



Indagini di Customer Satisfaction

MiC CARD

14 – 27 Marzo 2022

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Anno di acquisto
- Come sei venuto a conoscenza della MiC Card
- Come sei venuto in possesso della MiC Card e della possibilità di acquisto online
- Hai rinnovato la MiC Card e per quale motivo non intendi rinnovarla
- Motivo di acquisto
- Servizio di prenotazione tramite lo 060608 e altre modalità di prenotazione
- Attività di maggiore interesse a cui ti piacerebbe partecipare
- Quale canale di comunicazione preferisci utilizzare per le varie iniziative
- Le visite nei musei sono diventate più frequenti e hai visitato quelli che non conoscevi
- Frequenza di utilizzo della MiC Card negli ultimi sei mesi
- Esperienza complessiva con la MiC Card
- Valutazione sulla newsletter riservata ai possessori della MiC Card
- Consiglierebbe la MiC Card ad altre persone
- Analisi socio-demografica (genere, fasce d'età, titolo di studio, professione, residenza)
- Cluster Analysis
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **4.314 questionari** somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) a coloro che hanno acquistato o rinnovato la **MiC Card** dal **1 settembre 2021** al **28 febbraio 2022** (il campione rappresenta il 20% delle email a cui è stato inviato il questionario online per tale periodo d'indagine).

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 **±1,34%**.

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

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

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

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

Sintesi dei risultati (1/2)

Il livello di soddisfazione generale del campione intervistato sulla **MiC Card** è molto buono, con una media di **2,75** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari al **99%** (di cui il 76% si riferisce ai *Molto soddisfatti*).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da **donne** (63%), in possesso di un titolo di **laurea/post laurea** (62%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta compresa tra i **55 e 74 anni** (55%), **occupati dipendenti** e **pensionati** (rispettivamente 33% e 32%), residenti a **Roma** (94%, di cui solo l'8% negli altri Comuni della Città Metropolitana), in particolare nei **Municipi VII** (12%), **I** e **II** (11% per entrambi).

Il **44%** di chi ha compilato il form online, afferma di avere **acquistato la MiC Card nel 2019**.

Il **29%** degli intervistati è venuto a sapere della *MiC Card* tramite il **passaparola** e il **20%** nelle **biglietterie dei musei**.

Ben il **97%** del campione totale afferma di avere **acquistato personalmente la card**, mentre solo il restante 3% l'ha ricevuta in regalo.

Il **69%** degli intervistati è a conoscenza della possibilità di **acquistare online** la *MiC Card*.

La quasi totalità degli intervistati (**98%**) afferma di avere **rinnovato la card o ha intenzione di farlo**, mentre tra i motivi per cui non c'è l'intenzione di rinnovare la *MiC Card*, prevale il **poco utilizzo (46%)**. Invece tra le motivazioni di acquisto prevalgono le **visite gratuite nei musei**, che raggiungono il **53%** sul totale.

Il **29%** degli intervistati dichiara di avere utilizzato il servizio di prenotazione tramite il **Contact Center 060608** (media di soddisfazione pari a **2,44** su 3,00); alla domanda sulle altre modalità di prenotazione, il **43%** del campione preferirebbe **Whatsapp**.

Sintesi dei risultati (2/2)

Alla domanda sulle attività di maggiore interesse, il **43%** sul totale degli intervistati risponde le **visite guidate alle mostre temporanee**, poi seguono gli eventi nei musei (29%).

Il canale preferito per le comunicazioni sulle varie iniziative dedicate è la **newsletter** (60% sul totale delle risposte rilasciate), seguita dal portale *www.museiincomuneroma.it* (25%) e dai social media (14%).

Il **74%** del campione totale afferma di **avere frequentato di più i musei** da quando possiede la *MiC Card*, mentre il **79%** degli intervistati dichiara di **avere visitato alcuni musei del Sistema per la prima volta**.

Alla domanda sul **gradimento della newsletter**, il **51%** risponde di essere **Molto soddisfatto**, il 44% *Abbastanza*, il 4% *Poco* e solo il restante 1% *Per niente* (la media è pari ad un valore di **2,46** su 3,00).

Il **Net Promoter Score**, ovvero la percentuale di visitatori che consiglierà la *MiC Card* è pari al **76%**.

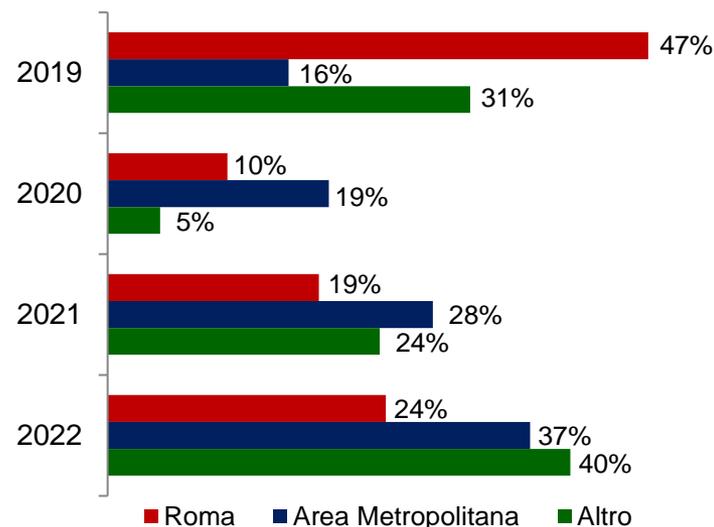
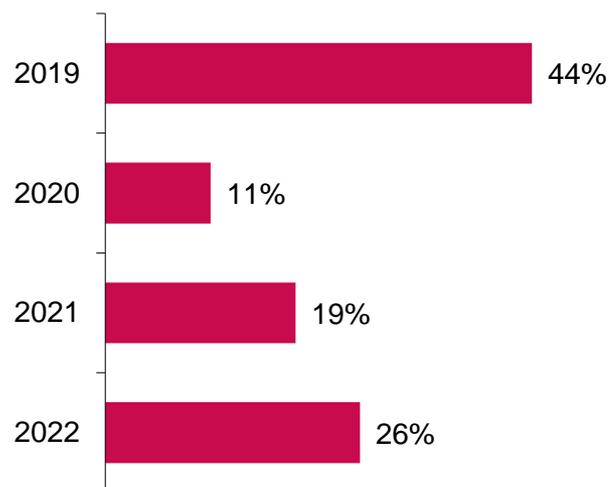
Il **Cluster 1 dei Molto Soddisfatti** è costituito in prevalenza romani, di età adulta 55-74 anni, diplomati, dipendenti e pensionati, che hanno acquistato personalmente la card, soprattutto nel 2021, sono a conoscenza che si possa acquistare online, l'hanno scelta per le iniziative riservate ai possessori della *MiC Card*, hanno utilizzato il servizio di prenotazione 060608, sono stati in musei che non conoscevano prima, hanno usato la card da 3 a 5 volte negli ultimi sei mesi.

Tra i suggerimenti prevalgono nettamente quelli che riguardano l'**ampliamento dell'offerta** (n. **253**), poi seguono la modifica della procedura di **acquisto/rinnovo** (n. **79**) e il servizio di **prenotazione** (n. **55**).

Anno di acquisto

Il **44%** di chi ha compilato il form online, afferma di avere acquistato la **MiC Card** nel **2019**, mentre 26% risponde di averla comprata per la prima volta nel primo bimestre 2022, il 19% nel 2021 e il restante 11% nel 2020 (*cf.* grafico in basso a sinistra).

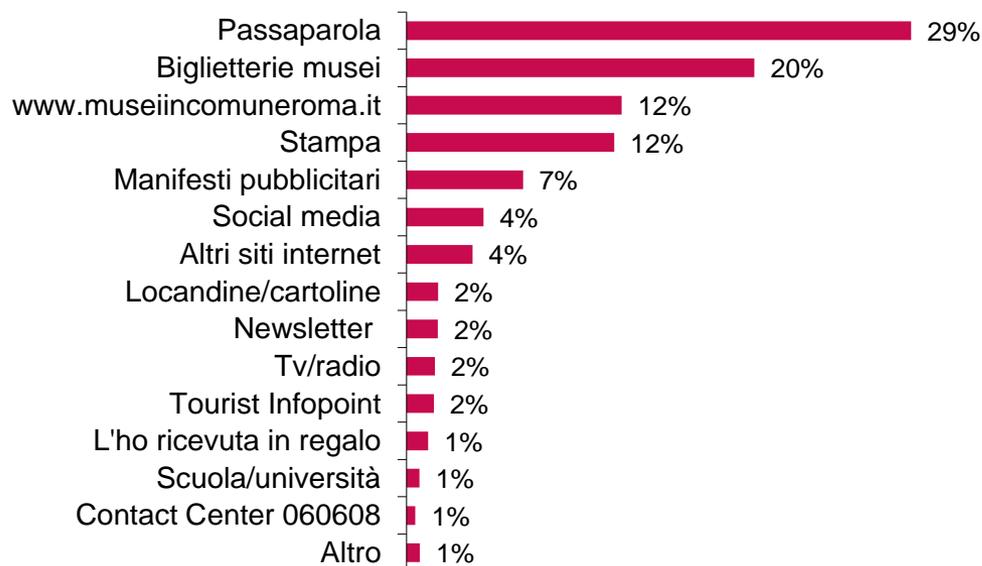
Risulta significativo che l'anno 2019 prevalga soprattutto per i residenti nei vari municipi di Roma (*cf.* grafico sottostante a destra), di età adulta oltre i 55 anni, che hanno acquistato la *MiC Card* direttamente nel *Sistema Musei* e nei *Tourist Infopoint*, molti di essi hanno effettuato la prenotazione tramite lo *060608*, la loro esperienza complessiva è molto soddisfacente, dichiarano di avere incrementato le loro visite nei musei, inclusi quelli che non conoscevano prima. Invece per gli anni successivi (dal 2020 al 2021) è più alta la percentuale di coloro che risiedono fuori Roma, appartenenti alle fasce d'età 19-34 anni (2022), 35-44 anni (2021) e 45-54 anni (2020), la maggior parte ha effettuato l'acquisto online, alcuni non hanno prenotato attraverso il *Contact Center 060608*, in generale si ritengono abbastanza soddisfatti ed affermano di non avere visto più musei rispetto a prima.



Come sei venuto a conoscenza della MiC Card

Il 29% degli intervistati afferma di essere venuto a sapere della *MiC Card* tramite il **passaparola**, il 20% nelle **biglietterie dei musei**, un 12% risponde **www.museiincomuneroma.it** e un 12% la **stampa**, mentre il 7% attraverso i **manifesti pubblicitari**. La percentuale relativa ai **social media** è pari al 4%, di cui oltre la metà (53%) si riferisce a *Facebook*.

Risulta significativo che il passaparola sia predominante per le donne, di età adulta 45-74 anni, diplomate, nel complesso abbastanza soddisfatte. A rispondere di avere conosciuto la *MiC Card* nelle biglietterie dei musei sono sia gli uomini che le donne, appartenenti alle fasce di età compresa tra i 40 e 54 anni, con titolo di laurea o posta laurea, in generale abbastanza soddisfatti. Il portale www.museiincomuneroma.it prevale soprattutto per le donne giovani di età 19-44 anni, con titolo di diploma superiore o specializzazione post laurea, molto soddisfatte della loro esperienza. Infine la stampa emerge per gli uomini, di età al di sopra dei 55 anni, laureati, il cui giudizio complessivo è molto soddisfacente.



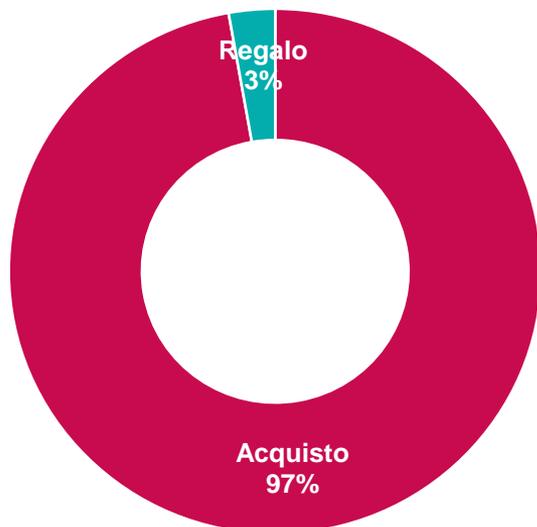
Come sei venuto in possesso della MiC Card e della possibilità di acquisto online

Ben il 97% del campione totale afferma di avere acquistato personalmente la card, mentre solo il restante 3% l'ha ricevuta in regalo.

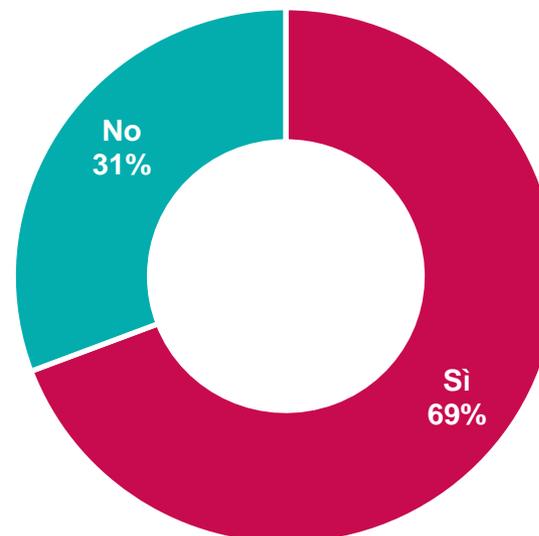
Il 69% degli intervistati dichiara di essere a conoscenza che sia possibile acquistare online la *MiC Card* e il 31% risponde di non saperlo (cfr. grafico in basso a destra).

Risulta significativo che ad avere risposto affermativamente a tale domanda sono coloro che hanno rinnovato la card ed effettuato la prenotazione tramite lo 060608, nel complesso si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza, affermano di avere utilizzato la *MiC Card* più di cinque volte negli ultimi sei mesi e hanno visitato vari musei che non conoscevano prima.

Come sei venuto in possesso della MiC Card?



Sei a conoscenza del fatto che la MiC Card può essere acquistata online?



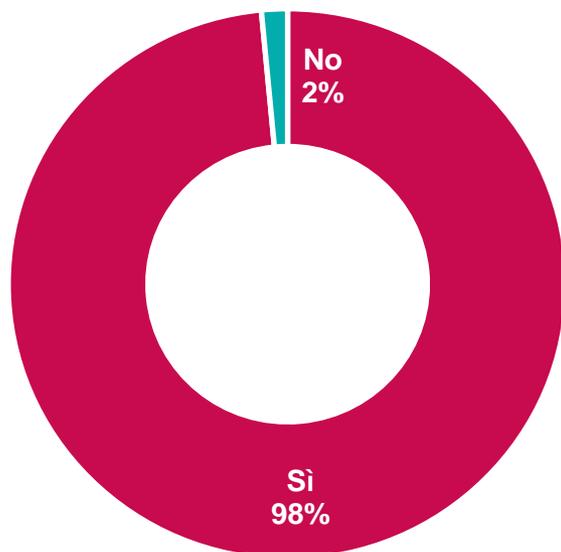
Hai rinnovato la MiC Card e per quale motivo non intendi rinnovarla

La quasi totalità degli intervistati (98%) afferma di avere rinnovato la card o ha intenzione di farlo, mentre solo il 2% risponde negativamente (cfr. grafico in basso a sinistra).

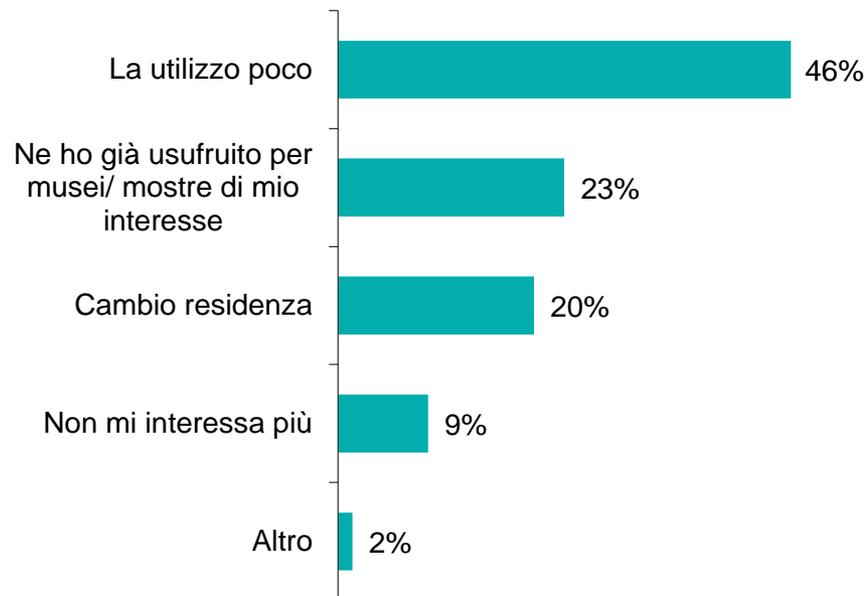
Tra i motivi per cui non c'è l'intenzione di rinnovare la *MiC Card*, prevale il **poco utilizzo** (46%), poi segue chi ha risposto di averne già usufruito per musei/mostre di proprio interesse (23%), alcuni cambieranno residenza (20%) oppure non hanno più interesse (9%).

Risulta significativo che a rinnovare la card siano principalmente coloro che hanno effettuato più di cinque visite nel *Sistema Musei* negli ultimi sei mesi, di età adulta al di sopra dei 45 anni e nel complesso si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza.

Hai già rinnovato o intendi rinnovare la MiC Card una volta scaduta?



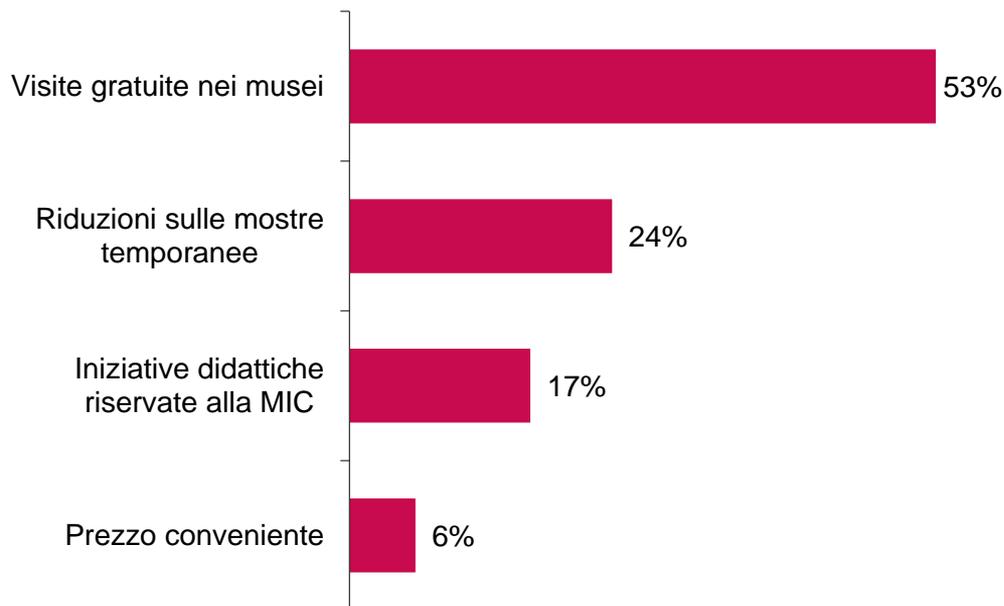
Per quale motivo non intendi rinnovarla?



Motivo di acquisto

Tra le motivazioni per cui il campione intervistato ha scelto di acquistare la *MiC Card*, il 53% risponde per le **visite gratuite nei musei**, il 24% afferma per le riduzioni sulle mostre temporanee, il 17% per le iniziative didattiche riservate ai possessori della *MiC* e il restante 6% per il prezzo conveniente.

Risulta significativo che ad acquistare la *MiC Card* per le visite gratuite nel *Sistema Musei* siano soprattutto le fasce più giovani di età 19-44 anni, in prevalenza uomini, laureati, che vivono temporaneamente a Roma, ma alcuni risiedono al di fuori della Città Metropolitana. Invece a rispondere per le riduzioni sulle mostre temporanee ed iniziative didattiche riservate alla *MiC Card* sono principalmente i visitatori adulti al di sopra dei 45 anni, donne, con titolo di diploma, residenti nella Città Metropolitana di Roma.



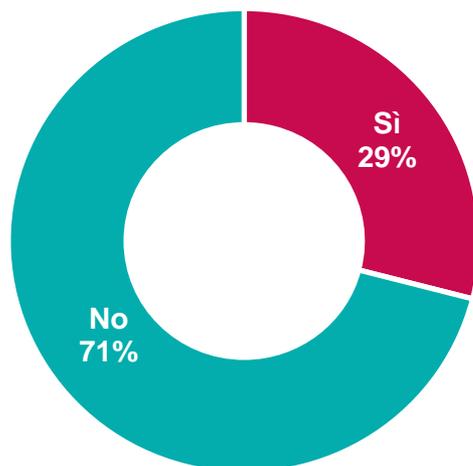
Servizio di prenotazione tramite lo 060608 e altre modalità di prenotazione

Il **29%** degli intervistati dichiara di avere utilizzato il servizio di prenotazione tramite il **Contact Center 060608**, mentre il 71% non ne ha usufruito (cfr. grafico in basso a sinistra). Poco più della metà degli intervistati (**53% sul totale**) afferma di essere **Molto Soddisfatto** sul servizio di prenotazione erogato dallo 060608, mentre il 40% lo è *Abbastanza*, il 6% *Poco* e solo l'1% *Per niente* (la media è pari ad un valore di **2,44** su 3,00).

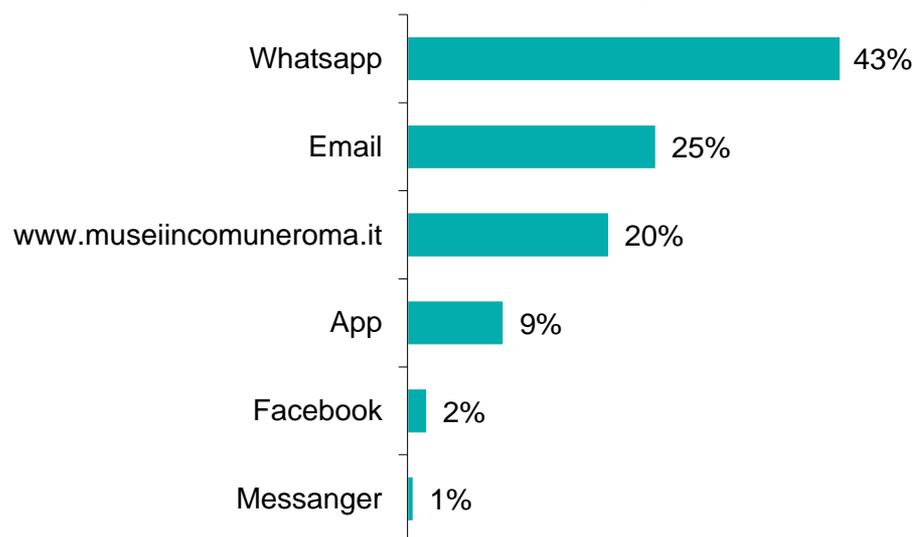
Alla domanda su “Quali altre modalità di prenotazione potrebbero essere più semplici ed immediate?”, il **43% del campione indica *Whatsapp*** (cfr. grafico sottostante a destra per le altre modalità di prenotazione indicate dal campione intervistato).

Risulta significativo che a non avere utilizzato lo 060608 per prenotare sono in prevalenza i giovani di età 19-39 anni, diplomati, che hanno visitato meno di due musei negli ultimi sei mesi, in generale sono abbastanza soddisfatti ed alcuni non intendono rinnovare la *MiC Card*.

Hai utilizzato il servizio di prenotazione tramite il Contact Center 060608?



Altre modalità di prenotazione

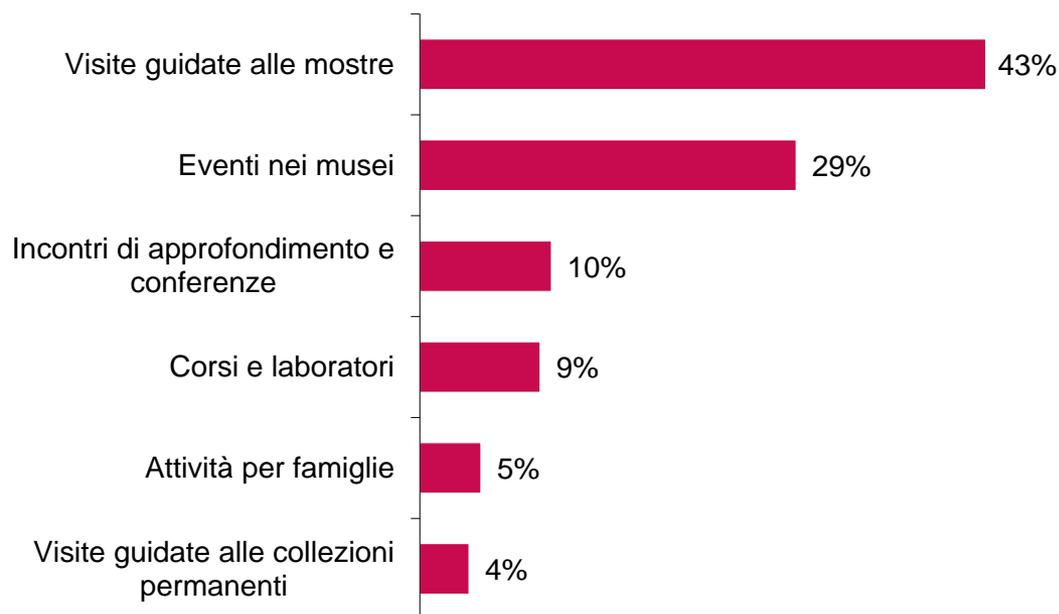


Attività di maggiore interesse a cui ti piacerebbe partecipare

Come si denota dal grafico sottostante, tra le attività di maggiore interesse prevalgono le **visite guidate alle mostre (43% sul totale degli intervistati)**.

Poi seguono gli **eventi nei musei (29%)**, gli **incontri di approfondimento (10%)**, i **corsi e laboratori (9%)**, le **attività per famiglie (5%)** e le **visite guidate alle collezioni permanenti (4%)**.

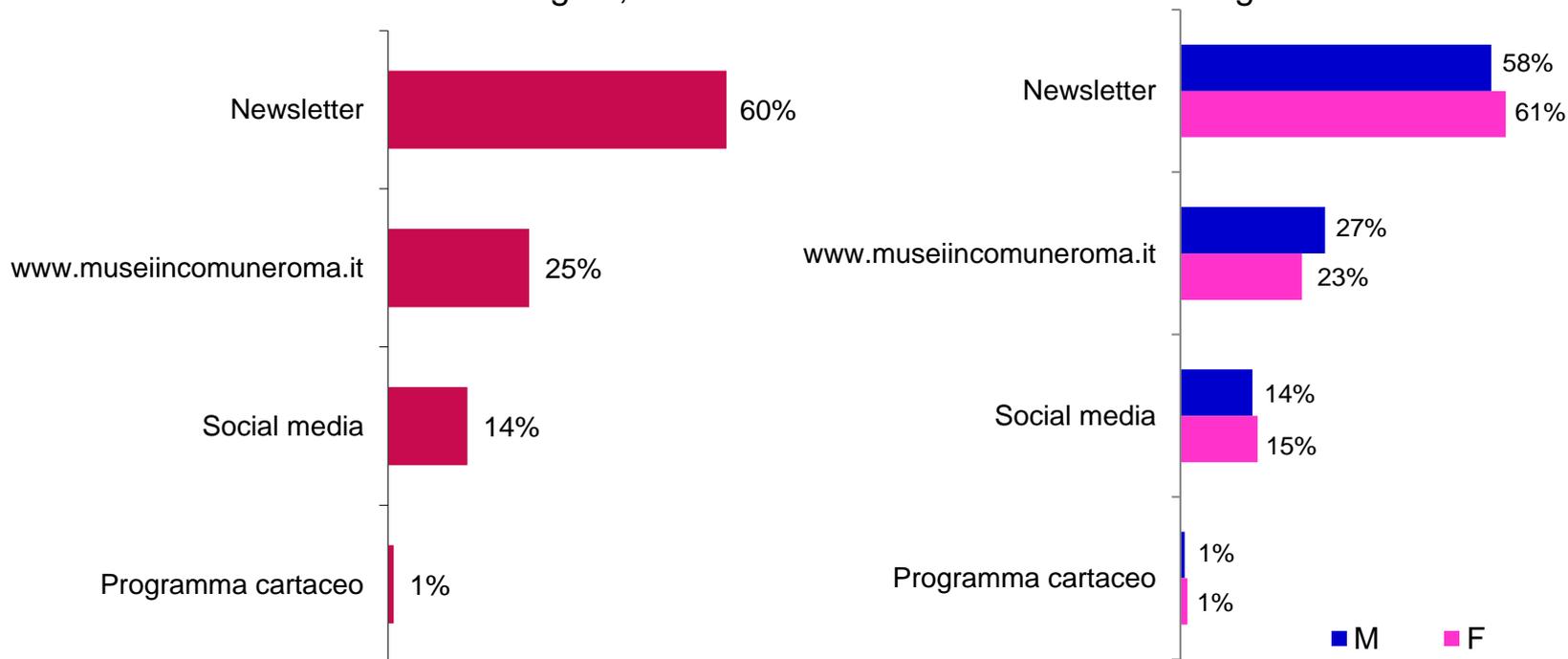
Risulta significativo che a rispondere le visite guidate alle mostre siano in particolare gli uomini, di età 45-64 anni, diplomati, che hanno utilizzato la *MiC Card* meno di tre volte negli ultimi sei mesi. Invece gli eventi nei musei ed incontri di approfondimento/conferenze prevalgono principalmente per le donne, di età 26-44 anni, con titolo di laurea o post laurea, che hanno usufruito della *MiC Card* più di tre volte da settembre dell'anno scorso ad oggi.



Quale canale di comunicazione preferisci utilizzare per le varie iniziative

Il canale preferito per le comunicazioni sulle varie iniziative dedicate è la **newsletter (60% sul totale delle risposte rilasciate)**, seguita dal portale **www.museiincomuneroma.it (25%)** e dai **social media (14%)**. Solo un 1% preferirebbe un **programma cartaceo**.

Risulta significativo che la newsletter sia il canale preferito dalle donne (*cfr.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età compresa tra i 35 e 64 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, che hanno acquistato la *MiC Card* personalmente e l'hanno utilizzata più di tre volte negli ultimi sei mesi. Invece coloro che prediligono il portale www.museiincomuneroma.it sono prevalentemente uomini, adulti di età oltre i 65 anni, diplomati, alcuni hanno ricevuto la card in regalo, ma l'hanno usata meno di tre volte negli ultimi sei mesi.



Le visite nei musei sono diventate più frequenti e hai visitato quelli che non conoscevi

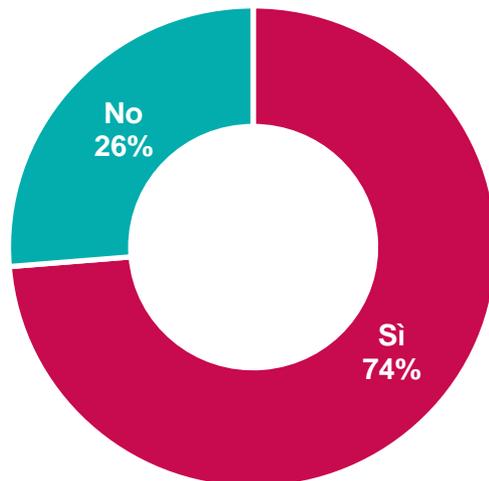
Il 74% del campione totale afferma di aver frequentato di più i musei da quando possiede la *MiC Card*, mentre il 26% risponde negativamente a tale domanda.

Risulta significativo che le visite siano più frequenti per gli uomini, che hanno acquistato online la card, molti l'hanno già rinnovata e hanno visitato dei musei che non conoscevano prima.

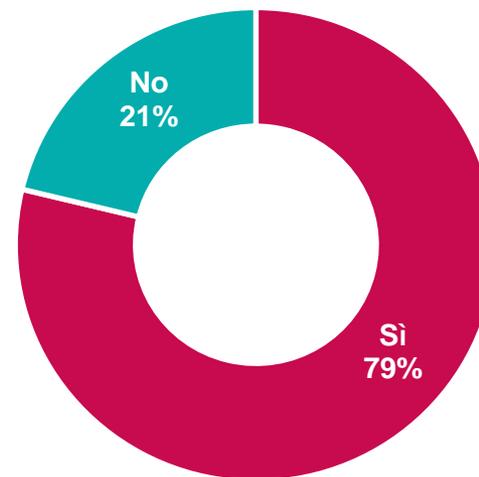
Il 79% degli intervistati dichiara di aver visitato alcuni musei per la prima volta con la *MiC Card* e il restante 21% già li conosceva (cfr. grafico in basso a destra).

Risulta significativo che a visitare musei che prima non conoscevano siano principalmente i giovani di età 19-39 anni, diplomati, hanno utilizzato la *MiC Card* più di tre volte negli ultimi sei mesi, le loro visite nei musei sono diventate più frequenti e nel complesso si ritengono molto soddisfatti sia della card che della newsletter.

Le tue visite sono diventate più frequenti?



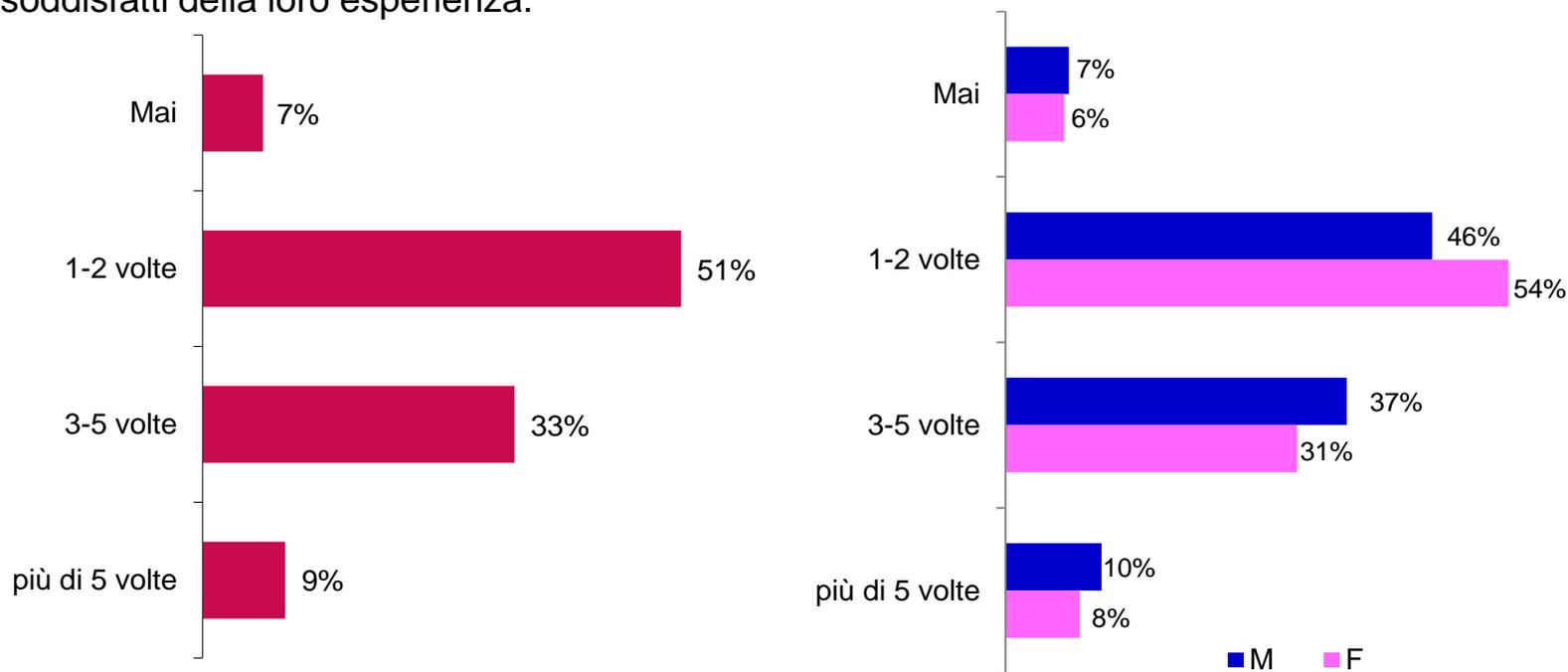
Hai visitato musei che prima non conoscevi?



Frequenza di utilizzo della MiC Card negli ultimi sei mesi

Il 51% del campione afferma di aver utilizzato la *MiC Card* «1-2 volte» negli ultimi sei mesi, il 33% l'ha usata da «3 a 5 volte», il 9% «più di 5 volte», mentre il 7% non ne ha «mai» usufruito negli ultimi sei mesi.

Risulta significativo che ad aver utilizzato la *MiC Card* 1-2 volte negli ultimi sei mesi siano in prevalenza donne (*cf.* grafico sottostante a destra), di età 26-44 anni, con titolo di diploma, dichiarano di non avere incrementato le loro visite nei musei e il loro giudizio generale è abbastanza soddisfacente. Invece coloro che hanno usato la *MiC Card* più di due volte in questi ultimi sei mesi sono in particolare gli uomini, adulti al di sopra dei 45 anni, con titolo di laurea o post laurea, che hanno effettuato varie visite nel *Sistema Musei* e nel complesso sono molto soddisfatti della loro esperienza.

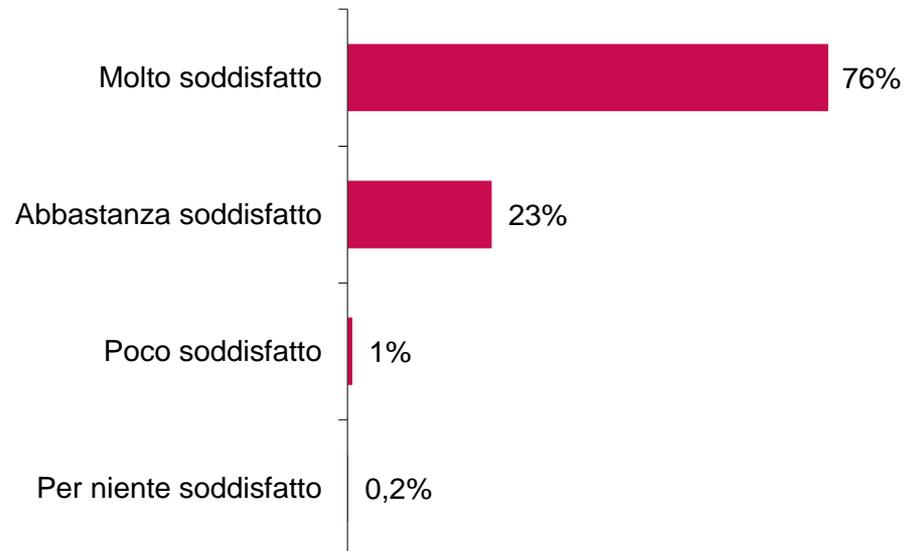


Esperienza complessiva con la MiC Card

Come si denota dal grafico sottostante, **il 76% del campione afferma di essere *Molto soddisfatto dell'esperienza complessiva con la MiC Card***, il 23% lo è *Abbastanza*, l'1% *Poco* e lo 0,2% *Per niente* (la media è pari ad un valore di **2,75** su 3,00).

Risulta significativo che ad essere molto soddisfatti siano soprattutto le donne, residenti nella Città Metropolitana, di età giovane 19-25 anni oppure adulta oltre i 45 anni, con un diploma di scuola media inferiore/superiore, che hanno incrementato le loro visite nei musei (inclusi quelli che non conoscevano) e si ritengono molto soddisfatti sia della newsletter che del servizio di prenotazione.

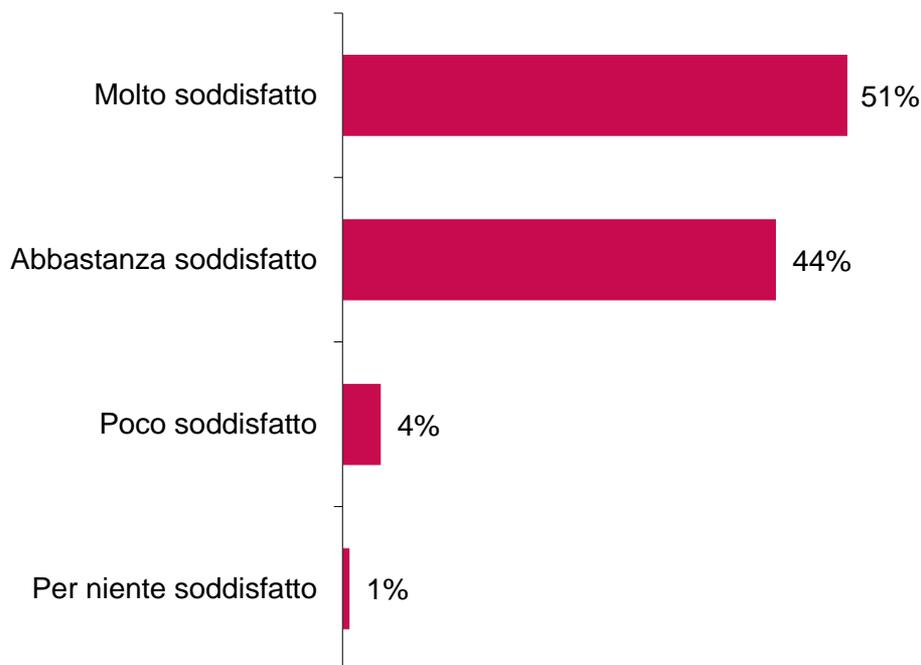
Invece ad essere abbastanza soddisfatti sono principalmente gli uomini, che non risiedono nella Città Metropolitana, appartenenti alle fasce di età 26-44 anni, con titolo di laurea o post laurea, non hanno frequentato più musei rispetto a prima dell'acquisto della card, non ne hanno visti di nuovi e sono abbastanza soddisfatti della newsletter e del *Contact Center 060608*.



Valutazione sulla newsletter riservata ai possessori della MiC Card

Alla domanda su quanto sia stata apprezzata la newsletter, il **51% risponde *Molto***, il 44% *Abbastanza*, il 4% *Poco* e solo il restante 1% *Per niente* (la media è pari ad un valore di **2,46** su 3,00).

Si rileva che ad apprezzare molto la newsletter siano in particolare le donne, che risiedono nella Città Metropolitana, di età adulta oltre i 40 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, hanno acquistato la card online, l'hanno rinnovata o intendono farlo, hanno incrementato le loro visite ai musei e ne hanno conosciuti anche di nuovi, sono molto soddisfatte sia del servizio di prenotazione che dell'esperienza complessiva.



Consiglierebbe la MiC Card – *Net Promoter Score*

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 della *MiC Card*.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà la *MiC Card* è pari al **76%**.

Il 20% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il restante 2% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



NET PROMOTER SCORE <i>MiC Card 2022</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	2	5	3	7	32	59	185	675	735	2609
0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	4%	16%	17%	61%
DETRACTORI = 2%							PASSIVI = 20%	PROMOTORI = 78%		
78%-2%=76%										

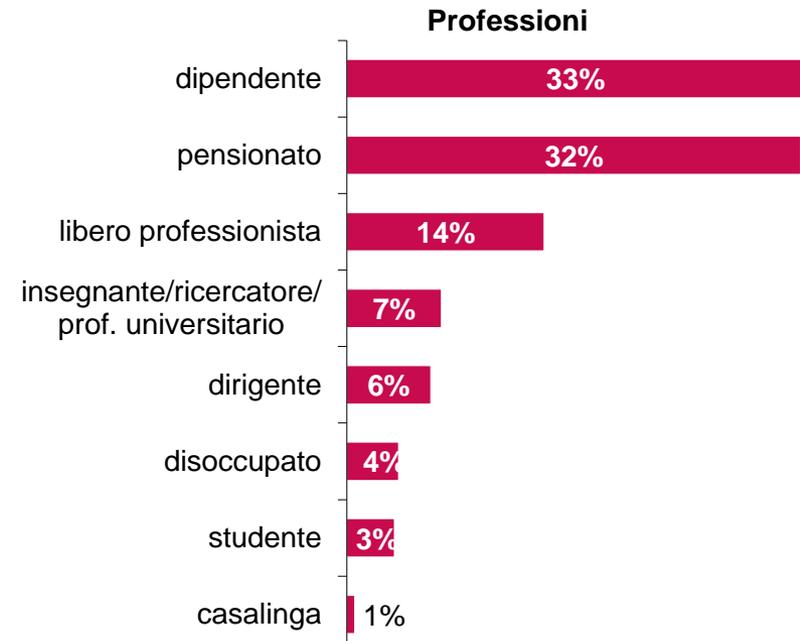
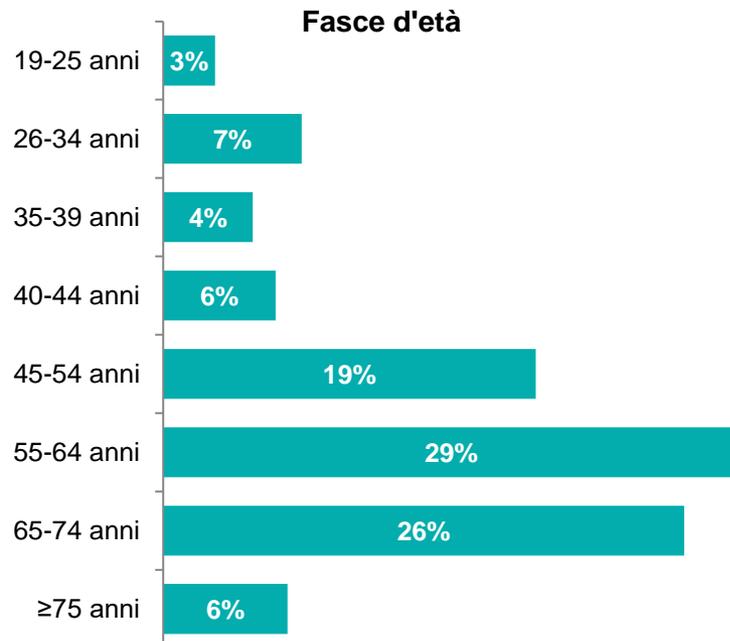
Analisi socio-demografica (genere, fasce d'età, istruzione, professione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (63% sul totale).

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle adulte comprese tra i **55 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 55% sul totale degli intervistati (*cfr.* grafico in basso a sinistra). Si evidenzia una buona percentuale anche della fascia di età 45-54 anni (19%).

Il 62% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o post laurea**, mentre il 36% ha un titolo di diploma superiore e il restante 2% la licenza media.

Tra le categorie professionali emergono i **dipendenti** (33%) e **pensionati** (32%), seguiti dai liberi professionisti (14%; *cfr.* grafico in basso a destra per ulteriori dettagli).

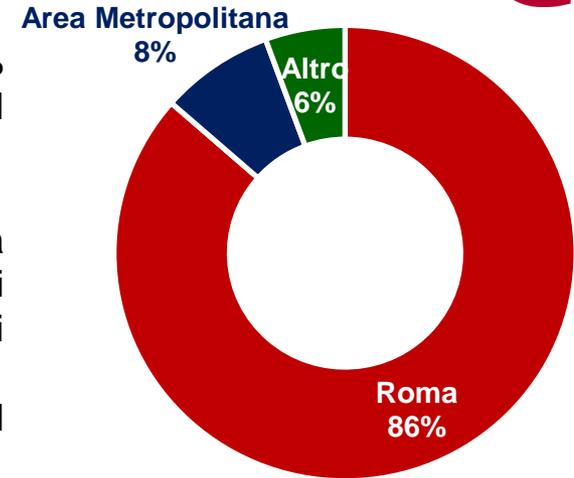


Analisi socio-demografica (Municipi di residenza)

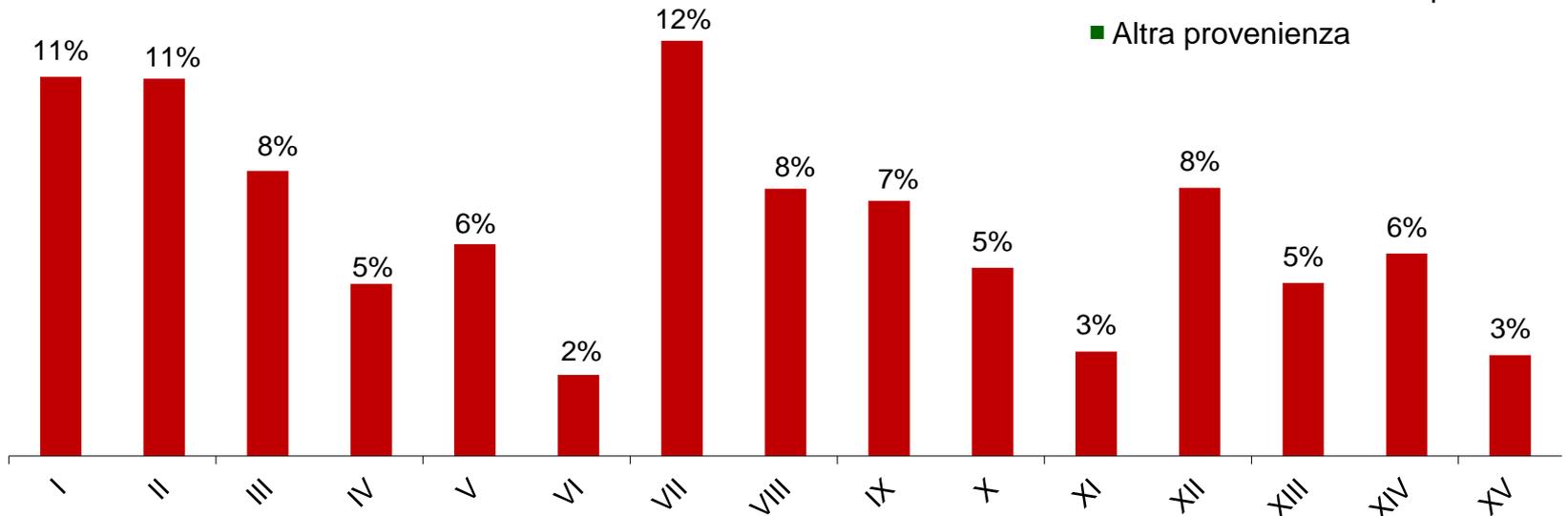
L'86% del campione totale è costituito da cittadini **romani**; l'8% proviene da altri Comuni della Città Metropolitana, mentre il 6% risiede in altre province italiane e/o all'estero.

Analizzando la zona di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto il **Municipio VII** (12%), seguito dai **Municipi I e II**, che raggiungono entrambi una percentuale pari all'11%.

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



- Roma
- Altri Comuni Città Metropolitana
- Altra provenienza

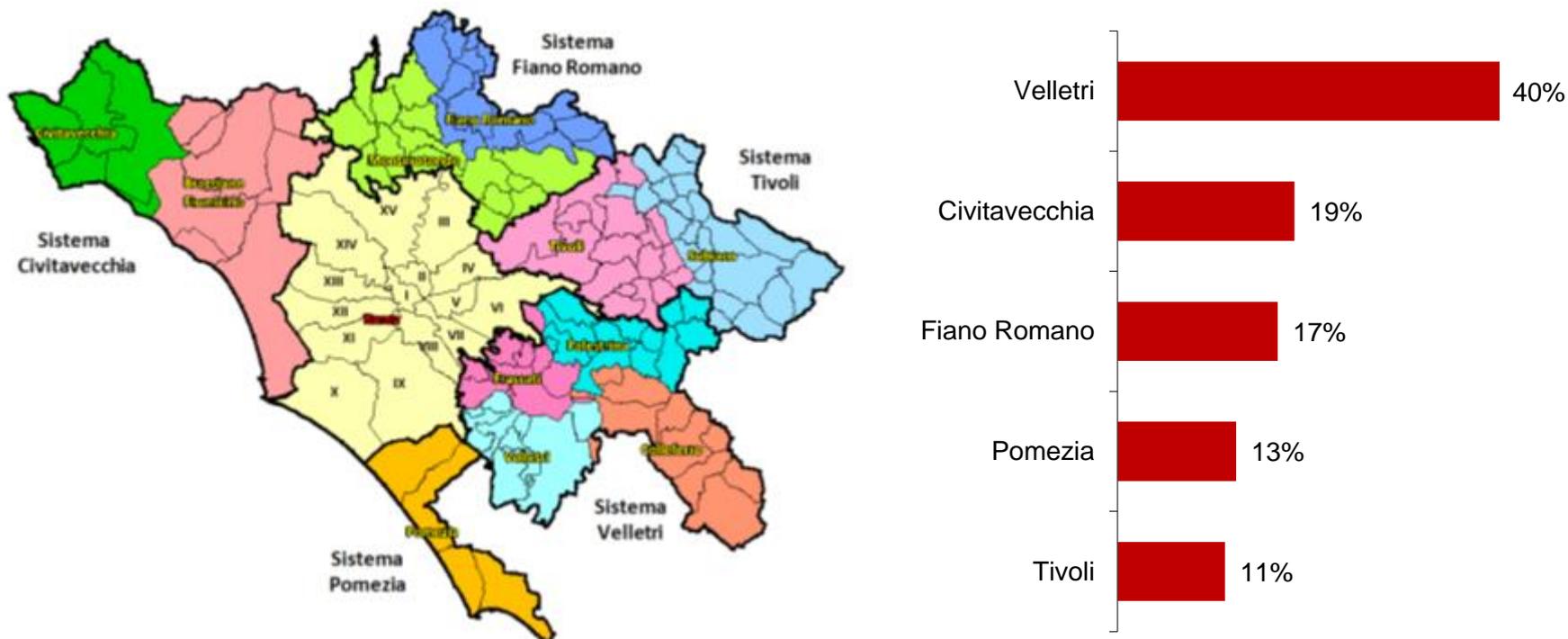


Analisi socio-demografica (Comuni della Città Metropolitana) 1/2

Sulla base di quanto è stato deliberato nel **PIANO TERRITORIALE E PROVINCIALE GENERALE (PTPG)** della **Città Metropolitana di Roma Capitale**, sono stati aggregati i vari Comuni nei cinque Sistemi riportati nella mappa e nel grafico sottostanti.

A prevalere è in particolare il **Sistema Velletri**, che include i vari Comuni dei Castelli Romani e raggiunge una percentuale pari al **40%**.

Si rimanda alla *slide* successiva per maggiori dettagli (valori assoluti e percentuali) sui vari Comuni appartenenti ai singoli Sistemi, che sono emersi in tale survey.



Analisi socio-demografica (Comuni della Città Metropolitana) 2/2

SISTEMA	COMUNI	Conteggio	% di casi per colonna
VELLETRI	Ciampino	25	7%
	Marino	19	6%
	Frascati	16	5%
	Grottaferrata	12	4%
	Ariccia	9	3%
	Velletri	9	3%
	Monte Porzio Catone	6	2%
	Albano Laziale	5	1%
	Palestrina	5	1%
	Rocca di Papa	4	1%
	Castel Gandolfo	3	1%
	Genazzano	3	1%
	Genzano di Roma	3	1%
	Monte Compatri	3	1%
	Rocca Priora	3	1%
	San Cesareo	3	1%
	Cave	2	1%
	Colonna	2	1%
	Carpineto Romano	1	0%
	Colleferro	1	0%
	Labico	1	0%
	Lanuvio	1	0%
	Olevano Romano	1	0%
San Vito Romano	1	0%	

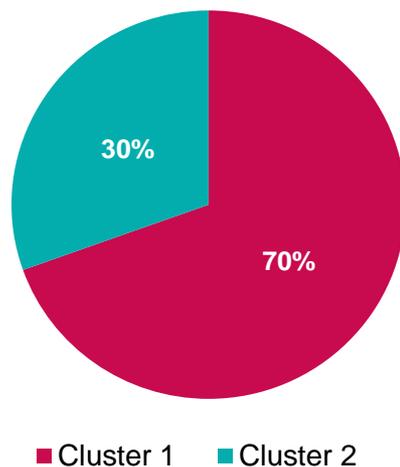
SISTEMA	COMUNI	Conteggio	% di casi per colonna
CIVITAVECCHIA	Fiumicino	16	5%
	Ladispoli	13	4%
	Cerveteri	9	3%
	Anguillara Sabazia	7	2%
	Bracciano	7	2%
	Santa Marinella	5	1%
	Trevignano Romano	3	1%
	Civitavecchia	2	1%
FIANO ROMANO	Manziana	2	1%
	Monterotondo	10	3%
	Formello	8	2%
	Riano	7	2%
	Fonte Nuova	5	1%
	Mentana	5	1%
	Morlupo	5	1%
	Castelnuovo di Porto	4	1%
	Campagnano di Roma	3	1%
	Palombara Sabina	3	1%
	Rignano Flaminio	3	1%
	Capena	1	0%
	Fiano Romano	1	0%
	Sacrofano	1	0%
	Sant'Angelo Romano	1	0%
	Torrita Tiberina	1	0%
POMEZIA	Pomezia	18	5%
	Anzio	11	3%
	Ardea	9	3%
	Nettuno	5	1%
TIVOLI	Guidonia Montecelio	20	6%
	Tivoli	17	5%
	Castel Madama	2	1%

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 ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (3000 individui per il *Cluster 1* e 1314 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 più elevato sia sull'esperienza generale con *la MiC Card* che sulla newsletter.



Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza romani; di età adulta 55-74 anni; diplomati; dipendenti e pensionati; hanno acquistato personalmente la card, soprattutto nel 2021; sono a conoscenza che si possa acquistare online; l'hanno scelta per le iniziative riservate ai possessori; hanno utilizzato il servizio di prenotazione 060608; sono stati in musei che non conoscevano prima; hanno usato la card da 3 a 5 volte negli ultimi sei mesi.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza residenti al di fuori di Roma Capitale; di età compresa tra i 26 e 54 anni; con titolo di laurea o post laurea; liberi professionisti; alcuni hanno ricevuto la card in regalo, l'hanno acquistata/rinnovata soprattutto nel 2022; alcuni non sanno che può essere acquistata online; l'hanno scelta per le visite gratuite nei musei; molti non hanno utilizzato lo 060608; sono stati in musei che già conoscevano; hanno usato la card 1-2 volte negli ultimi sei mesi.

Suggerimenti (1/2)

ELOGI ottima iniziativa per supportare i musei; rende più partecipi della propria città. **Totale 17**

NIENTE da migliorare, va bene così. **Totale 3330**

OFFERTA ampliare il numero dei musei inclusi (123); più iniziative dedicate, aperture straordinarie, attività didattiche per bambini e famiglie (44); maggior numero di mostre temporanee e aumentare lo sconto per visitarle (43); estendere facilitazioni/vantaggi (16); avere accessi preferenziali, senza biglietto cartaceo (12); includere siti/musei solitamente chiusi al pubblico (8); altro (7). **Totale 253**

ACQUISTO/RINNOVO il rinnovo è complesso, aggiornare i sistemi (26); se si fa l'acquisto/rinnovo online, non prevedere un ulteriore passaggio in biglietteria, altrimenti si crea troppa fila e spreco di carta inutile (23); procedura di acquisto troppo macchinosa, anche online (18); se si acquista online, sarebbe preferibile inviare un QR-code o spedire la card (7); altro (5). **Totale 79**

PRENOTAZIONE utilizzare altri canali rispetto al telefono (49), altro (6). **Totale 55**

NEWSLETTER arriva troppo a ridosso degli eventi e a volte anche successivamente (14); da migliorare, non aggiornata, poco chiara (12); più informazioni sugli eventi culturali (11); maggiore frequenza, anche con cadenza settimanale (6); non sempre gli utenti le ricevono, anche se hanno dato il consenso (5); altro (1). **Totale 49**

CONTACT CENTER 060608 tempi di attesa troppo lunghi (30), altro (1). **Totale 31**

Suggerimenti (2/2)

CARD deve riportare la data di scadenza, senza recarsi al museo (15); ampliare l'offerta anche ai non residenti, anche con un prezzo differenziato (7); altro (7). **Totale 29**

COMUNICAZIONE più pubblicità, la MiC Card è poco conosciuta (17); altro (7). **Totale 24**

PREZZO da aumentare, troppo basso, costa poco (13); altro (3). **Totale 16**

SITO INTERNET confuso e non sempre aggiornato, sia per le informazioni che per l'acquisto (10); altro (5). **Totale 15**

INIZIATIVE aumentare i posti a disposizione per le visite guidate, fare visite guidate di mattina con maggiore frequenza, anche per i gruppi. **Totale 9**

APP manca una app specifica per i possessori MIC. **Totale 5**

ALTRO. Totale 11

TOTALE 576 SUGGERIMENTI
MiC Card

Allegato 1 – Questionario (fronte/retro)

Quando hai acquistato la MIC Card per la prima volta? 2019 2020 2021 2022

Come sei venuto a conoscenza della MIC Card?

stampa passaparola TV Radio
 locandine/cartoline scuola-università guida cartacea
 manifesti pubblicitari biglietteria dei musei ass. culturale
 www.museiincomuneroma.it Contact Center 060608 visita guidata
 altri siti internet Tourist Infopoint lavoro
 social media l'ho ricevuta in regalo conoscenza personale
 newsletter *MuseiinComune* social media biblioteca
 altro (specificare:.....)

Se dai social media, quale?
 Facebook Twitter Instagram Youtube Tik Tok

Come sei venuto in possesso della MIC Card?
 L'ho acquistata personalmente L'ho ricevuta in regalo

Sei a conoscenza del fatto che la MIC Card può essere acquistata on line? Sì No

Hai già rinnovato o intendi rinnovare la MIC Card una volta scaduta? Sì No

Se no, per quale motivo non intendi rinnovarla?
 La utilizzo poco Ne ho già usufruito per i musei/mostre a cui ero interessato
 Non mi interessa più Altro (specificare:.....)

Qual è il motivo che ti ha spinto ad acquistare la MIC Card?
 Per visitare i musei gratuitamente Per le riduzioni sulle mostre temporanee
 Per le iniziative didattiche riservate ai possessori della card Per il prezzo
 Altro (specificare:.....)

Hai utilizzato il servizio di prenotazione tramite il Contact Center 060608? Sì No

Se sì, quanto sei soddisfatto del servizio di prenotazione?
 Molto Abbastanza Poco Per niente

Quali altre modalità di prenotazione potrebbero essere per te più semplici ed immediate? (max 2 risposte di preferenza)
 Whatsapp www.museiincomuneroma.it Facebook Email Messenger
 Chatbox App Altro (specificare:.....)

Quali attività ti interessano maggiormente?
 Visite guidate alle mostre Visite guidate alle collezioni permanenti
 Incontri di approfondimento e conferenze Eventi all'interno dei musei
 Corsi e laboratori Attività per famiglie Altro (specificare:.....)

A quali altre attività ti piacerebbe partecipare?

Quale canale di comunicazione preferisci utilizzare per venire a conoscenza delle iniziative dedicate ai possessori della MIC Card?
 www.museiincomuneroma.it Social media Programma cartaceo Newsletter
 Whatsapp Altro (specificare:.....)

Le tue visite ai musei sono diventate più frequenti? Sì No

Hai visitato musei che prima non conoscevi? Sì No

Quante volte hai utilizzato la MIC Card negli ultimi sei mesi?
 Ancora non l'ho utilizzata Una-due volte Tre-cinque volte Più di cinque volte

Come valuti la tua esperienza con la MIC Card?
 Molto soddisfacente Abbastanza soddisfacente Poco soddisfacente Per niente soddisfacente

Come valuti la newsletter riservata ai possessori della MIC Card?
 Molto soddisfacente Abbastanza soddisfacente Poco soddisfacente Per niente soddisfacente

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggeriresti la MIC Card ad altre persone?

MINIMO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MASSIMO
	<input type="checkbox"/>											

Suggerimenti Nessuno, va bene così

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI

Età: <14 14-18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55-64 65-74 ≥75

Genere: Uomo Donna

Titolo di studio: scuola dell'obbligo diploma superiore laurea specializzazione post laurea

Professione:
 dipendente pensionato
 dirigente-manager libero professionista
 studente insegnante/ricercatore/professore universitario
 inoccupato altro (specificare:.....)

Residenza:
 Roma (indicare **MUNICIPIO**:.....)
 Area Metropolitana:(indicare **COMUNE**:.....)
 Altra provincia italiana: (indicare **PROVINCIA**:.....)
 Altra nazionalità: (indicare **PAESE**:.....)