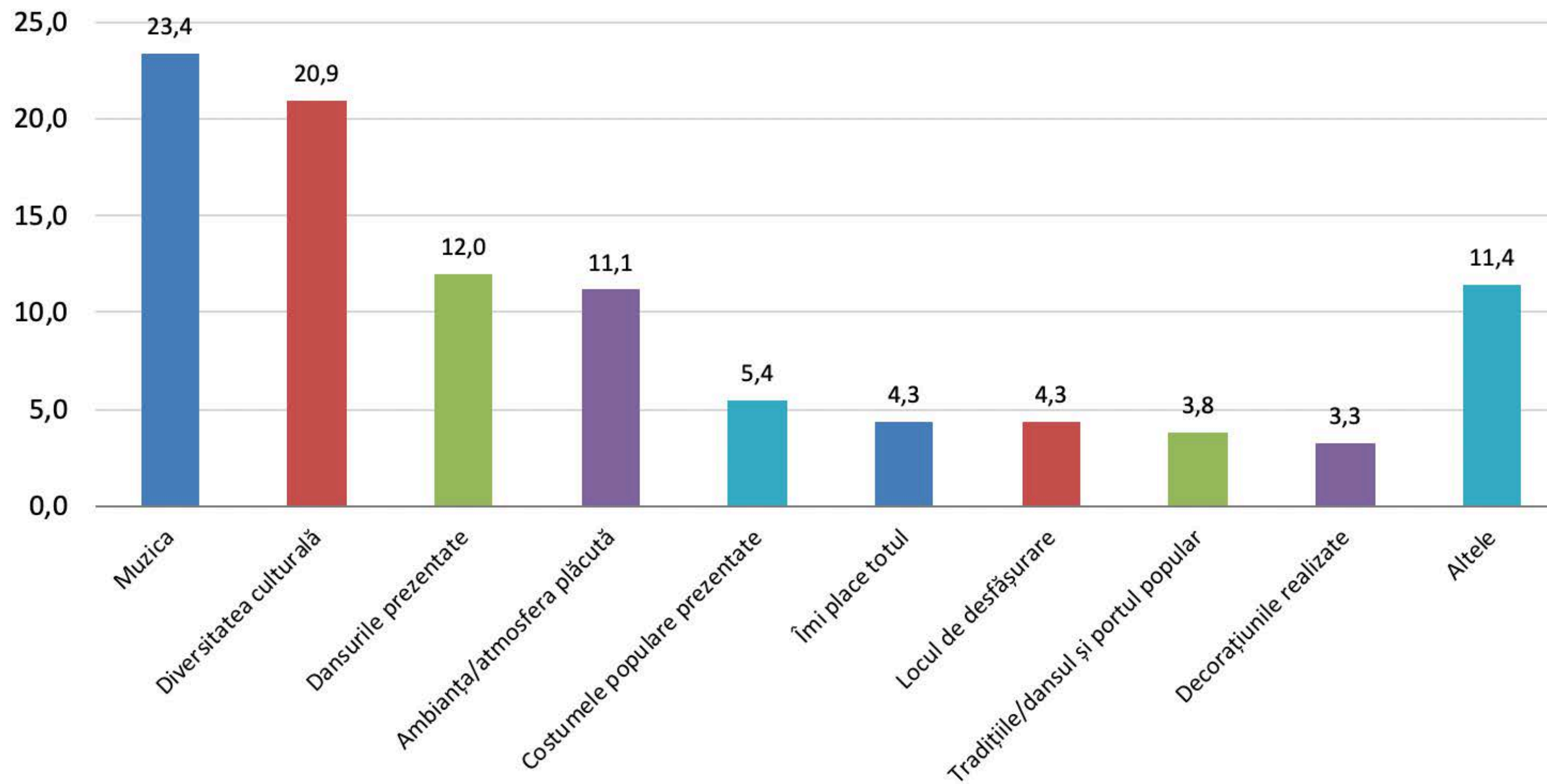
(răspuns multiplu)





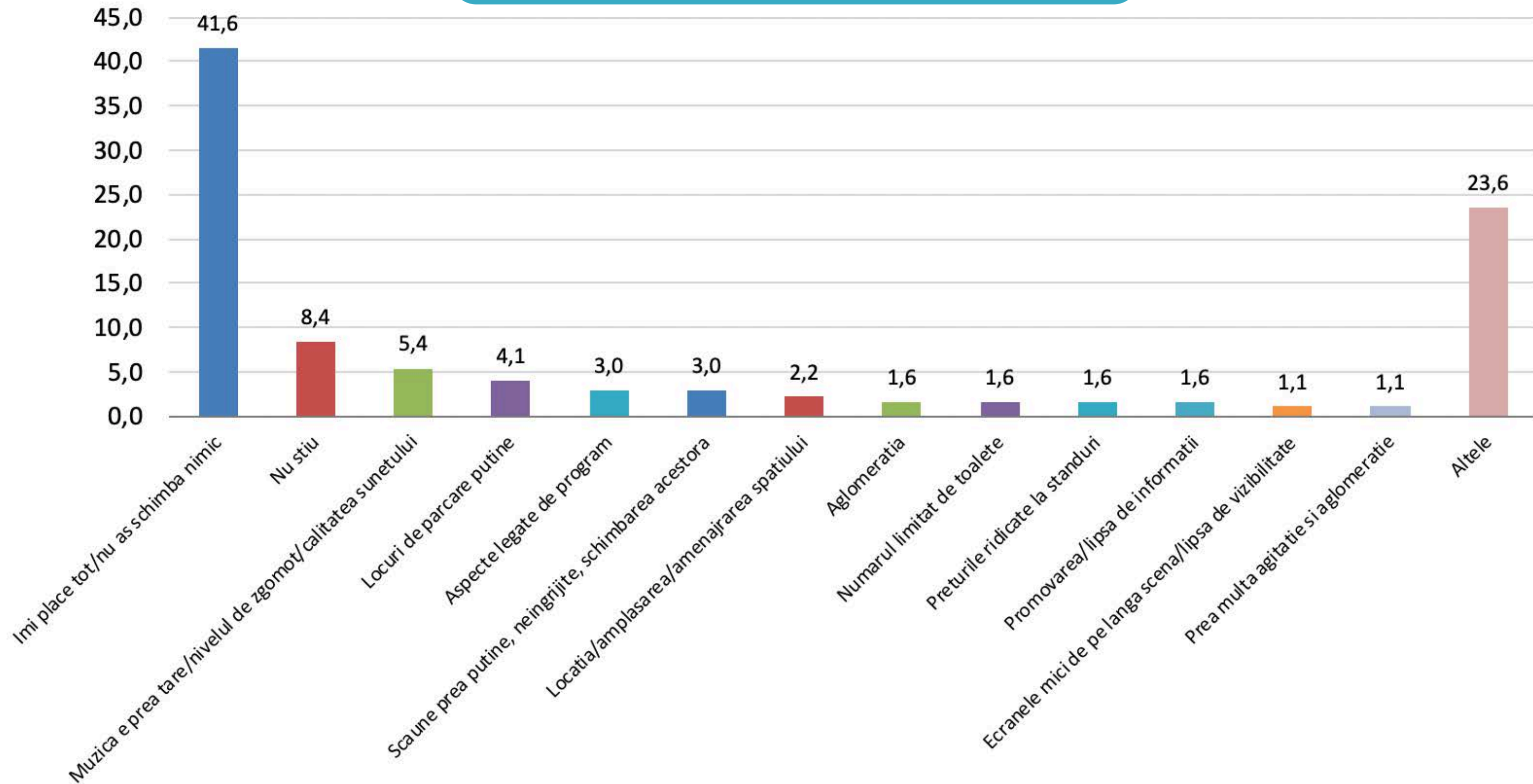
# Ce vă place cel mai mult la Festivalul Inimilor?

(întrebare deschisă)



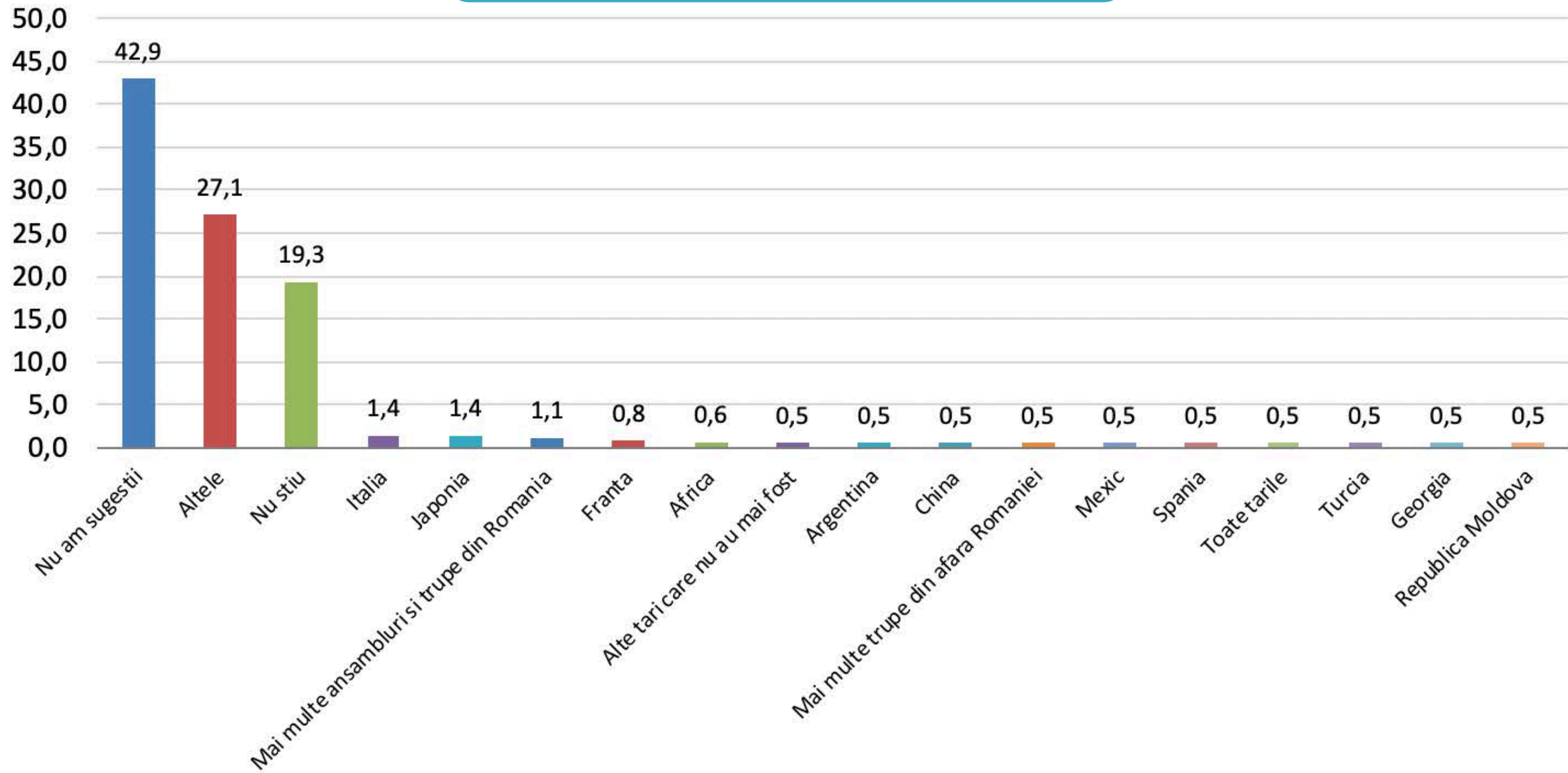
# Ce nu v-a plăcut sau ce ați schimba la Festivalulu Inimilor?

(întrebare deschisă)

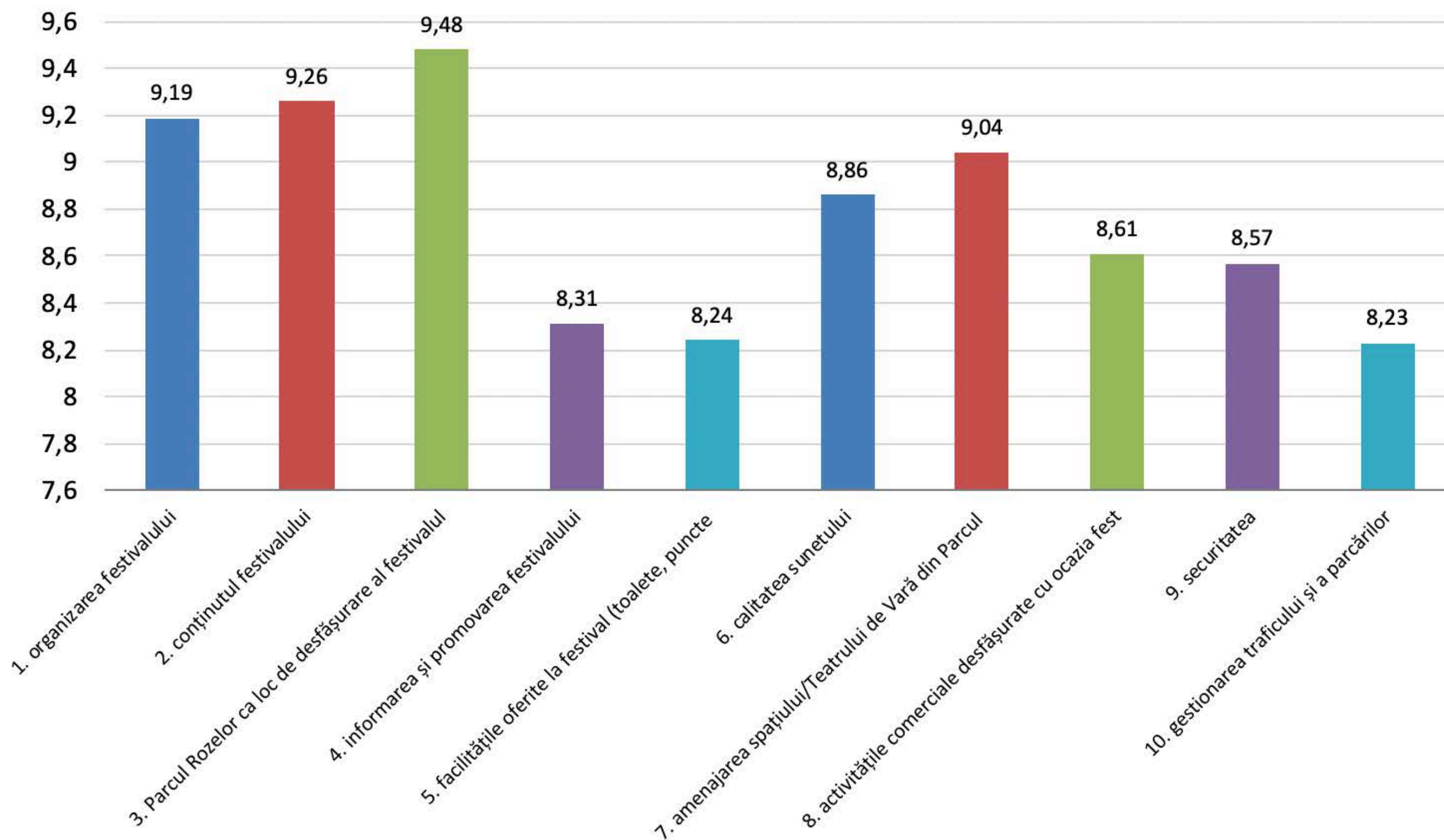


# Aveți sugestii pentru invitați speciali sau trupe din alte țări pe care ați dori să le vedeți la Festival?

(întrebare deschisă)

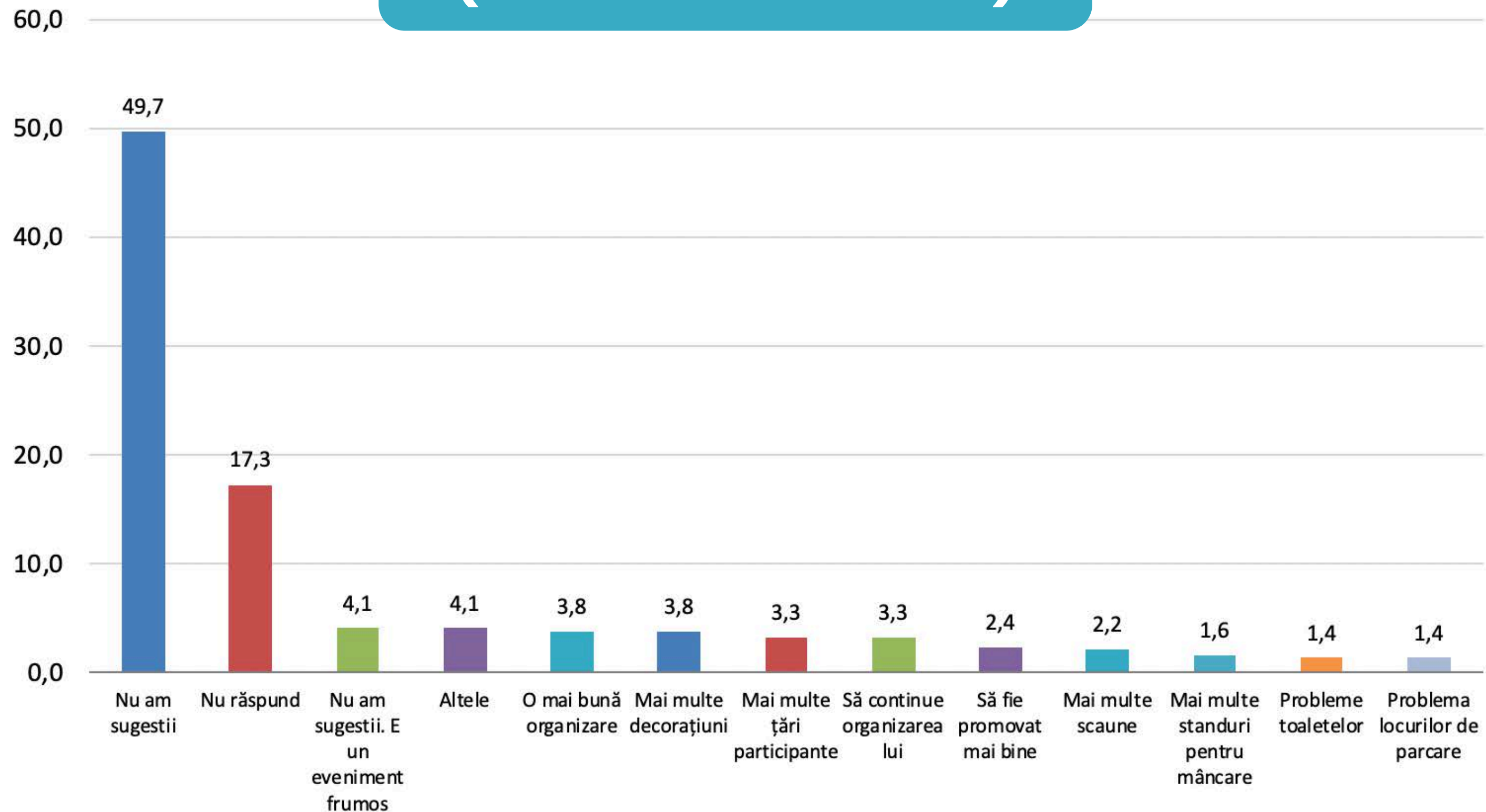


# Pe o scară de la 1 la 10, unde 1 este minim și 10 este maxim, cum evaluați:

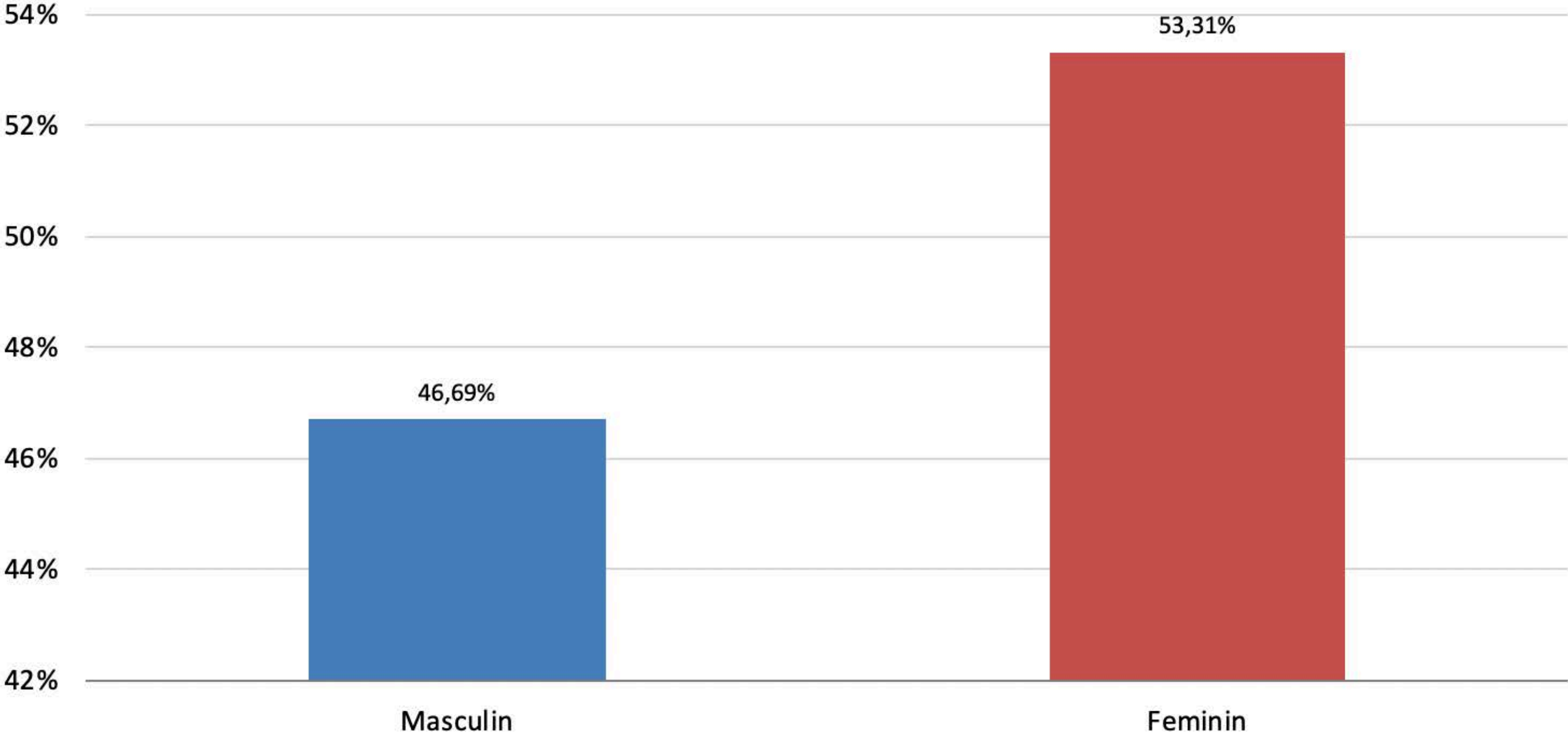


# Aveți alte sugestii sau comentarii legate de organizarea Festivalului Inimilor?

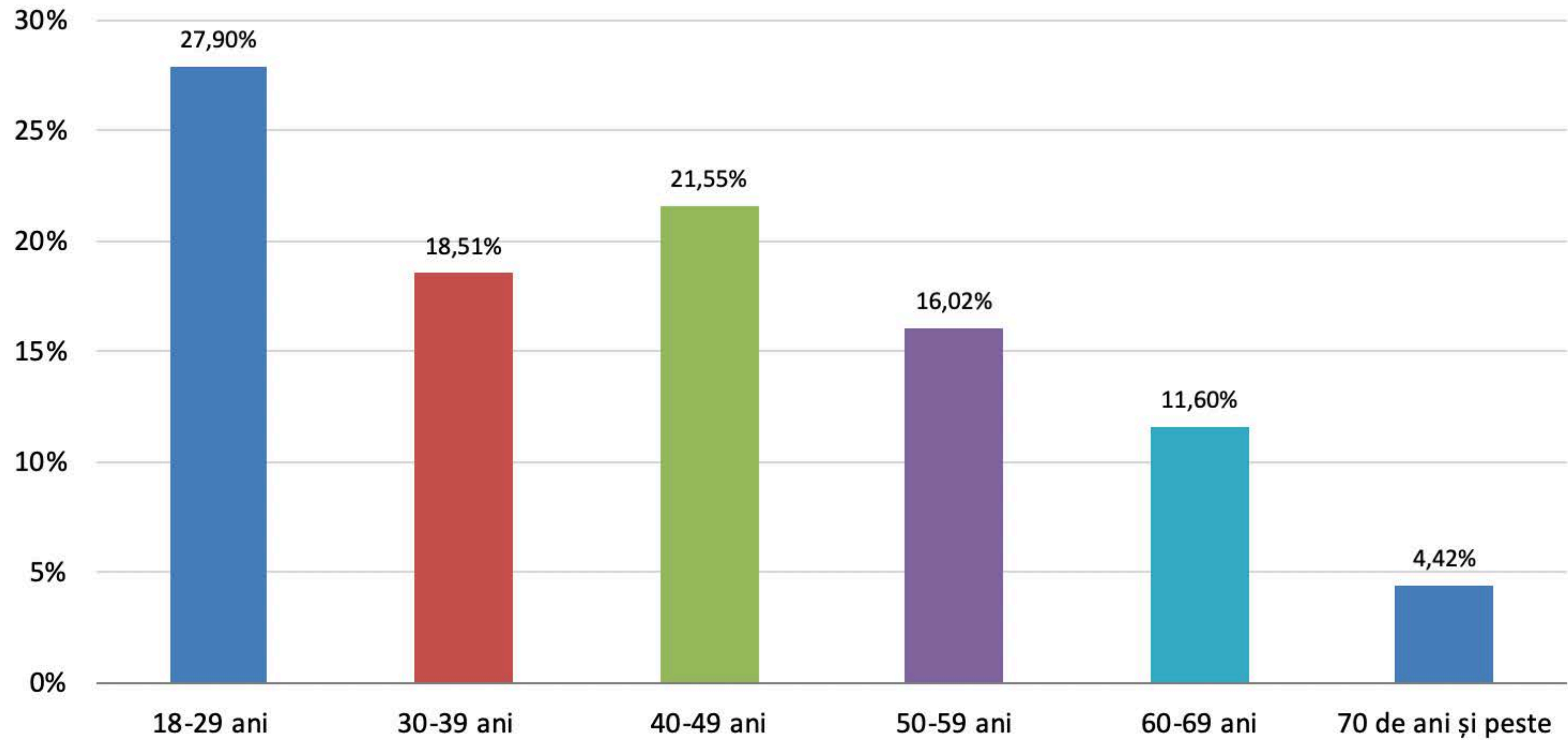
(întrebare deschisă)



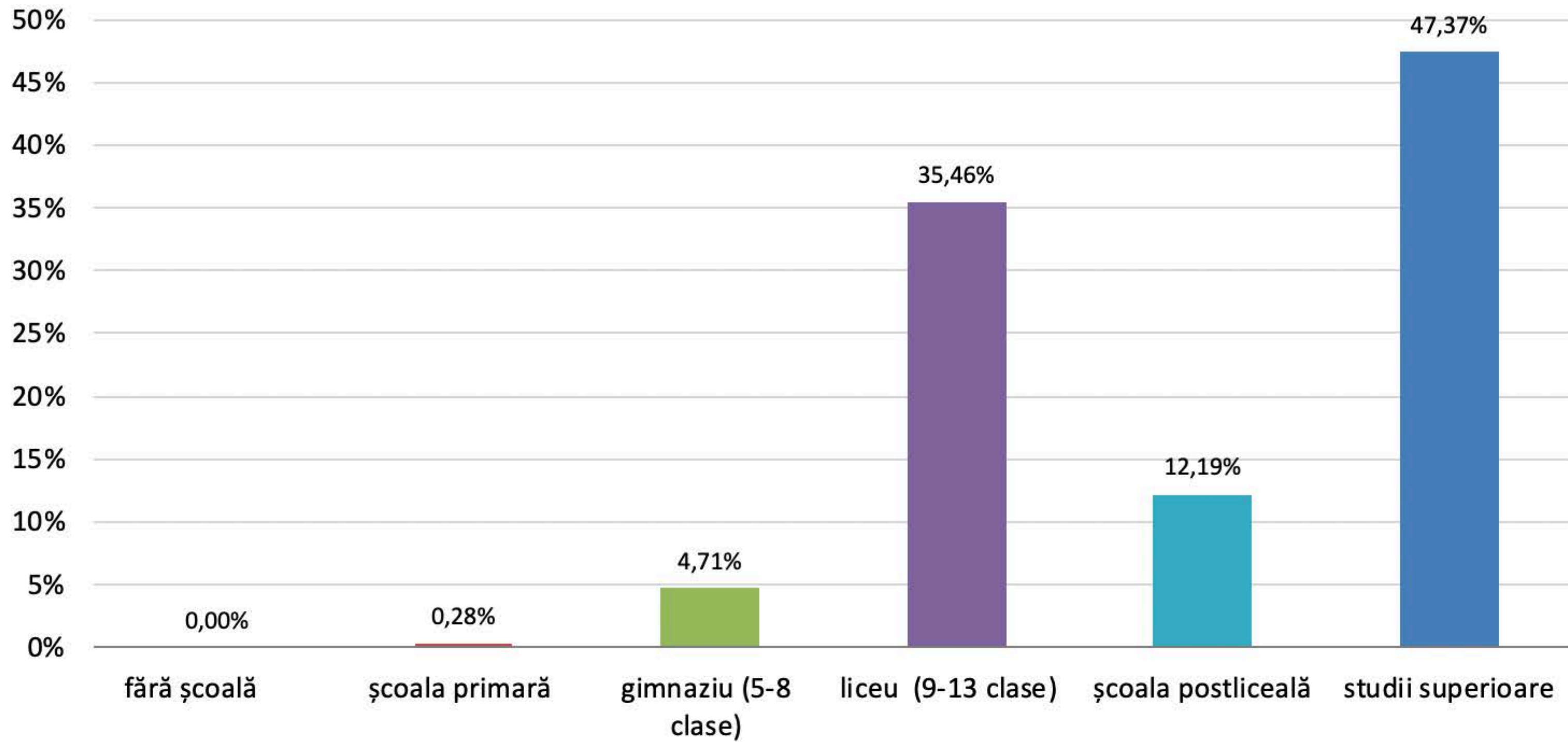
# Sex



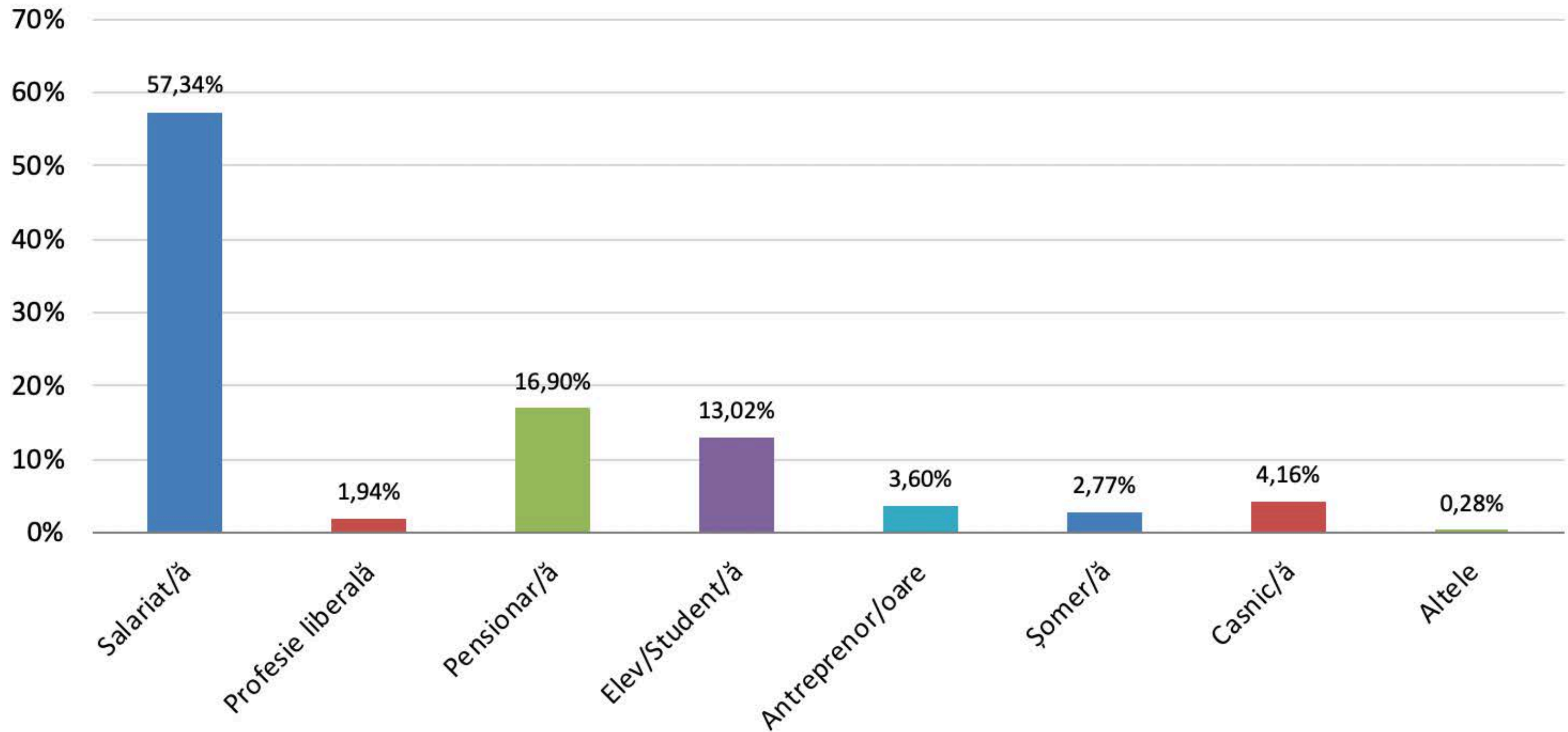
# Vârsta



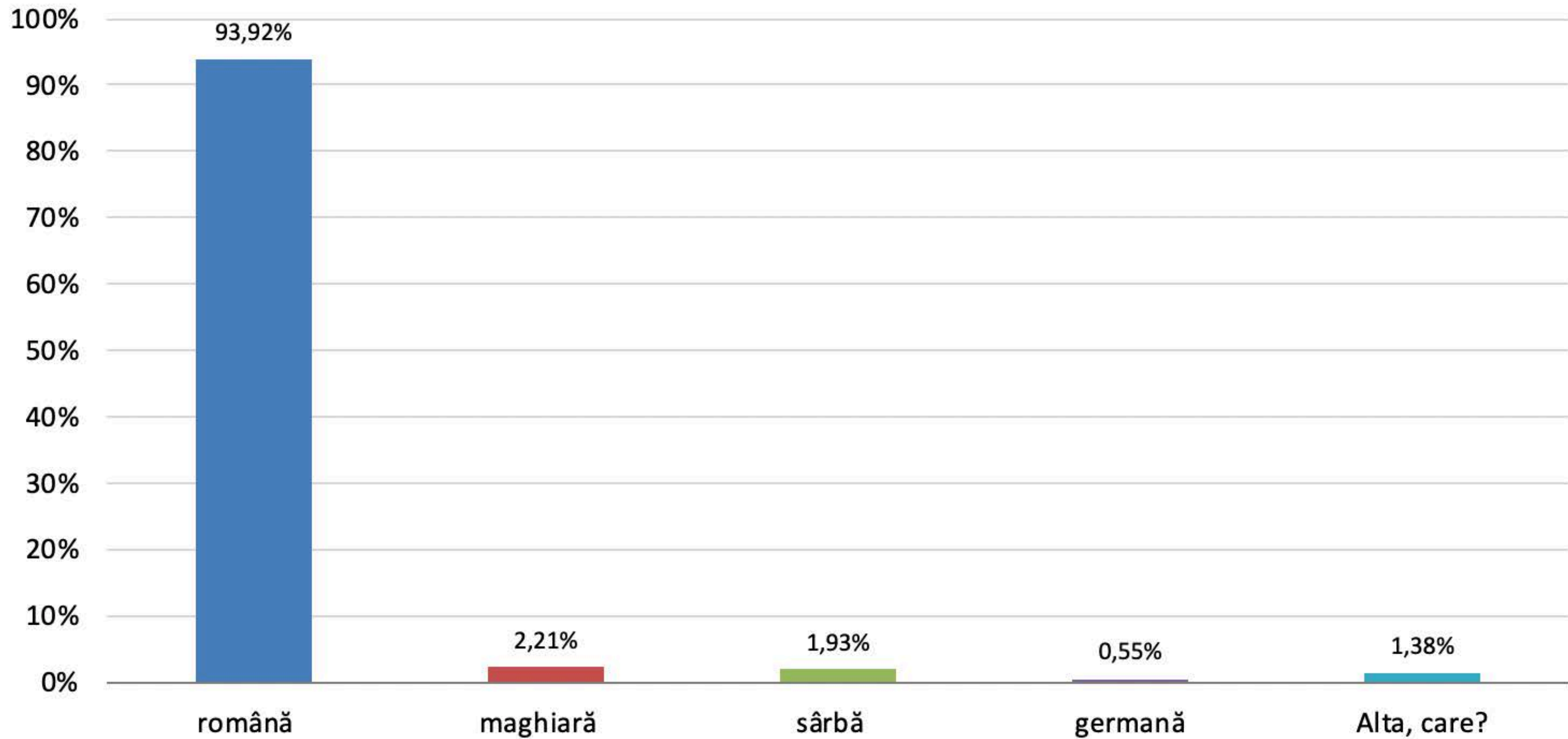
# Ultima școală absolvită



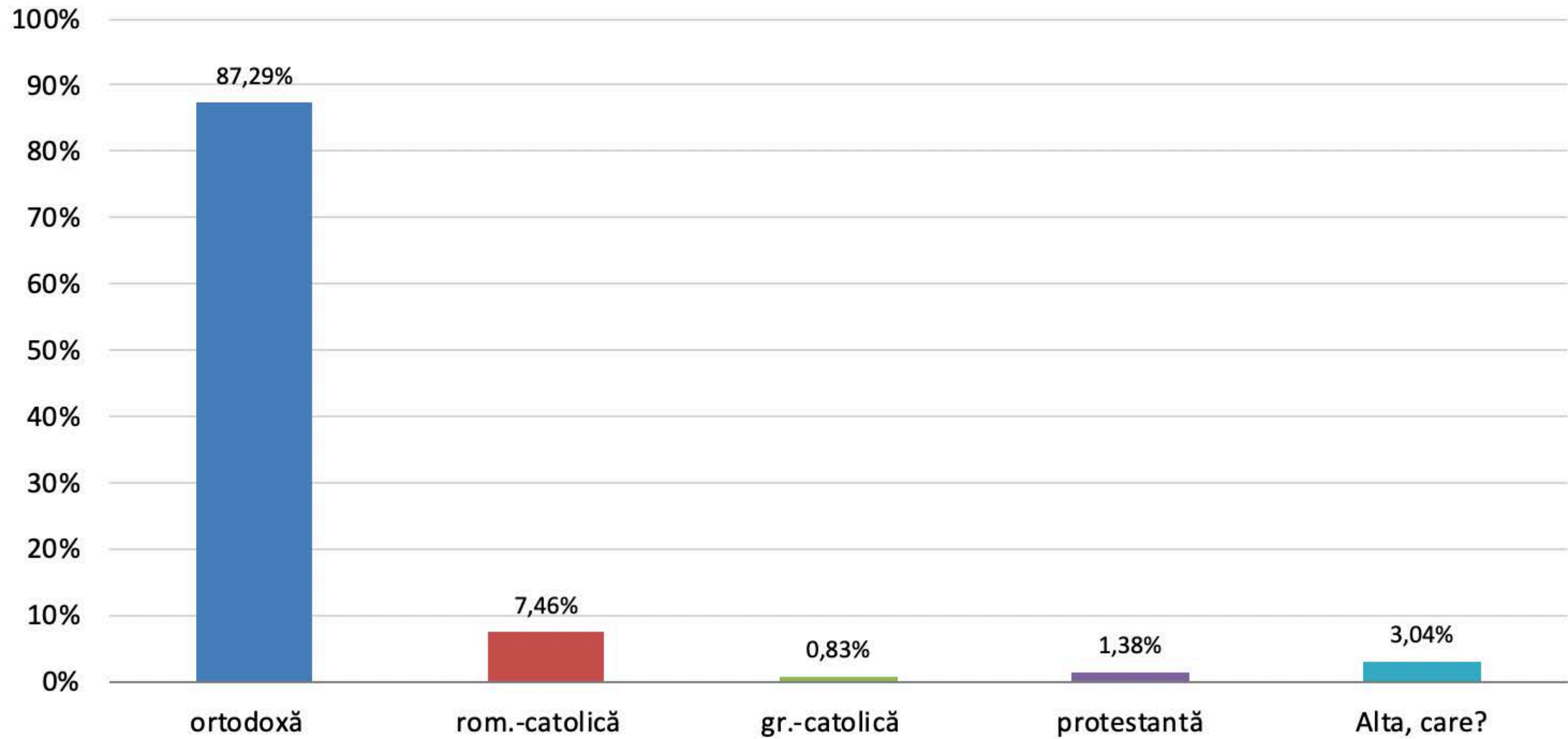
# Statut ocupațional



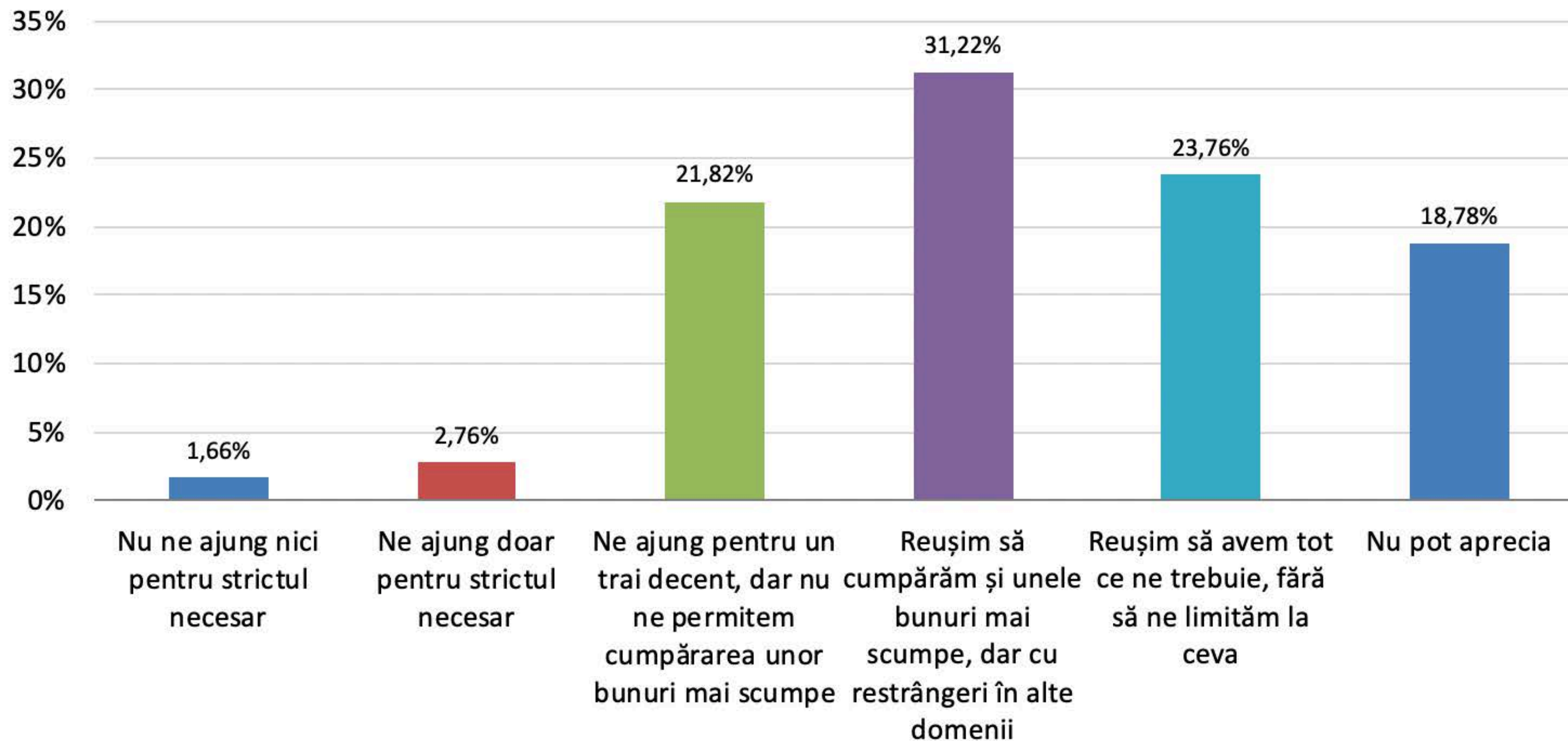
# Naționalitatea



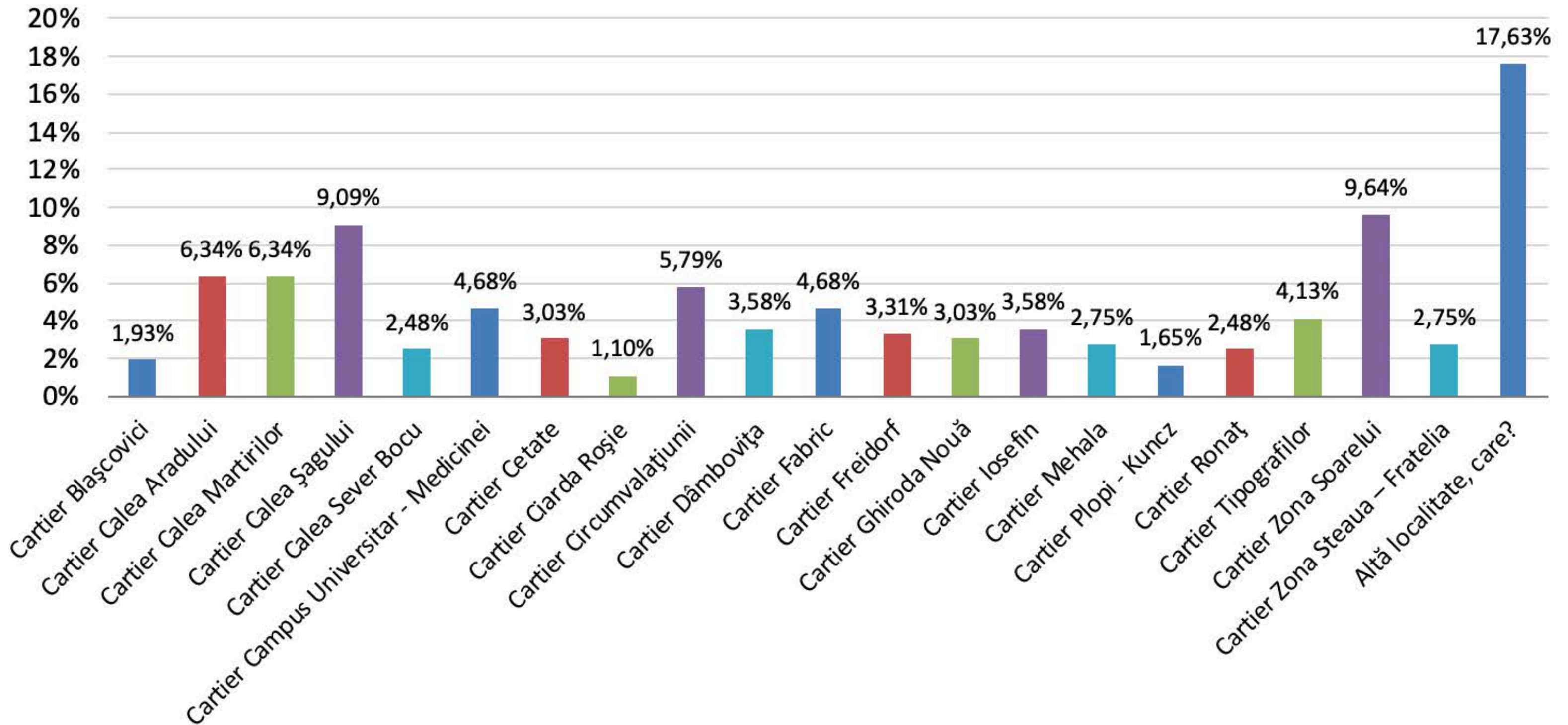
# Religia



# Cum ați aprecia veniturile actuale ale familiei dumneavoastră în raport cu necesitățile?



# Cartier/Localitate



**Alte localităţi:** Giroc, Chişoda, Giarmata, Ghiroda, Şag, Jimbolia, Lugoj, Liebling, Recaş, Săcălaz, Reşiţa, Voiteg, Lupeni, Vulcan, Arad, Cluj, Baia Mare

# SINTEZA REZULTATELOR

01

## Aprecierea organizării festivalului:

Pe o scară de la 1 la 10, majoritatea respondenților au evaluat organizarea festivalului cu note între 8 și 10, cu un punctaj predominant de 10 (52.2%). Notele mai mici de 6 au fost aproape inexistente.

02

## Participare anterioară:

Majoritatea participanților (46%) au participat la între 1-3 ediții ale festivalului.

03

## Motivele participării:

Principalele motive pentru prezența la festival includ: diversitatea culturală (19%), muzica (16.8%), dragostea pentru tradiții și portul popular (11.4%) și curiozitatea (10.1%).



# SINTEZA REZULTATELOR

04

## Interes pentru aspectele festivalului:

Cele mai apreciate aspecte includ diversitatea culturală și muzica (cu note mari de interes), parada portului popular, muzica live și spectacolele, atmosfera festivalului și gastronomia variată.

05

## Participarea viitoare:

Majoritatea participanților (95.86%) și-au exprimat dorința de a participa la următoarea ediție a festivalului.

06

## Cunoașterea organizatorilor festivalului:

Majoritatea participanților (61.84%) declară că sunt bine informați despre organizatorii festivalului. Cu toate acestea, aproape 38.16% dintre participanți nu sunt conștienți de cine organizează festivalul, indicând un potențial de îmbunătățire în strategia de comunicare.



# SINTEZA REZULTATELOR

07

## Sursele de informare:

Cele mai utilizate surse pentru informare despre festival sunt pagina de Facebook a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara și presa locală.

08

## Sursele principale de informare:

Recomandările prietenilor și familiei reprezintă sursa principală de informare cu privire la festival (23,89%). Publicitatea tradițională prin flyere și afișe rămâne foarte eficientă în atragerea atenției asupra festivalului (18,07%). Participanții preferă și canalele de comunicare precum Facebook pentru comunicarea evenimentelor culturale și pentru diseminarea informațiilor despre festival (14,09%).



# SINTEZA REZULTATELOR

09

## Preferințele pentru canalele de comunicare:

Principalele canale de comunicare preferate pentru promovarea „Festivalului Inimilor” sunt Facebook (36.59%), Instagram (20.66%) și presa locală (18.61%). Utilizarea paginii web, a e-mailurilor și newsletterelor ar putea completa strategia, asigurând informarea eficientă a unui public diversificat.

10

## Aspecte apreciate la festival:

Participanții apreciază cel mai mult muzica (23.4%), diversitatea culturală și prezența altor culturi (20.9%) și dansurile prezentate (12.0%).



# SINTEZA REZULTATELOR

11

## Aspecte neplăcute și sugestii:

Majoritatea participanților la Festivalul Inimilor (aproximativ 41.57%) declară că nu ar schimba nimic la eveniment, indicând un grad ridicat de satisfacție generală. Probleme identificate includ: muzica prea tare și calitatea sunetului (5.4%), lipsa locurilor de parcare (4.1%), aspecte legate de program și scaunele insuficiente sau neîngrijite (3% fiecare).

12

## Potențial de îmbunătățire:

Majoritatea participanților la Festivalul Inimilor sunt mulțumiți de eveniment, cu peste 50% afirmând că nu au sugestii de îmbunătățire. Sugestii minore menționează o organizare mai bună, mai multe decorațiuni, mai multe țări participante și o promovare mai eficientă.



# SINTEZA REZULTATELOR

13

## Evaluarea generală:

Pe o scară de la 1 la 10, participanții la Festivalul Inimilor au evaluat diferitele aspecte ale evenimentului în ordinea descrescătoare a notelor, după cum urmează: Parcul Rozelor ca loc de desfășurare al festivalului (9.48%), Amenajarea spațiului/Teatrului de Vară din Parcul Rozelor (9.04%); Conținutul festivalului (9.26%), Organizarea festivalului (9.19 %). Gestionarea traficului și a parcărilor (8.23%), Facilitățile oferite la festival (toailete, puncte de informare etc.) (8.24%) precum și Informarea și promovarea festivalului (8.31%) reprezintă aspectele cu cel mai mare potențial de îmbunătățire.





# Orizontul de așteptări al populației din Timișoara cu privire la evenimentele culturale din agenda CCMT

*Decembrie 2023*



**Realizat de sociologii:**

Prof. Univ. Dr. Vasile Gherheș, Universitatea Politehnica

Conf. Univ. Dr. Ciprian Obrad, Universitatea de Vest

# METODOLOGIA DE CERCETARE

01

**Populația anchetei** sau universul o reprezintă populația urbană, cu vârste de peste 18 ani din municipiul Timișoara, Județul Timiș.

02

**Metoda folosită** este sondajul de opinie, ca specie a anchetei sociologice.

03

**Instrument de lucru:** chestionarul administrat de către operatori

- Volum eșantion: 500 persoane
- Reprezentativitate pentru publicul participant, cu eroare de  $\pm 4\%$ , în condițiile unui prag de probabilitate de 95%



# OBIECTIVELE STUDIULUI SOCIOLOGIC

01

Estimarea numărului de participanți la principalele evenimente organizate de către CCMT (Târgul de Crăciun, Festivalul Inimilor, Edupol, Ziua Timișoarei, Târgul de Paște, etc.).

02

Determinarea frecvenței de consum cultural pentru principalele activități și evenimente ale CCMT.

03

Evidențierea percepțiilor publicului timișorean asupra evenimentelor culturale publice.

04

Realizarea profilului publicului consumator (fidel) pentru principalele evenimente organizate de CCMT.

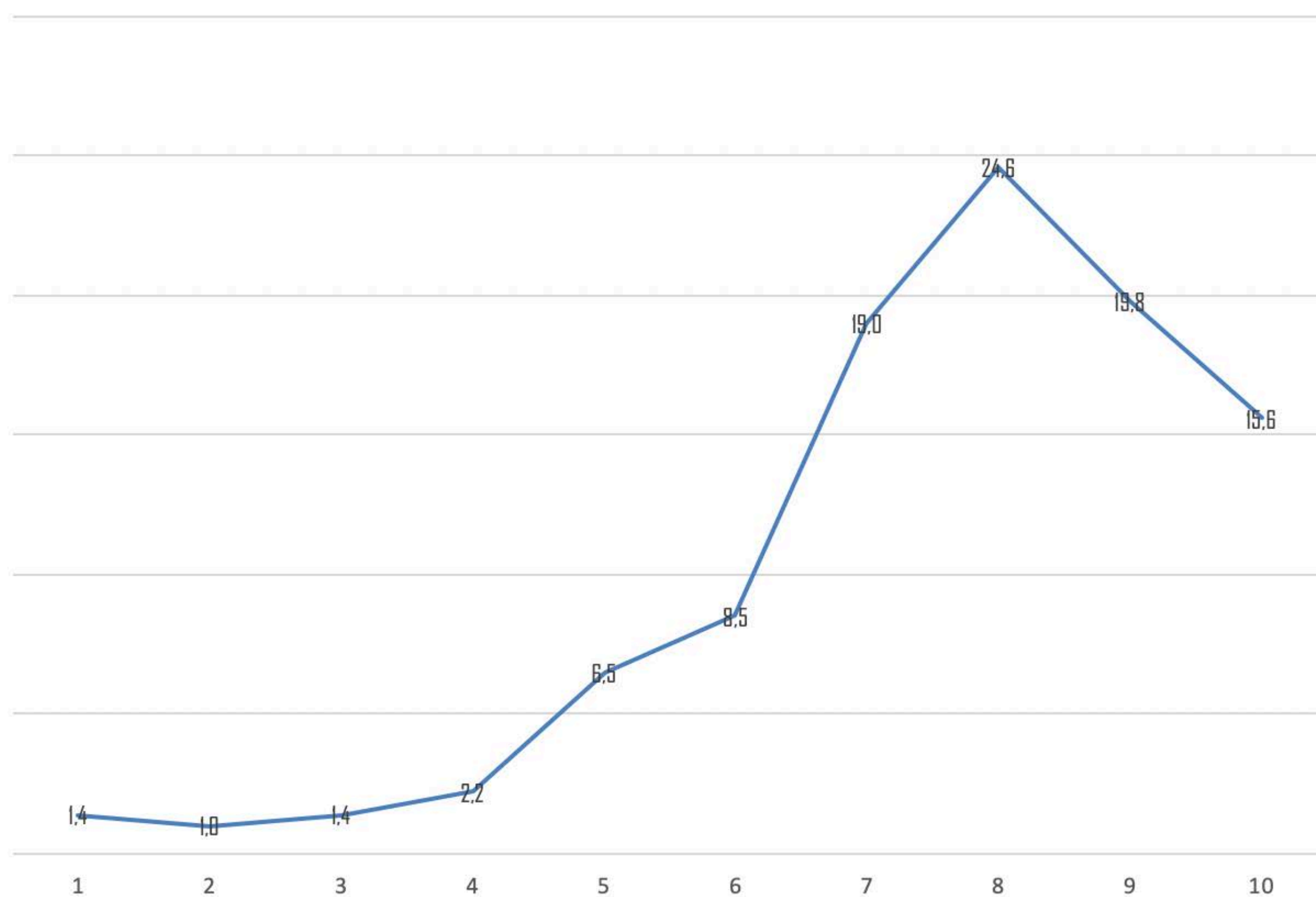
05

Identificarea nevoilor publicului timișorean pentru adaptarea cât mai bună a agendei culturale a CCMT.

06

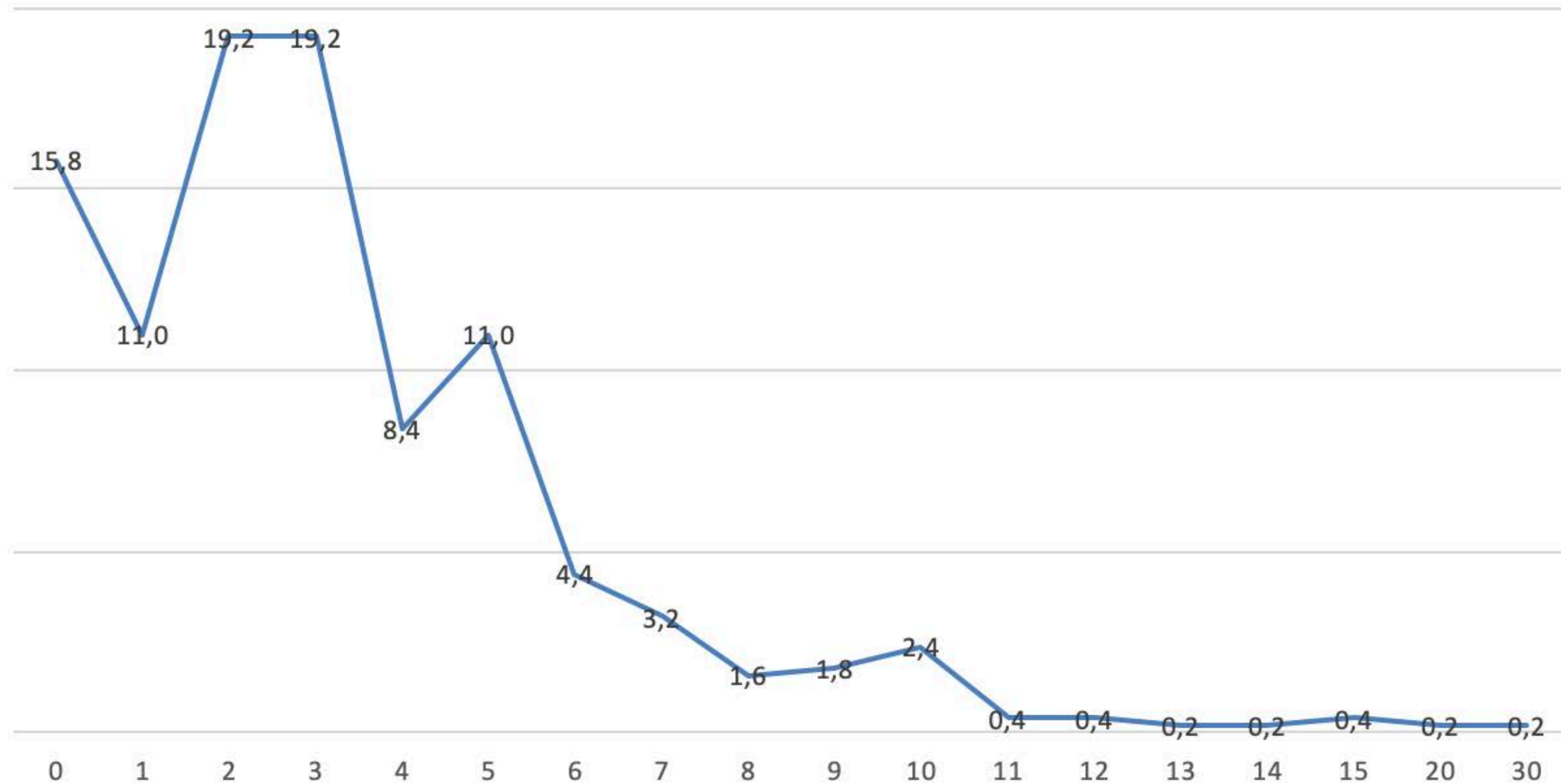
Evaluarea imaginii CCMT și notorietății.

# Pe o scală de la 1 la 10, unde 1 e minim, iar 10 e maxim, cum apreciați viața culturală din Timișoara în ultimele 12 luni?



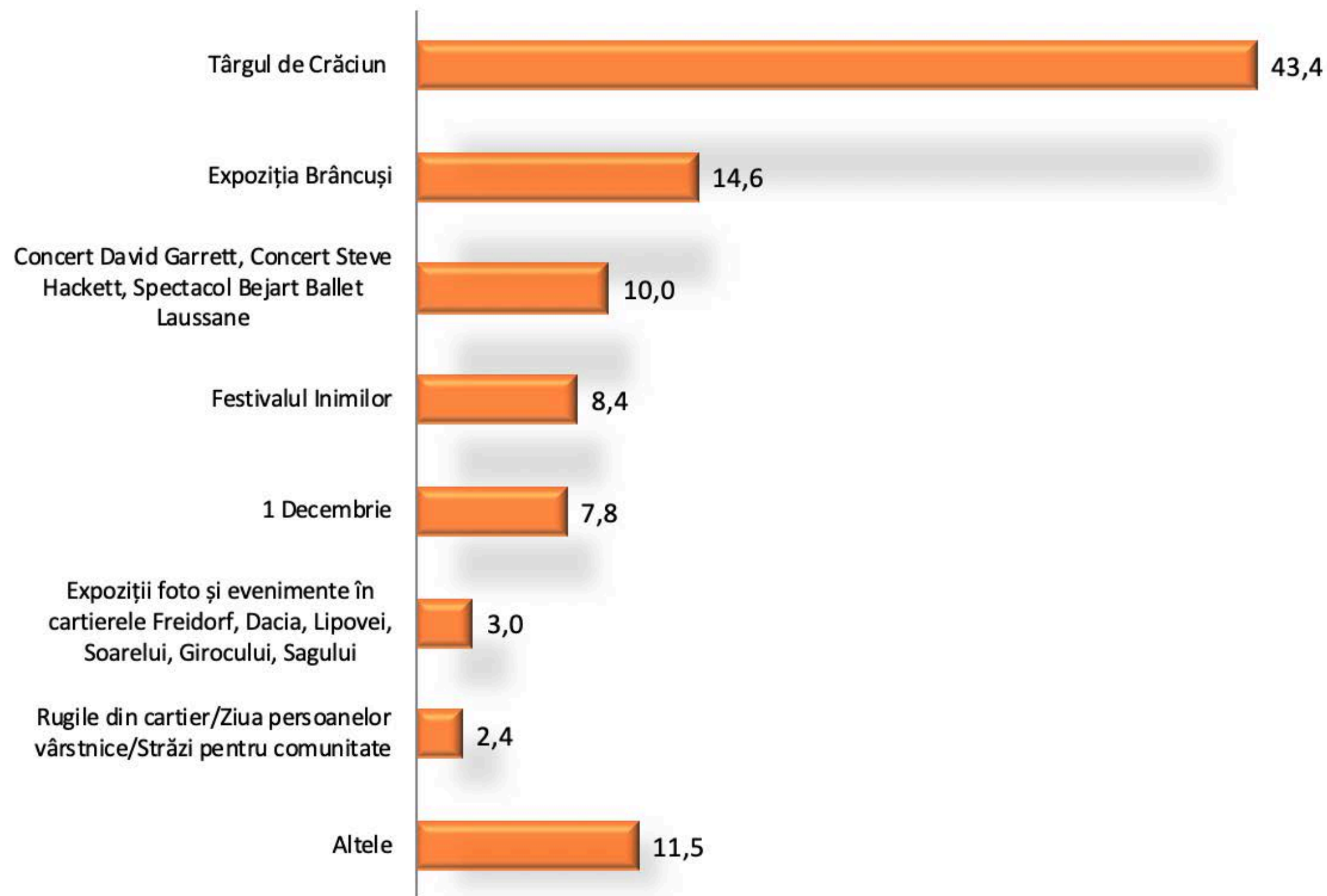
*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# La aproximativ câte evenimente din programul Timișoara Capitală Europeană a Culturii 2023 ați participat în ultimele 12 luni?



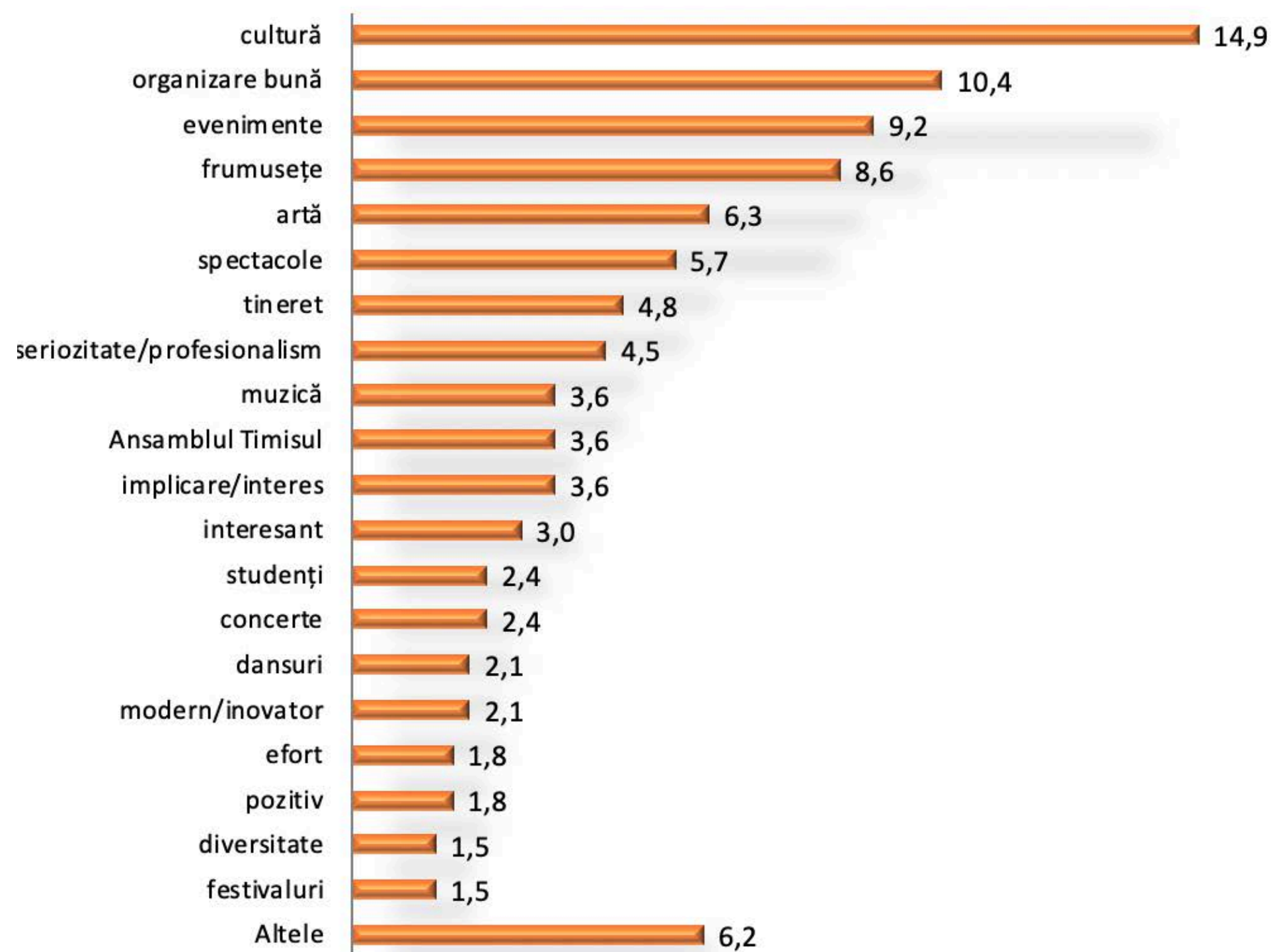
*\*Exprimare procentuală, din total eșantion*

# Care dintre evenimentele culturale la care ați participat în ultimele 12 luni la Timișoara v-a impresionat cel mai tare?



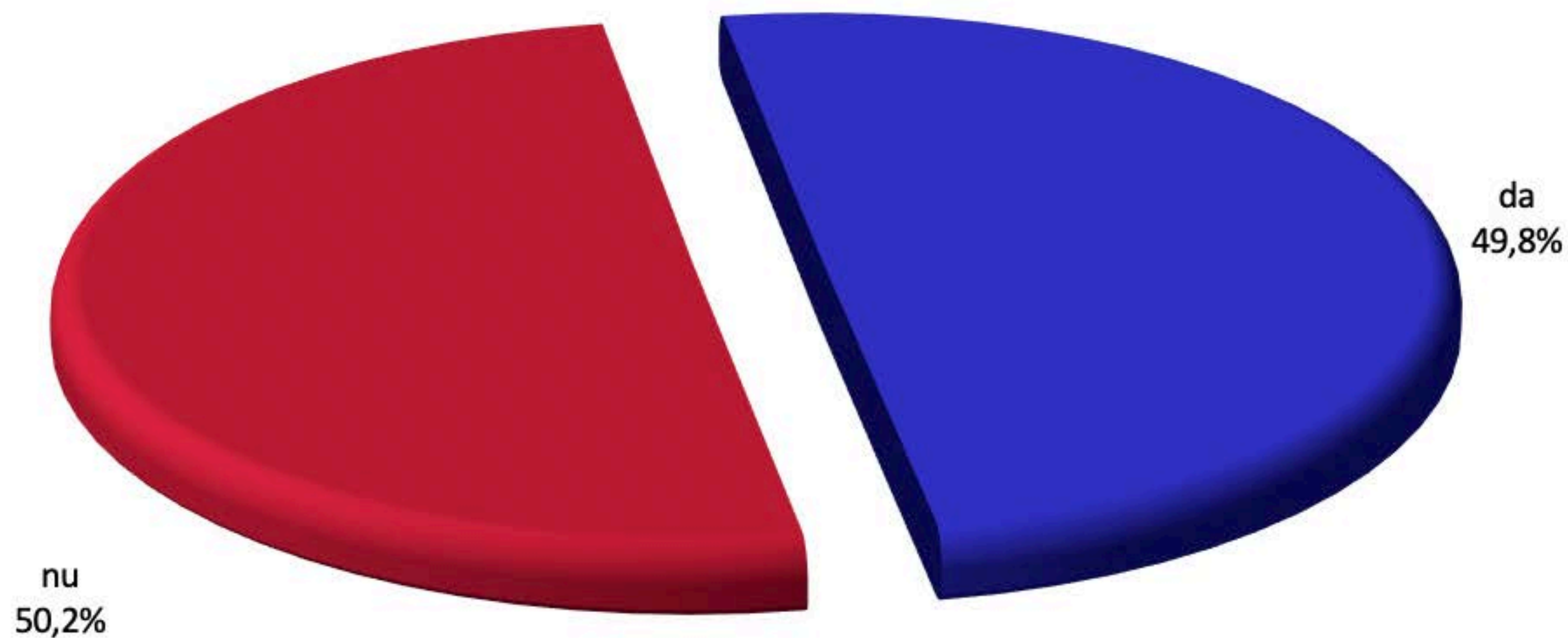
*\*Exprimare procentuala, din total raspunsuri*

# Vă rugăm să ne spuneți care sunt primele cuvinte care vă vin în minte atunci când vă gândiți la Casa de Cultură a Municipiului Timișoara



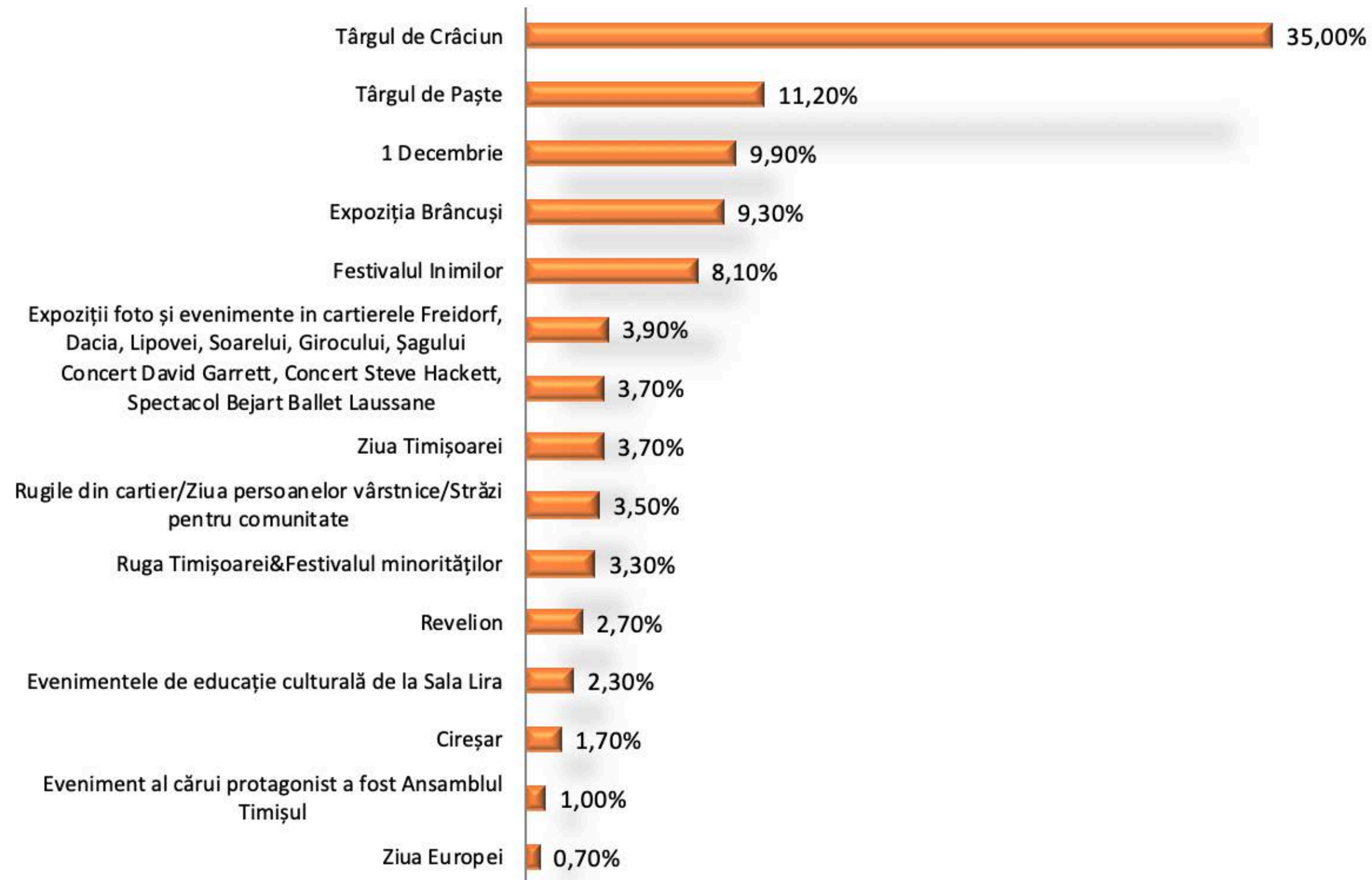
*\*Exprimare procentuală, din total raspunsuri*

# Cunoașteți vreun eveniment organizat de către Casa de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT)?



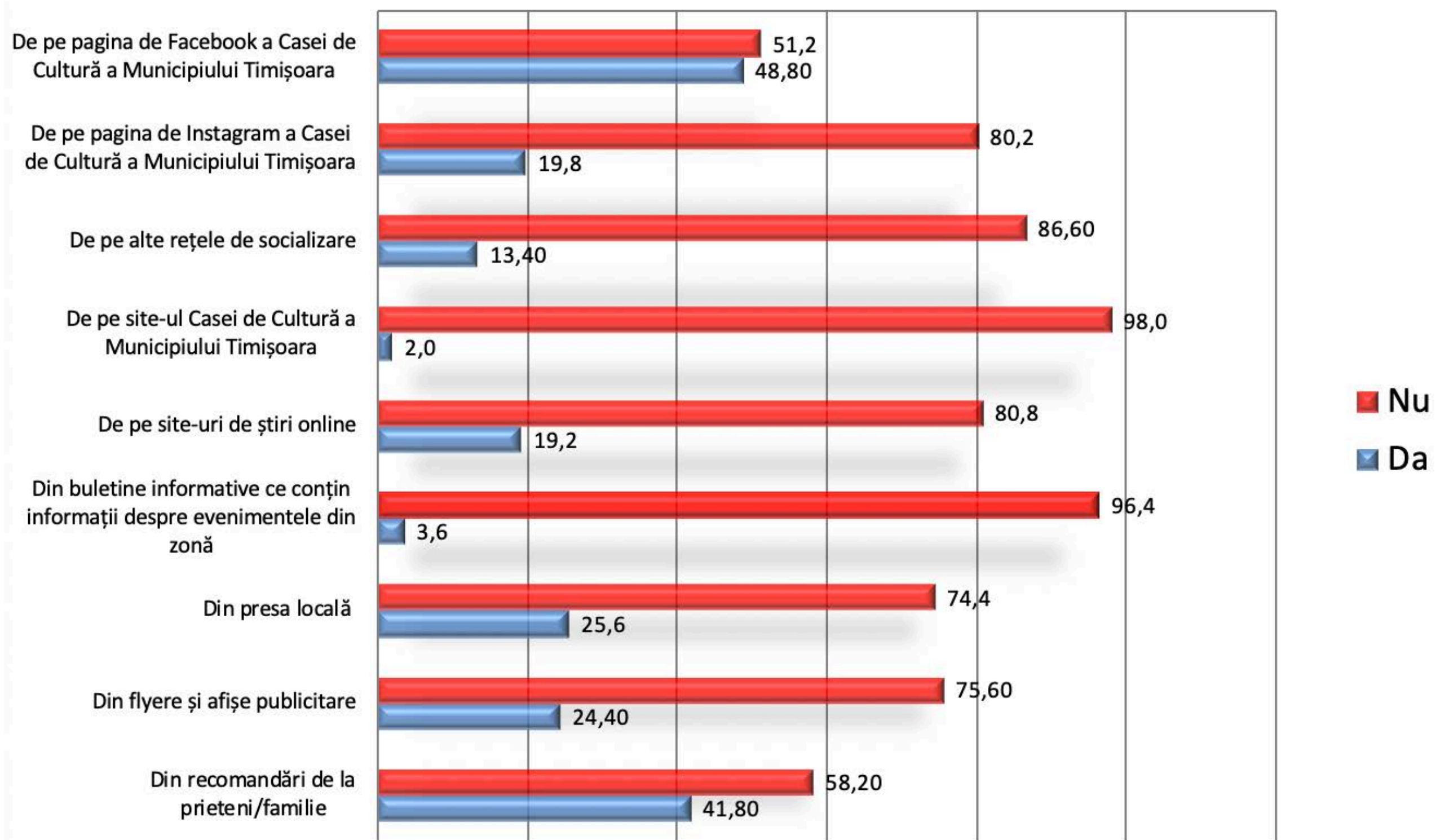
*\*Exprimare procentuală, din total raspunsuri*

# Cunoașteți vreun eveniment organizat de către Casa de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT)? Dacă da, vă rugăm menționați maxim 3 dintre ele.



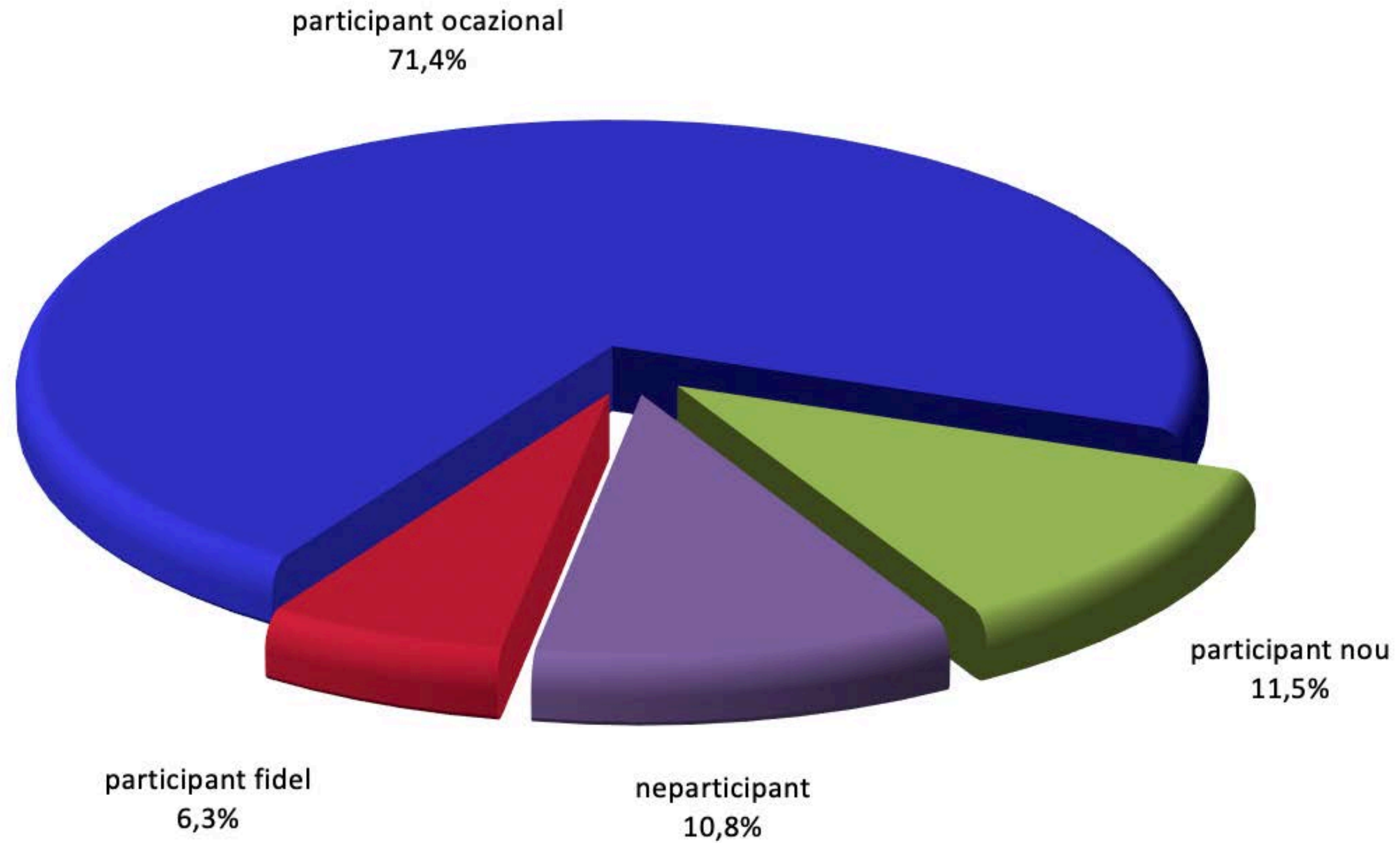
\*Exprimare procentuală, din total raspunsuri

# De unde vă informați cel mai des despre evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?



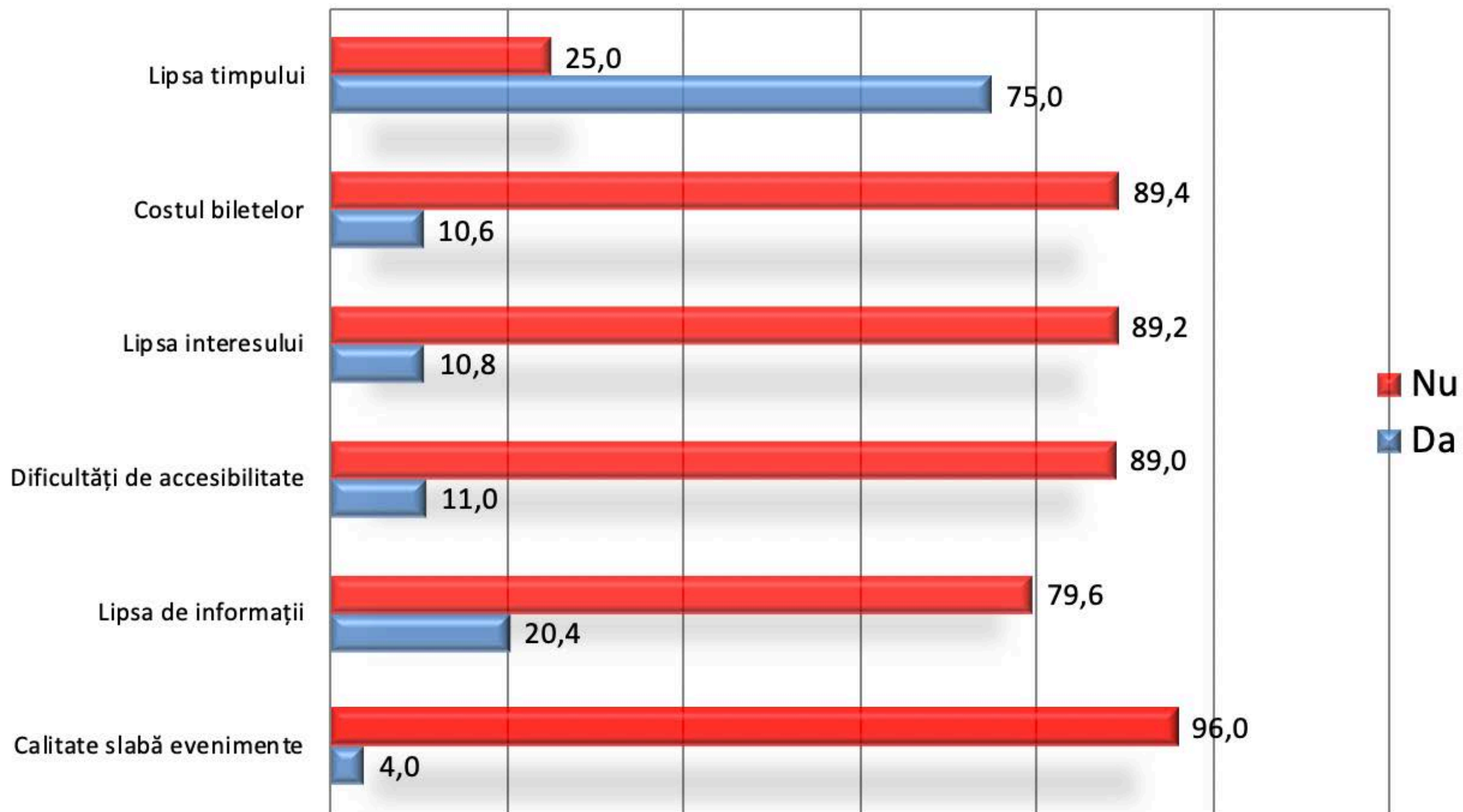
*\*Exprimare procentuala, din total raspunsuri*

# Cum ați clasifica frecvența dvs. de participare la evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?



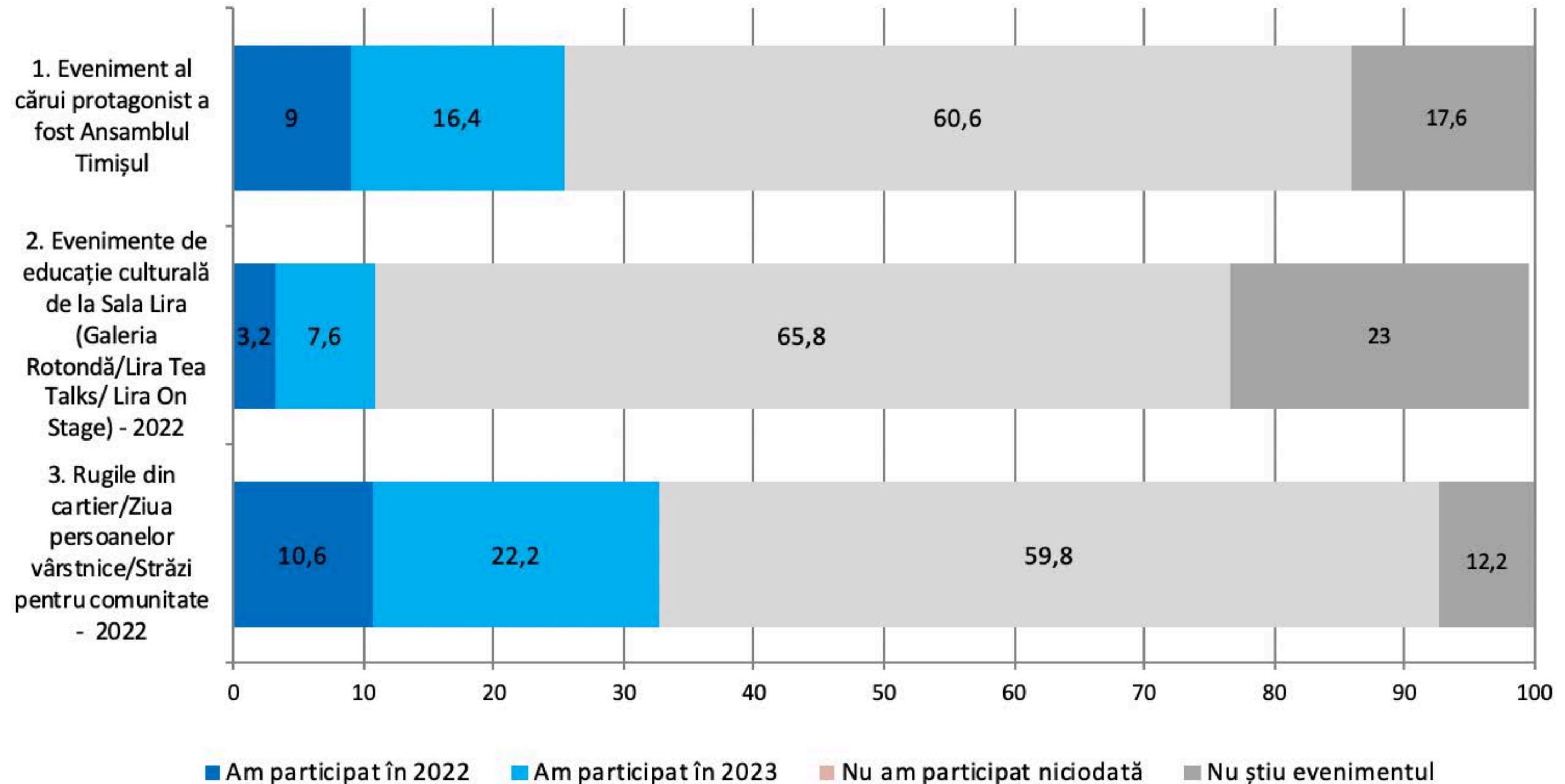
*\*Exprimare procentuala, din total raspunsuri*

# Care sunt principalele bariere care vă împiedică să participați la evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?

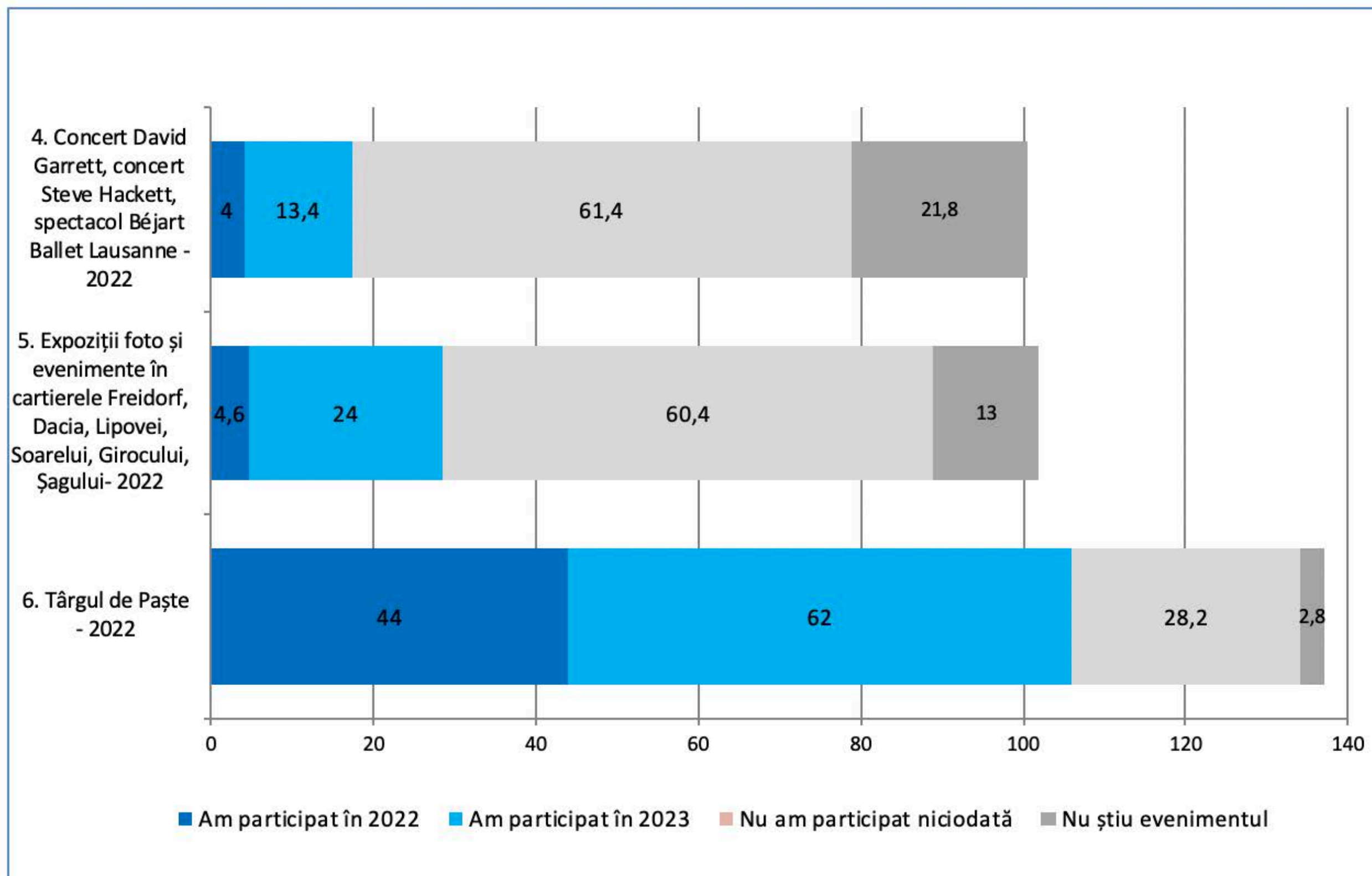


\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

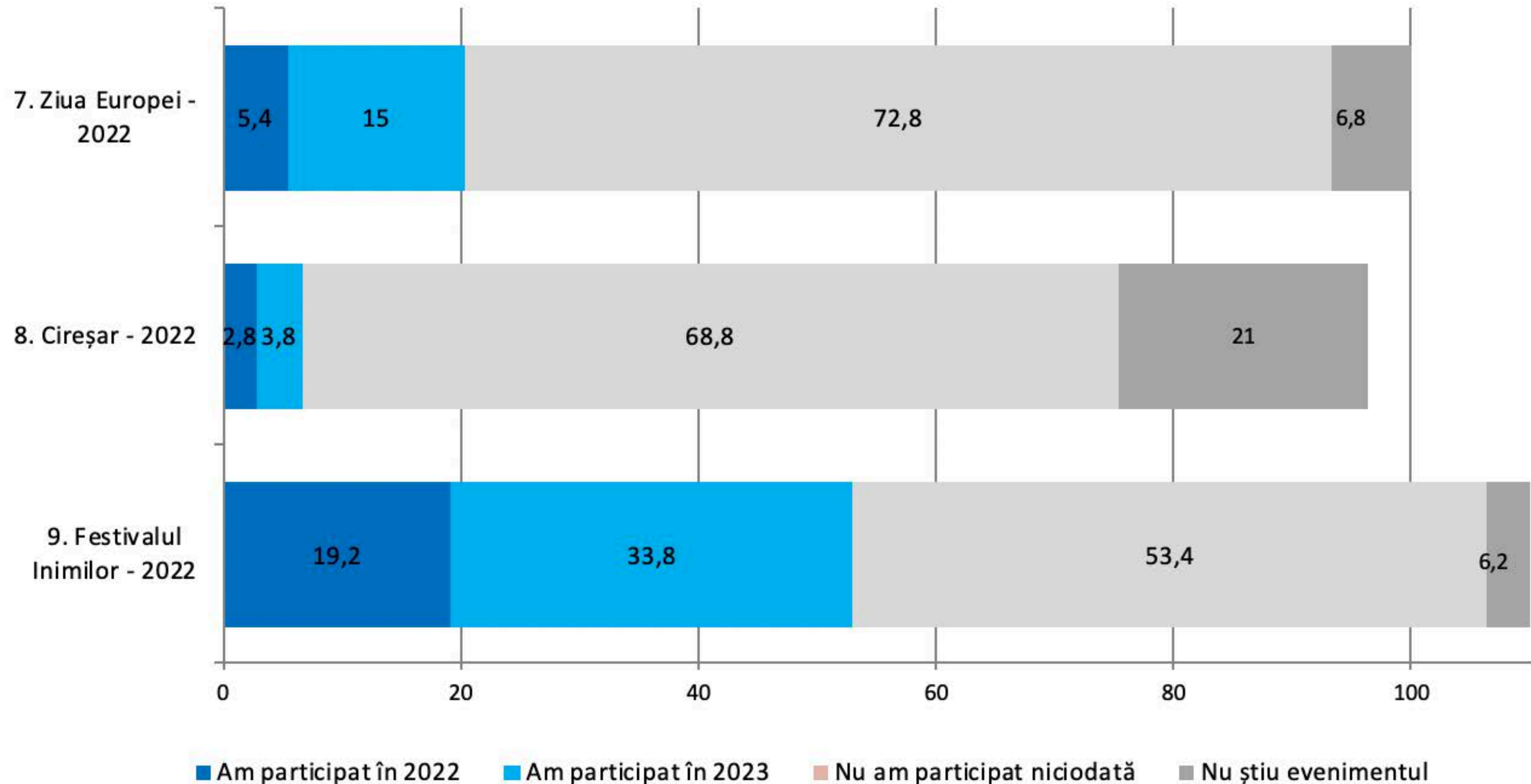
# Vă rugăm să precizați dacă ați participat la următoarele evenimente organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara



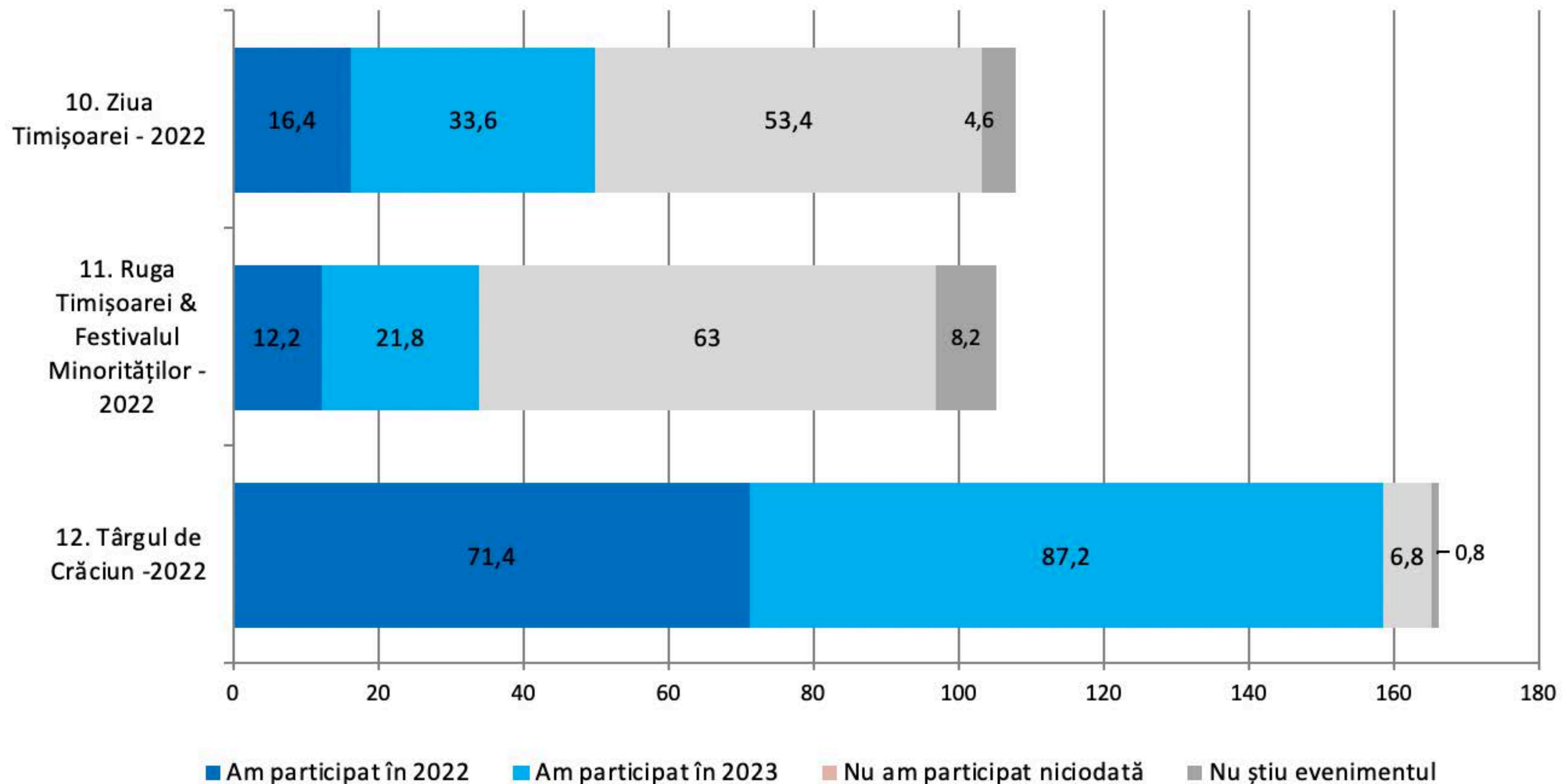
# Vă rugăm să precizați dacă ați participat la următoarele evenimente organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara



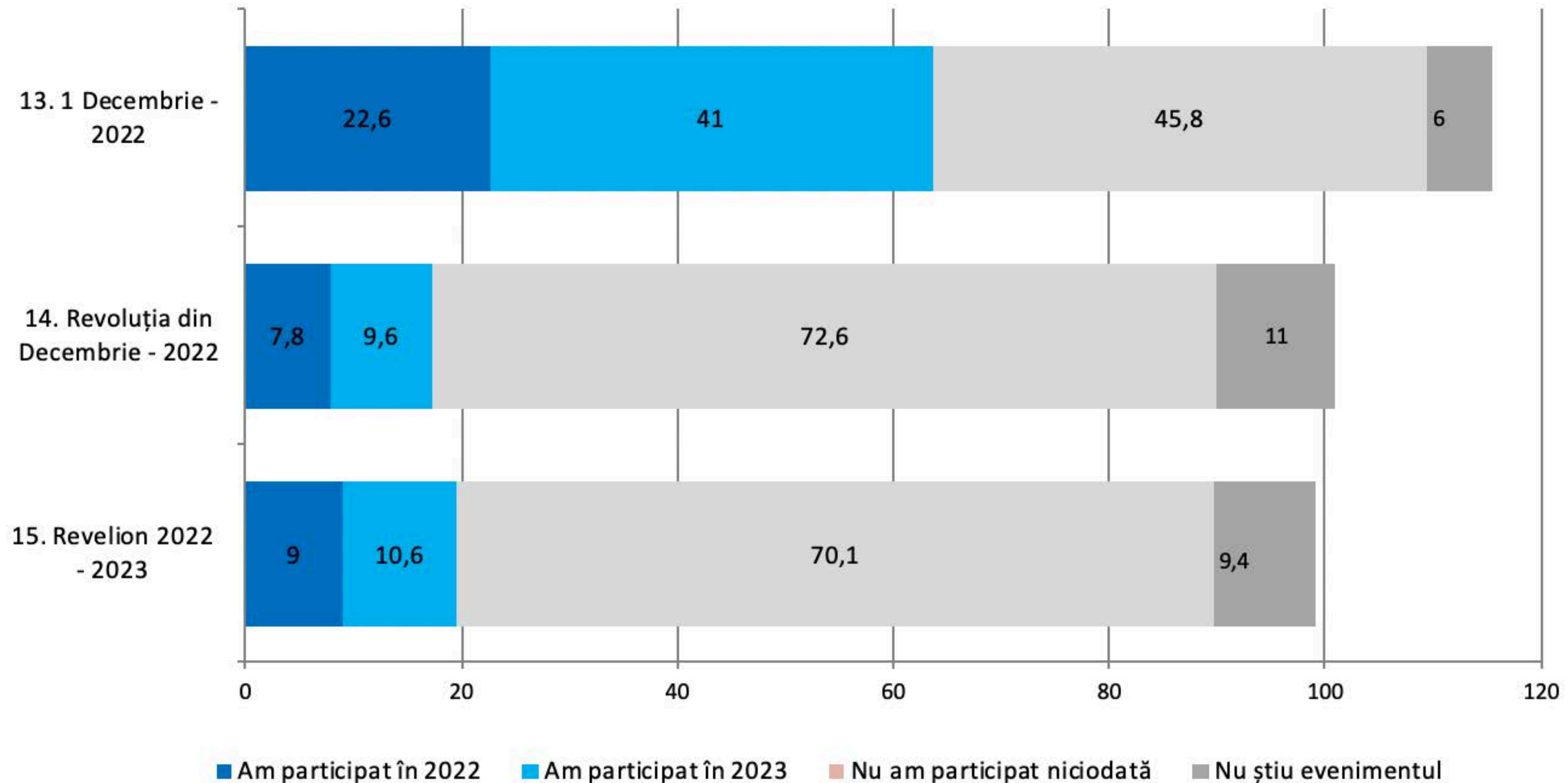
# Vă rugăm să precizați dacă ați participat la următoarele evenimente organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara



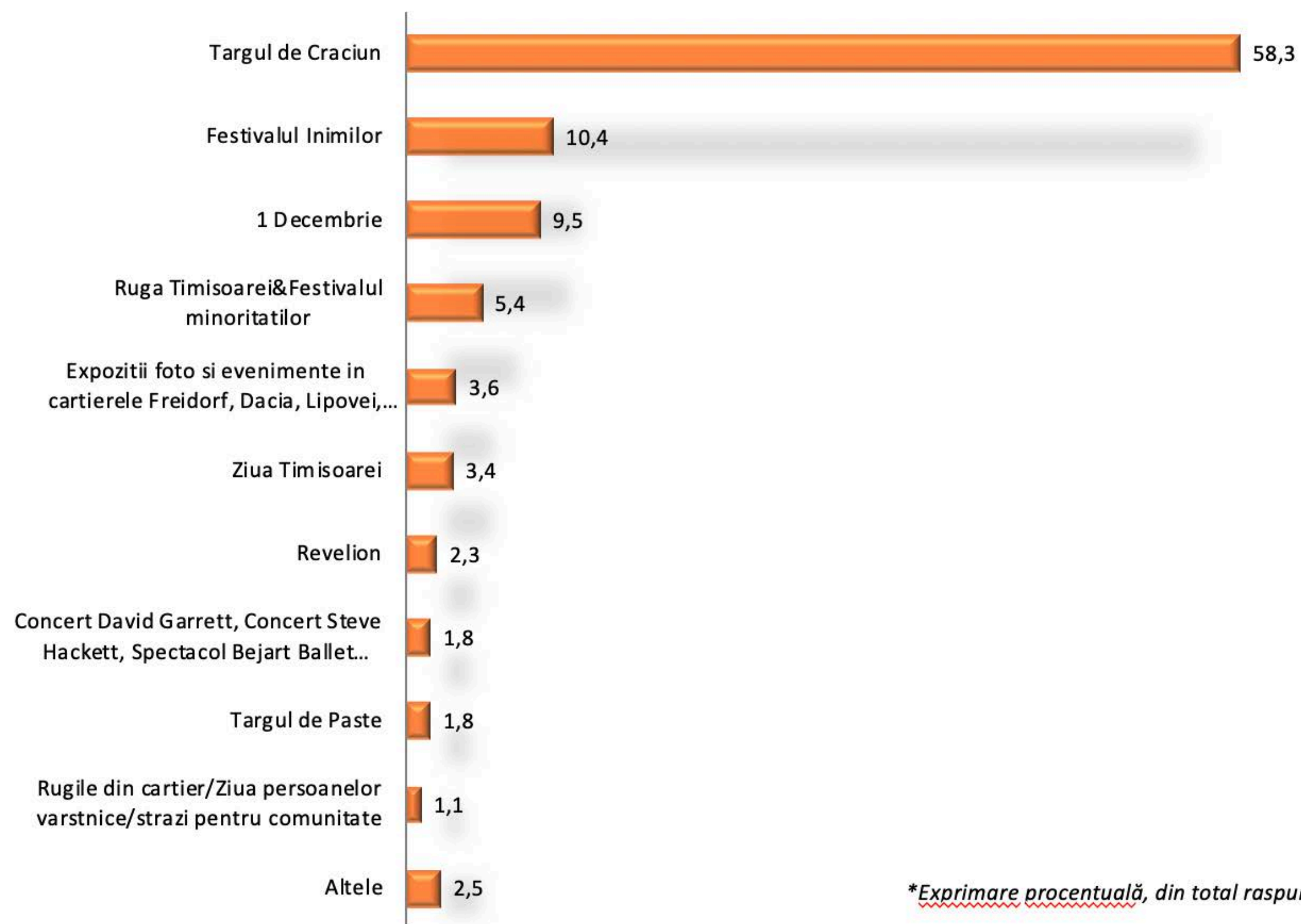
# Vă rugăm să precizați dacă ați participat la următoarele evenimente organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara



# Vă rugăm să precizați dacă ați participat la următoarele evenimente organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara



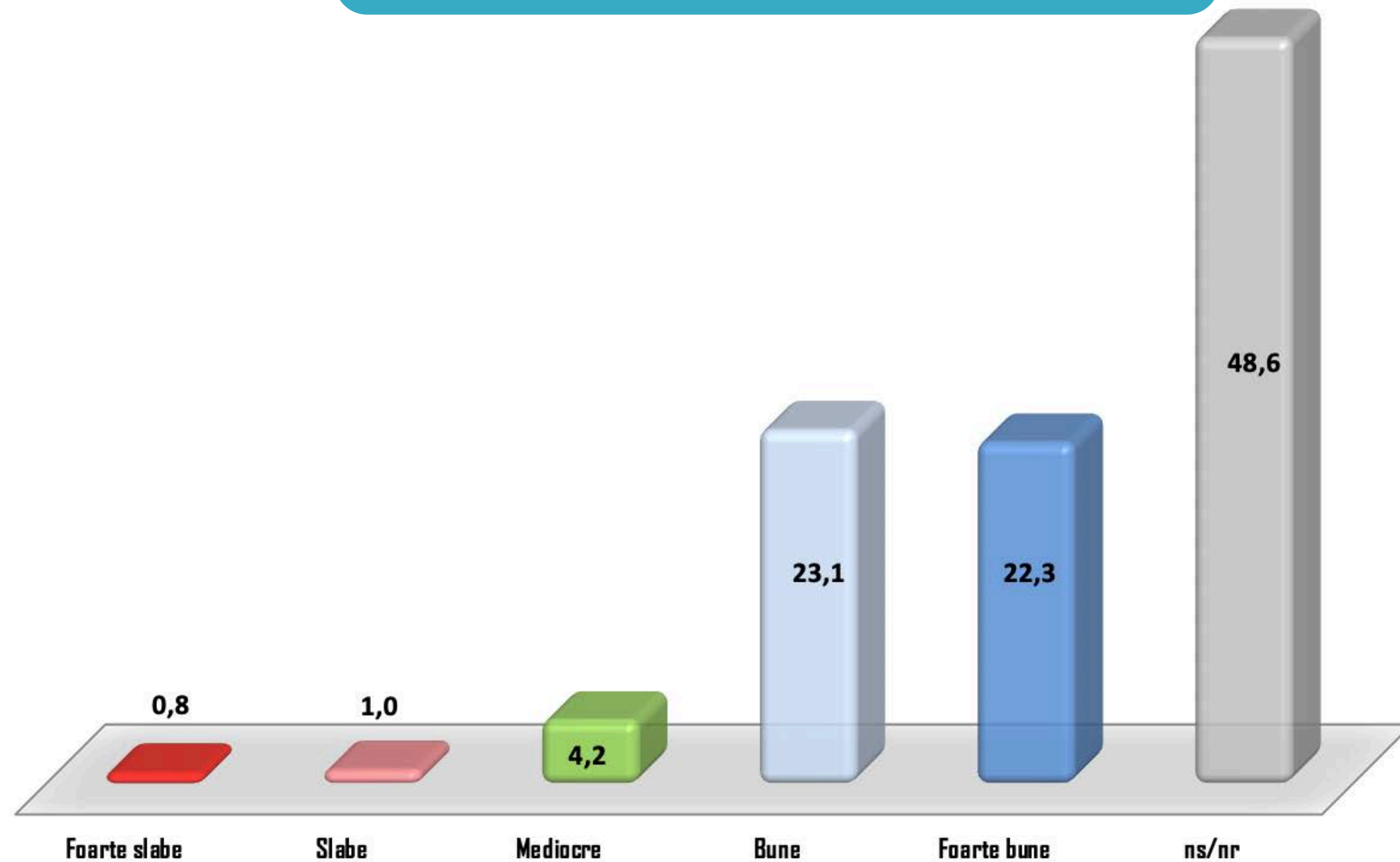
# Din lista de mai sus, care este evenimentul preferat de dvs.?



*\*Exprimare procentuală, din total raspunsuri*

# Cum ați descrie calitatea următoarelor evenimente culturale publice organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?

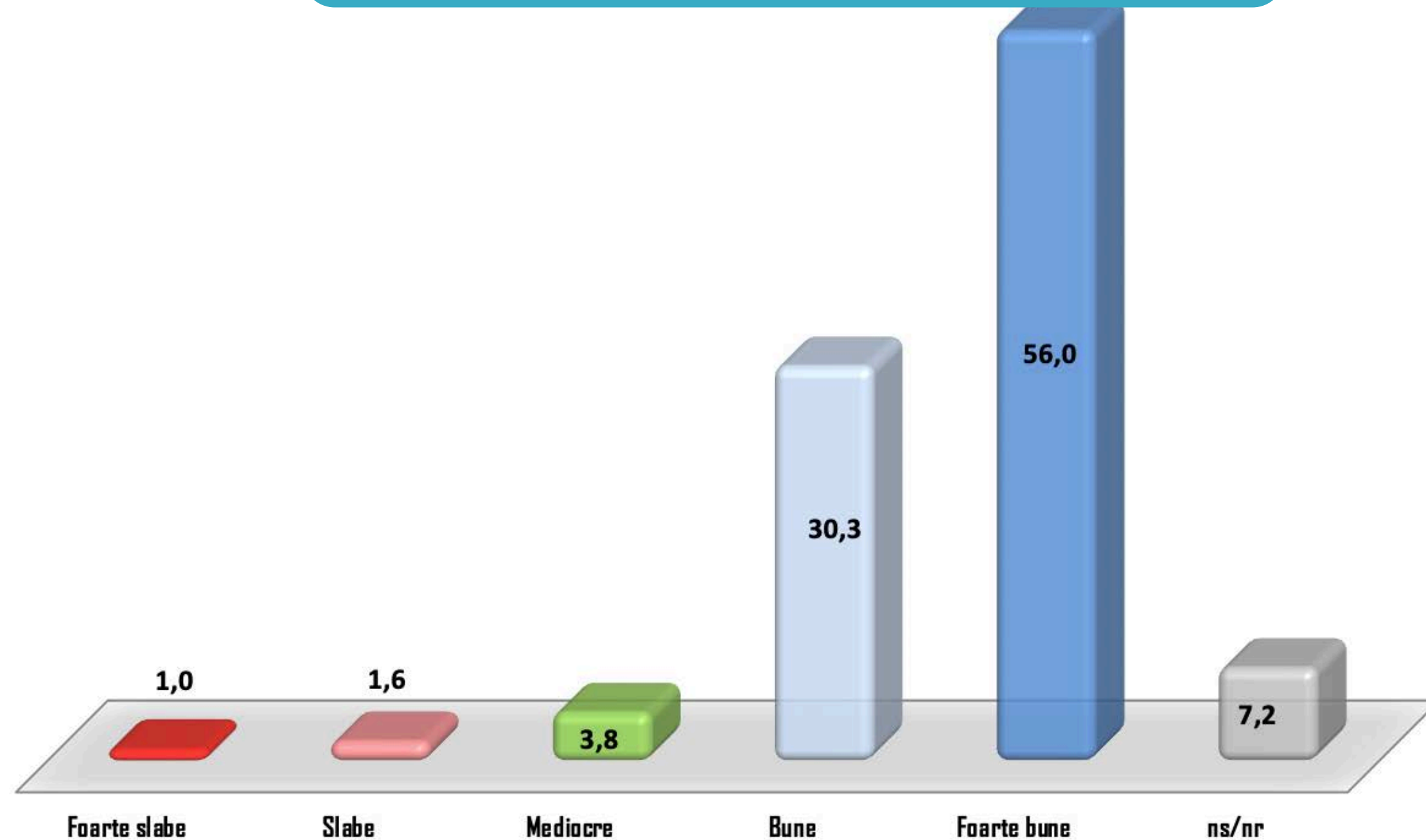
## Festivalul Inimilor



*\*Exprimare procentuala, din total esantion*

# Cum ați descrie calitatea următoarelor evenimente culturale publice organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?

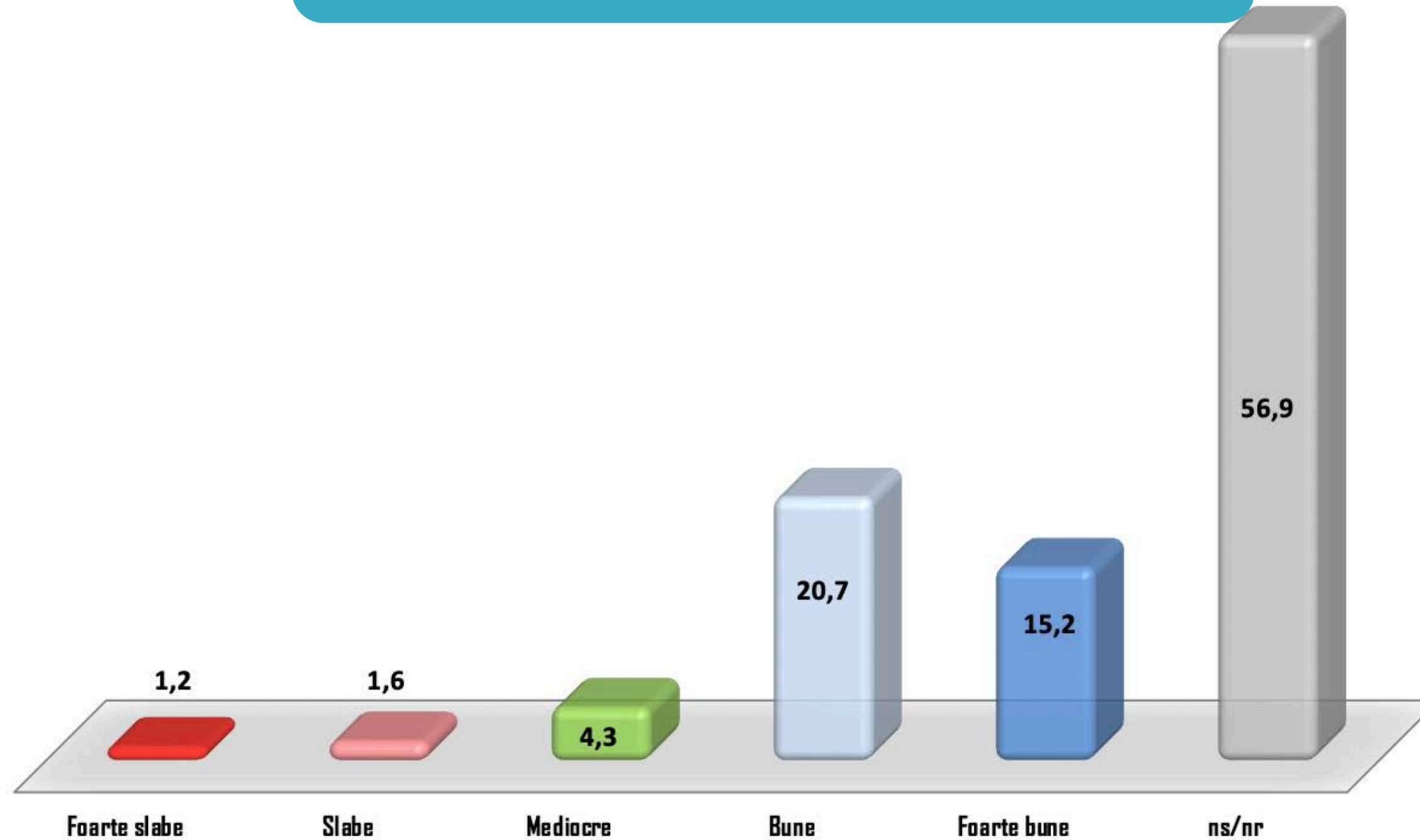
## Târgul de Crăciun Timișoara



*\*Exprimare procentuala, din total esantion*

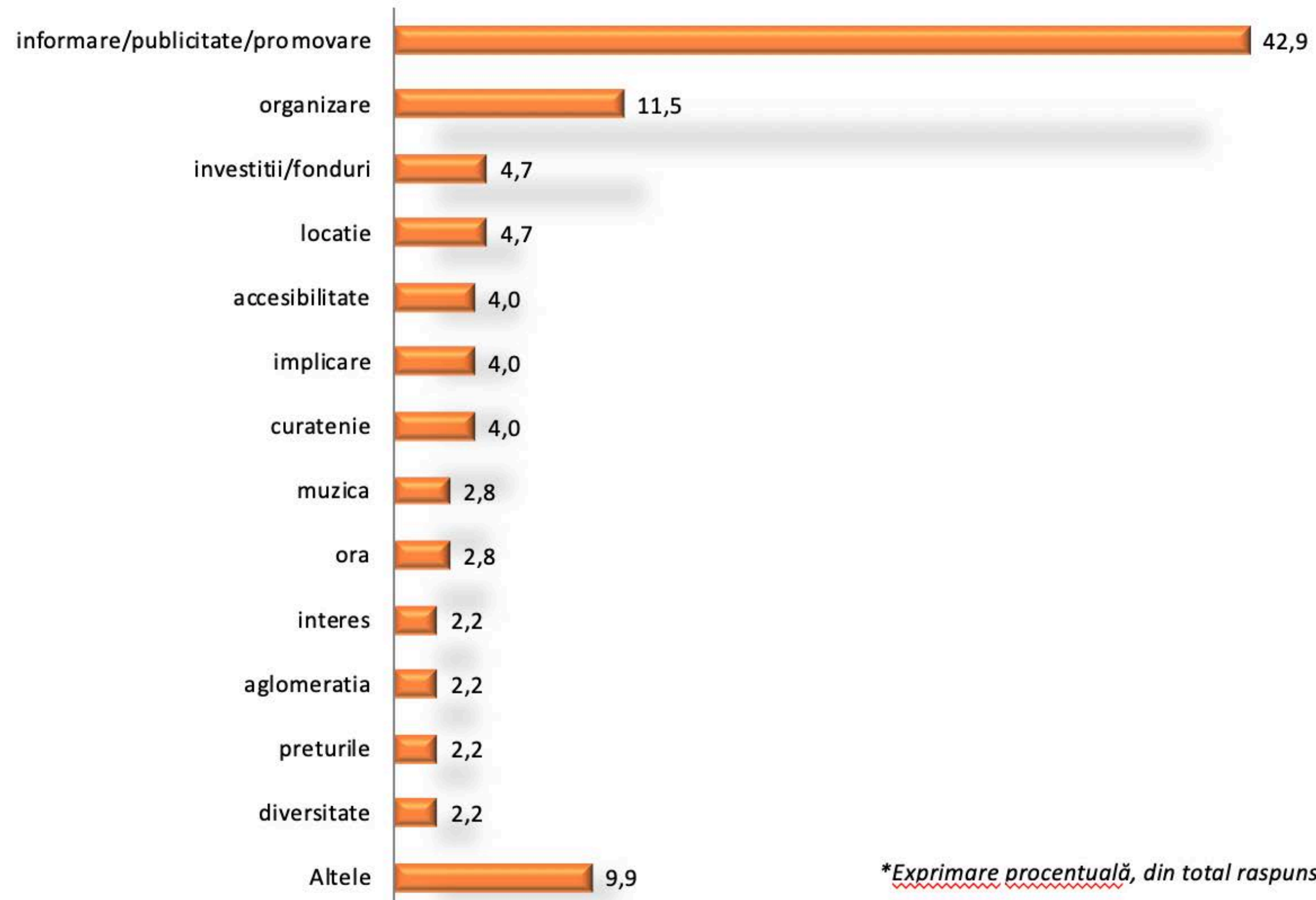
# Cum ați descrie calitatea următoarelor evenimente culturale publice organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?

## Evenimentele din cartiere



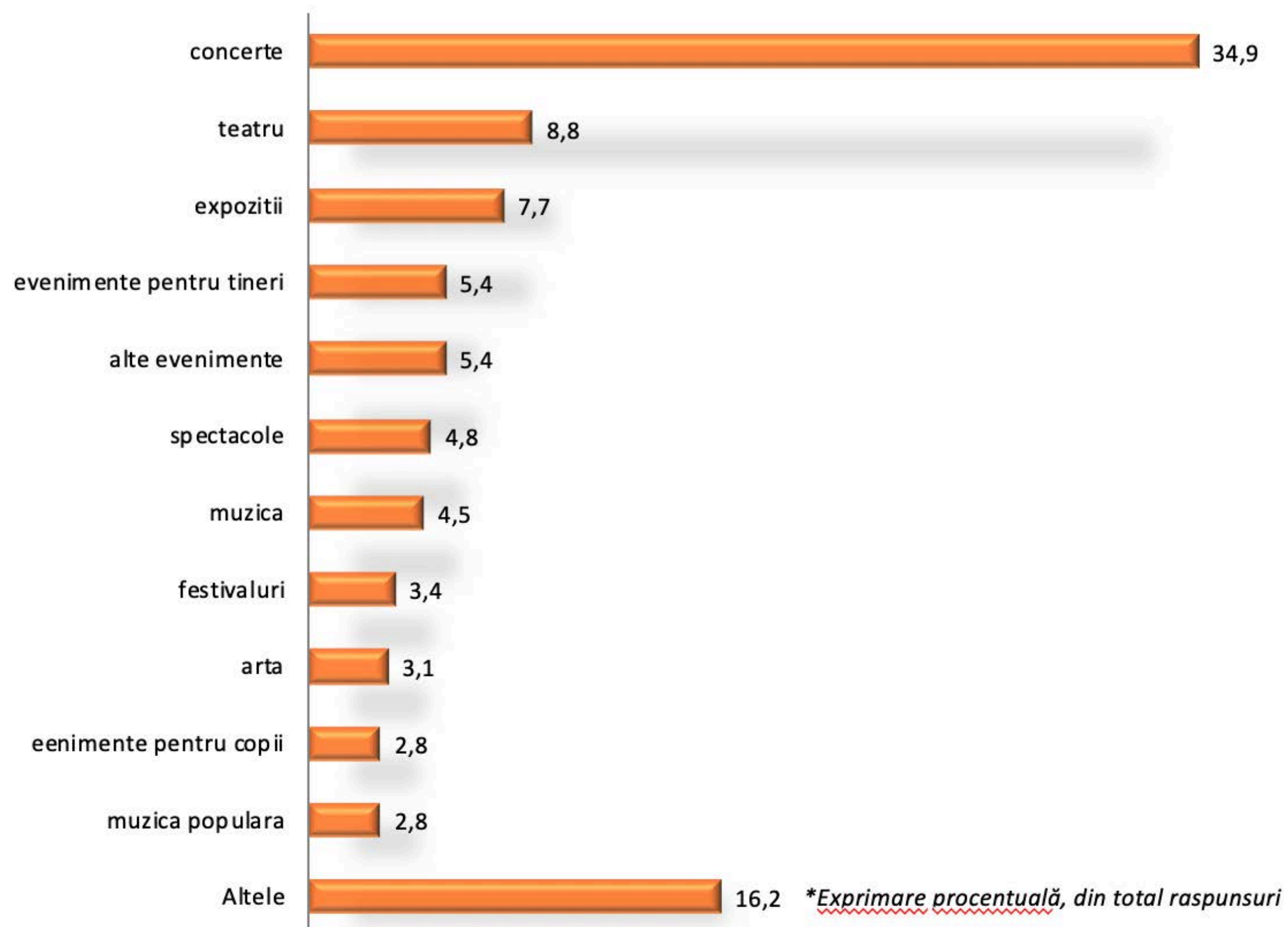
*\*Exprimare procentuala, din total esantion*

# Care credeți că ar fi aspectul ce ar trebui îmbunătățit în primul rând în organizarea evenimentelor culturale de către Casa de Cultură a Municipiului Timișoara?



*\*Exprimare procentuală, din total raspunsuri*

# Ce tipuri de evenimente culturale ați dori să vedeți mai des în agenda Casei de Cultură a Municipiului Timișoara?



# SINTEZA REZULTATELOR

01 Cei mai mulți dintre timișoreni au acordat nota 8 pentru viața culturală din Timișoara din ultimul an, media notelor acordate fiind de 7.64.

02 În privința frecvenței de participare la evenimentele din Programul Timișoara Capitală Europeană a Culturii 2023, cei mai mulți dintre respondenți au declarat că au participat la 2-3 evenimente, cu o medie de participare de 3,28.

03 Evenimentele care au impresionat cel mai mult publicul timișorean au fost:

- Târgul de Crăciun, apreciat pentru că aduce spiritul sărbătorilor, pentru atmosfera plăcută, pentru că este ceva frumos/deosebit, pentru decorațiunile amplasate, luminile și amenajarea realizată, pentru bucuriile aduse copiilor și nepoților, pentru muzică, organizare etc.
- concertele și spectacolele organizate, apreciate pentru artiștii invitați, pentru muzică, distracție și atmosferă etc.
- Festivalul inimilor, apreciat pentru muzică, spectacole, diversitate și autenticitate, frumusețe, organizare etc.



# SINTEZA REZULTATELOR

04 În ceea ce privește frecvența de participare la evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, aproape  $\frac{3}{4}$  dintre respondenți s-au declarat ca fiind în categoria publicului ocazional. La această categorie se adaugă publicul fidel ce reprezintă 6,3% și un segment de public nou ce reprezintă 11.5%.

05 Principalele 3 surse de informare cu privire la evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara sunt pagina de Facebook a instituției, de la prieteni/familie și presa locală. 71% din cei care se declară public fidel al evenimentelor organizate de către CCMT se informează de pe Facebook cu privire la aceste evenimente. Persoanele de sex feminin se informează de pe Facebook cu privire la evenimentele CCMT într-o măsură mai mare decât bărbații (52,8% comparativ cu 44,3%). Categoriile de vârstă din care provin cei care se informează cel mai mult de pe Facebook cu privire la aceste evenimente sunt: 30-39 ani (61,5%) și 40-49% (56,2%).



# SINTEZA REZULTATELOR

06

Principalele bariere care îi împiedică pe timișoreni să participe la evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara sunt lipsa timpului pentru aproape  $\frac{3}{4}$  dintre respondenți. La distanță mare se situează cei care au nevoie de mai multe informații cu privire la evenimentele organizate (20.4%)

07

La toate evenimentele organizate de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara se constată o creștere a participării în acest an față de anul 2022. Evenimentele cu cei mai mulți participanți au fost:

- **Târgul de Crăciun** (87,2% în 2023 comparativ cu 71,4% în 2022) cu un public majoritar provenit din segmentele mai tinere ale populației (până în 49 ani). Dintre toate evenimentele organizate de CCMT, Târgul de Crăciun este de departe cel mai iubit de către timișoreni.

- **Târgul de Paște** (62% în 2023 comparativ cu 44% în 2022)

- **1 Decembrie** (41 % în 2023 comparativ 22,6 % în 2022)

- **Festivalul inimilor** (33,8 % în 2023 comparativ 19,2 % în 2022), eveniment la care au participat într-o măsură mai mare persoane de gen feminin în comparație cu segmentul populației masculine participante. Publicul cu ponderea cea mai mare provine din categoriile de vârstă 40-49 ani și 50-59 ani. Acest eveniment se situează pe locul 2 în preferințele timișorenilor.



# SINTEZA REZULTATELOR

08 Aspectele ce ar trebui îmbunătățite în primul rând în organizarea evenimentelor culturale de către Casa de Cultură a Municipiului Timișoara sunt:

- O mai bună informare și promovare a evenimentelor organizate de CCMT (42,9%)
- O mai bună organizare (11,5%)

09 Tipurile de evenimente culturale pe care spectatorii ar dori să le vadă mai des în agenda Casei de Cultură a Municipiului Timișoara sunt:

- Concerte (34,9%)
- Reprezentații de teatru (8,8%)
- Expoziții (7,7%)
- Evenimente pentru tineri (5,4%)

Jumătate dintre timișoreni au declarat că nu cunosc vreun eveniment organizat de către Casa de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT).

10 Asocierile pe care le fac timișorenii cu CCMT sunt:

- Cultură (14,9%)
- Evenimente (9,2%)
- Frumusețe (8,6%)
- Organizare (6,8%)
- Artă (6,3%)
- Spectacole (5,7%)



# Percepții ale publicului participant la Târgul de Crăciun din Municipiul Timișoara

*Decembrie 2023*



CASA DE CULTURĂ  
A MUNICIPIULUI  
TIMIȘOARA



**Realizat de sociologii:**

Prof. Univ. Dr. Vasile Gherheș, Universitatea Politehnica

Conf. Univ. Dr. Ciprian Obrad, Universitatea de Vest

# METODOLOGIA DE CERCETARE

- 01 **Populația** anchetei sau universul o reprezintă populația care a vizitat Târgul de Crăciun din Timișoara.
- 02 **Metoda** folosită este sondajul de opinie ca specie a anchetei sociologice.
- 03 **Instrumentul de lucru:** chestionarul administrat de către operatori față-în-față și online
- 04 **Colectarea datelor** s-a făcut prin aplicarea de chestionare printre participanții la Târgul de Crăciun din municipiul Timișoara și on-line, celor care urmăresc pagina de Facebook a Târgului de Crăciun din Timișoara.
  - **Volum eșantion 439;**
  - **Reprezentativitate** pentru populația totală, cu eroare tolerată de  $\pm 4.7\%$ , în condițiile unui prag de probabilitate de 95%.



# OBIECTIVELE STUDIULUI SOCIOLOGIC

01 Determinarea frecvenței de participare a publicului la Târgul de Crăciun Timișoara.

02 Surprinderea gradului de cunoaștere al publicului cu privire la cine organizează Târgul de Crăciun Timișoara (CCMT).

03 Identificarea gradului de mulțumire față de activitățile/atracțiile prezente la Târgul de Crăciun Timișoara, ediția 2023.

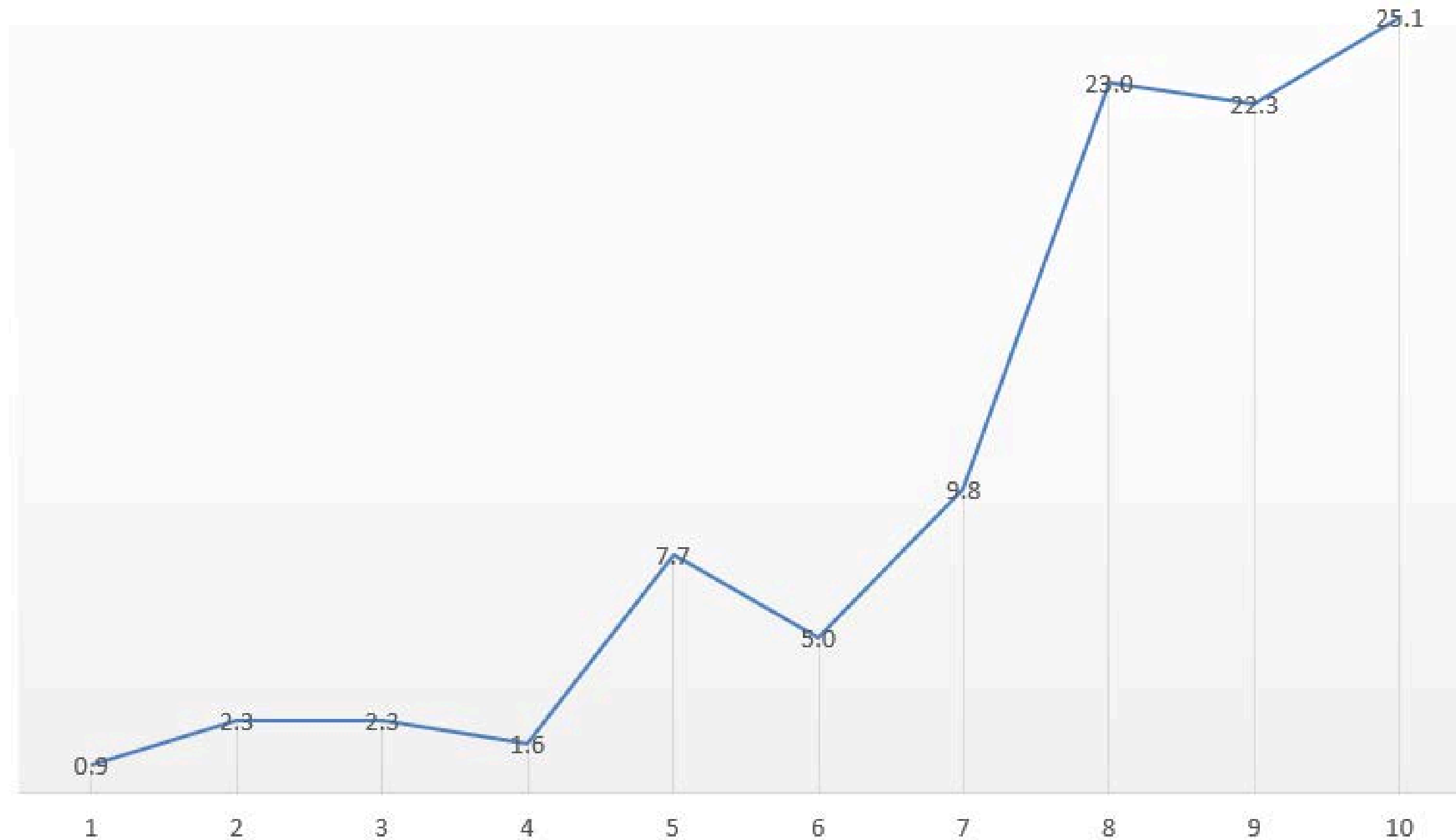
04 Evidențierea percepțiilor publicului timișorean cu privire la alte aspecte ce țin de organizarea Târgului de Crăciun (curățenie, siguranța cetățenilor, experiența culturală, varietatea produselor, etc.).

05 Evaluarea aspectelor care au întrunit cele mai multe/puține aprecieri la ediția Târgului de Crăciun 2023;

06 Identificarea nevoilor și sugestiilor publicului timișorean în vederea organizării viitoarelor ediții ale Târgului de Crăciun;

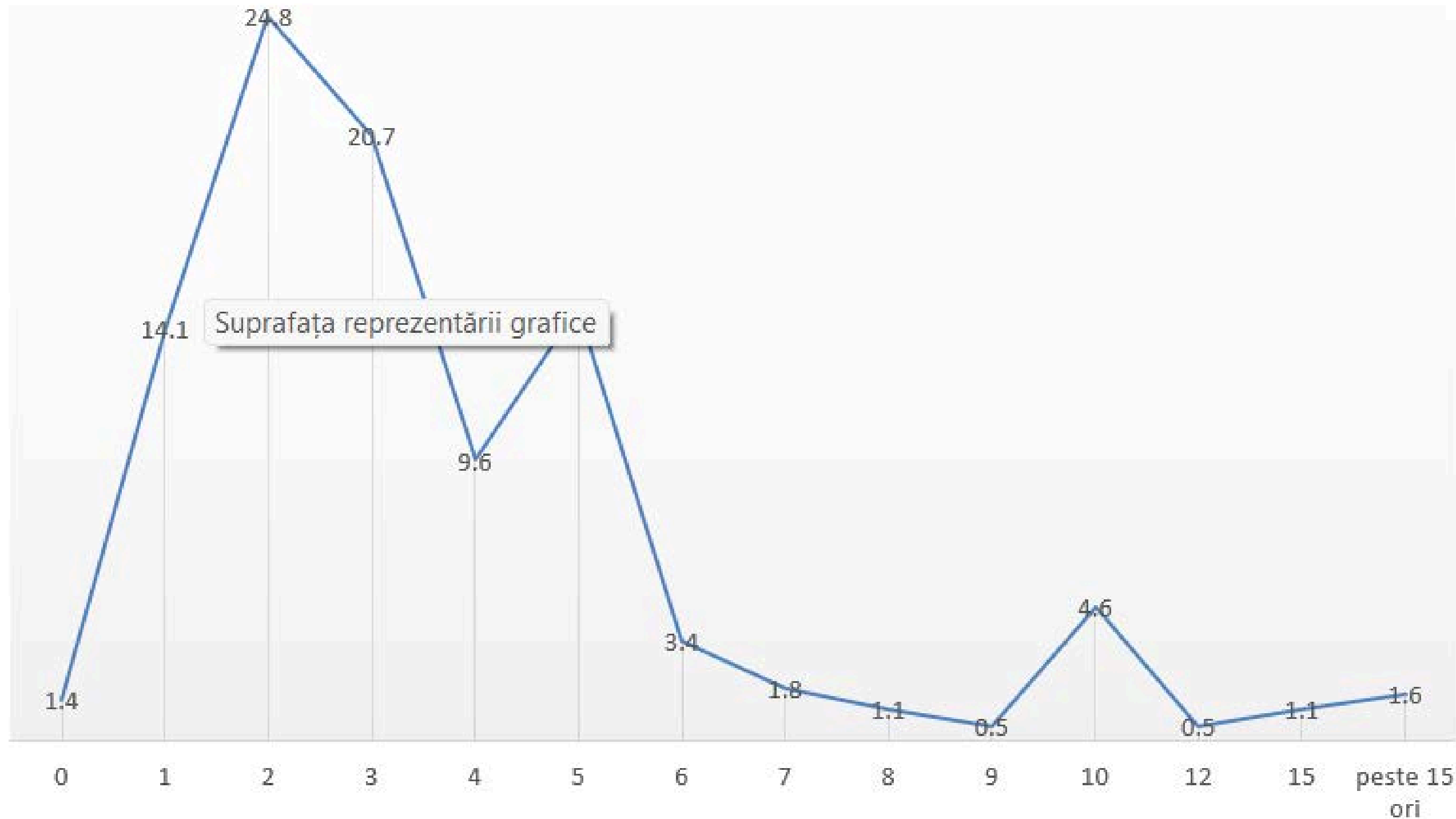
07 Realizarea profilului publicului care a vizitat/participat la activitățile de la ediția din 2023 a Târgului de Crăciun Timișoara.

# Pe o scală de la 1 la 10, unde 1 e minim iar 10 e maxim, cum apreciați, în ansamblu, organizarea Târgului de Crăciun din acest an?



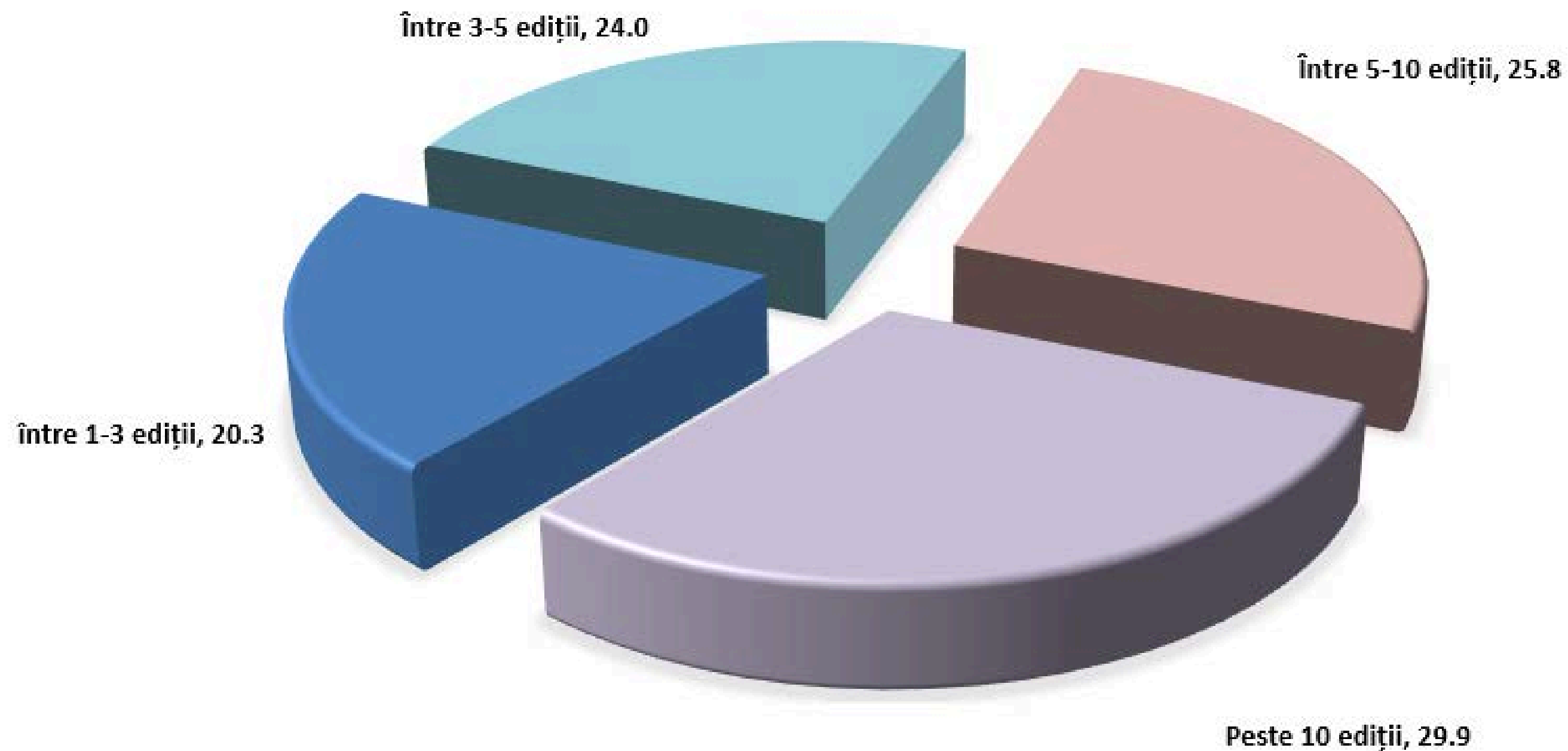
\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Aproximativ de câte ori ați vizitat târgul în acest an?



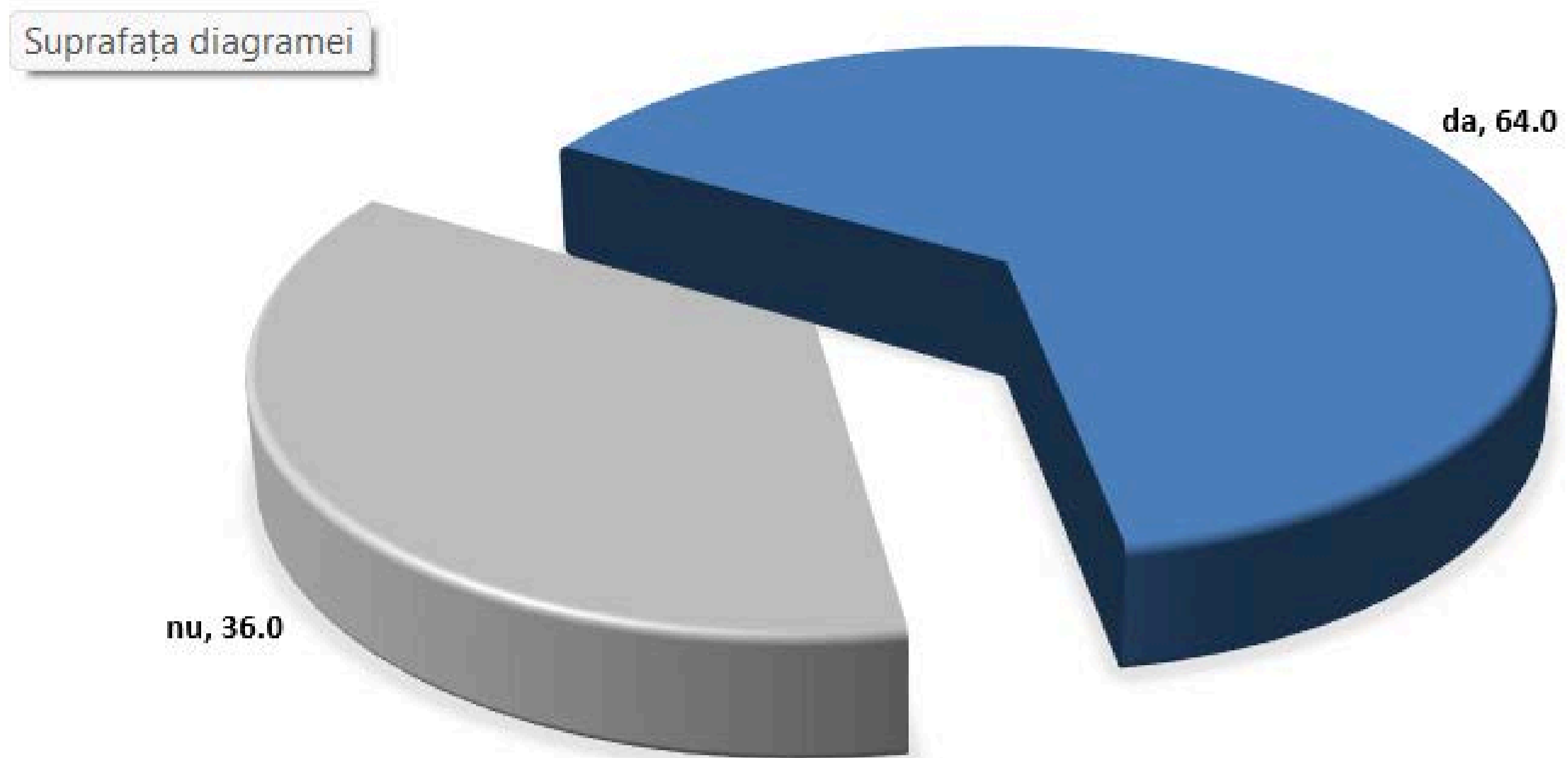
*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# La câte alte ediții ale Târgului de Crăciun din Timișoara ați participat?



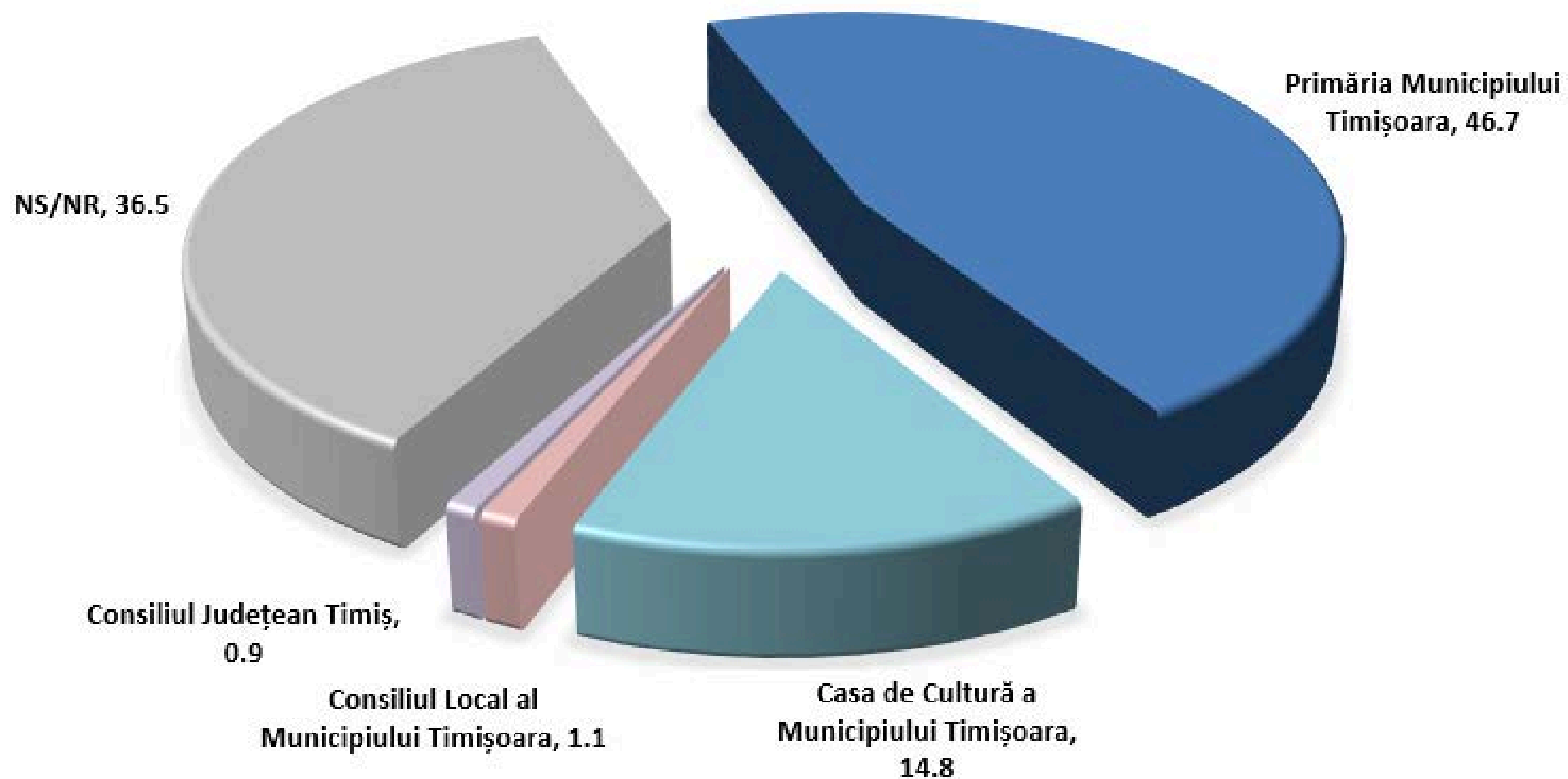
*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Știți cine organizează Târgul de Crăciun în Timișoara?



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

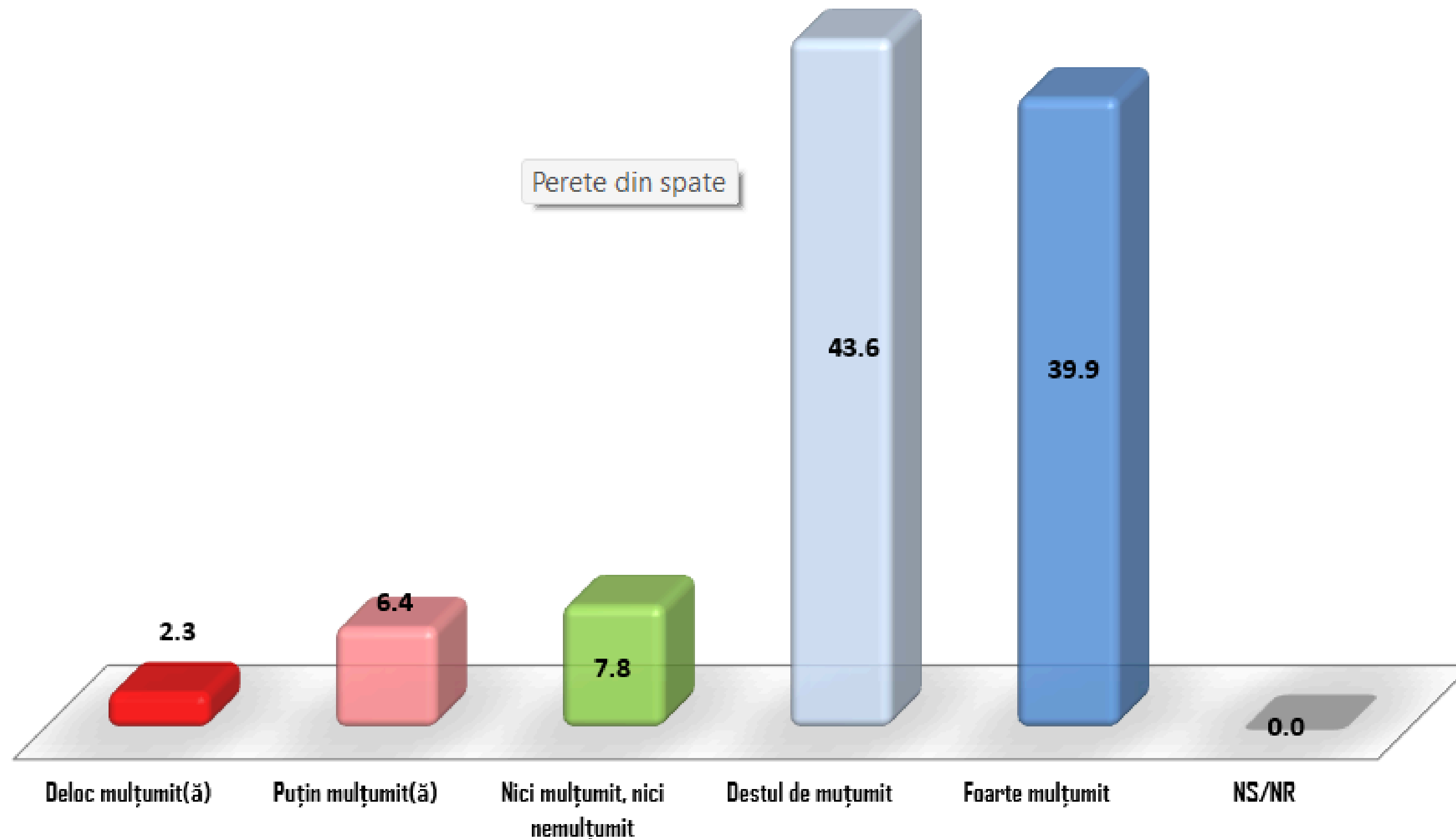
# Știți cine organizează Târgul de Crăciun în Timișoara? Daca da, cine?



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

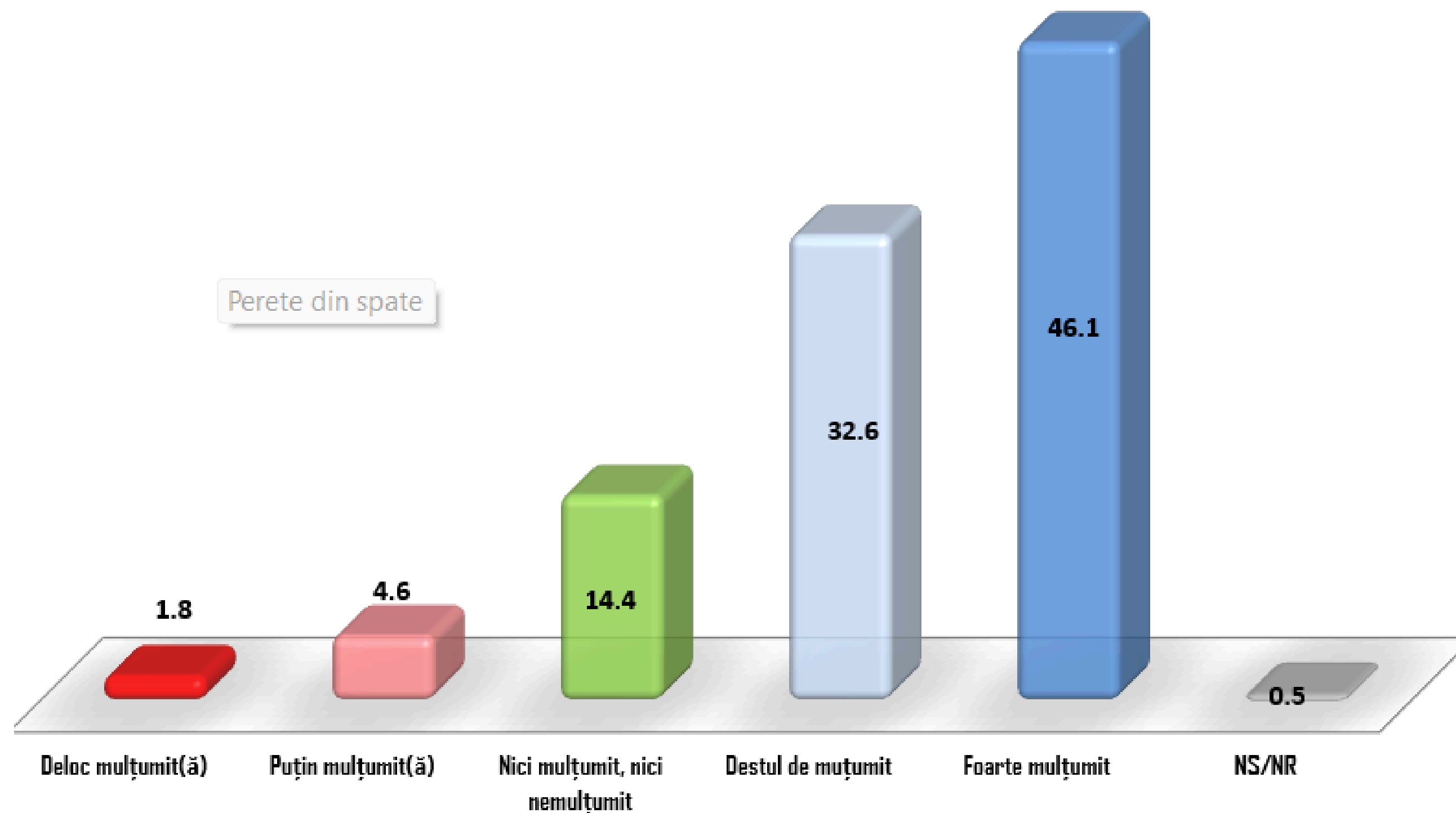
## Decorurile de Crăciun și luminițele



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

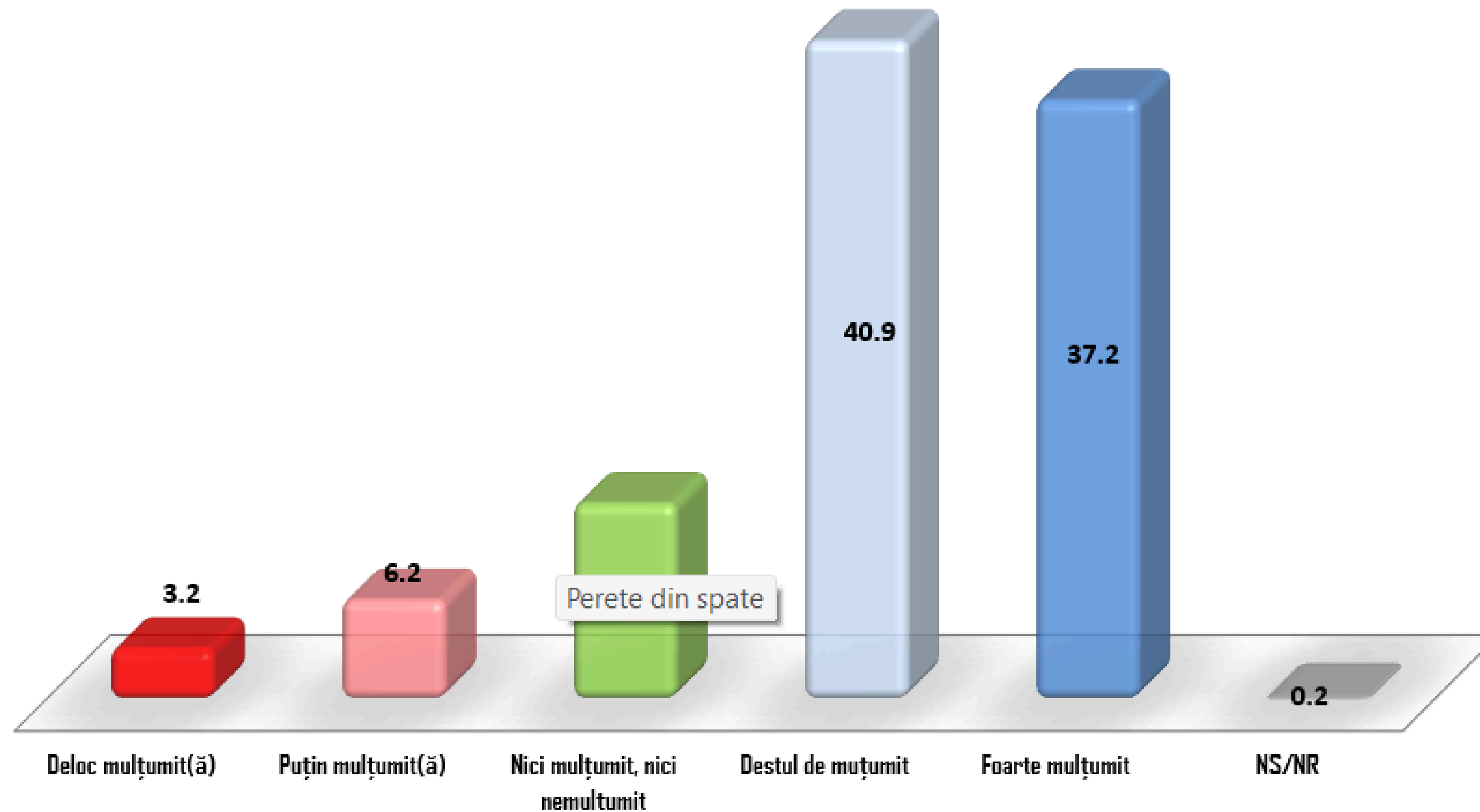
**Faptul că Târgul de Crăciun se ține în 3 piețe centrale**



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

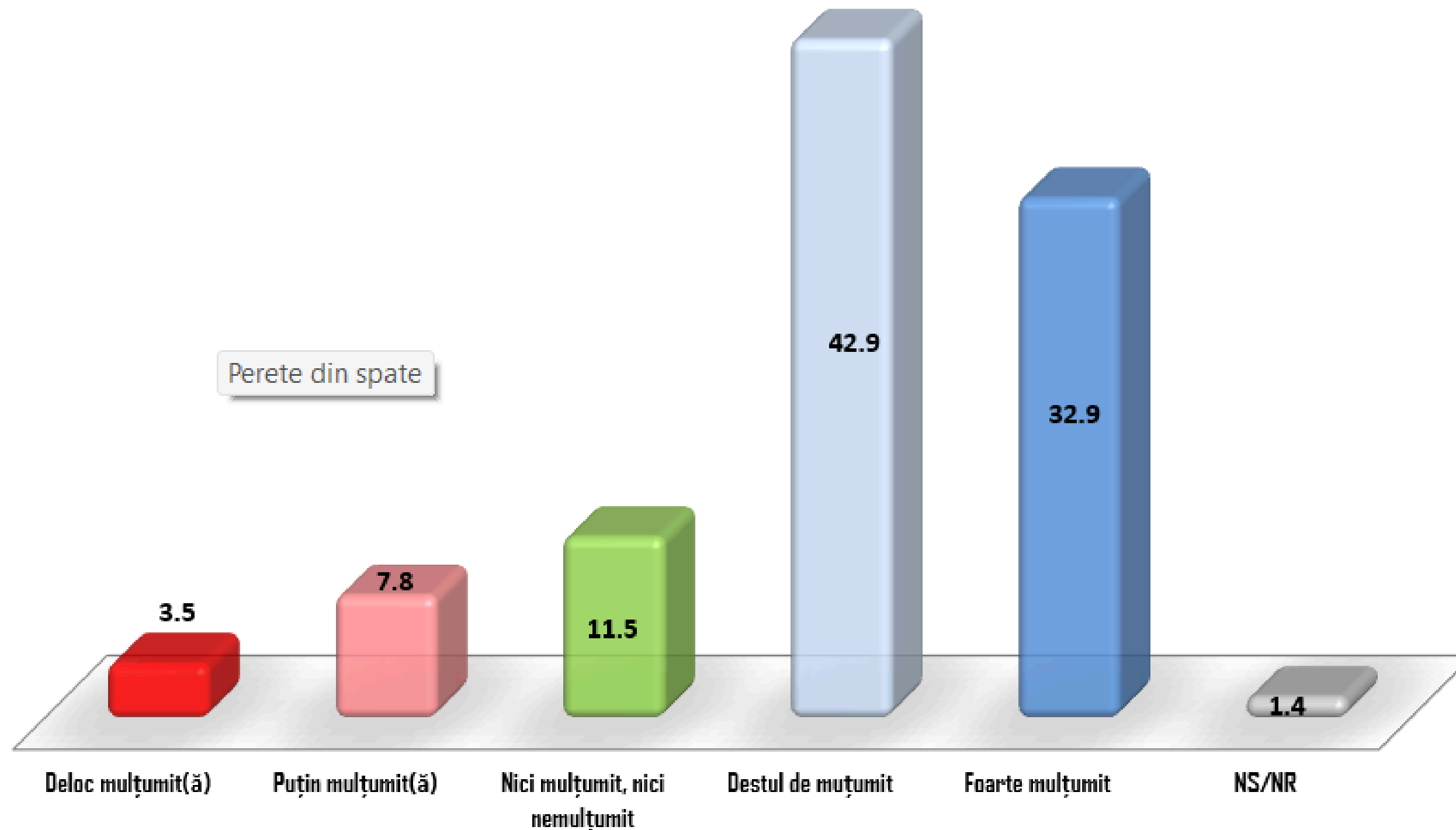
## Atmosfera și activitățile din Piața Victoriei



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

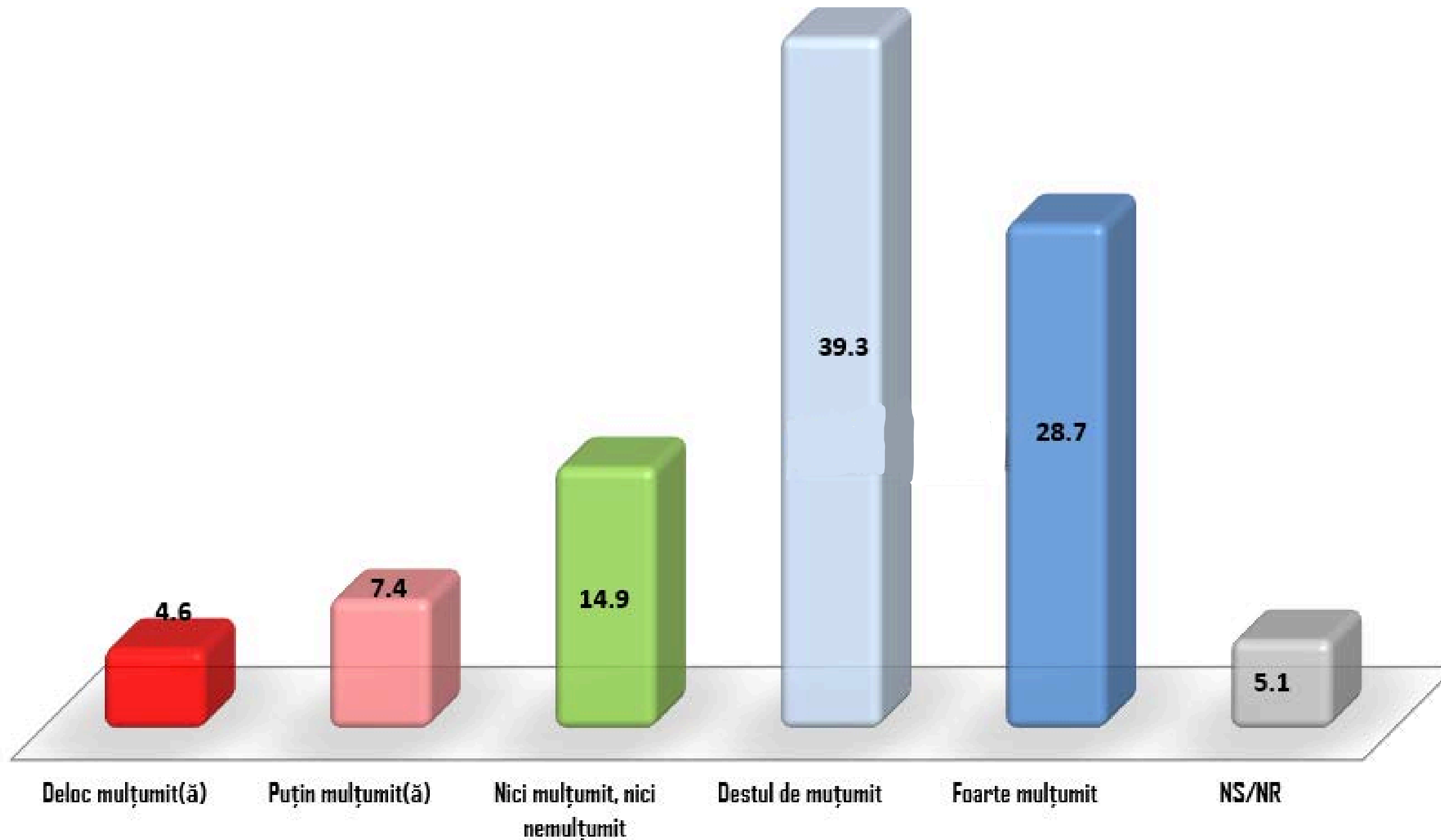
## Atmosfera și activitățile din Piața Libertății



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

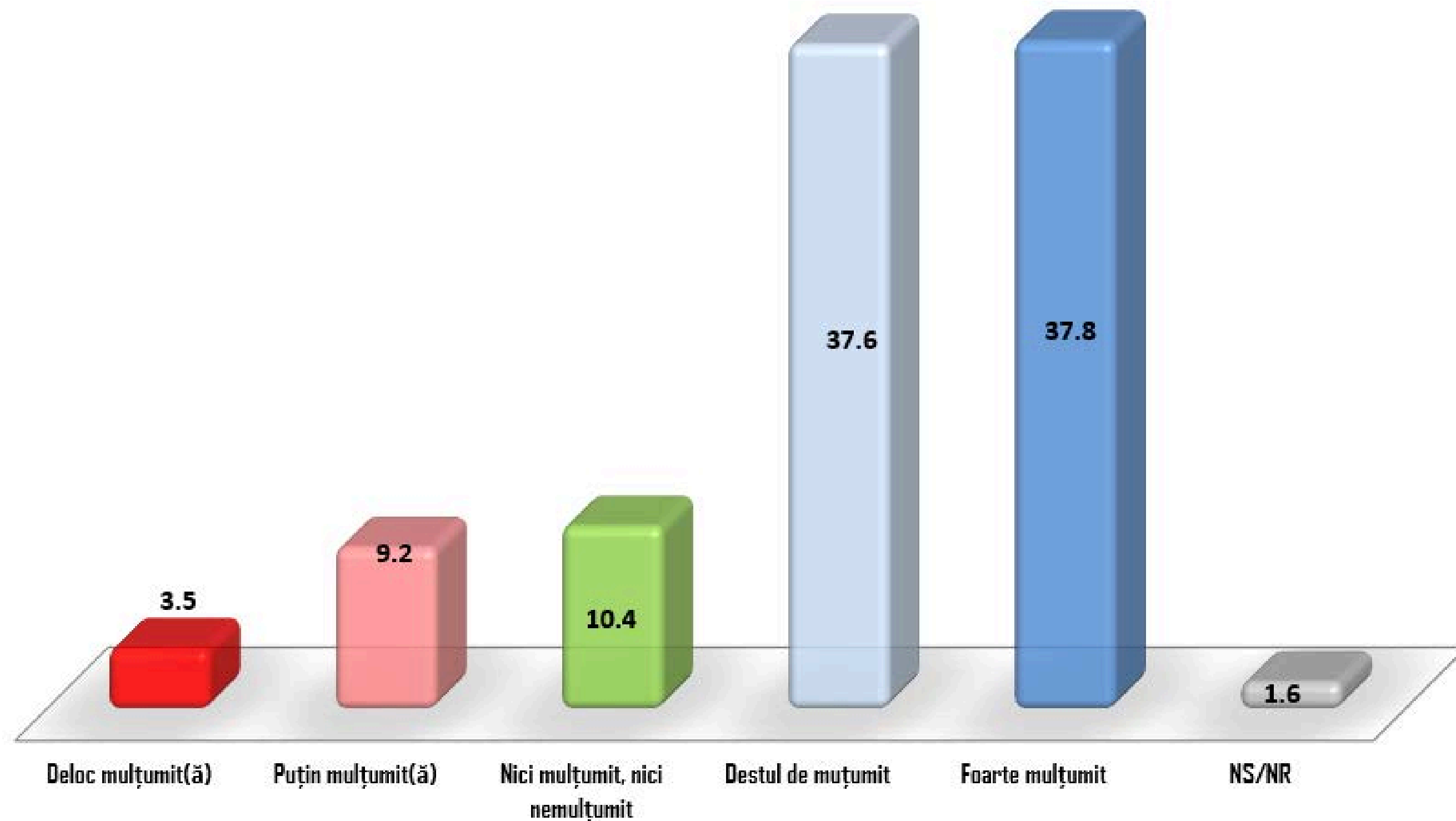
## Atmosfera și activitățile din Sfântul Gheorghe



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

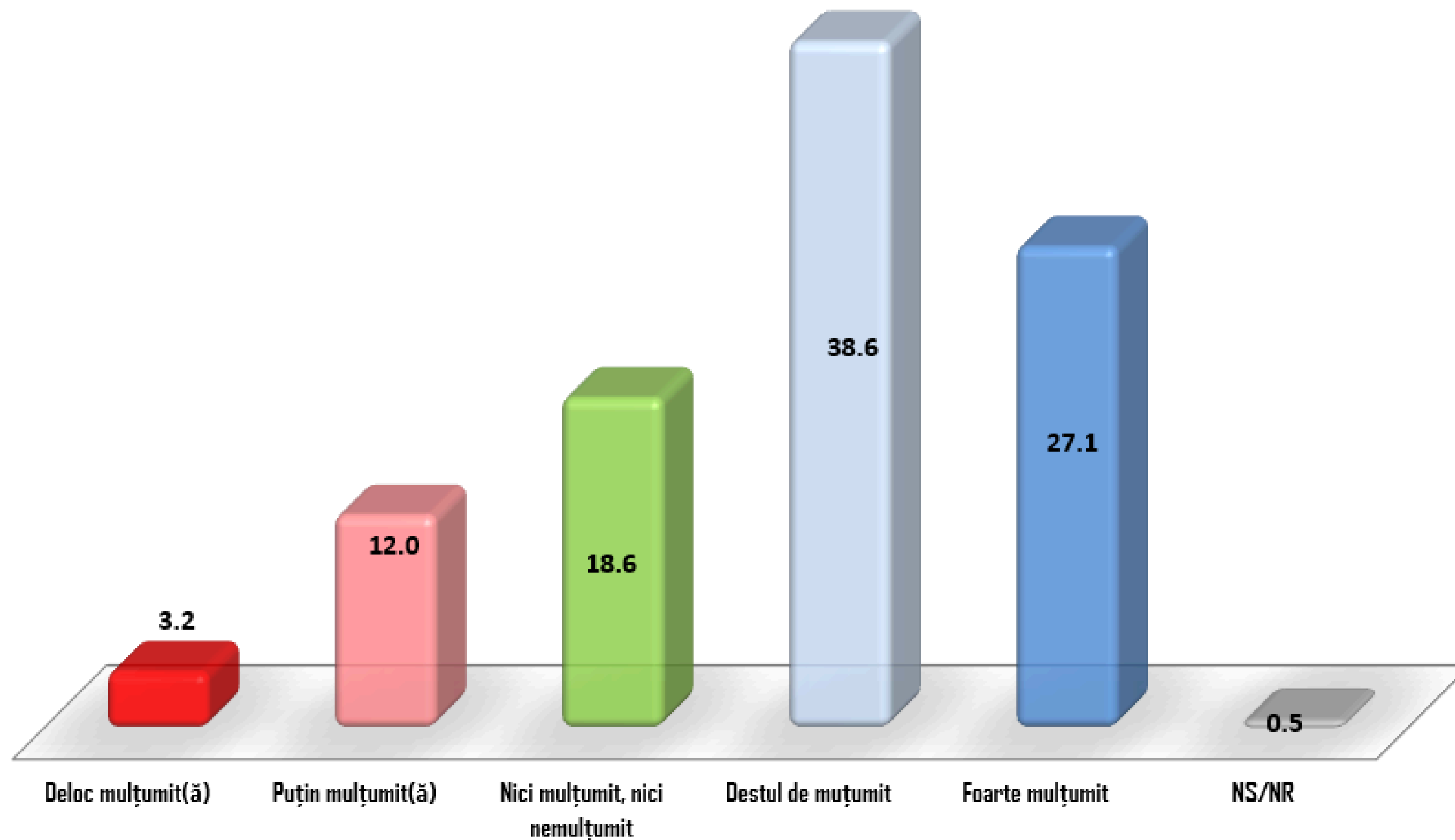
## Concerte/Spectacolele susținute cu ocazia târgului



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

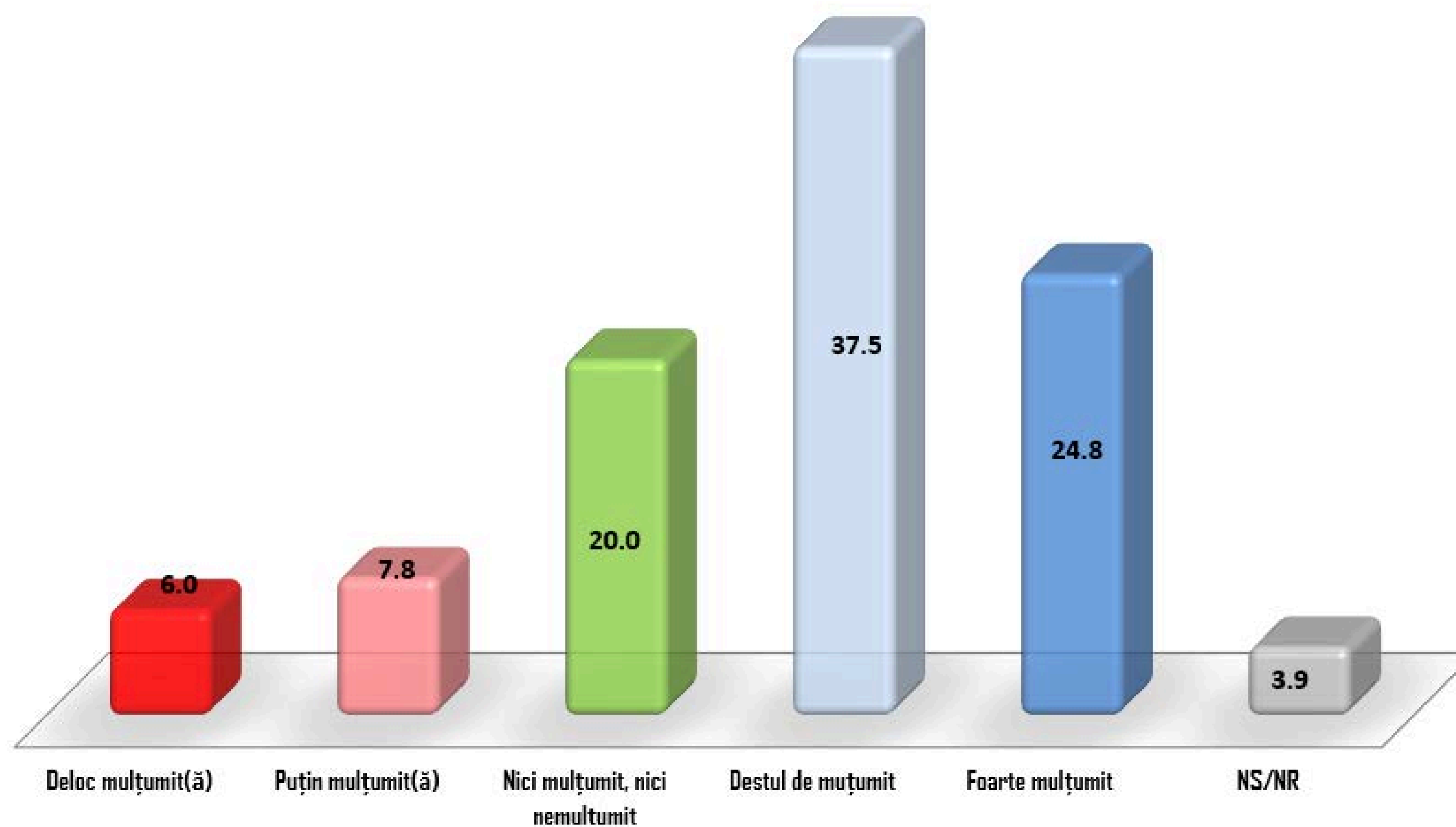
## Prezența comercianților care vând produse de sezon



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

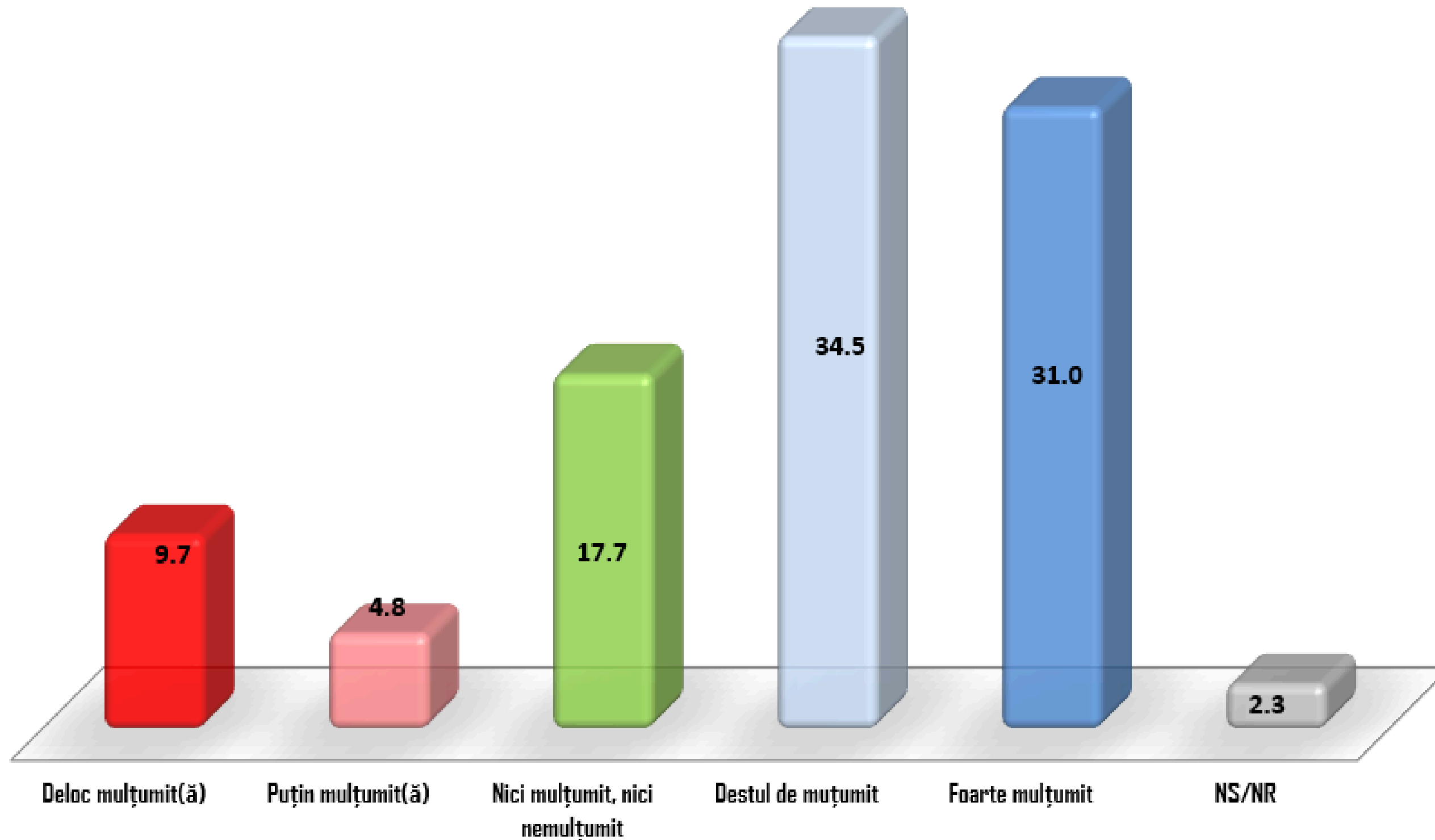
## Zona gastronomică de la Modex



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

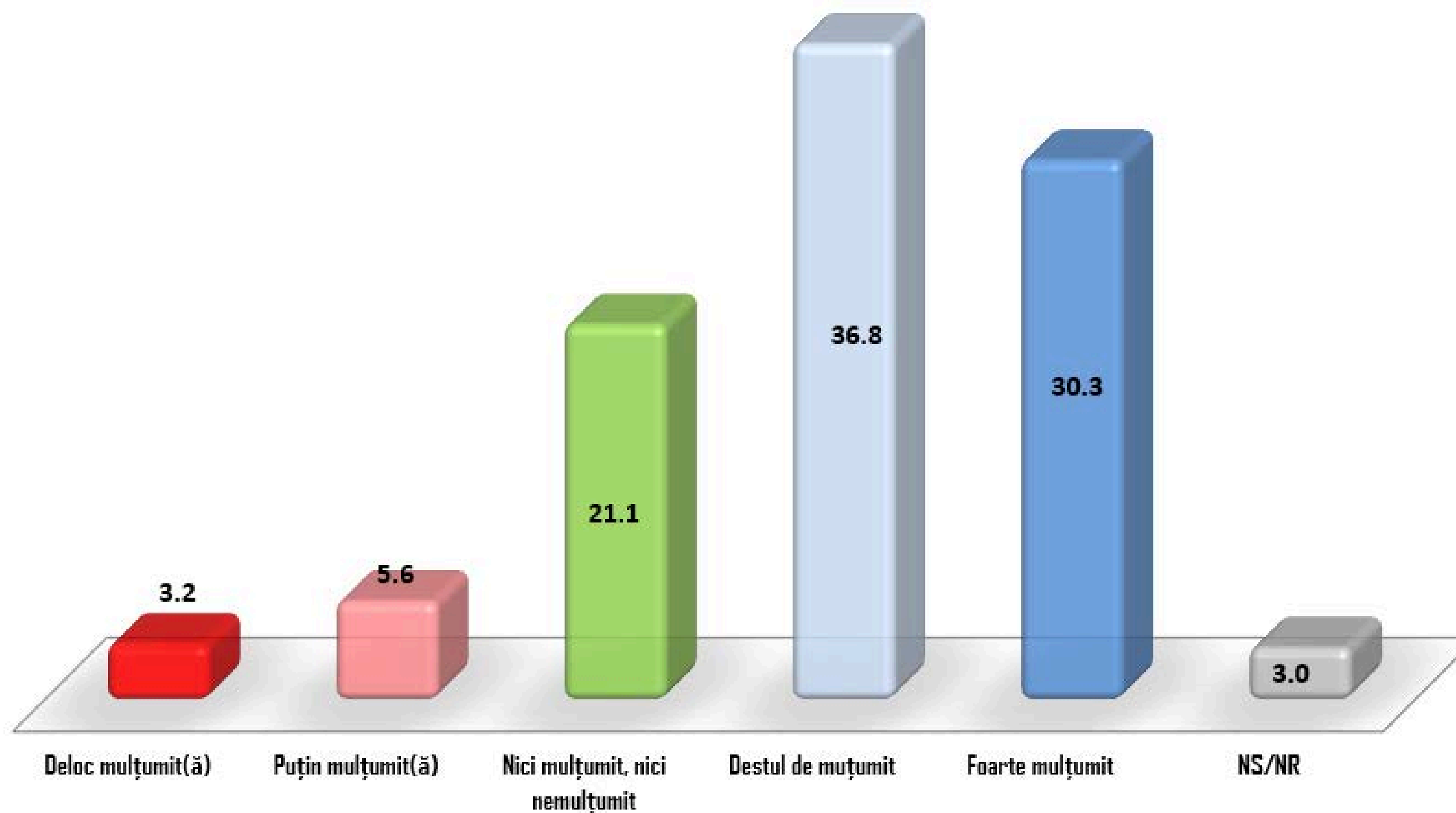
## Roata panoramică din centrul orașului



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

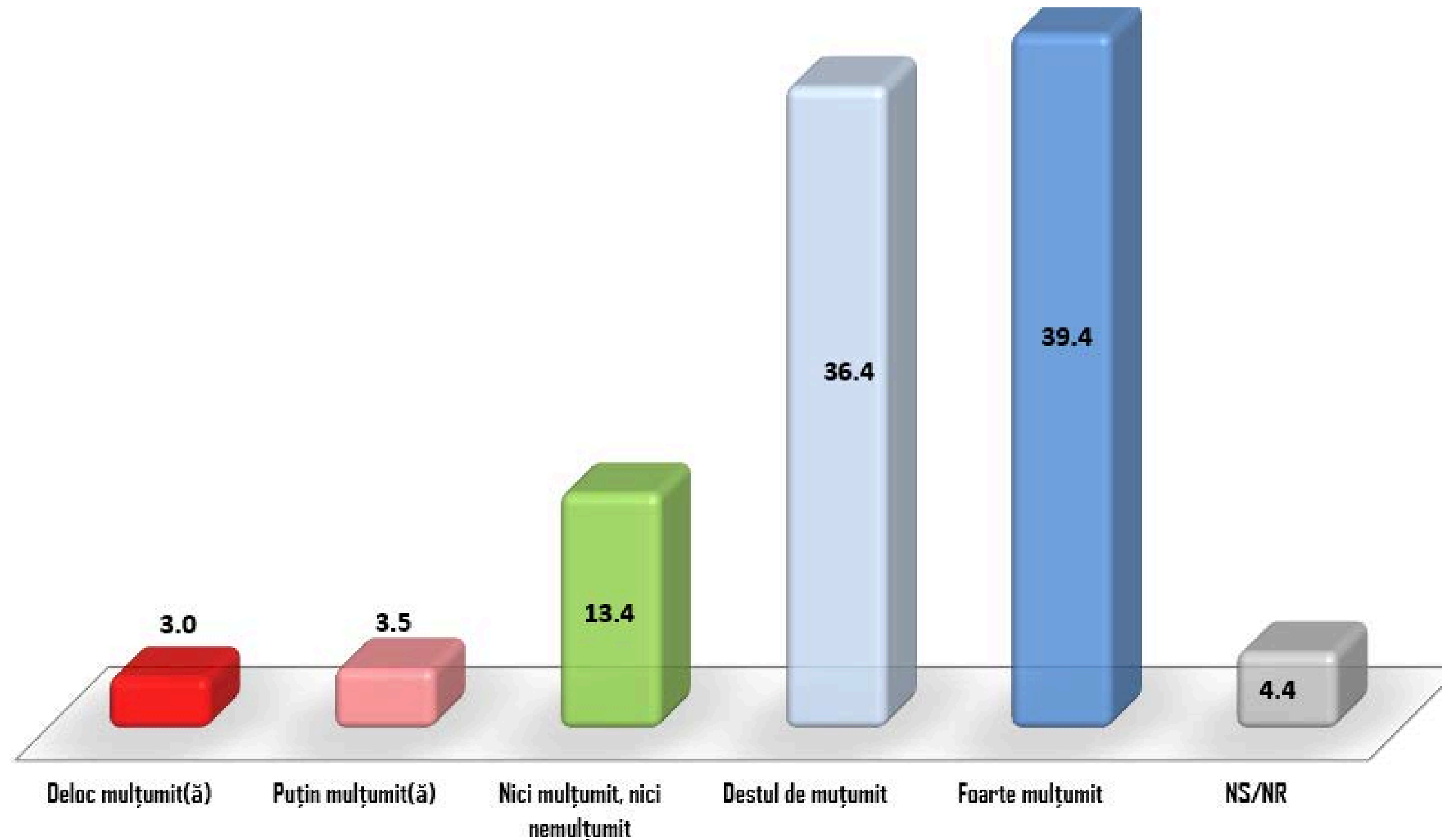
## Scena din dreptul Palatului Loyd



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

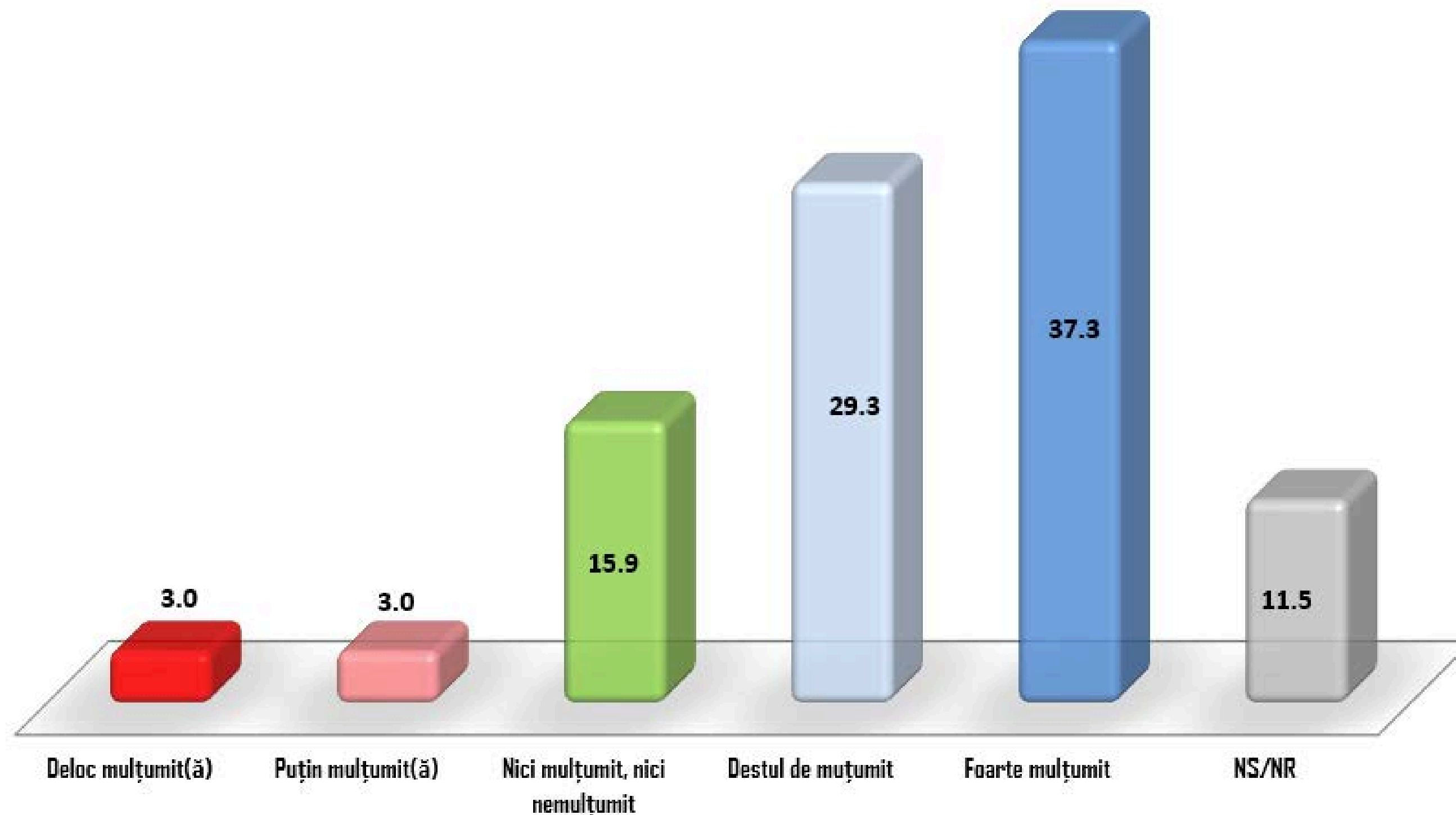
## Patinoarul din Piața Libertății



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

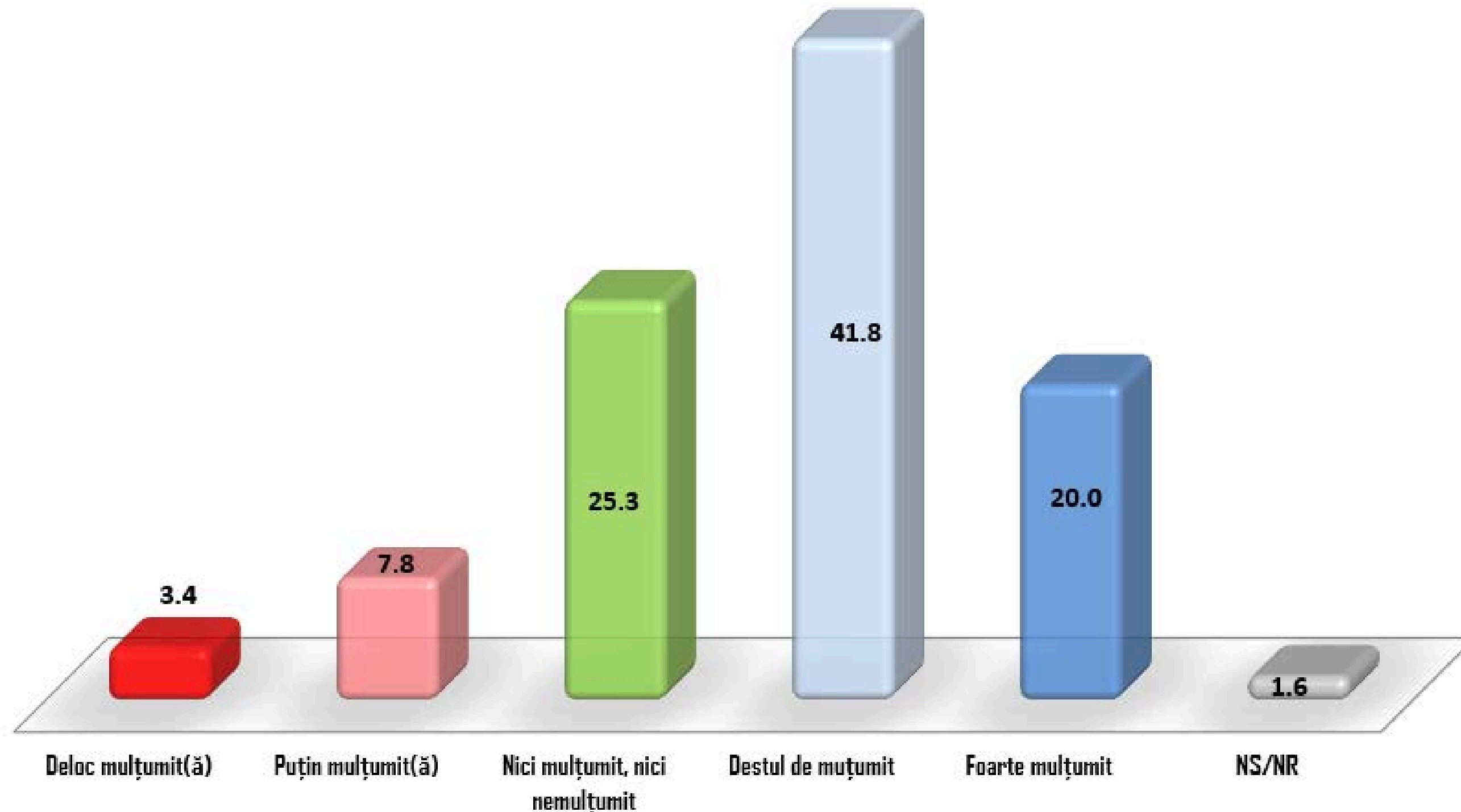
## Activitățile destinate copiilor (atelierelor lui Moș Crăciun)



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

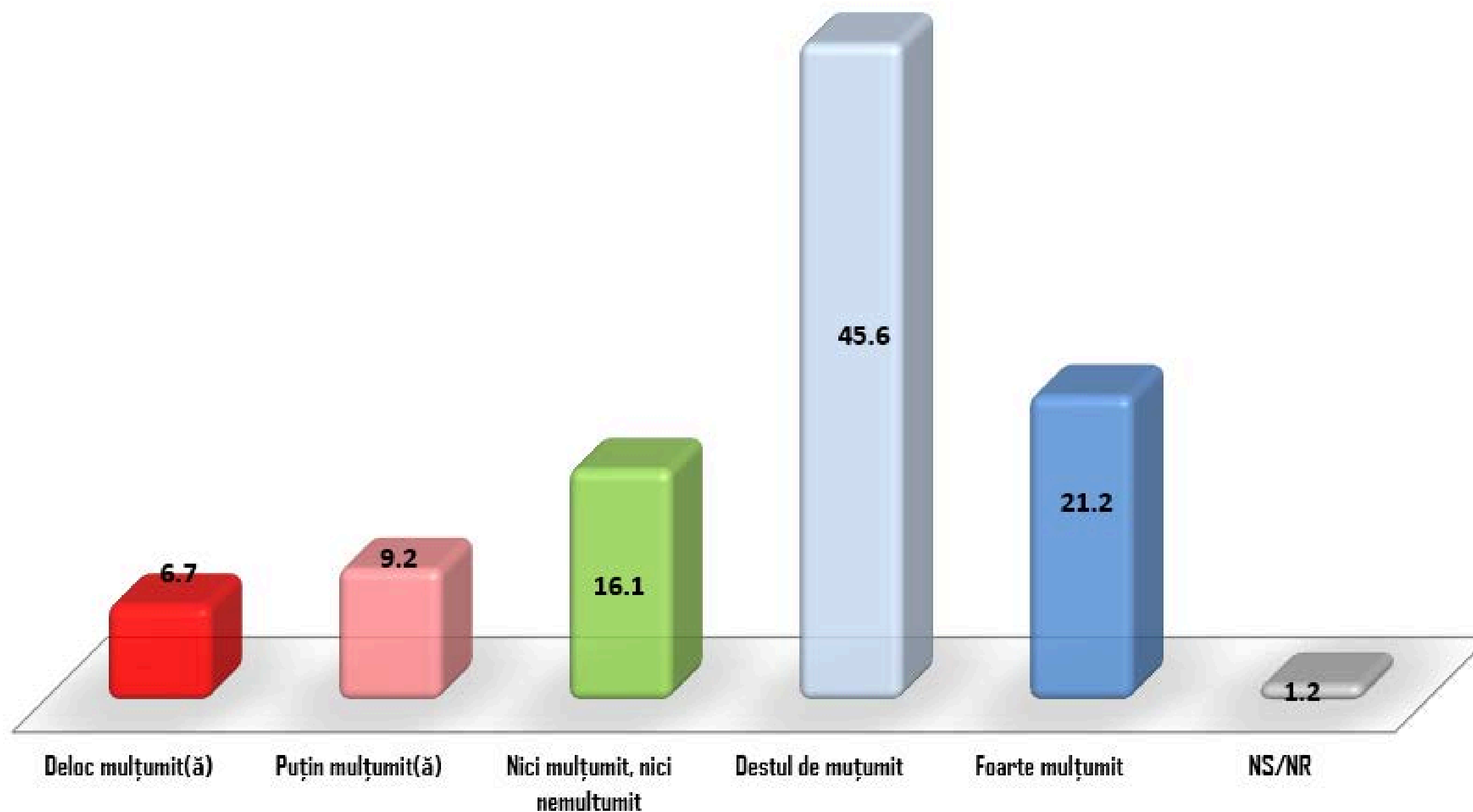
## Atitudinea comercianților



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

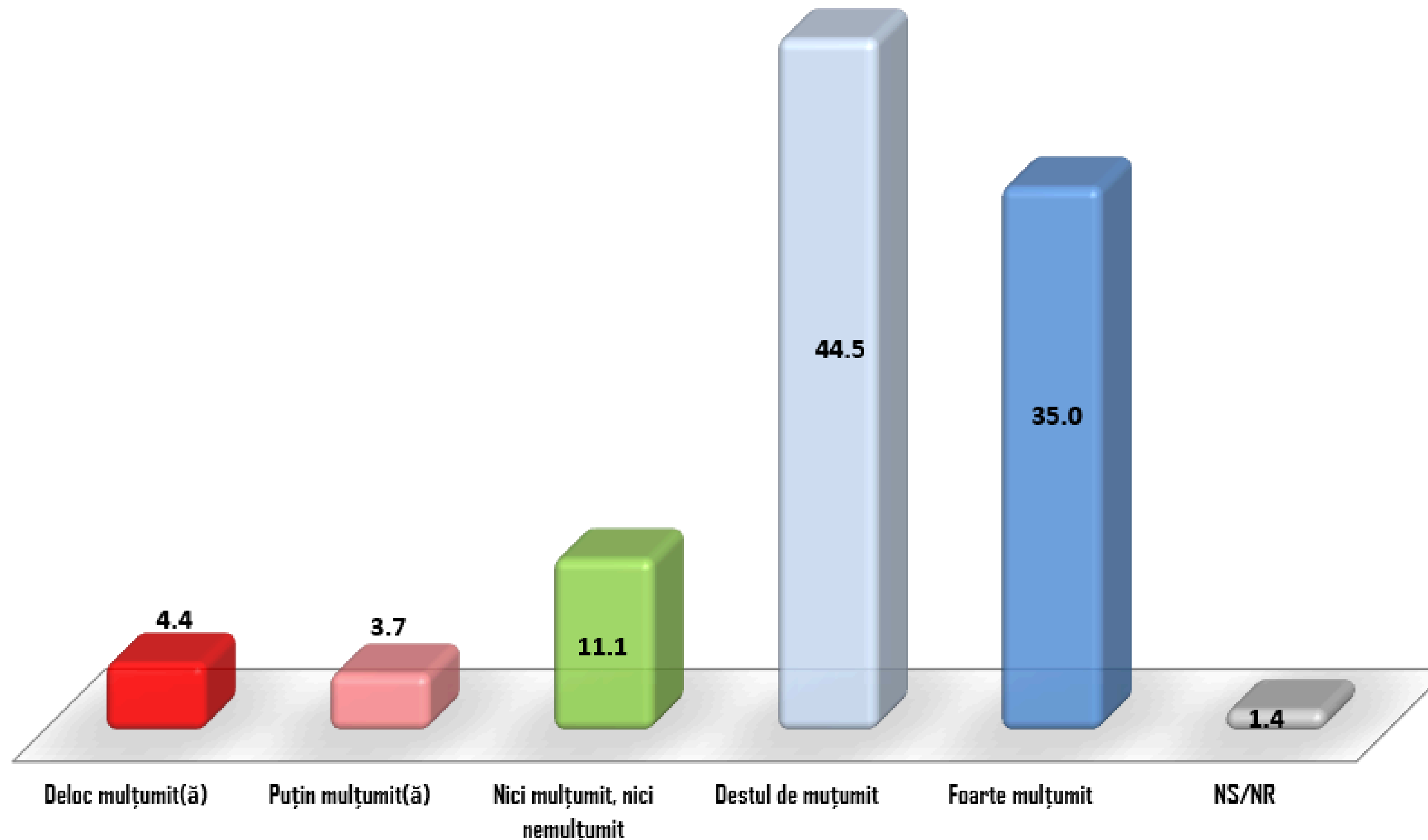
## Curățenia



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

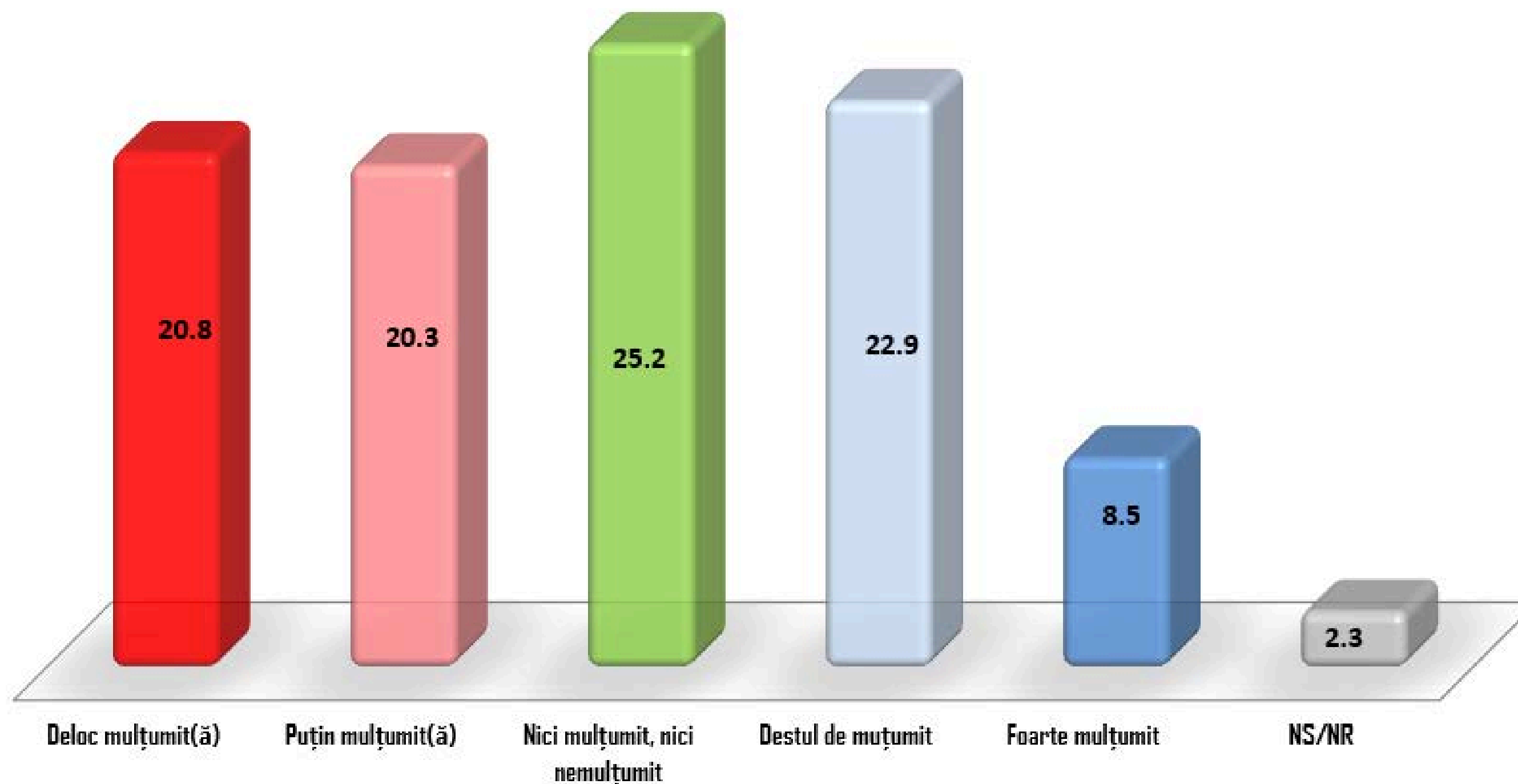
## Siguranță și securitate



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

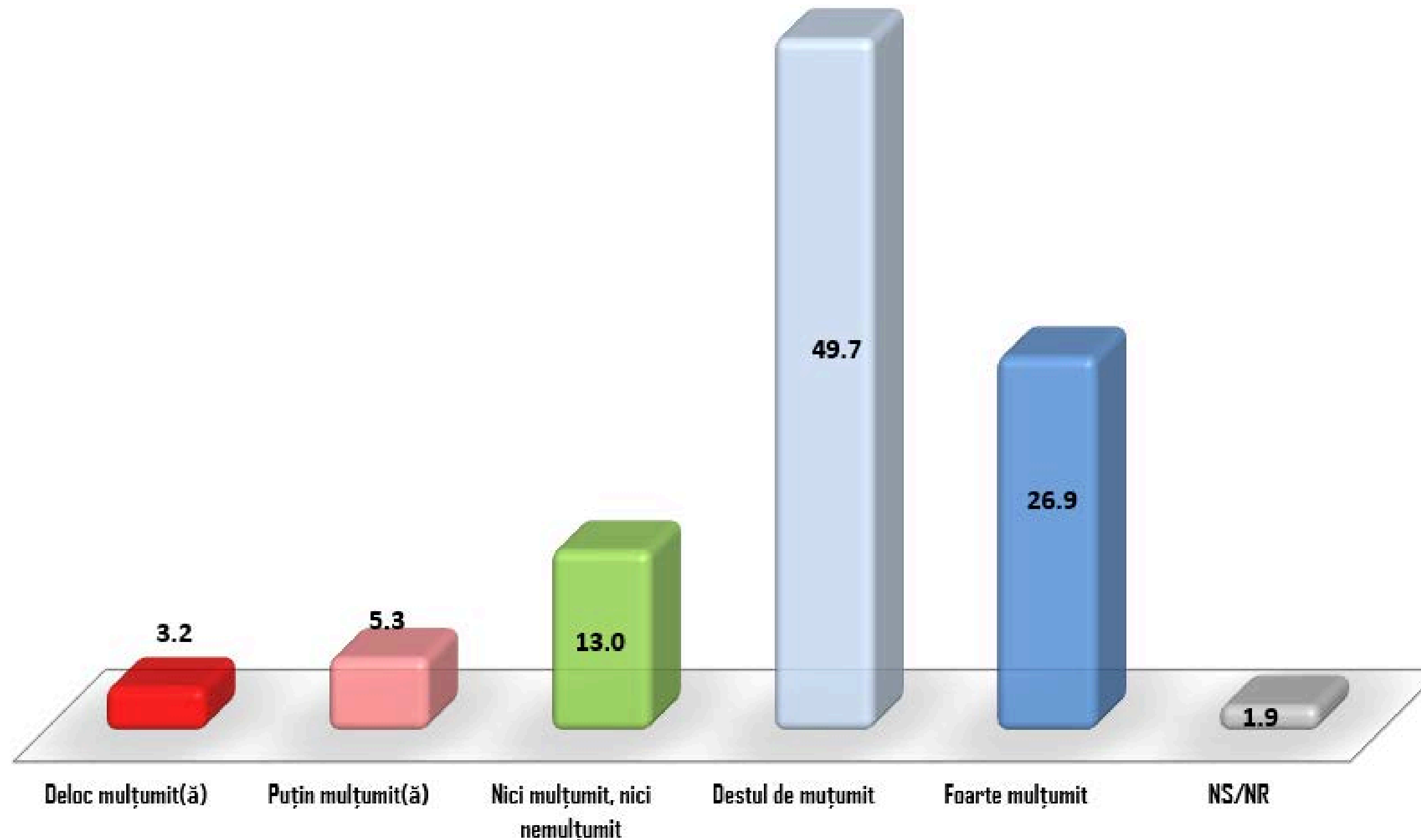
**Prețuri produse, în comparație cu produse similare, în magazine obișnuite**



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

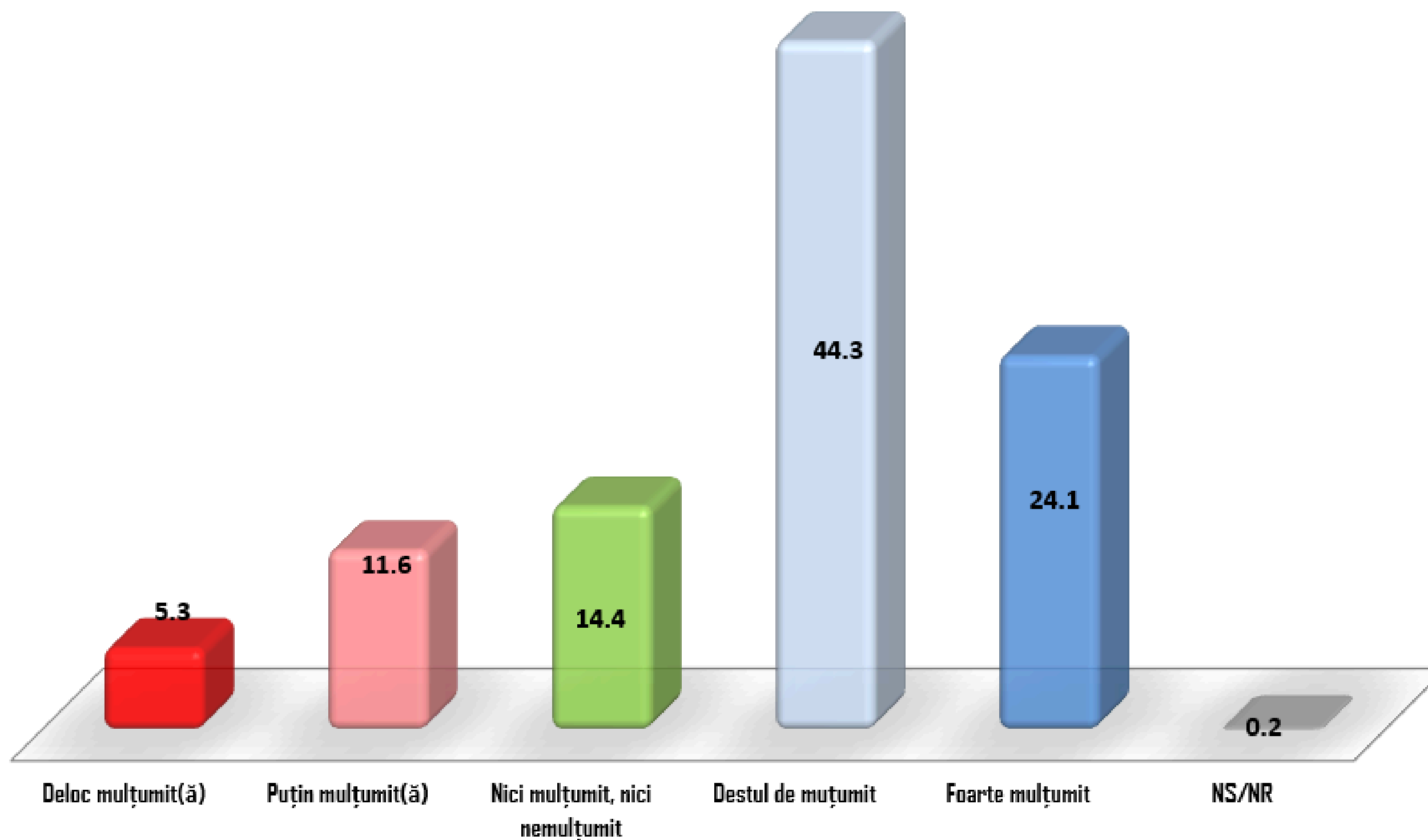
## Accesibilitatea și măsurile de siguranță ale târgului



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

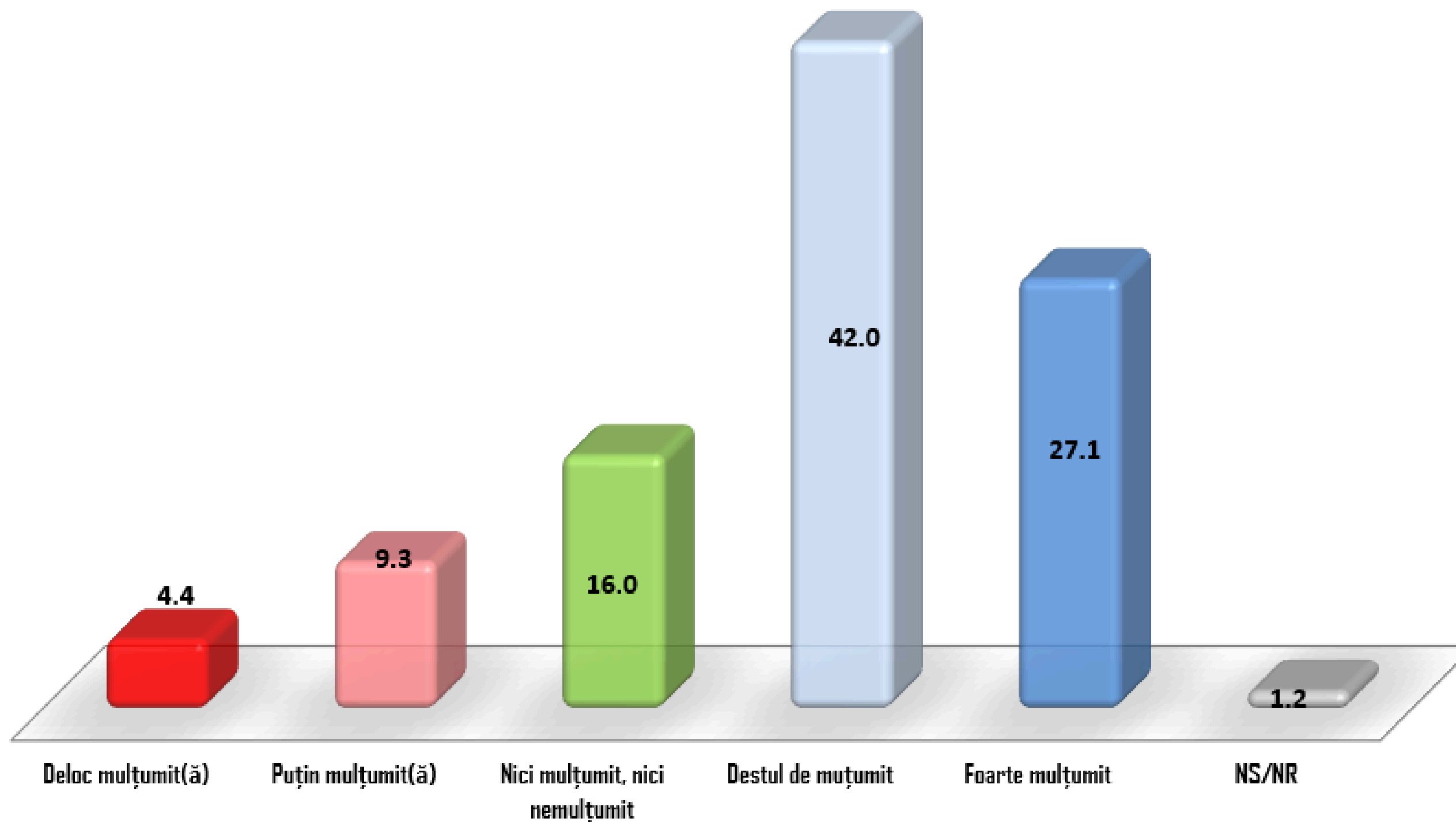
## Varietatea de produse expuse



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

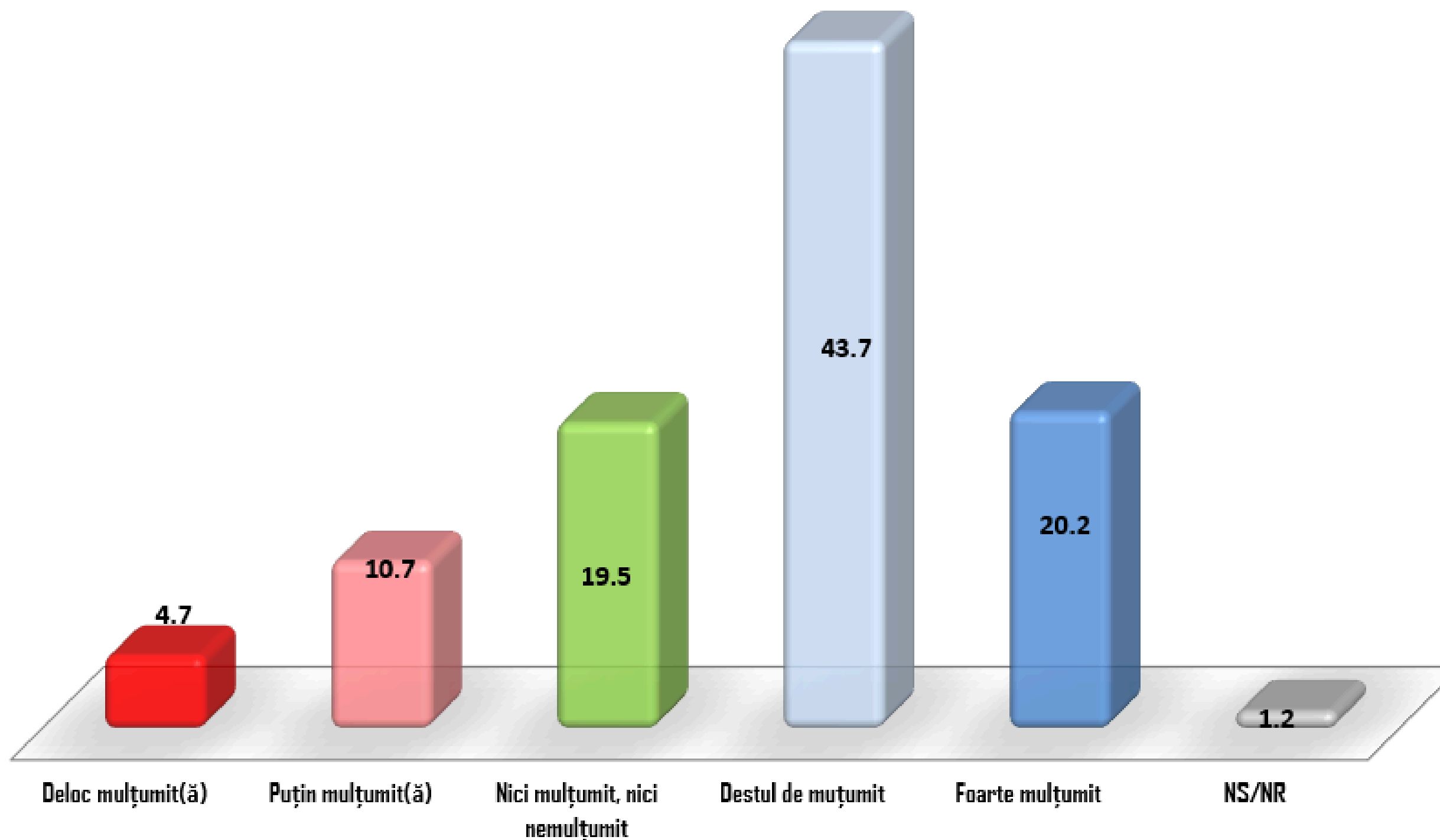
## Experiența culturală oferită



\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri

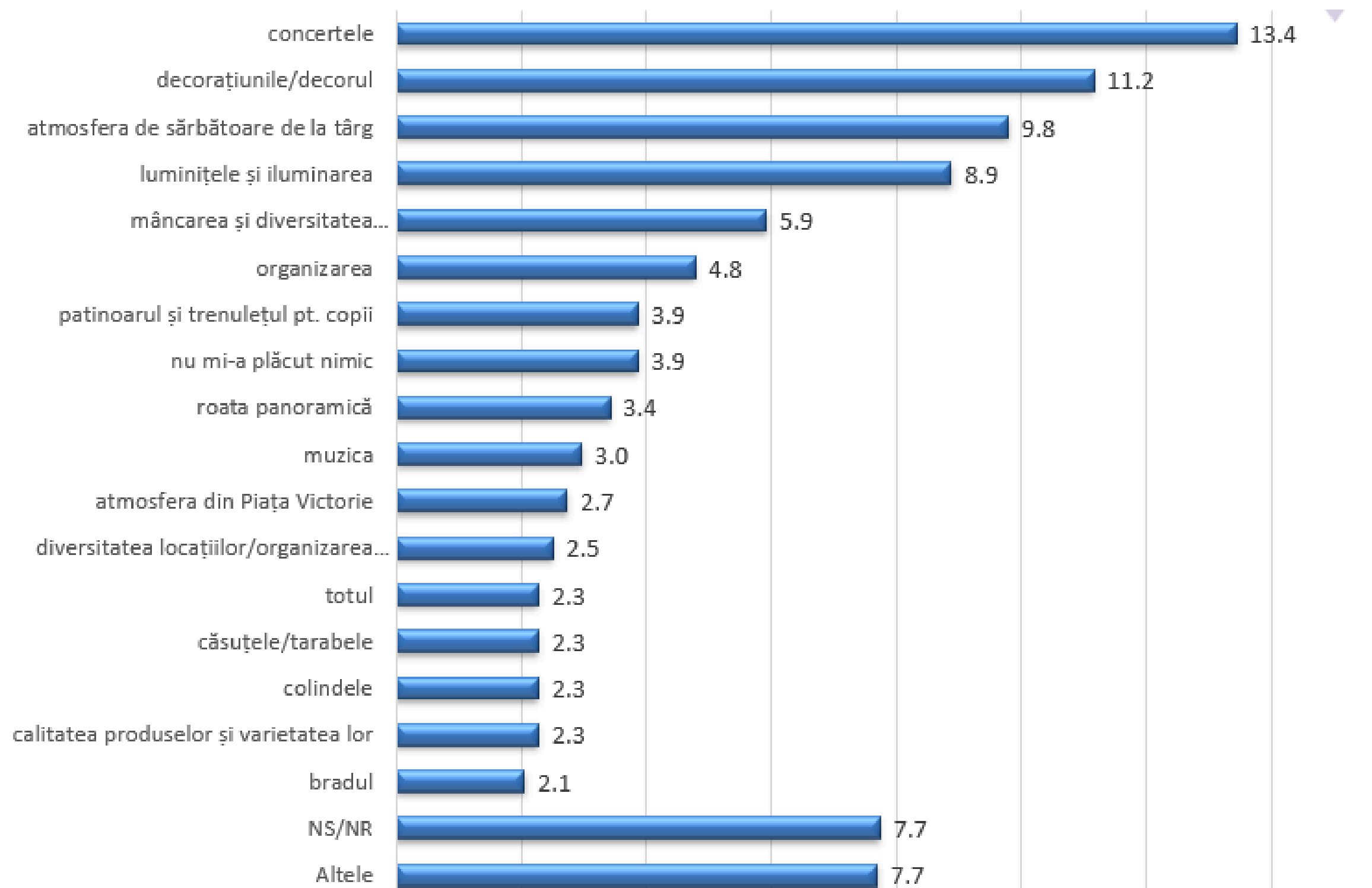
# Cât de mulțumit(ă) sunteți de următoarele atracții/activități, în cazul actualei ediții ale Târgului de Crăciun Timișoara 2023?

## Calitatea produselor oferite la Târg



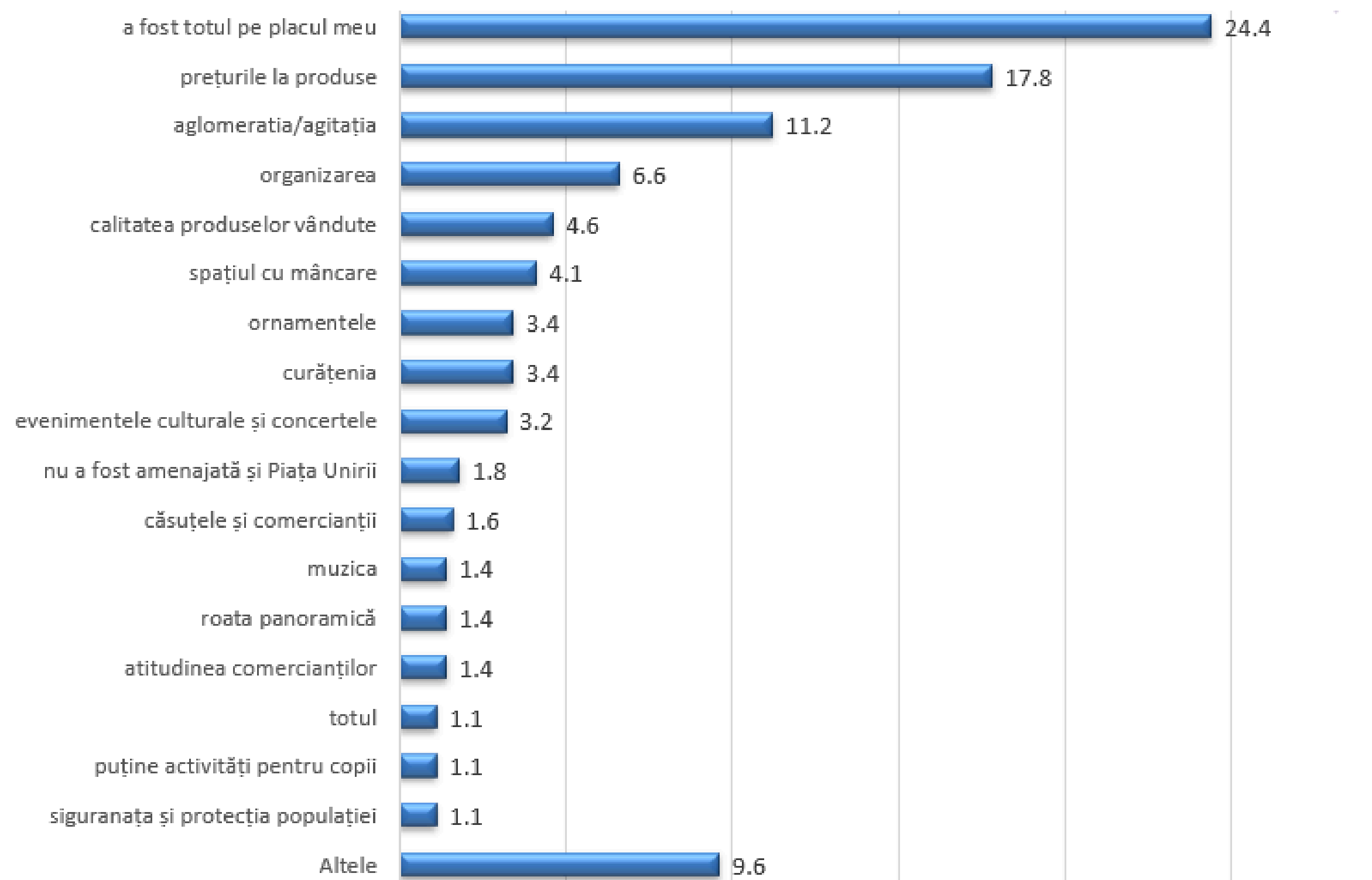
*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Ce v-a plăcut cel mai mult la ediția 2023 a Târgului de Crăciun?



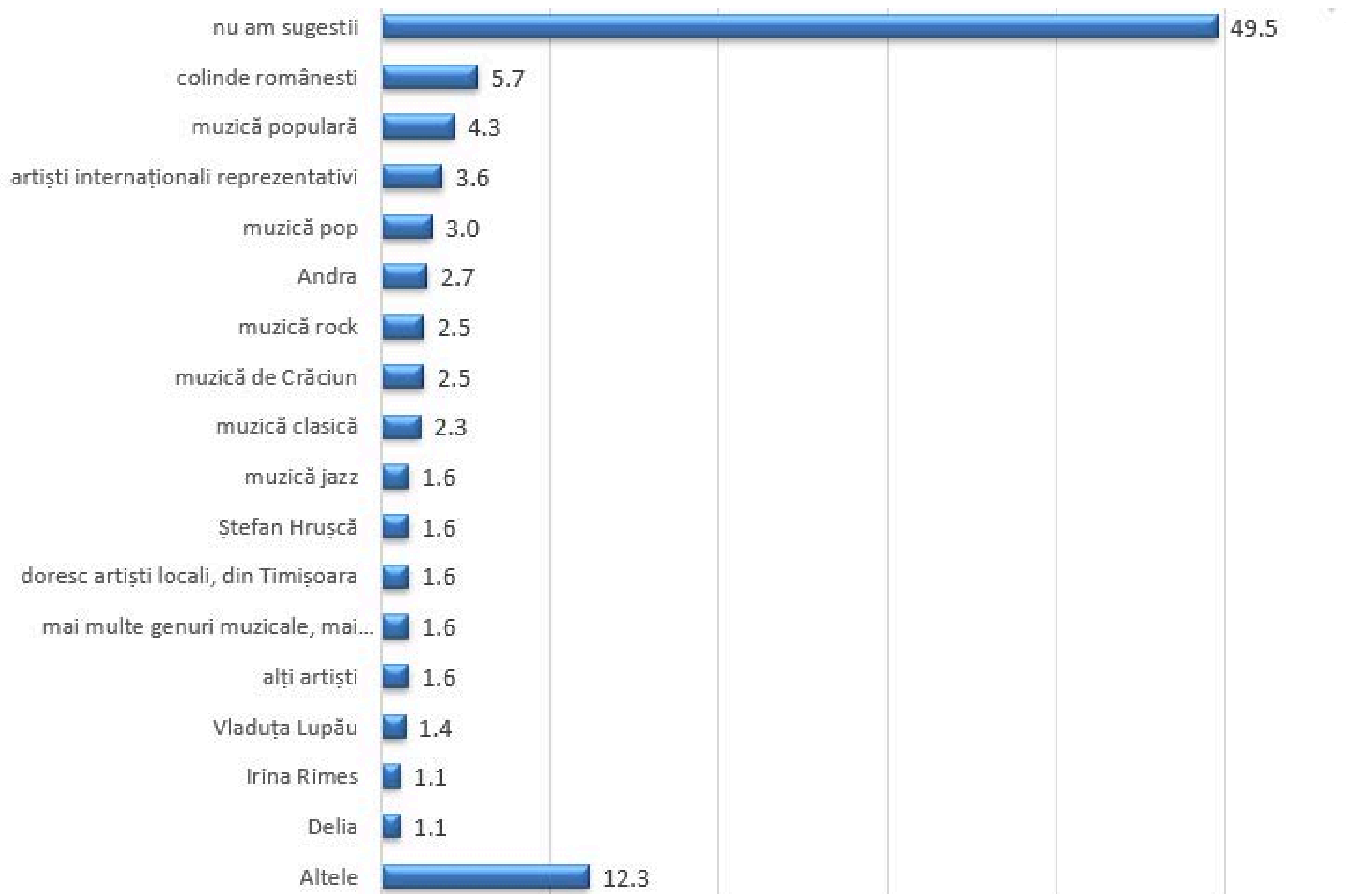
*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Ce v-a plăcut cel mai puțin la ediția 2023 a Târgului de Crăciun?



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

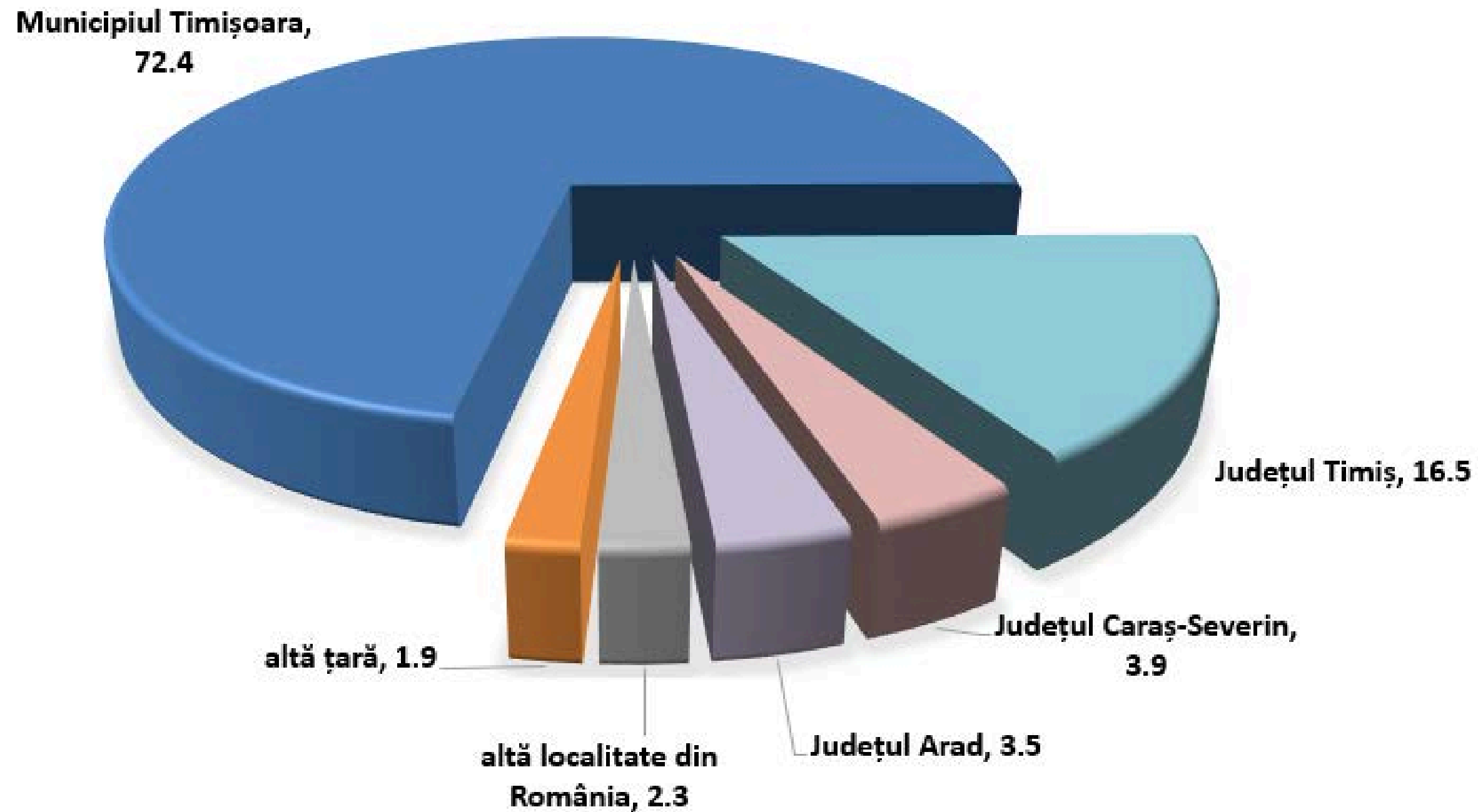
# Aveți sugestii de artiști sau stiluri muzicale pentru edițiile viitoare ale târgului?



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

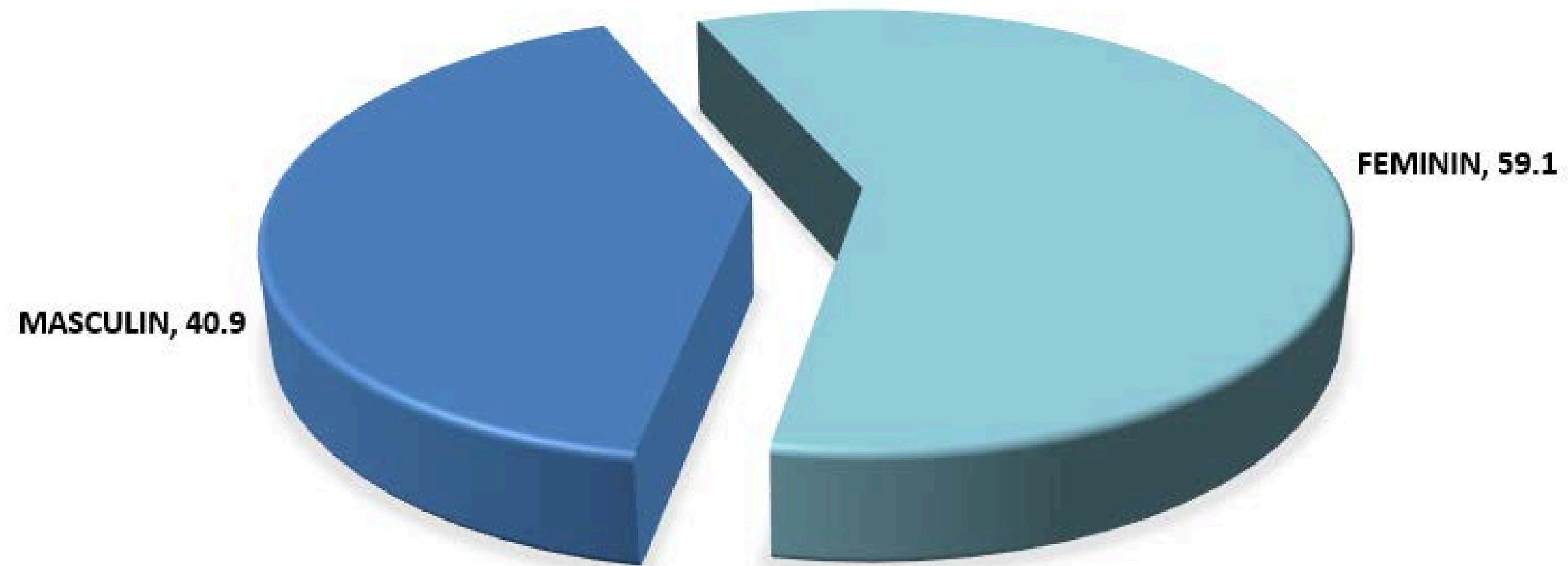
## Localitate în care trăiți în prezent



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

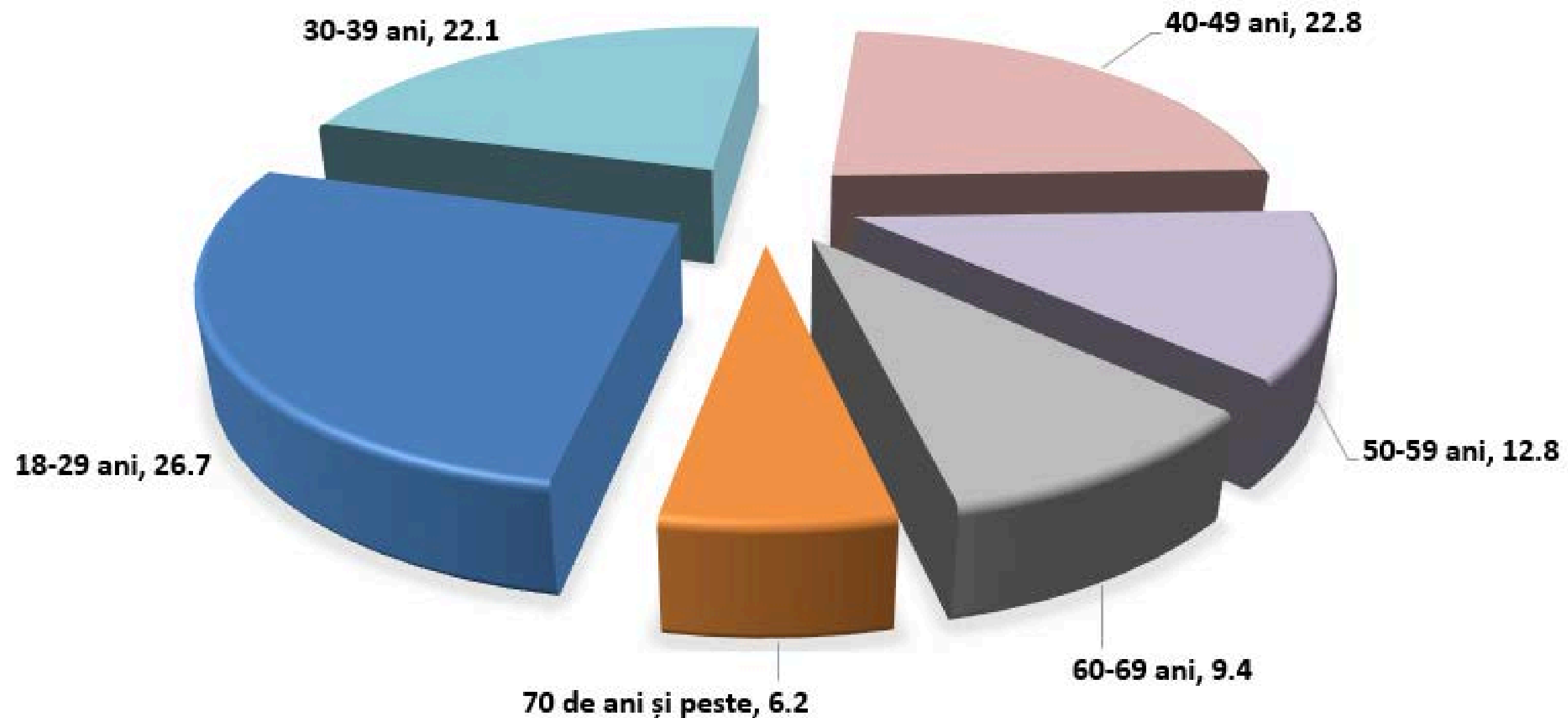
## Sex



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

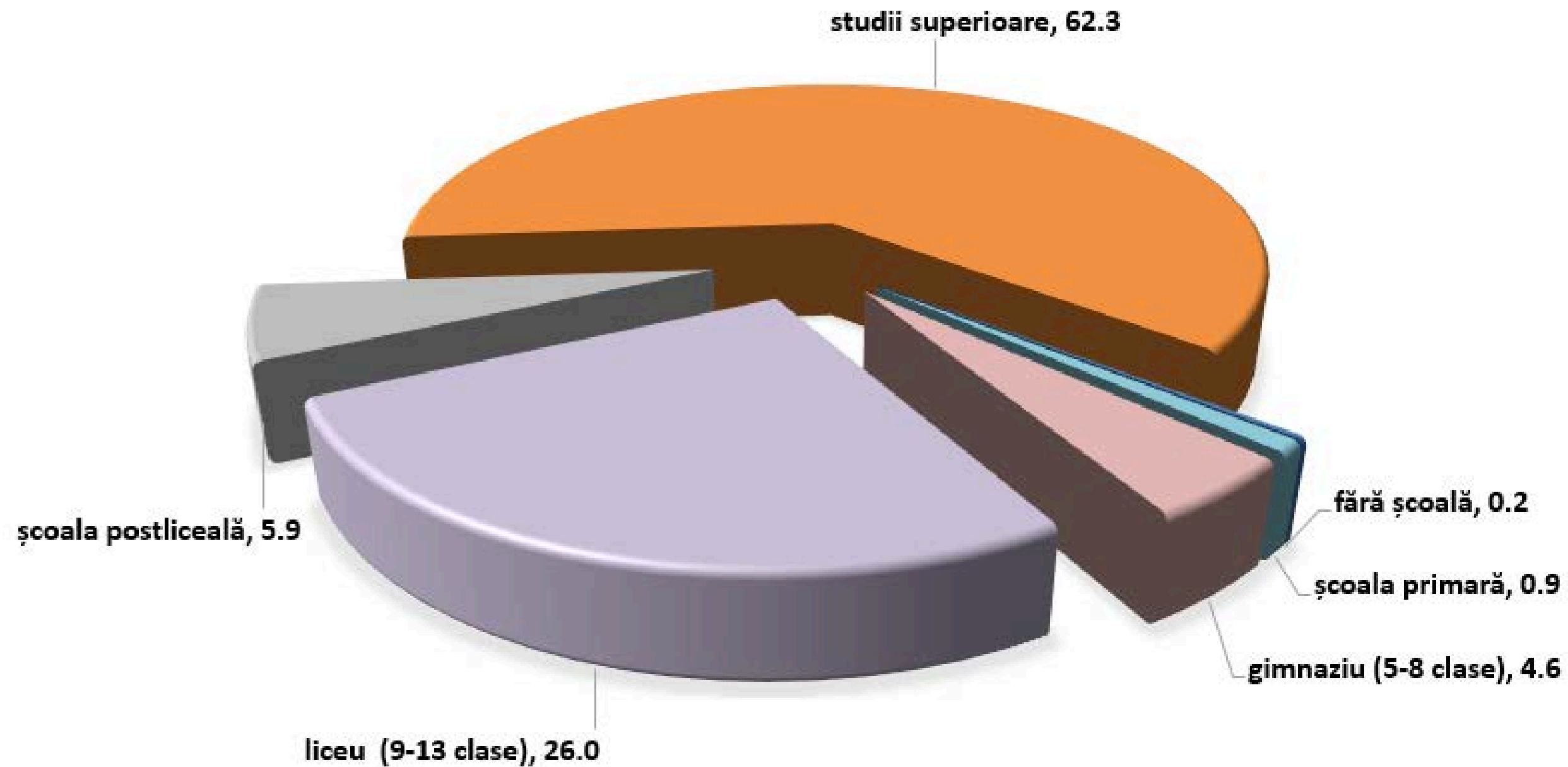
## Grupele de vârstă ale participanților



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

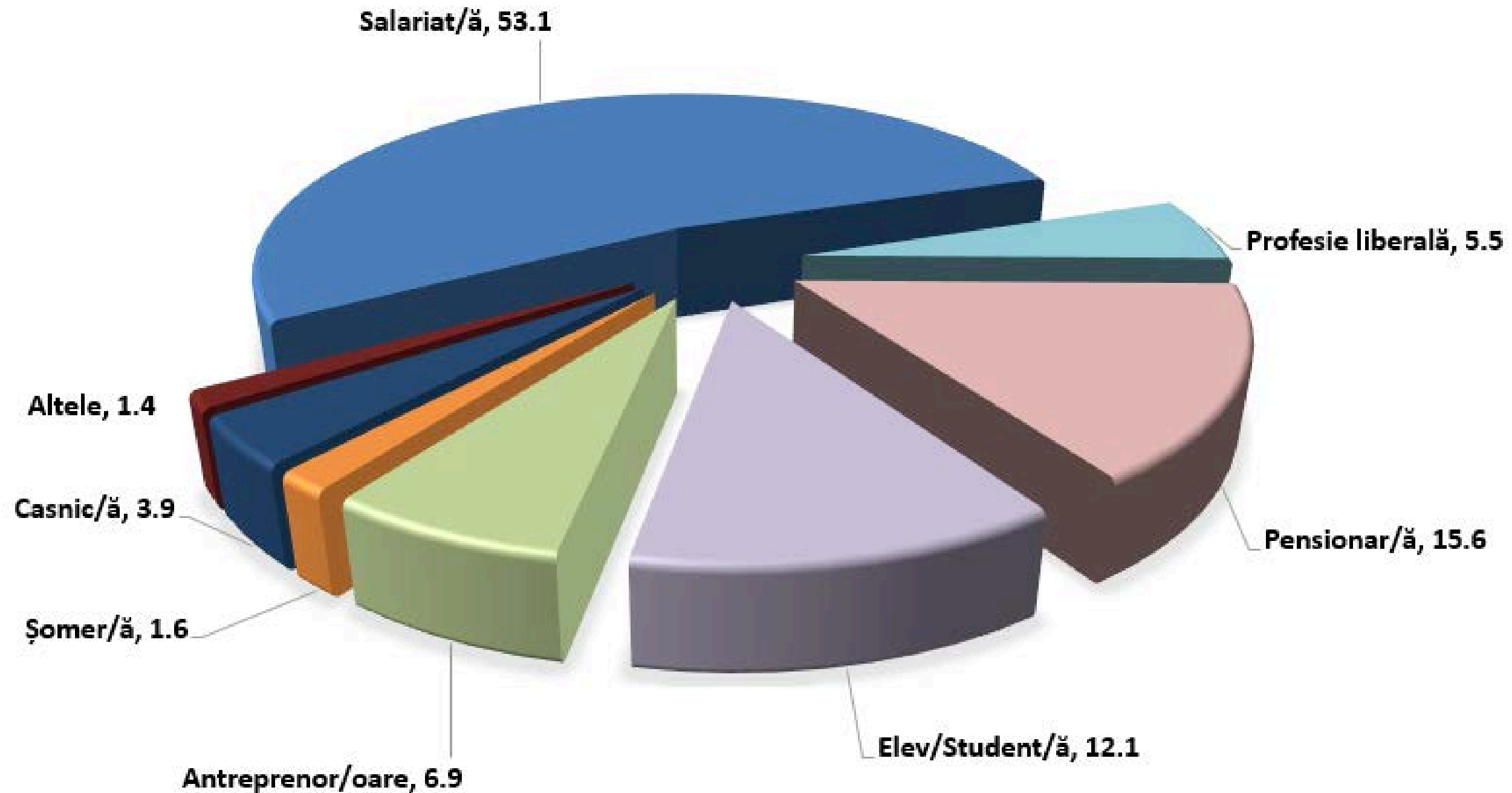
## Nivelul de instruire



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

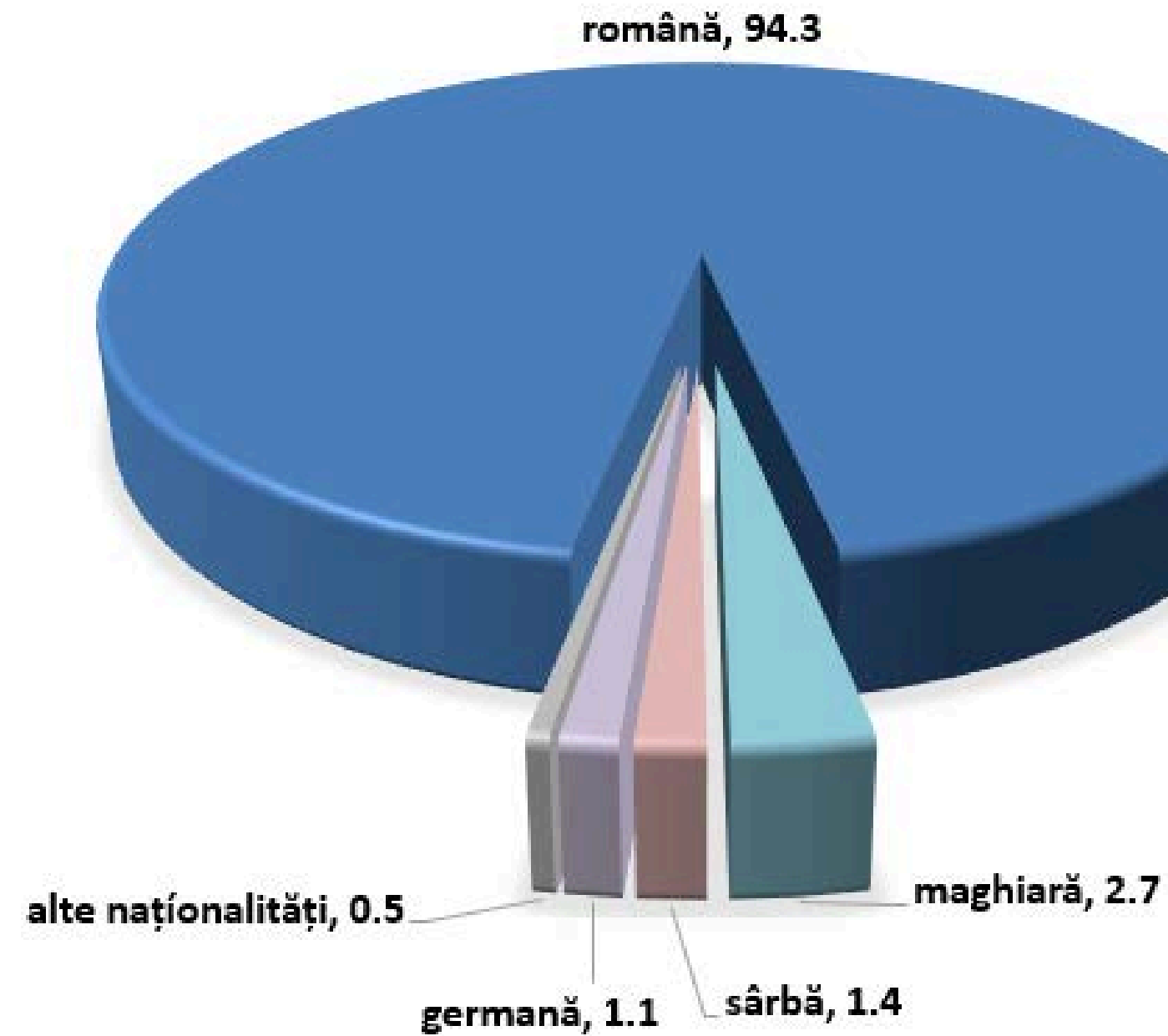
## Statutul ocupațional



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

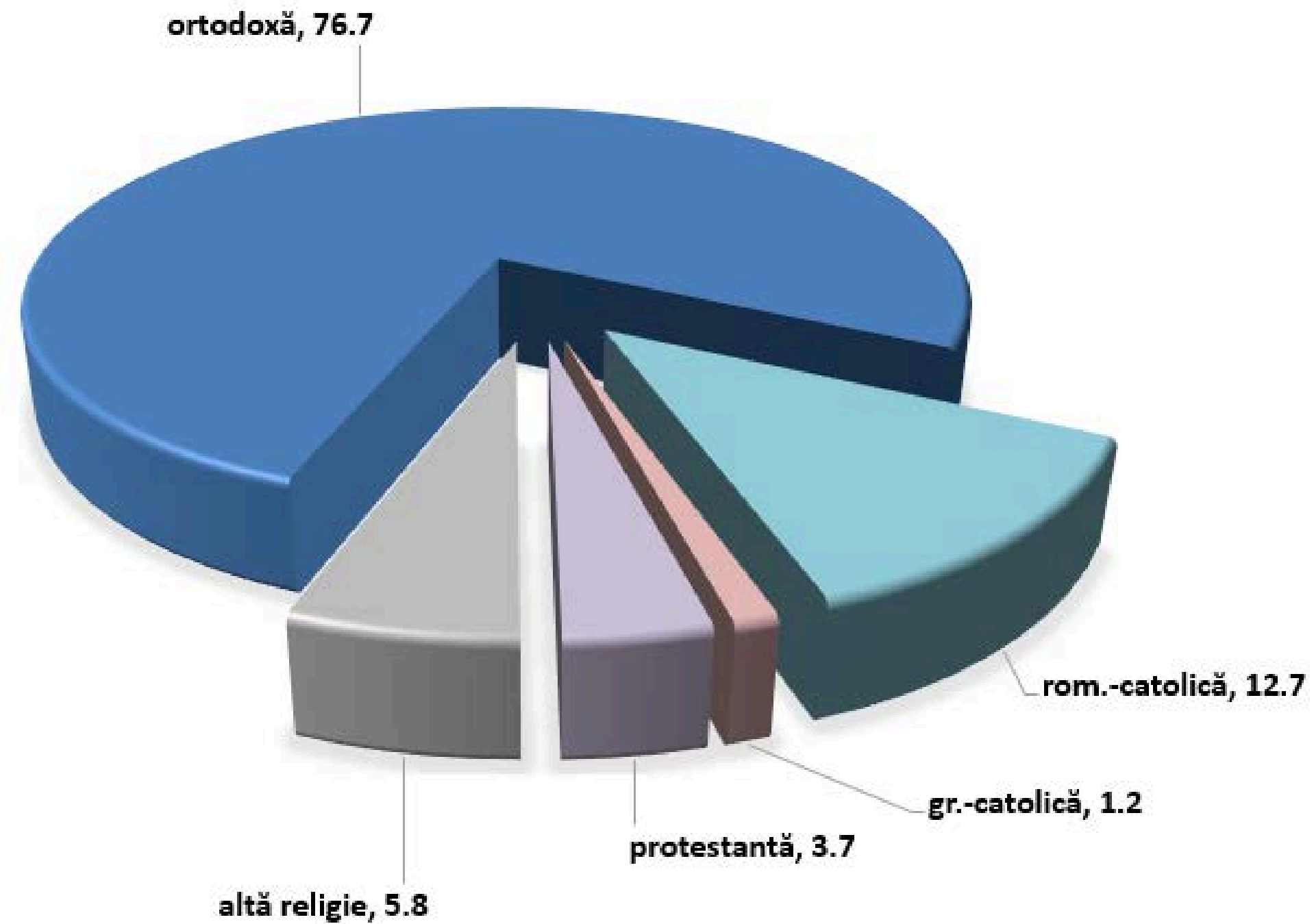
## Naționalitatea



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

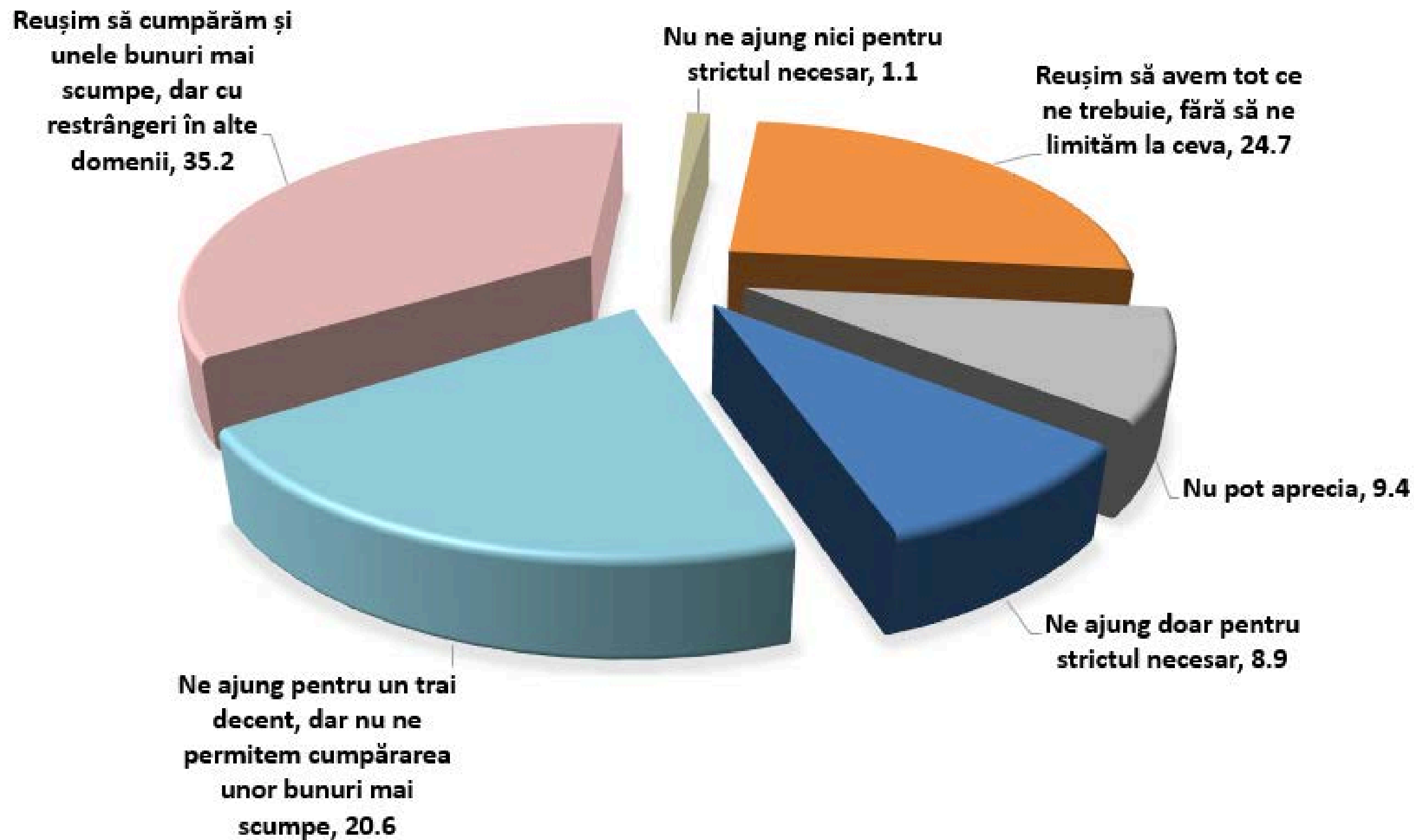
## Religia



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# Structura eșantionului

## Veniturile familiale



*\*Exprimare procentuală, din total răspunsuri*

# SINTEZA REZULTATELOR

**01** **Percepția publicului** participant la Târgul de Crăciun Timișoara, ediția 2023, cu privire la organizarea acestui eveniment, este în general una favorabilă, aproximativ 75% dintre cei care au vizitat Târgul, acordând pentru organizare notele 8,9, și 10 pe o scală de la 1 la 10. Media notelor acordate este 7.91.

**02** Peste jumătate dintre vizitatorii Târgului de Crăciun ediția 2023, au declarat că au participat și la edițiile anterioare; Două treimi dintre cei care au participat anul acesta au revenit chiar de mai multe ori.

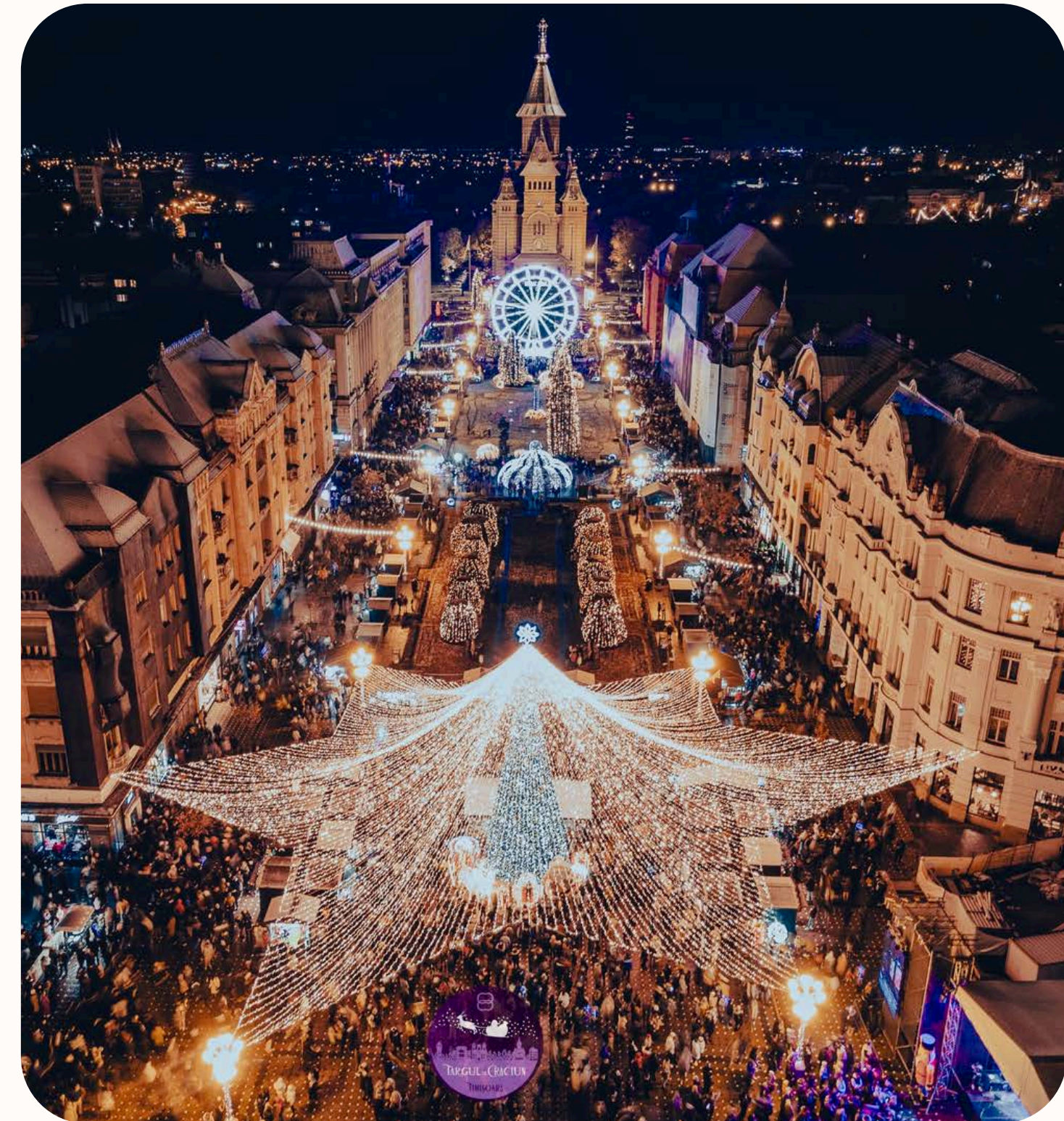
**03** În privința gradului de cunoaștere a instituției care organizează Târgul de Crăciun Timișoara, 46,7% dintre respondenți au afirmat că Târgul este organizat de către Primărie, 14,8% de către Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, 1,1% de către Consiliul Local Timișoara, 0,9% de către Consiliul Județean Timiș, în timp ce mai multe de o treime dintre participanți (36,5%) nu au știut cine este organizatorul acestuia.



# SINTEZA REZULTATELOR

**04 Activitățile și atracțiile** care au impresionat cel mai mult publicul participant au fost (rezultate din procentele cumulate pentru răspunsurile “destul de mulțumit” și “foarte mulțumit”):

- Decorurile și luminițele (83,5%);
- Faptul că ediția 2023 a Târgului de Crăciun a fost organizată în 3 piețe centrale(78,7%);
- Atmosfera și activitățile din Piața Victoriei (78,1%);
- Atmosfera din Piața Libertății (75,8%);
- Patinoarul (75,8%);
- Concertele (75,4%);
- Atmosfera și activitățile din piața Sf. Gheorghe (68%);
- Scena din dreptul Palatului Lloyd (67,1%);
- Activitățile pentru copii/Atelierele lui Moș Crăciun (66,6%);
- Prezența comercianților (65,7%);
- Roata panoramică (65,5%);
- Zona gastronomică de la Modex (62,3%);



# SINTEZA REZULTATELOR

05

Referitor la aspectele legate de organizarea Târgului de Crăciun Timișoara, ediția 2023, cele mai multe aprecieri le-au întrunit următoarele: (rezultate din procentele cumulate pentru răspunsurile "destul de mulțumit" și "foarte mulțumit"):

- Siguranța și protecția cetățenilor (79,5%);
- Accesibilitatea și măsurile de siguranță de la Târg (76,6%);
- Experiența culturală oferită (69%);
- Varietatea de produse expuse (68,4%);
- Curățenia (66,8%);
- Calitatea produselor de la Târg (63,9%);
- Atitudinea comercianților (61,8%);
- Prețurile produselor comparativ cu produse similare în alte magazine(31,4%);



# SINTEZA REZULTATELOR

06

În privința celor mai apreciate aspecte (puncte tari) la ediția 2023 a Târgului de Crăciun, s-au evidențiat următoarele răspunsuri (întrebare deschisă):

- Concertele (13,4%);
- Decorurile de Crăciun și decorațiunile (11,2%);
- Atmosfera de sărbătoare de la Târg (9,8%);
- Luminițele și iluminarea (8,9%).

07

Au existat și lucruri pe care participanții la evenimentul de sfârșit de an le-au apreciat mai puțin (puncte slabe). În topul aspectelor mai puțin plăcute/apreciate au fost identificate următoarele răspunsuri (întrebare deschisă):

- Prețurile la produse (17,8%);
- Aglomerația, agitația (11,2%);
- Organizarea (6,6%);
- Calitatea produselor vândute (4,6%).



# Muțumim!

