



Indagini di Customer Satisfaction

Casa del Cinema

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 2021-2022
- 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 serata
- 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 **107 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* col metodo *TAPI* (*ausilio di tablet*) nelle serate del **20 luglio** e **2 agosto 2022** presso la **Casa del Cinema** (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Di seguito il programma delle due serate oggetto di indagine: 20 luglio **Irish Film Festa 2022** col documentario "*Breaking Out*"; 2 agosto **Ballando Ballando** con la proiezione di "*The Rocky Horror Pictures Show*".

Questa numerosità è piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione dell'89%, un margine di errore di stima di $\pm 5,96\%$.

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 2022, da Contratto di Affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli intervistati è più che sufficiente, con una media di **2,30** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **92%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,58), la **proiezione/film** (2,56) e l'**evento a cui ha partecipato** (2,47). La maggior parte delle medie relative ai vari aspetti oggetto di indagine si colloca al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione del **materiale disponibile all'accoglienza** (2,18), della **pubblicità e diffusione delle attività** (2,07) e della **caffetteria** (1,71).

Il **materiale disponibile all'accoglienza** e la **caffetteria** rientrano tra i miglioramenti prioritari della mappa e risultano essere anche le variabili più correlate al giudizio complessivo, mentre l'**organizzazione generale** emerge come punto di forza (*cfr.* pp. 16-18). Tra i suggerimenti prevalgono quelli relativi alla **caffetteria** (n. 7 suggerimenti).

Il profilo degli spettatori intervistati è costituito prevalentemente da **cittadini romani** (84%), **impiegati** (30%) e **pensionati** (26%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (68%), appartenenti soprattutto alle fasce di **età adulta compresa tra i 45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 62% sul campione totale.

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a conoscenza della *Casa del Cinema* prevalgono i seguenti: **passaparola** (35%), **internet** (21%, di cui il 14% si riferisce a *www.casadelcinema.it*) e **stampa** (18%).

Risulta significativo che il *passaparola* prevalga soprattutto per gli spettatori diplomati, di età giovane 19-39 anni, metà dei quali si reca per la prima volta a *Casa del Cinema*. Invece la *stampa* è il canale predominante tra i laureati, di età adulta oltre i 65 anni, nuovi visitatori.

Infine il sito web *www.casadelcinema.it* emerge per i laureati, che appartengono alle fasce di età dei 45-64 anni e sono già stati in tale spazio culturale.

Tabella riassuntiva

<i>Casa del Cinema 2022</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	% Molto+ Abbastanza soddisfatti
Personale di accoglienza	2,58	3,00	106	1	0,551	60%	0%	97%
Materiale disponibile all'accoglienza	2,18	2,00	99	8	0,919	43%	9%	84%
Programmazione degli eventi	2,44	2,00	102	5	0,590	48%	1%	97%
Pubblicità e diffusione delle attività	2,07	2,00	102	5	0,787	30%	4%	80%
Organizzazione generale	2,41	2,00	103	4	0,648	48%	2%	95%
Proiezione/Film	2,56	3,00	100	7	0,592	61%	0%	95%
Evento a cui ha partecipato	2,47	3,00	96	11	0,580	51%	0%	96%
Pulizia del luogo	2,23	2,00	105	2	0,711	38%	1%	86%
Caffetteria	1,71	2,00	93	14	0,973	19%	17%	69%
Esperienza complessiva	2,30	2,00	100	7	0,674	40%	2%	92%

* 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 (2,29).

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**.

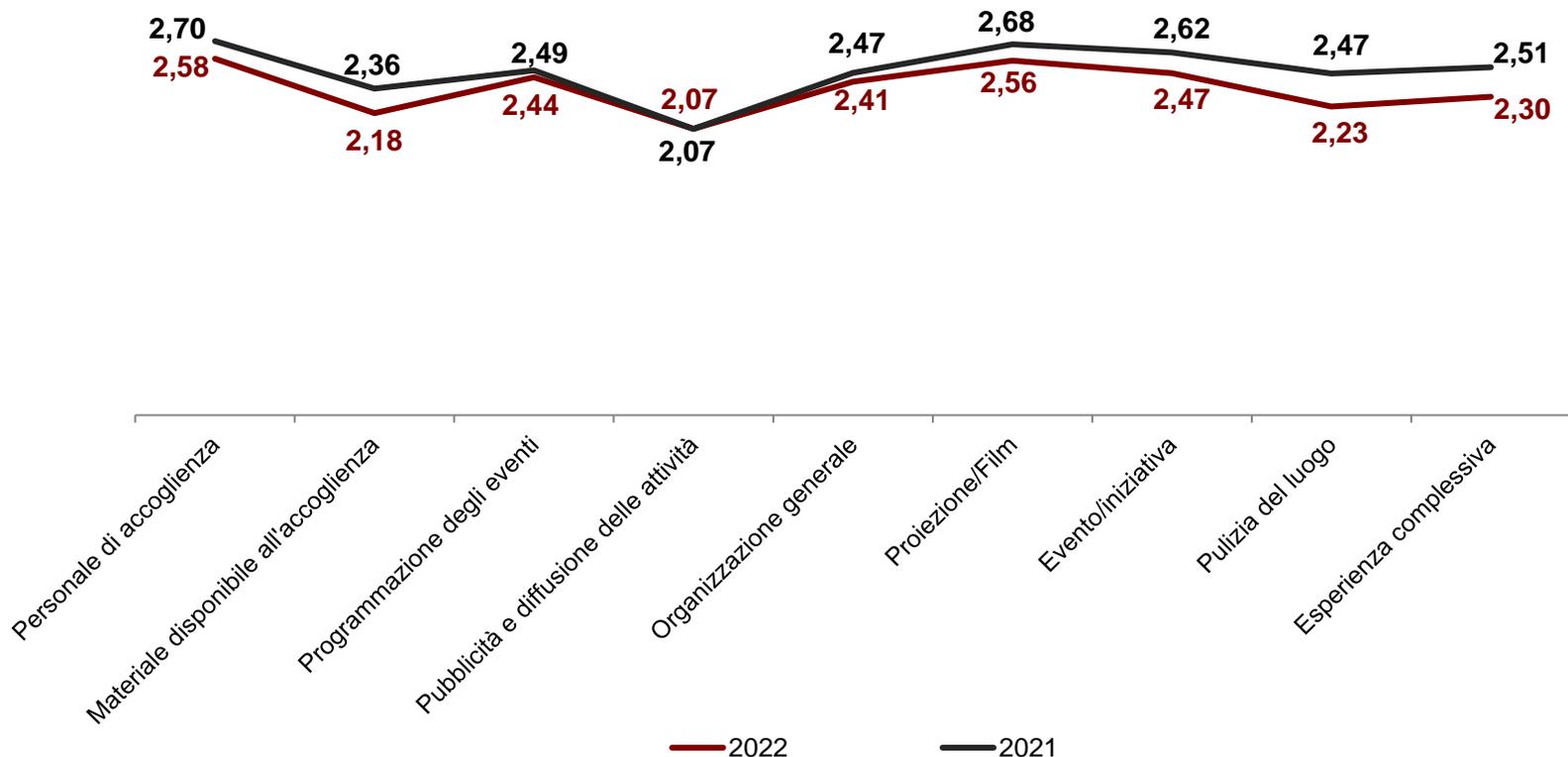
Al di sotto dello standard minimo di 2,20 si trovano il **materiale disponibile all'accoglienza** (2,18), la **pubblicità e diffusione delle attività** (2,07) e la **caffetteria** (1,71).



Analisi del trend 2021-2022

Rispetto al 2021 il trend risulta costante e lineare, ma si registra un decremento generale.

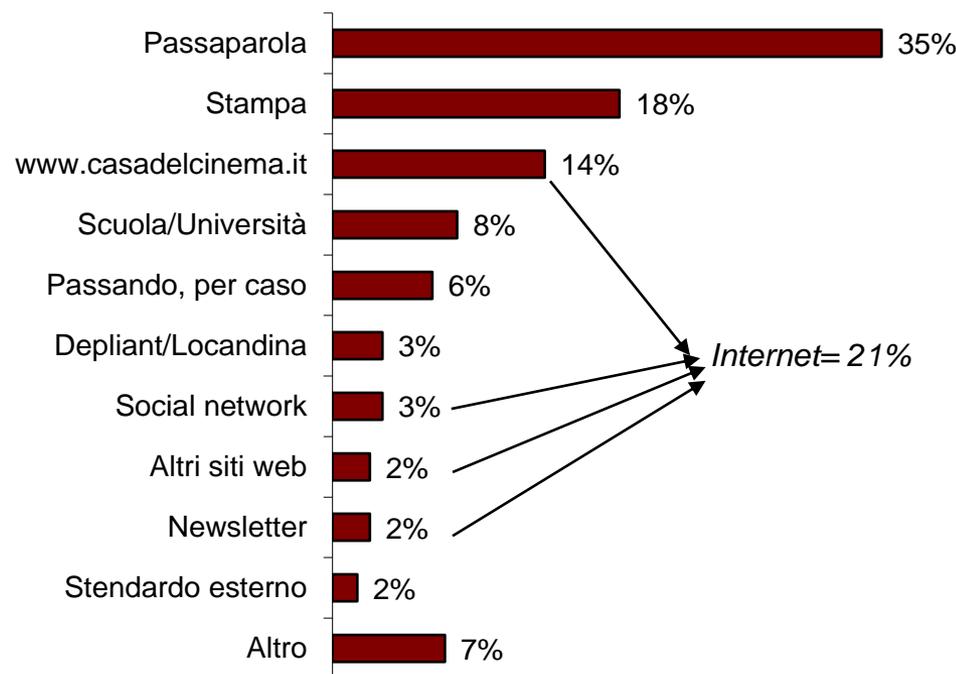
In discesa sono soprattutto le medie relative al materiale disponibile all'accoglienza, alla pulizia del luogo e all'esperienza complessiva. Invece resta invariato il giudizio medio sulla pubblicità e diffusione delle attività, che raggiunge un valore pari a 2,07, pertanto al di sotto dello standard minimo di 2,20.



Come è venuto a conoscenza di Casa del Cinema

Il 35% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza di *Casa del Cinema* col **passaparola**, il 21% tramite **internet** (di cui il **14%** si riferisce a **www.casadelcinema.it**) e il 18% attraverso la **stampa** (18%).

Risulta significativo che il passaparola prevalga soprattutto per gli spettatori diplomati, di età giovane 19-39 anni, metà dei quali si reca per la prima volta a *Casa del Cinema*. Invece la stampa è il canale predominante tra i laureati, di età adulta oltre i 65 anni, nuovi visitatori. Infine il sito web www.casadelcinema.it emerge per i laureati, che appartengono alle fasce di età dei 45-64 anni e sono già stati in questo spazio culturale.

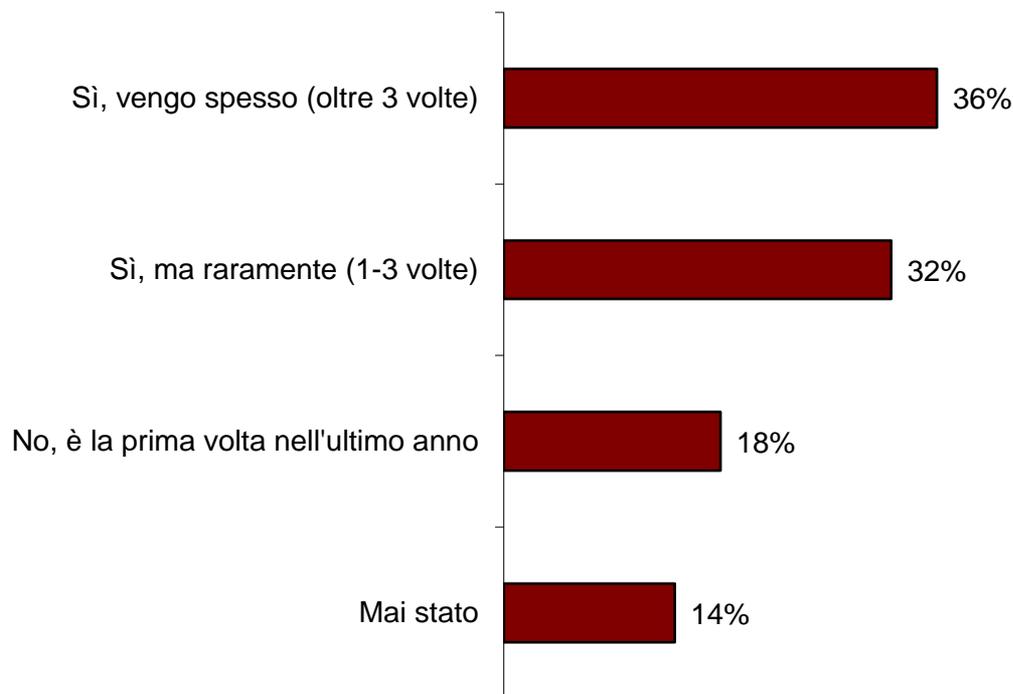


Nell'ultimo anno è già stato a Casa del Cinema

Il 68% degli intervistati dichiara di essere **già stato** a *Casa del Cinema* (il 36% "oltre tre volte" e il 32% "da una a tre volte"), mentre il 18% vi si reca per la prima volta nell'ultimo anno e il restante 14% non vi è mai stato prima.

È significativo che i frequentatori abituali siano soprattutto i romani, che affermano di avere un giudizio uguale alle proprie aspettative.

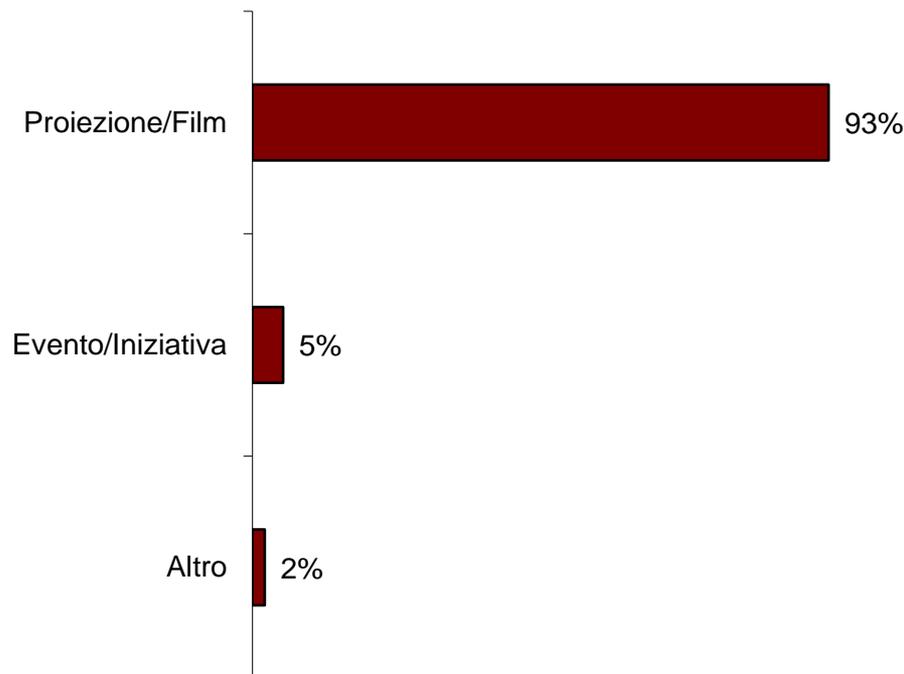
Invece a recarsi per la prima volta a *Casa del Cinema* sono in particolare gli spettatori che giungono da fuori Roma, il cui giudizio è superiore alle attese o ne sono privi.



Motivazione della visita

La quasi totalità del campione (93%) dichiara di essere venuto a *Casa del Cinema* per la **proiezione/film**, mentre il 5% risponde **evento/iniziativa** e il 2% **altro**.

È rilevante che a recarsi per la proiezione/film siano prevalentemente coloro che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, mentre emergono gli spettatori diplomati tra chi risponde evento/iniziativa.

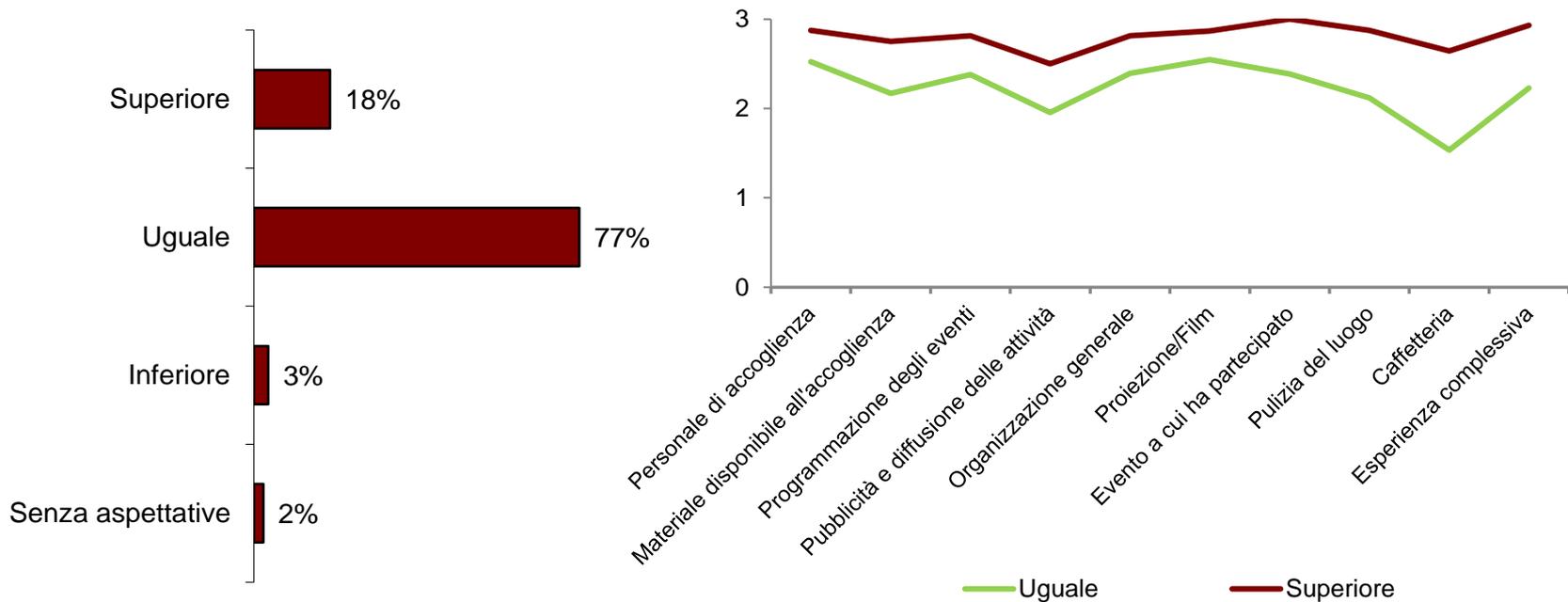


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 77% del campione totale afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 18% è superiore, mentre solo per il 3% è inferiore. Il 2% degli intervistati dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano principalmente gli spettatori residenti fuori Roma, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie attese sono in particolare i romani, che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

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.

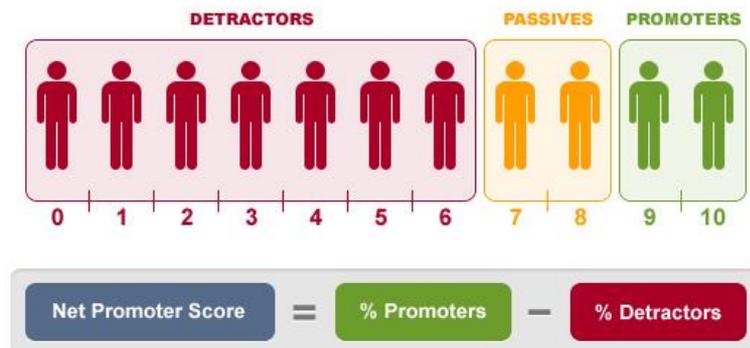


Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico

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 **35%**.

Si evidenzia che il 45% 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 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	3	7	12	36	9	39
0%	0%	0%	0%	0%	3%	7%	11%	34%	8%	37%
DETRATTORI = 10%							PASSIVI = 45%		PROMOTORI = 45%	
45%-10% = 35%										

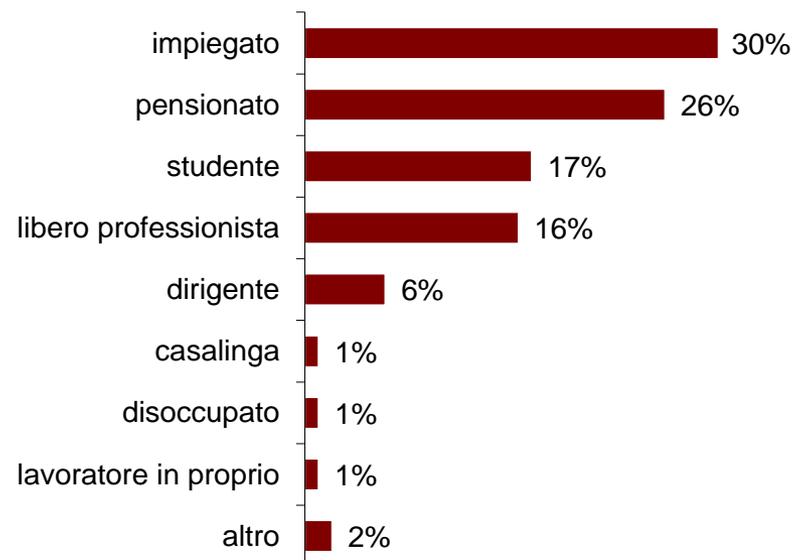
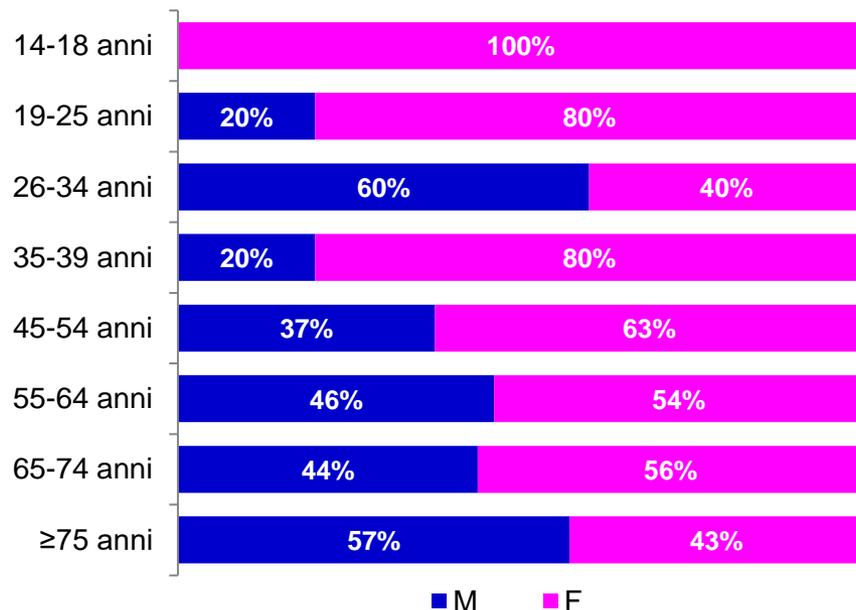
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale il genere **femminile** (59% sul totale), soprattutto nelle fasce dei giovani fino ai 25 anni e 35-39 anni, mentre gli uomini emergono nella fascia oltre i 75 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 62%. La percentuale dei giovani di età **19-34 anni** è pari al 22%.

Il 68% del campione totale dichiara di avere conseguito una **laurea/specializzazione post laurea**.

Tra le categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (30%); seguono i **pensionati** (26%), gli **studenti** (17%) e i **liberi professionisti** (16%).

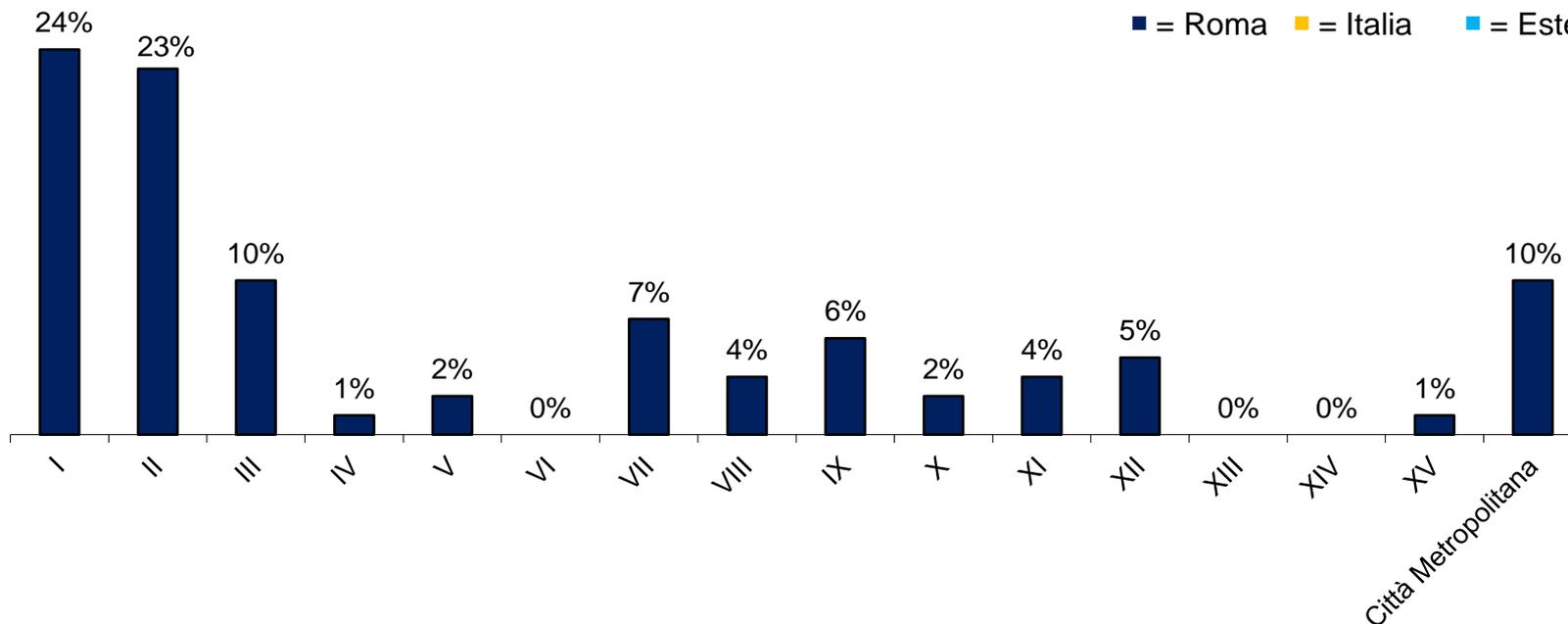
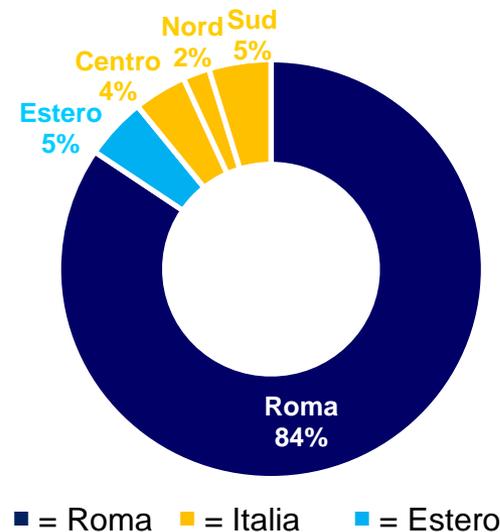


Analisi socio-demografica (provenienza)

L'84% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani**, l'11% giunge da altre province italiane, mentre i turisti stranieri sono il 5%.

Tra i municipi in cui risiedono maggiormente i romani intervistati prevalgono i **Municipi I e II**, limitrofi a Villa Borghese, che raggiungono rispettivamente il 24% e il 23% sul campione totale.

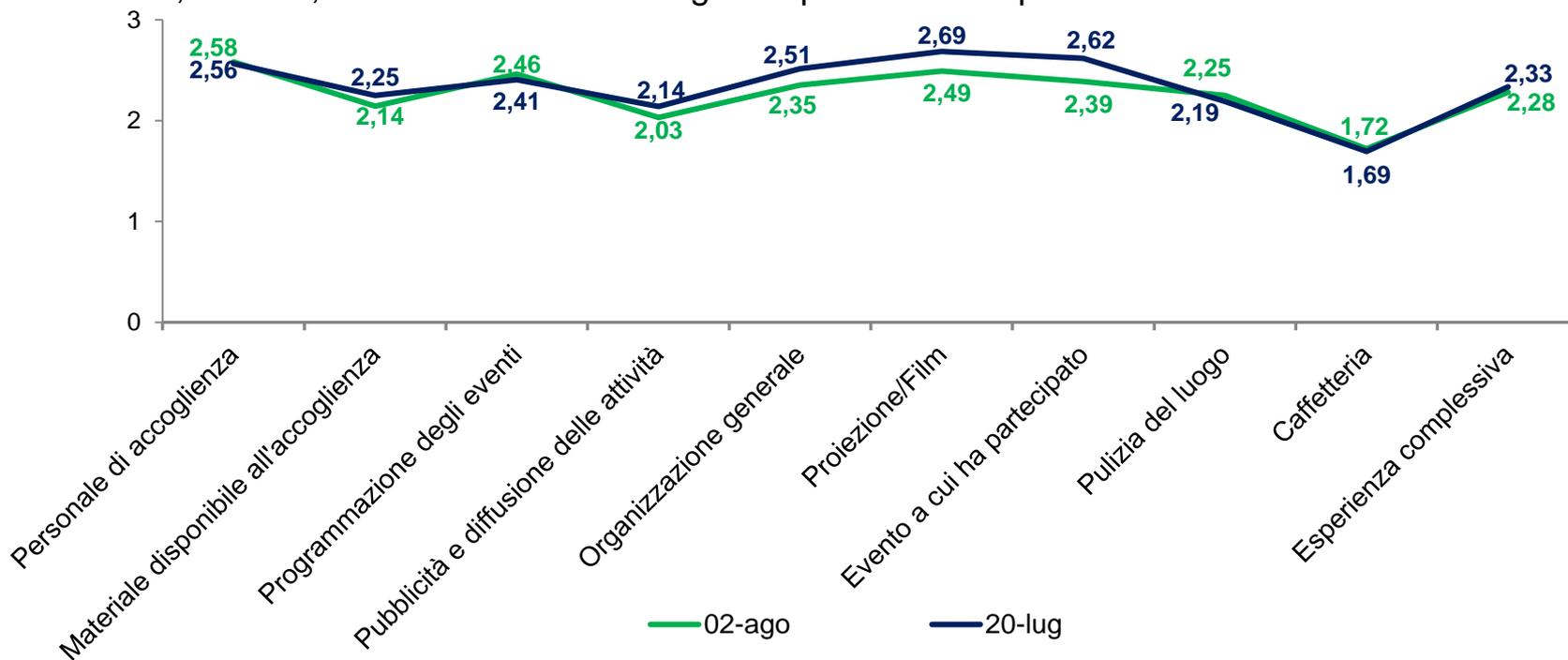
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui vari municipi di residenza.



Analisi univariate per serata

Analizzando i giudizi medi rilasciati sugli aspetti nelle due serate oggetto d'indagine, dal grafico sottostante si rileva un livello medio di soddisfazione tendenzialmente più alto per coloro che hanno partecipato alla serata del 20 luglio (**Irish Film Festa** col documentario "Breaking Out"), tranne che sul personale di accoglienza, sulla programmazione degli eventi e sulla pulizia del luogo, che sono stati più apprezzati dagli spettatori del 2 agosto (**Ballando Ballando** con la proiezione di "Rocky Horror Pictures Show").

È rilevante che alla serata del 20 luglio abbiano partecipato più donne, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 55-74 anni, con un titolo di diploma superiore e vengono per la prima volta a *Casa del Cinema*. Invece il 2 agosto emergono gli uomini, di età 35-39 anni, 45-54 anni ed oltre i 75 anni, laureati, oltre la metà di essi ha già frequentato tale spazio culturale.



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	Caffetteria	Esperienza complessiva
Personale di accoglienza	1,000	,442**	,394**	,373**	,354**	,227*	,469**	,373**	0,134	,326**
Materiale disponibile all'accoglienza	,442**	1,000	,472**	,611**	,602**	,254*	,369**	,269**	,302**	,612**
Programmazione degli eventi	,394**	,472**	1,000	,598**	,492**	,477**	,343**	,305**	,302**	,440**
Pubblicità e diffusione delle attività	,373**	,611**	,598**	1,000	,485**	,280**	,264*	,221*	,224*	,463**
Organizzazione generale	,354**	,602**	,492**	,485**	1,000	,324**	,529**	,365**	,366**	,451**
Proiezione/Film	,227*	,254*	,477**	,280**	,324**	1,000	,482**	,220*	0,002	,348**
Evento a cui ha partecipato	,469**	,369**	,343**	,264*	,529**	,482**	1,000	,399**	,374**	,365**
Pulizia del luogo	,373**	,269**	,305**	,221*	,365**	,220*	,399**	1,000	,434**	,437**
Caffetteria	0,134	,302**	,302**	,224*	,366**	0,002	,374**	,434**	1,000	,503**
Esperienza complessiva	,326**	,612**	,440**	,463**	,451**	,348**	,365**	,437**	,503**	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: il **materiale disponibile all'accoglienza**, la **caffetteria**, la **pubblicità e diffusione delle attività**, l'**organizzazione generale**.

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

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Materiale disponibile all'accoglienza	0,612
Caffetteria	0,503
Pubblicità e diffusione delle attività	0,463
Organizzazione generale	0,451
Programmazione degli eventi	0,440
Pulizia del luogo	0,437
Evento a cui ha partecipato	0,365
Proiezione/Film	0,348
Personale di accoglienza	0,326

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** è la variabile ritenuta più soddisfacente e importante nella mappa (quadrante in alto a destra), mentre tra i miglioramenti prioritari emergono il **materiale disponibile all'accoglienza** e la **caffetteria** (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

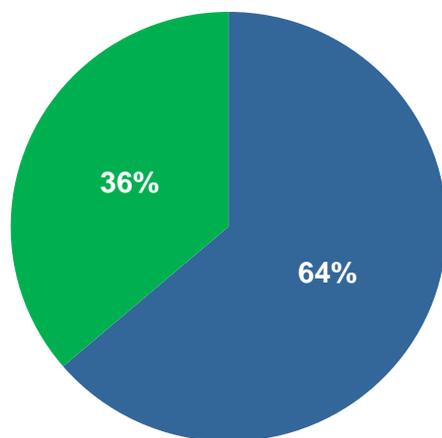
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (n. 65 individui nel *Cluster 1* e n. 37 nel *Cluster 2*; 5 casi mancanti).

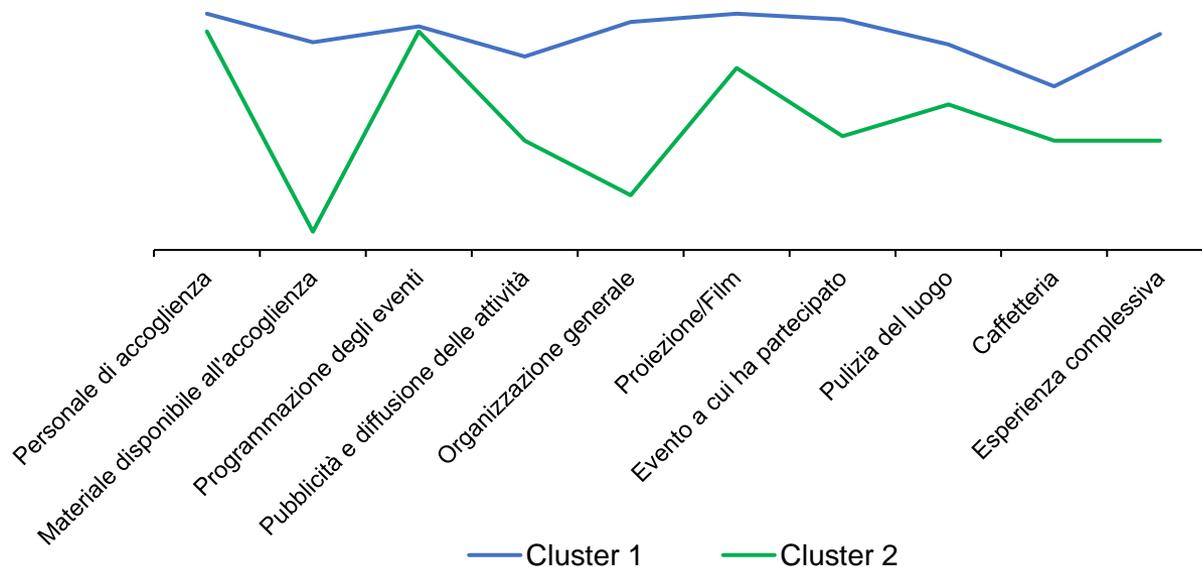
Nella descrizione dei cluster si deve tenere conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più alto su tutti gli aspetti.

Cluster 1 Molto soddisfatti: in prevalenza spettatori di età 19-39 anni e oltre i 65 anni; con titolo di laurea e post laurea; studenti e pensionati; sono venuti a conoscenza di *Casa del Cinema* tramite la stampa o passando per caso; alcuni vi si recano per la prima volta; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 Abbastanza soddisfatti: in prevalenza spettatori di età 45-64 anni; diplomati; impiegati e liberi professionisti; sono venuti a conoscenza di *Casa del Cinema* attraverso il passaparola e il sito web www.casadelcinema.it; alcuni già stati in tale spazio culturale; giudizio uguale alle aspettative.



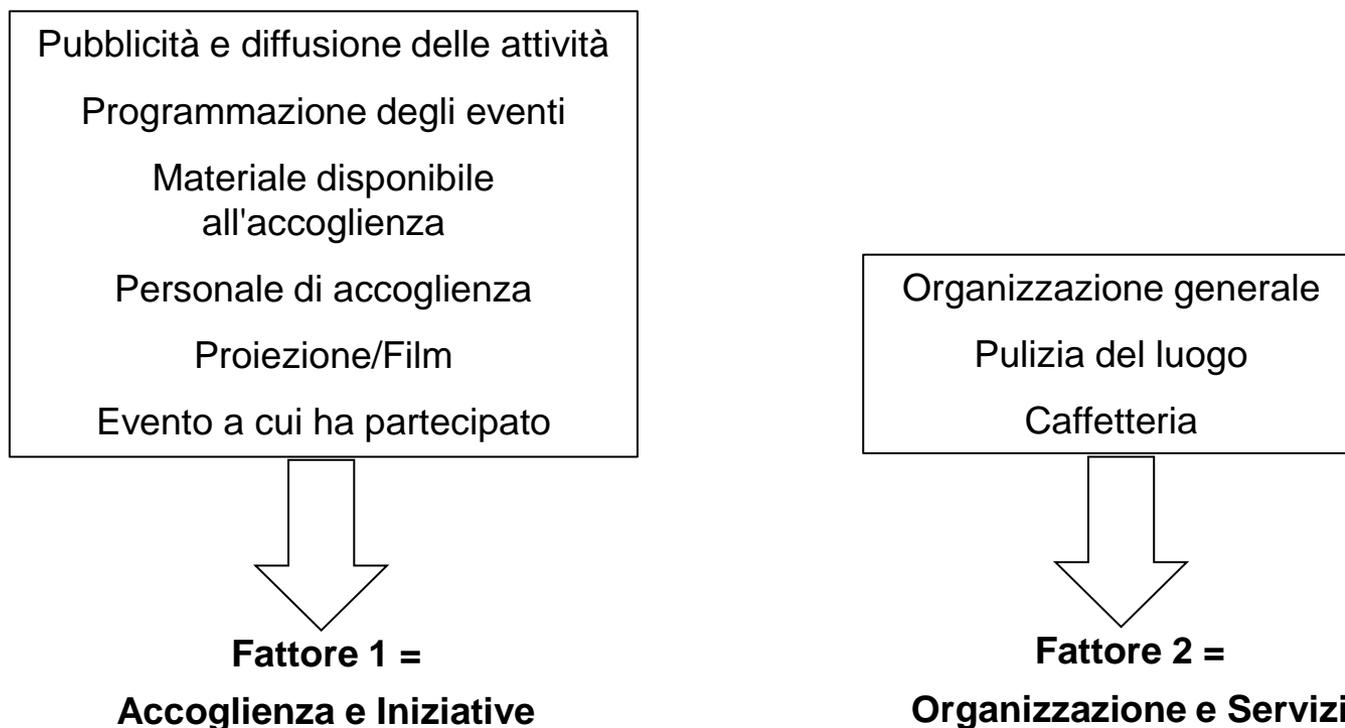
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

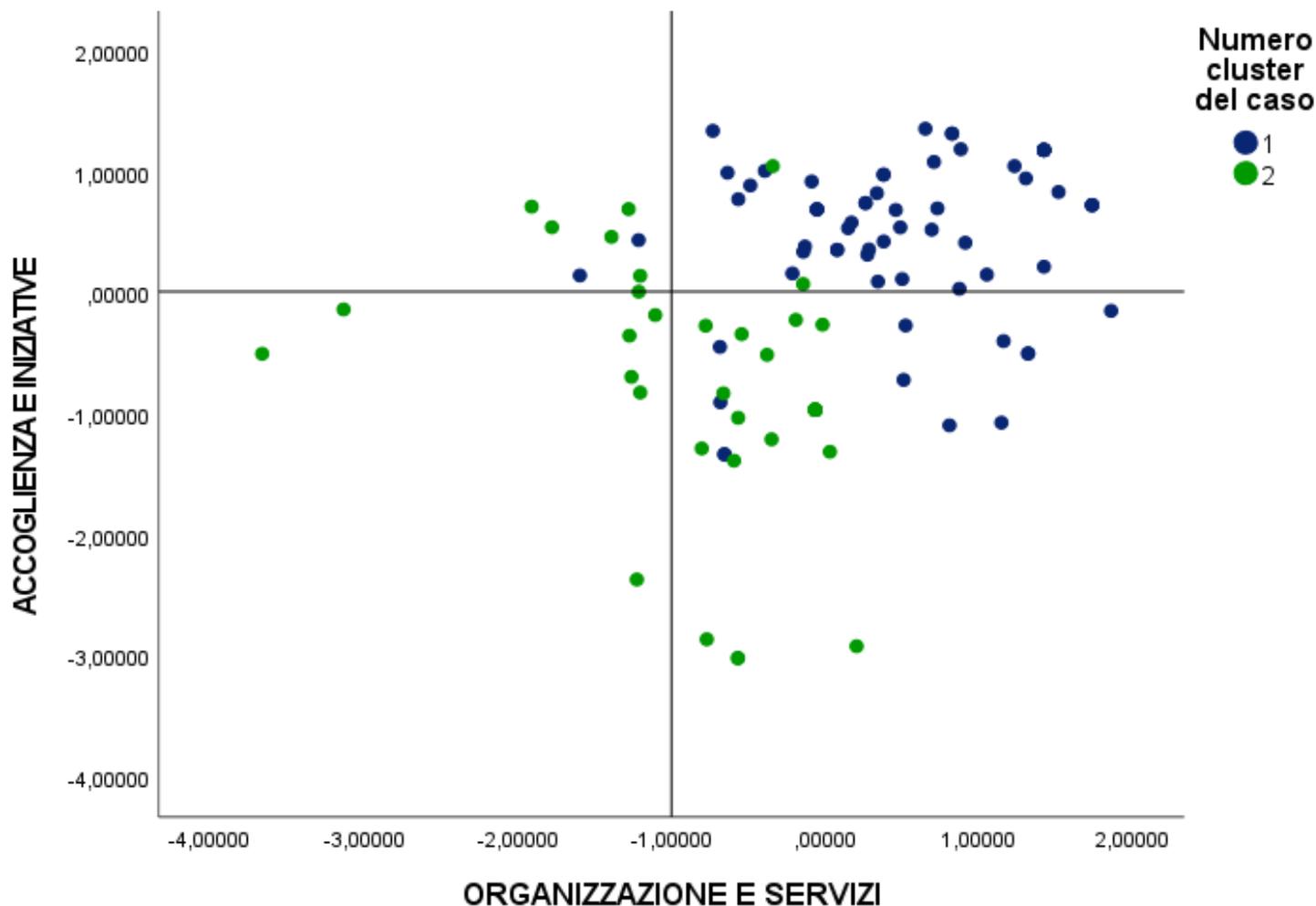
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti **2 Fattori**:



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 (*Accoglienza e Iniziative*) e una maggiore criticità sul Fattore 2 (*Organizzazione e Servizi*).





Suggerimenti

ELOGI complimenti, ben organizzato, fare più eventi di primo pomeriggio in estate, personale del bar gentile. **Totale 4**

CAFFETTERIA possibilità di cenare e/o degustazione di prodotti durante la visione dei film, cambiare gestione, cibo confezionato, pessima, da migliorare, aggiungere un'offerta vegana. **Totale 7**

PROGRAMMAZIONE film più recenti (2), da variare maggiormente, più inediti (anche musicali e storici), coinvolgere il pubblico sulla scelta dei film, più spettacoli ed eventi culturali. **Totale 6**

PROIEZIONE finisce troppo tardi per chi torna a casa coi mezzi pubblici, distribuire le schede dei film, iniziare puntualmente alle ore 21, film in lingua originale. **Totale 4**

ALTRO. Totale 6

TOTALE 23 SUGGERIMENTI
Casa del Cinema 2022

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. Caffetteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Esperienza complessiva Casa del Cinema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

12. **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**

13. **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"/> Tourist Infopoint | <input type="checkbox"/> televisione/radio |
| <input type="checkbox"/> www.casadelfilm.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..... |

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

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

16. **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 dirigente studente pensionato libero professionista casalinga non occupato lavoratore in proprio

altro (specificare) _____

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