



Indagini di Customer Satisfaction

Casa delle Letterature

14 – 18 Dicembre 2015

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 18/01/2016*

Zètema
progetto cultura

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2014-2015
- Come è venuto a conoscenza della Casa
- Nell'ultimo anno è già venuto a Casa delle Letterature
- Motivazione della visita
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico
- Nell'ultimo anno ha visitato altre Case di Roma Capitale
- Analisi socio-demografica
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 104 questionari somministrati a campione sia attraverso autocompilazione che interviste dirette *face-to-face* rivolte agli utenti di *Casa delle Letterature* dal 14 al 18 Dicembre 2015 (gli intervistati rappresentano il 16% degli ingressi totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine) .

In tale periodo erano presenti le seguenti iniziative: presentazione del calendario d'arte "*La vita degli alberi*" (14 dicembre); la serata di letture "*Leggere Elsa Morante*" (15 dicembre); presentazione del volume "*Il volto dell'io-Cinquanta ritratti della filosofia italiana*" (18 dicembre).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell' 83%, un margine di errore di stima di $\pm 6,04\%$.

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0.

Nel 2015, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è più che sufficiente, con una media di **2,37** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del luogo** (2,52) e la **facilità nel raggiungere la Casa** (2,50).

La maggior parte delle medie relative agli aspetti oggetto di indagine si collocano al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione del gradimento dell'evento (2,05; su tale aspetto ha risposto il 21% del campione intervistato), segnaletica esterna (2,00), programmazione delle iniziative (1,78), orari di apertura (1,65), pubblicità e diffusione delle attività (1,65). Ma solo gli **orari di apertura** si collocano tra i miglioramenti prioritari nella mappa ed emergono tra i suggerimenti rilasciati (n. 34 visitatori richiedono di estendere l'orario, includendo anche l'apertura il sabato); mentre è l'**accoglienza (materiale informativo e personale)** l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente, oltre a quello più correlato al giudizio complessivo.

Il **profilo dei visitatori** intervistati è costituito quasi totalmente da **romani** (97%), **studenti** (84%), in possesso di un **titolo di diploma superiore** (61%), soprattutto appartenenti alla fascia di età **19-25 anni** (71% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della Casa attraverso il **passaparola** (75% sul totale degli intervistati). Tale dato conferma i risultati dell'indagine precedente.



Tabella riassuntiva

Casa delle Letterature 2015	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Per niente soddisfatti	% Molto+Abbastanza soddisfatti
Facilità nel raggiungere la Casa	2,50	3,00	103	1	0,608	55%	1%	96%
Segnaletica esterna all'ingresso	2,00	2,00	101	3	0,721	24%	2%	78%
Orari di apertura	1,65	2,00	104	0	0,879	17%	10%	58%
Materiale informativo disponibile all'accoglienza	2,20	2,00	99	5	0,654	31%	2%	91%
Personale di accoglienza	2,36	2,00	104	0	0,652	43%	2%	94%
Segnaletica interna	2,28	2,00	103	1	0,706	42%	1%	87%
Pubblicità e diffusione delle attività	1,65	2,00	101	3	0,842	13%	11%	63%
Programmazione delle iniziative	1,78	2,00	95	9	0,774	15%	6%	69%
Gradimento dell'evento a cui ha partecipato	2,05	2,00	22	82	0,785	27%	5%	82%
Pulizia del luogo	2,52	3,00	103	1	0,669	61%	1%	92%
Giudizio complessivo	2,37	2,00	101	3	0,524	39%	0%	98%

* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

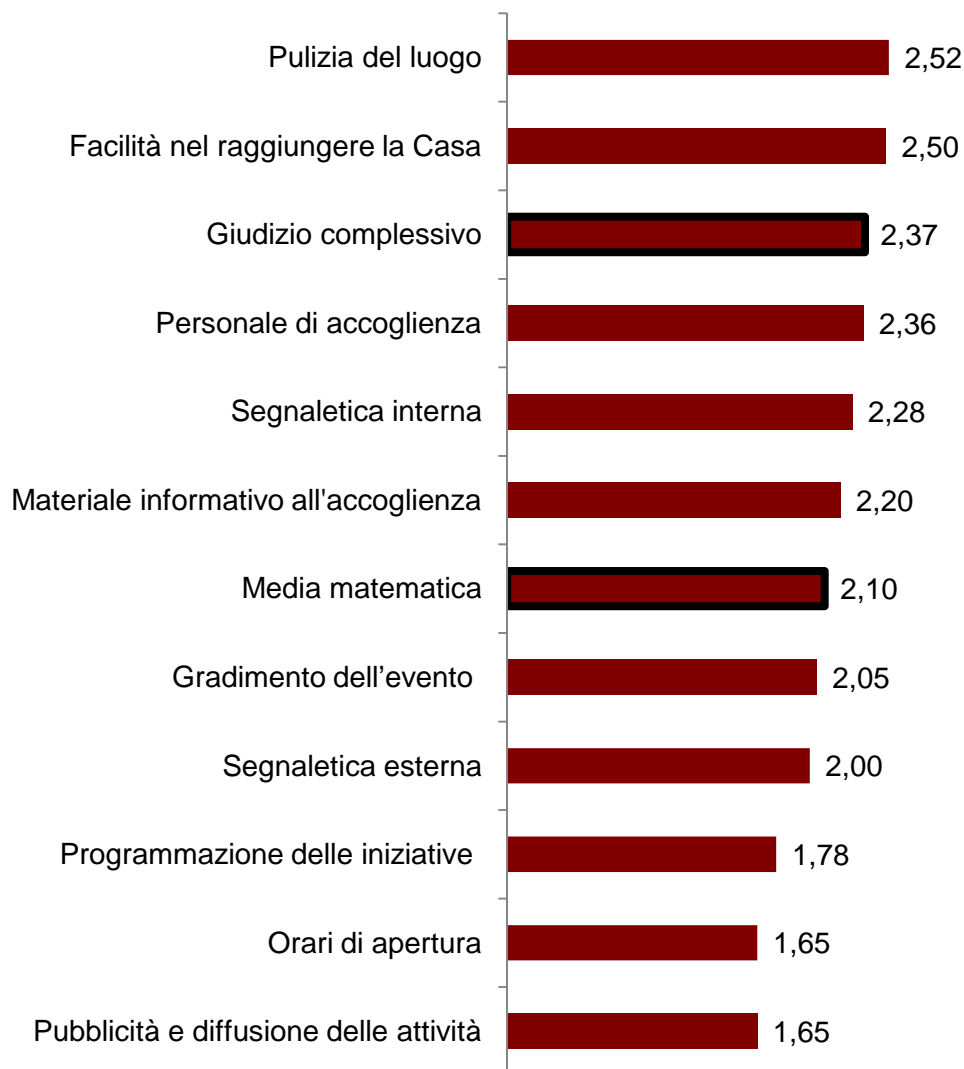
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,10).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

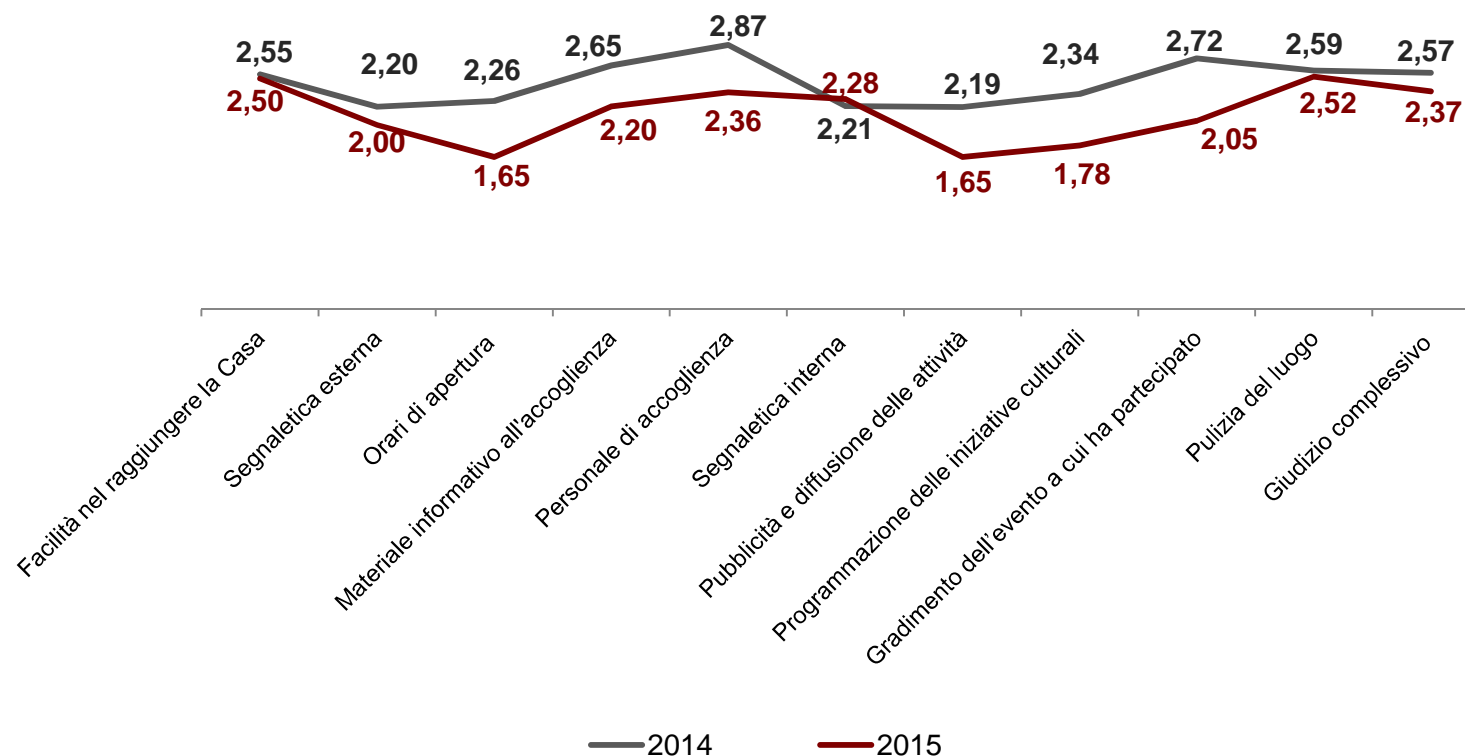
Gli aspetti che sono stati maggiormente graditi sono la **pulizia del luogo** e la **facilità nel raggiungere la Casa**, ma anche l'**accoglienza (personale e materiale informativo)**.

Sia la media matematica che le variabili al di sotto di essa, sono inferiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2014-2015

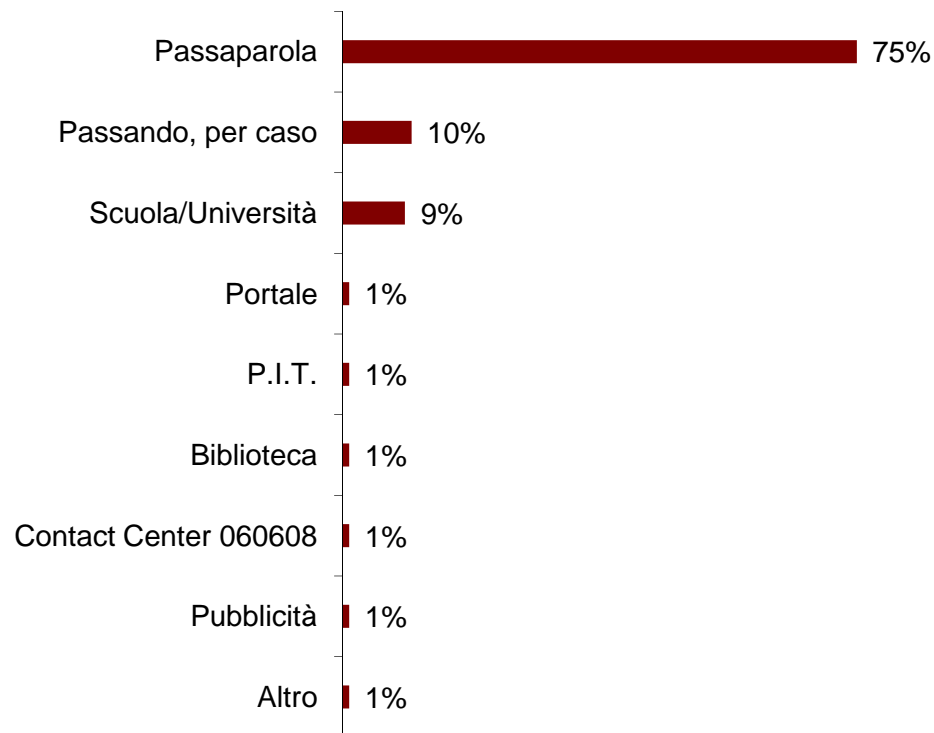
Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante, anche se si registra un decremento generale del livello di soddisfazione rispetto ai vari aspetti oggetto d'indagine. In aumento la media relativa alla segnaletica interna (da 2,21 a 2,28), mentre restano pressoché invariati i valori medi sulla facilità nel raggiungere la Casa e la pulizia del luogo. La flessione di giudizi medi potrebbe derivare dalla differenziazione del target poiché quest'anno è inferiore il campione intervistato che ha partecipato alle iniziative, nonostante il periodo d'indagine sia rimasto il medesimo, ovvero il mese di dicembre.



Come è venuto a conoscenza della Casa

Ben il 75% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza della Casa tramite “passaparola” (lo scorso anno era il 46%), il 10% “passando per caso” (nel 2014 era 4%) e il 9% attraverso “scuola/università” (1% nell’indagine precedente).

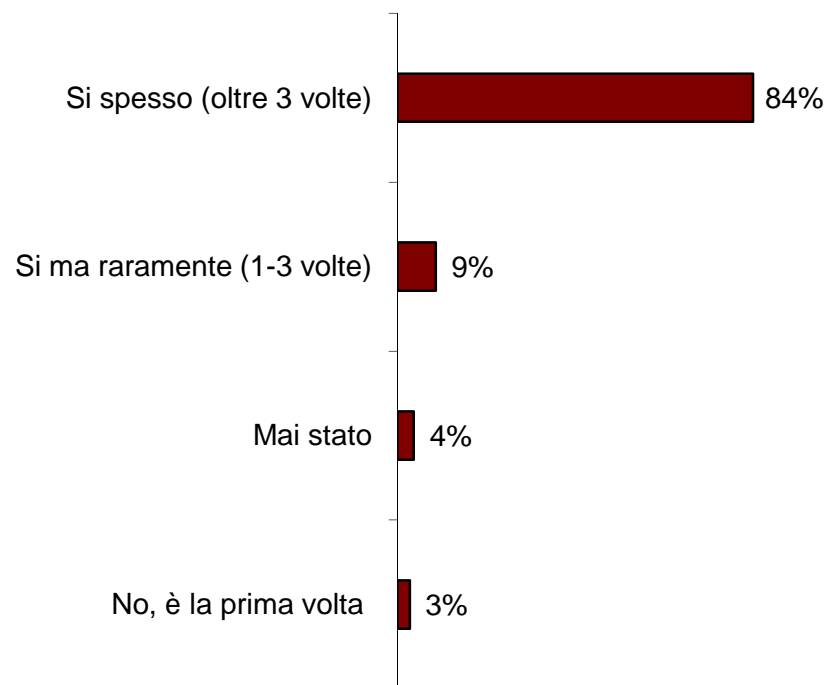
Risulta significativo che coloro che sono venuti a sapere di tale spazio culturale attraverso il passaparola siano principalmente studenti, di età 19-25 anni, che hanno già frequentato *Casa delle Letterature* (oltre tre volte nell’ultimo anno).



Nell'ultimo anno è già stato a Casa delle Letterature

Ben il 93% degli intervistati dichiara di essere già stato a *Casa delle Letterature* nell'ultimo anno (84% oltre tre volte e 9% da una a tre volte), mentre solo il 7% non vi si è recato.

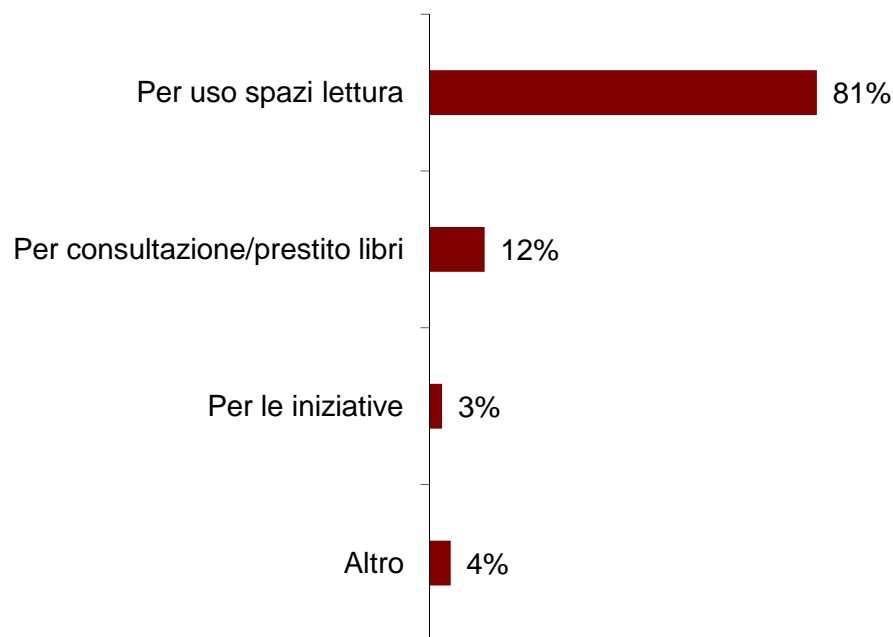
È rilevante che a frequentare abitualmente tale spazio culturale siano soprattutto i ragazzi di età compresa tra 19 e 34 anni, laureati, che hanno già visitato altre Case e usufruiscono principalmente degli spazi lettura.



Motivazione della visita

L'81% sul campione totale dichiara di venire a *Casa delle Letterature* per utilizzare gli spazi lettura, il 12% per la consultazione/prestito dei libri, il 3% per le iniziative e il restante 4% risponde "altro".

Risulta significativo che a fruire degli spazi lettura siano soprattutto coloro che frequentano abitualmente *Casa delle Letterature* in particolare per motivi di studio, mentre vi si reca raramente chi è interessato alla consultazione/prestito di libri e/o alle iniziative.



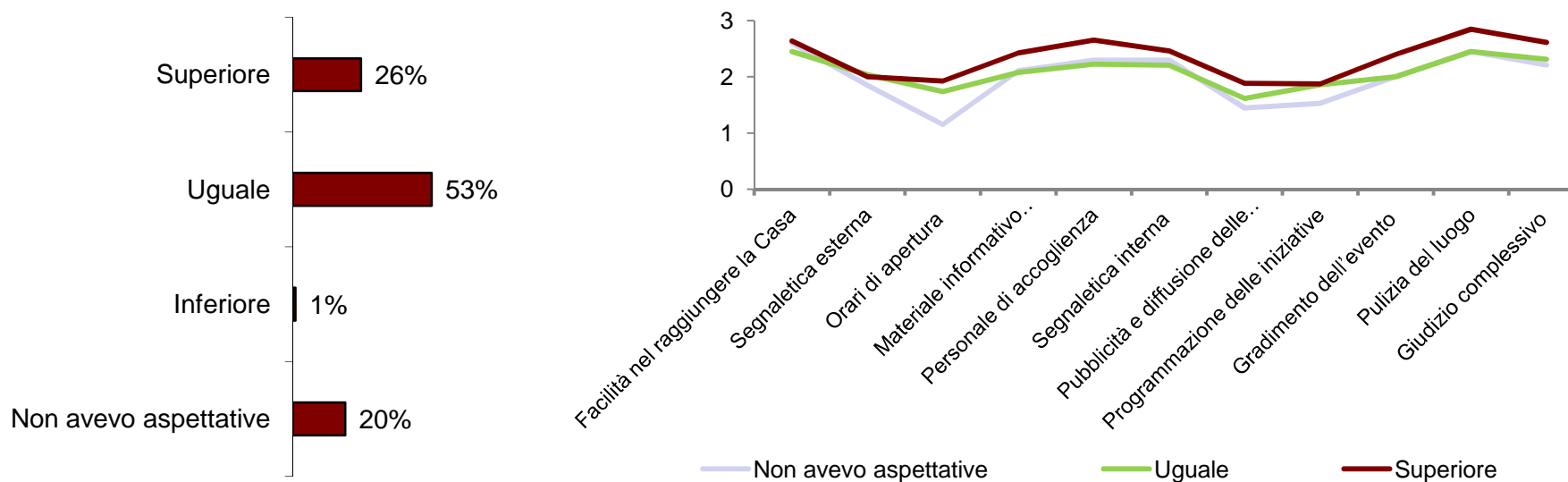
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 20% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita.

Oltre la metà di coloro che invece rispondono a tale domanda afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese (53% sul campione totale), per il 26% è superiore, mentre solo per l'1% il giudizio è inferiore alle aspettative (nel 2014 era il 4%)

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie aspettative siano soprattutto coloro che vengono per la prima volta a *Casa delle Letterature* e non hanno visitato altre Case nell'ultimo anno, diplomati e tendenzialmente con un livello di soddisfazione più alto degli altri sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra). Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono principalmente coloro che hanno già visitato *Casa delle Letterature* ed anche le altre Case, laureati, con un giudizio abbastanza soddisfacente sui vari servizi.

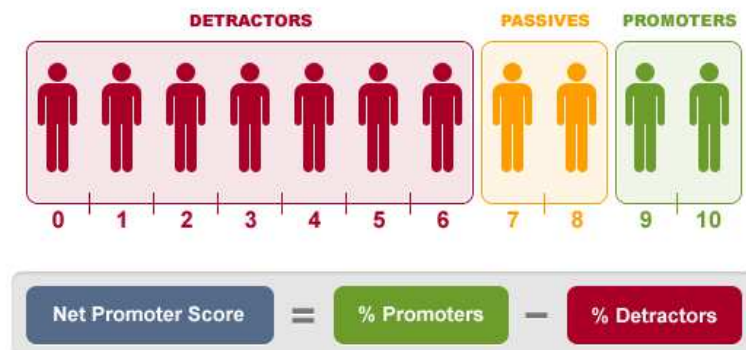
Come si denota dal grafico in basso a destra, il livello medio di soddisfazione scende soprattutto sugli orari di apertura per coloro che affermano di non avere aspettative a priori.



Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei **promotori** (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10) e i **detrattori** (utenti insoddisfatti con valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene dello spazio che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *Casa delle Letterature* è pari al 51% (oltre la metà degli utenti intervistati rilascia una valutazione ottimale pari a 9-10).



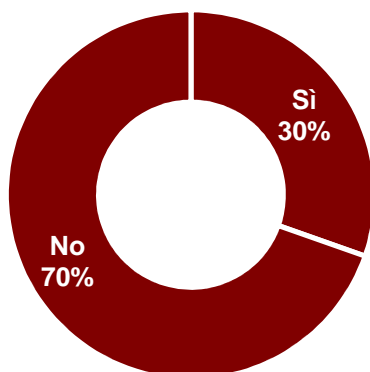
Consiglierebbe ad un amico questo spazio culturale

NET PROMOTER SCORE Casa delle Letterature 2015										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	2	8	37	30	26
0%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	8%	35%	29%	25%
DETRACTORI = 3%							PASSIVI = 43%		PROMOTORI = 54%	
54% - 3% = 51%										

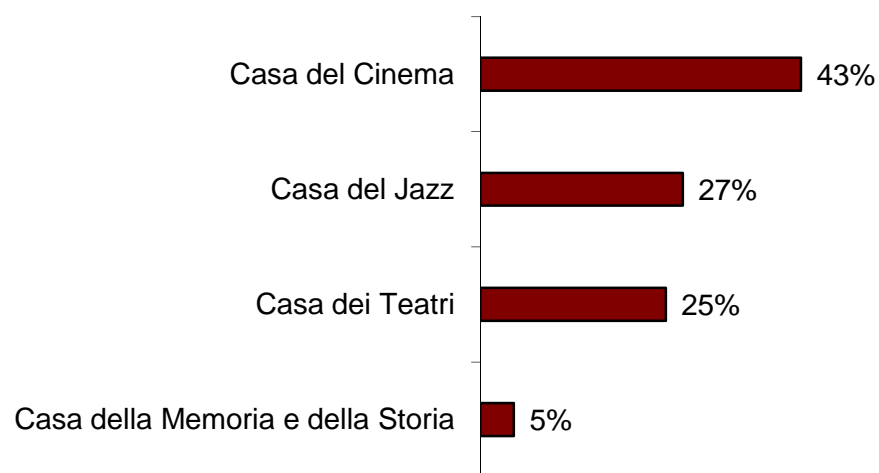
Nell'ultimo anno ha visitato altre Case di Roma Capitale

Il 30% degli intervistati dichiara di avere visitato altre Case di Roma Capitale nell'ultimo anno (nel 2014 era 38%), mentre il 70% non vi è mai stato (in aumento dal 62% dello scorso anno). Risulta significativo che coloro che si sono recati nell'ultimo anno in altre Case gestite da Roma Capitale siano prevalentemente coloro che hanno già visitato *Casa delle Letterature* (oltre tre volte nell'ultimo anno), con un giudizio uguale alle aspettative e sono tendenzialmente abbastanza soddisfatti. Invece a non essere mai stati negli altri spazi culturali sono i visitatori che dichiarano di non avere aspettative a priori o hanno un giudizio superiore ad esse, nel complesso molto soddisfatti della loro esperienza a *Casa delle Letterature*. Tra le altre Case visitate nell'ultimo anno, anche per questa indagine prevale *Casa del Cinema* (43% sul totale di coloro che rispondono positivamente).

Ha visitato altre Case



Quali altre Case ha visitato

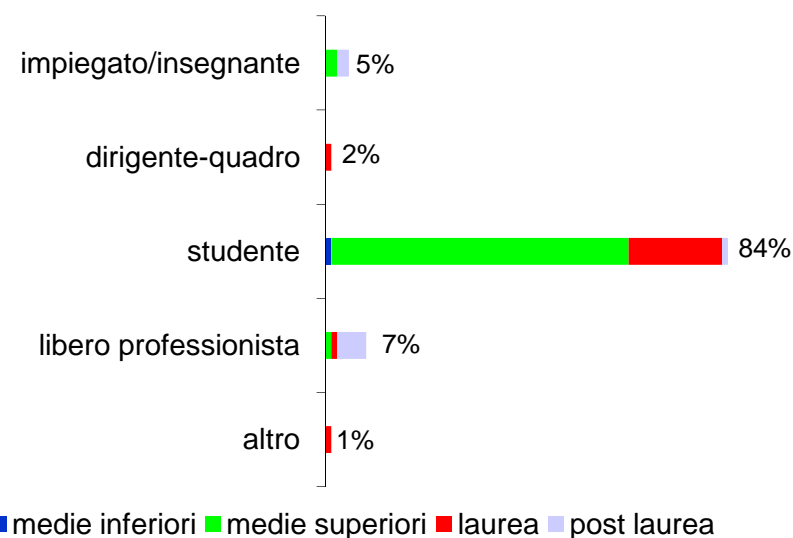
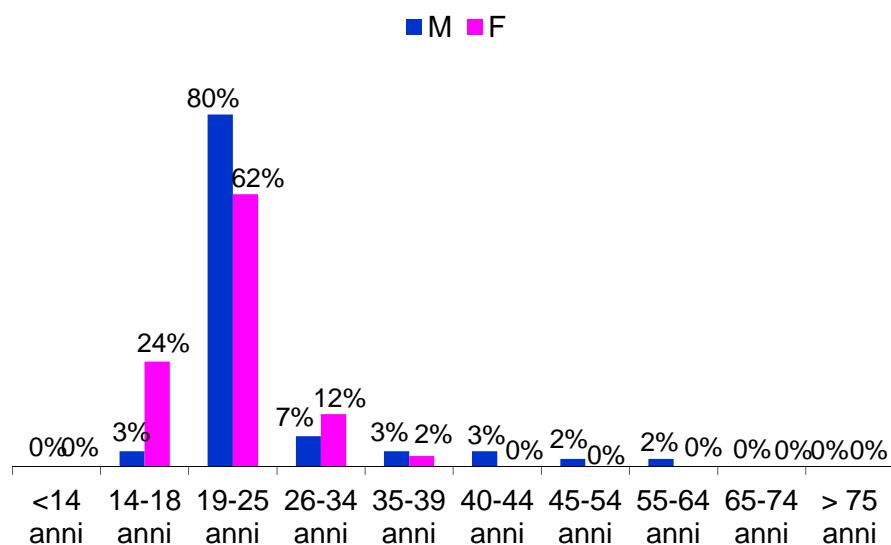


Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il generale maschile col 58% degli intervistati (nel 2014 il dato sul genere era invertito), soprattutto nella fascia di età 19-25 anni, che risulta essere quella più rappresentata (71% sul totale; in netto aumento dal 10% dello scorso anno).

Il 61% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di diploma superiore (39% nel 2014).

Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine dello scorso anno, aumentano notevolmente gli studenti (da 13% a 84%) che rappresentano gran parte dell'utenza della Casa, soprattutto per l'utilizzo degli spazi lettura (quest'anno è inferiore il campione intervistato che ha partecipato alle iniziative, nonostante il periodo d'indagine sia rimasto il medesimo, ovvero il mese di dicembre).

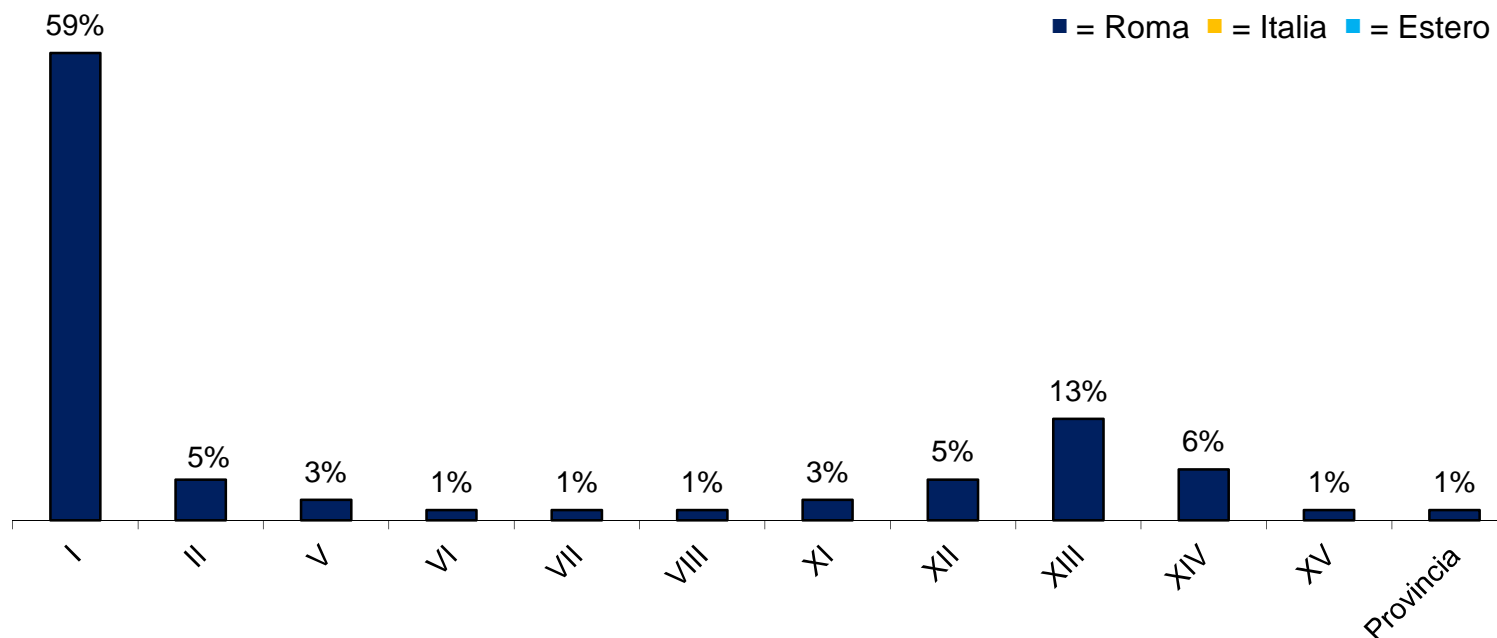
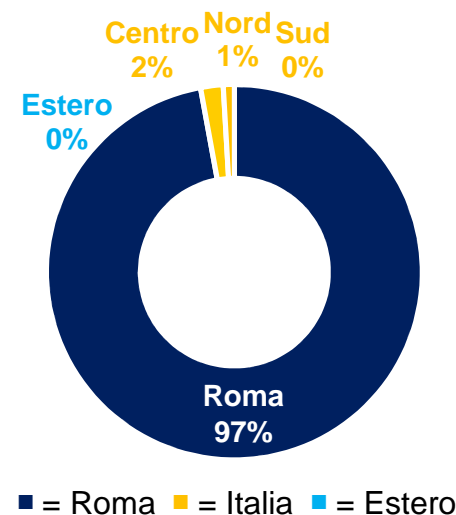


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 97% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (nel 2014 era l'87%)

Tra i municipi in cui risiedono maggiormente gli intervistati prevale il Municipio I col 59% sul campione totale (è il municipio di appartenenza di *Casa delle Letterature*).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui vari municipi di residenza.



Cluster Analysis

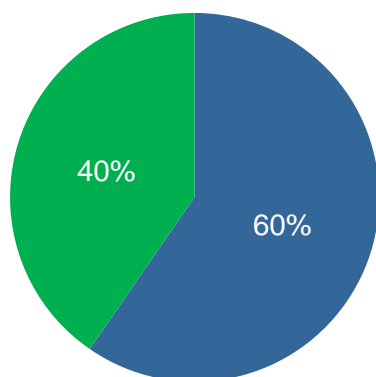
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (62 individui nel Cluster 1 e 42 nel Cluster 2).

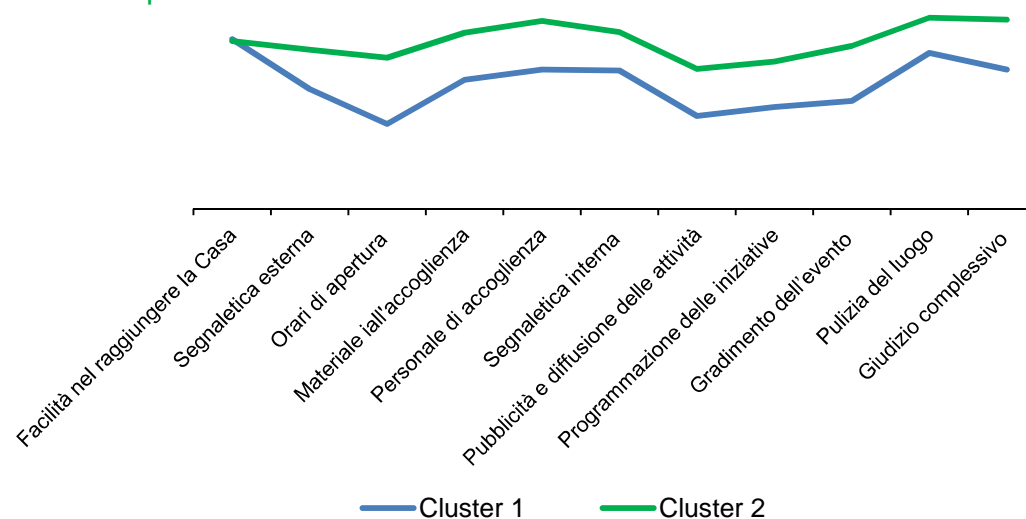
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono ad a un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono. Il livello medio di soddisfazione sulla facilità nel raggiungere la Casa risulta pressoché coincidente tra i due Cluster.

Cluster 1 Sono i **Soddisfatti**, soprattutto giovani di età 19-25 anni, diplomati, già stati a Casa delle Letterature (oltre tre volte nell'ultimo anno), in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 2 Sono i **Deliziati**, soprattutto adulti oltre i 30 anni, laureati, vengono per la prima volta a Casa delle Letterature o ci sono già stati, ma raramente (da una a tre volte nell'ultimo anno), in generale molto soddisfatti, con un giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

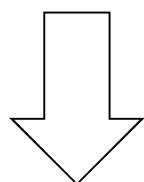


Analisi Fattoriale

L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

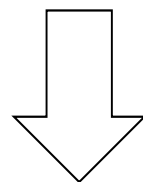
Con un discreto numero di variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **3 Fattori** seguenti:

Programmazione delle iniziative culturali
Pubblicità e diffusione delle attività
Gradimento dell'evento a cui ha partecipato



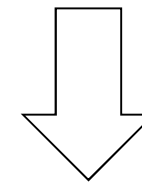
**Fattore 1 =
Iniziative**

Personale di accoglienza
Materiale informativo all'accoglienza
Orari di apertura



**Fattore 2 =
Accoglienza**

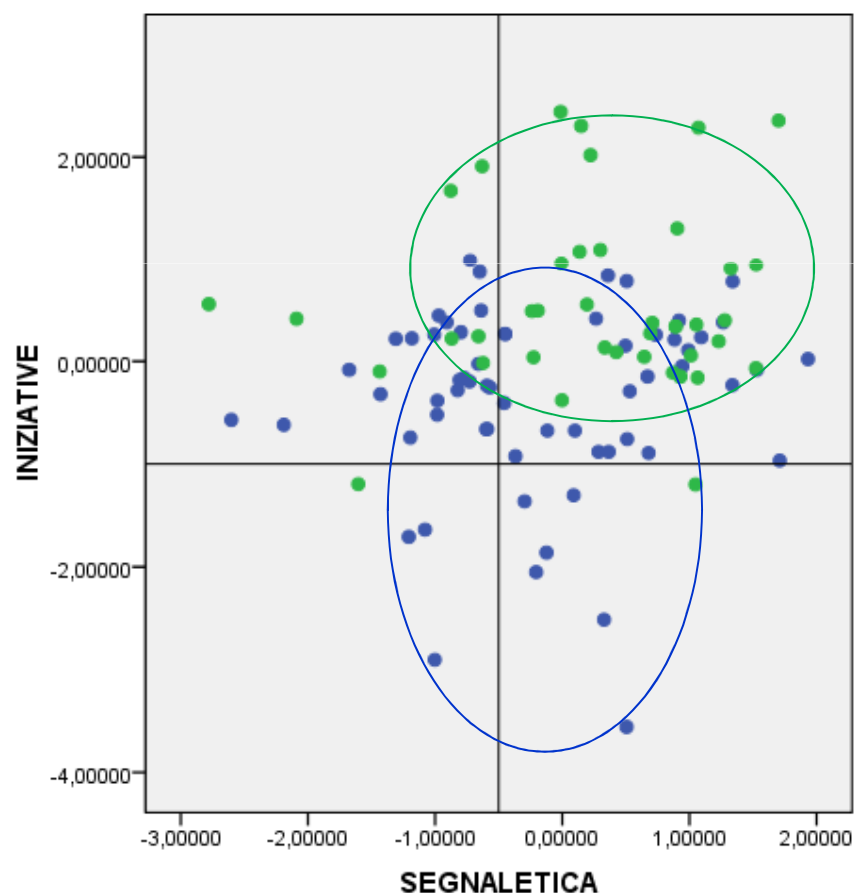
Facilità nel raggiungere la Casa
Segnaletica esterna all'ingresso
Segnaletica interna



**Fattore 3 =
Segnaletica**

Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2 dei “*Deliziati*” risulta più soddisfatto su entrambi i fattori. Invece il Cluster 1, ovvero quello dei “*Soddisfatti*”, mostra una minore soddisfazione, soprattutto sul Fattore 3 (“*Segnaletica*”).



Cluster 1 Sono i *Soddisfatti*, soprattutto giovani di età 19-25 anni, diplomati, già stati a *Casa delle Letterature* (oltre tre volte nell’ultimo anno), in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 2 Sono i *Deliziati*, soprattutto adulti oltre i 30 anni, laureati, vengono per la prima volta a *Casa delle Letterature* o ci sono già stati, ma raramente (da una a tre volte nell’ultimo anno), in generale molto soddisfatti, con un giudizio superiore alle aspettative.

Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Facilità nel raggiungere la Casa	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Materiale informativo all'accoglienza	Personale di accoglienza e assistenza in sala	Segnaletica interna	Pubblicità e diffusione delle attività della Casa	Programmazione delle iniziative	Gradimento dell'evento	Pulizia del luogo	Giudizio complessivo
Facilità nel raggiungere la Casa	1,000	,203*	-,105	-,023	,021	,174	-,090	,002	-,271	,112	,016
Segnaletica esterna	,203*	1,000	,110	,326**	,290**	,225*	,192	,318**	,489*	,031	,293**
Orari di apertura	-,105	,110	1,000	,199*	,258**	,121	,129	,121	,336	,177	,448**
Materiale informativo all'accoglienza	-,023	,326**	,199*	1,000	,589**	,369**	,297**	,364**	,466*	,321**	,563**
Personale di accoglienza	,021	,290**	,258**	,589**	1,000	,368**	,278**	,336**	,471*	,294**	,479**
Segnaletica interna	,174	,225*	,121	,369**	,368**	1,000	,294**	,325**	,632**	,368**	,349**
Pubblicità e diffusione delle attività	-,090	,192	,129	,297**	,278**	,294**	1,000	,646**	,708**	,066	,371**
Programmazione delle iniziative	,002	,318**	,121	,364**	,336**	,325**	,646**	1,000	,921**	,273**	,375**
Gradimento dell'evento	-,271	,489*	,336	,466*	,471*	,632**	,708**	,921**	1,000	,303	,549**
Pulizia del luogo	,112	,031	,177	,321**	,294**	,368**	,066	,273**	,303	1,000	,345**
Giudizio complessivo	,016	,293**	,448**	,563**	,479**	,349**	,371**	,375**	,549**	,345**	1,000

*** L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale della Casa (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

La facilità nel raggiungere la Casa è l'unico aspetto che non è risultato significativo rispetto all'esperienza complessiva e per tale motivo è stata esclusa dalla tabella laterale.

A Casa delle Letterature gli aspetti che risultano più correlati al giudizio complessivo sono quelli relativi al **servizio di accoglienza (materiale informativo e personale)** e **all'evento** a cui ha partecipato.

Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

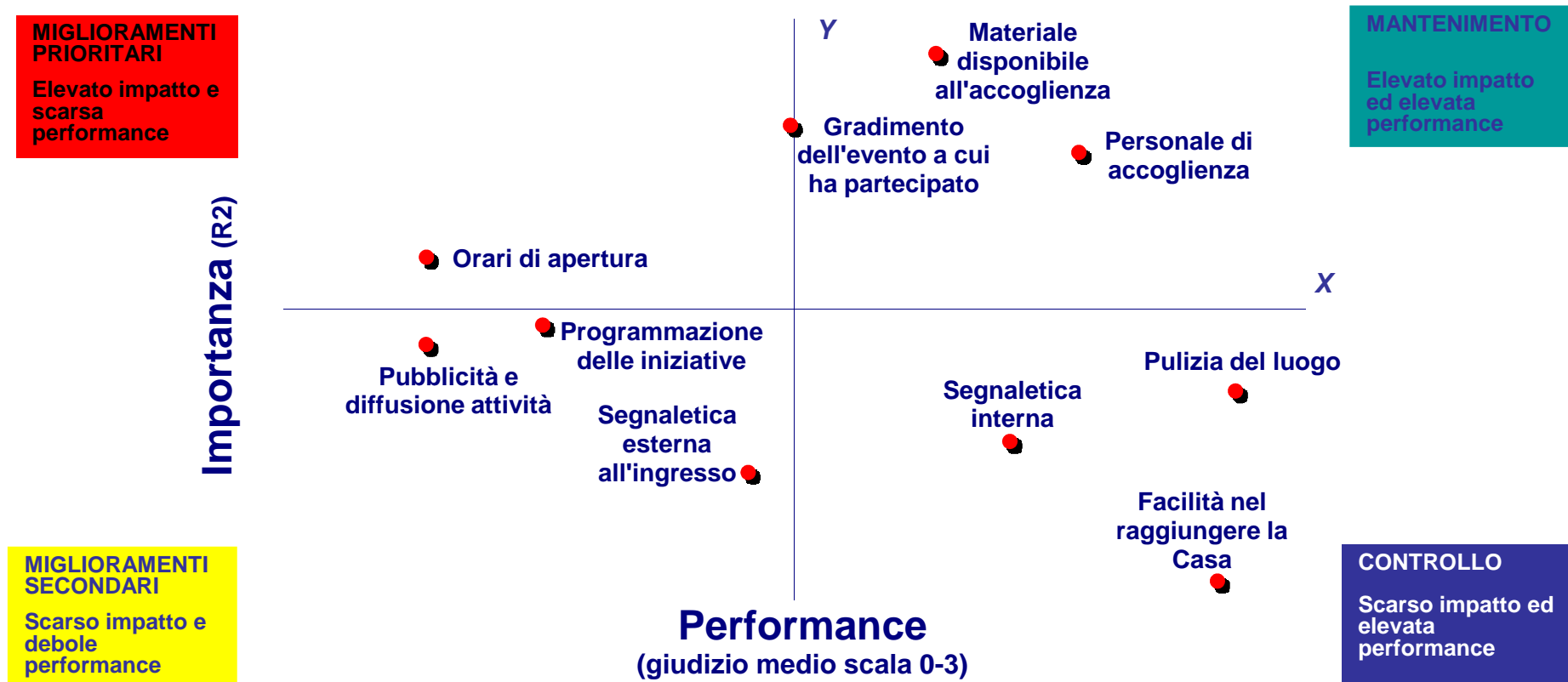
Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio complessivo della Casa	
Materiale informativo all'accoglienza	0,563
Gradimento dell'evento a cui ha partecipato	0,549
Personale di accoglienza	0,479
Orari di apertura al pubblico	0,448
Programmazione delle iniziative culturali	0,375
Pubblicità e diffusione delle attività	0,371
Segnaletica interna	0,349
Pulizia del luogo	0,345
Segnaletica esterna all'ingresso	0,293

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **servizio di accoglienza (materiale informativo e personale)** è in assoluto l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente (quadrante in alto a destra), mentre il **gradimento dell'evento** (su tale aspetto risponde il 21% degli intervistati) si trova in una posizione *borderline*.

Tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra) vi sono solo gli **orari di apertura**.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

SUGGERIMENTI

NON RISPONDE. Totale 62

ORARI DI APERTURA da estendere sia in apertura che chiusura (13), posticipare l'orario di chiusura (13), apertura anche il sabato (6), altro (2). **Totale 34.**

ALTRO più postazioni di lettura (2), manutenzione dei servizi igienici ed illuminazione (2), organizzare più eventi serali (2), distributori automatici (2). **Totale 8.**

***Totale 42 Suggerimenti
Casa delle Letterature***

Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, stiamo facendo un sondaggio sulla percezione dei servizi offerti a Casa delle Letterature al fine di migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la fruizione. A tale scopo vorremmo sapere quanto si ritiene soddisfatto (da "Molto" a "Per niente") riguardo alle seguenti voci:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
1. Facilità nel raggiungere la Casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Segnaletica esterna all'ingresso della Casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Servizio di accoglienza (materiale informativo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Segnaletica interna (biblioteca, toilette, ascensore)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pubblicità e diffusione delle attività della Casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Programmazione della Casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Evento a cui ha partecipato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Giudizio complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Rispetto alle aspettative, il suo giudizio generale è:	<input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative			
13. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo spazio culturale ad un amico?	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10			
14. Come è venuto a conoscenza di Casa delle Letterature?	<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) <input type="checkbox"/> Punto Informativo Turistico - PIT <input type="checkbox"/> televisione/radio <input type="checkbox"/> www.casadelleletterature.it <input type="checkbox"/> Contact Center 060608 <input type="checkbox"/> scuola/università <input type="checkbox"/> altri siti internet <input type="checkbox"/> depliant/locandina <input type="checkbox"/> newsletter <input type="checkbox"/> standardo sull'edificio <input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola) <input type="checkbox"/> social network <input type="checkbox"/> passando, per caso <input type="checkbox"/> pubblicità <input type="checkbox"/> altro.....			
15. Per quale motivo vi si è recato?	<input type="checkbox"/> per le iniziative <input type="checkbox"/> per consultazione o prestito libri <input type="checkbox"/> per uso spazio lettura <input type="checkbox"/> Altro			
16. Nell'ultimo anno è già venuto?	<input type="checkbox"/> Mai stato <input type="checkbox"/> No, prima volta nell'ultimo anno <input type="checkbox"/> Sì, ma raramente (1-3 volte) <input type="checkbox"/> Sì, spesso (oltre 3 volte)			
17. Nell'ultimo anno ha visitato altre Case di Roma?	<input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No			
18. Se sì, quali?	<input type="checkbox"/> Casa della Memoria e della Storia <input type="checkbox"/> Casa del Jazz <input type="checkbox"/> Casa dei Teatri <input type="checkbox"/> Casa del Cinema			
19. Suggerimenti			
DATI PERSONALI : Età: <input type="checkbox"/> <14 <input type="checkbox"/> 14 -18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55- 64 <input type="checkbox"/> 65-74 <input type="checkbox"/> >75 Genere: <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F				
Titolo di studio: <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo <input type="checkbox"/> studi superiori <input type="checkbox"/> laurea <input type="checkbox"/> post laurea				
Professione: <input type="checkbox"/> _____				
Residenza: <input type="checkbox"/> Roma (indicare Municipio:____) <input type="checkbox"/> Altra provincia italiana: _____ <input type="checkbox"/> Altra nazionalità: _____				