

La cuarta campaña de 'Escena 25' acaba con un 11% más de entradas vendidas

La campaña, que trata de fidelizar al público de entre 18 y 25 años a la asistencia a los espectáculos de artes escénicas y música en vivo, ha saldado esta última edición con la venta de más de 12.000 entradas

La cuarta edición de la campaña Escena 25, promovida por el Departament de Cultura de Catalunya con la colaboración de los equipamientos y la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), se ha cerrado con un 11% más de entradas vendidas que el año pasado. Concretamente, 7.059 jóvenes han comprado un total de 12.201 entradas, mientras que el año pasado se compraron 11.022.

Este año, 14.576 jóvenes se han registrado en la plataforma de la campaña, de los que 7.059, o lo que es lo mismo, el 48%, han estado activos y han comprado entradas. Este porcentaje es superior al del año pasado, cuando el 37% de los usuarios inscritos compran entradas.

Por lo tanto, los resultados apuntan a que los jóvenes que participan en la campaña cada vez son más activos y disfrutan más de las artes en vivo. El perfil topo del participante en la campaña de este año es mujer (se han inscrito el doble que hombres) de 23 o 24 años.

Escena 25 tiene el objetivo de acercar las artes en vivo a los jóvenes de 18 a 25 años durante los meses de octubre y noviembre. Facilita a los jóvenes unos precios especiales, de entre 3 y 10 euros, para asistir a espectáculos de artes escénicas o música en vivo.

La edición del año 2016 ha contado con 80 promotores públicos y privados, con 103 salas de Catalunya, que han puesto a disposición de los jóvenes 1.715 sesiones de 451 espectáculos de artes escénicas y conciertos. Algunos de los espectáculos y conciertos más solicitados han sido Scaramouche, Avui no sopem, la ópera Macbeth, el Rèquiem de Mozart i Tao Dance Theatre.

Según la encuesta de satisfacción de la campaña, el 84,1% de los jóvenes considera que la variedad de la oferta de Escena 25 es buena o muy buena. En cuanto a los precios, el 80,9% los califica como buenos y un 17,8% como aceptables.

La iniciativa permite a los equipamientos profundizar en su conocimiento del segmento de público joven. Los ingresos de taquilla han aumentado el 13%, de 73.933 el año 2015 a 83.285 euros el 2016. A parte, actualmente se mantiene abierta una ronda de consultas con los promotores y los jóvenes para mejorar y preparar la siguiente edición.

La campaña

Escena 25 quiere crear las mejores condiciones que posibiliten el acceso a los jóvenes a las artes en

vivo, dar a conocer la programación de los equipamientos culturales y las políticas de públicos dirigidas a este colectivo; conocer las actuales preferencias culturales de los jóvenes para adaptar y orientar la oferta, si es necesario, y crear y consolidar el hábito de disfrutar de las artes escénicas y la música en vivo.

A la vez, quiere ser una promoción de los equipamientos de artes escénicas y música entre el público de 18 a 25 años para rejuvenecer la audiencia, con tendencia de envejecer en los últimos años, y una oportunidad para fidelizar y aplicar este segmento de público.

Escena 25 es una iniciativa impulsada por el Departament de Cultura de Catalunya en colaboración con los teatros y salas de conciertos de Catalunya. También colabora la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), la Direcció General de Joventut, el Departament de Presidència de la Generalitat de Catalunya, las universidades y bibliotecas de Catalunya, Ferrocarrils de la Generalitat, TRAM y TMB.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Artes Visuales Cataluña Entretenimiento](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>