

«Ингосстрах», один из лидеров рынка страхования в России и генеральный партнер Большого театра, совместно с Финансовым университетом при Правительстве РФ провел исследование на тему культурных привычек жителей Москвы и Санкт-Петербурга. Востребованность ключевых площадок остается высокой и стабильной, лидирует Большой театр.

Большой театр и «Ингосстрах» вот уже шесть сезонов связывает масштабное сотрудничество. Еще в 2019 году это партнерство стало моделью осмысленного участия бизнеса в развитии культуры.

Рост спроса

По данным исследования, 20,3% москвичей и 15% петербуржцев стали посещать театры и культурные пространства чаще, чем ранее. Еще 23,6% жителей Москвы и 25,9% жителей Санкт-Петербурга сохраняют прежний уровень активности. Лишь 11,5% москвичей и 9,7% петербуржцев отметили снижение частоты посещений.

Таким образом, в обеих столицах фиксируется устойчивый интерес к культурным мероприятиям, а доля снижающих посещаемость остается сравнительно небольшой.

Молодежь — главный драйвер роста аудитории

Возрастная группа 18–30 лет демонстрирует наиболее выраженное увеличение культурной активности: 39% посещают культурные мероприятия три и более раз в год, 17% — семь и более раз в год, что выше, чем у всех других возрастных групп.

Молодые жители чаще пробуют новые форматы, разнообразят досуг и заметно реже ограничиваются эпизодическими посещениями.

Разница полов и доходов

Исследование подтверждает: регулярная культурная активность чаще свойственна тем, кто располагает достаточным временем, ресурсами и финансовой устойчивостью.

Разница между женщинами и мужчинами в частоте посещений невелика — 36% и 30% опрошенных соответственно посещают мероприятия несколько раз в год и чаще.

Среди жителей столиц со средним доходом более половины посещают культурные события от одного раза в месяц до нескольких раз в год. Более 60% опрошенных с высоким доходом регулярно посещают культурные мероприятия. Это свидетельствует о формировании устойчивой культурной аудитории, которая поддерживает долгосрочный спрос.

Драматический театр — безусловный лидер

Среди тех, кто посещает культурные мероприятия, предпочтения распределились следующим образом:

Драматический театр — 39% москвичей и 41% петербуржцев

Музеи — 27% москвичей и 33% петербуржцев

Концерты популярных исполнителей — 22% москвичей и 28% петербуржцев

Опера — 13% москвичей и 11% петербуржцев

Современные и классические выставки — 12% москвичей и 16% петербуржцы

Балет — 9% москвичей и 12% петербуржцев

Традиционные форматы сохраняют лидерство, однако интерес к современным культурным форматам постепенно растет.

Популярные площадки: спрос концентрируется на ведущих театрах

Востребованность ключевых площадок остается высокой и стабильной. Чаще всего жители Москвы посещают:

Большой театр — 11,1%

Государственный Кремлевский Дворец — 8,7%

Большой цирк на Вернадского — 7,3%

Театр им. Е. Вахтангова — 5,8%

Цирк Никулина — 5,6%

В то же время у петербуржцев популярны:

Мариинский театр — 15,8%

Михайловский театр — 13,7%

БКЗ «Октябрьский» — 10%

Театр имени Ленсовета — 8,4%

Большой Цирк — 8,3%

Жители столиц считают, что культура стала доступнее

Восприятие культурной среды в двух столицах преимущественно позитивное: 42,4% москвичей и 46,8% петербуржцев считают культурные события доступными. При этом 21% москвичей и 12,1% петербуржцев отмечают, что на наиболее востребованные мероприятия порой сложно попасть — главным образом из-за стоимости билетов.

Финансовая сторона: ежегодные траты растут вместе с интересом

23,1% жителей обеих столиц расходуют на культурные мероприятия от 6 до 20 тысяч рублей, а 4,2% — более 30 тысяч рублей в год. Средние расходы на культурный досуг в Москве и Петербурге составляют 6,4 тысячи рублей в год на человека. Наибольший процент респондентов тратит на посещение театров до 3 тысяч рублей в год.

«Мы видим растущий интерес к искусству и считаем необходимым расширять доступ к культурным инициативам и создавать условия для развития новых талантов. Сегодня сотрудничество Большого театра и «Ингосстраха» показывает, что крупнейшие компании страны не ограничиваются ролью спонсора и становятся полноценными партнерами культурных организаций, проектов, программ. Самое главное, что благодаря такой поддержке молодые артисты получают возможность профессионально развиваться и завоевывать главные сцены страны и мира. Культура формирует общественные ценности, и мы считаем важным поддерживать институции, которые их создают», — отметила Алина Порошина, директор по связям с общественностью компании «Ингосстрах».

Википедия страхования