



---

Indagini di Customer Satisfaction

*Sistema Musei di Roma Capitale*

29 Settembre – 29 Ottobre 2020

## 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 2019-2020
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Casa Museo Alberto Moravia
- Allegato 1 - Tabella risultati per museo
- Allegato 2 - Aspetti dei Suggerimenti per museo
- Allegato 3 - Campione intervistato per museo
- Allegato 4 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **564** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 29 settembre al 29 ottobre** presso i seguenti musei del Sistema: **Musei Capitolini, Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali, Museo dell'Ara Pacis, Museo di Roma e Galleria d'Arte Moderna** (gli intervistati rappresentano il 24% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

La scelta di effettuare l'indagine solo su alcuni musei del *Sistema Musei di Roma Capitale* è stata dettata dalle misure di contenimento del Covid-19, in accordo con la *Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali*.

Nella comparazione dei dati relativi al Sistema rispetto all'indagine effettuata nel 2019 per una maggiore attendibilità statistica sono stati considerati solo i musei oggetto d'indagine nel 2020.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,60\%$ .

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 2020, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,78** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: la **pulizia del sito** (2,98), il **personale di biglietteria** (2,92), il **guardaroba** (2,88), il **personale in libreria** e gli **orari di apertura** (2,86), le **opere della collezione** (2,81) e il **personale in sala** (2,79).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le **opere della collezione** risultano essere la variabile più soddisfacente, ma anche quella più importante relativamente al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 18-20). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti informativi** (n. 61 suggerimenti) e la **segnaletica interna** (n. 37 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito dai **residenti a Roma** (47% sul campione totale), **impiegati** e **pensionati** (rispettivamente 26% e 23%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (64%), di età adulta compresa tra i **45** e **74 anni** (50% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo attraverso il **passaparola** (19%) e **scuola/università** (18%). Seguono il **canale web**, **passando per caso** e la **guida cartacea**: ciascuno di essi raggiunge una percentuale pari al 14% del campione intervistato.

Le voci passando per caso e internet emergono principalmente tra i turisti stranieri, di età 35-54 anni, laureati, nuovi visitatori, privi di aspettative e in generale abbastanza soddisfatti.

Il passaparola e la scuola/università sono predominanti tra i visitatori romani, di età giovane 14-34 anni o adulta 55-74 anni, che hanno conseguito un diploma di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati nei musei del Sistema, il cui giudizio è superiore o uguale alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza.

## Tabella riassuntiva

<i>Sistema Musei di Roma Capitale 2020</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,68	3,00	537	27	0,577	5%	73%	1%	96%
Orari di apertura	2,86	3,00	561	3	0,358	1%	86%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,92	3,00	518	46	0,310	8%	93%	0%	99%
Guardaroba	2,88	3,00	188	376	0,322	67%	88%	0%	100%
Opere della collezione	2,81	3,00	559	5	0,420	1%	82%	0%	99%
Supporti informativi	2,68	3,00	549	15	0,528	3%	71%	0%	98%
Supporti digitali	2,66	3,00	329	235	0,507	42%	67%	0%	99%
Personale in sala	2,79	3,00	360	204	0,476	36%	81%	1%	99%
Segnaletica interna	2,69	3,00	553	11	0,571	2%	75%	0%	94%
Posti a sedere	2,64	3,00	449	115	0,702	20%	77%	1%	88%
Pulizia del sito	2,98	3,00	559	5	0,151	1%	98%	0%	100%
Personale in libreria	2,86	3,00	36	528	0,351	94%	86%	0%	100%
Libreria	2,57	3,00	238	326	0,552	58%	60%	0%	97%
Caffetteria	2,78	3,00	89	475	0,494	84%	80%	1%	99%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,78</b>	<b>3,00</b>	<b>551</b>	<b>13</b>	<b>0,450</b>	<b>2%</b>	<b>80%</b>	<b>0%</b>	<b>99%</b>

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

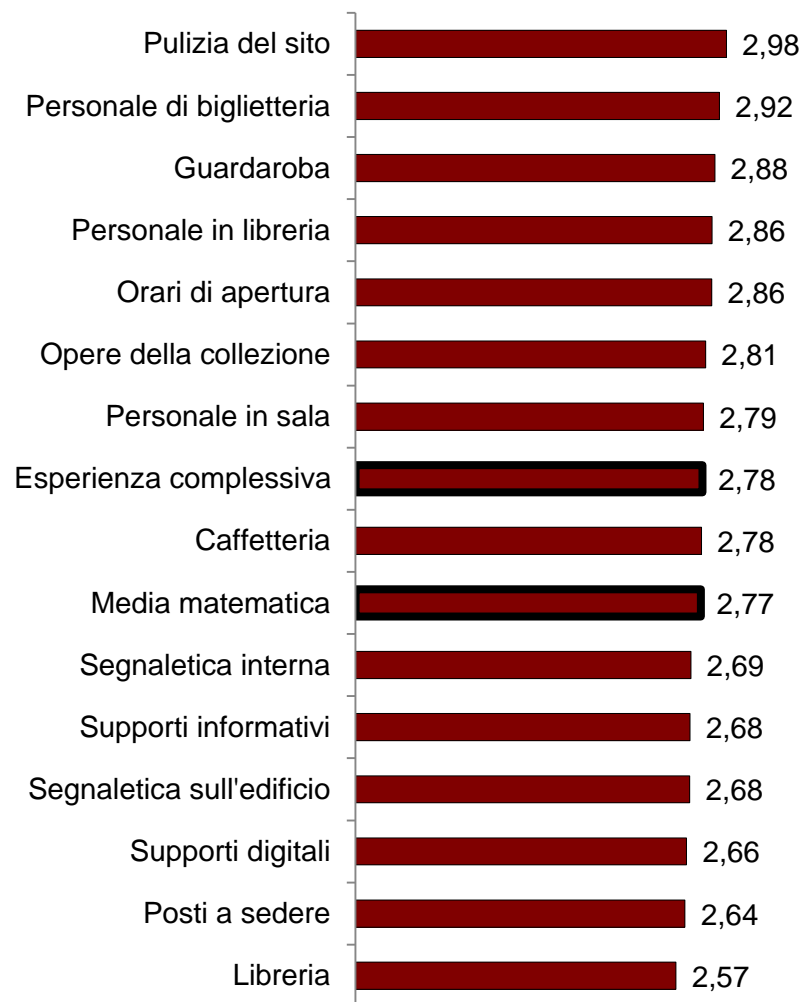
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,77).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Gli aspetti maggiormente graditi sono: la **pulizia del sito**, il **personale di biglietteria**, il **guardaroba**, il **personale in libreria** e gli **orari di apertura**, le **opere della collezione** e il **personale in sala**.

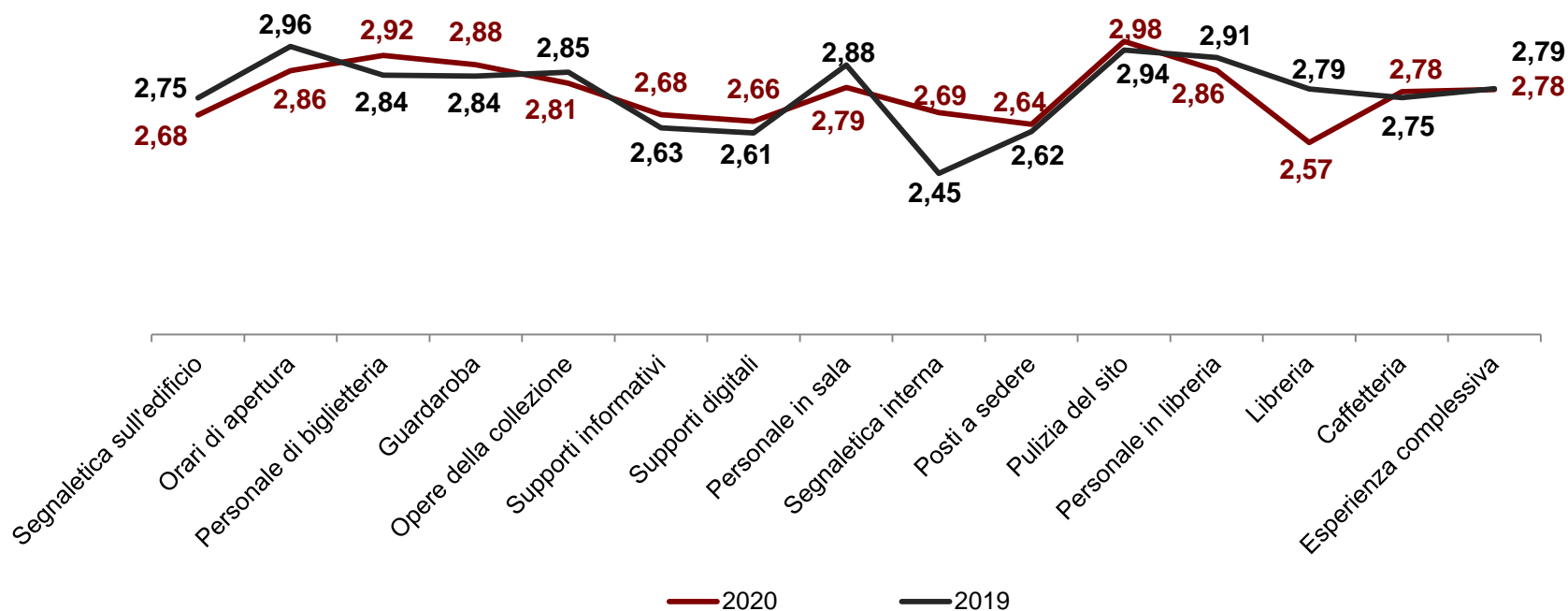
Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2019-2020

Rispetto allo scorso anno il trend\* risulta piuttosto lineare, ma con uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione in particolare sul personale di biglietteria e sulla segnaletica interna, mentre è in calo soprattutto la media sulla libreria, seppure sia nettamente superiore allo standard minimo di 2,20 (si evidenzia che su tale servizio ha risposto il 42% del campione intervistato).



\*Nella comparazione dei dati sono stati estrapolati dall'indagine del 2019 solo i risultati relativi ai musei oggetto d'indagine nel 2020.

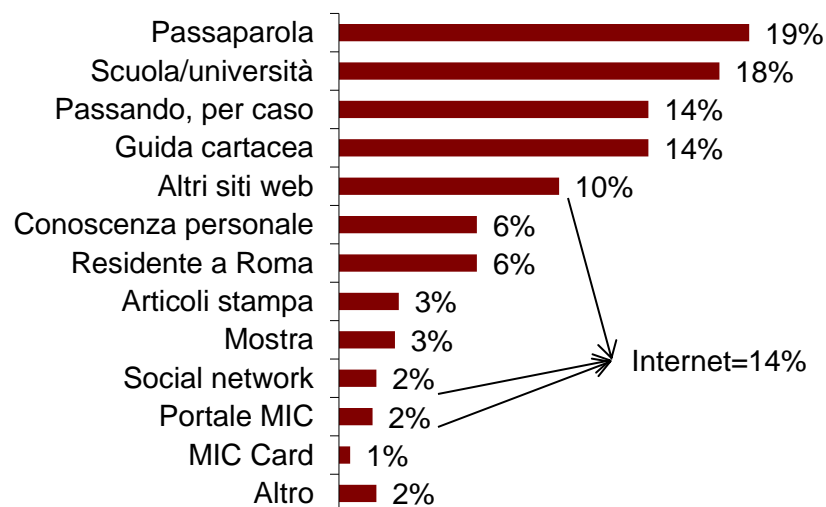
## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 19% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo attraverso il “**passaparola**” (18% nel 2019), mentre il 18% risponde “**scuola/università**” (17% nell’indagine precedente). Seguono “**internet**”, “**passando, per caso**” e “**guida cartacea**”, che raggiungono il 14% (nella scorsa indagine le percentuali erano le seguenti: 16% *guida cartacea*; 15% *internet e passando, per caso*).

Le voci passando per caso e internet emergono principalmente tra i turisti stranieri, di età 35-54 anni, laureati, nuovi visitatori, privi di aspettative e in generale abbastanza soddisfatti.

Il passaparola e la scuola/università sono predominanti tra i visitatori romani, di età giovane 14-34 anni o adulta 55-74 anni, che hanno conseguito un diploma di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati nei musei del Sistema, il cui giudizio è superiore o uguale alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza.

La guida cartacea prevale tra i turisti, sia italiani che stranieri, di età 45-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, visitano per la prima volta i musei del Sistema, il loro giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale sono molto/abbastanza soddisfatti.



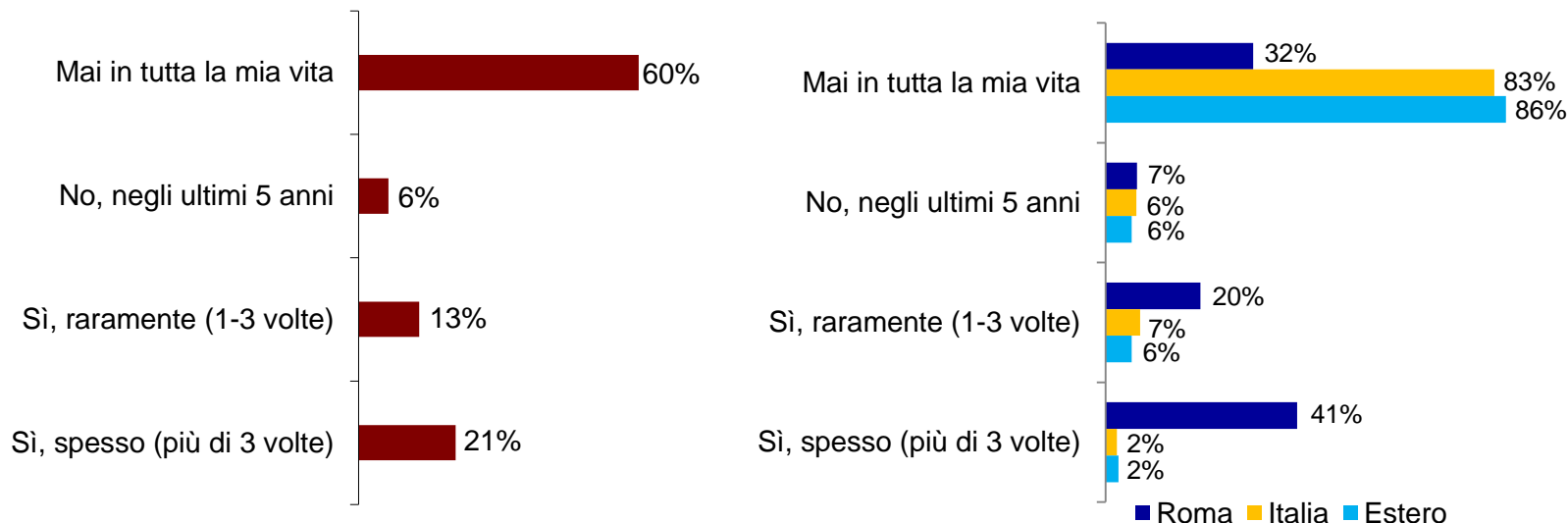


## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 60% del campione afferma di non essere mai stato prima al museo visitato e il 34% già vi è stato (di cui il 13% **“da una a tre volte”** ed il 21% **“più di tre volte”**), mentre il restante 6% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), di età giovane fino ai 44 anni, con un diploma di scuola media inferiore o superiore, che non hanno usufruito di alcuna card per entrate nei musei, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno, in generale abbastanza soddisfatti.

Invece ad essere già stati al museo in cui si viene intervistati, sono prevalentemente i visitatori romani, di età adulta oltre i 45 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, la maggior parte di essi ha utilizzato la *MIC Card*, il loro giudizio è uguale alle attese, hanno frequentato più di tre musei in quest’ultimo anno e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.

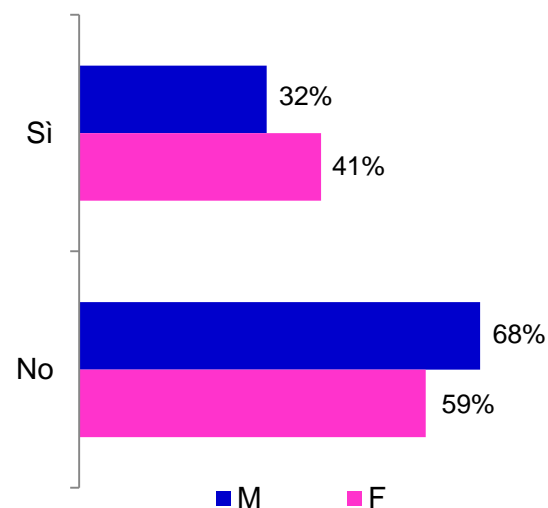
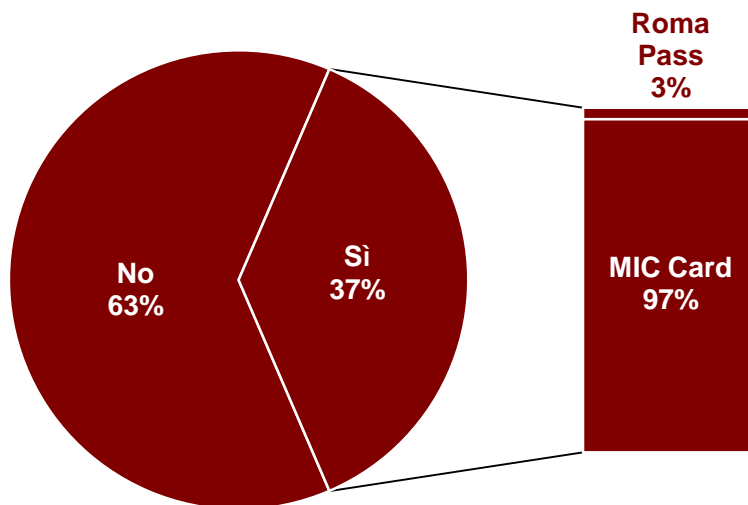


## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 63% del campione non ha usufruito di alcuna card per entrare nel museo, mentre ne ha usufruito il 37% degli intervistati (di cui il 97% si riferisce alla **MIC Card** ed il restante 3% è relativo alla **Roma Pass**; cfr. grafico in basso a sinistra).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto le donne (cfr. grafico sottostante a destra), residenti a Roma, diplomate, molte già state al museo visitato, il loro giudizio è uguale alle aspettative e in generale affermano di essere molto soddisfatte.

Invece a non aver usufruito di alcuna card per entrare nei Musei del Sistema, sono principalmente gli uomini, turisti (sia italiani che stranieri), laureati, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti della loro esperienza museale.

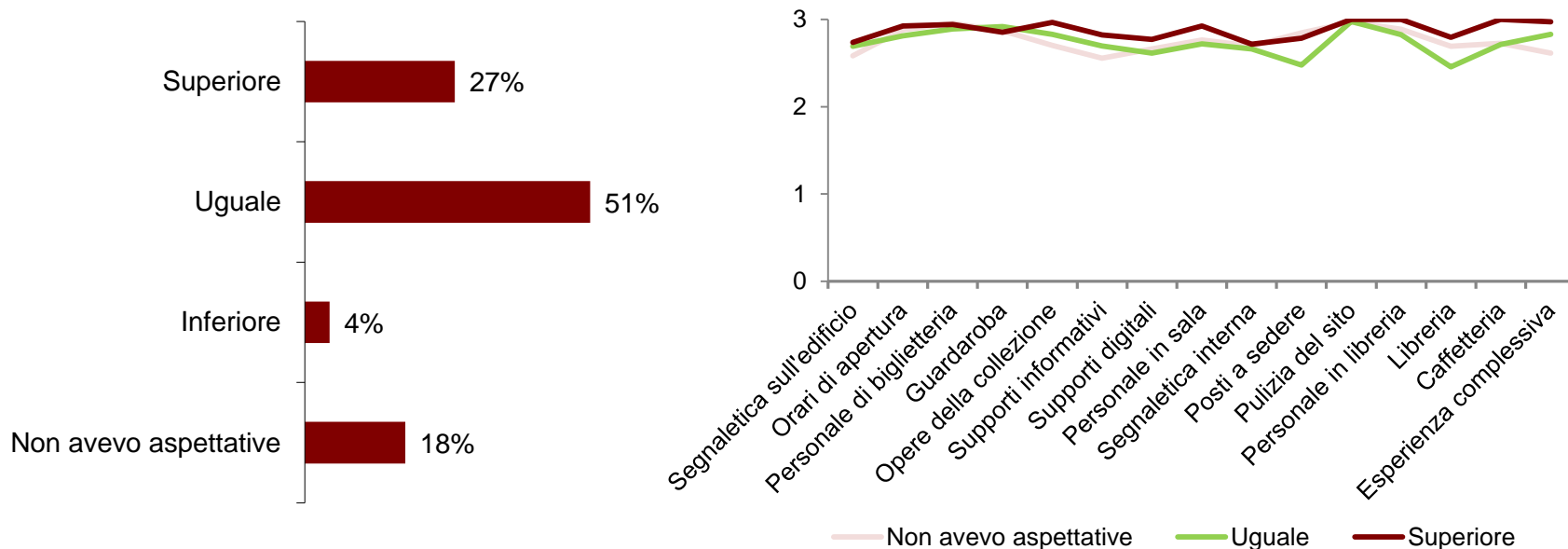


## Giudizio rispetto alle aspettative

Circa la metà dei visitatori intervistati (51% sul totale) afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 27% è superiore, mentre per il restante 4% è inferiore. Il 18% dichiara di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i turisti (sia italiani che stranieri), di età inferiore ai 44 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, che non hanno utilizzato una card per entrare e nel complesso si ritengono molto o abbastanza soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle attese principalmente per i cittadini romani, di età adulta oltre i 45 anni, diplomati, hanno già visitato i musei del Sistema, possessori di *MIC Card*, con un'esperienza complessiva molto soddisfacente.

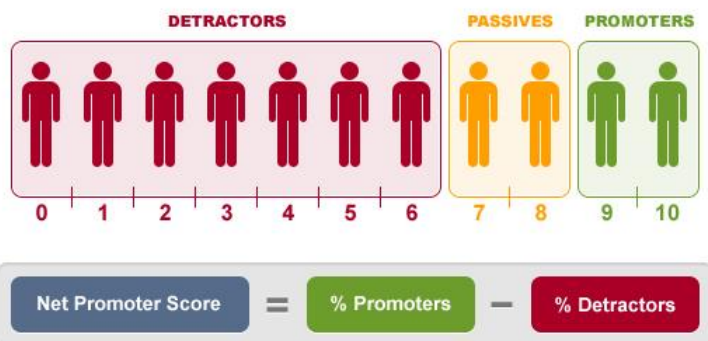
Chi ha un giudizio superiore alle aspettative risulta tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe questo museo 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 gli utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà i musei del *Sistema Musei di Roma Capitale* è pari al **53%**. Inoltre si rileva che il 39% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre la percentuale dei “*detrattori*” risulta minima (4%).



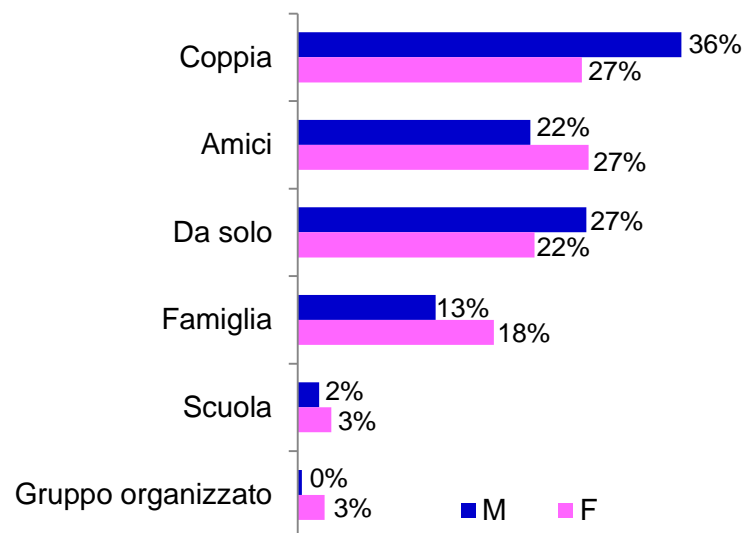
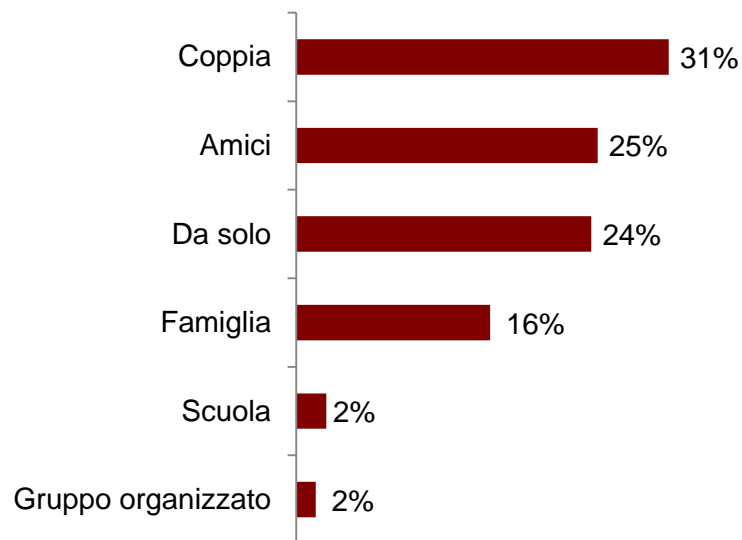
NET PROMOTER SCORE										
<i>Sistema Musei di Roma Capitale 2020</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	1	7	15	34	183	123	200
0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%	6%	33%	22%	35%
<b>DETRACTORI = 4%</b>							<b>PASSIVI = 39%</b>		<b>PROMOTORI = 57%</b>	
<b>57% - 4% = 53%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 31% degli intervistati dichiara di avere visitato il museo in “**coppia**”, il 25% in compagnia di “**amici**”, il 24% è venuto “**da solo**”, il 16% con la propria “**famiglia**” mentre un 2% vi si reca con la “**scuola**” e il restante 2% insieme ad un “**gruppo organizzato**”.

Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto gli uomini (*cf.* grafico sottostante a destra), stranieri, di età 19-39 anni, laureati, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei nell’ultimo anno. A venire con gli amici sono principalmente le donne, italiane (incluse le residenti a Roma), di età giovane 19-34 anni o adulta al di sopra dei 65 anni, diplomate, alcune si sono già recate nei musei del Sistema, molto soddisfatte della loro esperienza complessiva e in quest’ultimo anno non hanno visitato altri musei.

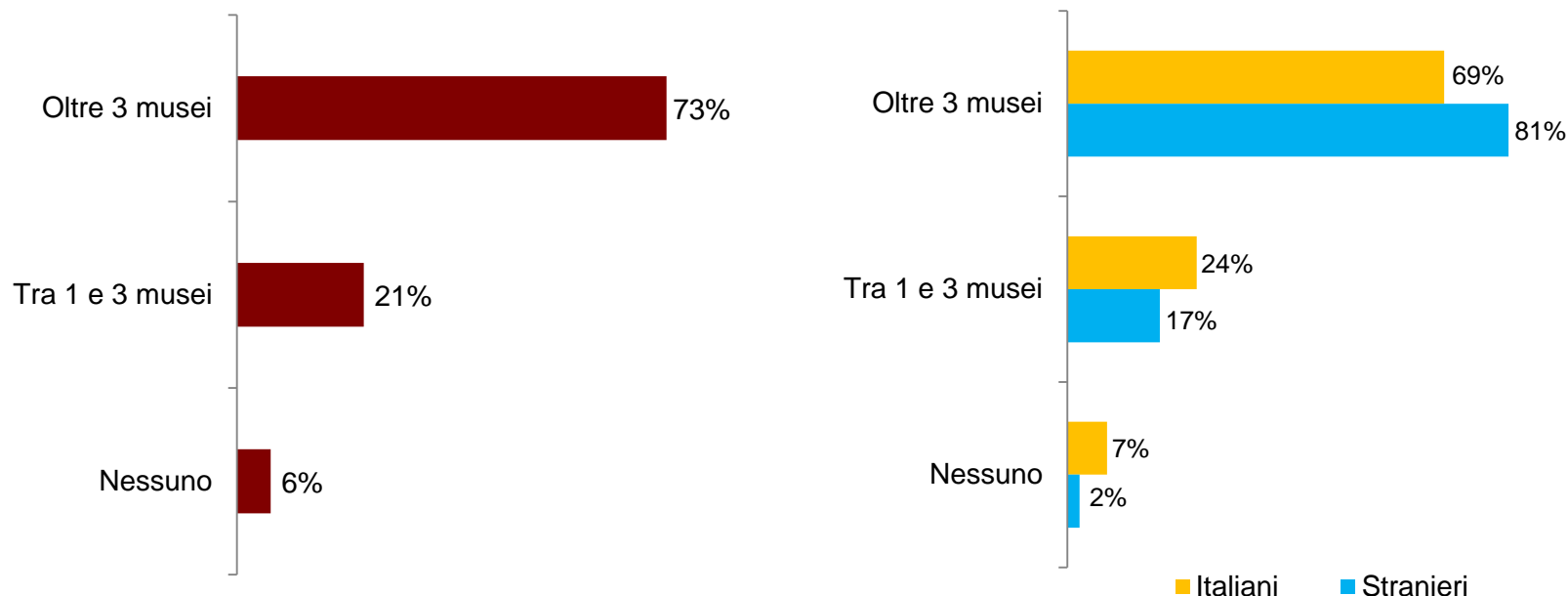
Invece a venire da soli sono in prevalenza gli uomini, residenti a Roma, di età 40-64 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, molti di essi sono già stati in tali musei, nel complesso si ritengono molto soddisfatti e dichiarano di essere stati in meno di tre musei nell’ultimo anno.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 73% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 21% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il restante 6% afferma di non essere stato in altri musei.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto gli stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), che affermano di avere un giudizio superiore o uguale alle proprie attese. Invece, ad avere frequentato meno di tre musei, sono prevalentemente i visitatori italiani, senza aspettative prima della loro visita.



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

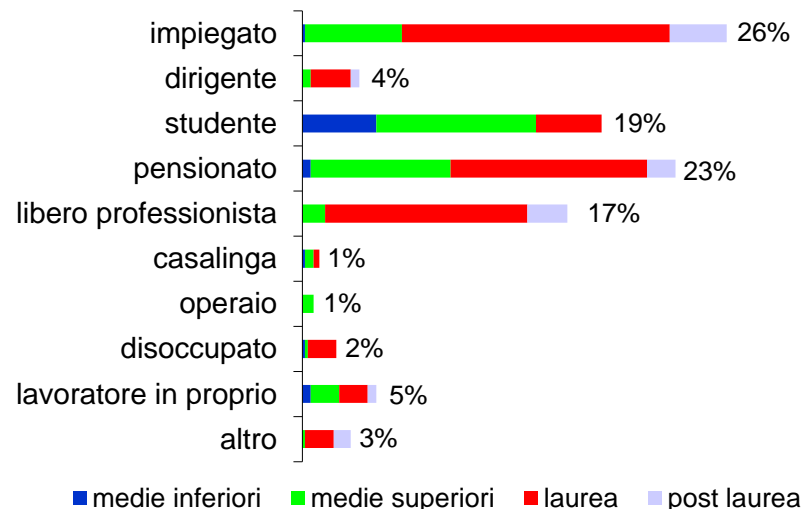
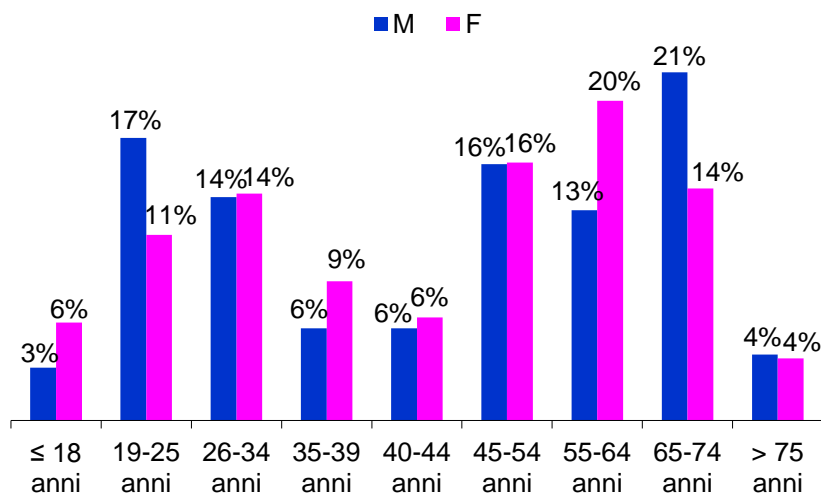
In questa indagine prevale il **genere femminile** (56%: percentuale pressoché invariata rispetto al 57% dello scorso anno), soprattutto nelle fasce d'età dei 35-44 anni e 55-64 anni. Invece il genere maschile è predominante tra i giovani di età 19-25 anni e adulti di età 65-74 anni.

Le fasce d'età più rappresentate restano quelle adulte, comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 50% sul totale del campione (45% nel 2019).

I giovani di età **19-34 anni** rappresentano il 25% del campione (lo scorso anno erano il 26%).

Il 64% del campione totale afferma di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (62% nell'indagine precedente).

Anche quest'anno prevalgono gli **impiegati** (26%, in lieve aumento dal 24% emerso nel 2019), seguiti dai **pensionati** (passano dal 23% al 21%) e dagli studenti (scendono dal 23% al 19%).



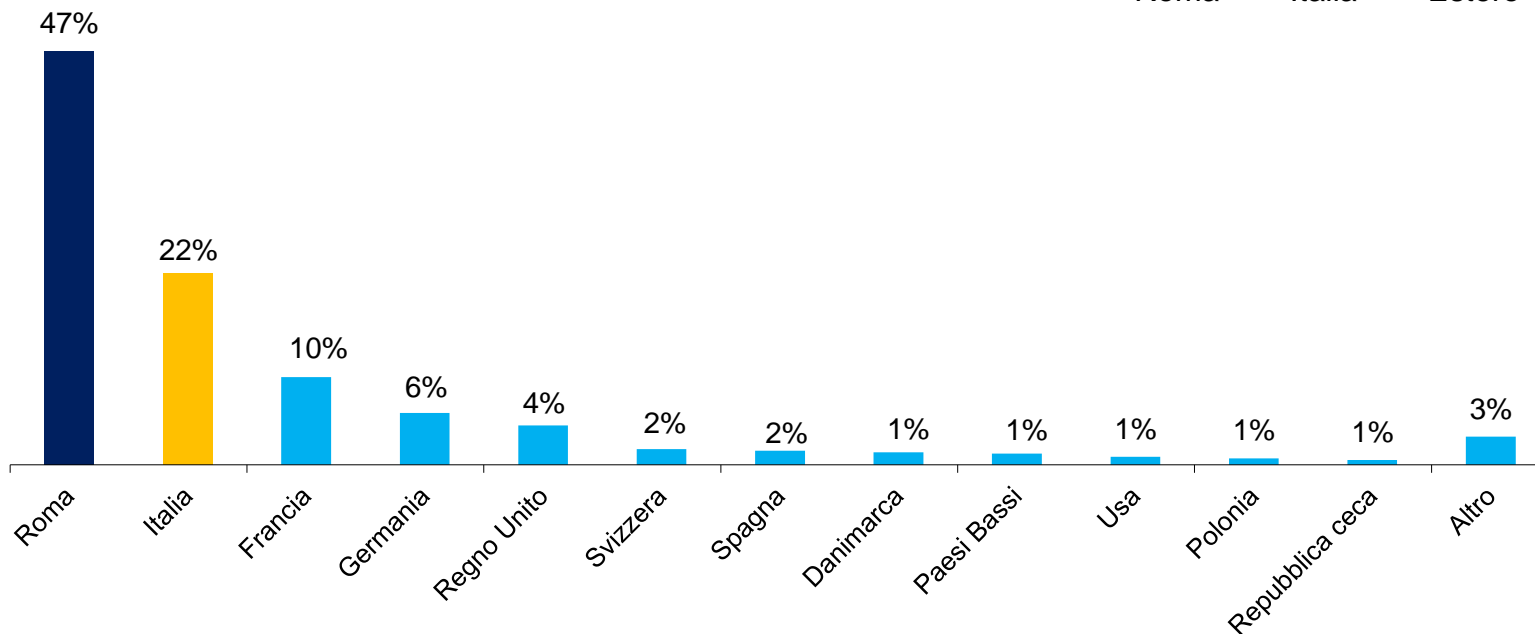
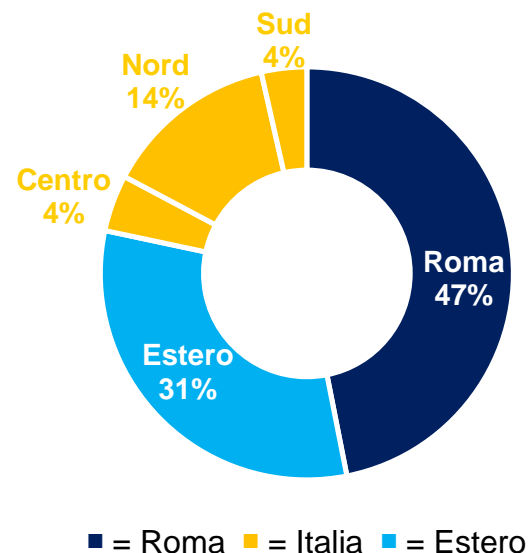
## Analisi socio-demografica: provenienza

Il 47% del campione intervistato è costituito da **residenti romani** (34% nell'indagine precedente), il 31% sono turisti **stranieri** (in forte calo dal 53% emerso nel 2019), mentre aumenta chi giunge da altre **province italiane** (dal 14% della scorsa indagine al 22%).

La variazione della provenienza del target intervistato è dovuta al periodo di emergenza a causa del Covid-19.

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese** (10%).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.

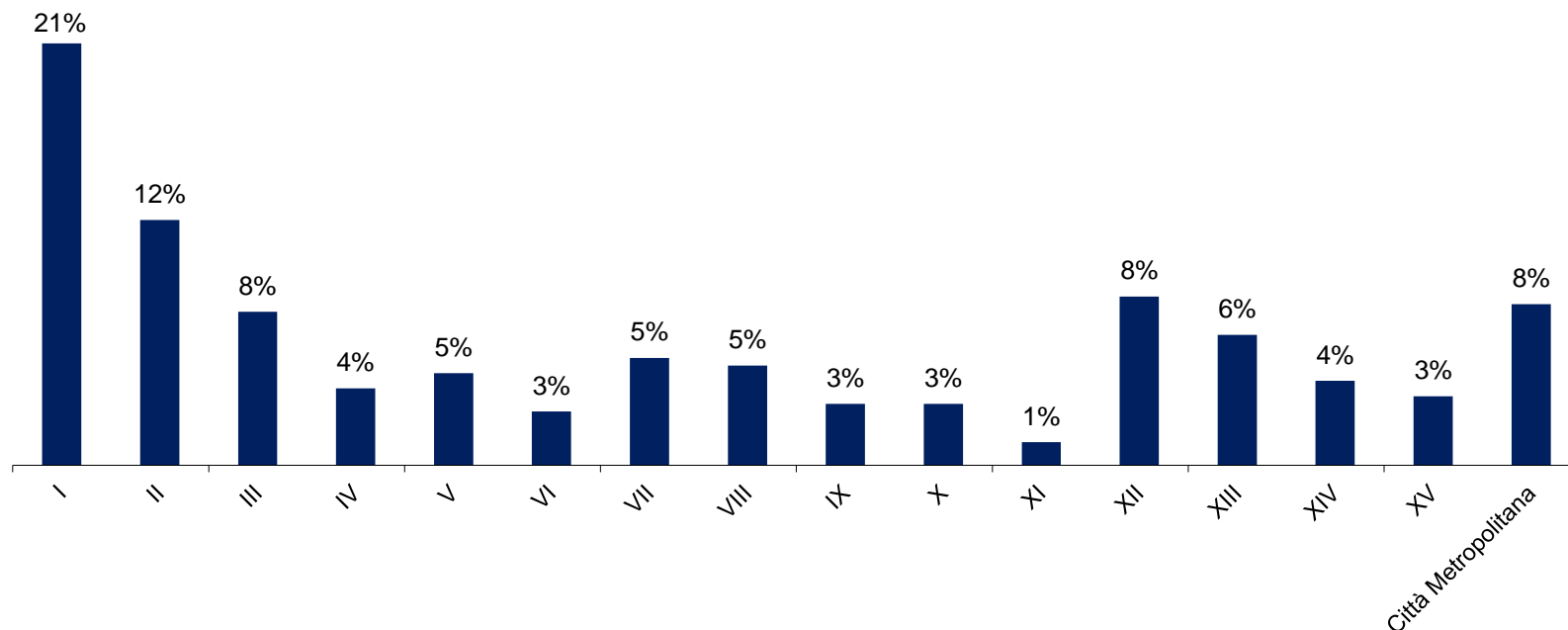




## Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani, prevalgono quelli centrali, ovvero i **Municipi I e II** (rispettivamente 21% e 12% sul totale). L'Area della Città Metropolitana raggiunge un 8% sul totale degli intervistati, stessa percentuale raggiunta dai Municipio **III** e **XII**.

Per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante.



## Analisi socio-demografica: profilo visitatori per museo

Indagine customer satisfaction 2020		Musei Capitolini	Mercati di Traiano	Museo dell'Ara Pacis	Museo di Roma	Galleria d'Arte Moderna
<b>Fasce d'età</b>	≤18 anni	7%	6%	6%	7%	0%
	19-39 anni	31%	27%	43%	36%	40%
	40-64 anni	43%	45%	36%	34%	34%
	≥65 anni	19%	22%	15%	23%	26%
<b>Genere</b>	M	45%	45%	46%	41%	43%
	F	55%	55%	54%	59%	57%
<b>Titolo di studio</b>	medie inferiori	9%	8%	5%	7%	2%
	medie superiori	24%	35%	29%	31%	30%
	laurea/post laurea	67%	57%	66%	62%	68%
<b>Professione</b>	impiegato	29%	31%	25%	18%	29%
	dirigente	7%	1%	3%	7%	1%
	studente	13%	18%	21%	23%	16%
	pensionato	18%	25%	18%	26%	28%
	libero professionista	15%	17%	22%	14%	15%
	casalinga	5%	0%	1%	0%	0%
	operaio	1%	1%	1%	1%	0%
	disoccupato	4%	2%	0%	1%	4%
	lavoratore in proprio	3%	2%	9%	5%	4%
	altro	5%	3%	0%	5%	3%
<b>Provenienza</b>	Roma	42%	44%	25%	49%	73%
	Centro Italia	3%	5%	4%	6%	5%
	Nord Italia	7%	8%	34%	12%	7%
	Sud Italia	2%	1%	2%	4%	10%
	Estero	46%	42%	35%	28%	5%

## Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,241**	0,072	,249**	0,067	,160**	,270**	,196**	,169**	0,089	,223**	-0,018	0,055	0,087	,143**
Orari di apertura	,241**	1,000	,158**	,143*	0,010	0,032	,129*	,192**	0,018	,145**	,178**	0,251	,136*	0,116	,095*
Personale di biglietteria	0,072	,158**	1,000	0,070	0,070	-0,003	0,083	,511**	,181**	,266**	0,056	0,248	,136*	0,162	0,037
Guardaroba	,249**	,143*	0,070	1,000	,174*	0,040	0,014	,289**	-0,092	-0,094	0,046	-0,149	,231*	-0,108	,209**
Opere della collezione	0,067	0,010	0,070	,174*	1,000	,226**	,137*	,148**	-0,013	-0,038	,147**	0,170	,170**	0,206	,575**
Supporti informativi	,160**	0,032	-0,003	0,040	,226**	1,000	,400**	,170**	,162**	0,055	,147**	-,415*	0,052	0,139	,281**
Supporti digitali	,270**	,129*	0,083	0,014	,137*	,400**	1,000	,238**	,159**	,158**	,176**	-0,282	,322**	0,136	,170**
Personale in sala	,196**	,192**	,511**	,289**	,148**	,170**	,238**	1,000	,304**	,250**	-0,002	0,215	,237**	0,078	,192**
Segnaletica interna	,169**	0,018	,181**	-0,092	-0,013	,162**	,159**	,304**	1,000	,374**	,132**	0,022	0,042	,310**	0,049
Posti a sedere	0,089	,145**	,266**	-0,094	-0,038	0,055	,158**	,250**	,374**	1,000	,178**	0,305	,456**	,554**	-0,060
Pulizia del sito	,223**	,178**	0,056	0,046	,147**	,147**	,176**	-0,002	,132**	,178**	1,000	-0,068	0,055	0,110	,170**
Personale in libreria	-0,018	0,251	0,248	-0,149	0,170	-,415*	-0,282	0,215	0,022	0,305	-0,068	1,000	,398*	-0,091	0,251
Libreria	0,055	,136*	,136*	,231*	,170**	0,052	,322**	,237**	0,042	,456**	0,055	,398*	1,000	,646**	,224**
Caffetteria	0,087	0,116	0,162	-0,108	0,206	0,139	0,136	0,078	,310**	,554**	0,110	-0,091	,646**	1,000	0,194
Esperienza complessiva	,143**	,095*	0,037	,209**	,575**	,281**	,170**	,192**	0,049	-0,060	,170**	0,251	,224**	0,194	1,000

\*\*\* L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Essa 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).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

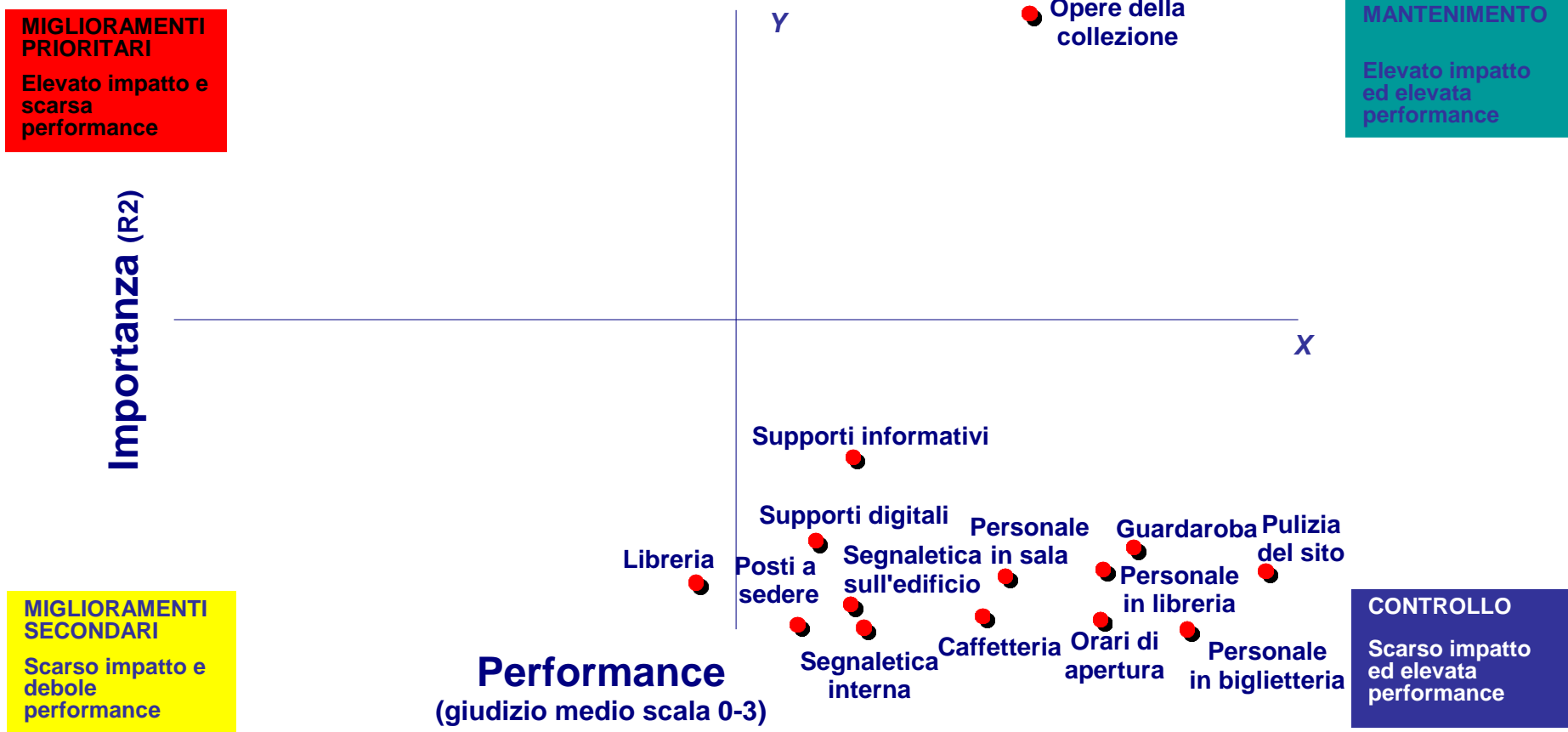
Per il *Sistema Musei di Roma Capitale* le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,575
Supporti informativi	0,281
Personale in libreria	0,251
Libreria	0,224
Guardaroba	0,209
Supporti digitali	0,170
Pulizia del sito	0,170
Segnaletica sull'edificio	0,143
Orari di apertura	0,095

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** risultano essere l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e anche soddisfacente rispetto all'esperienza complessiva (quadrante in alto a destra). Non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, 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

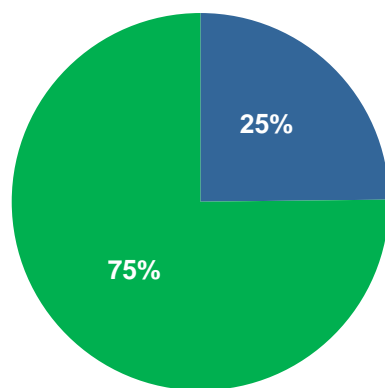
L'analisi dei *Cluster* serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 Cluster, la cui numerosità campionaria è significativa per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (n.140 individui per il *Cluster 1* e n. 424 per il *Cluster 2*).

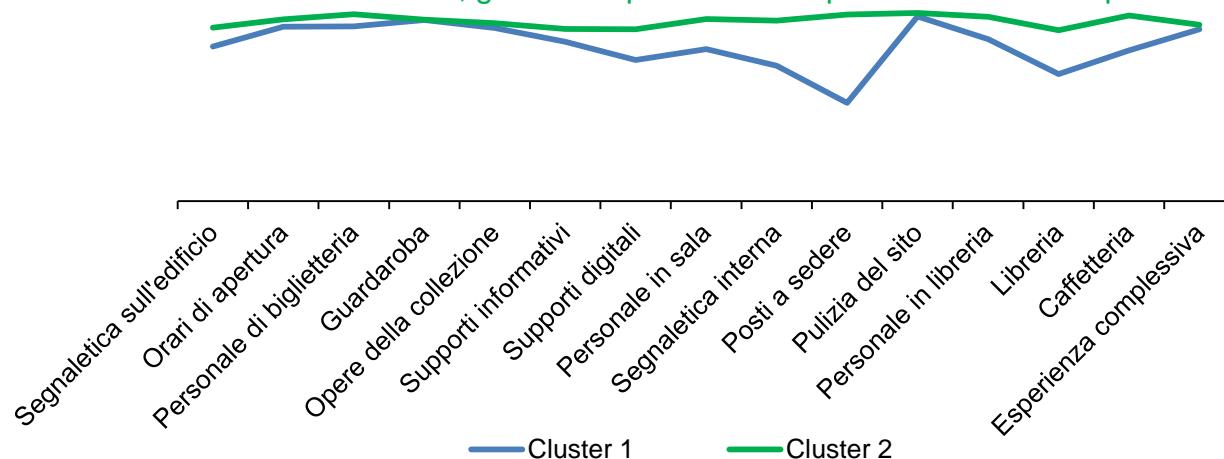
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più basso sui vari aspetti indagati, mentre la 2° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su tutte le variabili considerate.

**Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti**: in prevalenza uomini, romani, di età adulta 45-74 anni, liberi professionisti e pensionati, hanno visitato soprattutto i *Musei Capitolini*, i *Mercati di Traiano* e la *Galleria d'Arte Moderna*, alcuni sono già stati in tali musei, ne sono venuti a conoscenza in particolare tramite il passaparola, vi si recano da soli o in coppia, alcuni utilizzano la MIC Card, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale aspettative.

**Cluster 2 – Molto soddisfatti**: in prevalenza donne, turisti, di età giovane 19-34 anni, studenti e impiegati, hanno visitato soprattutto il *Museo dell'Ara Pacis* e il *Museo di Roma*, nuovi visitatori, ne sono venuti a conoscenza passando per caso, con la guida cartacea e scuola/università, vi si recano con amici o famiglia, non hanno usufruito di alcuna card, sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



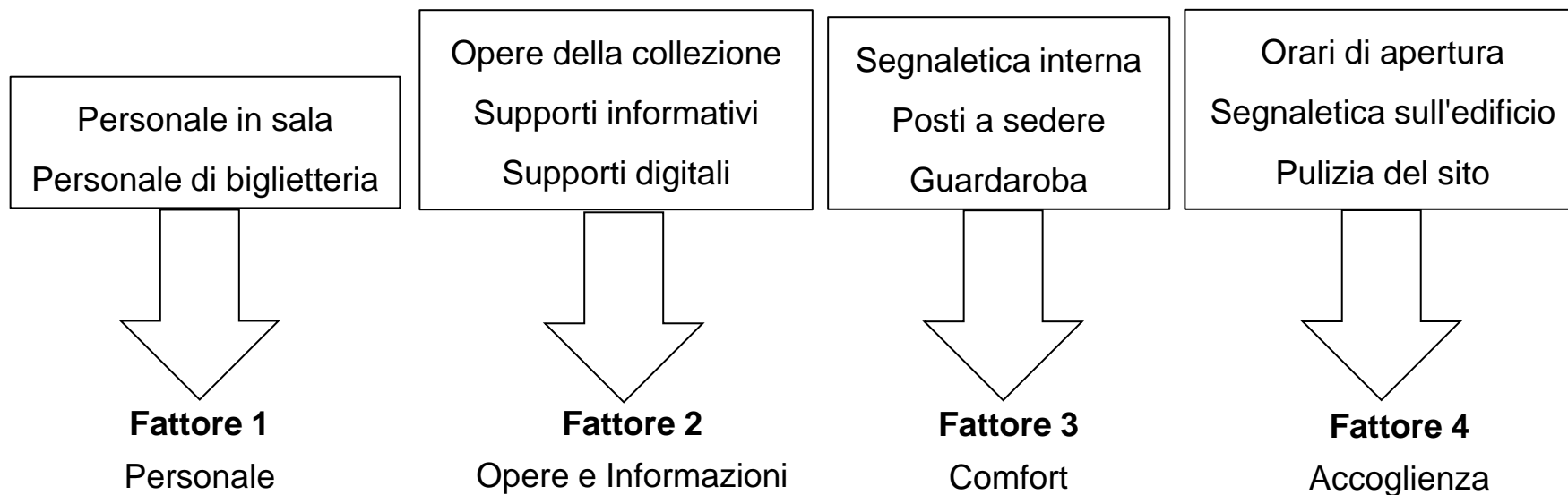
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Analisi Fattoriale

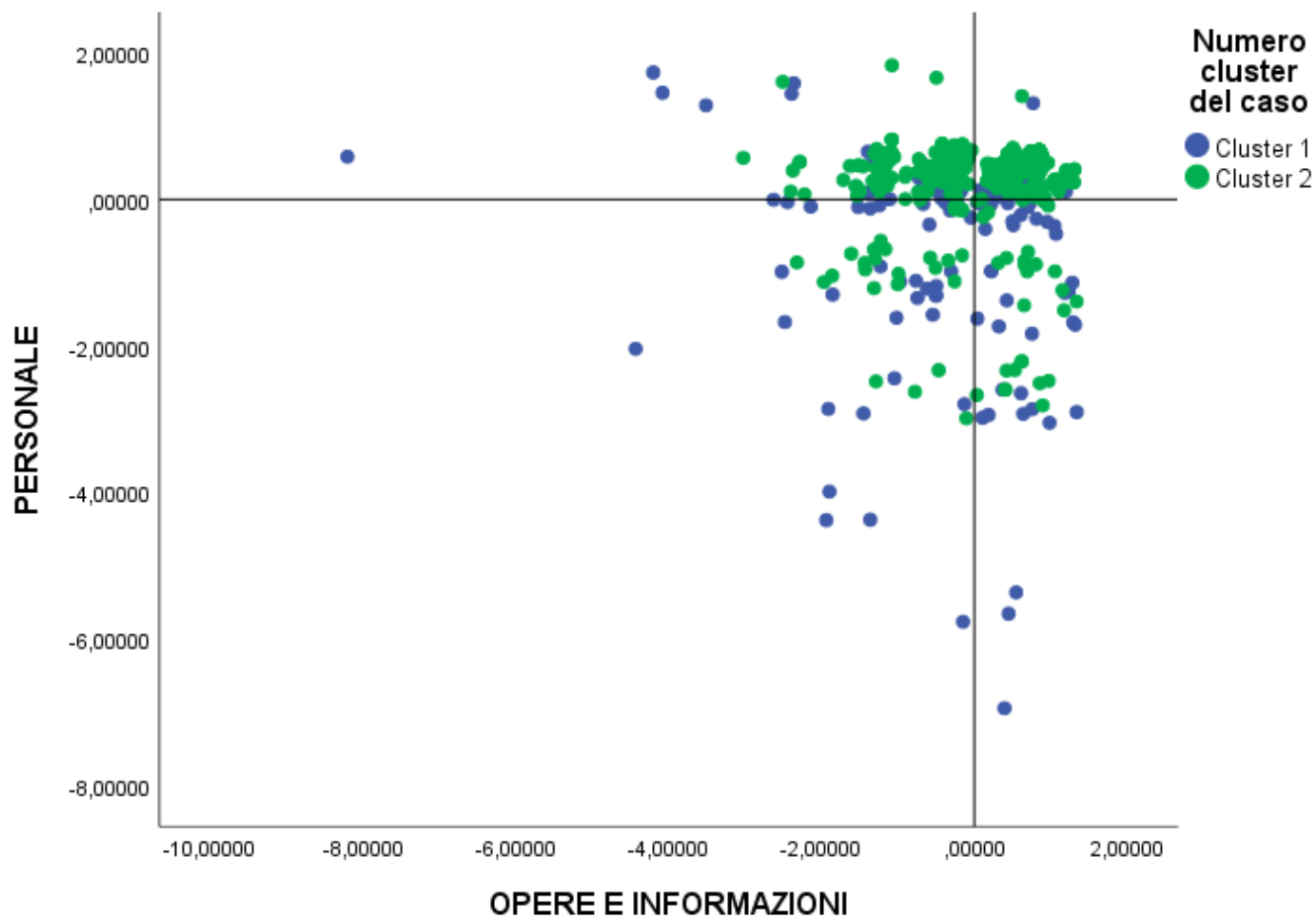
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, il personale in libreria e la libreria sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi bivariata).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione generale, ma in particolare sul Fattore 1 (*Personale*), mentre il Cluster 1 evidenzia una più ampia dispersività dei giudizi medi rilasciati dai visitatori intervistati, ovvero sono meno soddisfatti su entrambi i fattori considerati.





## Casa Museo Alberto Moravia

Nei mesi di gennaio e febbraio 2020 sono stati compilati n.16 questionari da parte dei visitatori di *Casa Museo Alberto Moravia* (24% del totale dei partecipanti alle visite didattiche).

Il livello di soddisfazione generale è molto buono, con una media di **2,68** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Gli aspetti maggiormente graditi sono stati **l'esperienza complessiva** (2,88) e la **completezza delle informazioni** ricevute durante la visita (2,87).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono **"internet"** e il **"passaparola"** poiché entrambi raggiungono una percentuale pari al 35% sul campione totale. Il Net Promoter Score indica che il 57% del campione consiglierebbe di visitare la *Casa Museo Alberto Moravia*.

Il profilo degli intervistati è costituito per la quasi totalità da **cittadini romani** (93%), di **genere femminile** (63%), età adulta **45-74 anni** (56%), con un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (81%). Tra le categorie professionali prevalgono gli **impiegati** con il 50% sul totale, seguiti da **liberi professionisti** (25%) e da **pensionati** (17%).

CASA MUSEO ALBERTO MORAVIA 2020	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Sito Internet	2,25	2,00	8	8	0,707	88%
Organizzazione generale	2,80	3,00	15	1	0,414	100%
Materiale all'accoglienza	2,47	3,00	15	1	0,640	93%
Completezza delle informazioni	2,87	3,00	15	1	0,352	100%
Visita guidata	2,73	3,00	15	1	0,458	100%
Pulizia del sito	2,86	3,00	14	2	0,363	100%
Collezione	2,80	3,00	15	1	0,414	100%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,88</b>	<b>3,00</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0,500</b>	<b>100%</b>

## Allegato 1 - Tabella risultati per museo

<b>Indagine customer satisfaction 2020 Sistema Musei di Roma Capitale</b>	<b>Musei Capitolini</b>	<b>Mercati di Traiano</b>	<b>Museo dell'Ara Pacis</b>	<b>Museo di Roma</b>	<b>Galleria d'Arte Moderna</b>
Segnaletica sull'edificio	2,67	2,69	2,76	2,83	2,48
Orari di apertura	2,86	2,88	2,85	2,93	2,77
Personale di biglietteria	2,74	2,91	2,99	2,98	2,96
Guardaroba	2,98	2,83	3,00	2,91	2,80
Collezione	2,93	2,86	2,70	2,78	2,77
Supporti informativi	2,52	2,69	2,72	2,70	2,77
Supporti digitali	2,60	2,69	2,68	2,74	2,58
Personale in sala	2,62	2,72	2,95	2,88	2,84
Segnaletica interna	2,22	2,60	2,95	2,91	2,78
Posti a sedere	2,21	2,26	2,96	2,94	2,67
Pulizia del sito	2,99	2,95	2,98	2,99	2,97
Personale in libreria	2,89	-	-	-	-
Libreria	2,74	2,49	2,64	2,76	2,40
Caffetteria	2,68	-	-	2,88	-
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,89</b>	<b>2,82</b>	<b>2,65</b>	<b>2,75</b>	<b>2,81</b>

## Allegato 2 – Aspetti dei Suggerimenti per museo

Suggerimenti per museo	Musei Capitolini	Mercati di Traiano	Museo dell'Ara Pacis	Museo di Roma	Galleria d'Arte Moderna	Totale complessivo	%
NIENTE DA MIGLIORARE	36	67	55	78	65	301	-
ELOGI	0	2	2	1	6	11	-
SUPPORTI INFORMATIVI	22	16	5	6	12	61	19%
SEGNALETICA INTERNA	26	8	2	0	1	37	12%
COLLEZIONE	1	5	20	7	5	34	12%
SUPPORTI DIGITALI	0	0	14	4	12	30	10%
ORARIO	4	11	7	2	3	27	9%
POSTI A SEDERE	5	12	0	2	0	19	6%
PERCORSO	5	5	3	4	0	17	5%
ASSISTENZA IN SALA	9	0	1	0	1	11	4%
ALLESTIMENTO	0	3	0	1	3	7	2%
ESTERNO	0	0	0	0	6	6	2%
ILLUMINAZIONE	1	1	3	1	0	6	2%
BIGLIETTO	1	1	3	0	0	5	2%
PUBBLICITÀ/COMUNICAZIONE	0	1	1	0	3	5	2%
SEGNALETICA ESTERNA	4	0	0	0	1	5	2%
AMBIENTI NON VISITABILI	0	2	0	0	0	6	1%
BIGLIETTERIA	2	2	0	0	0	4	1%
CAFFETTERIA/RISTORO	1	1	0	0	2	4	1%
DEPLIANT	2	2	0	0	0	4	1%
TEMPERATURA	0	0	4	0	0	4	1%
MATERIALE INFORMATIVO	0	0	0	0	3	3	1%
SITO WEB	0	0	0	2	1	3	1%
ACCOGLIENZA	0	2	0	0	0	2	1%
GUARDAROBA	0	1	0	0	1	2	1%
SICUREZZA	0	0	0	1	1	2	1%
VIDEOGUIDA/AUDIOGUIDA	1	0	0	0	1	2	1%
CONTACT CENTER	1	0	0	0	0	1	0%
CONSERVAZIONE	0	0	0	0	1	1	0%
DIDATTICA	0	0	1	0	0	1	0%
EDIFICIO	0	0	1	0	0	1	0%
ALTRO	0	0	2	1	0	3	1%
<b>TOTALE SUGGERIMENTI 2020</b>	<b>85</b>	<b>73</b>	<b>67</b>	<b>31</b>	<b>57</b>	<b>313</b>	<b>100%</b>

**Allegato 3 - Campione intervistato per museo**

<b>Indagine customer satisfaction 2020 SISTEMA MUSEI DI ROMA CAPITALE</b>	<b>Periodo indagine</b>	<b>Campione intervistato</b>	<b>% intervistati/ totale ingressi</b>
Musei Capitolini	27-29 ottobre	104	14%
Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali	5-9 ottobre	130	22%
Museo dell'Ara Pacis	20-26 ottobre	111	32%
Museo di Roma	13-22 ottobre	103	31%
Galleria d'Arte Moderna	29 settembre-6 ottobre	116	35%
<b>Totale complessivo</b>	<b>29 settembre–29 ottobre</b>	<b>564</b>	<b>24%</b>

## Allegato 4a: Questionario (fronte)

MUSEO/MUSEUM:	DATA/DATE: / /	ORA/HOUR: / /			
<p>Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?  <i>Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?</i></p>					
<p>1. <b>Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?</b> <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i>  <input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. <b>Ha utilizzato una card per entrare nel museo?</b> <i>Did you use any card to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> (quale?/which? <input type="checkbox"/> ROMA PASS <input type="checkbox"/> MIC CARD) <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i></p>					
<p>3. <b>La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?</b> <i>How did you find out this museum the first time?</i></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&amp;relatives</i>  <input type="checkbox"/> <a href="http://www.museiincome.it">www.museiincome.it</a>-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i>  <input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network  <input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i>  <input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i></p>					
<p><b>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:</b>  <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i></p>					
	<b>Non utilizzato</b> <i>Not used</i>	<b>Molto soddisfatto</b> <i>Very satisfied</i>	<b>Abbastanza soddisfatto</b> <i>Quite satisfied</i>	<b>Poco soddisfatto</b> <i>Slightly satisfied</i>	<b>Per niente soddisfatto</b> <i>Not satisfied at all</i>
4. Segnaletica sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Personale di biglietteria/ <i>Ticket office staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools and captions</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Supporti digitali/ <i>Digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. <b>Esperienza Museale nel suo complesso/ <i>Overall Museum Experience</i></b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>19. <b>Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></b></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i>  <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

## Allegato 4b: Questionario (retro)

20. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**  
 Da solo/ *By myself*     Gruppo organizzato/ *Group Tour*     Coppia/ *Partner-Companion*     Amici/ *Friends*  
 Famiglia/ *Family*     Scuola/ *School*     Altro/ *Other*.....

21. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**  
 Nessuno/ *None*     Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums*     Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

22. **Aspetti da migliorare/ Features to improve**  niente/ *nothing*  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:**

**Età/ Age:**  <14     14 -18     19-25     26-34     35-39     40-44     45-54     55- 64     65-74     75 e più/ *75 and more*

**Sesso/Gender:**  Uomo/ *Man*     Donna/ *Woman*

**Titolo di studio/Education:**  scuola dell'obbligo/ *primary school*     diploma superiore/ *high school*  
 laurea/ *degree*     specializzazione post laurea/ *postgraduate*

**Professione/Job:**

<input type="checkbox"/> impiegato/ <i>employee</i>	<input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i>
<input type="checkbox"/> dirigente-direttivo-quadro / <i>manager-executive</i>	<input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i>
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>	<input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i>
<input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i>	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>
<input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i>	
<input type="checkbox"/> altro/ <i>other</i> _____	

**Provenienza/Provenance:**  Roma/ *Rome*  
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specify)* \_\_\_\_\_  
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* \_\_\_\_\_