



Indagini di Customer Satisfaction

Roma Pass

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Tipologia di card acquistata
- È la prima volta che vieni a Roma
- Con chi hai effettuato il tuo viaggio
- Per quale motivo sei venuto a Roma
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Come sei venuto a conoscenza della card Roma Pass
- Hai mai usato questo tipo di card turistiche in altre città
- Motivazione di acquisto
- Servizi utilizzati e musei visitati con la Roma Pass
- Utilizzo sito www.romapass.it e mailbox info@romapass.it
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe la card Roma Pass ad altre persone
- Analisi socio-demografica
- Ha intenzione di fare un viaggio, scelta meta e mese dell'anno, durata
- Cosa vorresti vedere a Roma
- Quale tra queste funzioni, sarebbe più utile trovare nella Roma Pass
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (*Cluster Analysis*)

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **513** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) **dal 3 maggio al 14 giugno 2022** agli utenti che hanno utilizzato la card **Roma Pass** dal 1 gennaio 2020 al 31 marzo 2022 (il campione rappresenta il 7% sul totale delle email a cui è stato inviato il form online).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 4,17\%$.

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 sui vari servizi erogati da *Zètema Progetto Cultura* è pari a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli utenti intervistati è più che sufficiente, con una media di **2,23** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **85%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sulla card **Roma Pass** sono quelli relativi alla **facilità di acquisto online** (2,49) e alla **praticità di utilizzo** (2,45).

Quasi tutte le medie delle variabili oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, tranne la **varietà dei servizi inclusi** (2,18) e la **convenienza del prezzo** (2,07).

La **praticità di utilizzo** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa; invece la **convenienza del prezzo** e la **varietà dei servizi inclusi** rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari e sono le variabili più correlate al giudizio complessivo sulla card (*cf.* pp. 23-25).

Tra le funzioni che gli intervistati ritengono più utili trovare nella *Roma Pass*, prevalgono la **personalizzazione della Card**, **aggiungendo tematiche a scelta del visitatore** e l'**estensione della sua durata** (entrambe raggiungono una percentuale pari al 32%).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito per la maggior parte da **turisti stranieri** (70%), **impiegati** (51%), in possesso di un **titolo di laurea o post laurea** (66%), appartenenti soprattutto alle fasce di età compresa tra i **18 e 34 anni** (45%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale nettamente il **canale web**, che raggiunge complessivamente il 79% sul totale delle risposte rilasciate (di cui il 45% si riferisce a *www.romapass.it*, il 18% *altri siti internet*, il 9% *www.turismoroma.it* e il 7% *social network*).

Risulta significativo che il sito *www.romapass.it* prevalga in particolare per gli uomini appartenenti alle fasce di età 18-39 anni e 45-54 anni, molto soddisfatti della facilità di acquisto online. A rispondere *altri siti internet* sono soprattutto le donne, di età compresa tra i 26 e 44 anni, che gradiscono abbastanza la facilità di acquisto online della card.

Tabella riassuntiva

Roma Pass 2022	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Facilità acquisto online	2,49	3,00	513	0	0,753	0%	61%	3%	91%
Convenienza prezzo	2,07	2,00	512	1	0,774	0%	30%	4%	81%
Praticità di utilizzo	2,45	3,00	509	4	0,828	1%	62%	5%	89%
Varietà servizi inclusi	2,18	2,00	511	2	0,815	0%	39%	5%	84%
Durata di utilizzo	2,25	2,00	511	2	0,742	0%	40%	3%	88%
Giudizio complessivo	2,23	2,00	513	0	0,847	0%	44%	6%	85%

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

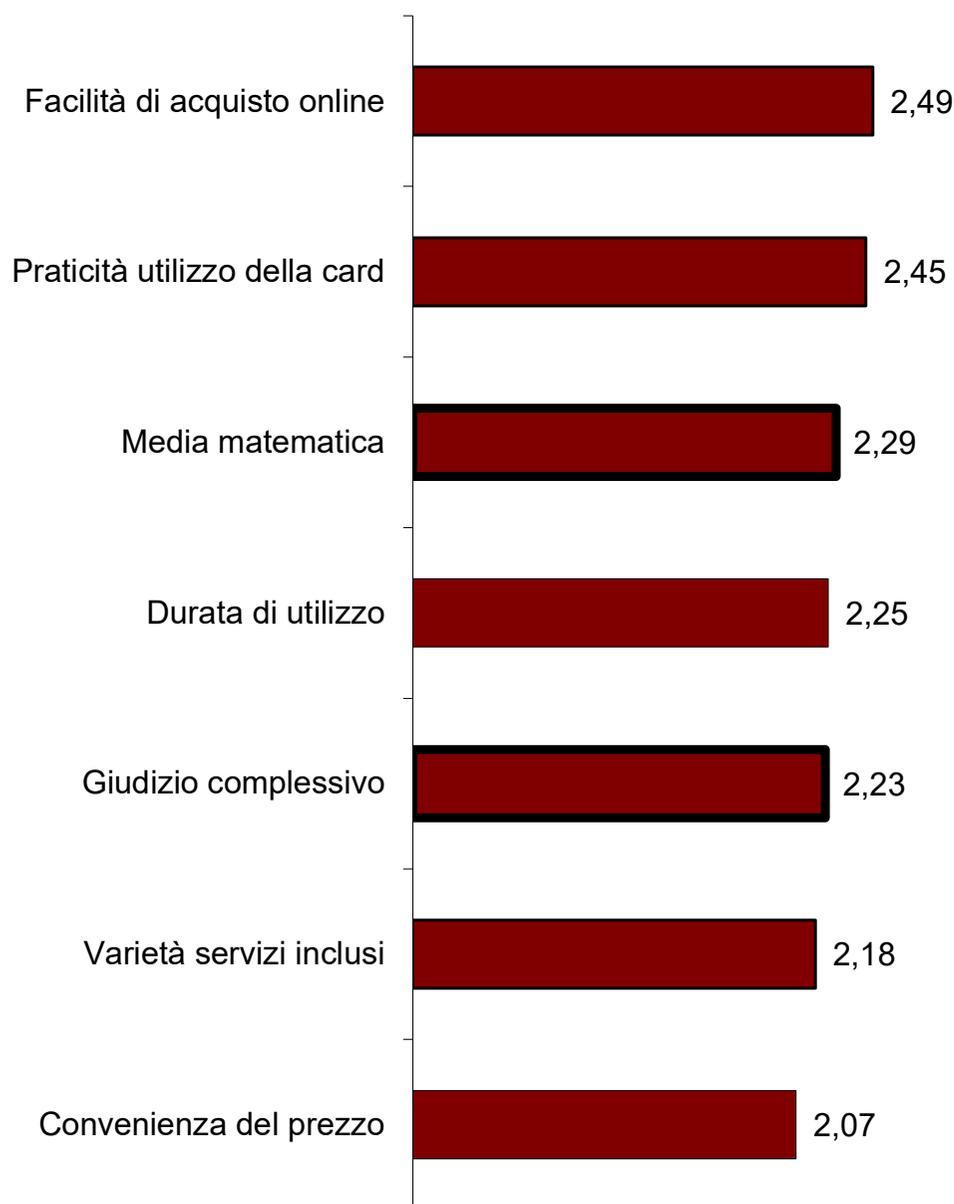
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,29).

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 i seguenti: **facilità di acquisto online** e **praticità di utilizzo**.

Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, tranne la **varietà dei servizi inclusi** (2,18) e la **convenienza del prezzo** (2,07).

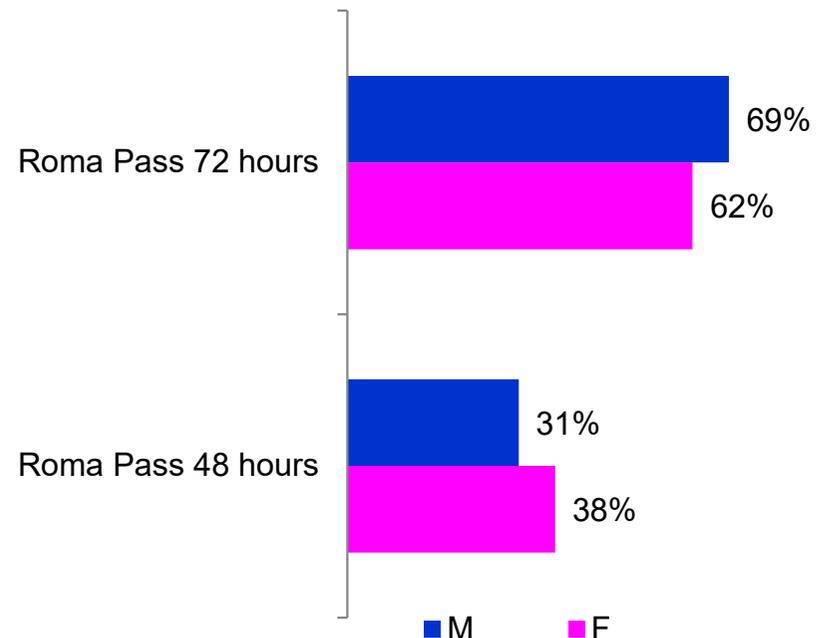
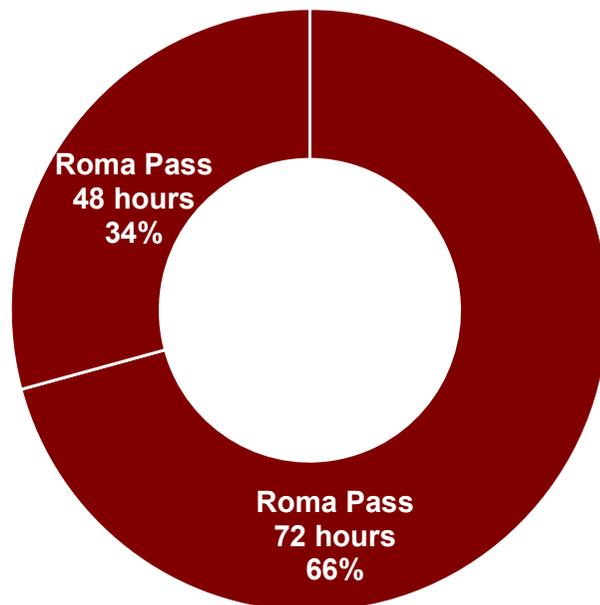


Tipologia di card acquistata

Il 66% sul totale afferma di avere acquistato la card **Roma Pass 72 hours**, mentre il restante 34% ha preferito la **Roma Pass 48 hours**.

Risulta significativo che la Roma Pass 72 hours prevalga per una percentuale leggermente più alta di uomini (*cf.* grafico in basso a destra), di età giovane 18-25 anni o adulta al di sopra dei 45 anni, alcuni già stati a Roma, dichiarano di avere acquistato card turistiche in altre città e hanno intenzione di effettuare dei viaggi, nel complesso molto soddisfatti, con un giudizio superiore o uguale alle proprie aspettative.

Invece la Roma Pass 48 hours è predominante tra le donne, di età compresa tra i 26 e 44 anni, che vengono per la prima volta a Roma, alcune non hanno comprato card turistiche altrove e non tutte vorrebbero effettuare dei viaggi, in generale sono abbastanza soddisfatte, hanno un giudizio inferiore alle attese o ne sono prive.

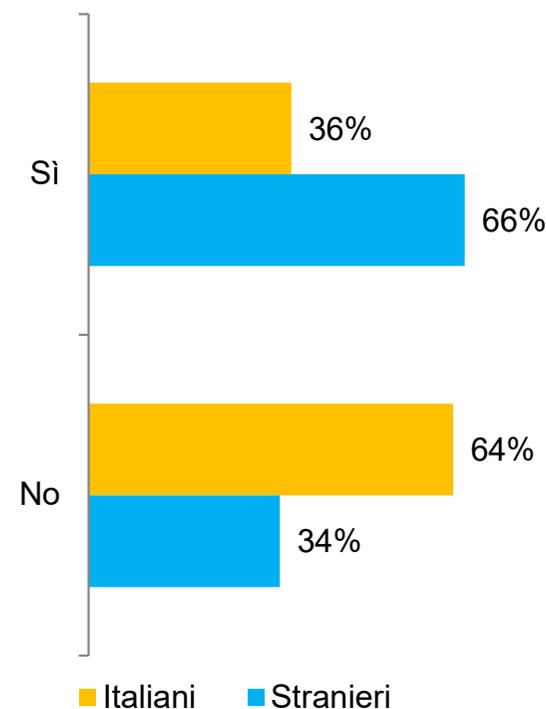
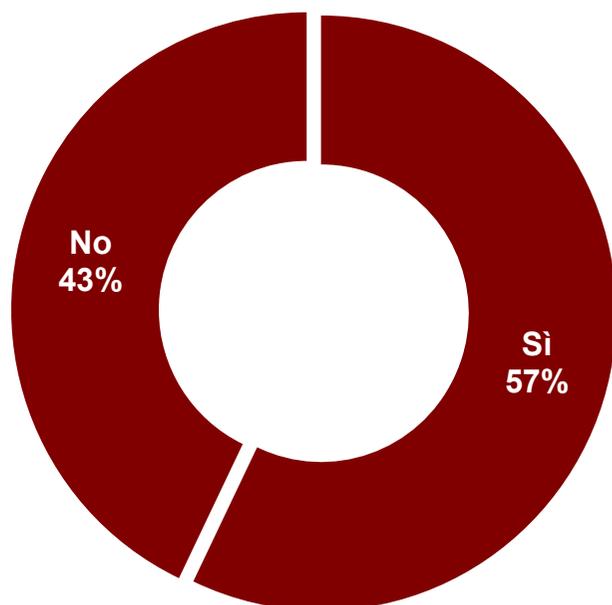


È la prima volta che vieni a Roma

Il 57% sul totale dichiara di **venire a Roma per la prima volta**, mentre il restante 43% già vi è stato.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta a Roma siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), donne, di età giovane 18-44 anni, che non hanno utilizzato questo tipo di card turistiche in altre città e sono poco soddisfatte sia sulla praticità di utilizzo che sulla varietà dei servizi inclusi nella Roma Pass.

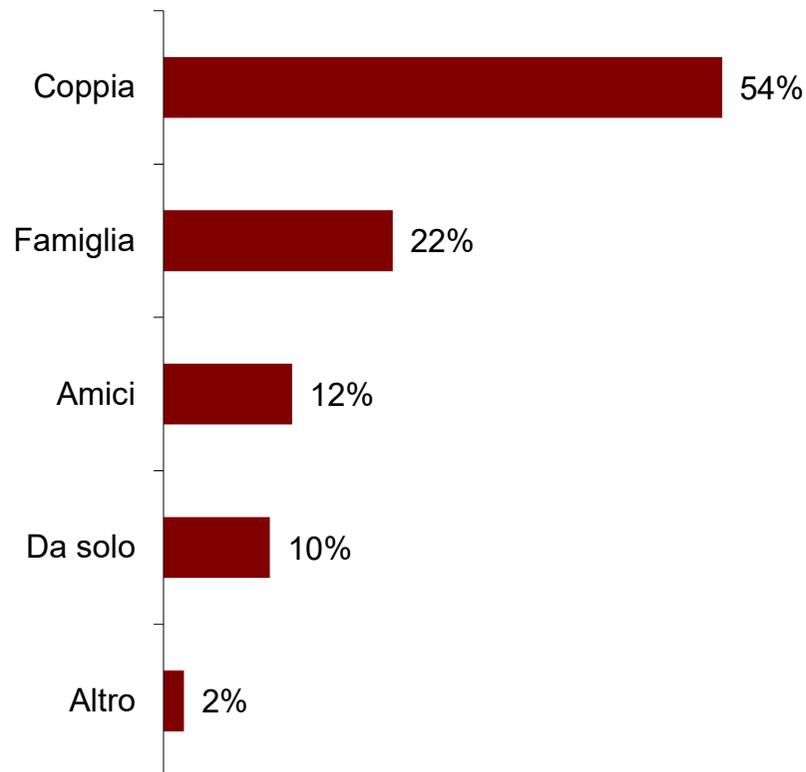
Invece ad essere già stati a Roma sono in particolare coloro che giungono da altre province italiane, di età adulta al di sopra dei 45 anni, oltre la metà di essi ha usufruito di card simili altrove, nel complesso si ritengono molto o abbastanza soddisfatti sulla praticità di utilizzo della card e sulla varietà dei servizi compresi.



Con chi hai effettuato il viaggio

Il 54% degli intervistati dichiara di avere effettuato il viaggio in **coppia**, il 22% con la propria **famiglia**, il 12% con **amici**, il 10% **da solo**, mentre solo un 2% risponde **altro**.

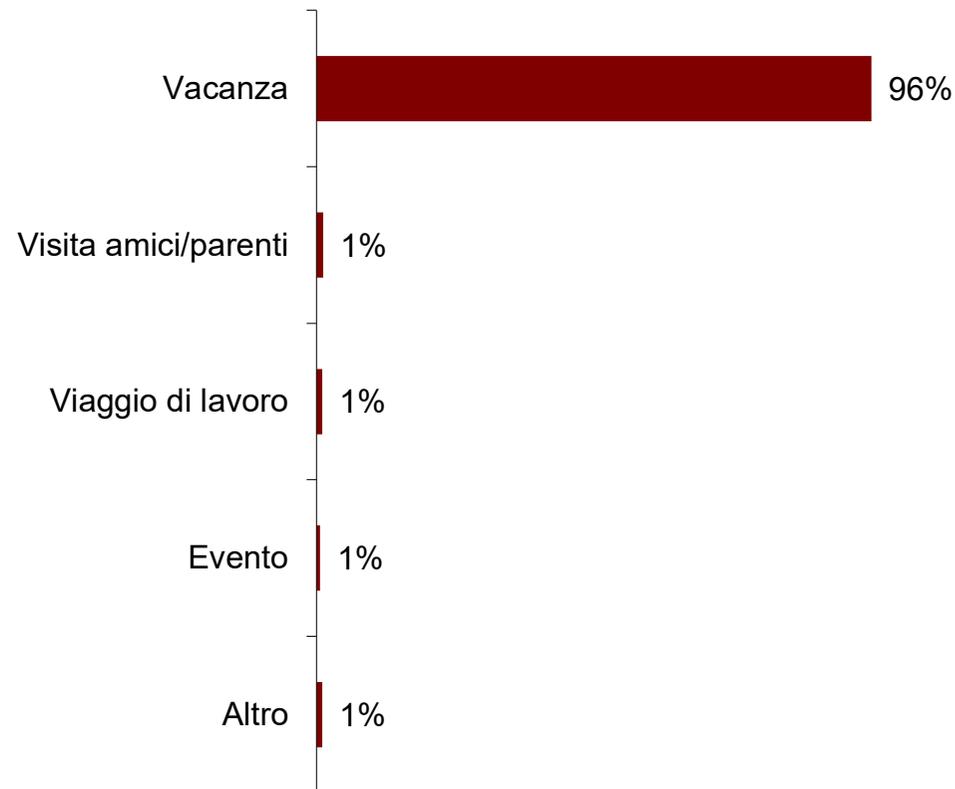
Risulta significativo che ad essere venuti in coppia siano principalmente gli utenti di età 26-39 anni, laureati, abbastanza soddisfatti sia della praticità di utilizzo che della convenienza del prezzo. A recarsi con la propria famiglia o con amici sono in particolare i diplomati, molto soddisfatti sulla praticità di utilizzo e convenienza del prezzo, ma variano le fasce d'età: 18-25 anni e 40-54 anni per chi risponde *famiglia*, mentre sono adulti al di sopra dei 55 anni coloro che hanno effettuato il viaggio in compagnia di *amici*.



Per quale motivo sei venuto a Roma

La quasi totalità del campione (96% sul totale) dichiara di essere venuto a Roma per **vacanza**, il restante 4% risponde per le seguenti motivazioni: **visita a parenti/amici** (1%), **viaggio di lavoro** (1%), per partecipare ad un **evento** (1%) o **altro** (1%).

Risulta significativo che la vacanza sia la motivazione prevalente soprattutto per i turisti stranieri, laureati, di età compresa tra i 26 e 44 anni, che hanno un giudizio complessivo molto soddisfacente sulla card e sulla sua praticità di utilizzo, mentre alcuni si ritengono abbastanza soddisfatti della facilità di acquisto online.

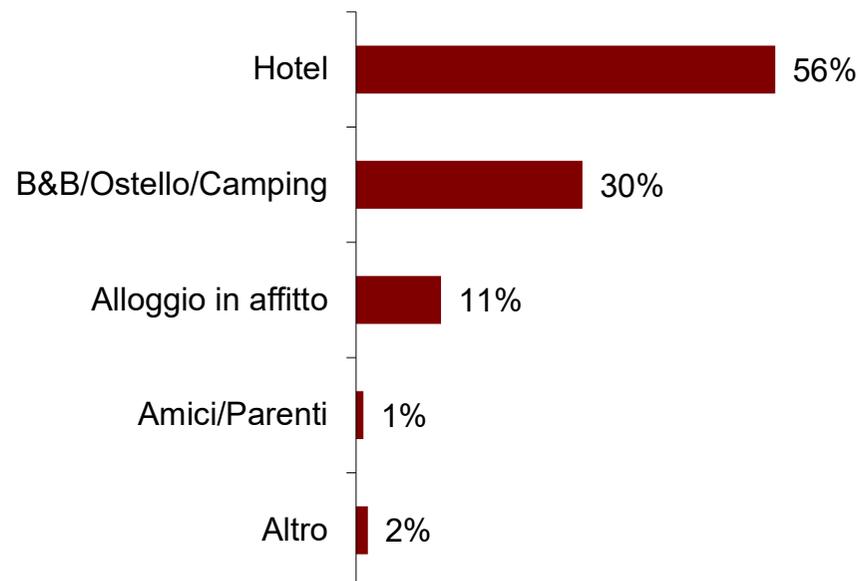


Struttura ricettiva e permanenza media

Il 56% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto le **strutture alberghiere** (di cui il 60% alloggia in hotel a 3 stelle e il 31% in hotel a 4 stelle). Il 30% ha prenotato delle **strutture extra-alberghiere (B&B, Ostelli, Camping)**, l'11% afferma di prediligere **alloggi in affitto**, mentre un 1% preferisce pernottare presso **amici/parenti** e il restante 2% risponde **altro**.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a circa 4 notti (**3,89 notti**).

Risulta significativo che le strutture alberghiere siano la scelta prevalente tra gli adulti al di sopra dei 45 anni, alcuni dei quali hanno utilizzato la mailbox info@romapass.it, nel complesso abbastanza soddisfatti della facilità di acquisto online e del sito internet, il loro giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi. Invece le strutture extra-alberghiere e alloggi in affitto emergono per le fasce giovani dei 18-44 anni, che non hanno usufruito della mailbox info@romapass.it, in generale molto soddisfatti della facilità di acquisto online e del sito internet, con un giudizio superiore alle proprie attese.

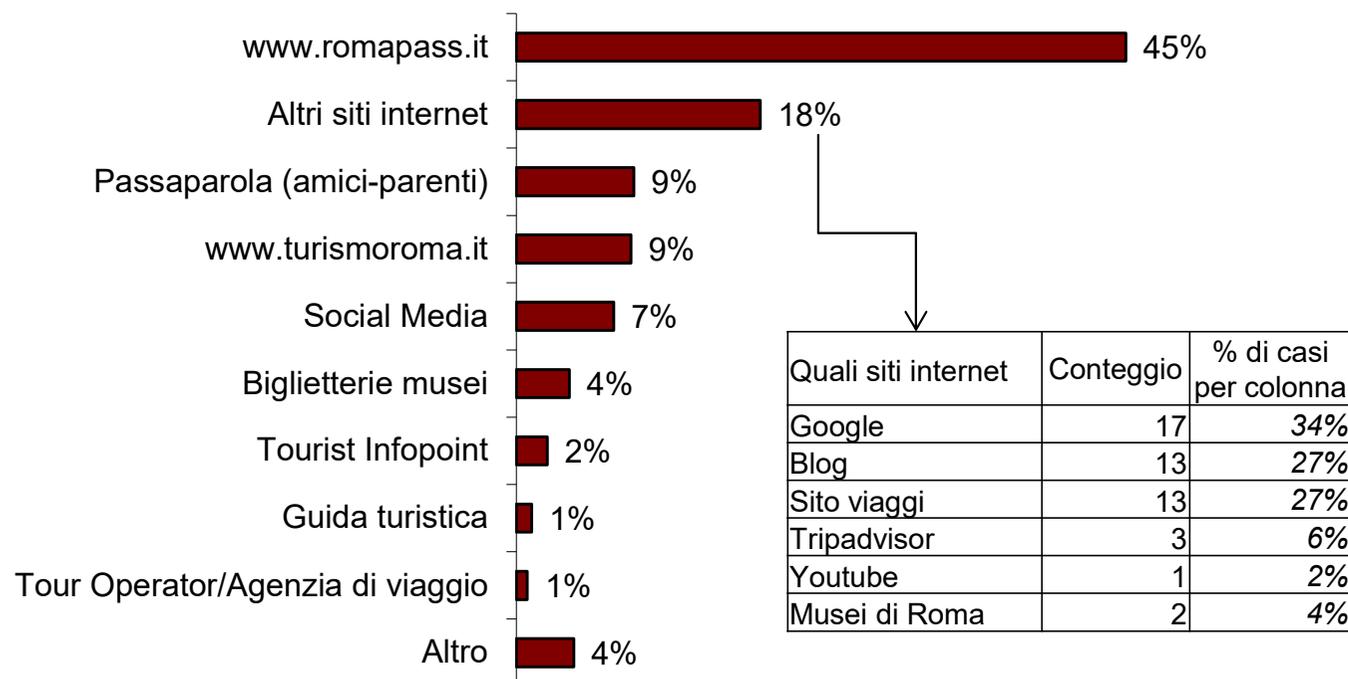


Come sei venuto a conoscenza della card Roma Pass

Il 45% di chi ha compilato il form online dichiara di essere venuto a conoscenza della card *Roma Pass* attraverso il sito **www.romapass.it**, il 18% risponde **altri siti internet** (di cui il 34% indica i **motori di ricerca**; *cfr.* tabella sottostante), un 9% tramite il **passaparola** e un 9% visitando il portale **www.turismoroma.it**, mentre il 7% coi **social media**.

Risulta significativo che il sito www.romapass.it prevalga per gli uomini appartenenti alle fasce di età 18-39 anni e 45-54 anni, molto soddisfatti della facilità di acquisto online. A rispondere altri siti internet sono soprattutto le donne, di età compresa tra i 26 e 44 anni, che gradiscono abbastanza la facilità di acquisto online della card.

Invece il passaparola è il mezzo di comunicazione predominante per gli uomini, di età giovane 18-25 anni o adulta 55-74 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti dell'acquisto online.

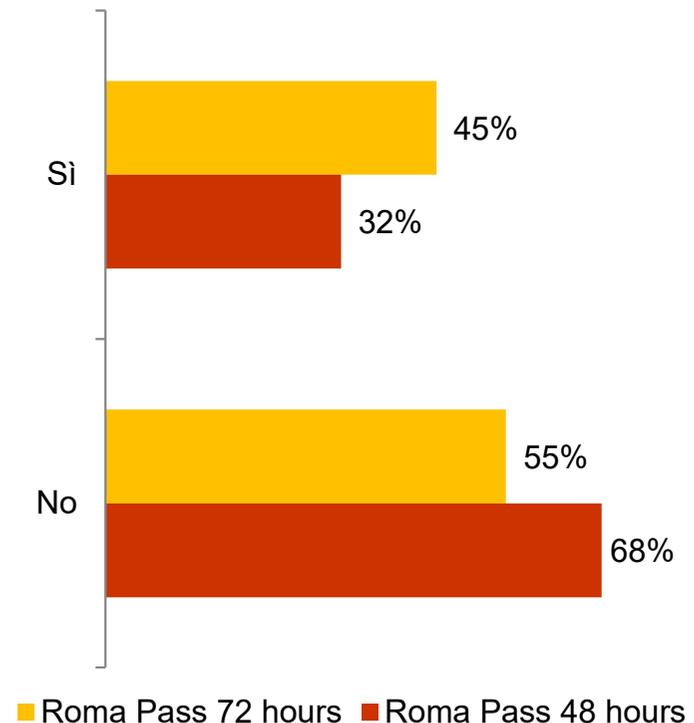
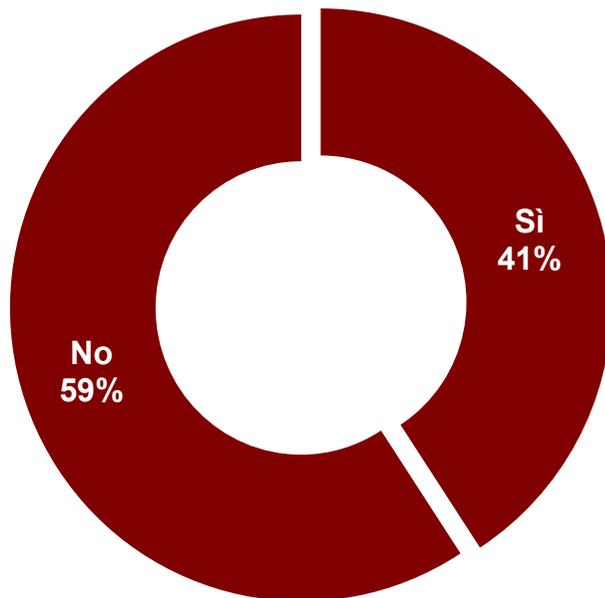


Hai mai usato questo tipo di card turistiche in altre città

Il 59% sul campione totale afferma di **non avere usato questo tipo di card turistiche in altre città**, mentre il restante 41% risponde positivamente a tale domanda (tra le città preferite emergono quelle straniere: **Londra e Parigi**, che raggiungono rispettivamente il 12% e il 10%).

Risulta significativo che ad avere già utilizzato altre card turistiche siano in prevalenza i possessori della card *Roma Pass 72 hours* (cfr. grafico in basso a destra), turisti italiani, appartenenti alle fasce di età 35-54 anni o adulta oltre i 65 anni, alcuni già stati a Roma.

Invece a non avere usato questo tipo di card in altre città sono soprattutto i possessori della *Roma Pass 48 hours*, turisti stranieri, di età 18-34 anni e 55-64 anni, che vengono per la prima volta a Roma.



Motivazione di acquisto

Il 48% del campione intervistato dichiara di avere acquistato la card per **visitare musei/siti archeologici**, il 38% la utilizza per il **trasporto pubblico**, il 9% per la **varietà di servizi con riduzioni riservate ai possessori della card** e il restante 5% risponde per il **prezzo**.

Risulta significativo che la visita a musei/monumenti archeologici sia la motivazione di acquisto predominante per i turisti stranieri, uomini, che vengono per la prima volta a Roma e sono abbastanza soddisfatti della facilità di acquisto online della card. Invece il trasporto pubblico è prevalente in particolare per i fruitori italiani, donne, alcune già state a Roma, il cui giudizio medio sulla facilità di acquisto online è molto soddisfacente.

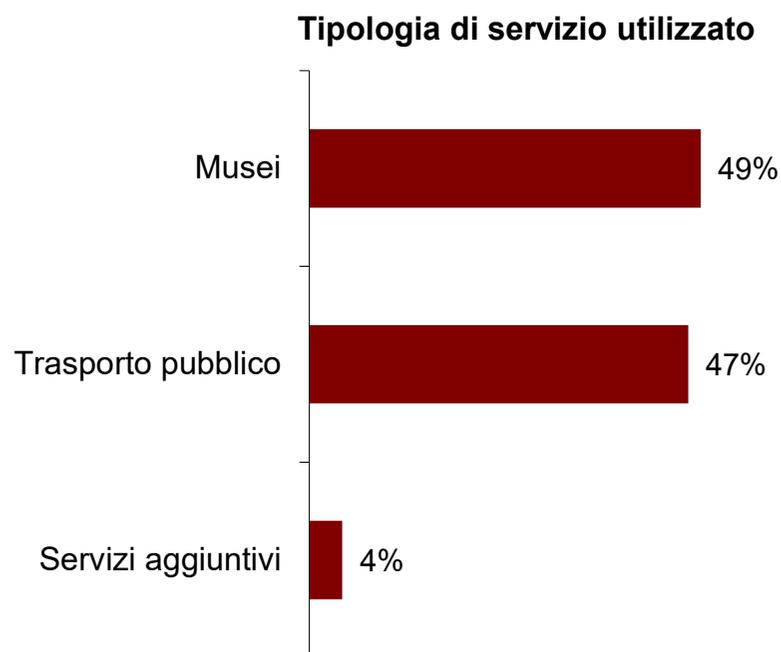


Servizi utilizzati e musei visitati con la Roma Pass

Tra i servizi utilizzati con la Roma Pass prevalgono i **musei** (49%) e il **trasporto pubblico** (47%), mentre solo il restante 4% risponde i **servizi aggiuntivi**.

Risulta significativo che i musei siano predominanti soprattutto per coloro che utilizzano la *Roma Pass 48hours*, in generale sono meno soddisfatti (tranne che sulla praticità di utilizzo) e con un giudizio uguale o inferiore alle aspettative. Invece il trasporto pubblico emerge tra i possessori della *Roma Pass 72hours*, nel complesso molto o abbastanza soddisfatti, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie attese.

Alla domanda sui musei visitati, il 35% risponde **Parco Archeologico del Colosseo, Foro Romano, Palatino** (per ulteriori dettagli, *cfr.* tabella sottostante a destra). Invece tra coloro che hanno risposto servizi aggiuntivi, il 58% indica **mobilità, deposito bagagli, transfer**.



Musei visitati	Conteggio	% di casi per colonna
Parco Archeologico del Colosseo, Foro Romano, Palatino	369	35%
Musei Capitolini	165	16%
Museo e Galleria Borghese	123	12%
Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo	117	11%
Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali	92	9%
Museo dell'Ara Pacis	46	4%
La Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea	27	2%
Appia Antica - Mausoleo di Cecilia Metella e Castrum Caetani, Villa dei Quintili	19	2%
MAXXI - Museo Nazionale delle Arti del XXI secolo	16	1%
Scavi di Ostia Antica	9	1%
Altro	77	7%

Utilizzo sito www.romapass.it e mailbox info@romapass.it

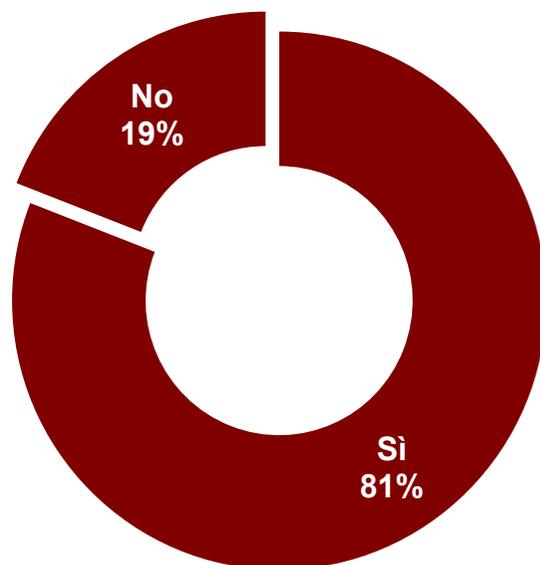
L'81% degli intervistati ha navigato sul sito www.romapass.it (in dettaglio le medie di soddisfazione sono: chiarezza e completezza delle informazioni – media di **2,19**; utilità delle FAQ – media di **2,10**; giudizio generale – media di **2,21**).

Risulta significativo che i fruitori del sito siano coloro che sono già stati a Roma, con un titolo di laurea o post laurea, hanno utilizzato la mailbox info@romapass.it, il loro giudizio è superiore o uguale alle proprie aspettative.

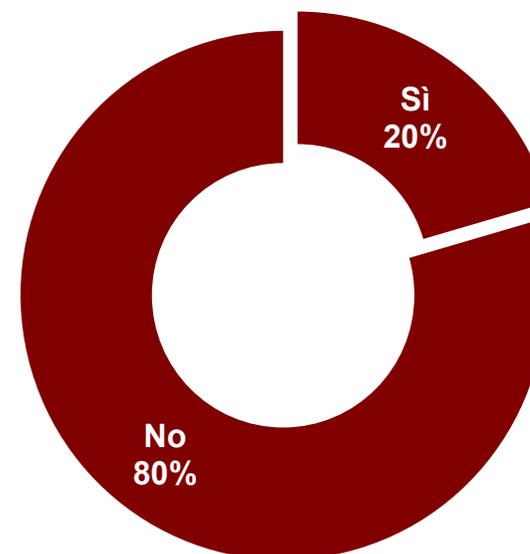
L'80% del campione totale dichiara di non avere utilizzato la mailbox info@romapass.it, mentre il restante 20% risponde positivamente (giudizio generale – media di **2,11**).

Si rileva che la mailbox sia stata utilizzata soprattutto dalle donne, che hanno navigato sul sito www.romapass.it e dichiarano di avere un giudizio superiore alle proprie attese.

www.romapass.it



info@romapass.it

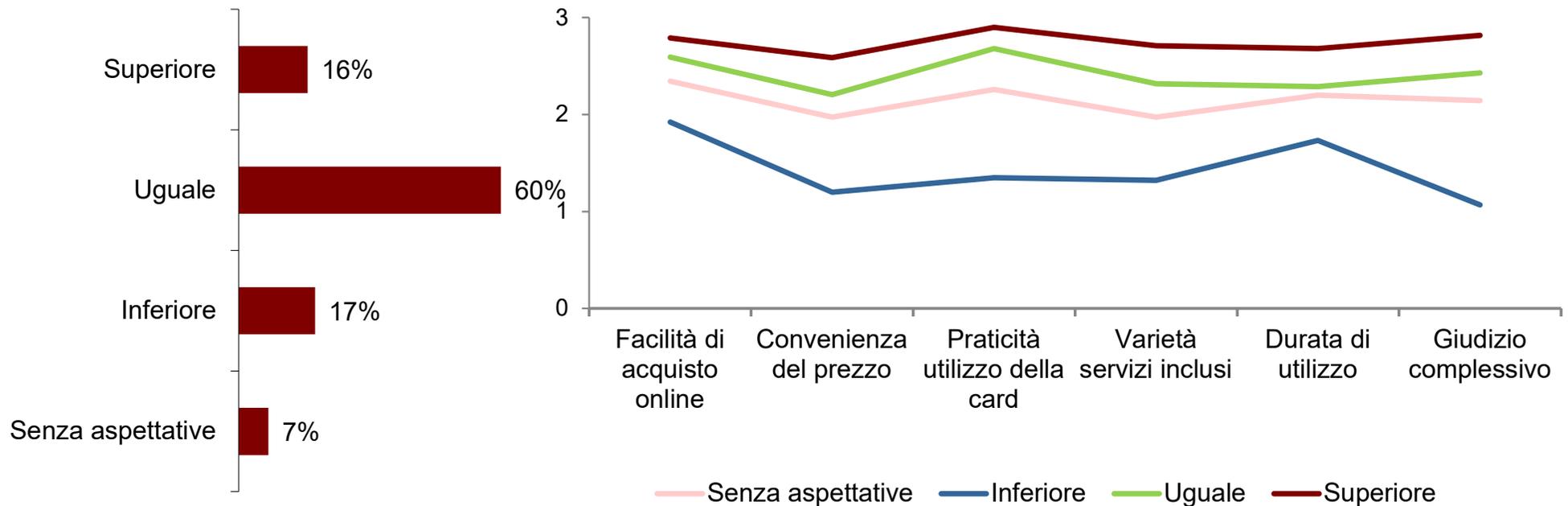


Giudizio rispetto alle aspettative

Più della metà degli intervistati (60% sul totale) afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 16% è superiore, mentre il 17% ritiene la card inferiore alle proprie aspettative. Solo il 7% del campione afferma di non avere attese a priori.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese soprattutto per i possessori della card *Roma Pass 48 hours*, con titolo di laurea o post laurea, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle proprie aspettative principalmente per i possessori della card *Roma Pass 72 hours*, diplomati, nel complesso abbastanza soddisfatti.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative risultano i più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine, soprattutto sulla praticità di utilizzo (*cf.* grafico sottostante a destra).



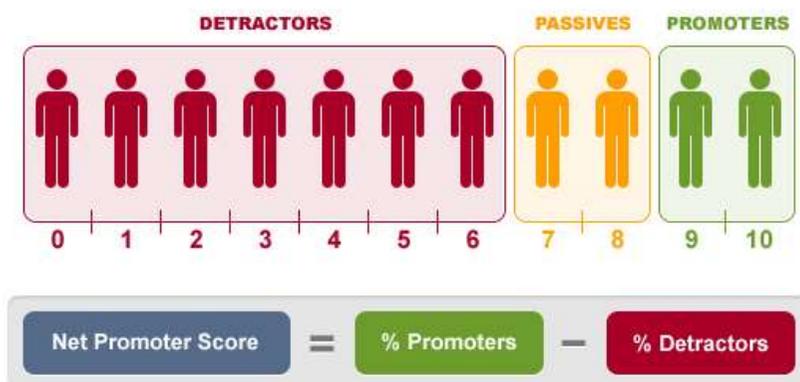


Consiglierebbe la card Roma Pass ad altre persone

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 prodotto che hanno utilizzato.

In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà la card *Roma Pass* è pari al **25%**.

Inoltre si rileva che il 35% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE <i>Roma Pass 2022</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23	5	11	13	9	23	19	62	117	92	139
4%	1%	2%	3%	2%	4%	4%	12%	23%	18%	27%
DETRATTORI = 20%							PASSIVI = 35%		PROMOTORI = 45%	
45% - 20% = 25%										

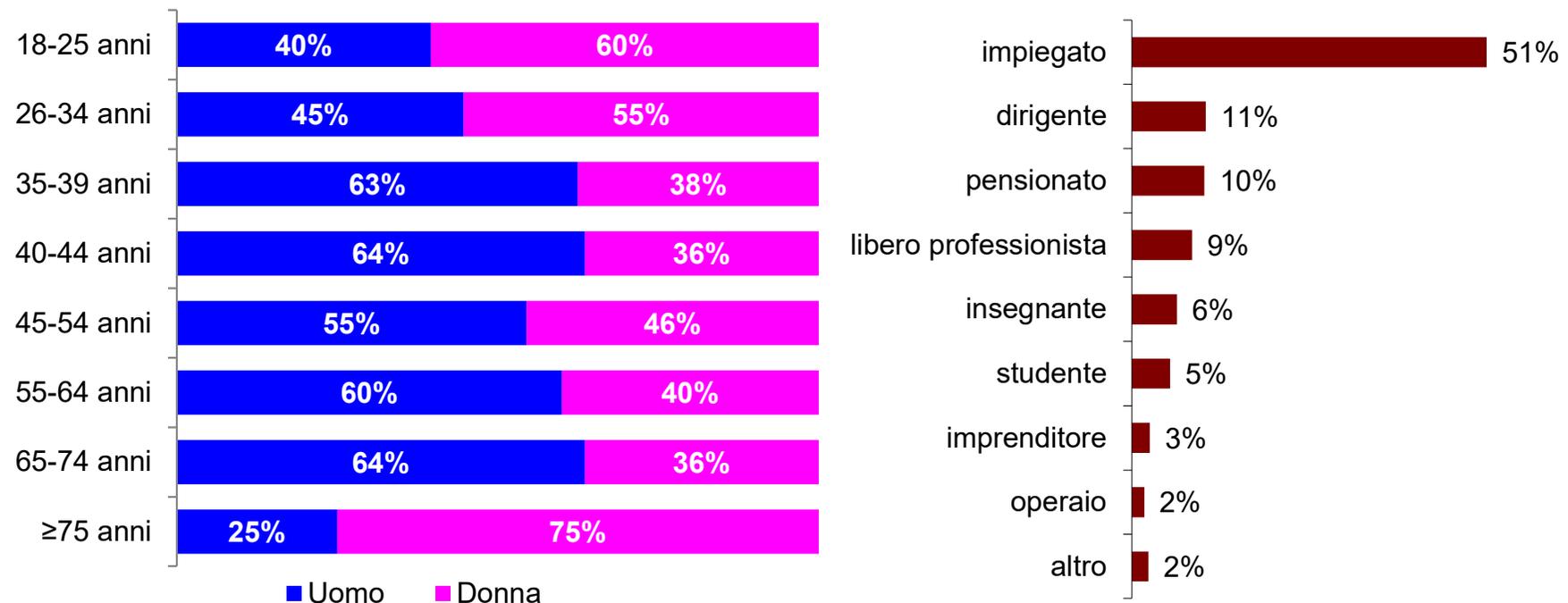
Analisi socio-demografica: genere, età, istruzione, professione (1/2)

In tale survey emerge il **genere maschile**, che rappresenta il 52% sul totale degli intervistati, soprattutto nella fasce di età dei 35-44 anni e 55-74 anni. Invece le donne prevalgono tra i giovani di età 18-34 anni e adulti al di sopra dei 75 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle giovani comprese tra i **18 e 34 anni**, che raggiungono complessivamente il 45% sul totale degli intervistati.

Il 66% del campione totale dichiara di essere in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

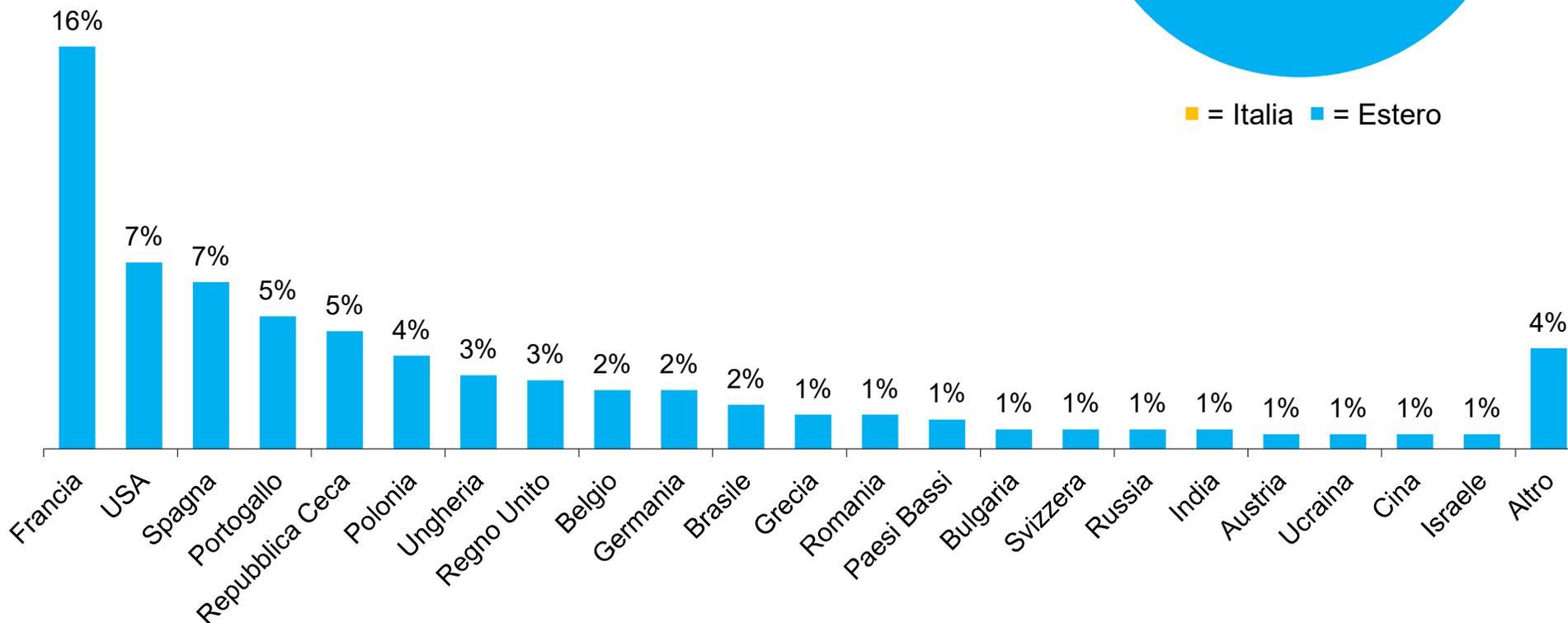
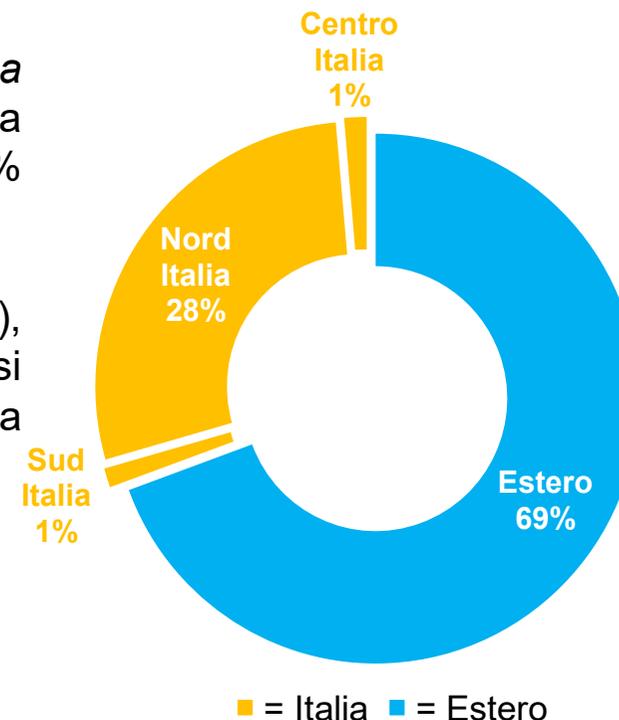
Tra le categorie professionali prevalgono nettamente gli **impiegati** con una percentuale del 51% sul totale, poi seguono i **dirigenti** (11%), i **pensionati** (10%) e i **liberi professionisti** (9%).



Analisi socio-demografica: provenienza (2/2)

Il 69% degli intervistati che hanno acquistato la card *Roma Pass* è costituito da **turisti stranieri**, mentre il restante 31% da turisti italiani (ben il 28% risiede nelle province del Nord, un 1% al Centro e un ulteriore 1% al Sud).

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese** (16%), seguono la **statunitense** e la **spagnola** (7% per entrambe); si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sulla provenienza straniera.



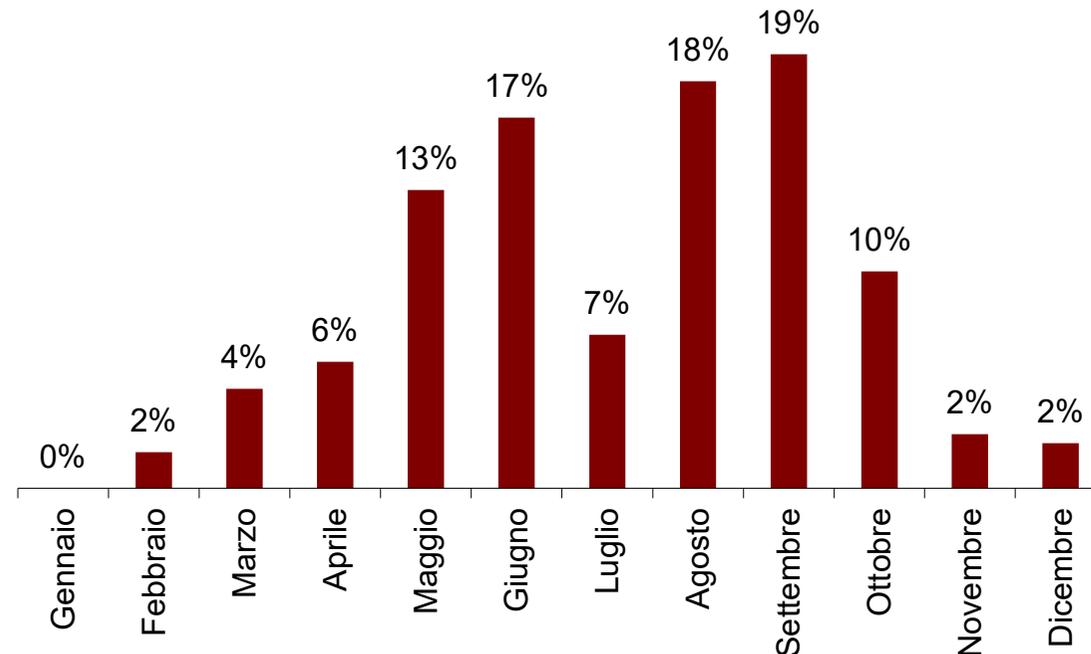
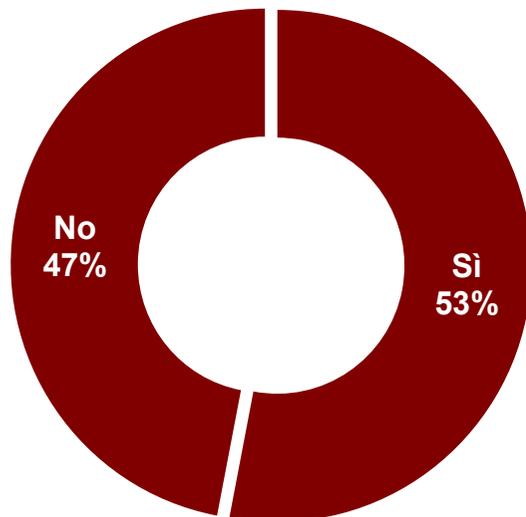
Ha intenzione di fare un viaggio, scelta meta e mese dell'anno, durata

Come si rileva dal grafico in basso a sinistra, il 53% del campione intervistato dichiara di avere **intenzione di fare un viaggio** (di cui il 39% entro tre mesi, il 34% entro 6 mesi e il restante 27% entro dodici mesi).

Tra le mete di viaggio preferite, il 56% sul totale risponde **altre città d'arte**, mentre il 27% predilige **mare/montagna** e il 17% **Roma**.

Tra i mesi dell'anno per viaggiare (*cf.* grafico sottostante a destra), la preferenza si rileva su settembre (19%), agosto (18%) e giugno (17%).

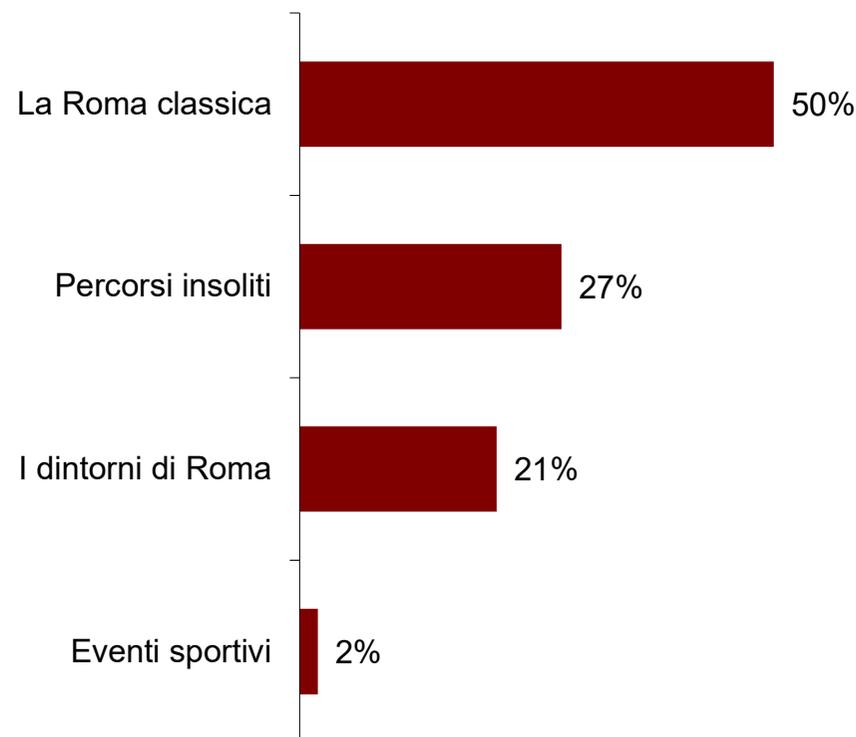
Alla domanda sulla durata media del prossimo viaggio, ben il 60% afferma che sarà **da 4 a 7 giorni**, il 21% **più di 7 giorni** e il 19% **da 1 a 3 giorni**.



Cosa vorresti vedere a Roma

Il 50% degli intervistati dichiara che sarebbe interessato a vedere **La Roma classica**, il 27% risponde **Percorsi insoliti**, il 21% **I dintorni di Roma** e il 2% **Eventi sportivi**.

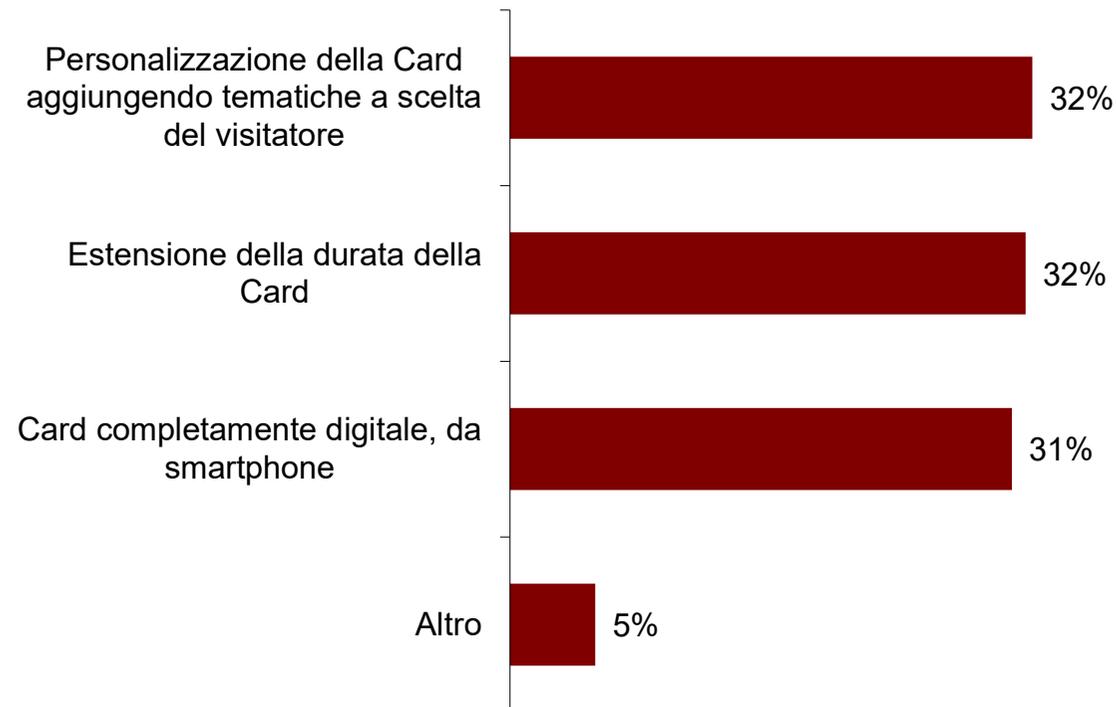
Risulta significativo che La Roma classica sia preferita soprattutto dai turisti stranieri, uomini, che vengono per la prima volta a Roma, abbastanza soddisfatti sulla praticità di utilizzo della card, mentre il loro giudizio è molto soddisfacente sulla durata di utilizzo. Invece a rispondere Percorsi insoliti e I dintorni di Roma sono in prevalenza i turisti italiani, alcuni già stati a Roma e si ritengono molto soddisfatti sia della praticità che della durata di utilizzo della Roma Pass.



Quale tra queste funzioni, sarebbe più utile trovare nella Roma Pass

Tra le funzioni che gli intervistati ritengono più utili trovare nella *Roma Pass*, prevalgono la **personalizzazione della Card, aggiungendo tematiche a scelta del visitatore** e l'**estensione della sua durata** (entrambe raggiungono una percentuale pari al 32%). Segue il suggerimento di una **card completamente digitale, da smartphone** (31%), mentre il restante 5% risponde **altro**.

Risulta significativo che la personalizzazione della Card sia prevalente per coloro che giungono da altre province italiane, donne, di età 40-54 anni, nel complesso abbastanza soddisfatte. L'estensione della durata emerge per i turisti italiani, uomini, di età adulta oltre i 55 anni, in generale molto o abbastanza soddisfatti. Invece la richiesta di una card digitale è predominante tra i turisti stranieri, in prevalenza uomini, di età 26-39 anni, il cui giudizio complessivo è molto soddisfacente.



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Facilità acquisto online	Convenienza a prezzo	Praticità di utilizzo	Varietà servizi inclusi	Durata di utilizzo	Giudizio complessivo
Facilità acquisto online	1,000	,498**	,440**	,383**	,372**	,526**
Convenienza prezzo	,498**	1,000	,513**	,525**	,484**	,681**
Praticità di utilizzo	,440**	,513**	1,000	,548**	,400**	,637**
Varietà servizi inclusi	,383**	,525**	,548**	1,000	,551**	,670**
Durata di utilizzo	,372**	,484**	,400**	,551**	1,000	,571**
Giudizio complessivo	,526**	,681**	,637**	,670**	,571**	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 complessiva (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio generale.

Gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sulla card *Roma Pass* sono la **convenienza del prezzo** e la **varietà dei servizi inclusi**.

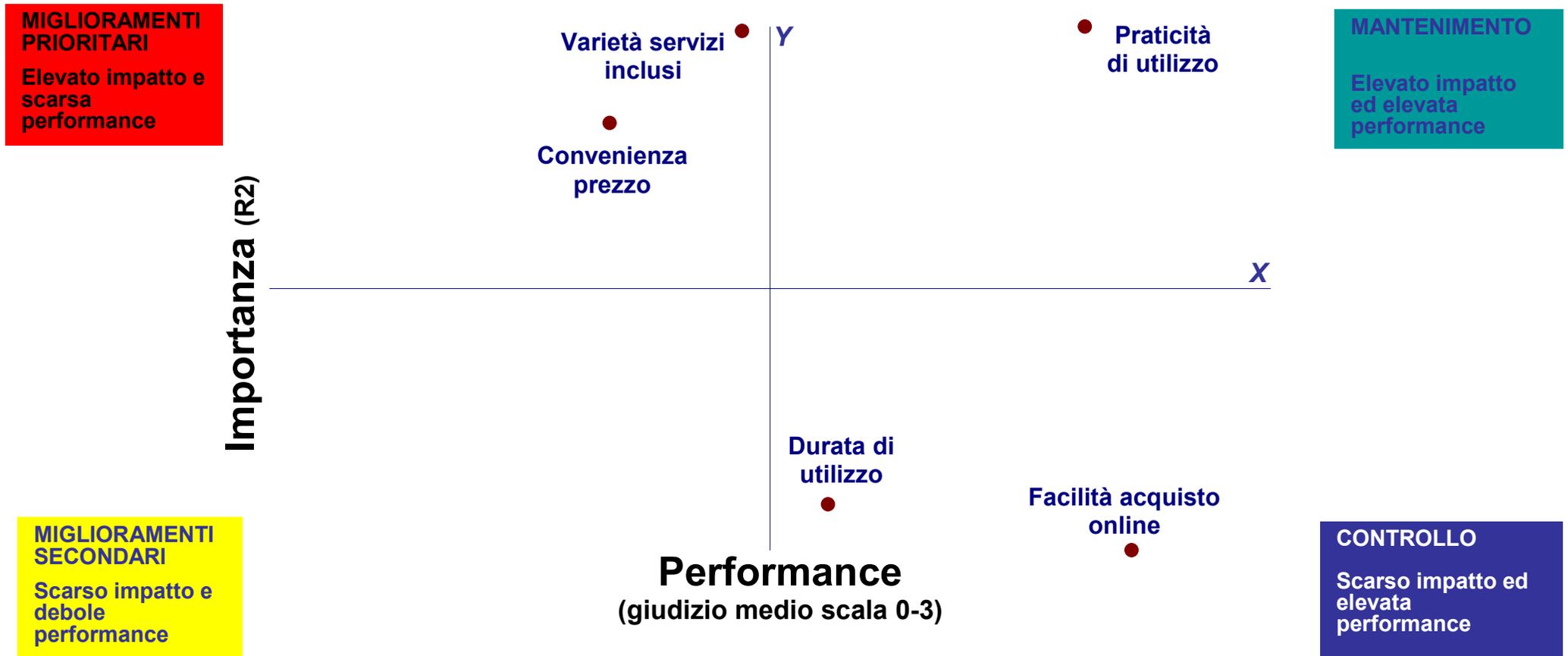
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale	
Convenienza del prezzo	0,681
Varietà servizi inclusi	0,670
Praticità utilizzo della card	0,637
Durata di utilizzo	0,571
Facilità di acquisto	0,526

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **praticità di utilizzo** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente (quadrante in alto a destra). Tra i miglioramenti da ritenere prioritari vi rientrano la **varietà dei servizi inclusi** e la **convenienza del prezzo** (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti molto buoni (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

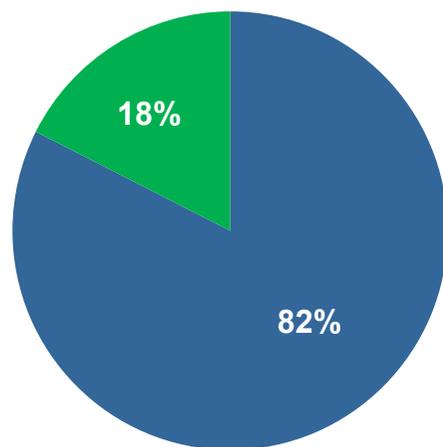
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (423 individui per il *Cluster 1* e 90 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 nella 1° tipologia i **Molto o Abbastanza Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).

Cluster 1 – Molto o Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; residenti in altre province italiane; di età adulta 55-74 anni, diplomati; pensionati; già stati a Roma; conoscono la *Roma Pass* attraverso il passaparola e siti internet ufficiali; la acquistano soprattutto per il trasporto pubblico e la varietà dei servizi inclusi; giudizio superiore o uguale alle aspettative; il 67% di essi ha comprato la Roma Pass 72 hours.

Cluster 2 – Poco o Per niente Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti all'estero; di età giovane 18-39 anni; laureati; impiegati, manager e liberi professionisti; vengono per la prima volta a Roma; conoscono la *Roma Pass* attraverso i canali social, altri siti internet e i Tourist Infopoint; la acquistano soprattutto per visitare musei/siti archeologici; giudizio inferiore alle aspettative o ne sono privi; il 38% di essi ha comprato la Roma Pass 48 hours.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

