

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

**Unione regionale delle camere di commercio
dell'Emilia Romagna**

*Dipartimento di Sociologia
Università degli studi
Bologna*

IL FENOMENO DELLE DISCOTECHES IN EMILIA ROMAGNA

Data _____ Comune e Provincia _____

Nome della discoteca _____ Ruolo intervistato _____

Intervistatore _____ n° intervista _____

§§§§§§§§§§§§

A. Analisi delle tipologie di discoteca

1. In che periodo si colloca l'inizio dell'attività della discoteca?

1	≤ anni 50	10%
2	anni 60	14%
3	anni 70	18%
4	anni 80	20%
5	≥ anni 90	37%

2. Qual'è la natura giuridica dell'azienda?

1	Srl	49%
2	Snc	18%
3	Spa	2%
4	Sas	12%
5	Cooperativa	3%
6	altro	14%

3. In quali stagioni la discoteca è aperta al pubblico?

1	tutto l'anno	26%
2	tutto l'anno con esclusione del periodo estivo	42%
3	solo d'estate	20%

4. In una settimana, quante sono mediamente le giornate in cui la discoteca è aperta al pubblico?

1	1 sera	3%
2	2 sere	27%
3	3 sere	33%
4	4 sere	16%
5	5 sere	11%
6	altra formula	9%

5. Qual è la **principale** fascia oraria di apertura della discoteca?

1	dal tardo pomeriggio fino a mezzanotte/l'una	5%
2	dalla prima serata fino a tarda notte	57%
3	dalla tarda serata fino a tarda notte	32%
4	dalla tarda serata fino al mattino	5%
5	dal primissimo mattino al primo pomeriggio	0%

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

6. Quali delle seguenti forme di accesso al locale sono previste presso la sua discoteca?

1. Biglietto intero più consumazione	36%
2. Biglietto scontato più consumazione	1%
3. Biglietto intero senza consumazione	7%
4. Biglietto scontato senza consumazione	2%
5. Biglietto scontato più consumazione obbligatoria	2%
6. Ingresso gratuito con prima consumazione obbligatoria	37%

7. Quanti ingressi, in media ed in percentuale sul totale, sono gratuiti in una serata?

1. Maschi: _____ %	16% (dato medio)
2. Femmine: _____ %	27% (dato medio)

8. Qual'è mediamente la tariffa di ingresso?

1 10000-20000 lire	61%
2 20000-30000 lire	19%
3 oltre le 30.000 lire	1%

9. All'interno della discoteca vi avvalete del sistema della "drink card"?

1 sì	48%
2 no	40%
3 talvolta	10%

9.1 In caso affermativo, quali delle seguenti motivazioni ritiene più vere nel caso della sua discoteca (massimo 3 risposte)? (valori percentuali sul totale dei casi avuti)

1 qualifica l'immagine del locale	21%
2 offre un servizio più qualificato alla clientela	17%
3 elimina la circolazione del denaro	48%
4 produce un aumento degli incassi	16%
5 fornisce informazioni statistiche sull'andamento dell'attività	24%
6 consente l'ottimale sfruttamento dei diversi regimi SIAE	28%
7 elimina i registratori di cassa dai bar	28%
8 modifica l'atteggiamento psicologico del cliente verso il consumo	54%

10. Quali sono le dimensioni del locale (esclusi gli spazi per il parcheggio)?

1 inferiore a 500 mq	25%
2 fino a 1000 mq	31%
3 fino a 1500 mq	18%
4 fino a 2000 mq	13%
5 fino a 2500 mq	3%
6 fino a 3000 mq	4%
7 oltre 3000 mq	3%

11. Qual'è la capienza del locale?

1 meno di 500 persone	32%
2 fino a 600 persone	10%
3 fino a 700 persone	7%
4 fino a 800 persone	8%
5 fino a 900 persone	6%
6 fino a 1000 persone	10%
7 oltre 1000 persone	27%

12. Dal punto di vista dell'insediamento territoriale, in che zona si colloca la discoteca?

1 area urbana turistica	30%
2 area periferica turistica	15%
3 area urbana non turistica	14%
4 area periferica non turistica	28%

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

13. A quale mercato si rivolge la discoteca?
- | | | | | |
|---|-------------------------|--------|-----|--------------------|
| 1 | locale | _____% | 56% | <i>(dati medi)</i> |
| 2 | regionale | _____% | 21% | |
| 3 | regioni del centro-nord | _____% | 3% | |
| 4 | nazionale | _____% | 10% | |
| 5 | internazionale | _____% | 2% | |
14. Il suo locale si colloca in un contesto comprendente:
- | | | |
|---|----------------------------|-----|
| 1 | ipermercato | 0% |
| 2 | hotel/albergo | 10% |
| 3 | ristorante/pizzeria | 20% |
| 4 | parco di divertimenti | 2% |
| 5 | altra attività commerciale | 12% |
| 6 | nessuna altra attività | 53% |
15. Considerata globalmente nei differenti generi proposti, a quali fasce di utenza si rivolge la vostra offerta?
- | | | | | | |
|---|----------------|-----------------|--------|-----|------------------------------|
| 1 | giovanissimi | (15-20 anni) | _____% | 29% | <i>(sul totale dei casi)</i> |
| 2 | giovani | (21-30 anni) | _____% | 82% | |
| 3 | giovani adulti | (30-40 anni) | _____% | 55% | |
| 4 | adulti | (oltre 40 anni) | _____% | 16% | |

B. I "processi di produzione" in discoteca

16. Quali sono le principali iniziative di marketing per la promozione della discoteca? (massimo 3 risposte)
- | | | | | |
|----|--|--------|-----|-----------------------------------|
| 1 | ricorso ai media (radio, televisione, quotidiani) | _____% | 59% | <i>(dati sul totale dei casi)</i> |
| 2 | pubblicità sui giornali specializzati | _____% | 20% | |
| 3 | partecipazione ad eventi espositivi del settore | _____% | 3% | |
| 4 | utilizzo delle più sofisticate tecnologie informatiche | _____% | 20% | |
| 5 | distribuzione di volantini e biglietti/riduzione | _____% | 63% | |
| 6 | invito personalizzato (mailing) | _____% | 21% | |
| 7 | utilizzo di agenzie di pubblicità specializzate | _____% | 6% | |
| 8 | utilizzo di agenzie specializzate nella fornitura di abbigliamento pubblicitario e articoli promozionali per locali da ballo | _____% | 4% | |
| 9 | creazione di forme di collaborazione e convenzione con altri locali (pub, discopub, circoli, pizzerie, etc.) | _____% | 13% | |
| 10 | utilizzo di P.R. | _____% | 43% | |
17. Ai fini della promozione dell'immagine della discoteca vi avvalete dei seguenti professionisti?
- | | | mai | qualche volta | sempre |
|---|------------------------|------------|----------------------|---------------|
| 1 | PR | 22% | 20% | 49% |
| 2 | consulenti aziendali | 60% | 4% | 3% |
| 3 | animatori | 26% | 33% | 22% |
| 4 | DJ | 12% | 15% | 62% |
| 5 | art director | 28% | 13% | 20% |
| 6 | addetti stampa | 35% | 12% | 14% |
| 7 | allestitori/scenografi | 26% | 26% | 6% |

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

18. Con quale frequenza vengono effettuati gli interventi di restyling "morbido" e di restyling "duro"?

		restyling "morbido"	restyling "duro"
1	ogni anno	64%	1%
2	ogni 2 anni	14%	7%
3	ogni 3 anni	7%	20%
4	ogni 4 anni	1%	10%
5	ogni 5 anni e oltre	5%	39%

19. In che modo la discoteca riesce a cogliere l'evoluzione dei **generi musicali** (massimo 3 risposte)?
(dati sul totale dei casi)

1	effettuando ricerche di mercato affidate a società di marketing	_____ %	2%
2	somministrando questionari direttamente all'interno del locale	_____ %	3%
3	attraverso un costante aggiornamento e scambio di informazioni frutto di incontri con altri operatori del settore	_____ %	60%
4	partecipando ad eventi fieristici nazionali ed internazionali, a seminari, convegni, etc.	_____ %	17%
5	attraverso la consulenza esterna di esperti del settore	_____ %	23%
6	affidando al personale della discoteca il compito di tenersi aggiornati	_____ %	70%

20. In che modo la discoteca riesce a cogliere i cambiamenti di tendenza nelle **mode giovanili** (massimo 3 risposte)?

1	effettuando ricerche di mercato affidate a società di marketing	_____ %	2%
2	somministrando questionari direttamente all'interno del locale	_____ %	3%
3	attraverso un costante aggiornamento e scambio di informazioni frutto di incontri con altri operatori del settore	_____ %	60%
4	partecipando ad eventi fieristici nazionali ed internazionali, a seminari, convegni, etc.	_____ %	17%
5	attraverso la consulenza esterna di esperti del settore	_____ %	23%
6	affidando al personale della discoteca il compito di tenersi aggiornati	_____ %	70%

21. In che modo la discoteca riesce a cogliere i cambiamenti di tendenza dei **bisogni dell'utenza** (massimo 3 risposte)?

1	effettuando ricerche di mercato affidate a società di marketing	_____ %	3%
2	somministrando questionari direttamente all'interno del locale	_____ %	6%
3	attraverso un costante aggiornamento e scambio di informazioni frutto di incontri con altri operatori del settore	_____ %	61%
4	partecipando ad eventi fieristici nazionali ed internazionali, a seminari, convegni, etc.	_____ %	16%
5	attraverso la consulenza esterna di esperti del settore	_____ %	21%
6	affidando al personale della discoteca il compito di tenersi aggiornati	_____ %	73%

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

22. Che tipo di incidenza hanno le mode nella configurazione e nella tipologia dello spettacolo proprio del suo locale?
- | | |
|--|-----|
| 1. Alta (fondamentale) | 15% |
| 2. Media (importante, ma non fondamentale) | 38% |
| 3. Bassa (non importante, vi sono altri fattori) | 24% |
| 4. Nulla | 8% |
23. Che tipo di misure vengono impiegate per garantire la sicurezza all'interno e all'esterno della discoteca?
- | | |
|---|-----|
| 1 tecnologie di sicurezza (impianti a norma, uscite di emergenza, impianti anti incendio, etc.) | 84% |
| 2 addetti alla <i>security</i> | 76% |
| 3 agenzie di sorveglianza | 17% |
| 4 polizia | 9% |
| 5 vigili del fuoco | 11% |
| 6 etilo-test all'uscita del locale | 7% |
| 7 adesione ad iniziative sperimentali per la sicurezza sulla strada (treno + autobus, etc.) | 13% |
24. All'interno del suo locale esistono le cosiddette "camere di compensazione"?
- | | |
|------|-----|
| 1 sì | 26% |
| 2 no | 60% |
- 24.1 In caso negativo, quali alternative sono previste alla *camera di compensazione*?
- _____
- _____
- _____
25. A parte le misure di sicurezza "tradizionali", in che modo principalmente si cerca di attuare metodi di prevenzione per arginare il fenomeno dello "sballo" e del conseguente rischio sulle strade (massimo 3 risposte)? (dati sul totale dei casi)
- | | |
|---|-----|
| 1 promovendo incontri interni alla discoteca sui temi della sicurezza attraverso la partecipazioni di esperti e/o <i>testimonials</i> . | 10% |
| 2 distribuendo volantini informativi, affiggendo poster | 18% |
| 3 coinvolgendo i dj e altre figure carismatiche nella comunicazione di messaggi informativo educativi durante la serata | 38% |
| 4 diffondendo musica soft a ridosso della chiusura del locale | 71% |
| 5 interrompendo la vendita di alcoolici a ridosso della chiusura del locale | 29% |
| 6 interrompendo gli effetti luce ed aumentando l'illuminazione a ridosso della chiusura del locale | 44% |
| 7 anticipando l'orario di chiusura della discoteca | 10% |
| 8 attraverso la sosta nelle camere di compensazione | 6% |

C. La diversificazione dei "prodotti"

26. Quali sono, oltre al biglietto di ingresso, le principali fonti di introito della sua discoteca? (max 2 risposte)
- | | |
|---|-----|
| 1 bevande | 88% |
| 2 ristoranti/pizzerie interni al locale | 7% |
| 3 <i>gadgets</i> (magliette, cappellini, etc.) | 1% |
| 4 attività commerciali interne alla discoteca (abbigliamento, tatuaggi, parrucchiere, etc.) | 0% |
| 5 altro | 3% |

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

27. Quali, fra quelle elencate, sono le principali componenti che configurano la diversificazione dell'offerta della sua discoteca (massimo due risposte)? *(dati sul totale dei casi)*
- | | | |
|---|--|-----|
| 1 | più piste da ballo con diversi generi musicali | 47% |
| 2 | servizio bar/ristorante | 27% |
| 3 | allestimento di spettacoli dal vivo | 35% |
| 4 | organizzazione di feste e di serate a tema | 36% |
| 5 | salette/privée | 10% |
| 6 | organizzazione di sfilate di moda | 2% |
| 7 | servizio di animazione | 10% |
| 8 | scuola di ballo | 11% |
28. Nel corso di una stessa serata vengono proposti generi musicali diversi?
 sì 75% no 13%
29. Durante la settimana vengono proposte "serate a tema", vale a dire dedicate a generi musicali diversificati?
 sì 60% no 38%
30. Qual'è il genere musicale oggi prevalente nella sua discoteca? (1 sola risposta)
- | | | |
|---|------------------|-----|
| 1 | commerciale | 62% |
| 2 | techno | 1% |
| 3 | revival | 5% |
| 4 | trance | 6% |
| 5 | funcky-jazz | 6% |
| 6 | latino-americana | 5% |
| 7 | altro | 20% |
31. In che modo viene organizzata l'animazione all'interno del locale? *(dati sul totale dei casi)*
- | | | | |
|---|---|--------|----|
| 1 | ballerini/e sui cubi | sì 48% | no |
| 2 | animatori | sì 51% | no |
| 3 | disk jockey | sì 76% | no |
| 4 | istruttori di ballo | sì 27% | no |
| 5 | vocalist | sì 39% | no |
| 6 | nuove figure professionali
(organizzatori di feste a tema, light jockey, etc.) | sì 29% | no |
32. Se vengono effettuati degli spettacoli dal vivo, quali riscuotono maggior successo? *(dati sul totale dei casi)*
- | | | | |
|---|-----------------------------|--------|----|
| 1 | concerti di cantanti famosi | sì 38% | no |
| 2 | musica live con orchestra | sì 66% | no |
| 3 | spettacoli di danza | sì 7% | no |
| 4 | cabaret | sì 24% | no |
| 5 | sfilate di moda | sì 25% | no |
| 6 | spettacoli di nudo | sì 15% | no |

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

D. Rapporti con altre imprese sul territorio

33. Qual è la collocazione geografica delle imprese da cui la vostra discoteca attinge la tecnologia

	Regionale	Extra-Regionale
1. del suono	79%	20%
2. delle luci	66%	30%
3. degli arredi	80%	14%

34. Avete rapporti commerciali con le imprese contenute nello schema che segue?

(valori percentuali ove non diversamente indicato)

	SI	NO	Se si , per quale importo forfetario annuo	Se si , vi è un rapporto formalizzato		Se no , vi è la previsione di formalizzazione di un qualche rapporto	
				SI	NO	SI	NO
<i>valore medio €*</i>				SI	NO	SI	NO
1. Agenzie di grafica	54		58.660	28	15	1	10
2. Agenzie di marketing	4		1.030	2	1	2	15
3. Agenzie di spettacolo	37		29.250	18	10	13	13
4. Agenzie di viaggio	11		2.060	7	1	1	14
5. Alberghi	24		5.160	12	3	2	18
6. Animazione	35		19.760	13	11	1	13
7. Aziende-Industrie	14		3.100	5	3	1	14
8. Consulenza aziendale	11		7.540	3	1	1	16
9. Discoteche (altre)	16		2.710	4	6	1	16
10. Giornali	51		5.520	26	11	1	7
11. Imprese di manutenzione	38		19.450	17	9	10	10
12. Imprese di pulizie	35		7.370	16	6	1	13
13. Istituti di credito	49		68.320	27	2	1	3
14. Moda	14		6.750	5	5	1	16
15. Orchestre/Gruppi	47		38.350	20	8	2	7
16. Parchi di divertimento	3		-	2	2	1	17
17. Pub/discobar	17		250	6	6	2	17
18. Pubblicità in genere	49		12.370	22	10	1	7
19. Radio	48		6.780	24	8	1	6
20. Ristoranti	14		9.470	4	4	2	17
21. Tipografie	68		11.940	34	11	1	5
22. Trasporti	13		25.310	11	1	1	15
23. TV locali	18		3.450	7	5	1	13

* attenzione, per alcune voci i valori disponibili erano pochissimi (es. 17. Pub 1 valore). Si è comunque ritenuto opportuno inserire quanto in nostro possesso.

35. Qual è il costo forfetario annuo degli interventi artigianali **estemporanei** (illuminazione, idraulica, ecc.) nel suo locale?

20.050 € (media semplice)

11.230 € (media ponderata 95% per presenza di valori estremi)

36. Quante ditte ha cambiato la sua impresa negli ultimi 5 anni per la...:

(valori percentuali)

	n. ditte	0	1	2	3	≥4
1. Fornitura arredi		46	13	15	1	3
2. Fornitura materiale discografico		54	4	3	1	8
3. Fornitura materiale promozionale (inviti, locandine, etc.)		30	11	21	6	10
4. Fornitura opere in muratura		50	15	8	3	1
5. Fornitura tecnologia luci		44	20	12	2	1
6. Fornitura tecnologia suono		51	18	9	2	1

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

45. Quanti sono i dipendenti part - time ?

1. meno di 5	39%
2. tra 6 e 10	31%
3. tra 11 e 15	5%
4. più di 16	13%

46. Quanti sono gli operatori stagionali?

1. nessuno	38%
2. Fino a 5	12%
3. Tra 5 e 10	11%
4. Tra 11 e 15	5%
5. Tra 16 e 20	3%
6. Tra 21 e 30	3%
7. oltre 30	3%

47. Con quali formule contrattuali regola prevalentemente il rapporto di lavoro con i dipendenti?

1. Contratto di lavoro a tempo determinato	48%
2. Contratto di lavoro a tempo indeterminato	11%
3. Contratto di collaborazione coordinata e continuata	5%
4. Prestazione occasionale	10%
5. Altro	7%

48. Qual è la provenienza geografica prevalente dei dipendenti?

1.Regione Emilia Romagna	90%
2.Altre regioni	4%
3.Paesi dell'Unione Europea	3%

49. Sono previste attività formative di ingresso o di aggiornamento per i suoi collaboratori?

1.Sì	39%
2.No	56%

50. In caso di risposta negativa considera utile la formazione professionale quale strumento per il miglioramento del servizio da Lei offerto?

1.Sì	72% <i>relativamente alla risposta no precedente)</i>
2.No	28% <i>(relativamente alla risposta no precedente)</i>

51. Usufruisce di consulenti professionali esterni per la sua attività?

(valori percentuali)

	SI	NO
1.Marketing	9	70
2.Pubblicità	45	43
3.Sicurezza	42	43
4.Contabilità	82	12
5.Gestione del personale	39	45
6.Fiscale (compresa Siae)	77	15

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

52. Sul totale dei costi annui, qual è la percentuale del costo del lavoro?

37%

53. Nel prossimo anno ha intenzione di ampliare la rete dei Suoi collaboratori?

1.Sì 27%
2.No 65%

G. L'organizzazione d'impresa:

54. La sua impresa è gestita secondo un organigramma:

1.Definito (ruoli, funzioni, responsabilità formalmente fissate) 73%
2.Non definito (ruoli, funzioni, responsabilità non formalmente fissate) 24%

55. La sua impresa è gestita secondo un organigramma:

1.Verticistico 59%
2.Non verticistico 37%

56. All'interno della sua impresa le decisioni gestionali sono:

1.Individuali (del titolare) e formalizzate 22%
2.Individuali (del titolare) e non formalizzate 19%
3.Collegiali e formalizzate 24%
4.Collegiali e non formalizzate 33%

H. La dimensione del capitale.

57. Sul totale dei costi di gestione della sua attività, qual è la percentuale degli interessi passivi?

12%

58. Tra le seguenti fonti di finanziamento, quali utilizza per la sua azienda?
(valori percentuali)

	SI	NO
1. utilizzo di scoperto c/c bancario.	61	17
2. dilazionato pagamento a fornitori	76	9
3. debiti bancari a medio lungo termine.	34	39
4. altri finanziamenti a medio lungo termine.	16	54

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

59. Quali sono, a suo giudizio, gli aspetti degli strumenti finanziari che scoraggiano maggiormente l'azione di un imprenditore del settore?

(valori percentuali)

	SI	NO
1.Onerosità (finanziaria):	57	14
2.Eccesso di burocrazia:	60	16
3.Eccesso di garanzie richieste:	48	22

60. Ha intenzione di compiere investimenti nella sua azienda nel prossimo anno?

1.Sì	64%
2.No	33%

60.1. In caso di risposta affermativa, per quale ammontare?

1) 0 – 5100€	10%
2) 5100 – 15500€	18%
3) 15500 - 25800€	11%
4) 25800 - 51600€	8%
5) >51600€	10%

61. I suoi investimenti riguarderanno?

1.Struttura (opere di muratura)	31%
2.Arredamenti	49%
3.Sicurezza (es. scale antincendio)	15%
4.Infrastrutture alla discoteca (es. parcheggi)	13%
5.Impianto luce	16%
6.Impianto audio	18%
7.Nuove tecnologie (video, informatica,etc.)	30%

62.. Quale è la percentuale del costo assicurativo annuo (totale premi pagati) sul fatturato annuo della sua discoteca?

6% (valore medio)

63. Come valuta le **modalità** di pagamento delle imposte SIAE?

1.Positivamente	14%
2.Negativamente	68%

I. La dimensione dell'innovazione

64. La sua impresa utilizza computer ?

1.Sì	67%
2.No	33%

64.1 Se sì, quali finalità ha l'utilizzo del computer?

1.gestionale-amministrativo	73%
2.marketing	30%
3.grafica	27%
4.archivio	33%

Si propone il questionario somministrato completo dei valori percentuali (arrotondati all'unità) rilevati sul totale dei casi. Non sono stati inseriti i casi mancanti. Per la spiegazione dei valori si rimanda al testo.

64.2	La sua impresa è collegata ad internet?	
1.Sì		35%
2.No		47%

65. Si parla con insistenza di nuovi servizi da inserire nel contesto della discoteca, quali tra i seguenti ritiene interessanti? *(valori percentuali)*

1.ristorazione	68
2.merchandising e shopping	22
3.simulatori elettronici	9
4.chat lines	15
5.effetti luce tramite tecnologie video	21
6.video graffiti ed arte grafica	26
7.proiezione di film e di programmi tematici/sportivi	28
8.collegamenti con altre discoteche	25
9. Altro	6

66. Ha già sperimentato alcuni dei servizi citati o comunque alternativi alle tradizionali attività di discoteca? *(valori percentuali)*

1.ristorazione	36
2.merchandising e shopping	6
3.simulatori elettronici	5
4.chat lines	5
5.effetti luce tramite tecnologie video	14
6.video graffiti ed arte grafica	12
7.proiezione di film e di programmi tematici/sportivi	12
8.collegamenti con altre discoteche	6
9. Altro	5

grazie per la collaborazione