



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Pietro Canonica

12 – 17 Ottobre 2021

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2019-2021
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo 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)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **102 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 12 al 17 ottobre** presso il **Museo Pietro Canonica** (gli intervistati rappresentano il 32% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,98\%$ .

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0

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

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è piuttosto buono, con una media di **2,42** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione** (2,76), la **pulizia del sito** (2,53), i **supporti informativi** (2,46) e gli **orari di apertura** (2,43).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** (2,04) e dei **posti a sedere** (1,91), che si posizionano tra i miglioramenti prioritari nella mappa. Invece il **personale in sala** è la variabile ritenuta in assoluto più importante, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla **pulizia del sito** (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 48% da visitatori provenienti dall'**estero**, **impiegati** (35%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (73%), appartenenti alle fasce d'età **45-64 anni** (39%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo tramite **internet** (21%), poi seguono la **mappa di Roma** (18%), **passando per caso** (13%) e la **guida cartacea** (12%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso la *mappa di Roma*, *passando per caso* e la *guida cartacea* siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), con un titolo di laurea o post laurea, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso molto (*passando per caso*) o abbastanza soddisfatti (*mappa di Roma* e *guida cartacea*).

Invece a rispondere *internet* sono in prevalenza i cittadini romani, diplomati, con un giudizio uguale alle proprie attese, in generale abbastanza soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

Museo Pietro Canonica 2021	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,23	2,00	102	0	0,561	0%	28%	1%	95%
Orari di apertura	2,43	2,00	102	0	0,517	0%	44%	0%	99%
Personale di accoglienza	2,34	2,00	102	0	0,554	0%	38%	0%	96%
Opere della collezione	2,76	3,00	101	1	0,428	1%	76%	0%	100%
Supporti informativi	2,46	3,00	95	7	0,633	7%	54%	0%	93%
Supporti digitali	2,04	2,00	84	18	0,735	18%	27%	1%	77%
Personale in sala	2,26	2,00	102	0	0,644	0%	36%	1%	91%
Segnaletica interna	2,40	2,00	102	0	0,531	0%	42%	0%	98%
Posti a sedere	1,91	2,00	93	9	0,717	9%	22%	0%	70%
Pulizia del sito	2,53	3,00	102	0	0,521	0%	54%	0%	99%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,42</b>	<b>2,00</b>	<b>102</b>	<b>0</b>	<b>0,496</b>	<b>0%</b>	<b>42%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

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

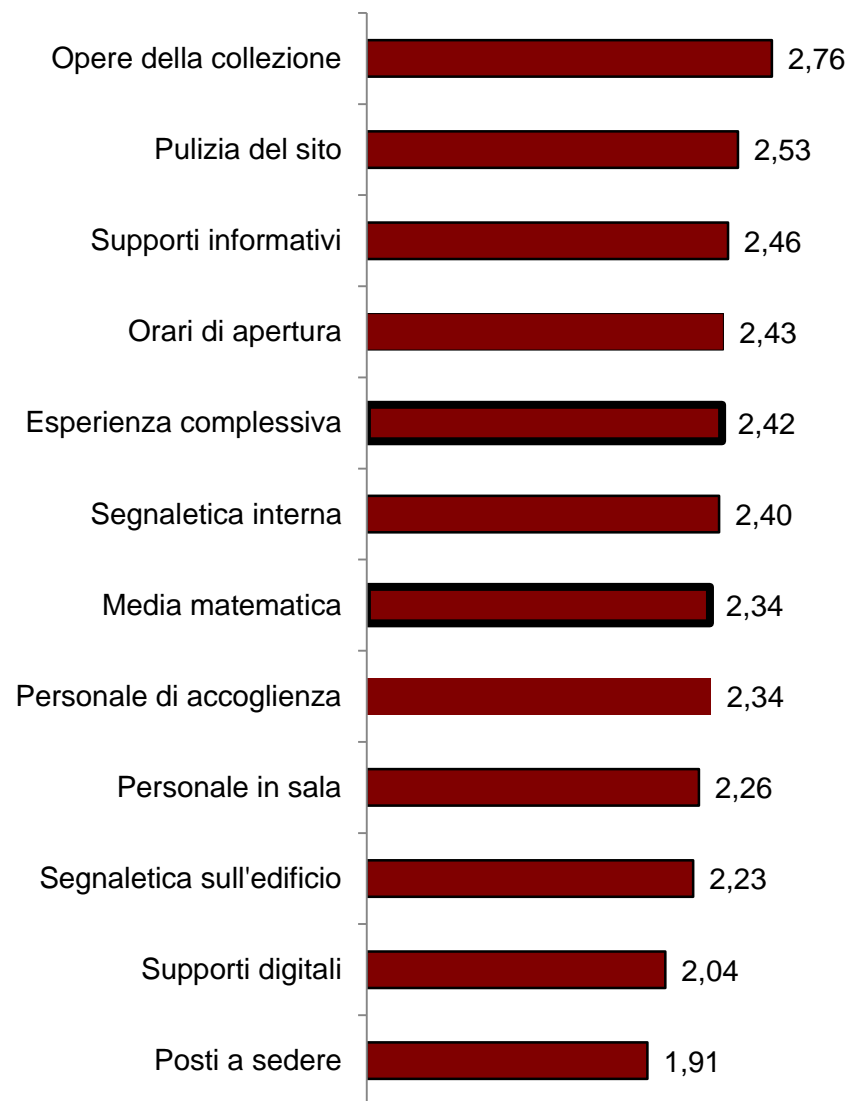
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,34).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: le **opere della collezione**, la **pulizia del sito**, i **supporti informativi** e gli **orari di apertura**.

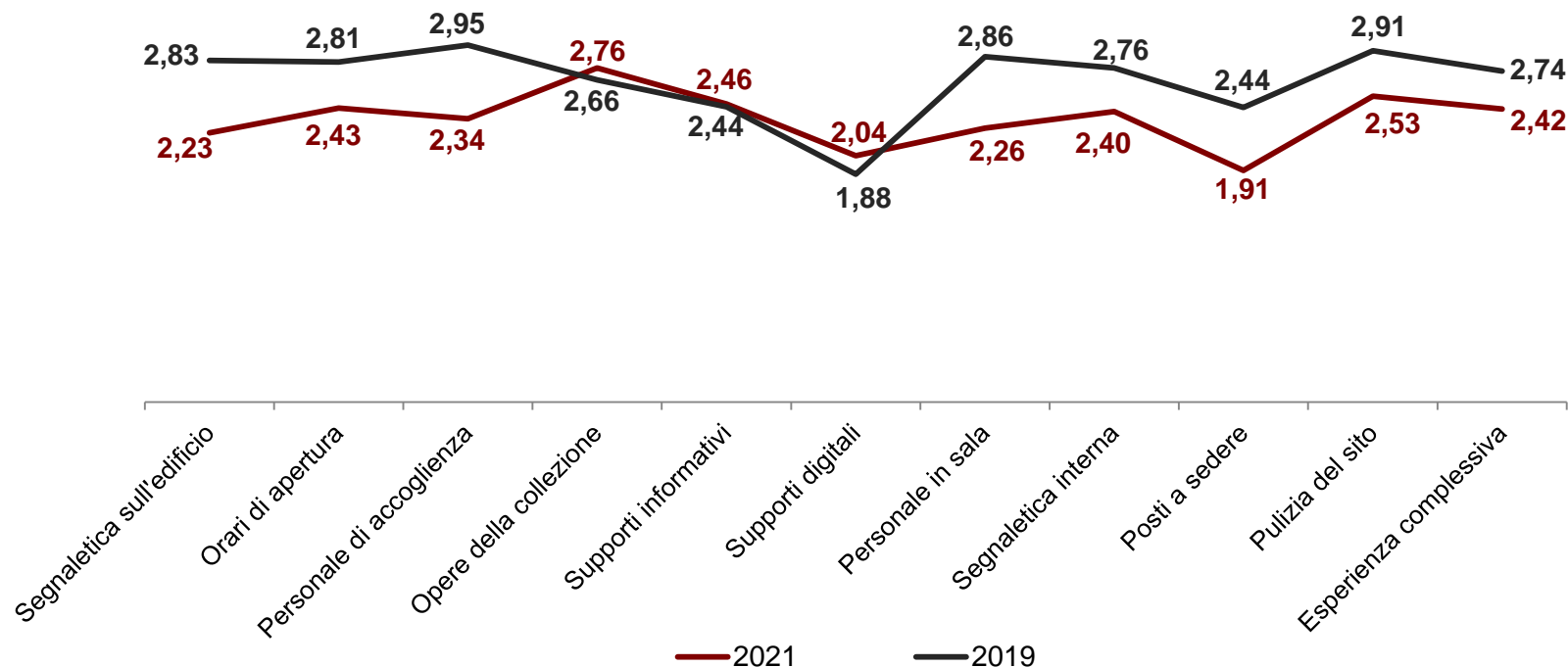
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** e **posti a sedere**.



## Analisi del trend 2019-2021

Rispetto alla precedente indagine, realizzata nel 2019<sup>(\*)</sup>, il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche discrepanza.

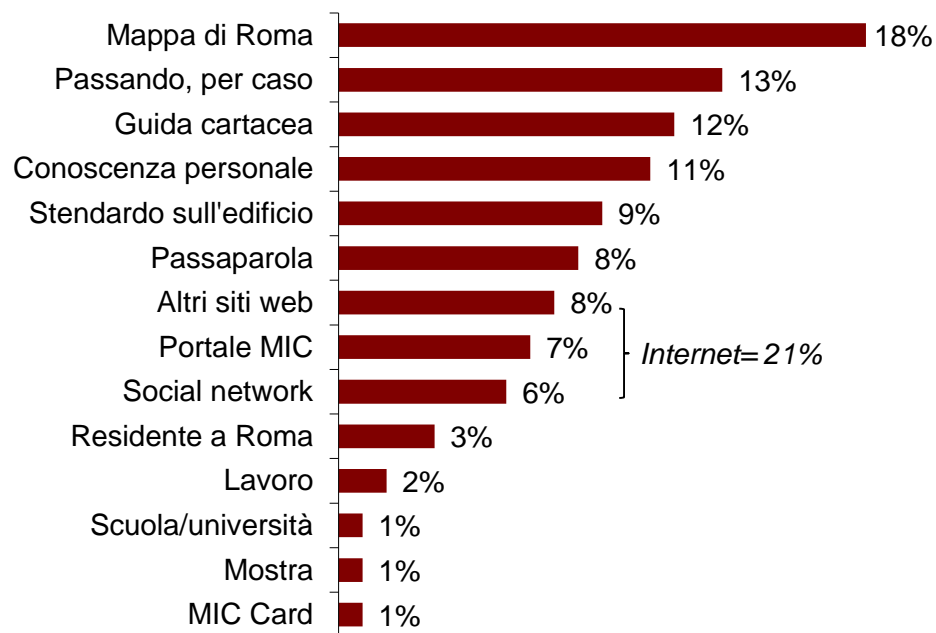
In particolare si registra un aumento del livello di soddisfazione sulle opere della collezione e sui supporti didattici, sia informativi che digitali, anche se in quest'ultimo caso la media resta inferiore allo standard minimo. Invece i restanti aspetti subiscono una flessione, in particolare le medie della segnaletica sull'edificio, del personale (di accoglienza e in sala) e dei posti a sedere, ma solo questi ultimi scendono al di sotto di 2,20.



<sup>(\*)</sup> Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.

## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 18% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo attraverso la “**mappa di Roma**” (questa voce non era emersa nella scorsa indagine), mentre rispetto al 2019 scende notevolmente la percentuale della voce “**passando, per caso**” (dal 63% al 13%) e raddoppia la “**guida cartacea**” (dal 6 al 12%). Inoltre si registra un netto incremento della percentuale complessiva relativa a “**internet**”, che passa dal 12% nel 2019 al 21% di quest’anno. È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso la mappa di Roma, passando per caso e la guida cartacea siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), con un titolo di laurea o post laurea, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso molto (*passando per caso*) o abbastanza soddisfatti (*mappa di Roma e guida cartacea*). Invece a rispondere internet sono in prevalenza i cittadini romani, diplomati, con un giudizio uguale alle proprie attese, in generale abbastanza soddisfatti.

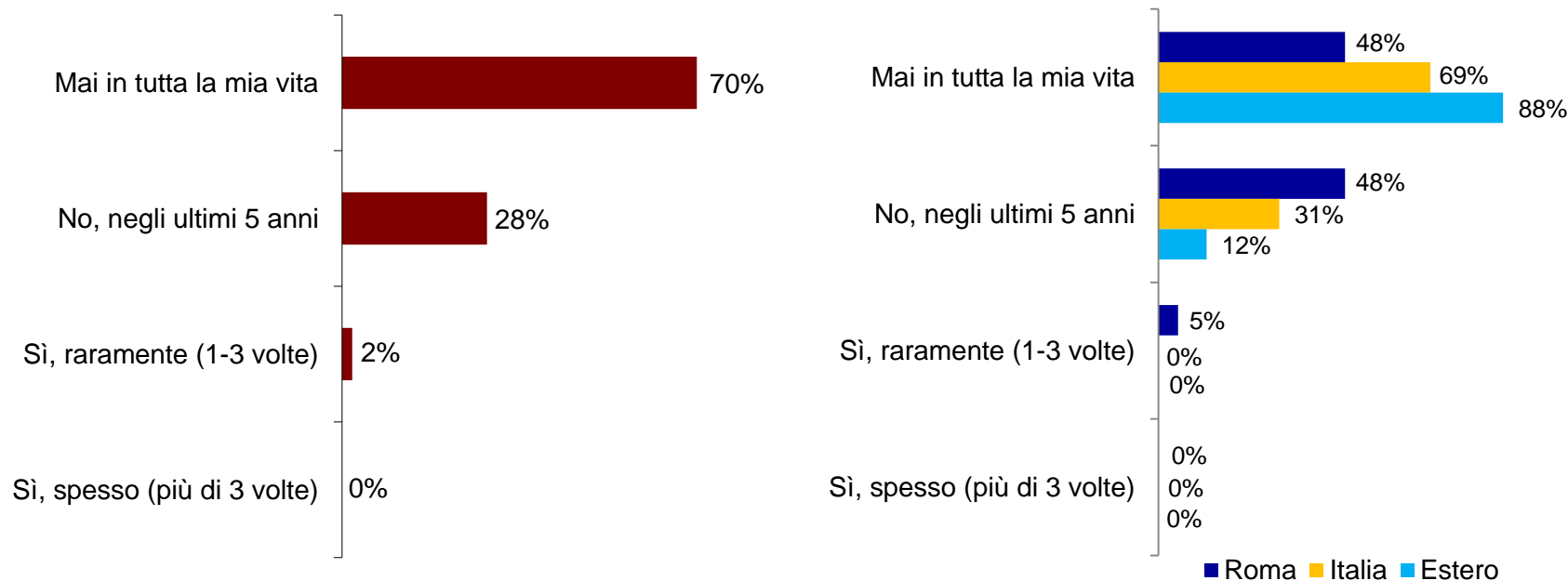




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (70% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima** al *Museo Pietro Canonica*, il 28% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre solo il restante 2% vi è già stato, ma raramente (“*da una a tre volte*”).

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), di età giovane fino ai 34 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e nell’ultimo anno sono stati in più di tre musei. Invece ad avere già visto il Museo Pietro Canonica sono stati i cittadini romani, di età adulta oltre i 40 anni, in generale molto soddisfatti, con un giudizio uguale alle proprie attese e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest’ultimo anno.

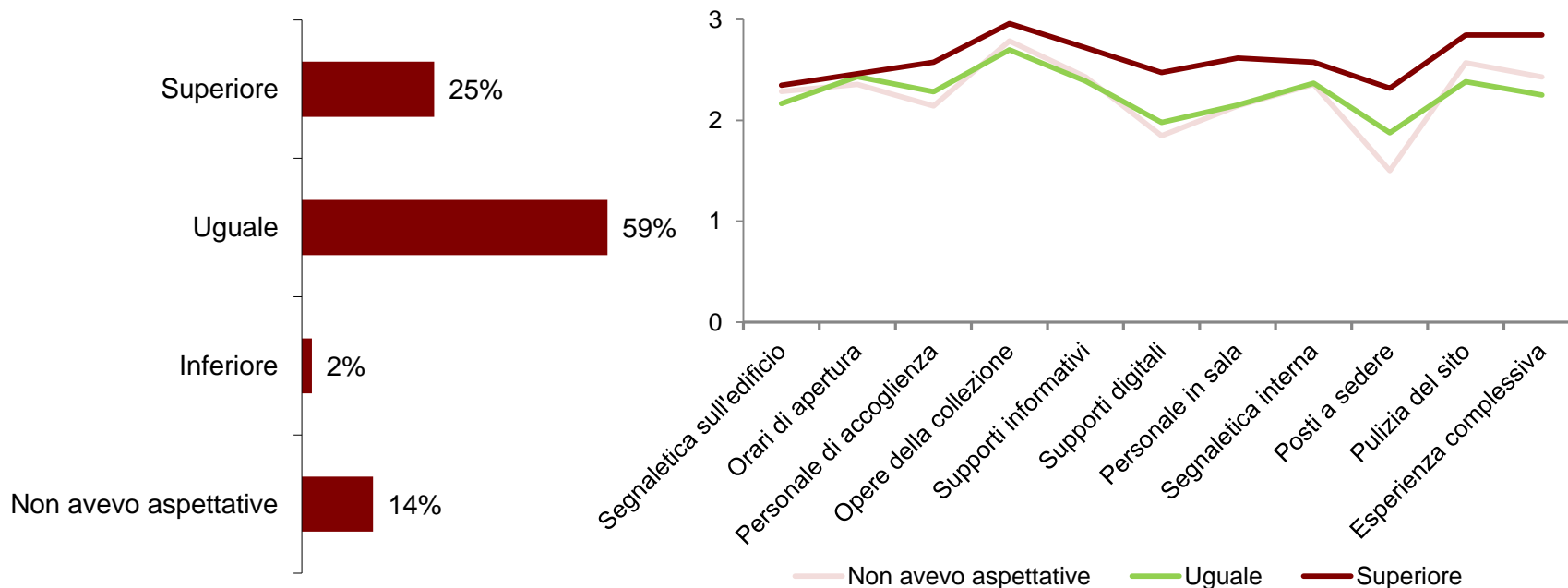


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 59% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 25% è superiore e solo il 2% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 14% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare coloro che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i visitatori che in generale dichiarano di essere abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti 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** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo Pietro Canonica* è pari al **62%**.

Il 32% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il restante 3% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

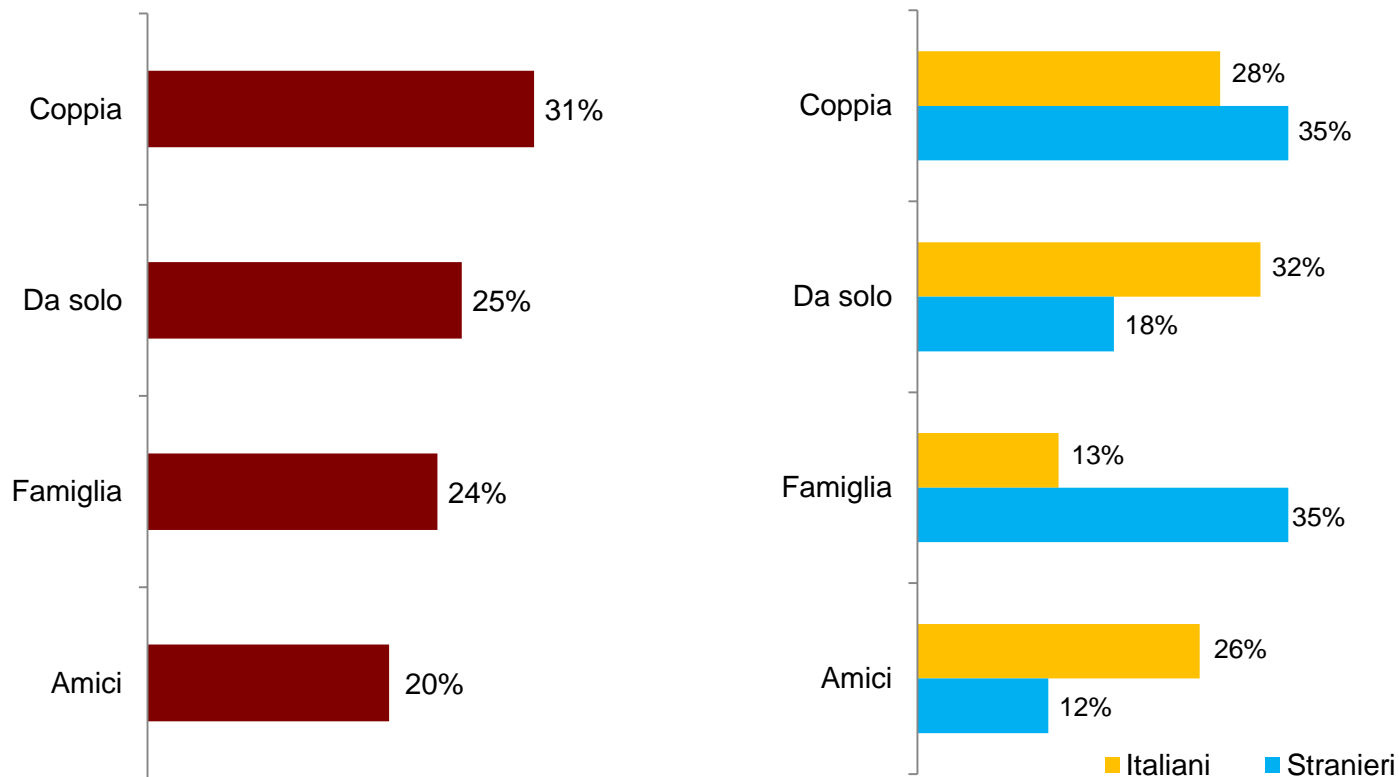


NET PROMOTER SCORE Museo Pietro Canonica 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	1	1	0	6	27	36	30
0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	6%	26%	35%	29%
<b>DETRACTORI = 3%</b>							<b>PASSIVI = 32%</b>		<b>PROMOTORI = 65%</b>	
<b>65% - 3% = 62%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 31% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 25% viene “**da solo**”, il 24% con la propria “**famiglia**” e il restante 20% in compagnia di “**amici**”.

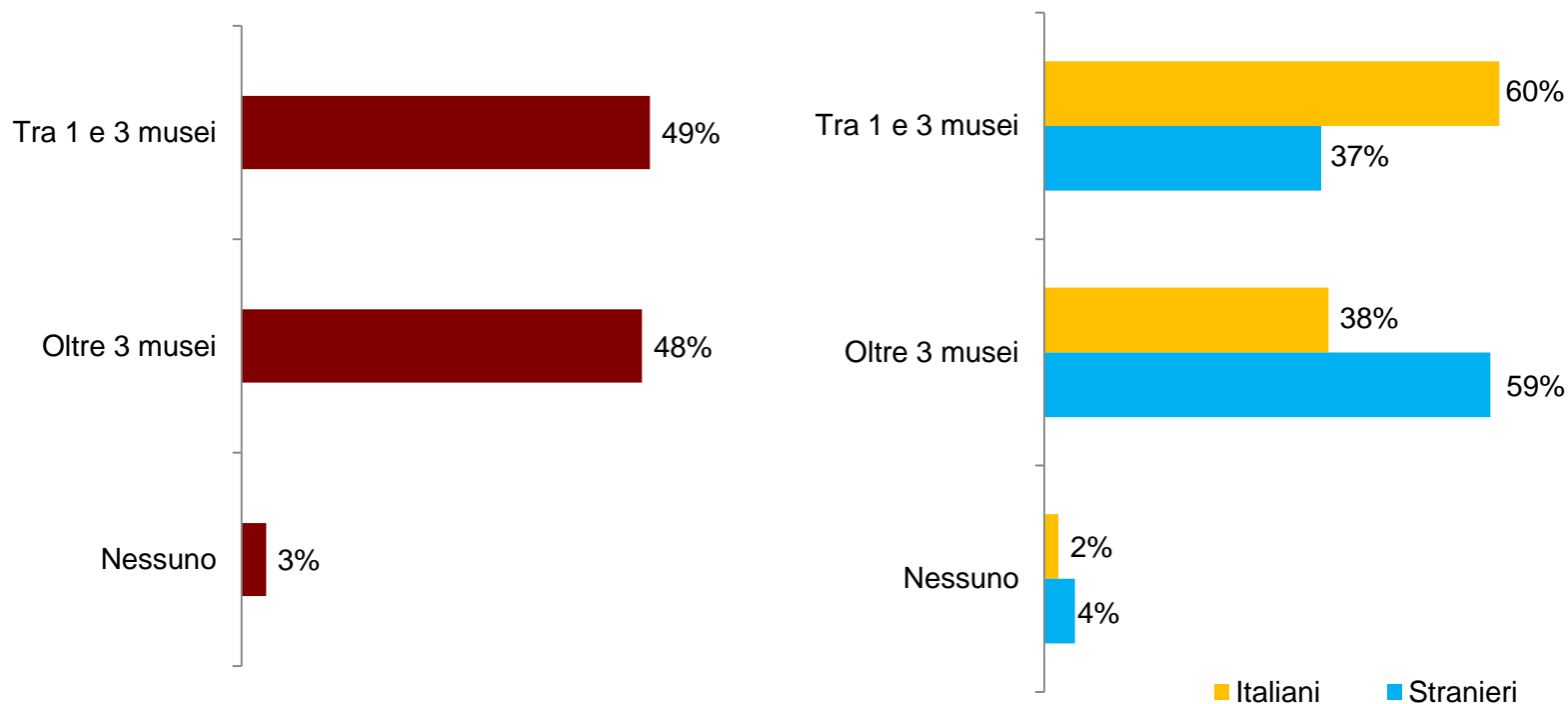
Come si rileva dal grafico sottostante a destra, risulta significativo che a venire in coppia o con la famiglia siano in prevalenza i turisti stranieri, mentre i visitatori italiani si recano al *Museo Pietro Canonica* principalmente da soli o con amici.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

il 49% dichiara di avere visitato **“tra uno e tre musei”**, il 48% degli intervistati afferma di essere stato in **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, mentre solo il 3% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto tra uno e tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori italiani (*cfr.* grafico in basso a destra), mentre ad avere frequentato più di tre musei sono prevalentemente i turisti stranieri.



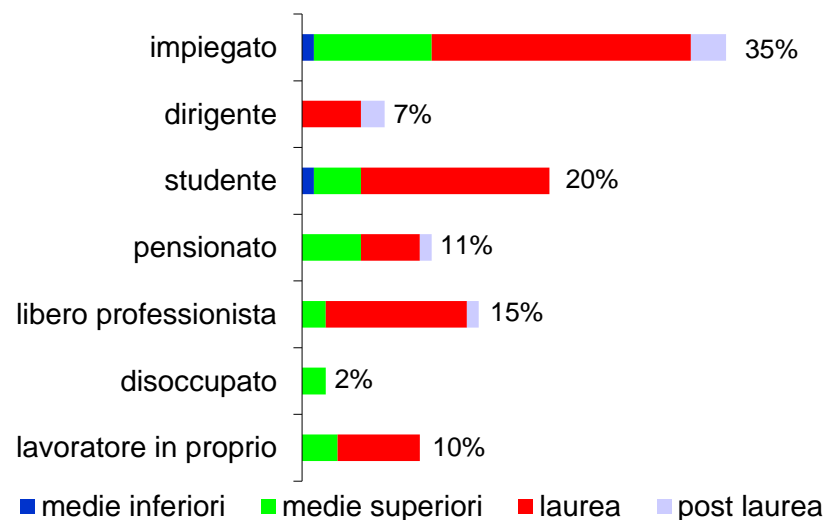
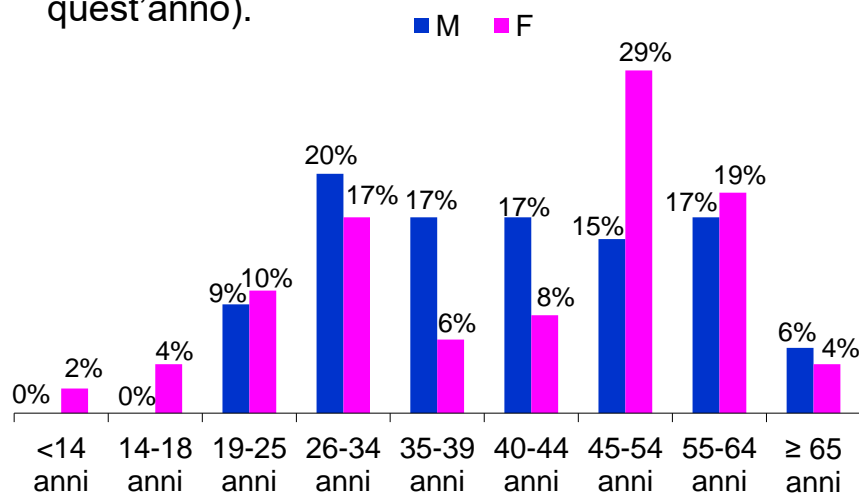
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere maschile** (53%; nel 2019 era il 41% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 26-44 anni ed over 65 anni. Invece le donne emergono tra i giovani fino ai 25 anni e tra gli adulti di età 45-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età **45-64 anni** (39%; in discesa dal 45% emerso nella scorsa indagine), ma si registra un aumento della percentuale dei giovani di età 19-34 anni (da 22% a 28%).

Il 73% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (63% nel 2019).

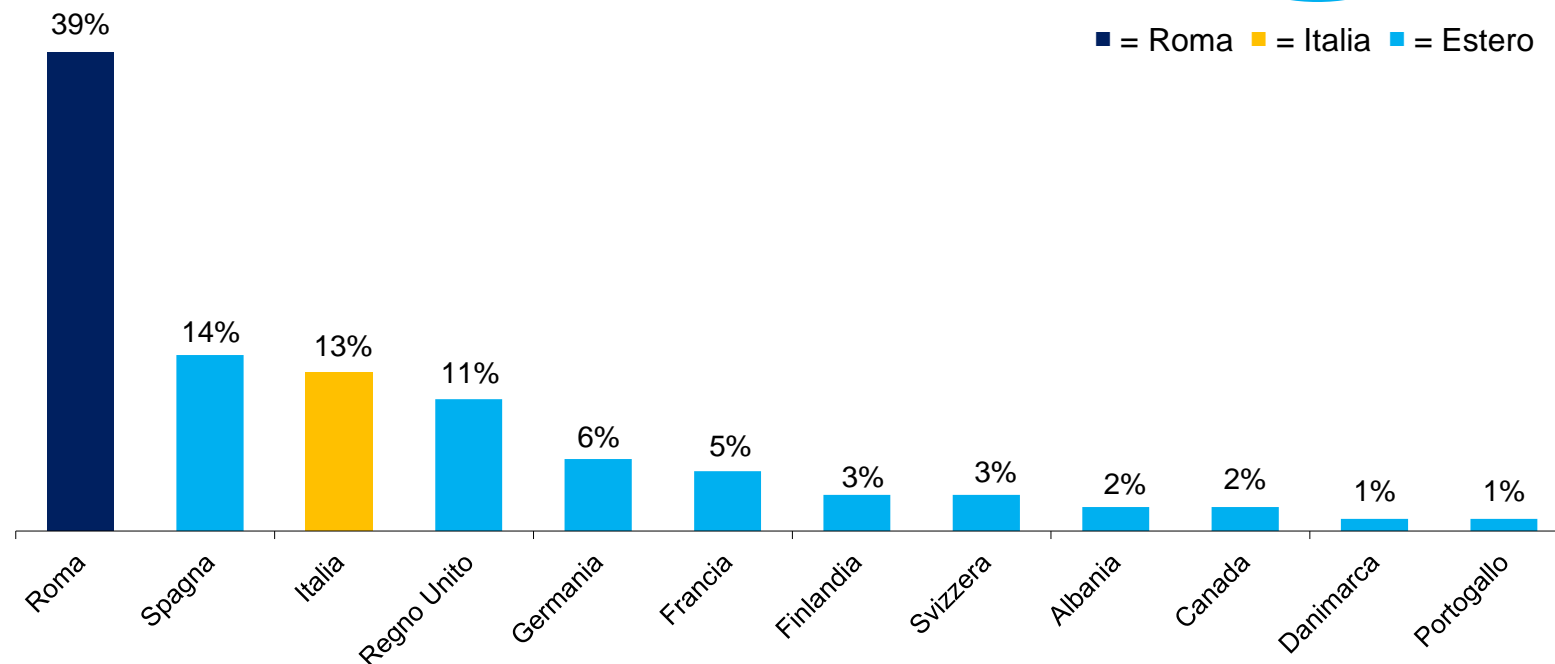
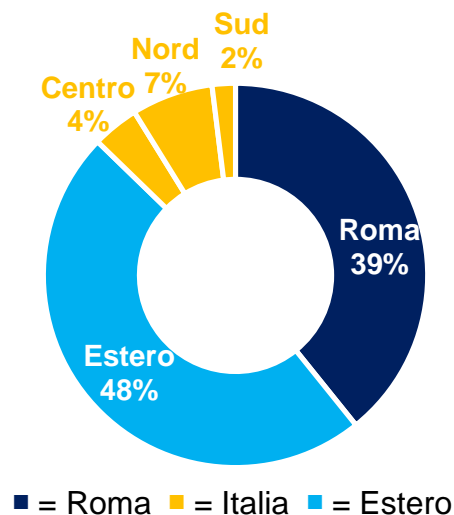
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (35%; in netto incremento dal 22% emerso nell'indagine scorsa). In aumento anche gli studenti (da 8% a 20%) e i liberi professionisti (da 8% a 15%), mentre scende la percentuale dei pensionati (dal 29% emerso nel 2019 all'11% di quest'anno).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 48% del campione totale proviene dall'**estero** (in calo dal 66% emerso nell'indagine precedente); il 39% è costituito dai cittadini romani (in netto aumento rispetto al 23% emerso nel 2019), mentre il 13% giunge da altre province italiane (11% per la scorsa indagine).

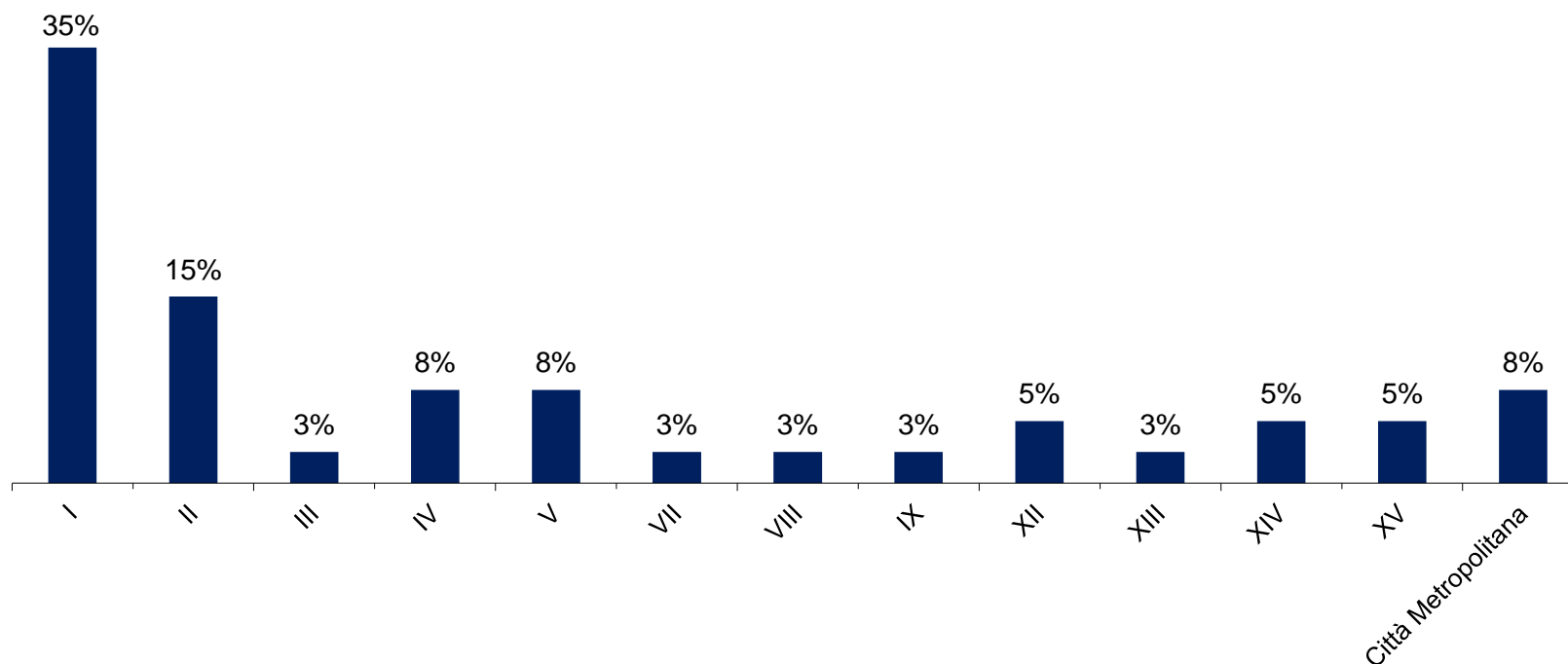
Tra le nazionalità estere prevale quella **spagnola** (14%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



## Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto il **Municipio I** (35% sul totale) e il **Municipio II**, che raggiunge una percentuale pari al 15%.

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





## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,521**	,312**	0,068	0,191	0,185	,223*	,340**	0,193	,301**	0,193
Orari di apertura	,521**	1,000	,445**	-0,031	,257*	,247*	,279**	,411**	,364**	,295**	,342**
Personale di biglietteria	,312**	,445**	1,000	0,137	,394**	,321**	,467**	,385**	,392**	,351**	,482**
Opere della collezione	0,068	-0,031	0,137	1,000	,259*	0,120	,225*	,360**	,209*	,263**	,235*
Supporti informativi	0,191	,257*	,394**	,259*	1,000	,393**	,417**	,608**	,326**	,386**	,422**
Supporti digitali	0,185	,247*	,321**	0,120	,393**	1,000	,508**	,383**	,476**	,307**	,500**
Personale in sala	,223*	,279**	,467**	,225*	,417**	,508**	1,000	,494**	,374**	,642**	,614**
Segnaletica interna	,340**	,411**	,385**	,360**	,608**	,383**	,494**	1,000	,331**	,519**	,481**
Posti a sedere	0,193	,364**	,392**	,209*	,326**	,476**	,374**	,331**	1,000	,375**	,491**
Pulizia del sito	,301**	,295**	,351**	,263**	,386**	,307**	,642**	,519**	,375**	1,000	,550**
Esperienza complessiva	0,193	,342**	,482**	,235*	,422**	,500**	,614**	,481**	,491**	,550**	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).

Tutte le variabili oggetto d'indagine sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

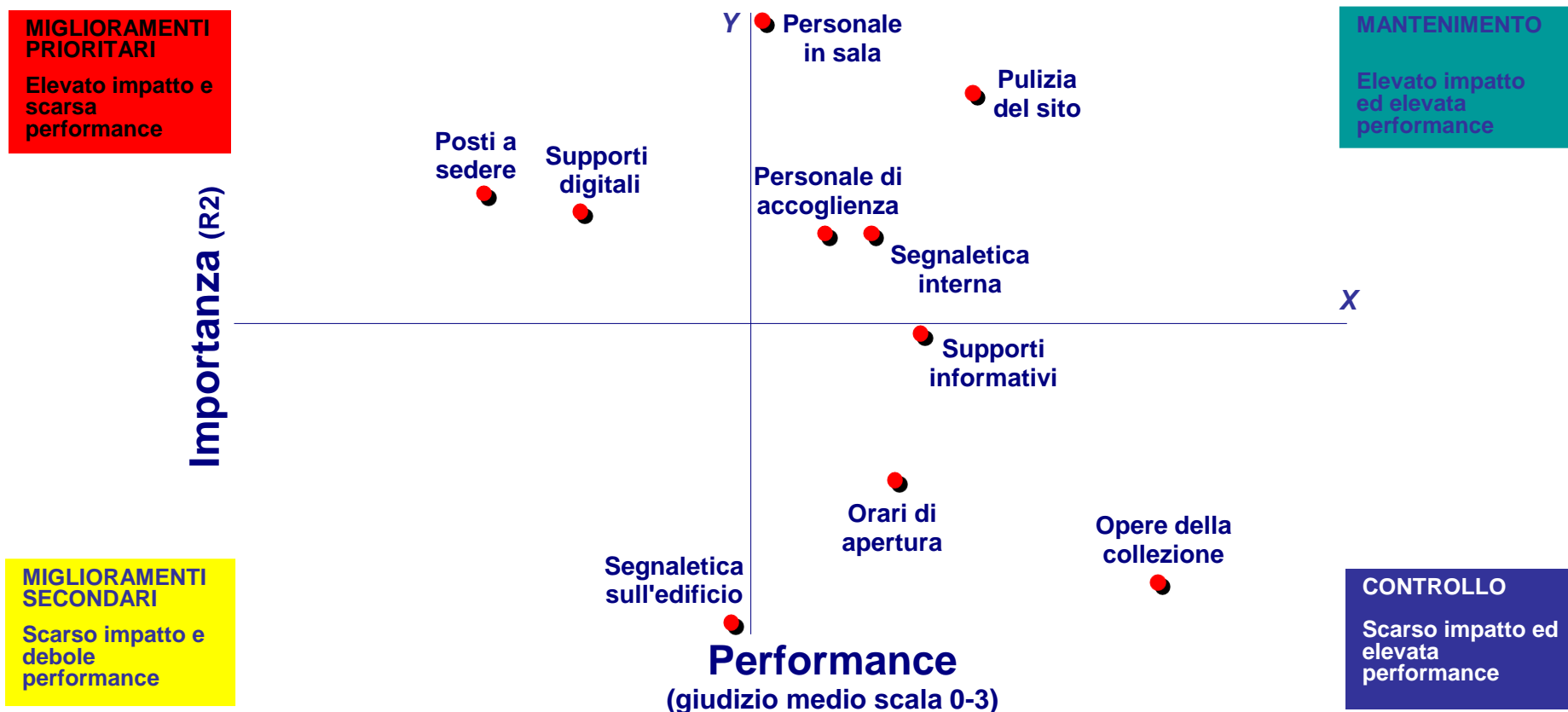
Per il *Museo Pietro Canonica* il **personale in sala**, la **pulizia del sito** e i **supporti digitali** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Personale in sala	0,614
Pulizia del sito	0,550
Supporti digitali	0,500
Posti a sedere	0,491
Personale di biglietteria	0,482
Segnaletica interna	0,481
Supporti informativi	0,422
Orari di apertura	0,342
Opere della collezione	0,235

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale in sala** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche la **pulizia del sito**, il **personale di accoglienza** e la **segnaletica interna** si posizionano nel quadrante in alto a destra, seppure questi ultimi due aspetti sono più in basso. Invece i **posti a sedere** e i **supporti digitali** rientrano tra i 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 ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

## Cluster Analysis

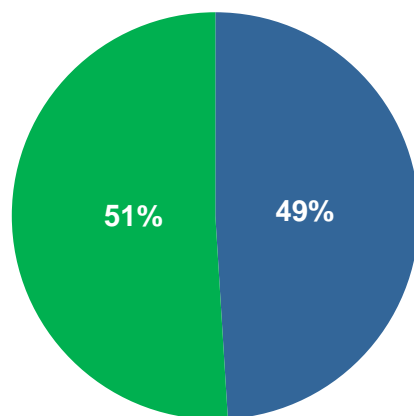
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (50 individui per il *Cluster 1* e 52 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

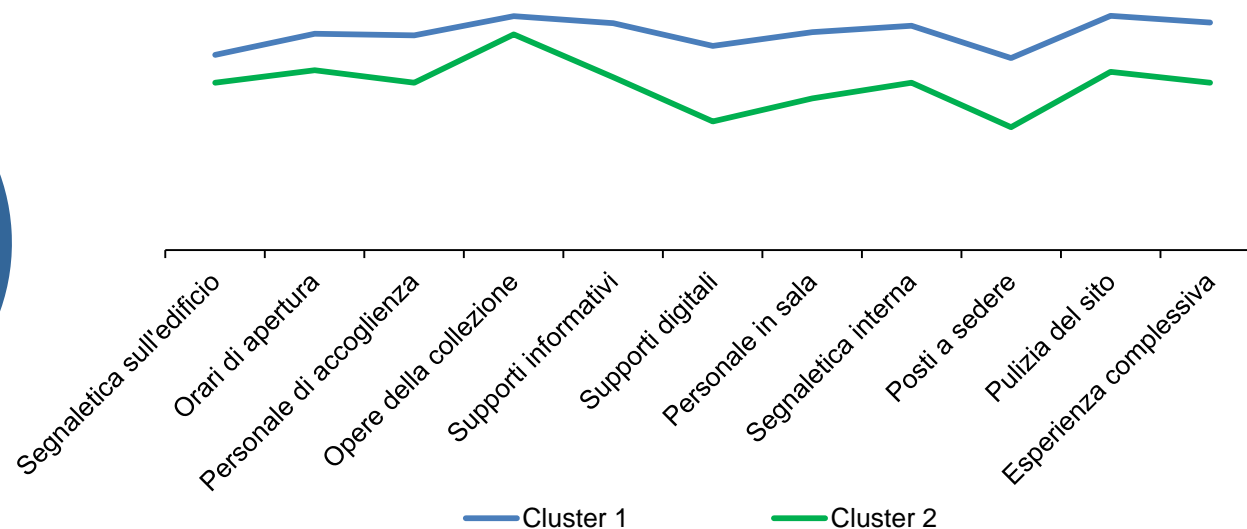
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza romani; di età 40-74 anni; laureati; impiegati e pensionati; alcuni già stati in questo museo, ma non negli ultimi cinque anni; ne vengono a conoscenza soprattutto passando per caso; vengono con gli amici o la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative.

**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza turisti (soprattutto stranieri); di età 19-39 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; nuovi visitatori; conoscono il museo tramite la mappa di Roma, internet e con la guida cartacea; vengono in coppia o da soli; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi di attese.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



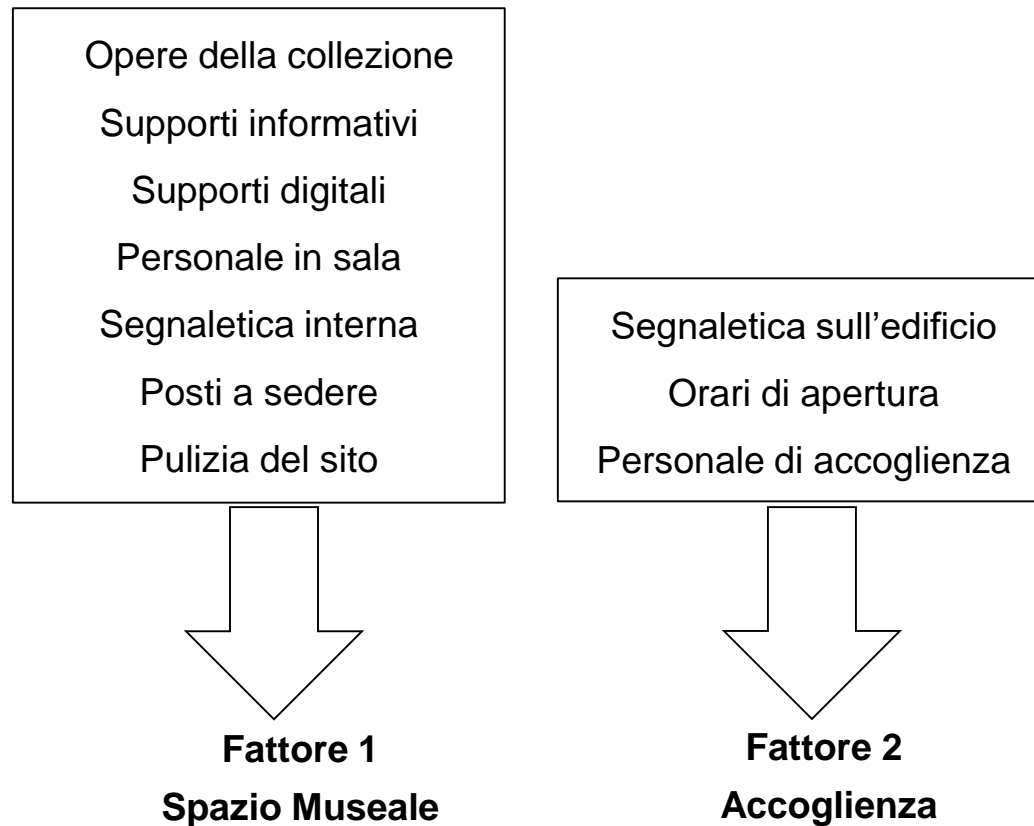
— Cluster 1

— Cluster 2

## Analisi Fattoriale

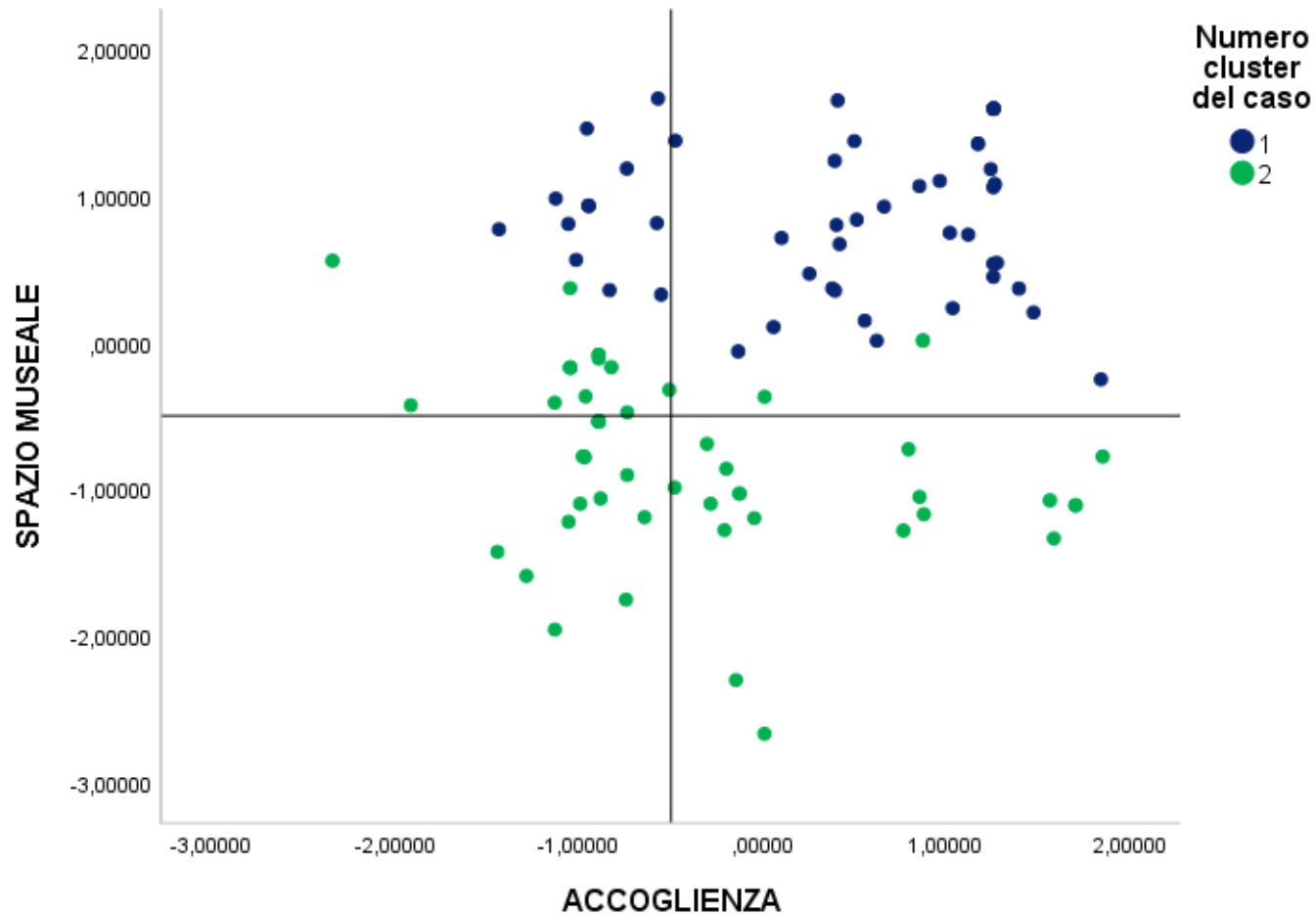
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Spazio Museale*).



## **Suggerimenti**

**NIENTE** da migliorare. **Totale 89**

**ELOGIO** bellissima l'ultima sala. **Totale 1**

---

**POSTI A SEDERE** da aggiungere. **Totale 5**

**AUDIOGUIDA** manca. **Totale 4**

**ALTRO.** **Totale 5**

**TOTALE 14 SUGGERIMENTI**  
**Museo Pietro Canonica**

## Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita     
  No, negli ultimi 5 anni     
  Sì da 1 a 3 volte     
  Sì più di 3 volte

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste)     
  standardo sull'edificio     
  scuola-università  
 www.museiincomuneroma.it     
  amici/parenti     
  social network  
 altri siti internet     
  scuola-università     
  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
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

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

Con chi ha visitato il museo?   
 Da solo   
 Gruppo organizzato   
 Coppia   
 Amici   
 Famiglia   
 Scuola   
 Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?   
 Nessuno   
 Tra 1 e 3 musei   
 Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare

**DATI PERSONALI :**    Età:  <14     14 –18     19-25     26-34     35-39     40-44     45-54     55- 64     65-74     ≥75    Genere:  M     F

Titolo di studio:  scuola dell'obbligo     studi superiori     laurea     post laurea

Professione:  impiegato     dirigente     studente     pensionato     libero professionista     casalinga     operaio     disoccupato     altro.....

Provenienza:  Roma (Municipio: ..... )     Altra Provincia italiana:.....     Altra Nazionalità:.....