



Indagini di Customer Satisfaction

Casa della Memoria e della Storia

19 Marzo – 16 Maggio 2018

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 06/06/2018*

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 2017-2018
- Come è venuto a conoscenza di *Casa della Memoria e della Storia*
- Nell'ultimo anno è già venuto a *Casa della Memoria e della Storia*
- Motivazione della visita
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 106 questionari autocompilati dagli utenti che si sono recati presso *Casa della Memoria e della Storia* dal 19 marzo al 16 maggio 2018 (gli intervistati rappresentano il 15% degli ingressi totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

In tale periodo erano presenti, tra le altre, le seguenti iniziative: mostra "Il '68 di carta. Le parole, le idee e le speranze nell'archivio Memoria di Carta" (dal 14 marzo all'8 maggio); mostra "1943-2018. Memoria e spazio pubblico. 12 progetti per ricordare il bombardamento di San Lorenzo" (dall'11 al 16 maggio); presentazione del libro "La prossima Rivoluzione, Dalle assemblee alla democrazia diretta" (26 marzo); "Gli studenti medi nel '68. una storia tra le storie nell'anno della ribellione dei giovani" (28 marzo); seminario "I linguaggi del '68 tra cinema, musica e fotografia" (9 aprile); presentazione libro "Caratteri Clandestini. La tipografia nella Resistenza Italiana" (15 maggio).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 90%, un margine di errore di stima di $\pm 5,74\%$.

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 2018, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati raggiunge una media di **2,26** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari al 99% (di cui il 72% è costituito dai visitatori “abbastanza soddisfatti”).

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale di accoglienza (2,58), il gradimento dell'evento (2,31), il materiale informativo all'accoglienza (2,31) e la mostra visitata (2,27).

Circa la metà delle variabili oggetto di indagine raggiungono una media al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della segnaletica interna (2,17), della programmazione della Casa (2,10), della segnaletica esterna all'ingresso (2,08), della pulizia del luogo (1,95), della pubblicità e diffusione delle attività (1,86), della facilità nel raggiungere la Casa (1,71), ma nessuno di tali aspetti si colloca tra i miglioramenti prioritari nella mappa. Invece l'evento a cui ha partecipato il campione intervistato è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato all'esperienza complessiva (pp. 18-20).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito da cittadini romani (98%), studenti (46%) e occupati dipendenti (26%), con un titolo di scuola media inferiore o superiore (79%), soprattutto appartenenti alle fasce di età 14-18 anni e 45-74 anni (raggiungono rispettivamente il 42% e il 34% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli utenti vengono a conoscenza della Casa prevalgono la scuola/università (31%), il passaparola (24%) e la stampa (16%).

Risulta significativo che coloro che sono venuti a sapere di tale spazio culturale attraverso scuola/università siano soprattutto gli utenti giovani di età 14-18 anni, con un titolo di scuola media inferiore, nuovi fruitori, in generale molto soddisfatti e con un giudizio superiore alle aspettative. Invece chi ne è venuto a conoscenza tramite il passaparola appartiene alle fasce d'età 35-39 e 55-74 anni, ha conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, frequenta abitualmente lo spazio (oltre tre volte l'anno), abbastanza soddisfatto dell'esperienza complessiva e con un giudizio uguale alle proprie attese.

Tabella riassuntiva

Casa della Memoria e della Storia 2018	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Per niente soddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Facilità raggiungere la Casa	1,71	2,00	105	1	0,616	8%	1%	65%
Segnaletica esterna all'ingresso	2,08	2,00	103	3	0,518	17%	0%	90%
Orari di apertura	2,25	2,00	103	3	0,458	26%	0%	99%
Materiale informativo all'accoglienza	2,31	2,00	100	6	0,598	38%	0%	93%
Personale di accoglienza	2,58	3,00	103	3	0,552	61%	0%	97%
Segnaletica interna	2,17	2,00	103	3	0,494	22%	0%	95%
Pubblicità e diffusione delle attività	1,86	2,00	103	3	0,627	12%	2%	77%
Programmazione della Casa	2,10	2,00	98	8	0,442	15%	0%	95%
Pannelli informativi e didascalie	2,21	2,00	98	8	0,630	31%	2%	93%
Mostra che ha visitato	2,27	2,00	99	7	0,531	31%	0%	96%
Evento a cui ha partecipato	2,31	2,00	99	7	0,528	34%	0%	97%
Pulizia del luogo	1,95	2,00	106	0	0,761	25%	1%	71%
Esperienza complessiva	2,26	2,00	99	7	0,465	27%	0%	99%

* 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 (2,15).

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 maggiormente graditi sono stati i seguenti: il **personale di accoglienza**, il **gradimento dell'evento a cui ha partecipato**, il **materiale informativo all'accoglienza** e la **mostra visitata**.

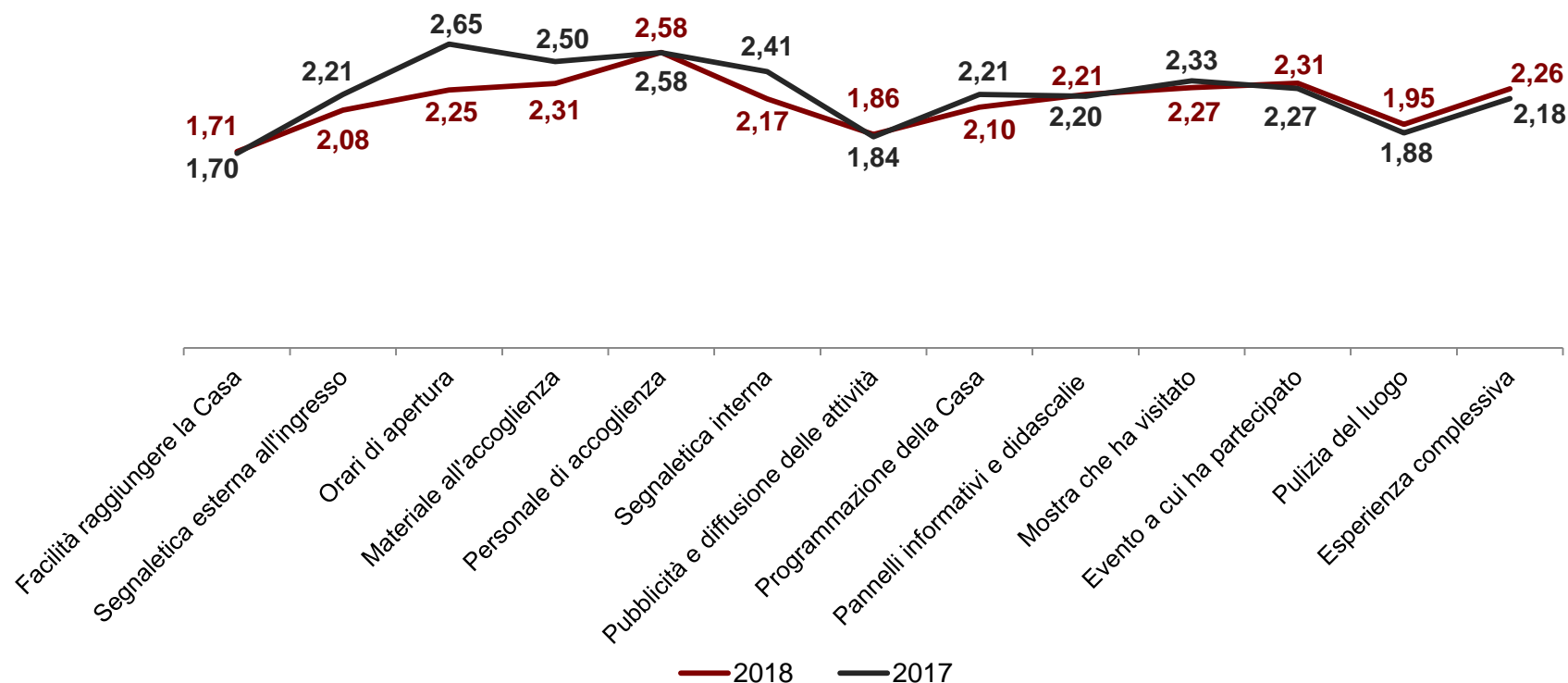
Alcune variabili raggiungono medie al sotto dello standard minimo di 2,20: segnaletica interna (2,17), programmazione della Casa (2,10), segnaletica esterna all'ingresso (2,08), pulizia del luogo (1,95), pubblicità e diffusione delle attività (1,86), facilità nel raggiungere la Casa (1,71).



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare.

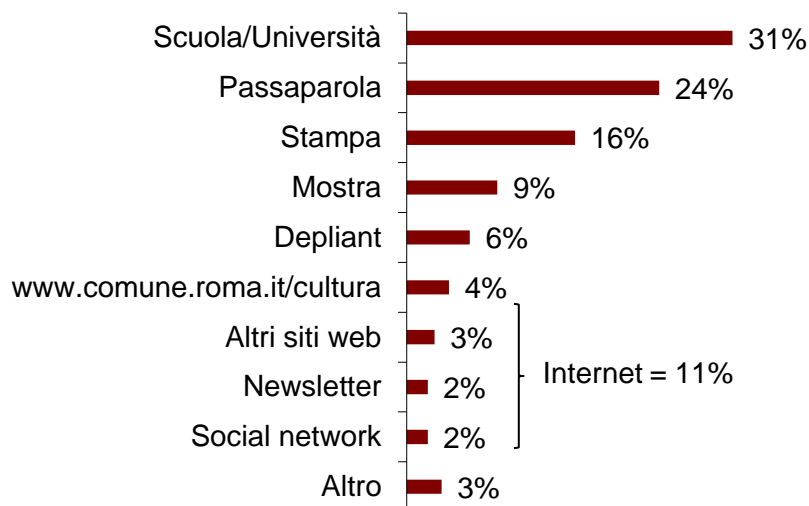
Da evidenziare l'aumento del livello medio di soddisfazione sulla facilità nel raggiungere la Casa, sulla pubblicità e diffusione delle attività, sui pannelli informativi e didascalie, sul gradimento dell'evento, sulla pulizia del luogo e sull'esperienza complessiva, seppure alcuni valori siano al di sotto dello standard di 2,20. Invece si rileva una flessione sui restanti aspetti, in particolare sulla segnaletica esterna all'ingresso, sugli orari di apertura e sulla segnaletica interna. La media relativa al personale di accoglienza resta invariata.



Come è venuto a conoscenza di Casa della Memoria e della Storia

Il 31% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza della Casa tramite “scuola/università” (in calo dal 40% dello scorso anno), il 24% attraverso il “passaparola” (22% nel 2017) e il 16% per mezzo della “stampa” (in lieve calo dal 15% dell’indagine precedente). Il canale web aumenta da 9% a 11%.

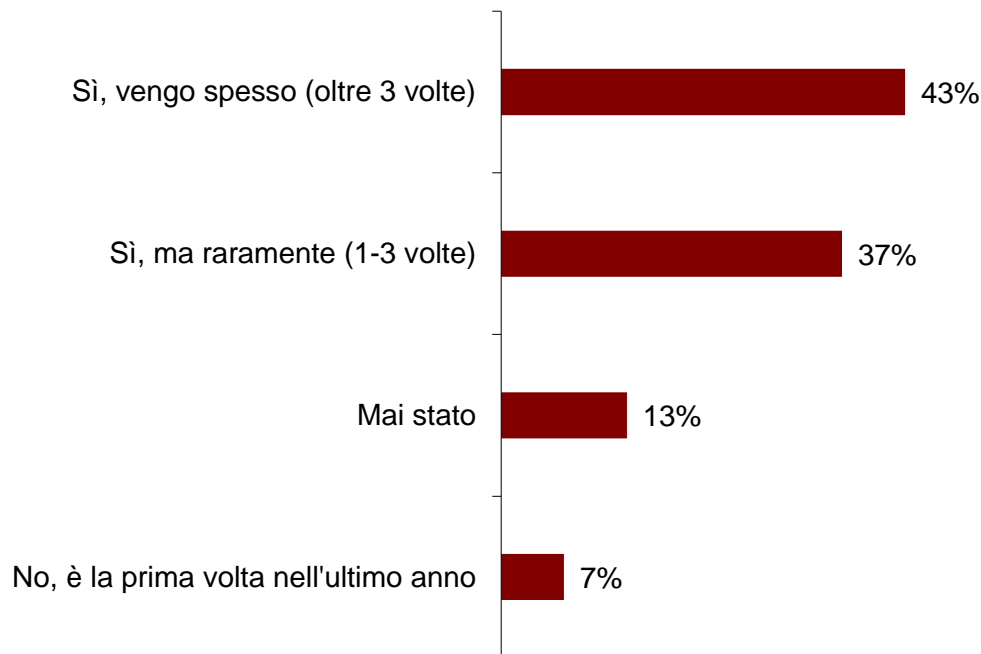
Risulta significativo che a venire a sapere di tale spazio culturale attraverso scuola/università siano soprattutto gli utenti giovani di età 14-18 anni, con un titolo di scuola media inferiore, nuovi fruitori, in generale molto soddisfatti e con un giudizio superiore alle aspettative. Invece chi ne è venuto a conoscenza tramite il passaparola appartiene alle fasce d’età 35-39 e 55-74 anni, ha conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, frequenta abitualmente lo spazio (oltre tre volte l’anno), abbastanza soddisfatto dell’esperienza complessiva e con un giudizio uguale alle proprie attese. Infine la stampa è il mezzo predominante per gli adulti con un’età compresa tra i 40 e 54 anni, diplomati, già stati a *Casa della Memoria e della Storia*, nel complesso abbastanza soddisfatti e con un giudizio corrispondente alle aspettative.



Nell'ultimo anno è già stato a *Casa della Memoria e della Storia*

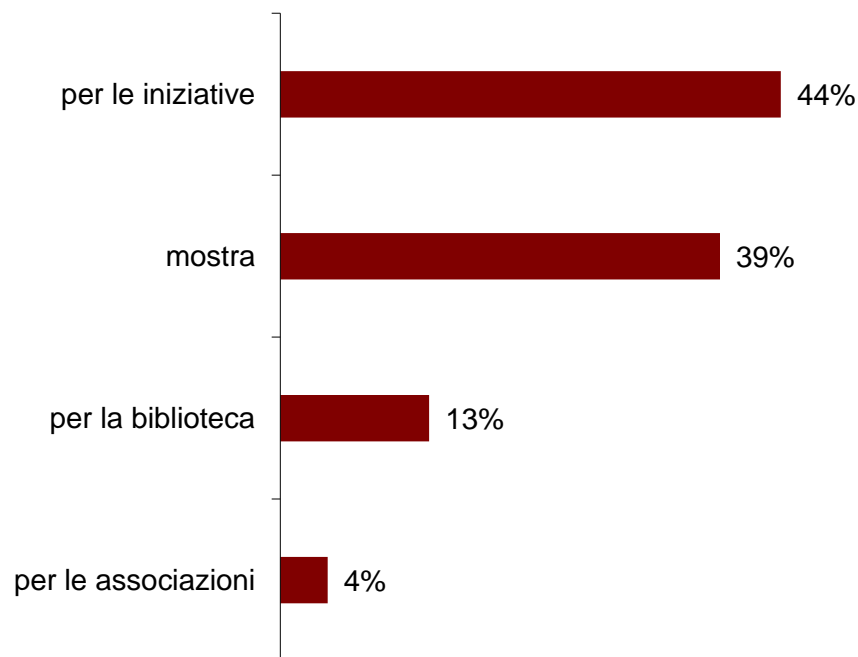
Ben l'80% degli intervistati dichiara di essere già stato a *Casa della Memoria e della Storia* (43% "oltre tre volte" e 37% "da una a tre volte"), mentre il 20% non vi si è recato.

È significativo che i frequentatori abituali siano principalmente gli adulti oltre i 40 anni, che dichiarano di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea. Invece a recarsi per la prima volta sono principalmente gli utenti giovani di età 14-18 anni, con un titolo di scuola media inferiore.



Motivazione della visita

Il 44% sul campione totale dichiara di venire a *Casa della Memoria e della Storia* per le iniziative, il 39% per la mostra, il 13% per utilizzare la biblioteca e il 4% per le associazioni. È rilevante che coloro che si sono recati per le iniziative siano soprattutto giovani di età 14-18 anni e adulti di età 65-74 anni, con un titolo di scuola media inferiore o laurea, mentre sono interessati alla mostra in particolare gli utenti tra i 40 e 54 anni, che dichiarano di avere conseguito un diploma superiore.



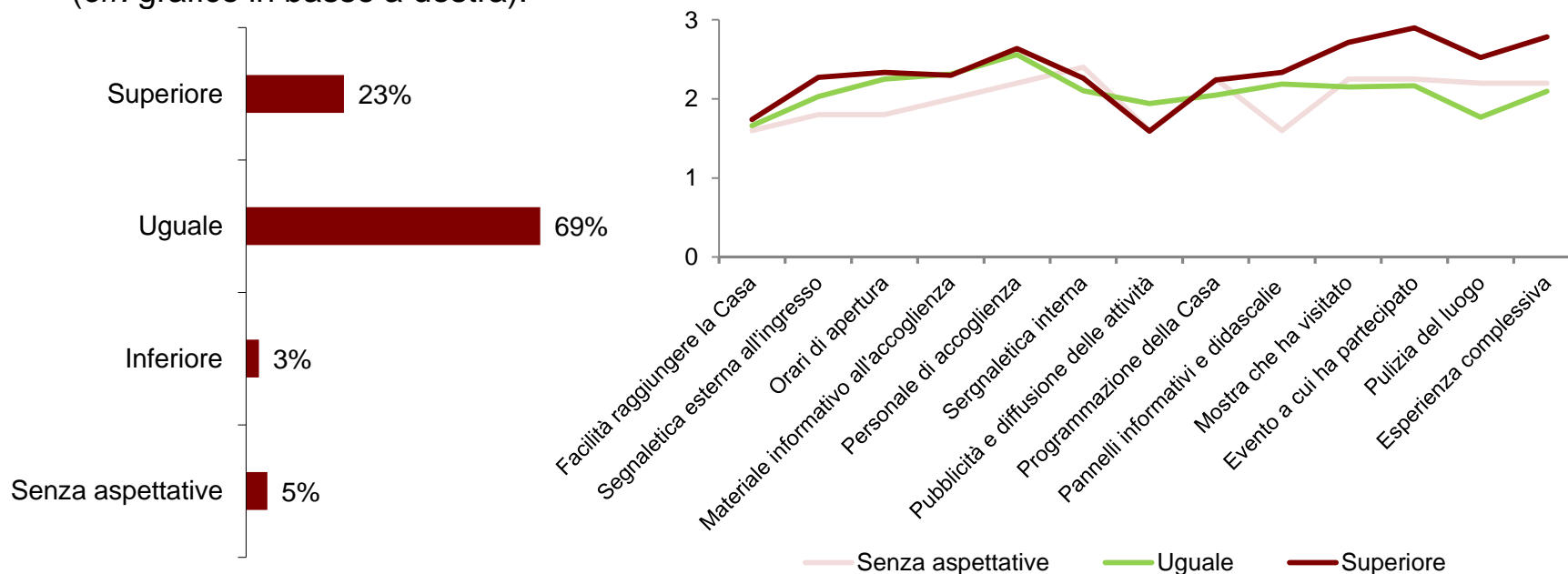
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 5% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita.

La maggior parte di coloro che invece rispondono a tale domanda afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese (69%), per il 23% è superiore, mentre solo per il 3% degli intervistati il giudizio è inferiore alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto i giovani di età 14-18 anni, mai stati a *Casa della Memoria e della Storia*. Invece il giudizio è uguale alle attese in particolare per gli adulti di età 45-74 anni, che si sono già recati alla Casa nell'ultimo anno (oltre tre volte).

Coloro che hanno un giudizio superiore alle proprie aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine, tranne che sulla pubblicità e diffusione delle attività (cfr. grafico in basso a destra).



Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene dello spazio visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale spazio culturale ha segno negativo e risulta pari a **-9%**, ma si evidenzia che ben il 65% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



NET PROMOTER SCORE <i>Casa della Memoria e della Storia 2018</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	6	16	56	13	7	6
0%	0%	0%	0%	1%	6%	15%	53%	12%	7%	6%
DETRATTORI = 22%							PASSIVI = 65%	PROMOTORI = 13%		
13% - 22% = -9%										

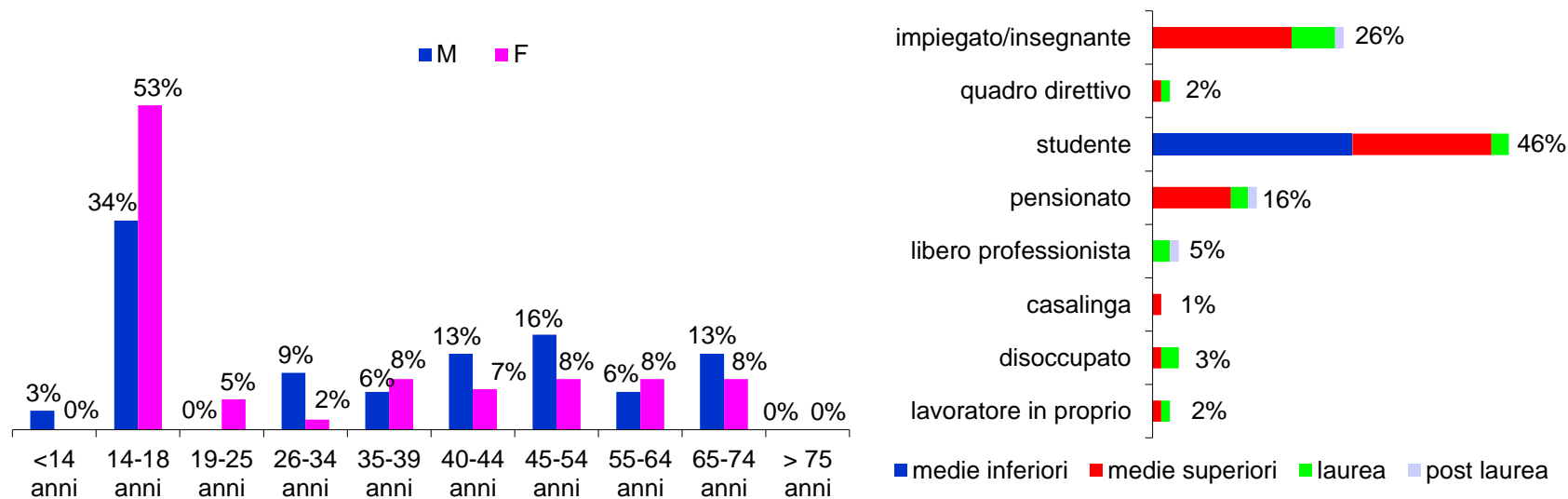
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere femminile col 65% (era il 71% nell'indagine precedente), soprattutto per i giovani di età 14-25 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce adulte 40-54 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei 14-18 anni e 45-74 anni (rispettivamente il 42% e il 34% sul totale; nel 2017 la prima fascia era pari al 18%, mentre era uguale la percentuale dei visitatori adulti).

Il 79% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo scuola media inferiore o superiore (in netto aumento dal 52% emerso nel 2017).

Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, quest'anno il 46% degli intervistati sono studenti (in aumento dal 32% nel 2017). In calo gli occupati dipendenti, ovvero impiegati e insegnanti (scendono da 48% a 26%), mentre i pensionati passano da 13% a 16%.

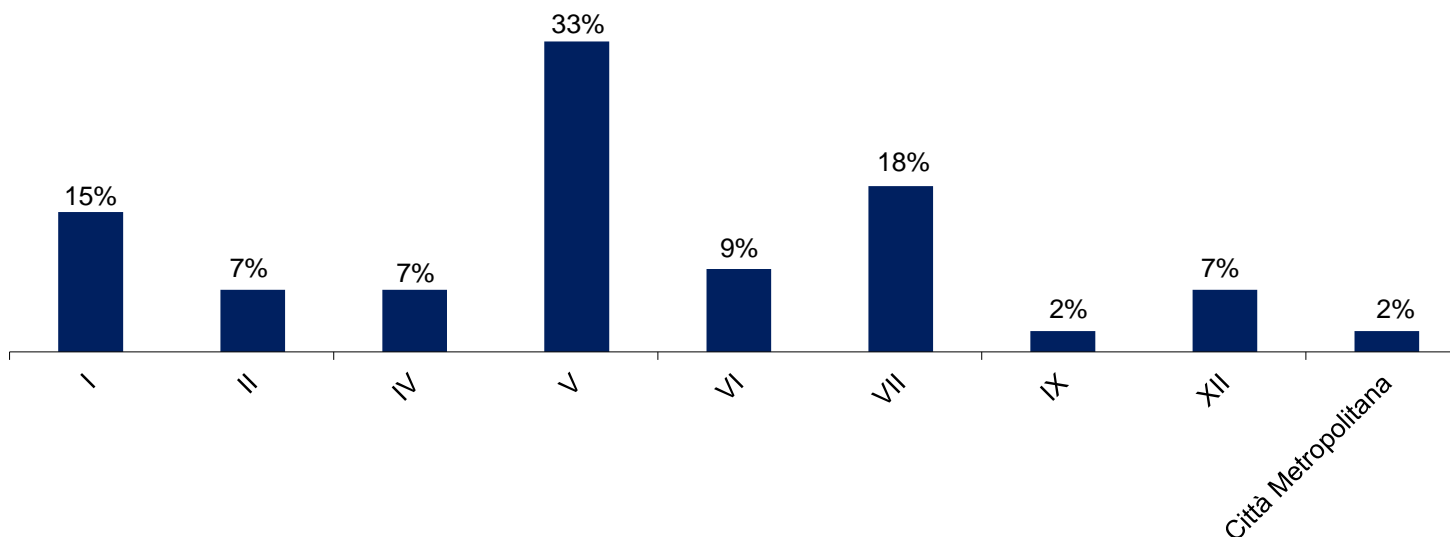
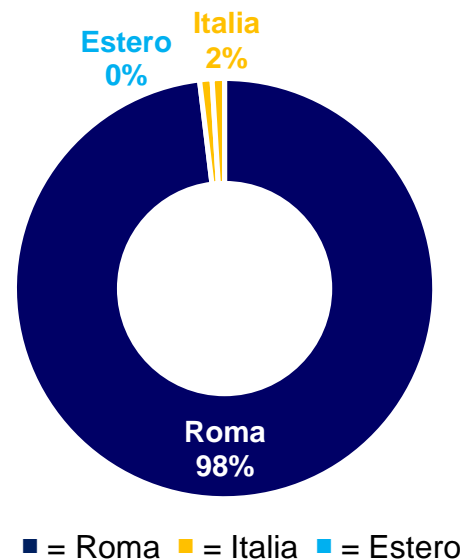


Analisi socio-demografica (provenienza)

La quasi totalità del campione intervistato (98%) è costituito da cittadini romani (erano il 99% emerso nel 2017), mentre il restante 2% proviene da altre province italiane (di cui un 1% dal Centro e un 1% dal Sud) e nessuno giunge dall'estero (come lo scorso anno).

Tra i municipi in cui risiedono maggiormente gli utenti intervistati prevale il Municipio V col 33% sul campione totale, seguito dai Municipi VII (18%) e I (15%).

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



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Facilità raggiungere la Casa	Segnaletica esterna all'ingresso	Orari di apertura	Materiale informativo all'accoglienza	Personale di accoglienza	Segnaletica interna	Pubblicità e diffusione delle attività	Programmazione della Casa	Pannelli informativi e didascalie	Mostra che ha visitato	Evento a cui ha partecipato	Pulizia del luogo	Esperienza complessiva
Facilità raggiungere la Casa	1,000	,160	,048	,108	-,017	,082	,044	,088	-,099	-,112	-,125	,151	,030
Segnaletica esterna all'ingresso	,160	1,000	,360**	,226*	,263**	,323**	,171	,361**	,298**	,125	,148	,185	,373**
Orari di apertura	,048	,360**	1,000	,450**	,157	,266**	,269**	,346**	,467**	,344**	,215*	,044	,252*
Materiale informativo all'accoglienza	,108	,226*	,450**	1,000	,274**	,226*	,356**	,228*	,390**	,254*	,261*	,050	,245*
Personale di accoglienza	-,017	,263**	,157	,274**	1,000	,268**	,250*	,137	,175	,083	,094	-,058	,196
Segnaletica interna	,082	,323**	,266**	,226*	,268**	1,000	,332**	,203*	,290**	,285**	,231*	,217*	,322**
Pubblicità e diffusione delle attività	,044	,171	,269**	,356**	,250*	,332**	1,000	,527**	,298**	-,013	-,188	-,200*	-,075
Programmazione della Casa	,088	,361**	,346**	,228*	,137	,203*	,527**	1,000	,291**	,092	,290**	,102	,403**
Pannelli informativi e didascalie	-,099	,298**	,467**	,390**	,175	,290**	,298**	,291**	1,000	,404**	,278**	,148	,321**
Mostra che ha visitato	-,112	,125	,344**	,254*	,083	,285**	-,013	,092	,404**	1,000	,657**	,326**	,514**
Evento a cui ha partecipato	-,125	,148	,215*	,261*	,094	,231*	-,188	,290**	,278**	,657**	1,000	,486**	,735**
Pulizia del luogo	,151	,185	,044	,050	-,058	,217*	-,200*	,102	,148	,326**	,486**	1,000	,453**
Esperienza complessiva	,030	,373**	,252*	,245*	,196	,322**	-,075	,403**	,321**	,514**	,735**	,453**	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 a raggiungere la Casa, il personale di accoglienza, la pubblicità e diffusione delle attività non sono risultati significativi rispetto al giudizio generale, per tale motivo sono stati esclusi dalla tabella laterale.

A *Casa della Memoria e della Storia* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi all'**evento a cui ha partecipato** il campione intervistato e alla **mostra visitata**.

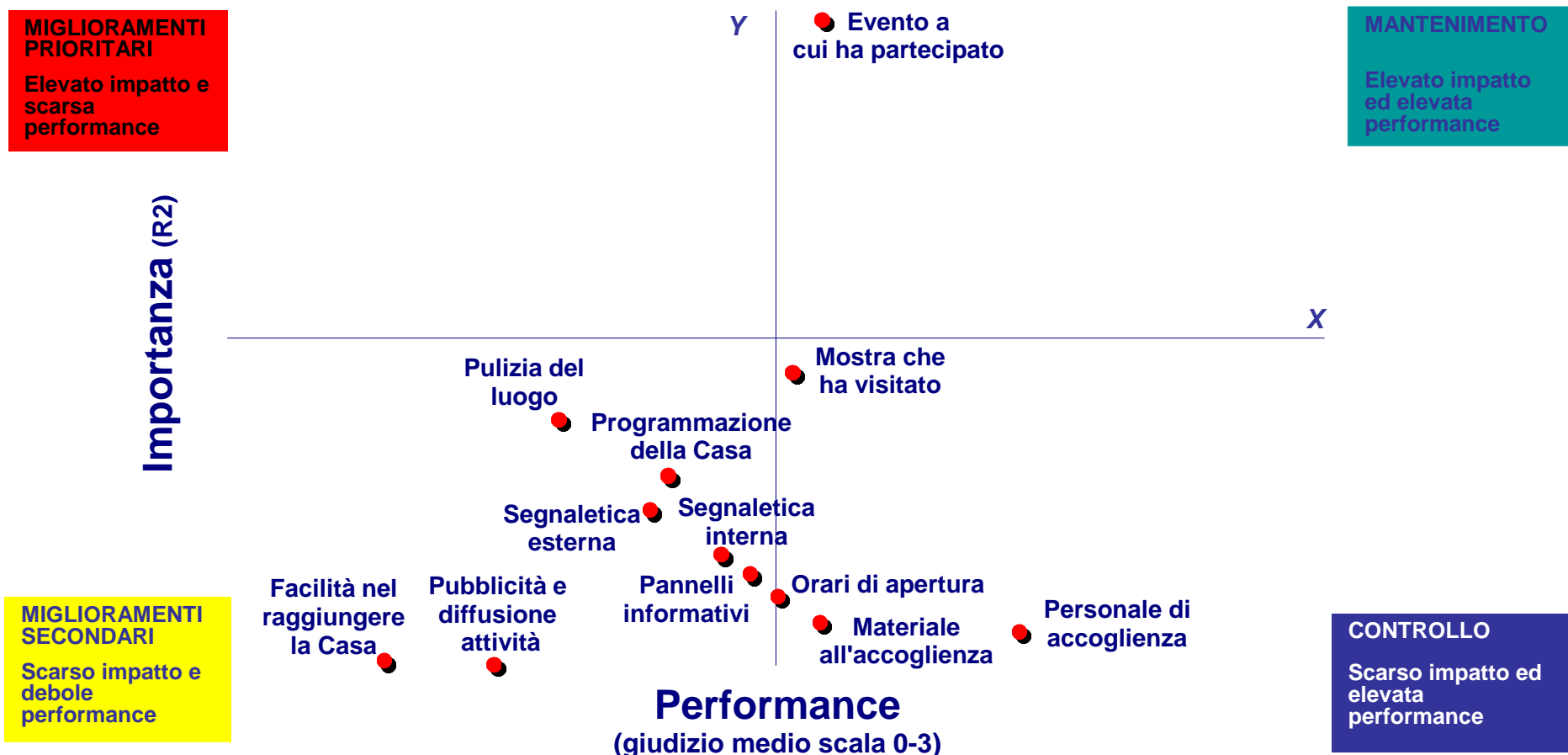
La pubblicità e diffusione delle attività della Casa è l'unica variabile indagata che ha segno negativo (*cfr. slide* precedente), ma l'incidenza non è significativa rispetto alla soddisfazione complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Evento a cui ha partecipato	0,735
Mostra che ha visitato	0,514
Pulizia del luogo	0,453
Programmazione della Casa	0,403
Segnaletica esterna all'ingresso	0,373
Segnaletica interna	0,322
Pannelli informativi e didascalie	0,321
Orari di apertura	0,252
Materiale all'accoglienza	0,245

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**evento a cui ha partecipato** il campione intervistato è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente poiché si posiziona nel quadrante in alto a destra. Non ci sono miglioramenti da ritenere prioritari (quadrante in alto a sinistra).

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.

Cluster Analysis

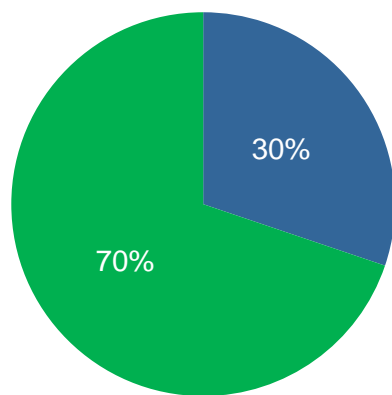
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (32 individui nel *Cluster 1* e 74 nel *Cluster 2*).

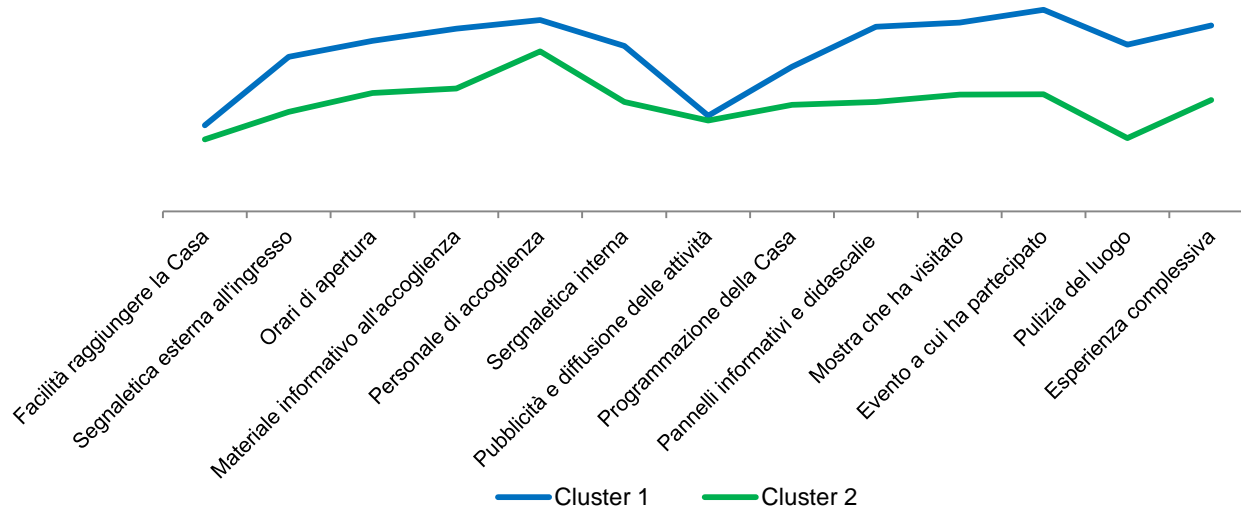
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i “**Deliziati**” sono coloro che hanno un giudizio complessivo tendenzialmente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine, mentre nella 2° tipologia i “**Soddisfatti**” sono ad a un livello più basso di soddisfazione.

Cluster 1 Deliziati: in prevalenza donne, di età 14-39 e oltre i 55 anni, con un titolo di scuola dell'obbligo o laurea, studenti e pensionati, nuovi visitatori, vengono a conoscenza della Casa attraverso scuola/università e internet, vi si recano soprattutto per la biblioteca e le associazioni, in generale molto soddisfatti, con giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età 40-54 anni, con un diploma di scuola media superiore, occupati dipendenti, già stati, vengono a conoscenza della Casa tramite stampa, passaparola e mostra, vi si recano soprattutto per le iniziative e la mostra, in generale abbastanza soddisfatti, con giudizio uguale alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

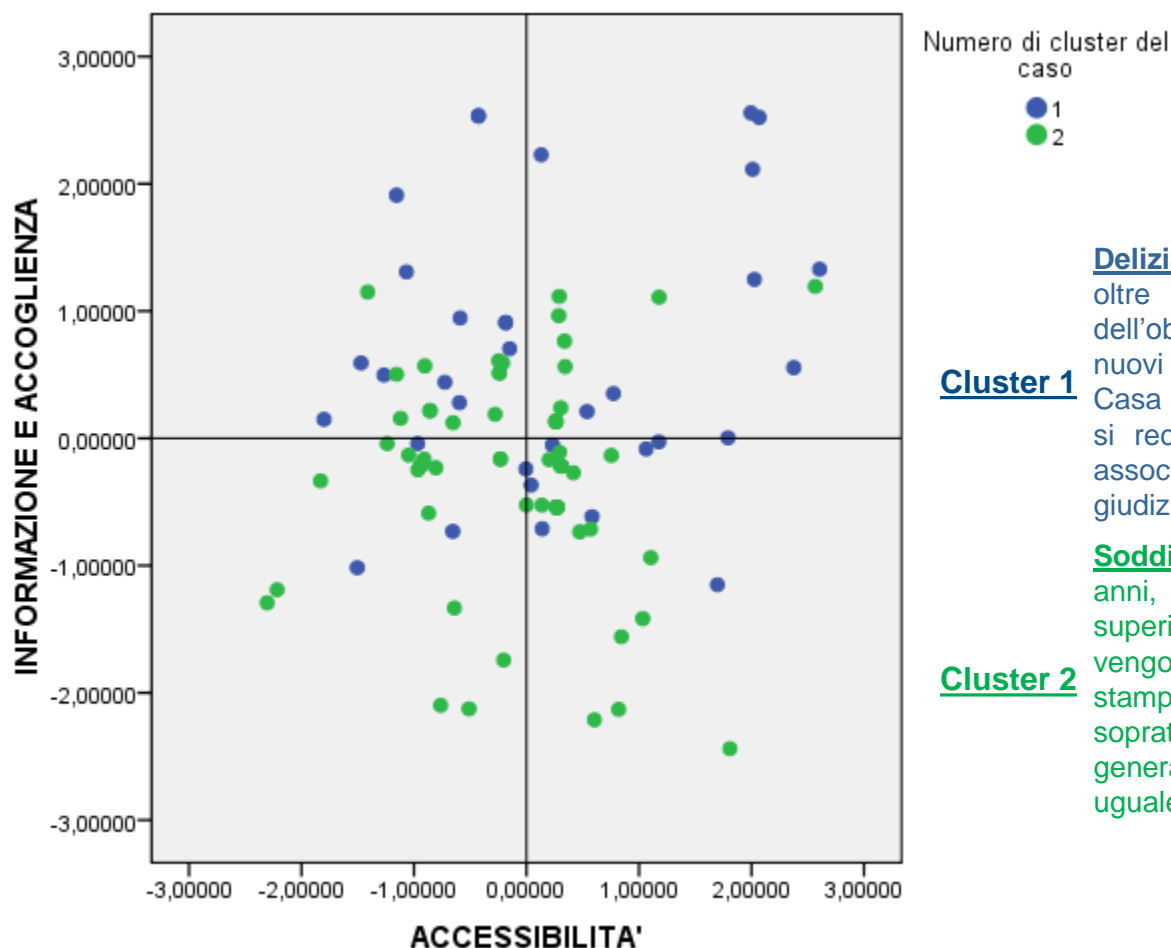
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

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



Cluster 1

Deliziati: in prevalenza donne, di età 14-39 e oltre i 55 anni, con un titolo di scuola dell'obbligo o laurea, studenti e pensionati, nuovi visitatori, vengono a conoscenza della Casa attraverso scuola/università e internet, vi si recano soprattutto per la biblioteca e le associazioni, in generale molto soddisfatti, con giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2

Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età 40-54 anni, con un diploma di scuola media superiore, occupati dipendenti, già stati, vengono a conoscenza della Casa tramite stampa, passaparola e mostra, vi si recano soprattutto per le iniziative e la mostra, in generale abbastanza soddisfatti, con giudizio uguale alle aspettative.

SUGGERIMENTI

NON RISPONDE. Totale 96

ASPETTI DA MIGLIORARE

- **PULIZIA** da migliorare, anche delle scale. **Totale 4**
- **BIBLIOTECA** più testi disponibili, manca una rete Wi-Fi. **Totale 2**
- **EVENTO** far partecipare agli incontri testimoni direttamente interessati ai fatti, organizzare eventi con studenti universitari e tirocini formativi con università. **Totale 2**
- **ALTRO** promuovere di più la Casa, sostituire la guida delle scale, offrire cibo a chi frequenta tale spazio culturale. **Totale 3**

***Totale 11 Suggerimenti
Casa della Memoria e della Storia***

Allegato 1 - Questionario

Buongiorno, stiamo facendo un sondaggio sulla percezione dei servizi offerti a *Casa della Memoria e della Storia* al fine di migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita.

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. Materiale informativo all'accoglienza	<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. Pannelli informativi e didascalie della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Gradimento mostra che ha visitato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Gradimento evento a cui ha partecipato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Esperienza complessiva <i>Casa della Memoria e della Storia</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. **Rispetto alle aspettative, il suo giudizio generale è:** ☐ Superiore ☐ Uguale ☐ Inferiore ☐ Non avevo aspettative

15. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo spazio culturale ad un amico?**

MINIMO ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 **MASSIMO**

16. **Come è venuto a conoscenza della Casa la prima volta che ne ha sentito parlare?**

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> Tourist Infopoints | <input type="checkbox"/> televisione/radio |
| <input type="checkbox"/> www.comune.roma.it/cultura | <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"/> stendardo 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..... |

17. **Per quale motivo vi si è recato?** ☐ per le iniziative ☐ per la biblioteca ☐ per le associazioni ☐ Altro

18. **Nell'ultimo anno è già venuto?** ☐ Mai stato ☐ No, prima volta nell'ultimo anno ☐ Sì, ma raramente (1-3 volte) ☐ Sì, spesso (oltre 3 volte)

19. **Suggerimenti**

.....

DATI PERSONALI: **Età:** ☐ <14 ☐ 14-18 ☐ 19-25 ☐ 26-34 ☐ 35-39 ☐ 40-44 ☐ 45-54 ☐ 55-64 ☐ 65-74 ☐ ≥75 **Genere:** ☐ M ☐ F

Titolo di studio: ☐ scuola dell'obbligo ☐ studi superiori ☐ laurea ☐ post laurea

Professione: ☐ impiegato-insegnante ☐ dirigente-quadro ☐ studente ☐ pensionato ☐ libero professionista ☐ casalinga ☐ non occupato

☐ lavoratore in proprio ☐ altro (specificare a lato)

Residenza: ☐ Roma (indicare Municipio:____) ☐ Altra provincia italiana: _____ ☐ Altra nazionalità: _____