

**ANALISI STATISTICA DESCRITTIVA**  
**RILEVAMENTO DATI QUESTIONARIO EX-POST**  
**“SETTIMANA DELLA SCIENZA E NOTTE EUROPEA DEI RICERCATORI 2012”**  
**Ass. Frascati Scienza**

**A cura di Irene Paximadas**  
**Responsabile Impact Assessment**  
**e Resp. Comunicazione/Pubblicità**

#### **SVILUPPO DELL'ANALISI**

L'analisi di statistica descrittiva sull'Impact dell'evento è stata condotta a seguito della somministrazione, quindi compilazione, di questionari studiati per la Notte dei Ricercatori 2012.

La raccolta dati è avvenuta attraverso il form online del sito [www.frascatiscienza.it](http://www.frascatiscienza.it) e, per quanto concerne solo i questionari distribuiti Ex-post manifestazione, in parte anche in forma cartacea, durante la Settimana della Scienza – Notte Europea dei Ricercatori 2012.

Il lavoro è stato sviluppato attraverso le seguenti fasi:

- 1- Rilevamento, rielaborazione e studio dei dati da un foglio excel creato direttamente dal sito online.
- 2- Reinserimento dei dati in un'altra griglia excel ed elaborazione in excel e attraverso il software statistico SPSS.
- 3- Analisi dei risultati emersi dalle elaborazioni effettuate.

#### **CRITERI E OBIETTIVI DELL'ANALISI**

Il totale dei questionari pervenuti ex-post è di 104 unità di un campione non probabilistico di intervistati.

L'analisi si propone di presentare una fotografia delle impressioni del target intervistato e un'organizzazione delle informazioni ricavate dalle risposte ottenute.

Lo scopo è quello di raggiungere indicazioni che potranno essere utili ad un miglioramento negli eventi futuri e confermare degli andamenti attesi, attraverso l'utilizzo di grafici di verifica, ossia elaborazioni che avvalorino le aspettative, dimostrando l'attendibilità dello studio effettuato.

#### **LIMITI E ORGANIZZAZIONE DELL'ANALISI**

Il campione è non probabilistico poiché, trattandosi di una manifestazione aperta ad un pubblico ampio ed eterogeneo, si è stati costretti a campionare la parte della popolazione che risultava realmente accessibile.

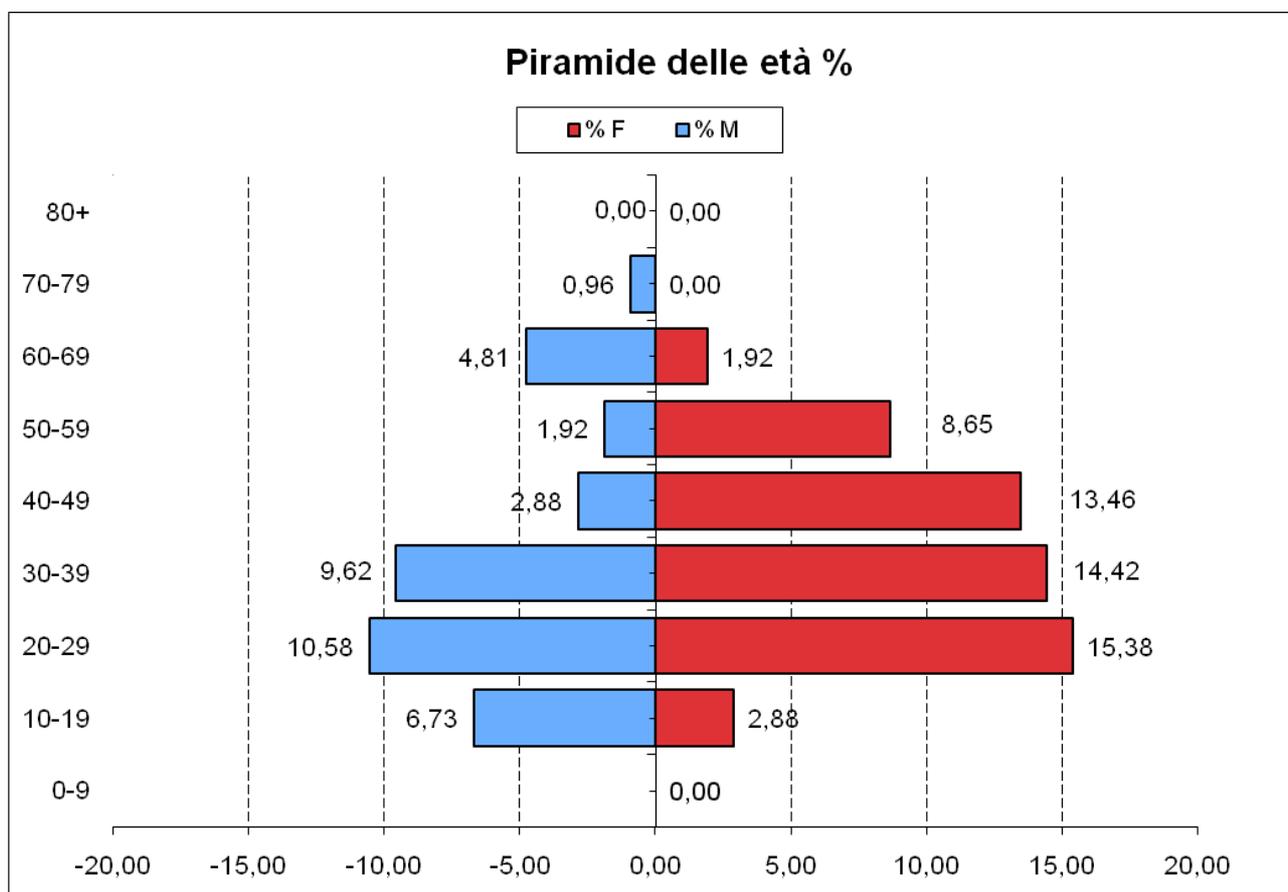
Il campione è di sole 104 unità, rispetto a quelle degli anni passati corrispondenti a quasi 400 unità.

La distribuzione è avvenuta attraverso l'invio online dei questionari agli iscritti alla newsletter di Frascati Scienza.

Un'ulteriore somministrazione è avvenuta durante la manifestazione, in forma cartacea solo per il questionario Ex-post.

## 1) Età e Sesso

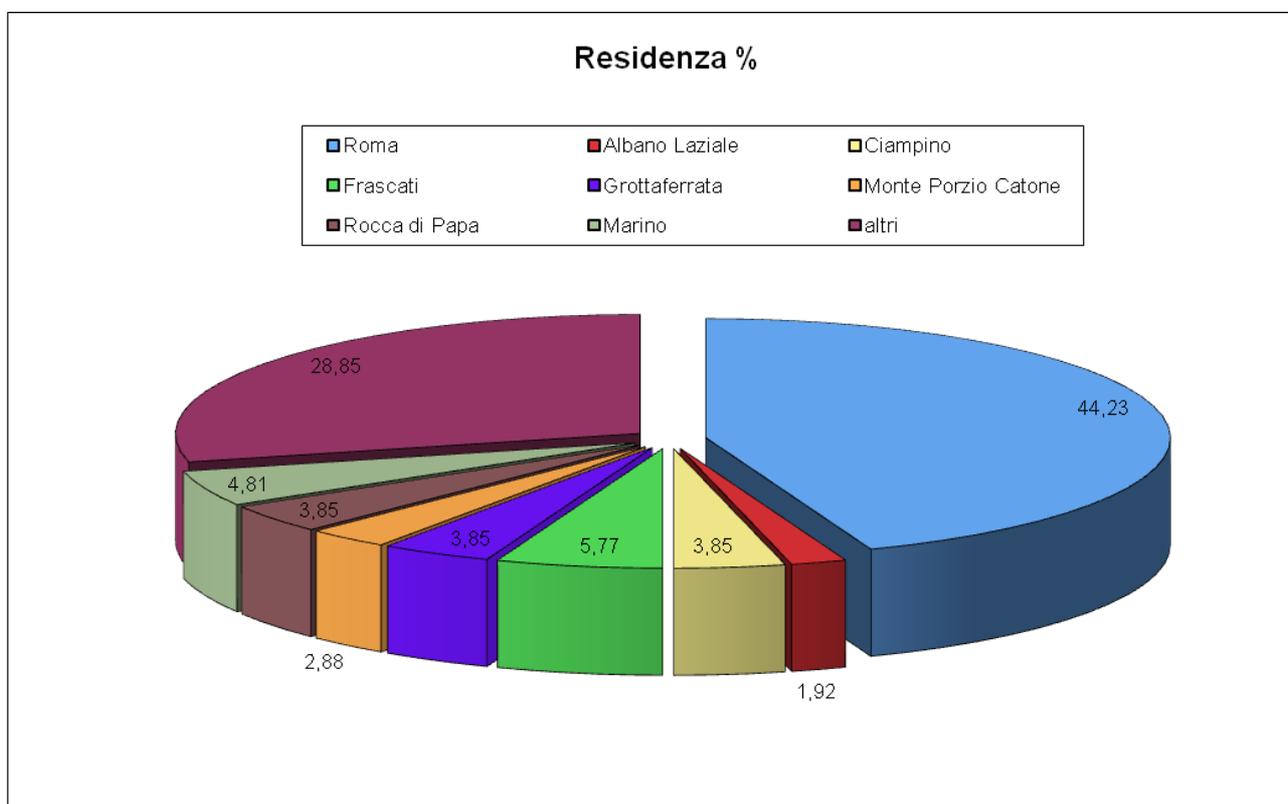
	% M	% F
0-9	0,00	0,00
10-19	6,73	2,88
20-29	10,58	15,38
30-39	9,62	14,42
40-49	2,88	13,46
50-59	1,92	8,65
60-69	4,81	1,92
70-79	0,96	0,00
80+	0,00	0,00
	37,50	56,73



È evidente la presenza di una forte rappresentanza femminile, soprattutto nelle fasce d'età centrali, ossia dai 20 ai 49 anni, con una percentuale di rilievo proprio nella classe 20-29. Questo dato denota una tendenza sempre maggiore ad un interessamento nelle discipline scientifiche da parte delle donne.

## 2) Residenza

Residenza	%
Roma	44,23
Albano Laziale	1,92
Ciampino	3,85
Frascati	5,77
Grottaferrata	3,85
Monte Porzio Catone	2,88
Rocca di Papa	3,85
Marino	4,81
Altri	28,85
Tot	100,00

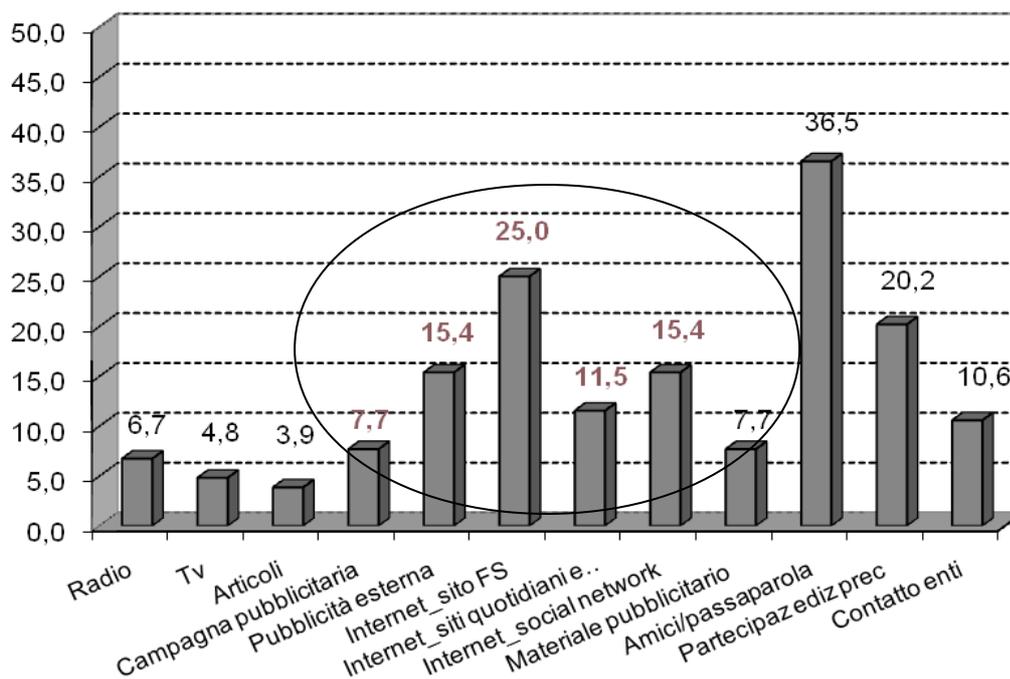


È interessante notare che la maggior parte della popolazione, presente alla manifestazione, proviene dalla capitale (44,23%): praticamente quasi la metà dell'affluenza.

### 3) Mezzi di Comunicazione

Mezzi Comunicazione	valori assoluti	% su tot risp	valori assoluti	% su tot interv
Radio	7	4,07	7	6,73
Tv	5	2,91	5	4,81
Articoli su quotidiani free press riviste specializzate e non	4	2,33	4	3,85
Campagna pubblicitaria su quotidiani free press riviste specializzate e non	8	4,65	8	7,69
Pubblicità esterna (affissioni dinamica etc)	16	9,30	16	15,38
Internet (sito Frascati Scienza)	26	15,12	26	25,00
Internet (siti dei quotidiani enti di ricerca etc)	12	6,98	12	11,54
Internet (social network: facebook twitter etc.)	16	9,30	16	15,38
Materiale pubblicitario (brochure volantini etc.)	8	4,65	8	7,69
Amici/passaparola	38	22,09	38	36,54
Partecipazione alle edizioni precedenti	21	12,21	21	20,19
Contatto diretto con gli enti coinvolti	11	6,40	11	10,58
Altro	0	0,00	0	0,00
<b>tot risp</b>	<b>172</b>	<b>100,00</b>	<b>104</b>	<b>100,00</b>
<b>tot intervistati</b>	<b>104</b>			

**Mezzi Comunicazione (% su tot intervistati)**

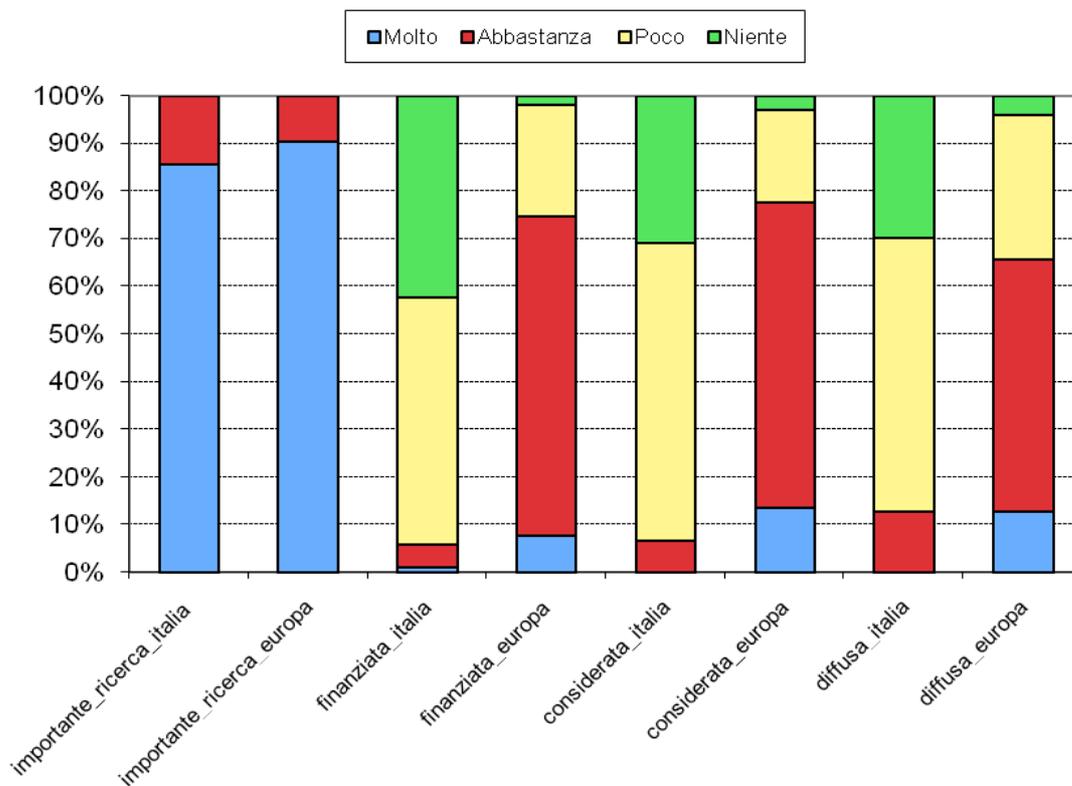


Il piano mezzi è risultato di successo in quanto il connubio di tutti i mezzi di comunicazione per la campagna pubblicitaria, insieme a tutti i canali di internet, raggiunge ben l'83% circa in relazione ai mezzi complessivi considerati.

#### 4) Concezione della ricerca in Italia e in Europa

	Molto	Abbastanza	Poco	Niente
importante_ricerca_italia	85,6	14,4	0,0	0,0
importante_ricerca_europa	90,4	9,6	0,0	0,0
finanziata_italia	1,0	4,8	51,9	42,3
finanziata_europa	7,7	66,3	23,1	1,9
considerata_italia	0,0	6,7	62,5	30,8
considerata_europa	13,5	63,5	19,2	2,9
diffusa_italia	0,0	12,5	55,8	28,8
diffusa_europa	12,5	51,9	29,8	3,8

## Ricerca in Italia e in Europa



La ricerca viene considerata molto importante sia in Italia che in Europa mentre, in termini di finanziamento, considerazione e diffusione c'è poca fiducia a livello nazionale e maggiore speranza in ambito europeo.

## 5) Figura del ricercatore e considerazione dell'istituto di ricerca.

Statistics

		ricercatore_ giovane_ anziano	ricercatore_ ricco_ povero	ricercatore_ utile_ inutile	ricercatore_ dinamico_ statico	ricercatore_ importante_ irrilevante	ricercatore_ inserito_ escluso	istituto_ utile_ inutile	istituto_ importante_ irrilevante	istituto_ interessante_ noioso	istituto_ flessibile_ inflessibile	istituto_ organizzato_ disorganizzato
N	Valid	103	99	104	102	102	100	102	103	100	100	102
	Missing	1	5	0	2	2	4	2	1	4	4	2
Mean		2,03	3,70	1,28	1,72	1,35	2,73	1,28	1,23	1,46	2,22	2,19
Median		2,00	4,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00
Mode		2	4	1	1	1	3	1	1	1	2	1
Minimum		1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	3	5	4	5	3	3	4	5	5

ricercatore\_giovane\_anziano

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Giovane	34	32,7	33,0	33,0
	Abbastanza giovane	38	36,5	36,9	69,9
	Incerto	26	25,0	25,2	95,1
	Abbastanza anziano	4	3,8	3,9	99,0
	Anziano	1	1,0	1,0	100,0
	Total	103	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		104	100,0		

ricercatore\_ricco\_povero

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Abbastanza ricco	7	6,7	7,1	7,1
	Incerto	35	33,7	35,4	42,4
	Abbastanza povero	38	36,5	38,4	80,8
	Povero	19	18,3	19,2	100,0
	Total	99	95,2	100,0	
Missing	System	5	4,8		
Total		104	100,0		

ricercatore\_utile\_inutile

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Utile	79	76,0	76,0	76,0
	Abbastanza utile	21	20,2	20,2	96,2
	Incerto	4	3,8	3,8	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

**ricercatore\_dinamico\_statico**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dinamico	53	51,0	52,0	52,0
	Abbastanza dinamico	31	29,8	30,4	82,4
	Incerto	13	12,5	12,7	95,1
	Abbastanza statico	4	3,8	3,9	99,0
	Statico	1	1,0	1,0	100,0
	Total	102	98,1	100,0	
Missing	System	2	1,9		
Total		104	100,0		

**ricercatore\_importante\_irrilevante**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Importante	74	71,2	72,5	72,5
	Abbastanza importante	21	20,2	20,6	93,1
	Incerto	6	5,8	5,9	99,0
	Abbastanza irrilevante	1	1,0	1,0	100,0
	Total	102	98,1	100,0	
Missing	System	2	1,9		
Total		104	100,0		

**ricercatore\_inserito\_escluso**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Inserito nella società	16	15,4	16,0	16,0
	Abbastanza inserito nella società	23	22,1	23,0	39,0
	Incerto	40	38,5	40,0	79,0
	Abbastanza escluso dalla società	14	13,5	14,0	93,0
	Escluso dalla società	7	6,7	7,0	100,0
	Total	100	96,2	100,0	
Missing	System	4	3,8		
Total		104	100,0		

**istituto\_utile\_inutile**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Utile	77	74,0	75,5	75,5
	Abbastanza utile	21	20,2	20,6	96,1
	Incerto	4	3,8	3,9	100,0
	Total	102	98,1	100,0	
Missing	System	2	1,9		
Total		104	100,0		

**istituto\_importante\_irrilevante**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Importante	81	77,9	78,6	78,6
	Abbastanza importante	20	19,2	19,4	98,1
	Incerto	2	1,9	1,9	100,0
	Total	103	99,0	100,0	
Missing	System	1	1,0		
Total		104	100,0		

**istituto\_interessante\_noioso**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Interessante	66	63,5	66,0	66,0
	Abbastanza interessante	24	23,1	24,0	90,0
	Incerto	8	7,7	8,0	98,0
	Abbastanza noioso	2	1,9	2,0	100,0
	Total	100	96,2	100,0	
Missing	System	4	3,8		
Total		104	100,0		

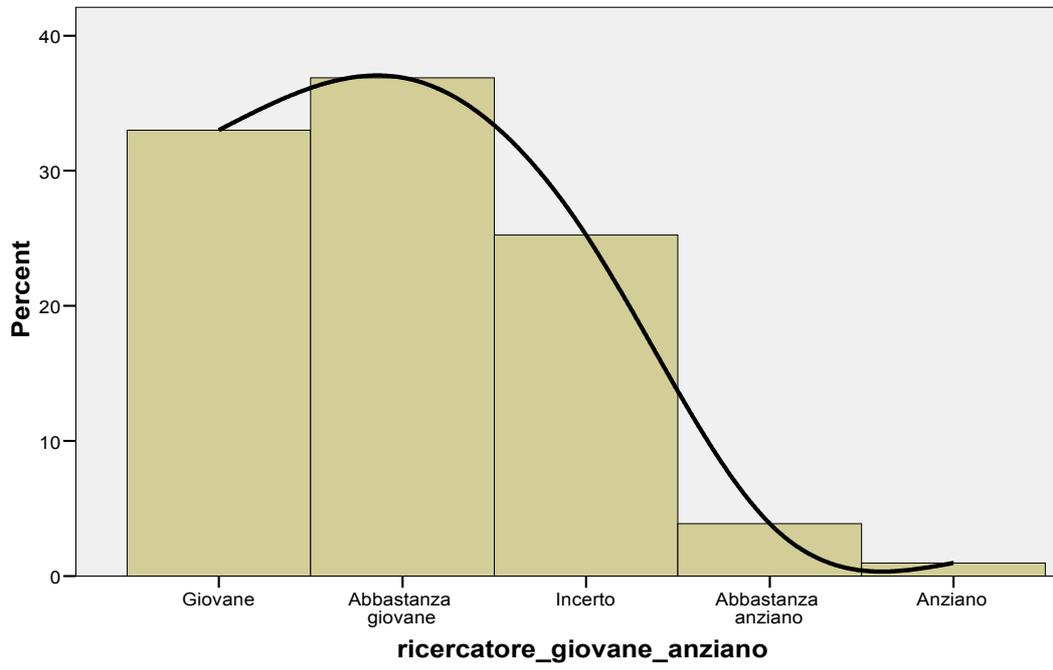
**istituto\_flessibile\_inflessibile**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Flessibile	29	27,9	29,0	29,0
	Abbastanza flessibile	32	30,8	32,0	61,0
	Incerto	30	28,8	30,0	91,0
	Abbastanza rigido	6	5,8	6,0	97,0
	Rigido	3	2,9	3,0	100,0
	Total	100	96,2	100,0	
Missing	System	4	3,8		
Total		104	100,0		

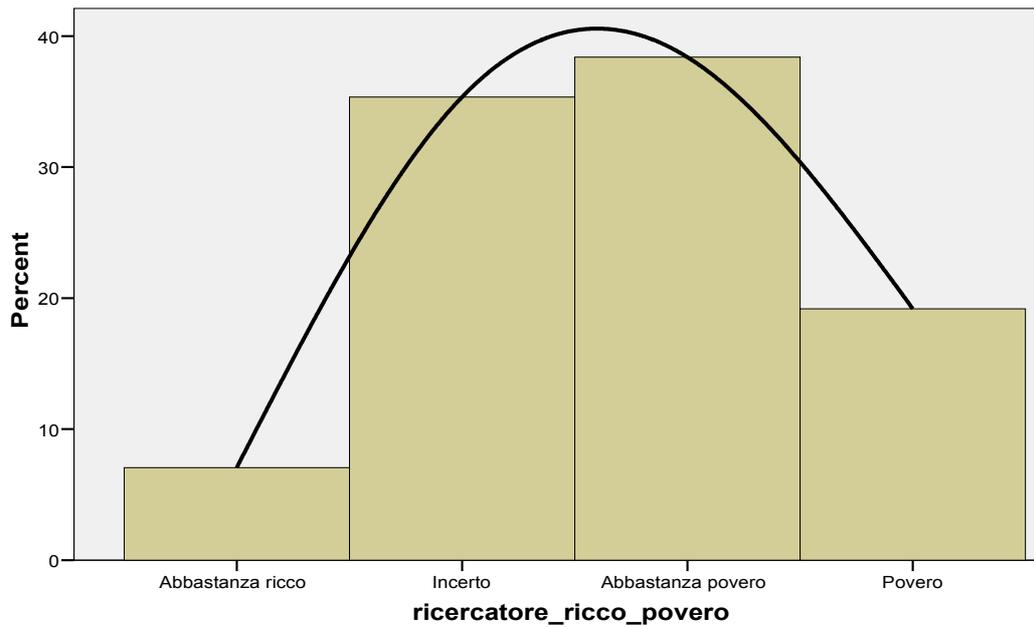
**istituto\_organizzato\_disorganizzato**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Organizzato	35	33,7	34,3	34,3
	Abbastanza organizzato	30	28,8	29,4	63,7
	Incerto	24	23,1	23,5	87,3
	Abbastanza disorganizzato	9	8,7	8,8	96,1
	Disorganizzato	4	3,8	3,9	100,0
	Total	102	98,1	100,0	
Missing	System	2	1,9		
Total		104	100,0		

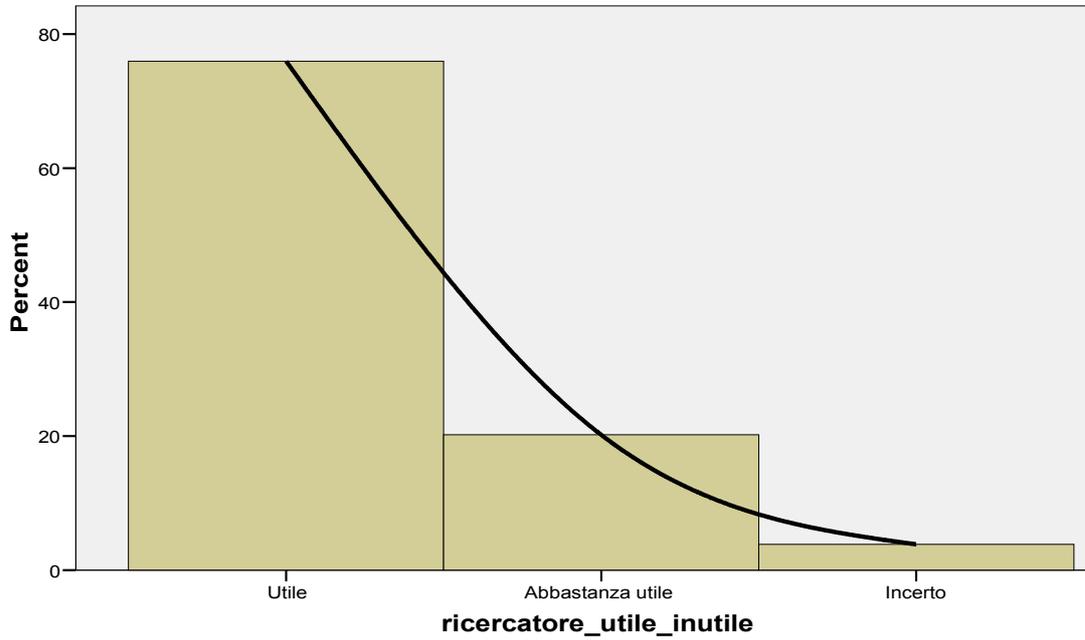
**ricercatore\_giovane\_anziano**



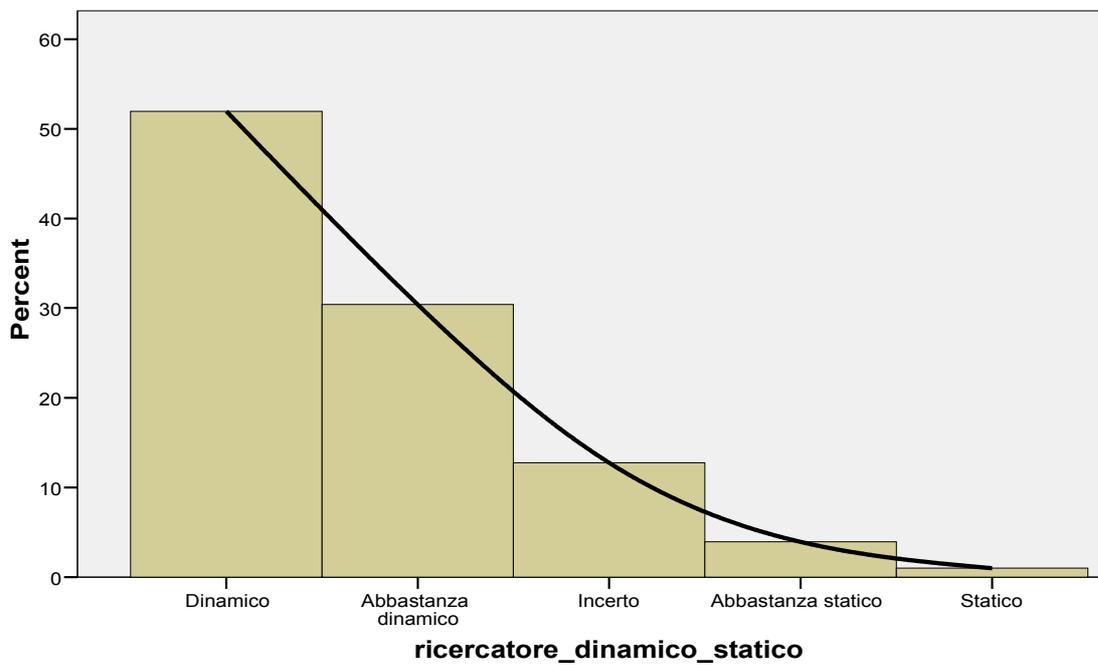
**ricercatore\_ricco\_povero**



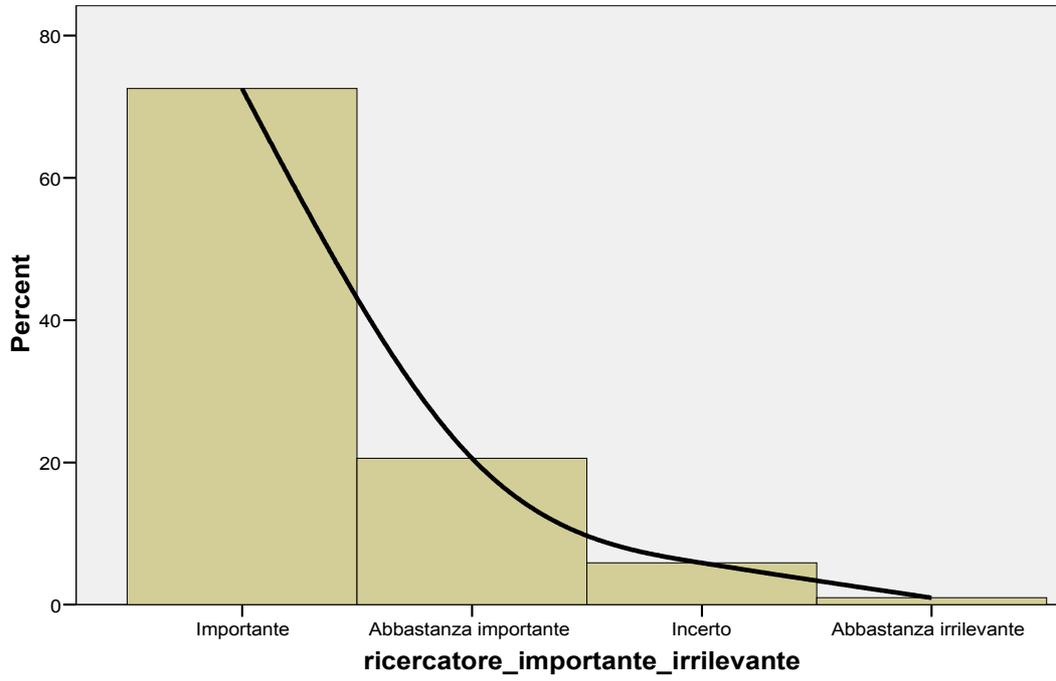
**ricercatore\_utile\_inutile**



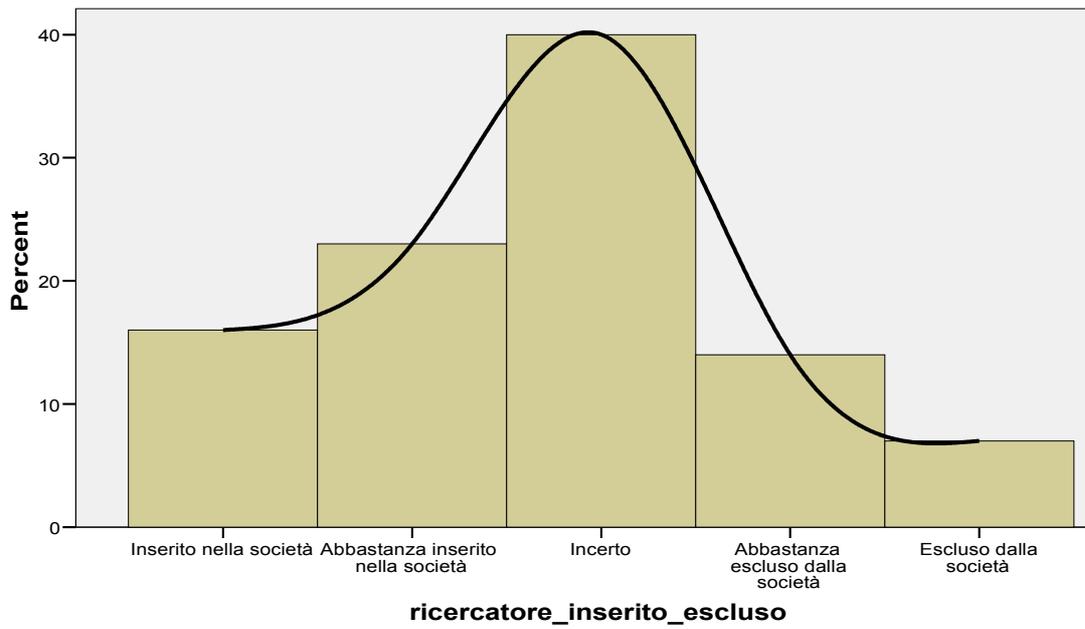
**ricercatore\_dinamico\_statico**



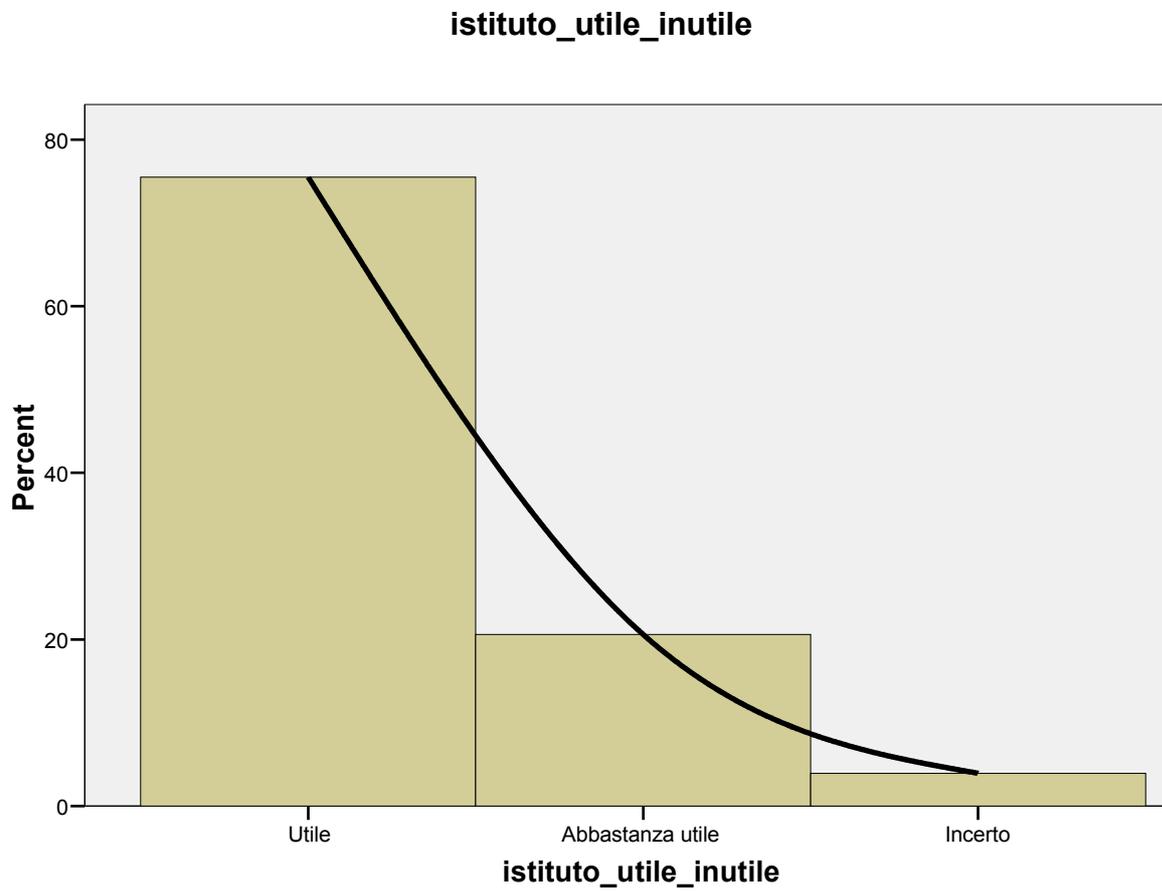
**ricercatore\_importante\_irrilevante**



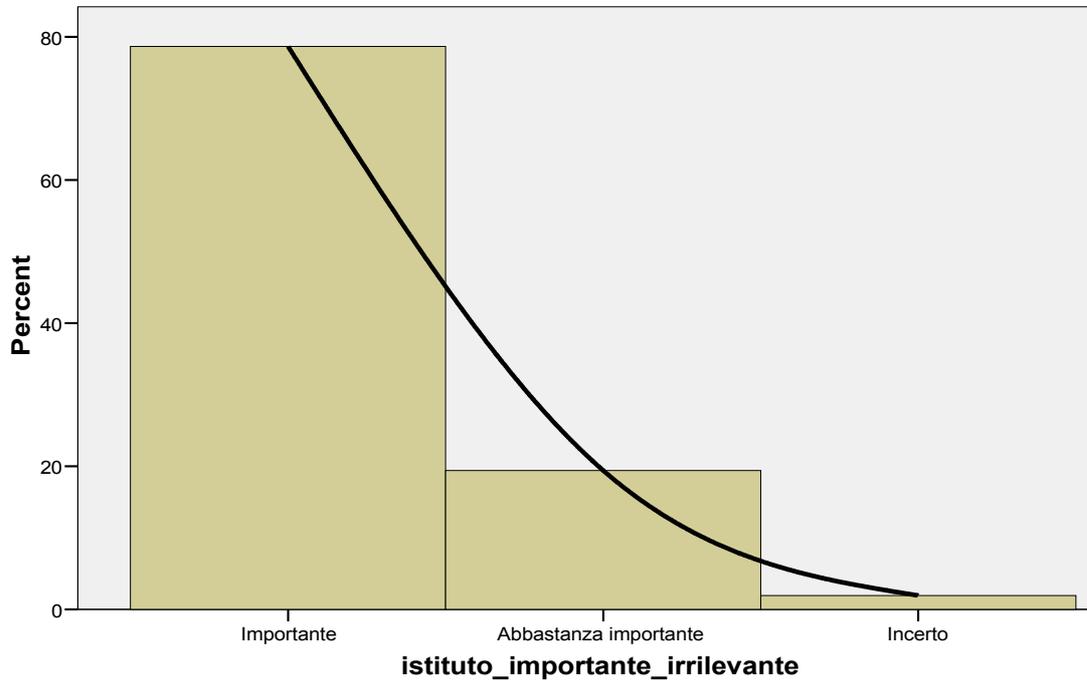
**ricercatore\_inserito\_escluso**



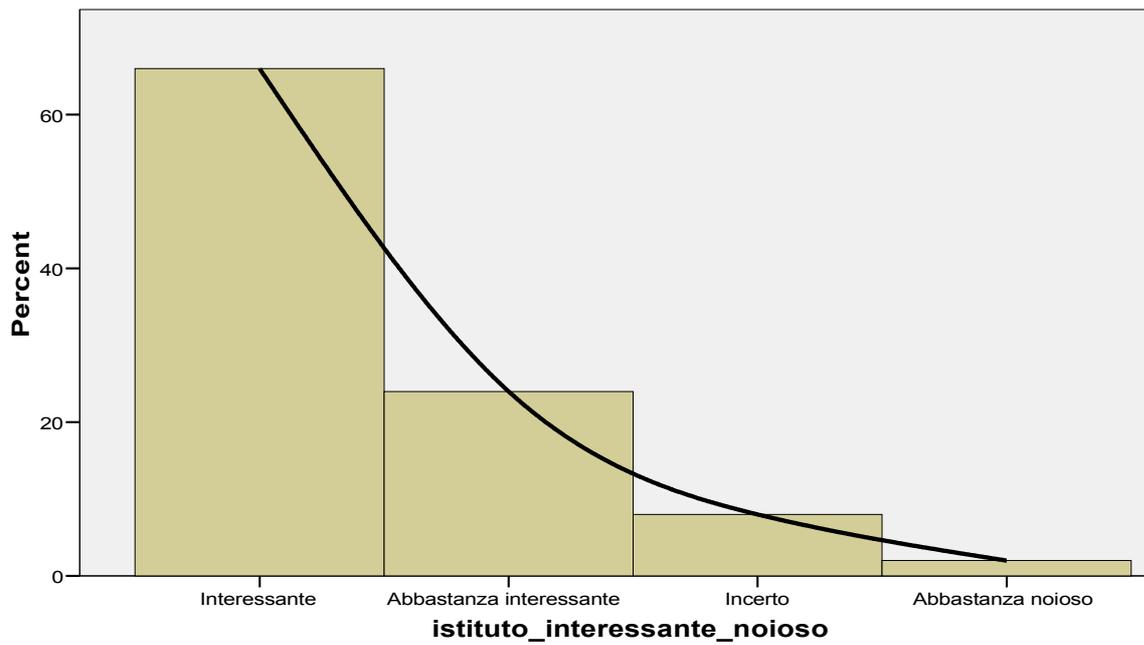
Complessivamente, dal target intervistato si evince una figura del ricercatore con le seguenti caratteristiche: abbastanza giovane, sicuramente utile, dinamico ed importante ma tendenzialmente non ricco, e non pienamente inserito nella società come figura di rilievo.



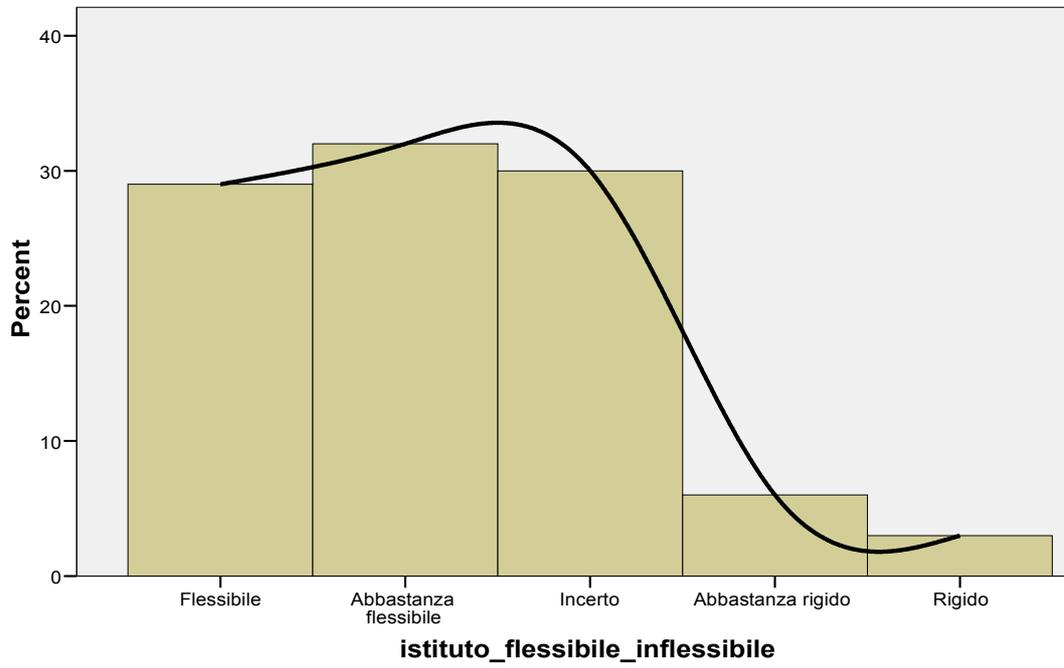
**istituto\_importante\_irrilevante**



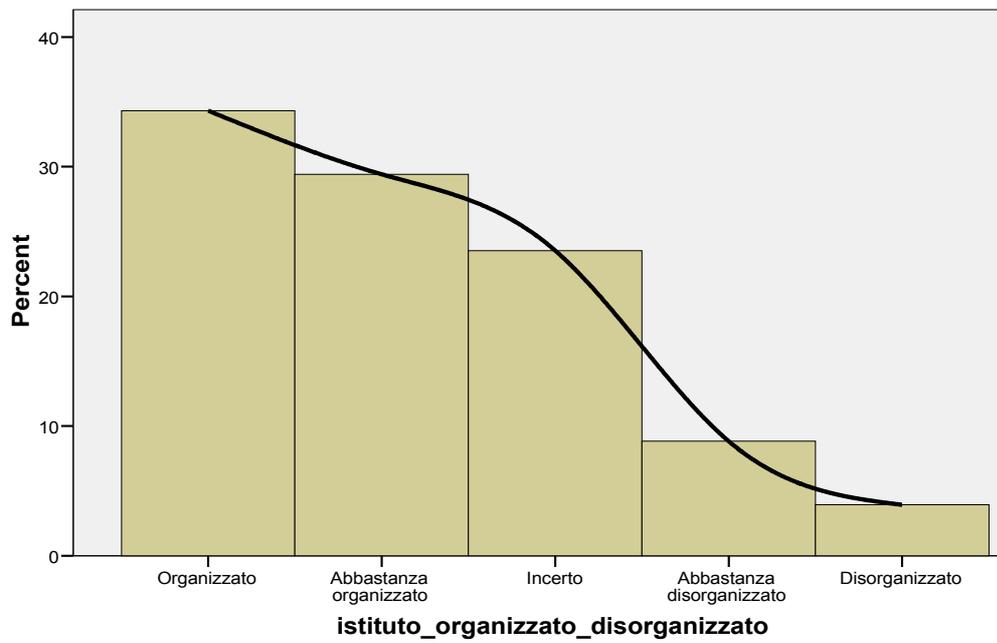
**istituto\_interessante\_noioso**



**istituto\_flessibile\_inflessibile**



**istituto\_organizzato\_disorganizzato**



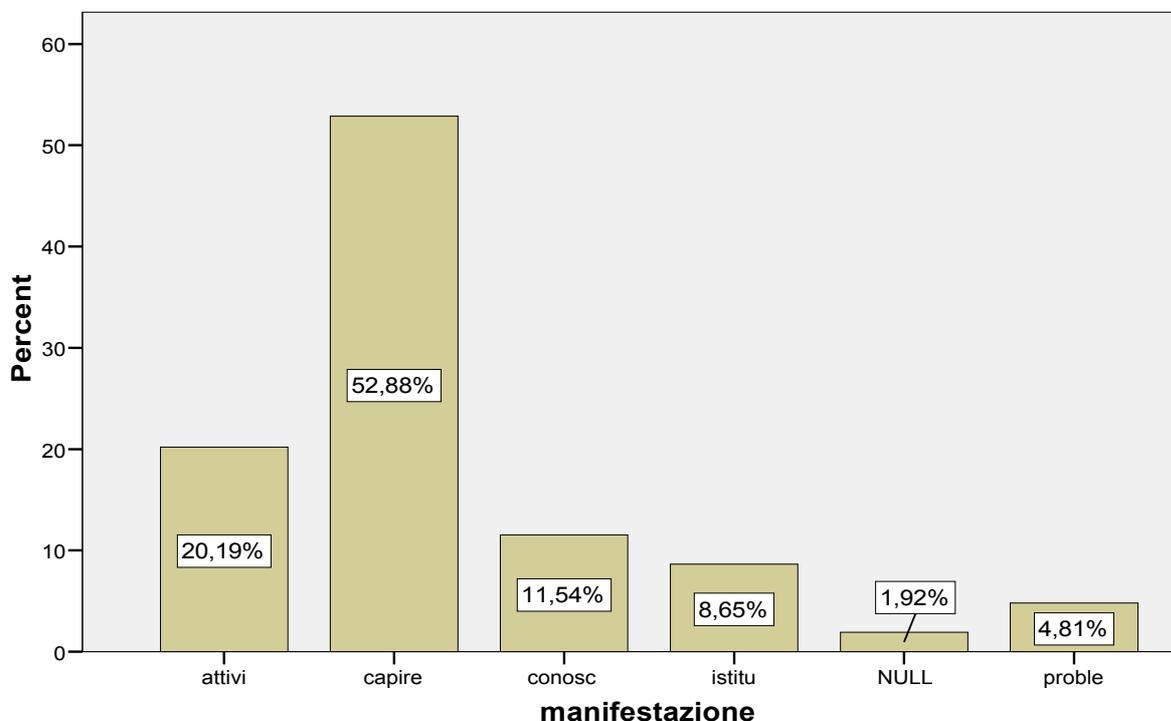
L'istituto di ricerca, sempre nell'analisi post evento, viene considerato come una struttura utile, importante, interessante, tendenzialmente flessibile e organizzata. Quanto desunto sta a significare sicuramente una soddisfazione generale rispetto anche all'organizzazione delle visite, ritenute appunto interessanti ed utili, e degli eventi all'interno degli istituti, probabilmente considerati ben organizzati.

## 6) Contributo della manifestazione.

manifestazione

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	attivi	21	20,2	20,2	20,2
	capire	55	52,9	52,9	73,1
	conosc	12	11,5	11,5	84,6
	istitu	9	8,7	8,7	93,3
	NULL	2	1,9	1,9	95,2
	proble	5	4,8	4,8	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

manifestazione



Per il 53% circa del target intervistato la manifestazione ha contribuito a far capire cosa sia la ricerca. Questo risultato può essere considerato un ottimo traguardo, in quanto tale risposta tende ad inglobare il significato più importante dell'obiettivo prefissato, ossia penetrare nella popolazione. Inoltre, è presente un buon 20% di coloro che pensano di aver compreso meglio l'attività svolta dai ricercatori. Quest'ultimo risultato è sempre a sostegno di una buona organizzazione di visite ed eventi durante la Notte 2012.

## 7) Visione della manifestazione in Italia e in Europa.

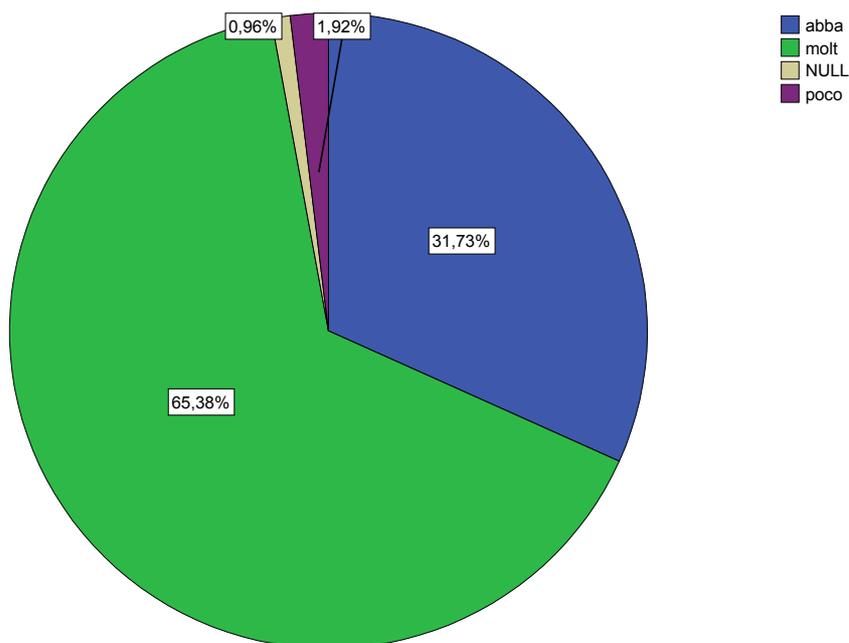
utile\_manifestazione\_italia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	abba	33	31,7	31,7	31,7
	molt	68	65,4	65,4	97,1
	NULL	1	1,0	1,0	98,1
	poco	2	1,9	1,9	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

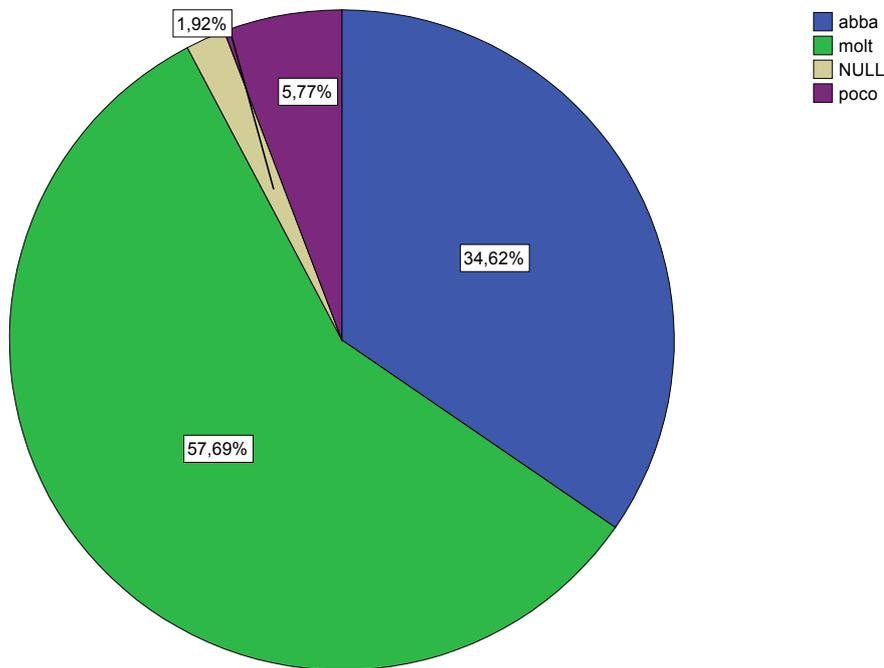
utile\_manifestazione\_europa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	abba	36	34,6	34,6	34,6
	molt	60	57,7	57,7	92,3
	NULL	2	1,9	1,9	94,2
	poco	6	5,8	5,8	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

utile\_manifestazione\_italia



utile\_manifestazione\_europa



La manifestazione viene considerata molto e abbastanza utile sia a livello nazionale che per l'Europa, con una percentuale rilevante per coloro che hanno risposto di considerarla molto utile in Italia.

8) Considerazioni e valutazione dell'organizzazione della manifestazione.

**nuovo\_evento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	abba	26	25,0	25,0	25,0
	molt	77	74,0	74,0	99,0
	NULL	1	1,0	1,0	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

**carriera\_italia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	abba	54	51,9	51,9	51,9
	molt	43	41,3	41,3	93,3
	NULL	1	1,0	1,0	94,2
	poco	6	5,8	5,8	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

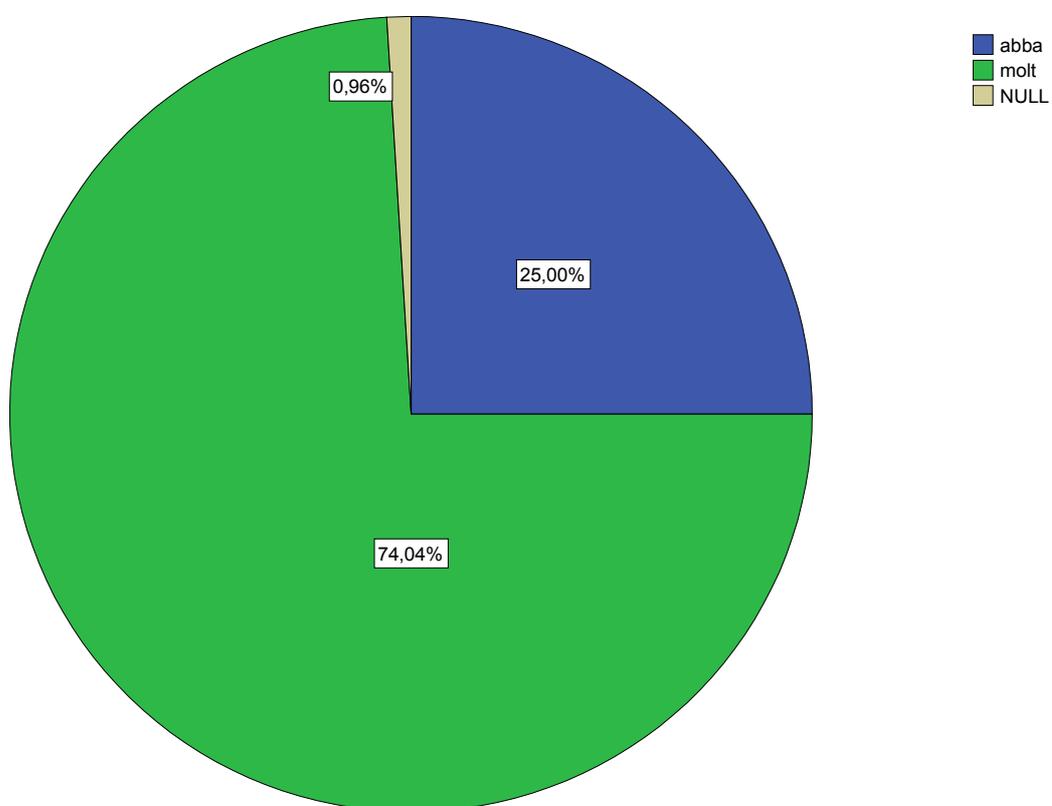
**carriera\_europa**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	abba	57	54,8	54,8	54,8
	molt	40	38,5	38,5	93,3
	NULL	3	2,9	2,9	96,2
	poco	4	3,8	3,8	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

**organizzazione**

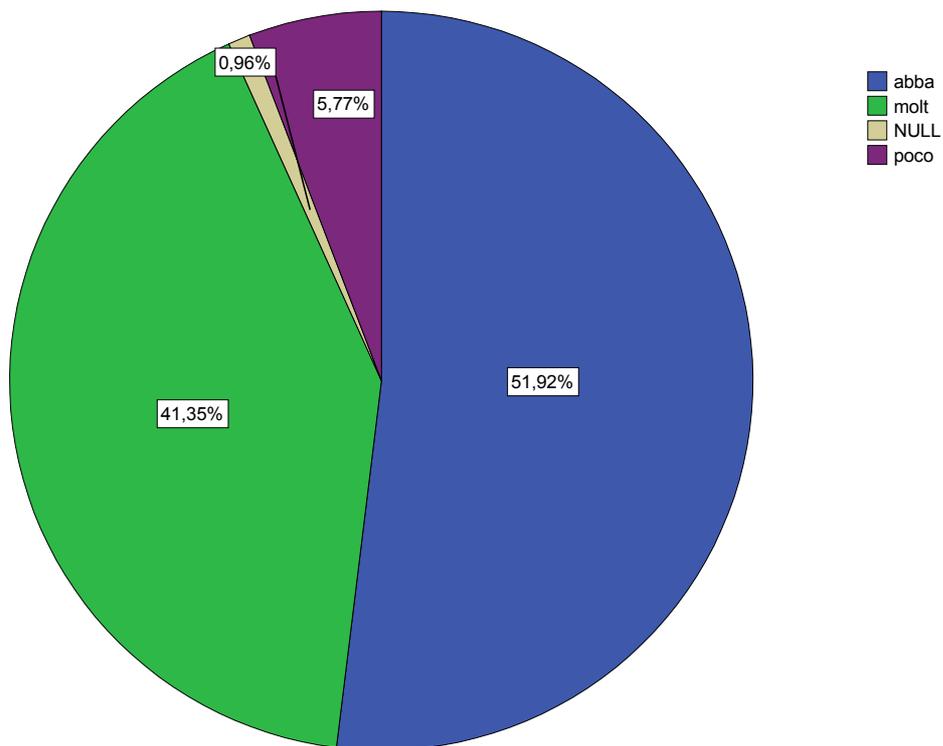
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	buon	66	63,5	63,5	63,5
	NULL	3	2,9	2,9	66,3
	otti	26	25,0	25,0	91,3
	suff	9	8,7	8,7	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

### Partecipare a nuovo evento di questo tipo



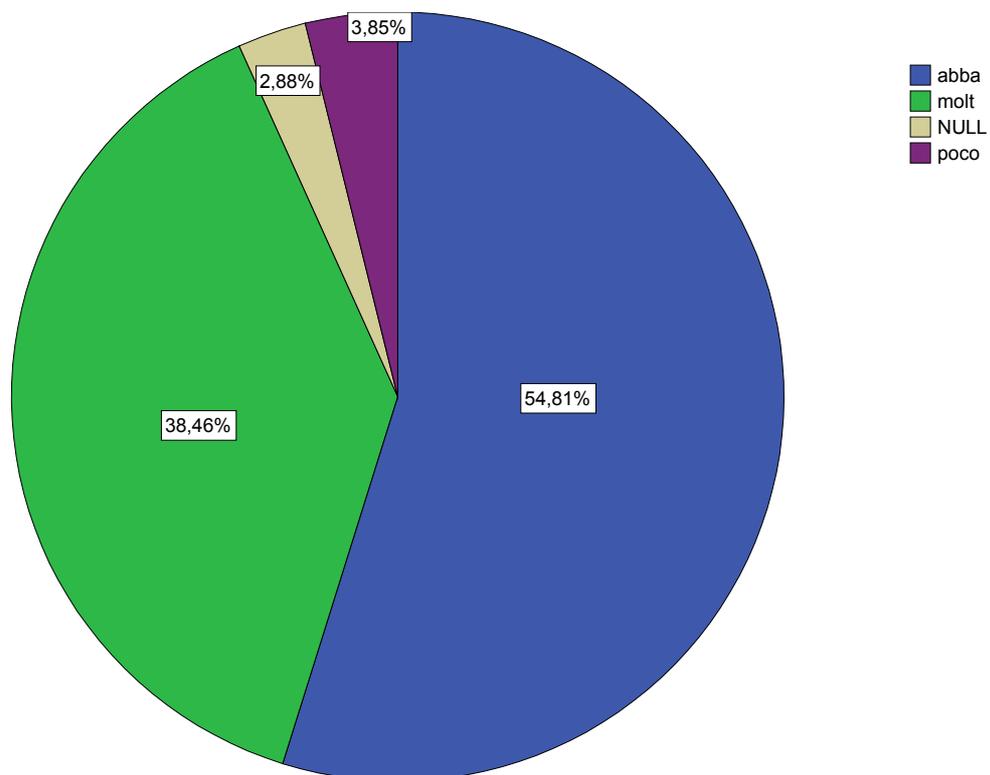
Il 74% della popolazione intervistata considera molto interessante partecipare di nuovo a questo tipo di evento.

### Favorire scelta di carriera scientifica in Italia



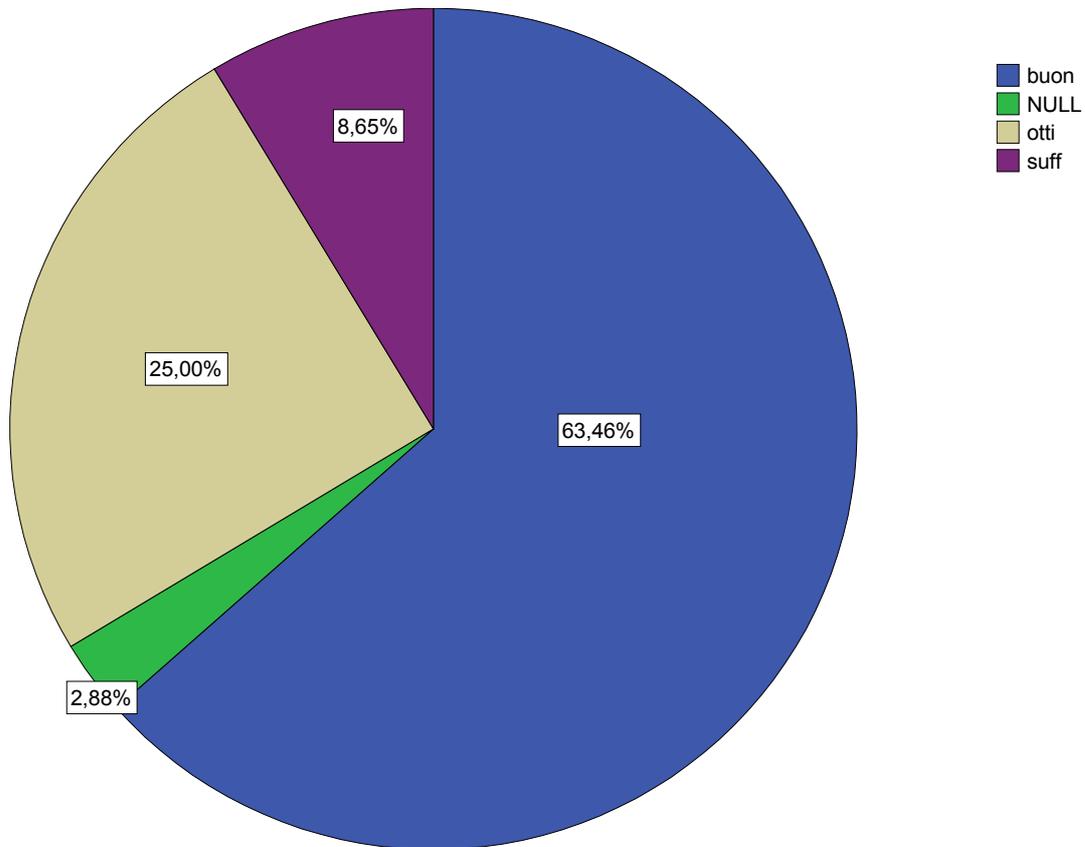
Praticamente tutti gli intervistati ritengono importante questa manifestazione per favorire la scelta ad una carriera scientifica in Italia (circa il 41% molto ed il 52% abbastanza).

### Favorire scelta carriera scientifica in Europa



La Notte viene considerata un evento importante per incentivare una carriera scientifica anche in Europa.

## Valutazione Organizzazione



La manifestazione ha raggiunto senz'altro un ottimo risultato poiché il 63% circa del target intervistato ha ritenuto buona l'organizzazione, ed il 25% addirittura ottima, toccando un totale di circa 88% di considerazione positiva dell'evento.