



Indagini di Customer Satisfaction

Casa del Cinema

16-19-20 Luglio 2021

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 2020-2021
- Come è venuto a conoscenza di Casa del Cinema
- Nell'ultimo anno è già venuto a Casa del Cinema
- Motivazione della visita
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per rassegna
- 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 **152 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* col metodo *TAPI* (*ausilio di tablet*) nelle serate del **16, 19 e 20 luglio 2021** presso la **Casa del Cinema** (gli intervistati rappresentano il 57% degli ingressi totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Di seguito il programma delle serate oggetto di indagine: 16 luglio **CSC Social Club. Omaggio agli 80 anni di Roberto Perpignani** con la proiezione del film "Cesare deve morire"; 19 luglio **Nell'anno di Nino Manfredi** con il film "Venezia, la luna e tu"; 20 luglio **Lithuanian Film Days a Roma** con le proiezioni di "Frost" e "Nova Lithuania".

Questa numerosità è piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 5,23\%$.

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 2021, da Contratto di Affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli intervistati è buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,70), la **proiezione/film** (2,68) e l'**evento** (2,62). Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto di indagine si collocano al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **pubblicità e diffusione delle attività** (2,07).

L'**organizzazione generale** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa delle priorità, ma anche quella più correlata al giudizio generale rilasciato dagli intervistati (*cf.* pp. 15-17). Pure tra i suggerimenti prevalgono quelli relativi all'**organizzazione generale** (n. 17 suggerimenti).

Il profilo degli spettatori intervistati è costituito prevalentemente da **cittadini romani** (84%), **impiegati** (27%) e **pensionati** (26%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (71%), appartenenti soprattutto alle fasce di **età adulta compresa tra i 55 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 50 % sul campione totale.

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a conoscenza della *Casa del Cinema* prevalgono i seguenti: **internet** (32%), **passaparola** (27%) e **stampa** (26%).

Risulta significativo che il *passaparola* prevalga soprattutto per gli spettatori laureati, di età giovane 19-34 anni, che si recano per la prima volta in tale spazio culturale e il loro giudizio generale è abbastanza soddisfacente. Invece il sito *www.casadelcinema.it* e la *stampa* sono i canali predominanti per chi è già stato a *Casa del Cinema* e si ritiene molto soddisfatto dell'esperienza complessiva, ma mentre il sito web emerge per gli spettatori che hanno conseguito un titolo di post laurea ed appartengono alle fasce di età 45-54 anni e oltre i 75 anni, la stampa è predominante per i diplomati, di età 55-74 anni.

Tabella riassuntiva

<i>Casa del Cinema 2021</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Personale di accoglienza	2,70	3,00	151	1	0,514	72%	1%	99%
Materiale disponibile all'accoglienza	2,36	2,00	142	10	0,728	49%	2%	89%
Programmazione degli eventi	2,49	3,00	143	9	0,615	54%	1%	97%
Pubblicità e diffusione delle attività	2,07	2,00	145	7	0,761	30%	3%	80%
Organizzazione generale	2,47	2,50	148	4	0,553	50%	0%	97%
Proiezione/Film	2,68	3,00	143	9	0,552	71%	1%	97%
Evento a cui ha partecipato	2,62	3,00	110	42	0,524	64%	0%	98%
Pulizia del luogo	2,47	3,00	150	2	0,702	57%	2%	92%
Esperienza complessiva	2,51	3,00	150	2	0,540	53%	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 (2,48).

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 oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono i seguenti: il **personale di accoglienza**, la **proiezione/film** e **l'evento a cui ha partecipato**.

Al di sotto dello standard minimo di 2,20 si trova solo la **pubblicità e diffusione delle attività** (2,07).

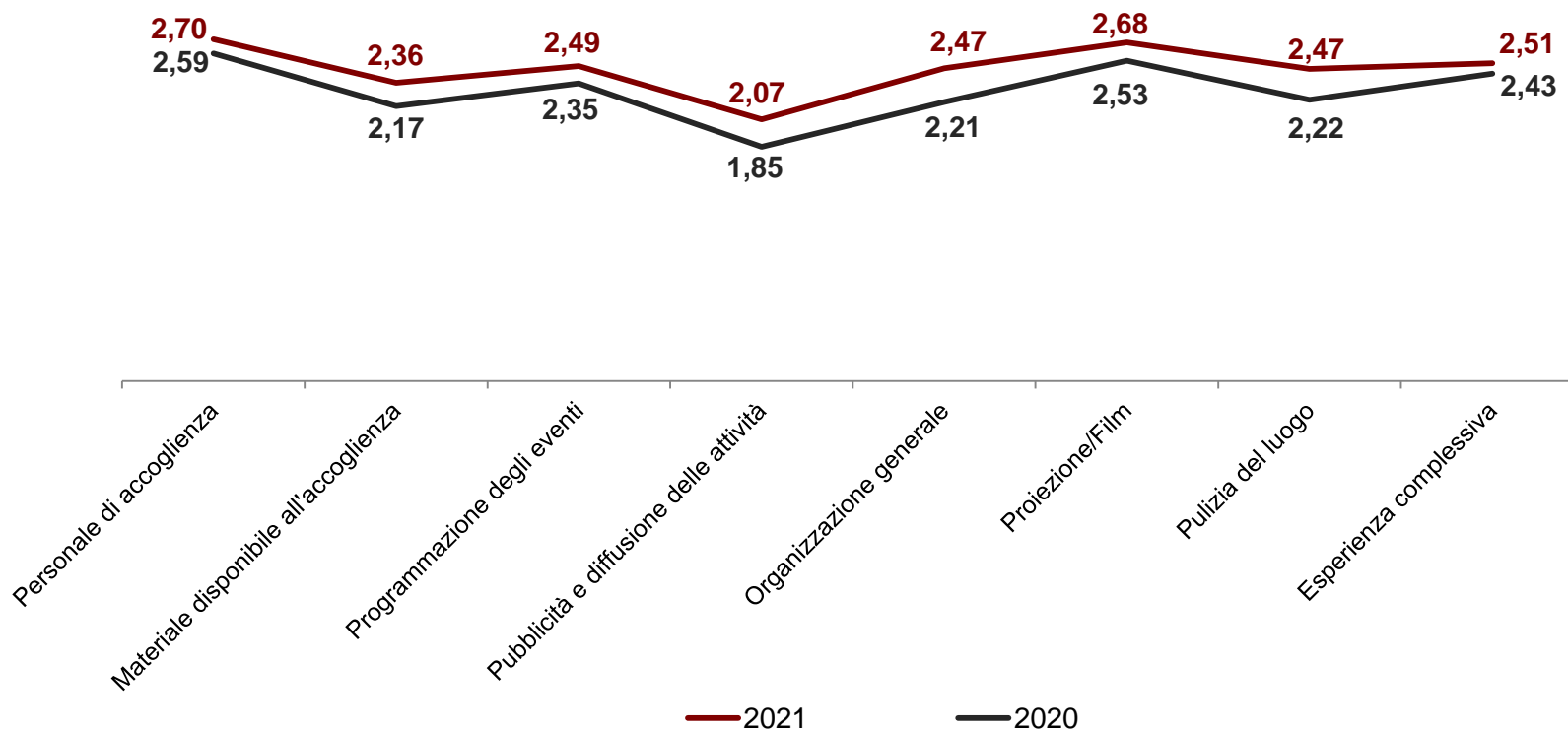


Analisi del trend 2020-2021

Rispetto al 2020 il trend risulta costante e lineare, ma si registra un incremento generale.

In aumento sono soprattutto le medie relative al materiale disponibile all'accoglienza e alla pubblicità e diffusione delle attività, seppure quest'ultima variabile resti al di sotto dello standard minimo di 2,20.

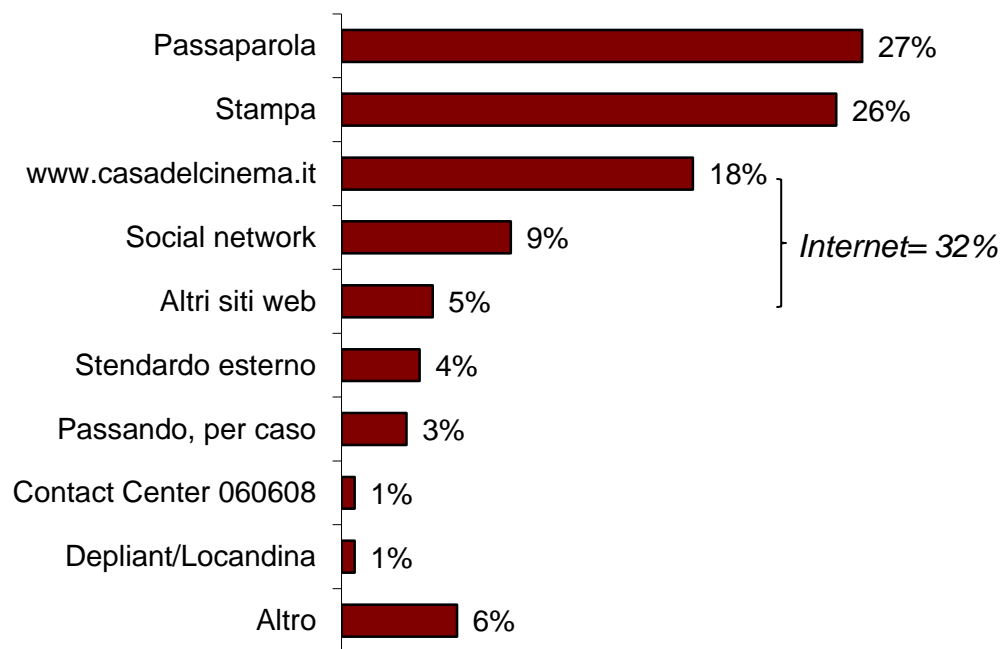
Da evidenziare che quest'anno non è stato possibile valutare la caffetteria per la chiusura temporanea dovuta al cambio di gestione.



Come è venuto a conoscenza di Casa del Cinema

Il 32 % del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza di *Casa del Cinema* tramite “**internet**” (di cui il 18% riguarda il sito www.casadelcinema.it; in netto aumento dall'11% nel 2020). Seguono il “**passaparola**” (27%, in calo dal 33% dello scorso anno) e la “**stampa**” (26%; stessa percentuale emersa nel 2020).

Risulta significativo che il passaparola prevalga soprattutto per gli spettatori laureati, di età giovane 19-34 anni, che si recano per la prima volta in tale spazio culturale e il loro giudizio generale è abbastanza soddisfacente. Invece il sito www.casadelcinema.it e la stampa sono i canali predominanti per chi è già stato a *Casa del Cinema* e si ritiene molto soddisfatto dell'esperienza complessiva, ma mentre il sito web emerge per gli spettatori che hanno conseguito un titolo post laurea ed appartengono alle fasce di età 45-54 anni e oltre i 75 anni, la stampa è predominante per i diplomati, di età 55-74 anni.

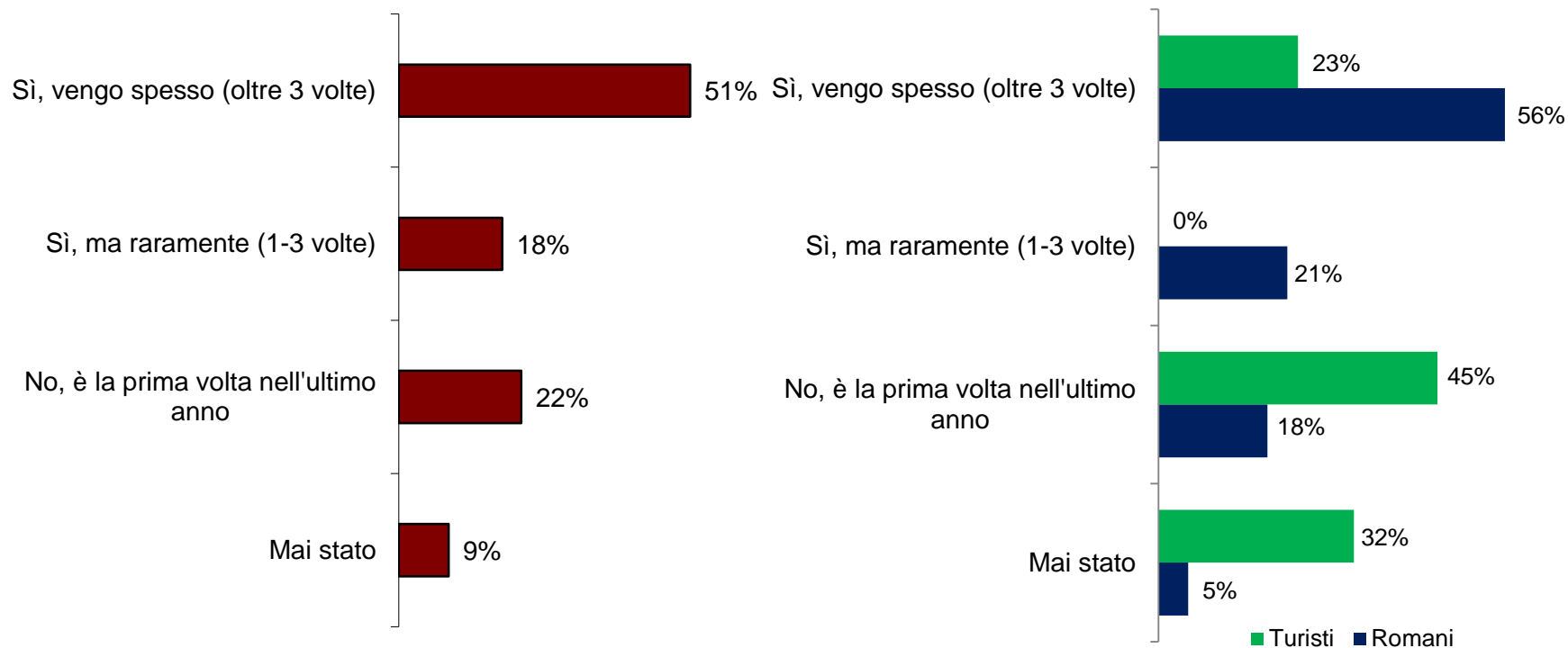


Nell'ultimo anno è già stato a Casa del Cinema

Il 69% degli intervistati dichiara di essere già stato a *Casa del Cinema* (il 51% **“oltre tre volte”** e il 18% **“da una a tre volte”**), mentre il 22% vi si reca per la prima volta nell'ultimo anno e il restante 9% non vi è mai stato.

È significativo che i frequentatori abituali siano soprattutto i romani (cfr. grafico in basso a destra), di età giovane fino a 39 anni, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.

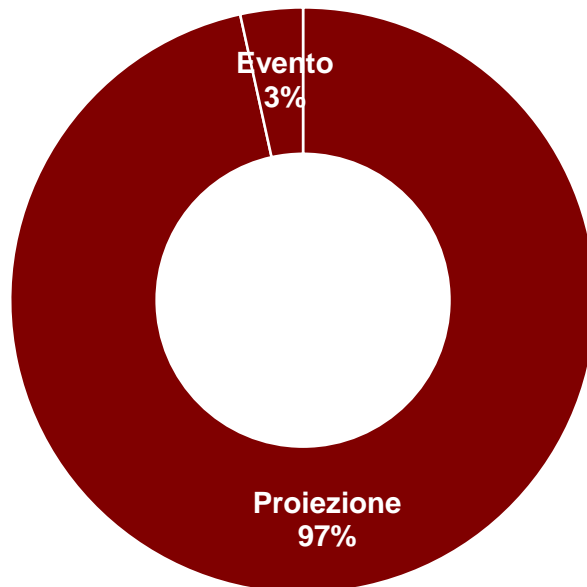
Invece a recarsi per la prima volta a *Casa del Cinema* sono in particolare gli spettatori che giungono da fuori Roma, di età adulta oltre i 40 anni e con un giudizio superiore alle attese.



Motivazione della visita

La quasi totalità del campione (97%) dichiara di essere venuto a *Casa del Cinema* per la “**proiezione/film**”, mentre il restante 3% risponde “**evento/iniziativa**”.

È rilevante che a recarsi alla Casa per la proiezione/film siano prevalentemente i cittadini romani, mentre chi è andato per l'evento/iniziativa giunge da fuori Roma (in particolare per la serata del 20 luglio).

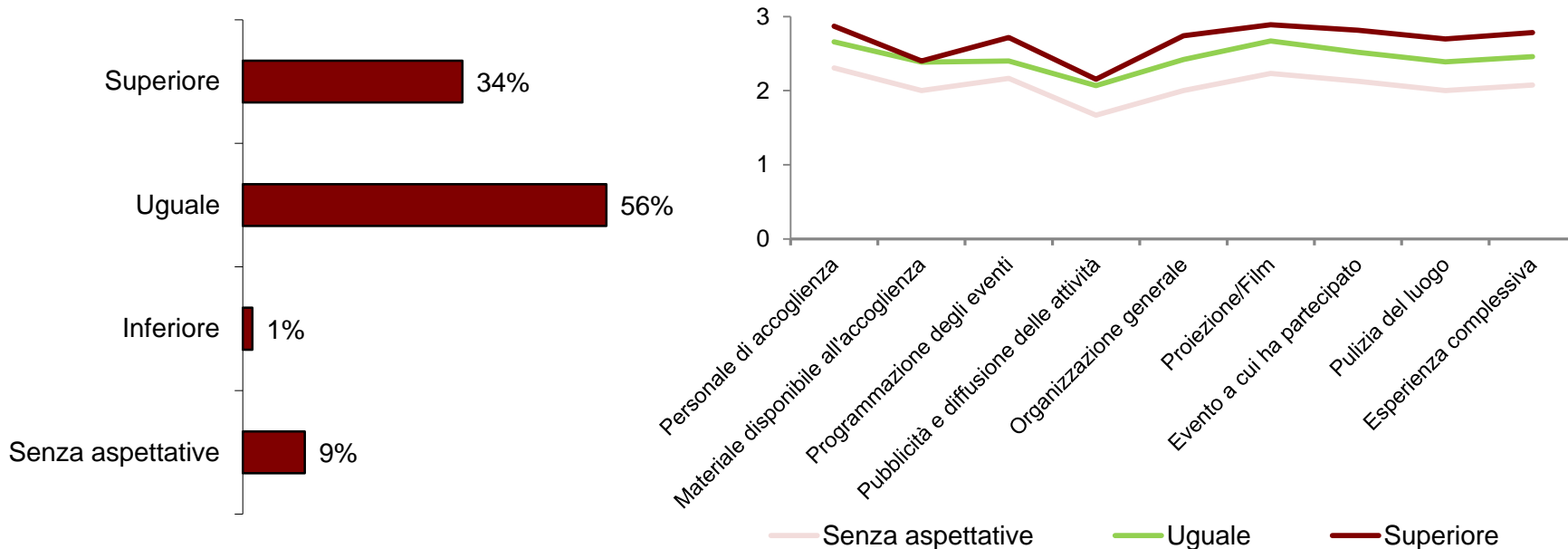


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 56% del campione totale afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 34% è superiore, mentre solo per l'1% è inferiore. Il 9% degli intervistati dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano principalmente i diplomati, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie attese sono in particolare i laureati, frequentatori abituali, che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva, mentre ad essere privi di aspettative sono coloro che hanno conseguito un diploma di scuola media inferiore o superiore, che vengono per la prima volta a *Casa del Cinema* e si ritengono abbastanza soddisfatti.

Come si evidenzia nel grafico sottostante, il livello medio di soddisfazione è tendenzialmente più alto per chi afferma di avere un giudizio superiore alle proprie aspettative.



Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico

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

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *Casa del Cinema* è pari al **56%**.

Si evidenzia che il 36% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE Casa del Cinema 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	3	3	10	43	33	55
0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	7%	29%	22%	38%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI = 36%		PROMOTORI = 60%	
60%-4% = 56%										

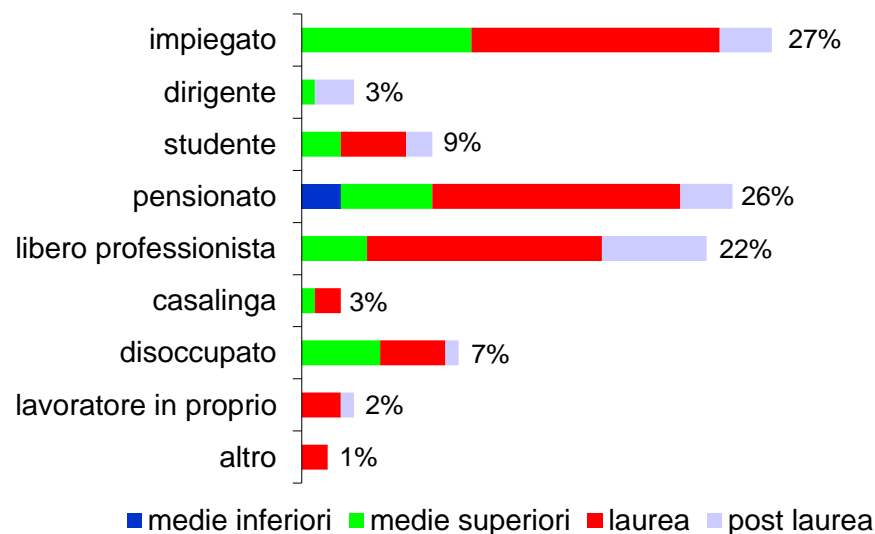
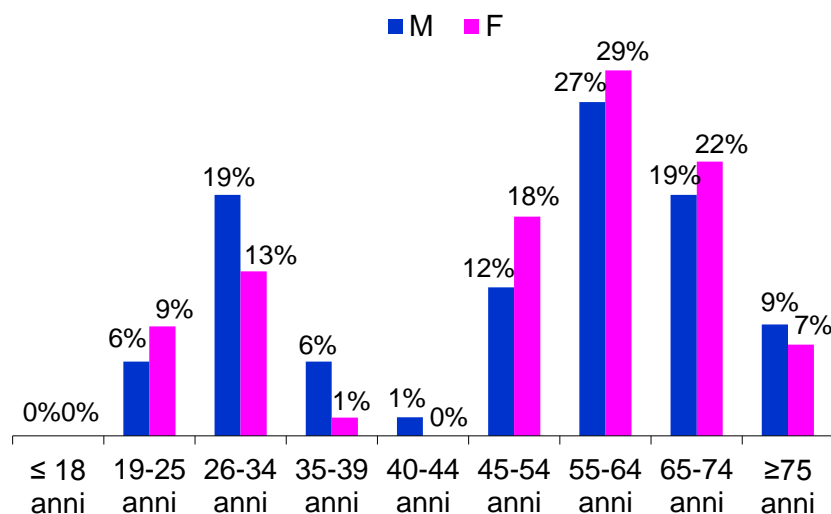
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il genere **femminile** col 51% (nel 2020 era 45%), soprattutto nelle fasce dei 19-25 anni e 45-74 anni, mentre gli uomini emergono principalmente nelle fasce dei 26-44 anni ed oltre i 75 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle comprese tra i **55 e 74 anni** (50% sul totale; lo scorso anno raggiungevano complessivamente il 44%). Rispetto all'indagine precedente aumenta la percentuale dei **giovani di età 19-34 anni** (da 18% a 23%).

Il 71% del campione totale dichiara di avere ottenuto **una laurea o una specializzazione post laurea** (lo scorso anno erano il 50%).

Tra le categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (27%; in netto aumento dal 12% emerso nell'ultima indagine). Seguono i **pensionati** (26%; in discesa dal 34% dello scorso anno) e i **liberi professionisti** (22%; erano il 30% nel 2020).

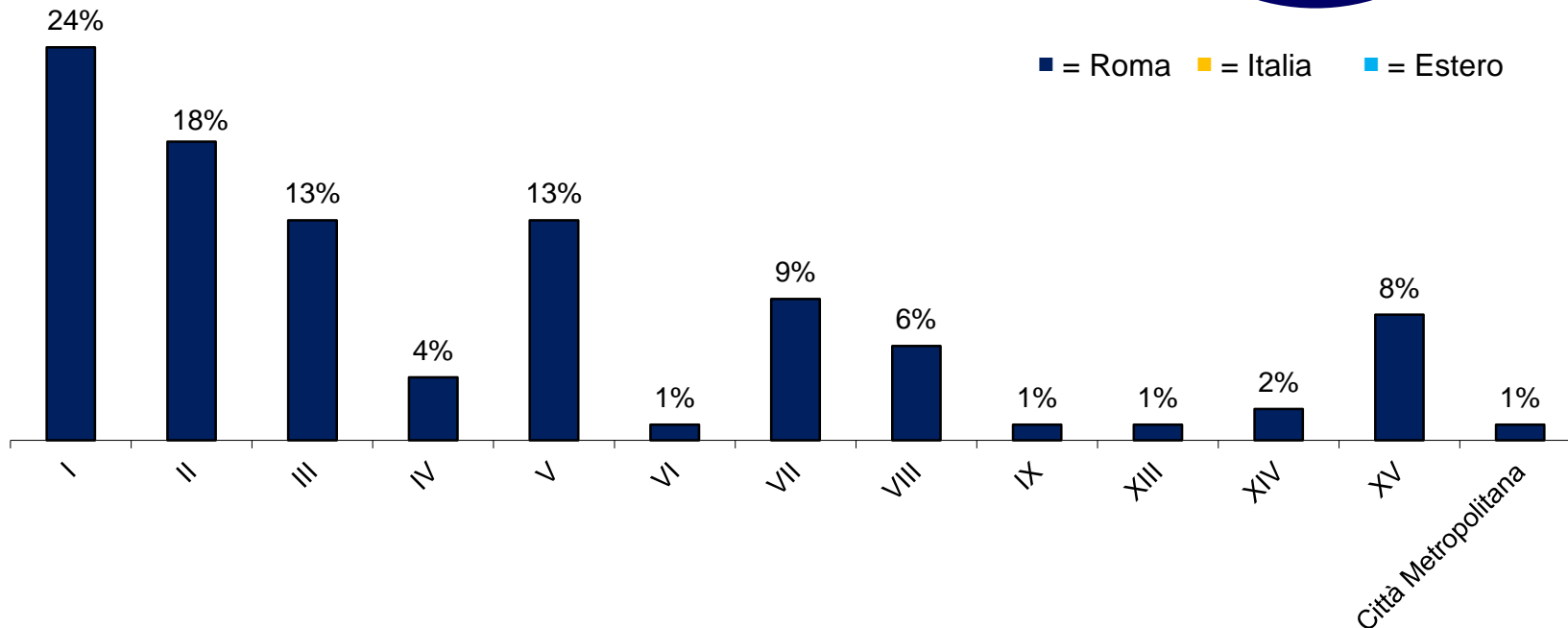
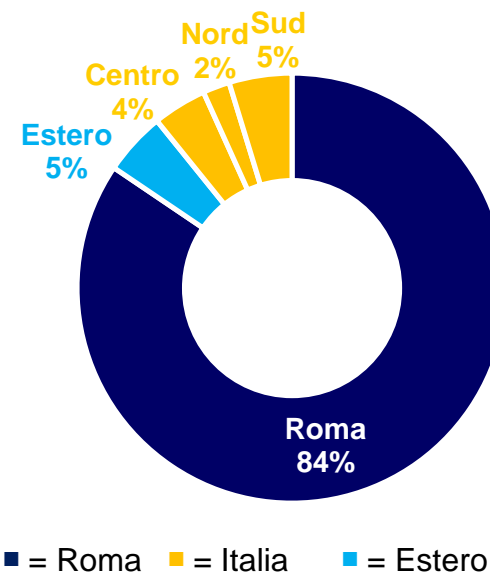


Analisi socio-demografica (provenienza)

L'84% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (89% nel 2020), l'11% giunge da altre province italiane (stessa percentuale emersa lo scorso anno), mentre gli stranieri sono il 5% (0% nell'indagine precedente).

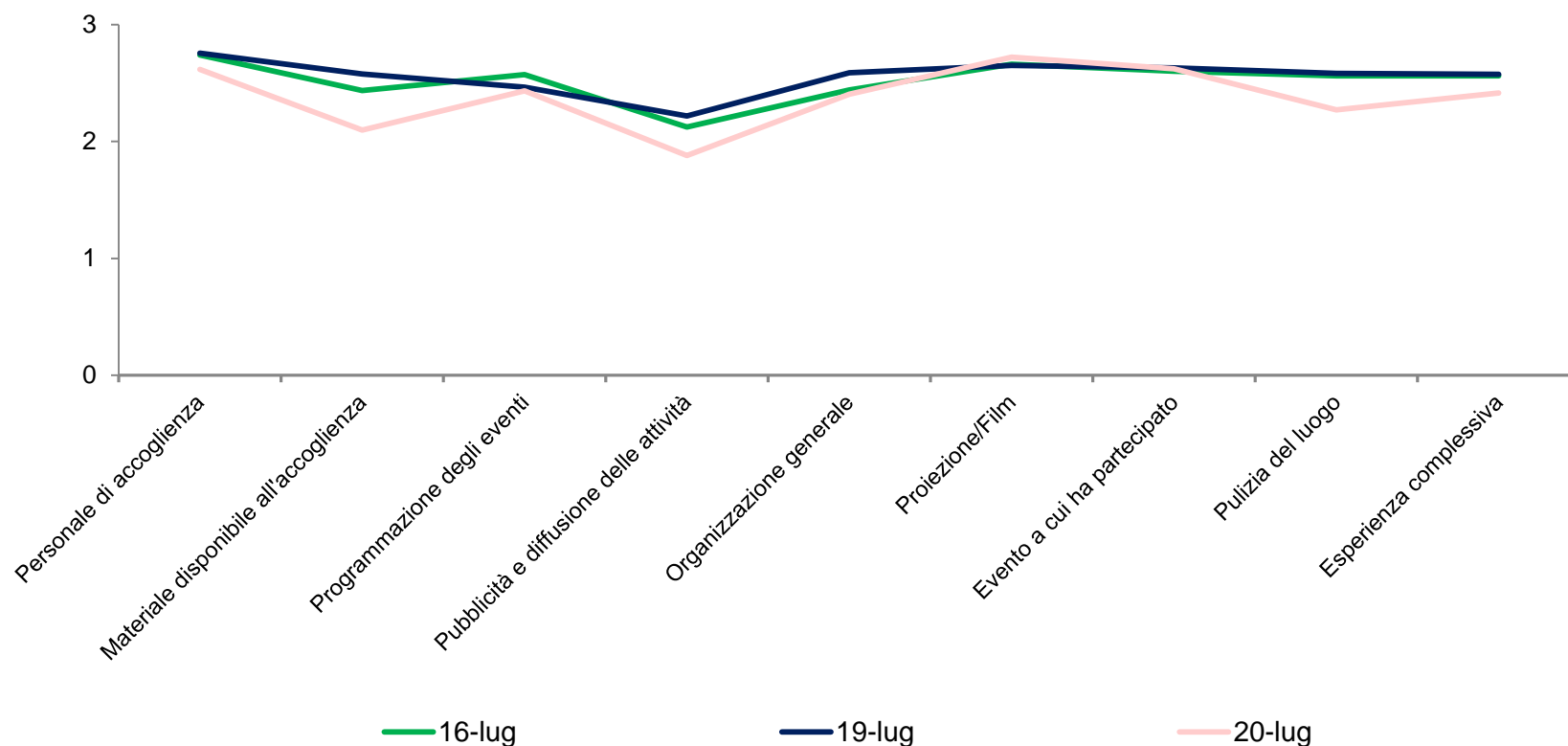
Tra i municipi in cui risiedono maggiormente i romani intervistati prevalgono i **Municipi I e II**, che raggiungono rispettivamente il 24% e il 18% sul campione totale.

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



Analisi univariate per rassegna

Analizzando i giudizi medi rilasciati sugli aspetti oggetto d'indagine nelle varie serate, dal grafico sottostante si rileva un livello medio di soddisfazione tendenzialmente più alto per coloro che hanno partecipato alla serata del 19 luglio (*Nell'anno di Nino Manfredi*), tranne che sulla programmazione degli eventi, che è stata più apprezzata dagli spettatori del 16 luglio (*CSC Social Club. Omaggio agli 80 anni di Roberto Perpignani*). Invece durante la serata del 20 luglio (*Lithuanian Film Days a Roma*) gli aspetti di maggiore gradimento sono stati la proiezione/film e l'evento a cui hanno partecipato.



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Personale di accoglienza	Materiale disponibile all'accoglienza	Programmazione degli eventi	Pubblicità e diffusione delle attività	Organizzazione generale	Proiezione/Film	Evento a cui ha partecipato	Pulizia del luogo	Esperienza complessiva
Personale di accoglienza	1,000	,366**	,368**	,366**	,513**	,489**	,482**	,286**	,502**
Materiale disponibile all'accoglienza	,366**	1,000	,386**	,523**	,409**	,336**	,363**	,252**	,336**
Programmazione degli eventi	,368**	,386**	1,000	,478**	,453**	,587**	,588**	,457**	,518**
Pubblicità e diffusione delle attività	,366**	,523**	,478**	1,000	,394**	,386**	,437**	,353**	,439**
Organizzazione generale	,513**	,409**	,453**	,394**	1,000	,539**	,413**	,537**	,624**
Proiezione/Film	,489**	,336**	,587**	,386**	,539**	1,000	,651**	,495**	,524**
Evento a cui ha partecipato	,482**	,363**	,588**	,437**	,413**	,651**	1,000	,568**	,573**
Pulizia del luogo	,286**	,252**	,457**	,353**	,537**	,495**	,568**	1,000	,595**
Esperienza complessiva	,502**	,336**	,518**	,439**	,624**	,524**	,573**	,595**	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 del Cinema* (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutti gli aspetti sono risultati significativi rispetto all'esperienza complessiva.

A *Casa del Cinema* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi a: **organizzazione generale, pulizia del luogo, evento a cui ha partecipato, proiezione/film, programmazione degli eventi e personale di accoglienza**

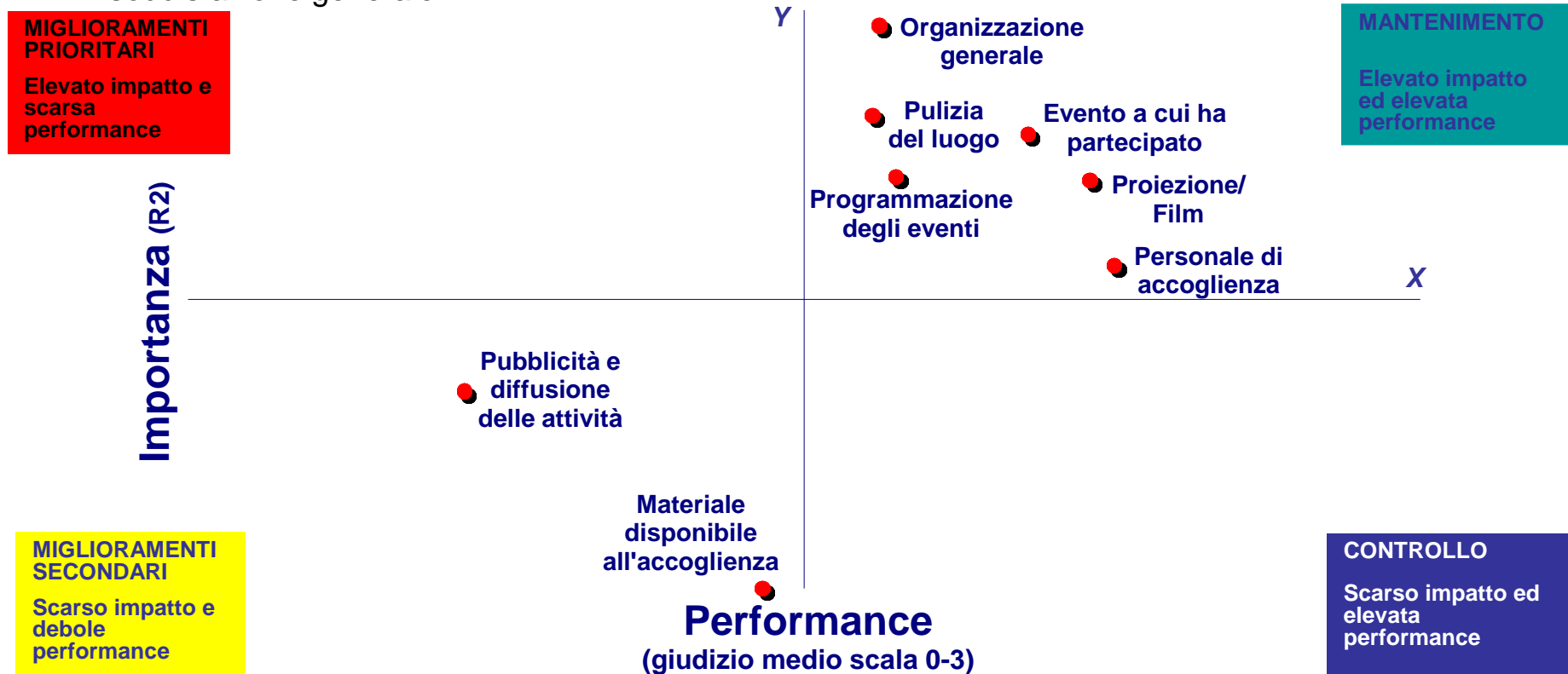
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Organizzazione generale	0,624
Pulizia del luogo	0,595
Evento a cui ha partecipato	0,573
Proiezione/Film	0,524
Programmazione degli eventi	0,518
Personale di accoglienza	0,502
Pubblicità e diffusione delle attività	0,439
Materiale disponibile all'accoglienza	0,336

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma nel quadrante in alto a destra si posizionano anche la **pulizia del luogo**, l'**evento a cui ha partecipato**, la **proiezione/film**, la **programmazione degli eventi** e il **personale di accoglienza**. Invece non sono emersi aspetti tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale.



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

Cluster Analysis

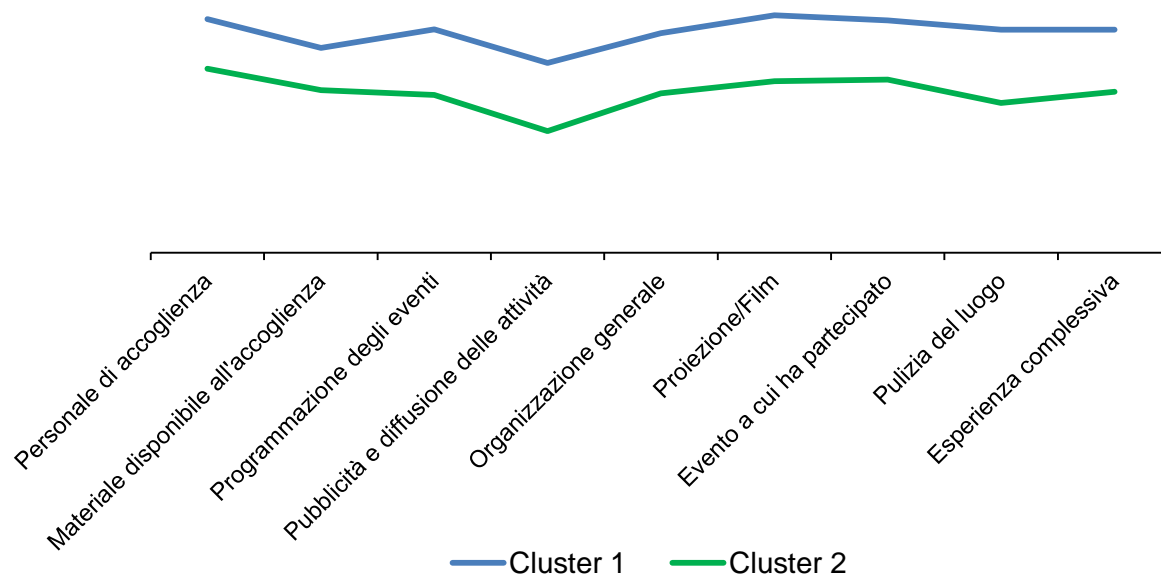
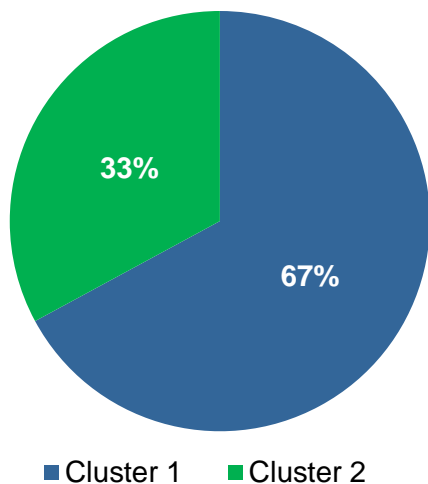
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (n. 102 individui nel *Cluster 1* e n. 50 nel *Cluster 2*).

Nella descrizione dei cluster si deve tenere conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più alto su tutti gli aspetti.

Cluster 1 Molto soddisfatti: in prevalenza donne, di età giovane 19-39 anni, laureati, studenti, impiegati e liberi professionisti, sono venuti a conoscenza di *Casa del Cinema* tramite internet, vi si recano raramente o per la prima volta, giudizio superiore alle aspettative, hanno partecipato soprattutto alle serate del 16 e 19 luglio.

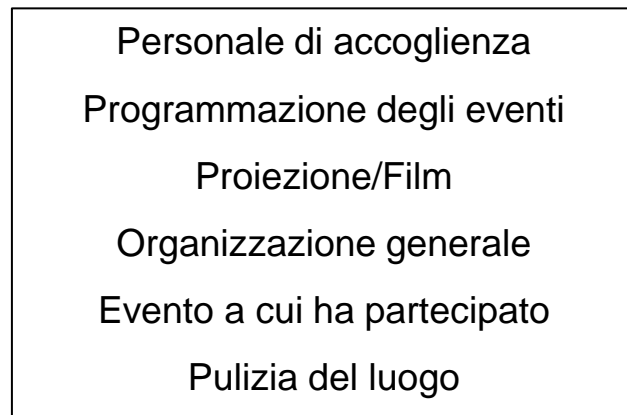
Cluster 2 Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini, di età adulta 55-74 anni, diplomati, pensionati, sono venuti a conoscenza di *Casa del Cinema* tramite stampa e passaparola, vi si recano spesso, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno partecipato soprattutto alla serata del 20 luglio.



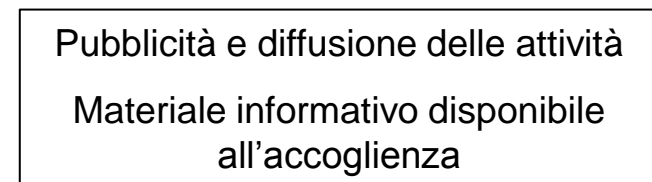
Analisi Fattoriale

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 tutte le variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **2 Fattori** seguenti:



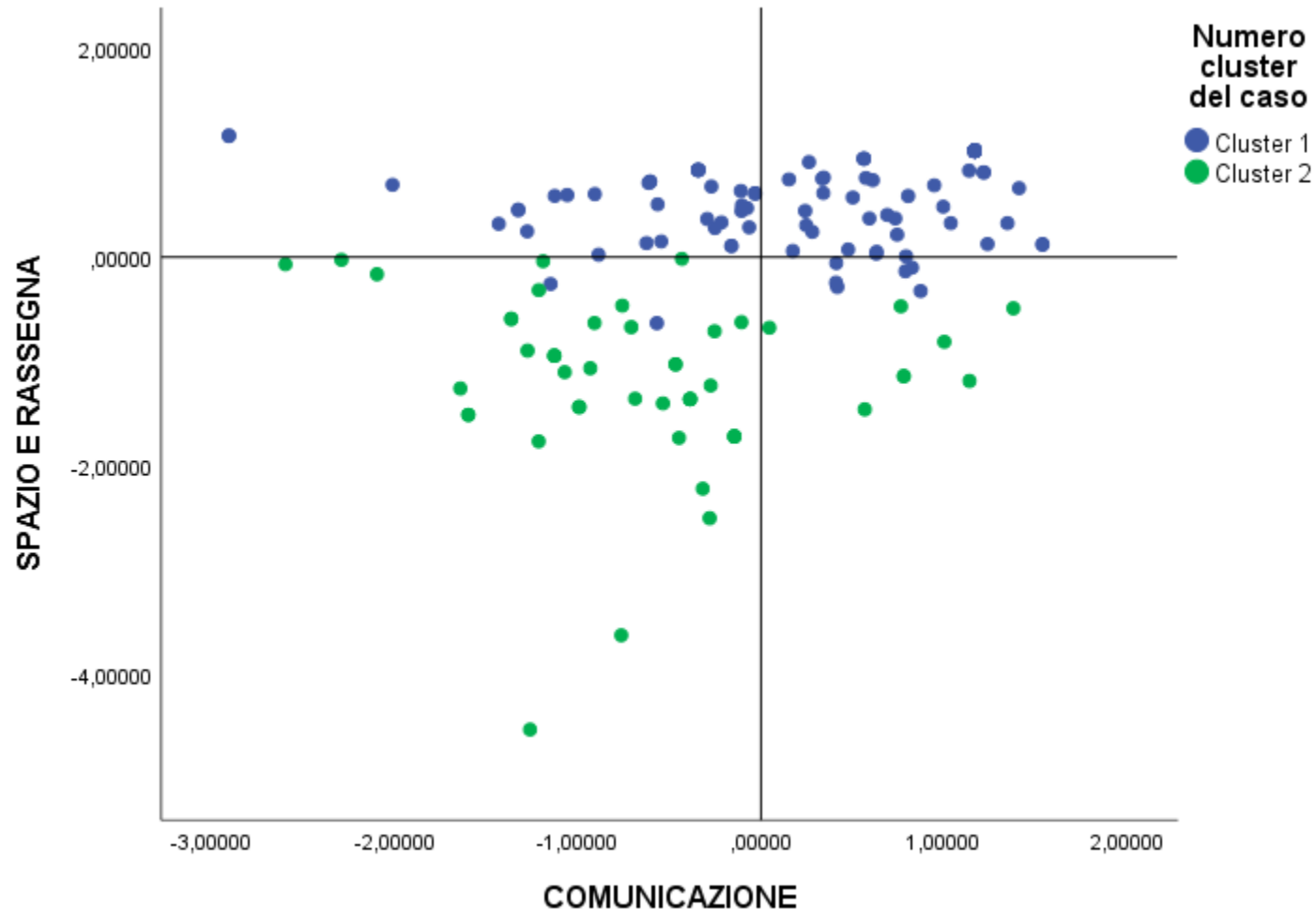
**Fattore 1 =
Spazio e Rassegna**



**Fattore 2 =
Comunicazione**

Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto soddisfatti*” mostra una soddisfazione elevata, in particolare sul Fattore 1 (*Spazio e Rassegna*) e una maggiore criticità sul Fattore 2 (*Comunicazione*).



Suggerimenti

ELOGI complimenti per le iniziative, continuare così. **Totale 10**

ORGANIZZAZIONE ridurre i tempi di attesa prima di poter accedere all'arena (6), evitare il ritiro del biglietto con troppo anticipo rispetto all'inizio della proiezione (5), attivare la prenotazione online (4), altro (2). **Totale 17**

PROGRAMMAZIONE più film con maggiore varietà di generi e tematiche. **Totale 14**

CAFFETTERIA riaprire il prima possibile. **Totale 6**

COMUNICAZIONE pubblicizzare maggiormente gli eventi e le iniziative in programma (4), altro (1). **Totale 5**

ALTRO. **Totale 7**

TOTALE 49 SUGGERIMENTI
Casa del Cinema 2021

Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore,
Vorremmo sapere quanto si ritiene soddisfatto (da “Molto” a “Per niente”) riguardo ai seguenti aspetti e servizi offerti da *Casa del Cinema*:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
1. Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Materiale informativo disponibile all'accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Programmazione degli eventi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Pubblicità e diffusione delle iniziative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Proiezione/Film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Evento a cui ha partecipato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Esperienza complessiva Casa del Cinema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

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

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

12. **Come è venuto a conoscenza di Casa del Cinema la prima volta che ne ha sentito parlare?**

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> <i>Tourist Infopoint</i> | <input type="checkbox"/> televisione/radio |
| <input type="checkbox"/> www.casadelcinema.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"/> segnaletica esterna | <input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola) | <input type="checkbox"/> social network (facebook/twitter) |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> pubblicità | <input type="checkbox"/> altro..... |

13. **Per quale motivo vi si è recato?** Proiezione/Film Evento/Iniziativa Altro

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

15. **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)_____

Residenza: Roma (indicare Municipio:___) Altro (indicare Provincia/Nazionalità): _____