



---

Indagini di Customer Satisfaction

**P.I.T. (*Punti Informativi Turistici*)**

6 Giugno – 17 Luglio 2017

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 02/08/2017*

**Zè**tema  
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 2016-2017
- Come è venuto a conoscenza del servizio
- Motivazione di utilizzo
- Lingue parlate con gli operatori
- Informazioni richieste all'operatore
- Tipologia di acquisto
- Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo servizio ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Analisi univariata per P.I.T.
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (*Cluster Analysis*)
- Suggerimenti
- Allegati 1 - Programma e campione d'indagine
- Allegato 2 – Medie di soddisfazione per P.I.T.
- Allegato 3 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **1.023** questionari somministrati a campione tramite interviste dirette *face-to-face* dal 6 giugno al 17 luglio 2017 agli utenti che si sono recati presso i P.I.T. (*Punti Informativi Turistici*) di Roma Capitale. Le interviste sono state effettuate dal personale di una società esterna nelle seguenti lingue: italiano, inglese, francese e spagnolo.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,05\%$ .

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 2017, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli utenti intervistati è molto buono, con una media di **2,77** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Al di sopra del giudizio generale del servizio vi sono la conoscenza della lingua parlata (2,80) e la cortesia degli operatori (2,79), la pulizia del luogo (2,78) e gli orari di apertura (2,78).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. La completezza delle informazioni, la pulizia del luogo e la cortesia degli operatori sono le variabili ritenute più importanti e soddisfacenti nella mappa, dove la capacità di *problem solving* si trova in una posizione *borderline*, ma rappresenta l'elemento più correlato al giudizio generale su tale servizio (*cf.* pp. 21-23). La posizione dei P.I.T. (facilità di identificarli), seppure abbia raggiunto un valore medio ben al di sopra dello standard richiesto (media di 2,65), è l'aspetto su cui viene rilasciato un maggiore numero di suggerimenti (n. 49).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito per la maggior parte da stranieri (79%), occupati dipendenti (32%), studenti (23%) e liberi professionisti (17%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (67%), soprattutto appartenenti alle fasce di età compresa tra i 19-34 anni e 45-64 anni (ciascuna raggiunge il 31% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del servizio "passando, per caso" (58%), seguono la segnaletica esterna (11%) ed internet (9%). Risulta significativo che ad essere venuti a sapere del servizio passando per caso, siano soprattutto gli utenti di età adulta 45-64 anni, nuovi fruitori, privi di aspettative, in generale molto o abbastanza soddisfatti. Invece chi lo scopre tramite la segnaletica esterna (soprattutto al P.I.T. Fori), ha un'età compresa tra i 35 e 44 anni, alcuni di essi hanno già utilizzato il servizio, con un giudizio uguale alle proprie attese, nel complesso molto soddisfatti. Infine il canale web è predominante per i giovani di età 19-34 anni, che usufruiscono del servizio per la prima volta, con un giudizio superiore alle aspettative ed in generale si ritengono molto soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

P.I.T. 2017	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Posizione P.I.T.- Facilità ad identificarlo	2,65	3,00	932	91	0,650	73%	1%	93%
Operatore - Cortesia	2,79	3,00	989	34	0,463	81%	0%	98%
Operatore - Completezza informazioni	2,76	3,00	961	62	0,522	80%	1%	96%
Operatore - Conoscenza lingua parlata	2,80	3,00	948	75	0,458	83%	0%	98%
Operatore - Problem solving	2,74	3,00	859	164	0,535	79%	1%	96%
Orari di apertura	2,78	3,00	824	199	0,482	80%	1%	98%
Pulizia del luogo	2,78	3,00	977	46	0,492	81%	1%	97%
<b>Giudizio generale P.I.T.</b>	<b>2,77</b>	<b>3,00</b>	<b>984</b>	<b>39</b>	<b>0,495</b>	<b>80%</b>	<b>0%</b>	<b>97%</b>

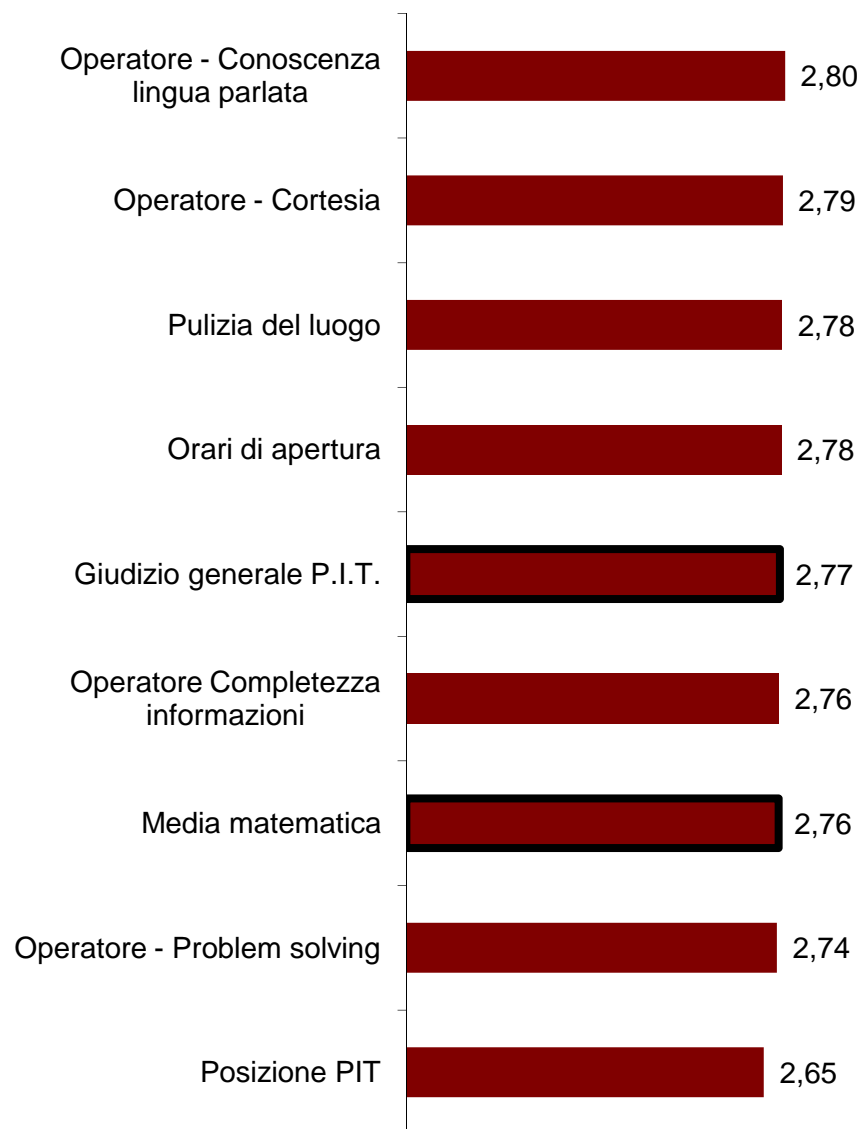
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*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 (2,76).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

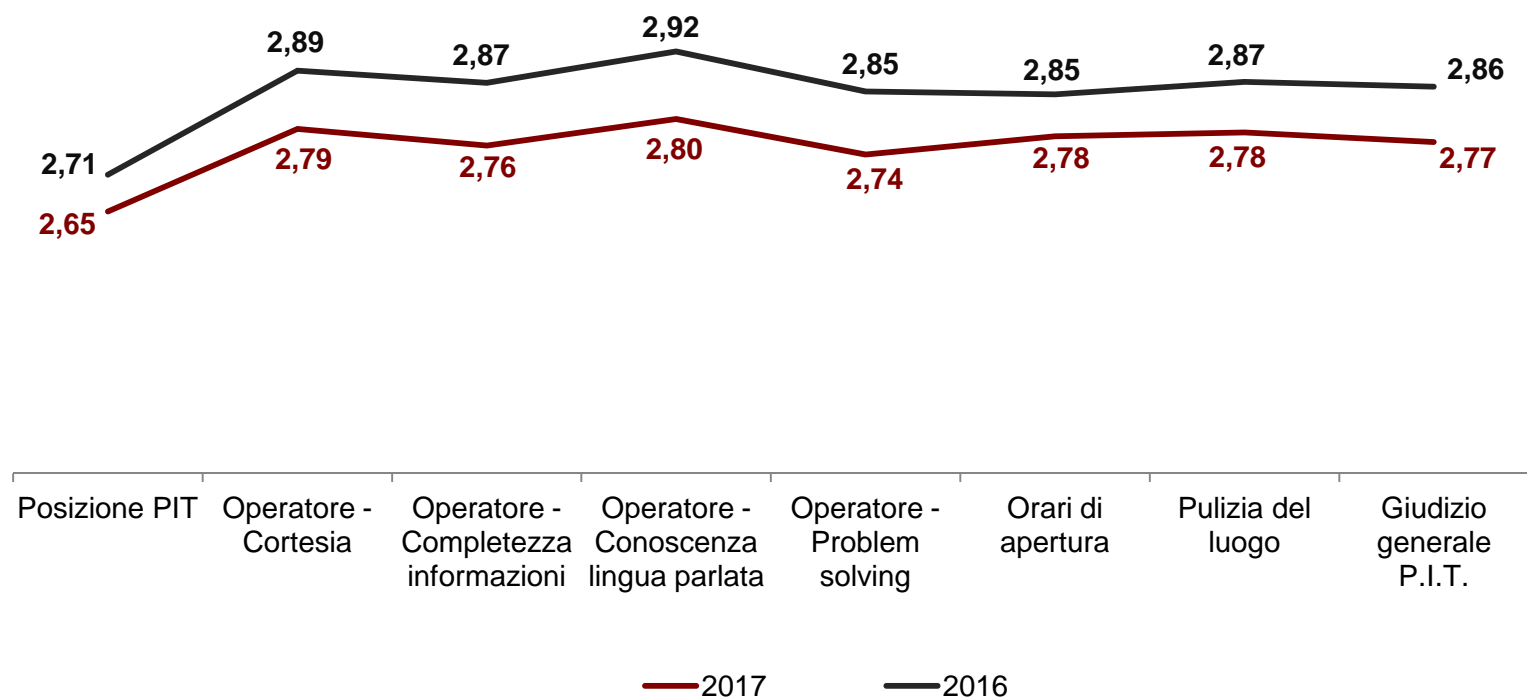
Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per rilevare un apprezzamento più diretto dei risultati.

Al di sopra della media sul giudizio generale del servizio si collocano la **conoscenza della lingua parlata** e la **cortesia degli operatori**, la **pulizia del luogo** e gli **orari di apertura**.



## Analisi del trend 2016-2017

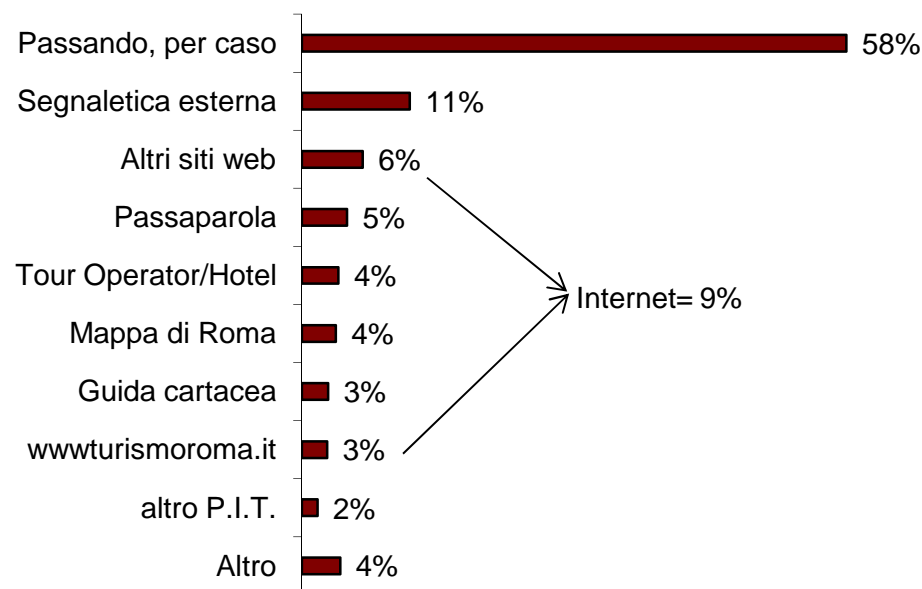
Come si denota dal grafico sottostante, rispetto allo scorso anno il trend risulta costante, ma si registra un decremento generale del livello medio di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine, anche se le medie raggiungono valori nettamente superiori allo standard minimo di 2,20.



## Come è venuto a conoscenza del servizio

Il 69% sul campione totale dichiara di avere scoperto casualmente tale servizio (il 58% “passando, per caso” e l’11% attraverso la “segnaletica esterna”, soprattutto nel caso del P.I.T. di Via dei Fori Imperiali; nell’indagine precedente raggiungevano complessivamente il 71% sul totale). Il 9% ne è venuto a conoscenza attraverso il canale web (lo scorso anno era 7%) ed il 5% col passaparola (era 6% nel 2016).

Risulta significativo che ad essere venuti a sapere del servizio passando per caso, siano soprattutto gli utenti di età adulta 45-64 anni, nuovi fruitori, privi di aspettative, in generale molto o abbastanza soddisfatti. Invece chi lo scopre tramite la segnaletica esterna (soprattutto al *P.I.T. Fori*) ha un’età compresa tra i 35 e 44 anni, alcuni di essi hanno già utilizzato il servizio, con un giudizio uguale alle proprie attese, nel complesso molto soddisfatti. Infine il canale web è predominante per i giovani di età 19-34 anni, che usufruiscono del servizio per la prima volta, con un giudizio superiore alle aspettative, in generale si ritengono molto soddisfatti.

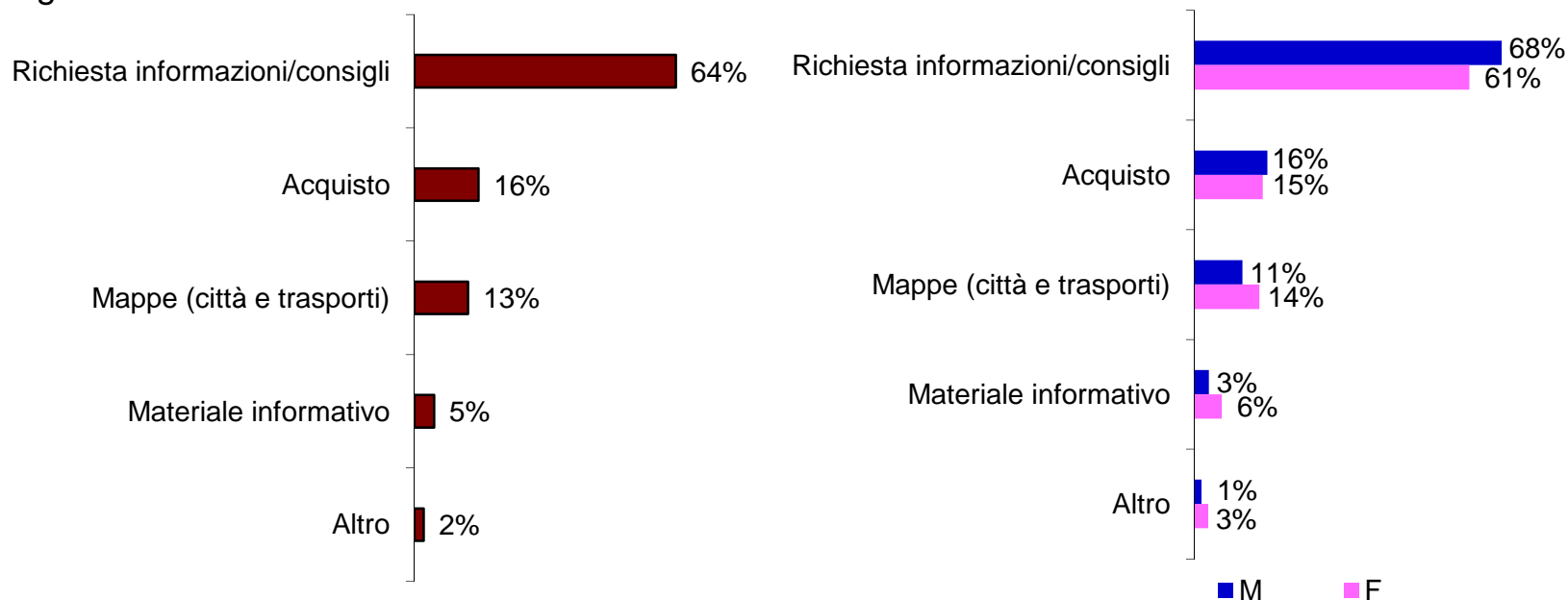




## Motivazione di utilizzo

Il 64% degli intervistati dichiara di avere utilizzato questo servizio per “richiedere informazioni e consigli” (nel 2016 era il 78%), mentre il 16% per “acquistare dei prodotti in vendita” presso i P.I.T. (nell’indagine precedente il dato era del 19%). Rispetto allo scorso anno sono in aumento le percentuali relative a “mappe” (da 2% a 13%) e “materiale informativo” (da 1% a 5%).

Risulta significativo che a richiedere informazioni siano in prevalenza gli uomini (*cf.* grafico sottostante a destra), divisi equamente tra cittadini romani e turisti stranieri, soprattutto quest’ultimi sono nuovi fruitori e si ritengono abbastanza soddisfatti dell’esperienza complessiva. Invece tra coloro che vi si recano per acquistare dei prodotti vi sono in particolare gli uomini, turisti (sia italiani che stranieri), alcuni hanno già utilizzato tale servizio, che giudicano molto soddisfacente. Infine sono principalmente le donne a richiedere le mappe e il materiale informativo, giungono da altre province italiane, alcune già state nei P.I.T., in generale si dichiarano molto o abbastanza soddisfatte.



## Lingue parlate con gli operatori

Riguardo alle lingue con cui gli utenti intervistati si sono rivolti agli operatori dei P.I.T., si conferma l'inglese come lingua più utilizzata (54%; era il 45% nell'indagine precedente), seguito dall'italiano (25%; in netto aumento rispetto al 13% dello scorso anno), dallo spagnolo (10%; percentuale in discesa dal 19% dello scorso anno) e dal francese (in discesa da 21% a 9%); le altre lingue (tedesco e portoghese) restano invariate al 2%.

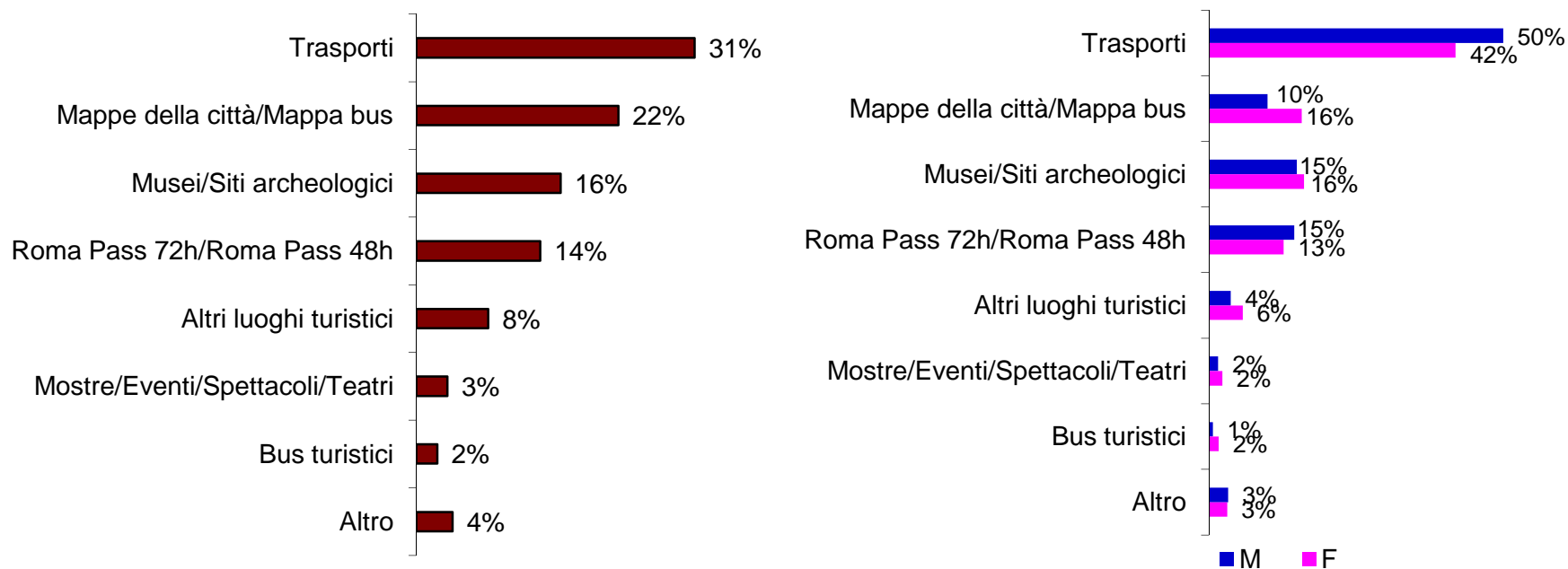
Risulta significativo che gli utenti che parlano inglese siano soprattutto i giovani di età 19-34 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi fruitori, che effettuano degli acquisti nei P.I.T., con un giudizio superiore o uguale alle aspettative e sono molto soddisfatti dell'esperienza complessiva. Invece coloro che si rivolgono agli operatori in italiano sono principalmente gli utenti di età adulta oltre i 45 anni, diplomati, alcuni di essi hanno già utilizzato il servizio, non acquistano nulla, privi di aspettative ed in generale abbastanza soddisfatti del servizio.

LINGUA PARLATA	Italiano	Inglese	Francese	Spagnolo	Tedesco	Portoghese
Stazione Termini	26%	57%	8%	7%	1%	1%
Aeroporto di Fiumicino	15%	36%	22%	20%	4%	2%
Castel Sant'Angelo	36%	53%	3%	7%	0%	1%
Via Nazionale	22%	49%	11%	14%	2%	2%
Via Minghetti	16%	58%	7%	16%	1%	2%
Piazza delle Cinque Lune	20%	60%	12%	7%	0%	1%
Piazza Sonnino	34%	52%	3%	9%	2%	0%
Aeroporto Ciampino	29%	64%	6%	1%	0%	0%
Fori Imperiali	28%	55%	7%	9%	1%	1%
<b>Totale (%)</b>	<b>25%</b>	<b>54%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>

## Informazioni richieste all'operatore

Tra le informazioni richieste prevalgono: “*Trasporti*” (31%; in discesa dal 45% nell'indagine precedente), le “*Mappe*” (in netto aumento dal 2% al 22%), le card turistiche “*Roma Pass 72h e Roma Pass 48h*” (14%; nel 2016 la percentuale era del 24%) e i “*Musei/Siti archeologici*” (16%; lo scorso anno era 19%).

Risulta significativo che a richiedere informazioni sui trasporti siano prevalentemente gli uomini (cfr. grafico sottostante a destra), residenti a Roma, privi di aspettative e nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece le donne sono più interessate a richiedere le mappe ed informazioni sui musei/siti archeologici, giungono dall'estero o da altre province italiane, hanno un giudizio superiore o uguale alle proprie attese, in generale molto soddisfatte del servizio erogato. Le card *turistiche Roma Pass 72h e Roma Pass 48h* sono richieste più dagli uomini, turisti stranieri, con un giudizio superiore alle aspettative e complessivamente molto soddisfatti.

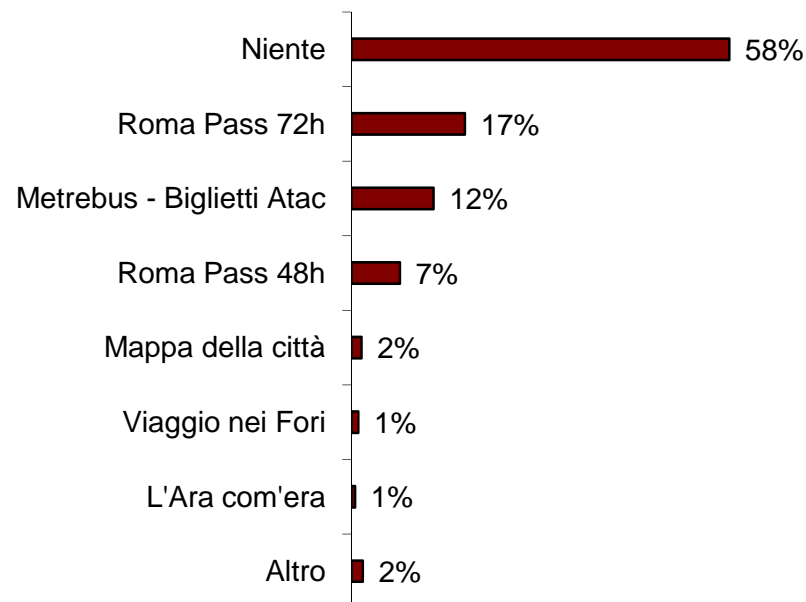


## Tipologia di acquisto

Il 58% del campione intervistato dichiara di non avere acquistato “Niente”, mentre il 24% ha comprato le card “Roma Pass” (nel dettaglio il 17% la *Roma Pass 72h* e il 7% la *Roma Pass 48h*) e il 12% “*Metrebus-Biglietti Atac*” (cfr. grafico sottostante per ulteriori dettagli sui prodotti acquistati).

Risulta significativo che ad acquistare le card turistiche *Roma Pass 72h* e *Roma Pass 48h* siano soprattutto i turisti stranieri, di età 26-34 anni e 45-54 anni, con un giudizio complessivo sul servizio molto soddisfacente. Invece a recarsi nei P.I.T. per comprare i biglietti di trasporto sono principalmente gli utenti italiani (inclusi i romani), di età 19-39 anni, in generale abbastanza soddisfatti del servizio.

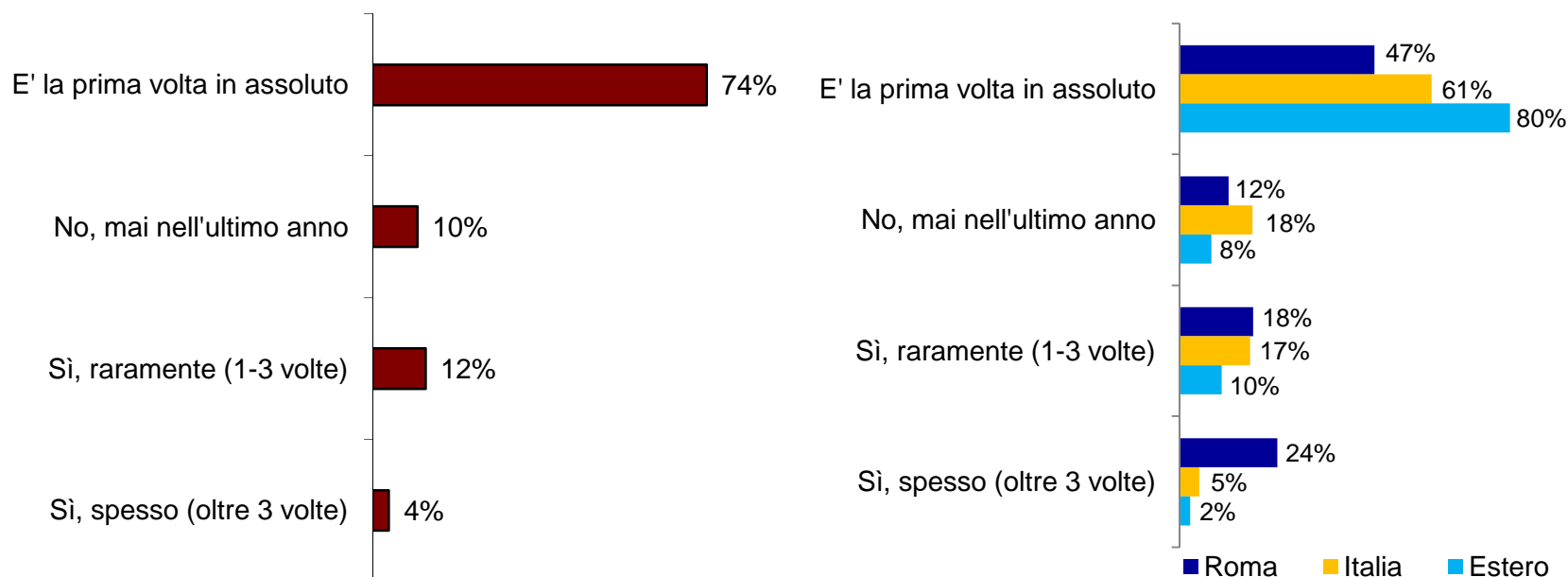
Tra gli intervistati che non effettuano acquisti nei P.I.T. prevalgono gli utenti romani, di età giovane 19-25 anni o adulta al di sopra dei 65 anni, che nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



## Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio

La maggior parte degli intervistati dichiara di utilizzare questo servizio per la prima volta in assoluto (74% sul campione totale; nell'indagine precedente era il 90%), il 10% risponde che non ne ha usufruito nell'ultimo anno (5% nel 2016), mentre il 16% lo ha già utilizzato (il 12% raramente "da 1 a 3 volte" e il 4% "più di tre volte"; in aumento rispetto al 5% dello scorso anno).

Risulta significativo che ad usufruire di tale servizio per la prima volta siano soprattutto gli utenti stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), di età giovane 19-39 anni, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti. Invece, tra coloro che lo hanno già utilizzato prevalgono gli utenti italiani (in particolare i romani), di età adulta oltre i 40 anni, con un giudizio uguale alle proprie attese, nel complesso abbastanza soddisfatti.



## Giudizio rispetto alle aspettative

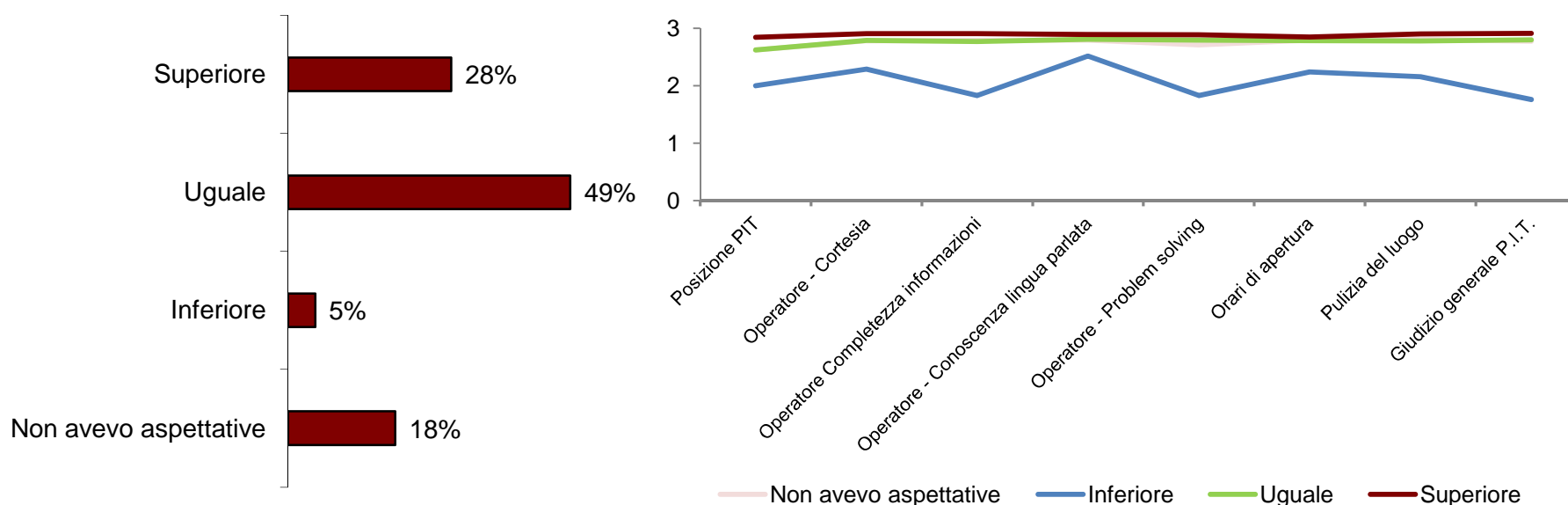
Il 18% degli intervistati dichiara di non avere aspettative a priori (nel 2016 era 21%).

Il 49% di coloro che invece rispondono affermativamente a tale domanda dichiara di avere un giudizio uguale alle proprie attese (in aumento dal 42% dell'indagine precedente), mentre per il 28% è superiore (37% nel 2016) e per il 5% è inferiore (lo scorso anno la percentuale era 1%).

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese soprattutto per i nuovi fruitori, di età 26-34 anni o al di sopra dei 65 anni, molto soddisfatti dell'esperienza complessiva. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie aspettative sono principalmente gli utenti che già conoscono il servizio, di età 19-39 anni e 45-64 anni, in generale abbastanza soddisfatti.

A non avere attese a priori sono in prevalenza i nuovi fruitori, che appartengono alla fascia 40-44 anni e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti di tale servizio.

Dal grafico sottostante a destra si evidenzia una maggiore soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine da parte di chi afferma di avere un giudizio superiore alle aspettative.

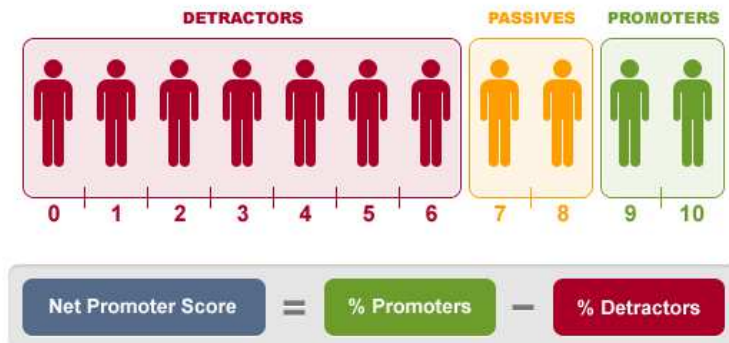




## Consiglierebbe questo servizio ad un amico

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** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del servizio che hanno utilizzato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale servizio è pari al **47%**; il 37% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE										
P.I.T. - Punti Informativi Turistici 2017										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	4	5	5	3	21	41	123	250	266	287
0%	0,4%	0,5%	0,5%	0,3%	2%	4%	12%	25%	26%	29%
<b>DETRACTORI = 8%</b>							<b>PASSIVI = 37%</b>	<b>PROMOTORI = 55%</b>		
<b>55%-8% = 47%</b>										

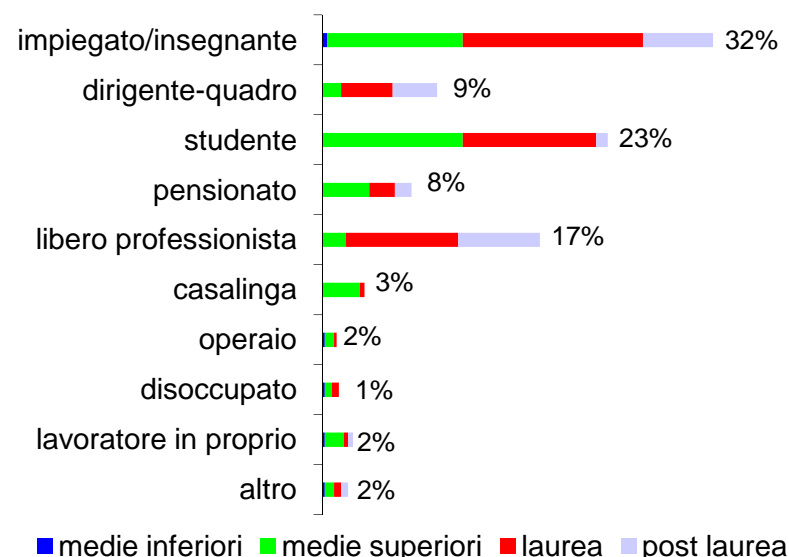
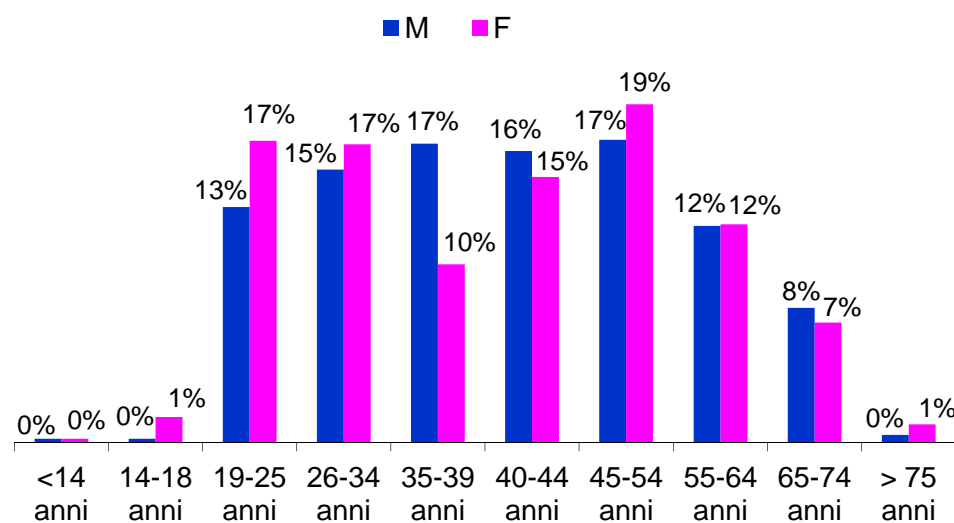
## Analisi socio-demografica: genere, età, professione, istruzione

Nell'indagine di quest'anno il genere femminile raggiunge il 51% sul totale degli intervistati (era 57% nel 2016), soprattutto tra i giovani di età 19-34 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce comprese tra i 35 e 40 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle dei giovani tra i 19 e 34 anni e degli adulti tra i 45 e 64 anni poiché ciascuna raggiunge il 31% sul totale, mentre lo scorso anno erano rispettivamente 33% e 31%.

Il 67% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (66% nell'indagine precedente).

Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (32%; erano il 35% nella scorsa indagine); seguono gli studenti (23%; in aumento dal 18% emerso nel 2016) e i liberi professionisti (17%; in lieve diminuzione dal 18% dello scorso anno).



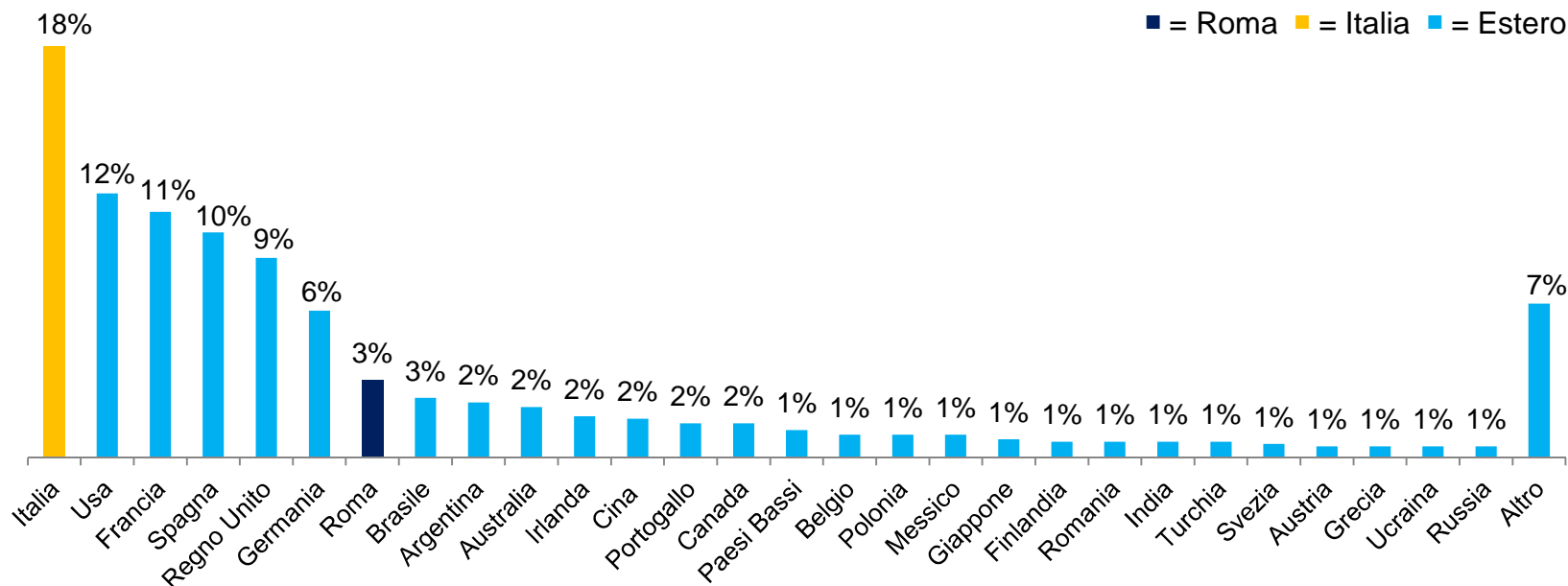
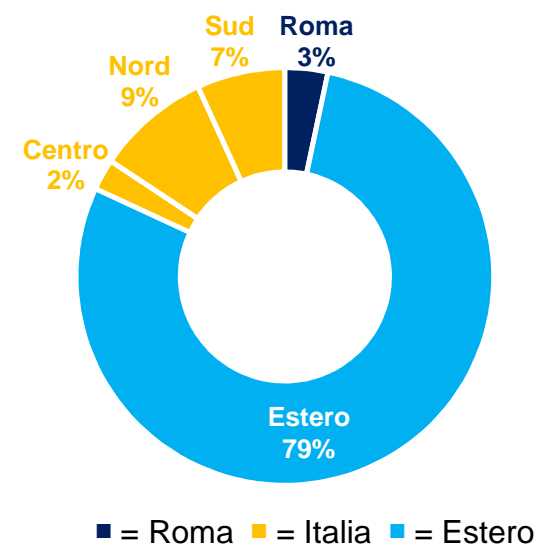


## Analisi socio-demografica: provenienza (1/2)

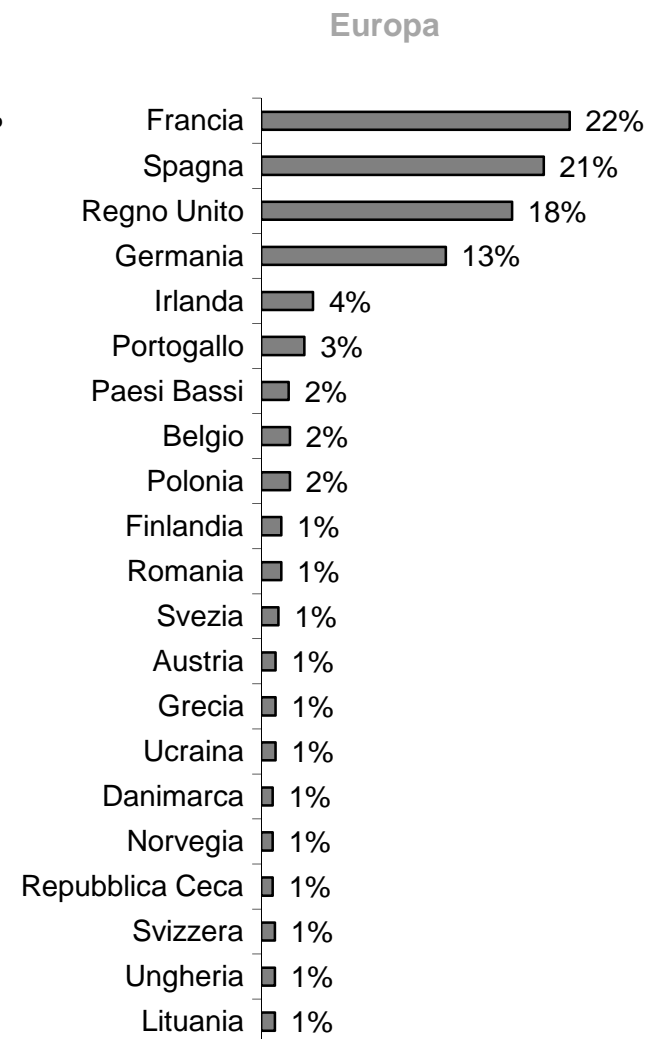
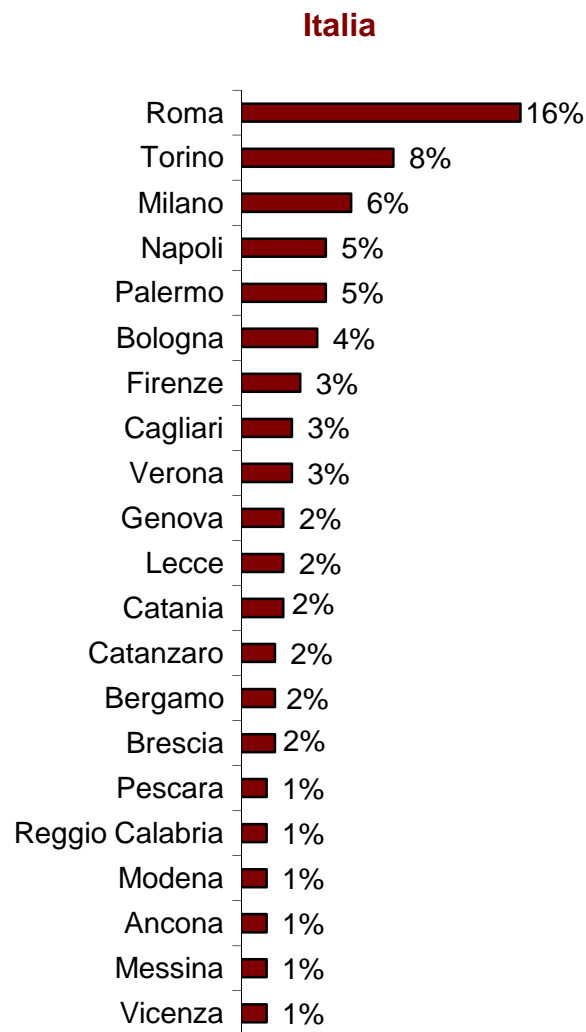
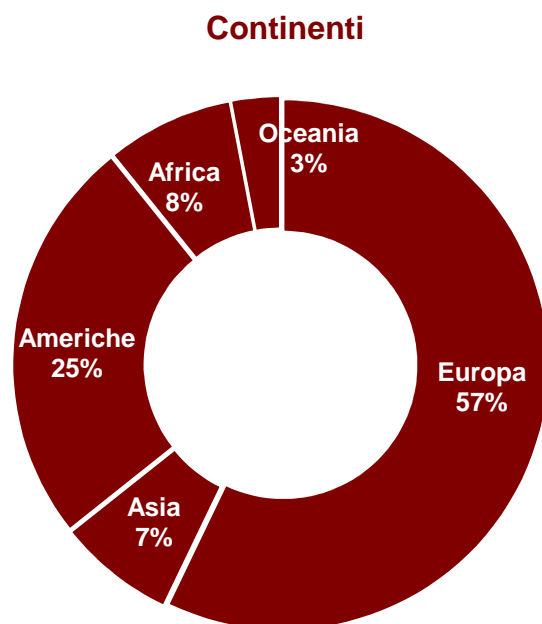
Il 79% del campione intervistato è costituito da utenti stranieri (89% nell'indagine precedente), il 18% giunge da altre città italiane (lo scorso anno la percentuale era del 10%) e il 3% sono cittadini romani (1% nel 2016).

Tra le nazionalità estere prevale quella americana col 12% sul totale degli stranieri (in lieve aumento dal 10% dello scorso anno), seguono quella francese con l'11% (in discesa dal 20% nel 2016) e spagnola col 10% (era 13% nella precedente indagine).

Si rimanda al grafico sottostante e alla *slide* successiva per ulteriori dettagli sulla provenienza.



## Analisi socio-demografica: provenienza (2/2)





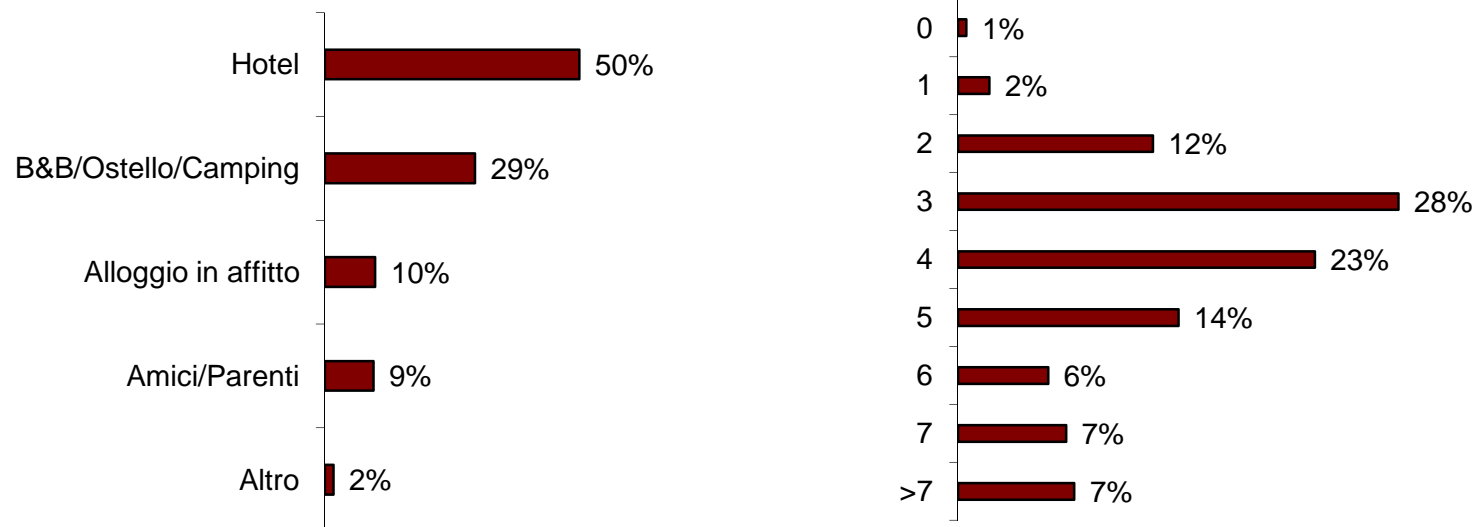
## Struttura ricettiva e permanenza media

I turisti intervistati sono stati ospiti soprattutto di strutture alberghiere di varie categorie (50%; nel 2016 era 53%), mentre il 29% ha scelto strutture ricettive extra-alberghiere, ovvero “*B&B/Ostelli/Camping*” (stessa percentuale del 2016). Il 10% ha utilizzato un “*alloggio in affitto*” (12% nell’indagine scorsa) e il 9% ha preferito recarsi da “*amici/parenti*” (lo scorso anno era 5%). Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a circa 4-5 notti (precisamente 4,6; il valore era 3,7 nel 2016).

Chi sceglie di alloggiare negli hotel rimane fino a 3 notti, mentre chi preferisce un *B&B/Ostello/Camping* o amici/parenti, si ferma circa 4-5 notti. A pernottare più di 4 giorni sono soprattutto coloro che scelgono gli alloggi in affitto.

Risulta significativo che a prediligere le strutture alberghiere siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi fruitori del servizio, privi di aspettative, in generale molto soddisfatti.

Invece scelgono le strutture extra-alberghiere in particolare i turisti italiani, alcuni dei quali hanno già utilizzato il servizio, con un giudizio superiore o uguale alle proprie attese e si ritengono abbastanza soddisfatti.



## Analisi univariata per P.I.T.

Risulta significativo per tutte le variabili oggetto d'indagine il giudizio medio rilasciato nei vari P.I.T.: la posizione (facilità di identificare il P.I.T.) è l'aspetto più soddisfacente al P.I.T. di Piazza Sonnino, mentre lo è molto meno alla Stazione Termini, seppure la media sia superiore a 2,20.

I giudizi relativi agli operatori invece risultano molto buoni in tutti i P.I.T., soprattutto per quello di Cinque Lune. Gli orari di apertura sono stati più graditi al P.I.T. di Via Minghetti, ma meno in quello dell'Aeroporto di Fiumicino. Molto apprezzata la pulizia del luogo al P.I.T. di Cinque Lune, Via Nazionale, mentre viene meno gradita all'Aeroporto di Fiumicino.

Il giudizio generale del servizio è più elevato nei P.I.T. di Piazza delle Cinque Lune, Via Minghetti e Via dei Fori Imperiali.

Medie soddisfazione ICS PIT 2017	Stazione Termini	Aeroporto Fiumicino	Castel Sant'Angelo	Nazionale	Minghetti	Cinque Lune	Sonnino	Aeroporto Ciampino	Fori
Posizione P.I.T.	2,27	2,36	2,74	2,75	2,84	2,65	2,86	2,79	2,77
Operatore - Cortesia	2,73	2,60	2,74	2,83	2,89	2,98	2,85	2,73	2,79
Operatore - Completezza informazioni	2,75	2,59	2,75	2,75	2,83	2,96	2,79	2,72	2,74
Operatore - Conoscenza lingua parlata	2,85	2,58	2,81	2,91	2,83	2,95	2,82	2,74	2,78
Operatore - Problem solving	2,77	2,53	2,67	2,79	2,89	2,90	2,74	2,73	2,74
Orari di apertura	2,79	2,56	2,64	2,80	2,90	2,89	2,82	2,83	2,81
Pulizia del luogo	2,71	2,58	2,74	2,88	2,87	2,94	2,80	2,75	2,83
<b>Giudizio generale P.I.T.</b>	<b>2,68</b>	<b>2,57</b>	<b>2,73</b>	<b>2,79</b>	<b>2,86</b>	<b>2,93</b>	<b>2,81</b>	<b>2,76</b>	<b>2,83</b>

## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Indagine P.I.T. - 2017</b>	Posizione PIT	Operatore - Cortesia	Operatore - Completezza informazioni	Operatore - Conoscenza lingua parlata	Operatore - Problem solving	Orari di apertura	Pulizia del luogo	Giudizio generale P.I.T.
Posizione PIT	1,000	,483**	,371**	,412**	,459**	,425**	,447**	,483**
Operatore - Cortesia	,483**	1,000	,641**	,578**	,601**	,559**	,605**	,644**
Operatore - Completezza informazioni	,371**	,641**	1,000	,607**	,651**	,571**	,569**	,675**
Operatore - Conoscenza lingua parlata	,412**	,578**	,607**	1,000	,635**	,541**	,608**	,615**
Operatore - Problem solving	,459**	,601**	,651**	,635**	1,000	,638**	,650**	,754**
Orari di apertura	,425**	,559**	,571**	,541**	,638**	1,000	,630**	,622**
Pulizia del luogo	,447**	,605**	,569**	,608**	,650**	,630**	1,000	,715**
Giudizio generale P.I.T.	,483**	,644**	,675**	,615**	,754**	,622**	,715**	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 (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio complessivo sul servizio.

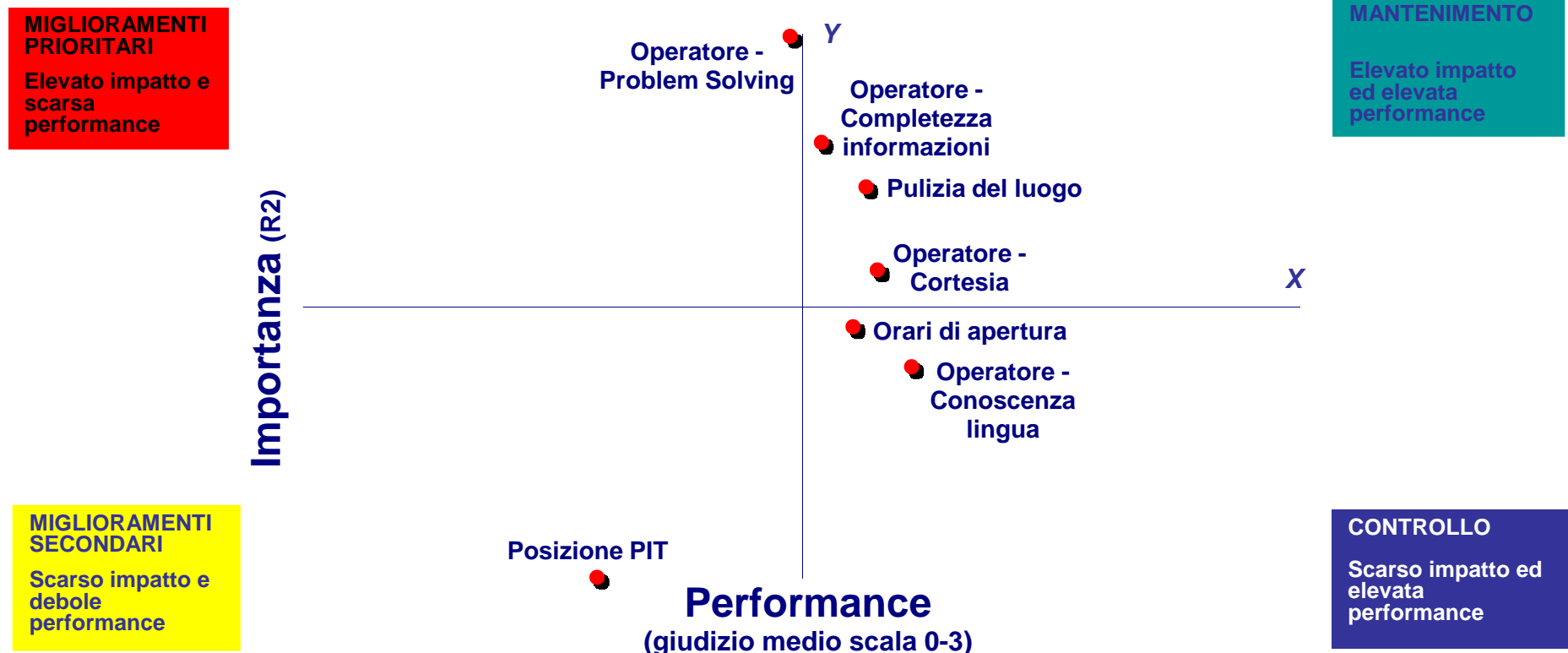
Gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale dei *Punti Informativi Turistici* sono quelli relativi alla **capacità di problem solving**, alla **pulizia del luogo** e alla **completezza delle informazioni**.

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

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale <i>Punti Informativi Turistici - 2017</i>	
Operatore - Problem solving	0,754
Pulizia del luogo	0,715
Operatore Completezza informazioni	0,675
Operatore - Cortesia	0,644
Orari di apertura	0,622
Operatore - Conoscenza lingua parlata	0,615
Posizione PIT	0,483

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Tra gli aspetti più importanti e soddisfacenti vi sono la **completezza delle informazioni**, la **pulizia del luogo** e la **cortesia degli operatori**, mentre la **capacità di problem solving** si trova in una posizione *borderline*. Nessuna delle variabili oggetto d'indagine risulta tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra); ciò è indice di un alto livello di gradimento del servizio. Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti 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

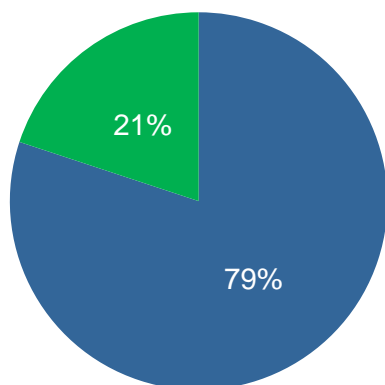
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (808 individui per il *Cluster 1* e 215 per il *Cluster 2*).

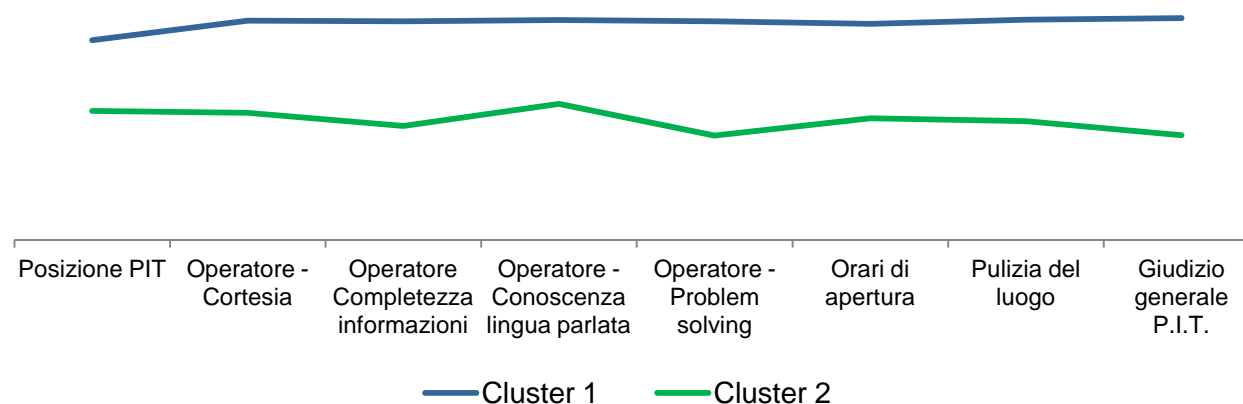
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre la 2° tipologia dei **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione.

**Cluster 1 – Deliziati:** in prevalenza donne, di età 19-34 anni e 45-64 anni, liberi professionisti, parlano inglese, chiedono informazioni soprattutto sulle mappe e sulle card (*Roma Pass 72h* e *Roma Pass 48h*), effettuano acquisti, pernottano in strutture alberghiere (3-4 notti), giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

**Cluster 2 – Soddisfatti:** equamente ripartiti tra uomini e donne, di età 35-44 anni e oltre i 65 anni, occupati dipendenti, parlano italiano e francese, chiedono informazioni soprattutto sui trasporti e musei/siti archeologici, non effettuano acquisti, pernottano in strutture extra-alberghiere (4-5 notti), giudizio uguale alle proprie aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2





## Suggerimenti

**ELOGI** ottimo servizio, personale gentile e disponibile, continuate così. **Totale 15**

---

**SEGNALETICA ESTERNA** da migliorare per raggiungere i P.I.T., renderla più visibile (32), più indicazioni all'interno della Stazione Termini (17). **Totale 49**

**OPERATORI** dare più informazioni su visite guidate, siti archeologici ed altri luoghi di interesse turistico (13), aumentare il personale (6), più informazioni dettagliate anche sui mezzi di trasporto (5), altro (7). **Totale 31**

**ACCOGLIENZA** fornire mappe più chiare e dettagliate (13), disponibilità di una brochure specifica con le fermate delle linee bus ed orari (9), altro (7). **Totale 29**

**SERVIZI IGIENICI** mancano (27), altro (1). **Totale 28**

**GENERALE** mettere più punti informativi (6), altro (5). **Totale 11**

**WEB** disponibilità connessione wifi gratuita, più informazioni web riguardo agli eventi. **Totale 8**

**ROMA PASS** ampliare la durata della card e includere più musei. **Totale 7**

**ORGANIZZAZIONE** più servizi, possibilità di poter effettuare le prenotazioni e stamparle. **Totale 7**

**PRODOTTI** vendita biglietti di musei e siti archeologici, ampliare l'offerta. **Totale 4**

**ALTRO. Totale 25**

**TOTALE 199 SUGGERIMENTI  
PUNTI INFORMATIVI TURISTICI**

## Allegato 1 – Programma e campione d'indagine

P.I.T.	Periodo d'indagine	N. questionari/ P.I.T	% .
Stazione Termini	7-8-15-16 giugno	148	14%
Aeroporto di Fiumicino	6-12-14-16 giugno; 6-10-12-17 luglio	123	12%
Castel Sant'Angelo	11-12-14-17 giugno	100	10%
Nazionale	7-9-14-15-16 giugno	100	10%
Minghetti	7-9-14-16 giugno	101	10%
Cinque Lune	7-10-13-15 giugno	99	10%
Sonnino	6-8-12-14 giugno	102	10%
Aeroporto di Ciampino	9-10-14-17 giugno	99	9%
Fori	9-12-15-16 giugno	151	15%
<b>ICS P.I.T. 2017</b>	<b>6 giugno - 17 luglio 2017</b>	<b>1023</b>	<b>100%</b>

## Allegato 2 – Medie di soddisfazione per P.I.T.

Medie soddisfazione ICS PIT 2017	Stazione Termini	Aeroporto Fiumicino	Castel Sant'Angelo	Nazionale	Minghetti	Cinque Lune	Sonnino	Aeroporto Ciampino	Fori
Posizione P.I.T.	2,27	2,36	2,74	2,75	2,84	2,65	2,86	2,79	2,77
Operatore-Cortesia	2,73	2,60	2,74	2,83	2,89	2,98	2,85	2,73	2,79
Operatore-Completezza informazioni	2,75	2,59	2,75	2,75	2,83	2,96	2,79	2,72	2,74
Operatore-Conoscenza lingua parlata	2,85	2,58	2,81	2,91	2,83	2,95	2,82	2,74	2,78
Operatore-Problem solving	2,77	2,53	2,67	2,79	2,89	2,90	2,74	2,73	2,74
Orari di apertura	2,79	2,56	2,64	2,80	2,90	2,89	2,82	2,83	2,81
Pulizia del luogo	2,71	2,58	2,74	2,88	2,87	2,94	2,80	2,75	2,83
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,68</b>	<b>2,57</b>	<b>2,73</b>	<b>2,79</b>	<b>2,86</b>	<b>2,93</b>	<b>2,81</b>	<b>2,76</b>	<b>2,83</b>



## Allegato 3 - Questionario

1. Come è venuto a conoscenza del servizio?

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> passando, per caso  | <input type="checkbox"/> segnaletica esterna   | <input type="checkbox"/> mappa di Roma               |
| <input type="checkbox"/> www.turismoroma.it  | <input type="checkbox"/> altro P.I.T.          | <input type="checkbox"/> amici/parenti (passaparola) |
| <input type="checkbox"/> www.060608.it       | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608 | <input type="checkbox"/> guida turistica             |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> Hotel/ T.O.           | <input type="checkbox"/> altro.....                  |

2. Per quale motivo vi si è recato?  Richiesta informazioni/consigli  Acquisto  Mappa città/trasporti  Materiale informativo  Altro

3. Che informazione ha chiesto all'operatore?

Trasporto  Musei/Siti archeologici  Roma Pass  Mappa città/bus  Bus turistici  Altri luoghi turistici  Mostre/eventi/spettacoli/teatri  Altro

4. Cosa ha acquistato nel P.I.T.?  Niente  Roma Pass 72h  Roma Pass 48h  Biglietti Atac  Viaggio nei Fori  L'Ara com'era  Altro

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
6. Posizione P.I.T. (Facilità a identificarlo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Operatore – Cortesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Operatore – Completezza informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Operatore – Conoscenza lingua parlata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Operatore – Problem solving	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>
13. Giudizio generale P.I.T.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:  Superiore  Uguale  Inferiore  Non avevo aspettative

15. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo servizio di informazione turistica ad un amico?

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

16. Nell'ultimo anno ha già utilizzato questo servizio?

E' la prima volta in assoluto  No, mai nell'ultimo anno  Sì, ma raramente (1-3 volte)  Sì, vengo molto spesso (oltre 3 volte)

17. Suggerimenti per migliorare il servizio

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: .....

Provenienza:  Roma  Altra Provincia italiana:.....  Altra Nazionalità:.....

Struttura ricettiva in cui alloggia:  Hotel  B&B/Ostello/Camping  Amici/Parenti  Alloggio in affitto  Altro

Permanenza a Roma – Numero pernottamenti:.....