



Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Forma Urbis

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Come è venuto a conoscenza della card
- 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. **101 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 23 al 26 ottobre** presso il **Museo della Forma Urbis** (gli intervistati rappresentano il 23% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,95\%$.

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 2024, 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 **2,45** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (2,80), il **personale di biglietteria** (2,78), la **segnaletica interna** (2,76) e **sull'edificio** (2,74), il **personale in sala** (2,73) e i **supporti informativi** (2,71).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **libreria** (2,14).

Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** rappresentano le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa, ma sono anche quelle più correlate all'esperienza complessiva (pp. 17-19). Invece tra i suggerimenti rilasciati emergono quelli sul **biglietto** (n. 10 suggerimenti) e sugli **orari** (n. 10 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 36% da **turisti stranieri** e per il 34% da **cittadini romani, impiegati** (42%), in possesso di un titolo di **laurea** (56%), appartenenti alle fasce d'età dei **40-64 anni** (63% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo tramite **altri siti web e canali social** (26%) e **guida cartacea** (26%), mentre il 19% indica il **passaparola**.

È significativo che a rispondere *altri siti web e canali social e passaparola* siano principalmente i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), con giudizio uguale alle proprie attese, nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece la voce *guida cartacea* prevale soprattutto per i turisti stranieri, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore alle proprie attese e in generale si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza in tale museo.

Tabella riassuntiva

<i>Museo della Forma Urbis 2024</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,74	3,00	101	0	0,439	0%	74%	0%	100%
Orari di apertura	2,62	3,00	100	1	0,488	1%	62%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,78	3,00	100	1	0,416	1%	78%	0%	100%
Guardaroba	2,54	3,00	24	77	0,509	76%	54%	0%	100%
Opere della collezione	2,49	2,00	101	0	0,502	0%	49%	0%	100%
Supporti informativi	2,71	3,00	101	0	0,455	0%	71%	0%	100%
Personale in sala	2,73	3,00	101	0	0,445	0%	73%	0%	100%
Segnaletica interna	2,76	3,00	101	0	0,428	0%	76%	0%	100%
Pulizia del sito	2,80	3,00	101	0	0,400	0%	80%	0%	100%
Libreria	2,14	2,00	58	43	0,348	43%	14%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,45	2,00	101	0	0,500	0%	45%	0%	100%

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

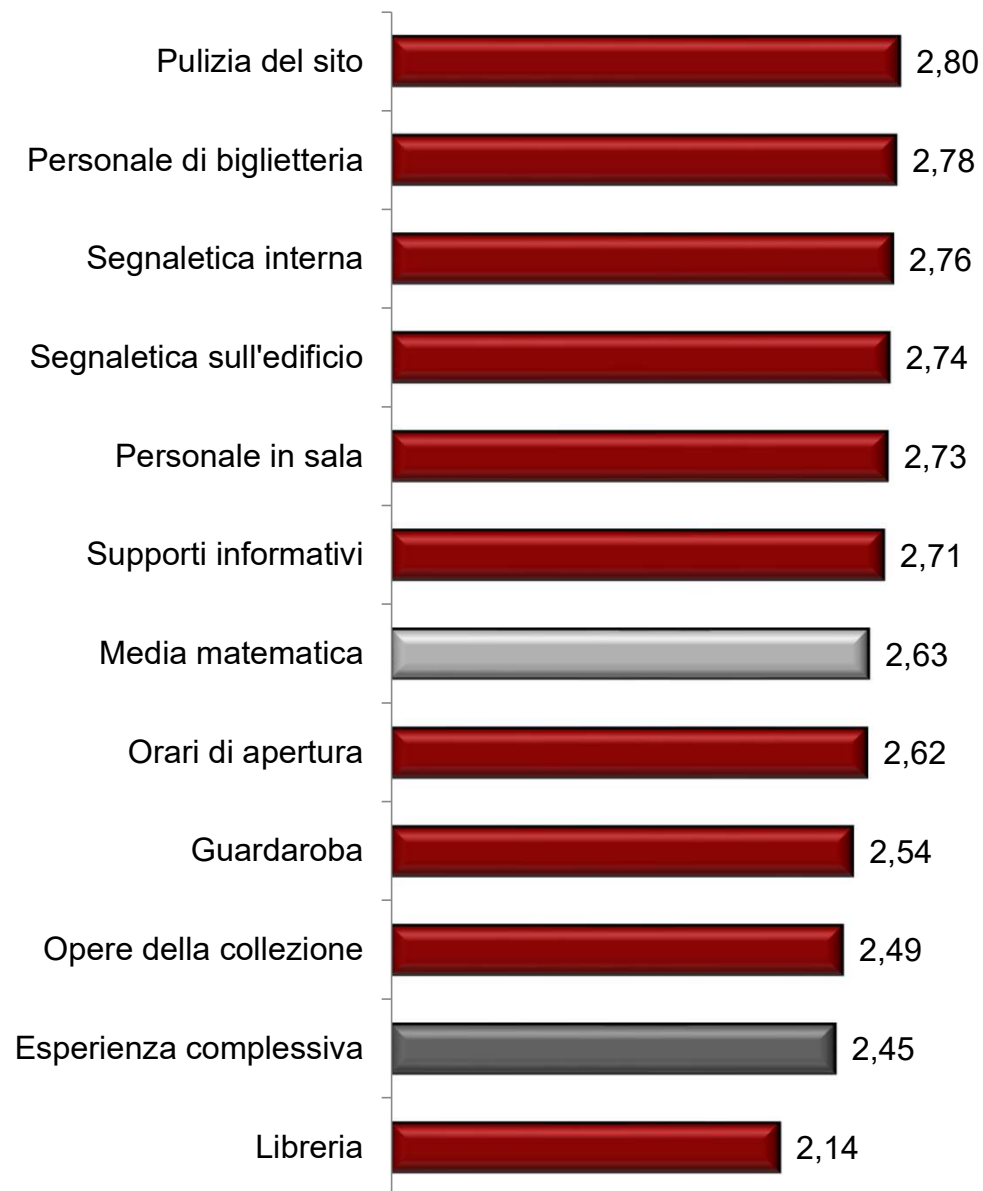
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,63).

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: la **pulizia del sito**, il **personale di biglietteria**, la **segnaletica interna e sull'edificio**, il **personale in sala** e i **supporti informativi**.

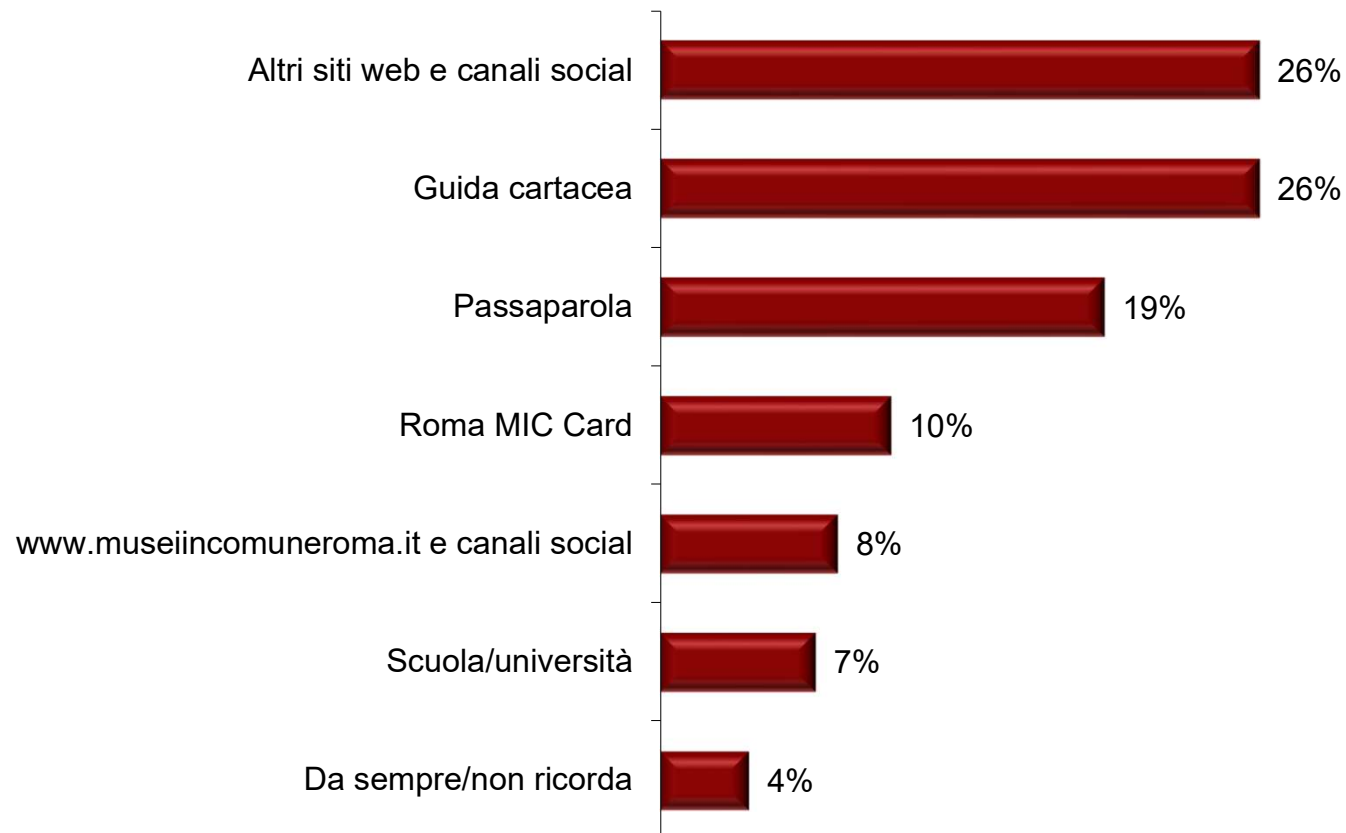
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **libreria**.



Come è venuto a conoscenza del museo

Un 26% del campione intervistato dichiara di essere venuto sapere del museo tramite **“altri siti web e canali social”** e un 26% risponde **“guida cartacea”**, mentre il 19% indica **“passaparola”**.

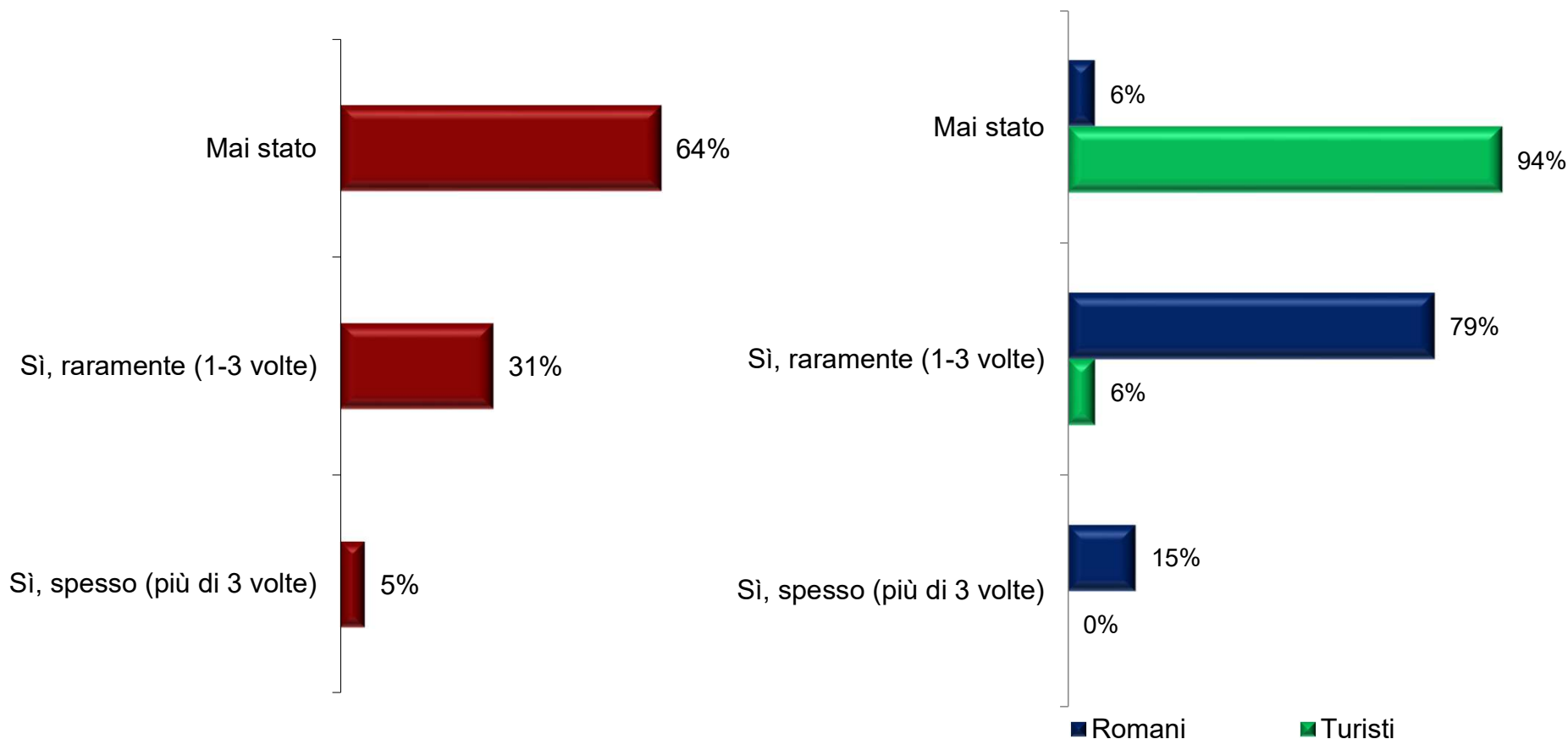
È significativo che a rispondere altri siti web e canali social e passaparola siano principalmente i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), con giudizio uguale alle proprie attese, nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece la voce guida cartacea prevale soprattutto per i turisti stranieri, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore alle proprie attese e in generale si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza in tale museo.



Ha già visitato questo museo

Il 64% degli intervistati dichiara di non essere **mai stato** al *Museo della Forma Urbis*, mentre il 36% vi è già stato (di cui il 31% “*da una a tre volte*” e il 5% “*più di tre volte*”).

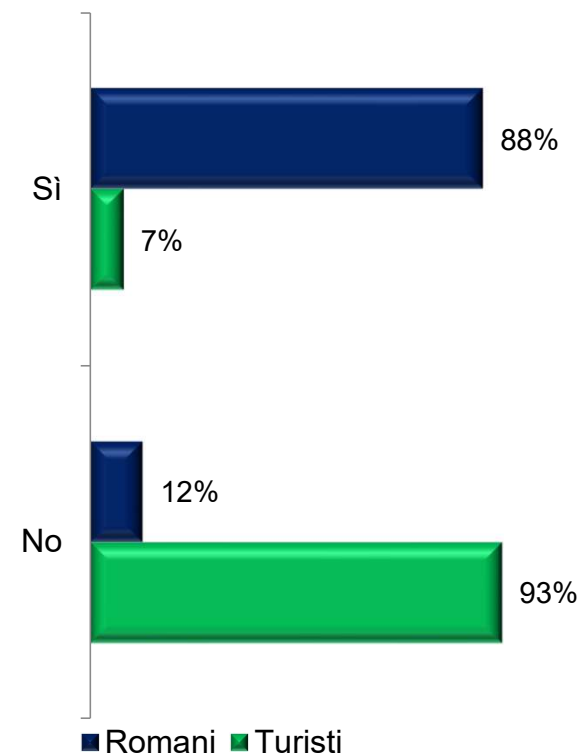
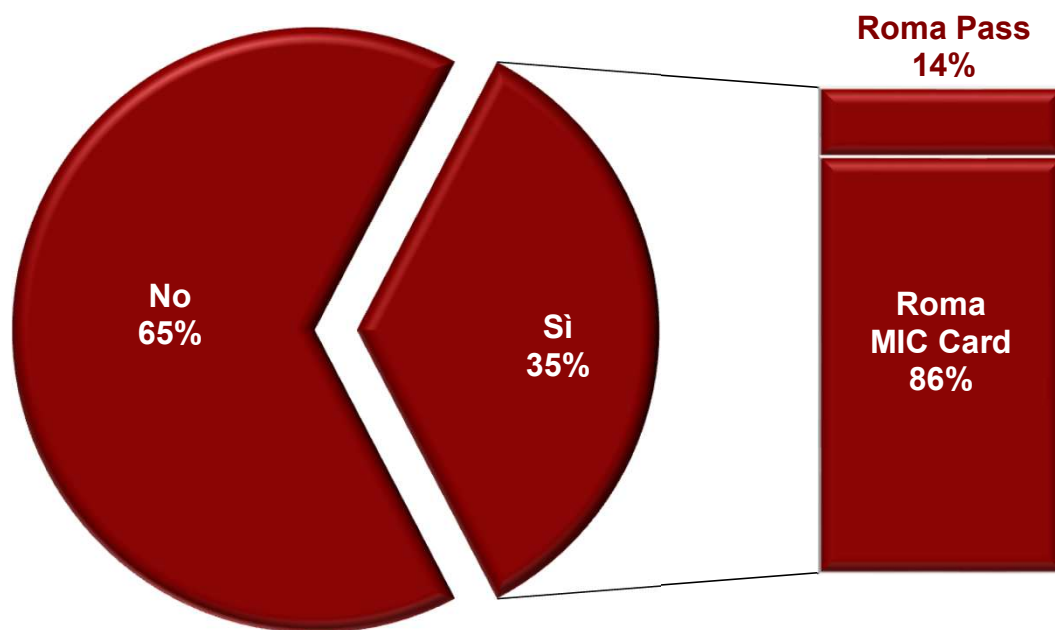
Come si denota dal grafico in basso a destra, risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, di età 40-44 anni e al di sopra dei 55 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere già visto il Museo della Forma Urbis sono prevalentemente i residenti a Roma, appartenenti alle fasce di età 19-39 anni e 45-74 anni, alcuni di essi hanno usufruito della *Roma MIC Card*, nel complesso molto soddisfatti.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 65% degli intervistati non ha usufruito di alcuna card per accedere al museo, mentre il 35% afferma di averla utilizzata (di cui l'86% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il restante 14% alla **Roma Pass**).

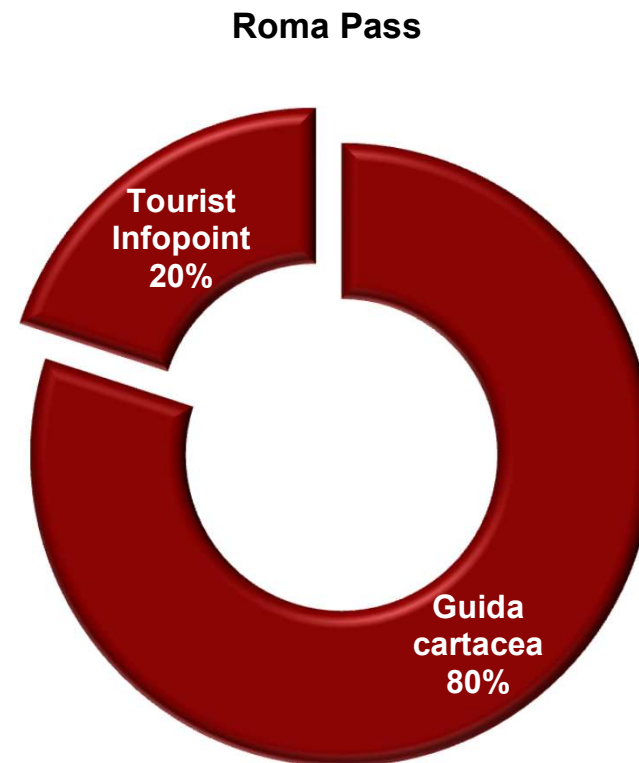
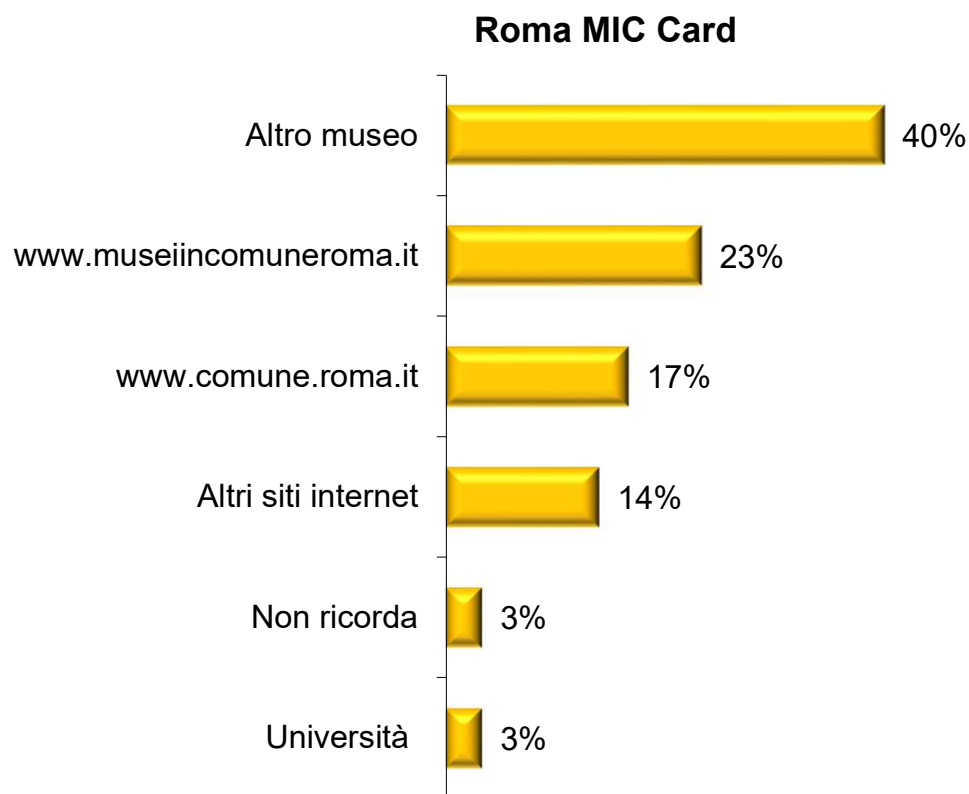
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), alcuni già stati in questo museo, il loro giudizio è uguale alle aspettative e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo della Forma Urbis* sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese e si ritengono molto soddisfatti.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (35% sul campione totale, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono in particolare le voci “**altro museo**” (40%), “**www.museiincomuneroma.it**” (23%) e “**www.comune.roma.it**” (17%).

Invece per la card *Roma Pass* prevalgono le seguenti risposte: **guida cartacea** (80%) e **Tourist Infopoint** (20%).

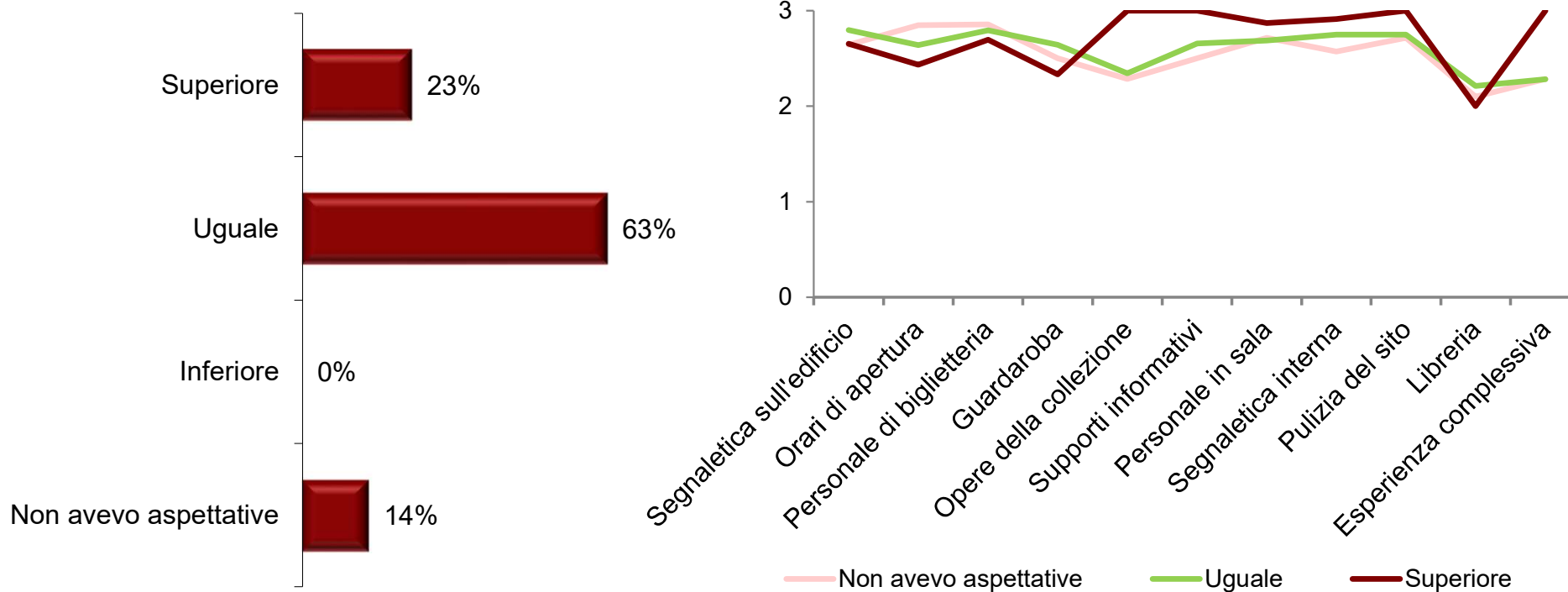


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 63% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 23% è superiore e per nessuno tale museo risulta essere 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 soprattutto i turisti, nuovi visitatori, che non hanno utilizzato una card per entrare al *Museo della Forma Urbis*, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese o ad esserne privi sono in prevalenza i visitatori che vivono a Roma, alcuni già stati in questo museo, sono entrati con la *Roma MIC Card* e nel complesso abbastanza soddisfatti.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

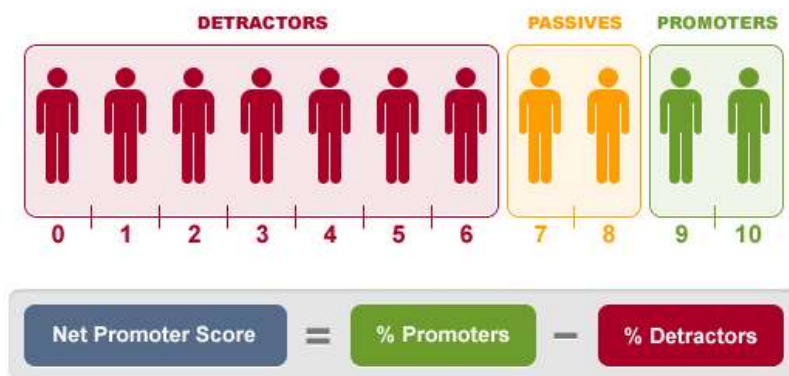


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 della Forma Urbis* è pari al **36%**.

Ben il 62% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo un 1% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

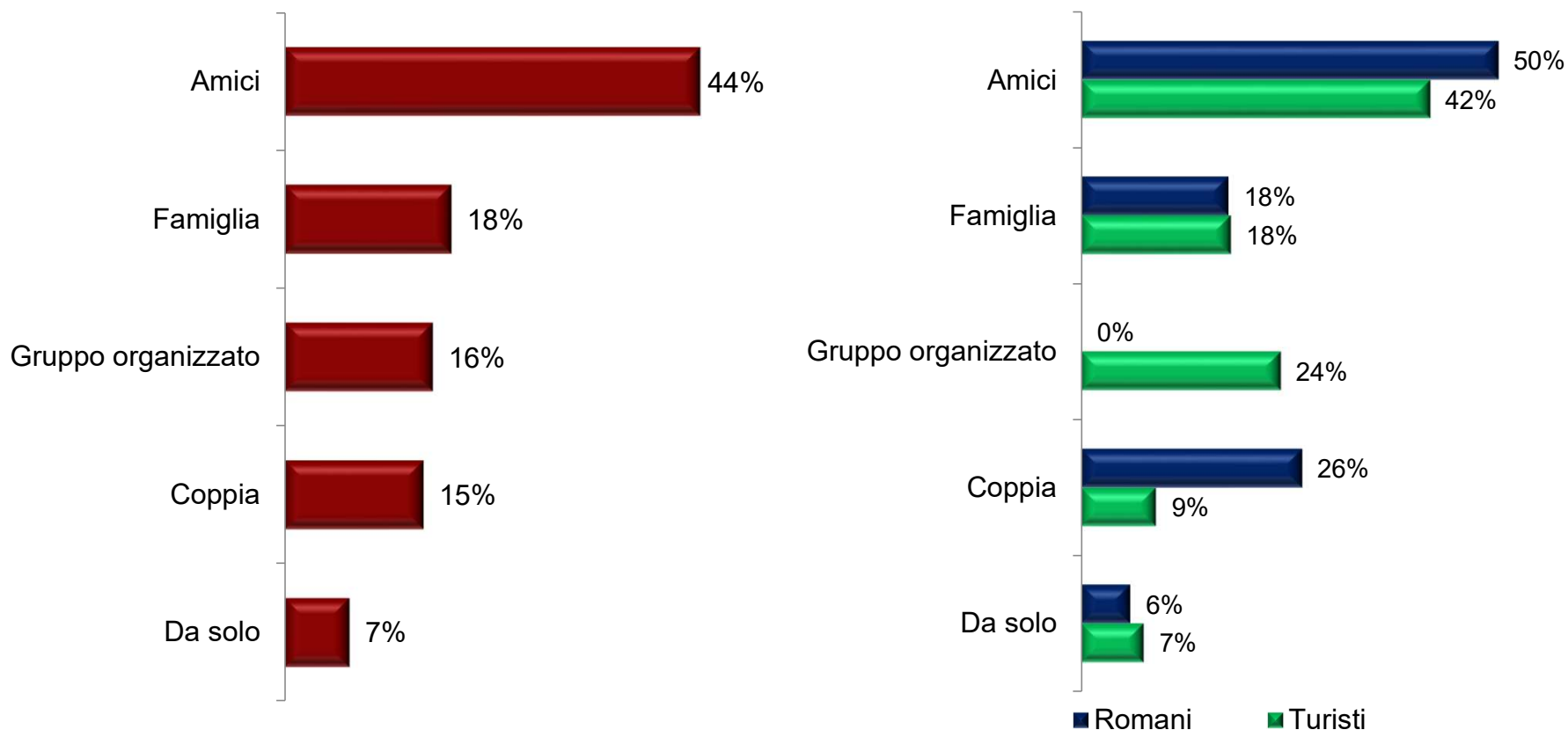


NET PROMOTER SCORE <i>Museo della Forma Urbis 2024</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	0	1	62	21	16
0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	61%	21%	16%
DETRACTORI = 1%							PASSIVI = 62%		PROMOTORI = 37%	
37%-1%=36%										

Con chi ha visitato il museo

Il 44% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di **“amici”**, il 18% insieme alla propria **“famiglia”**, il 16% con un **“gruppo organizzato”**, il 15% in **“coppia”** e il restante 7% **“da solo”**.

Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente i visitatori residenti a Roma (cfr. grafico in basso a destra), di età 40-64 anni, laureati, alcuni sono già stati al *Museo della Forma Urbis* e hanno utilizzato la *Roma MIC Card* per accedervi. Invece a recarsi al museo con la propria famiglia sono sia i romani che i turisti, con titolo di scuola media inferiore/superiore, minorenni o di età 45-54 anni, nuovi visitatori e non hanno usufruito di alcuna card.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

La totalità degli intervistati (100% del campione totale) dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno.

Per tale domanda non è stato possibile effettuare dei test di significatività statistica perché nessuno degli intervistati ha affermato di avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno.



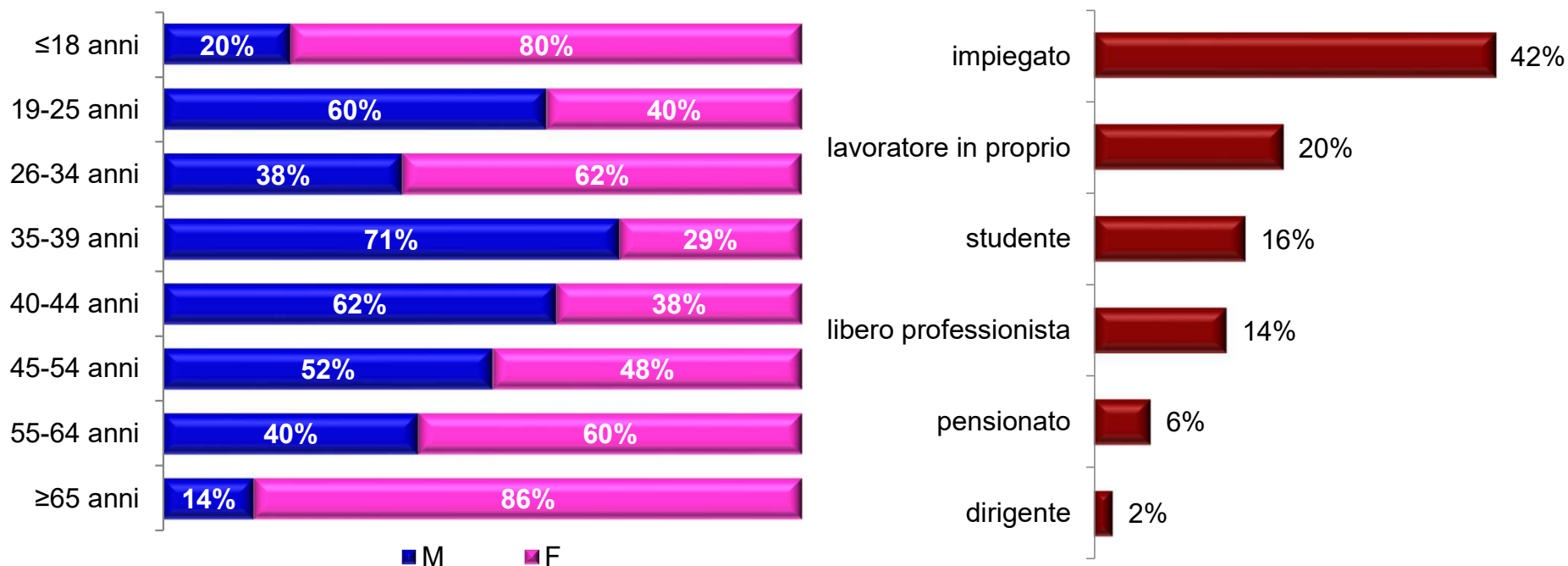
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (52% sul totale), soprattutto nelle fasce dei ≤ 18 anni, 26-34 anni e al di sopra dei 55 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 19-25 anni e 35-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **40 e 64 anni** (63% sul totale). Invece la percentuale dei visitatori di età 19-39 anni risulta pari al 18% degli intervistati.

Il 56% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea**.

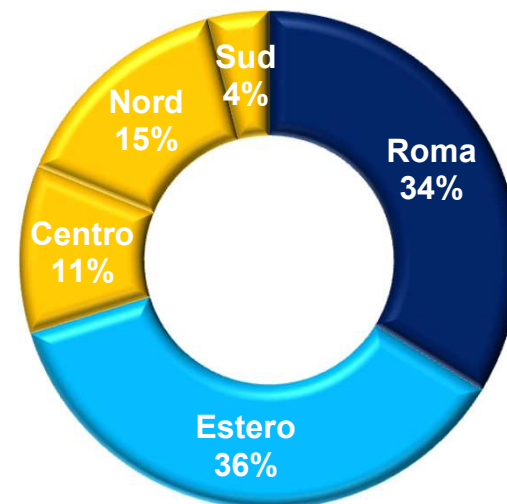
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (42%); seguono i lavoratori in proprio (20%) e gli studenti (16%).



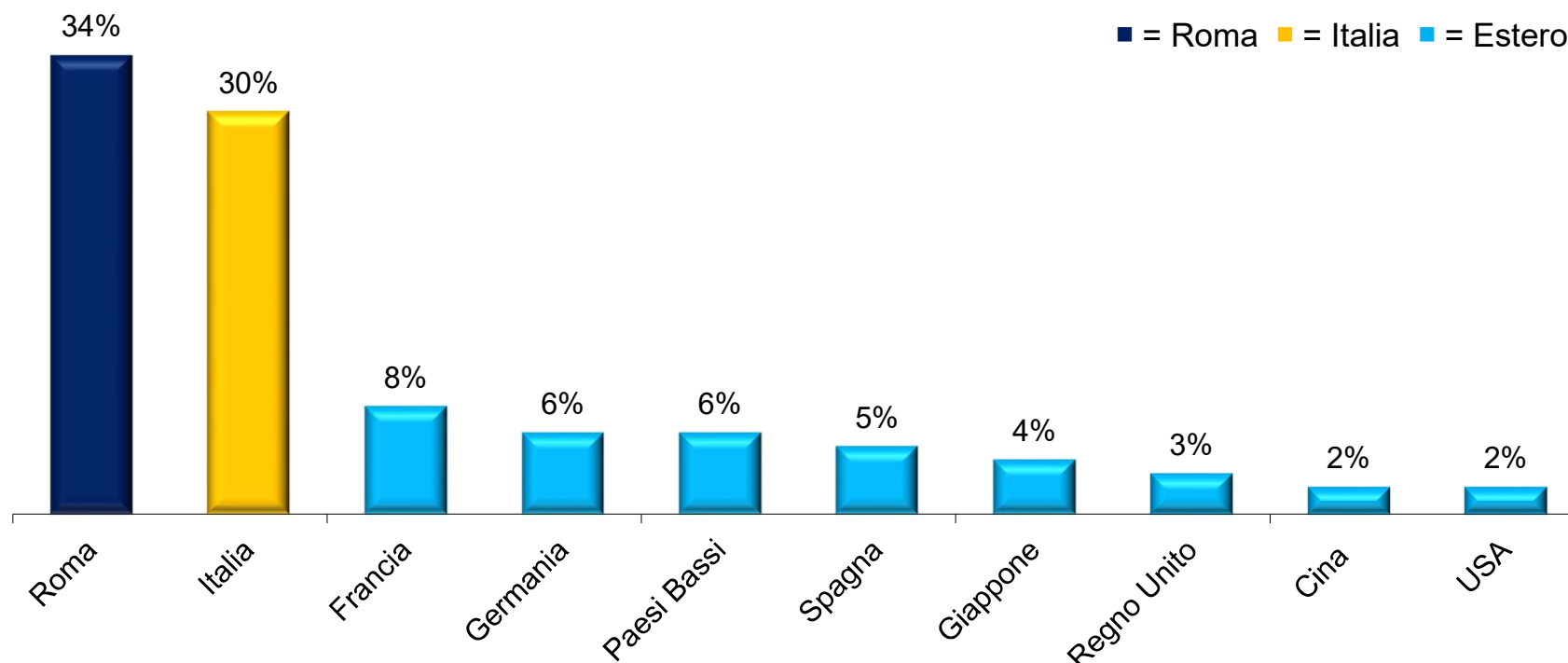
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 36% del campione totale è costituito da **turisti stranieri**; il 34% da cittadini romani e il 30% giunge da altre province italiane.

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese**, che raggiunge l'8% sul totale degli intervistati; si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



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	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,167	0,015	-0,338	-0,017	0,077	0,003	-0,116	0,105	,279*	-0,065
Orari di apertura	0,167	1,000	0,059	-0,099	-0,098	0,017	0,147	-0,183	0,093	0,185	-0,162
Personale di biglietteria	0,015	0,059	1,000	0,313	-0,107	0,045	-0,040	0,041	-0,073	0,066	-0,102
Guardaroba	-0,338	-0,099	0,313	1,000	0,330	0,048	0,241	0,059	-0,277	0,342	0,237
Opere della collezione	-0,017	-0,098	-0,107	0,330	1,000	,485**	,363**	,216*	,383**	0,086	,923**
Supporti informativi	0,077	0,017	0,045	0,048	,485**	1,000	,358**	,263**	0,179	0,107	,569**
Personale in sala	0,003	0,147	-0,040	0,241	,363**	,358**	1,000	0,083	0,149	0,204	,406**
Segnaletica interna	-0,116	-0,183	0,041	0,059	,216*	,263**	0,083	1,000	-0,102	-0,164	,266**
Pulizia del sito	0,105	0,093	-0,073	-0,277	,383**	0,179	0,149	-0,102	1,000	0,160	,345**
Libreria	,279*	0,185	0,066	0,342	0,086	0,107	0,204	-0,164	0,160	1,000	0,028
Esperienza complessiva	-0,065	-0,162	-0,102	0,237	,923**	,569**	,406**	,266**	,345**	0,028	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 non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

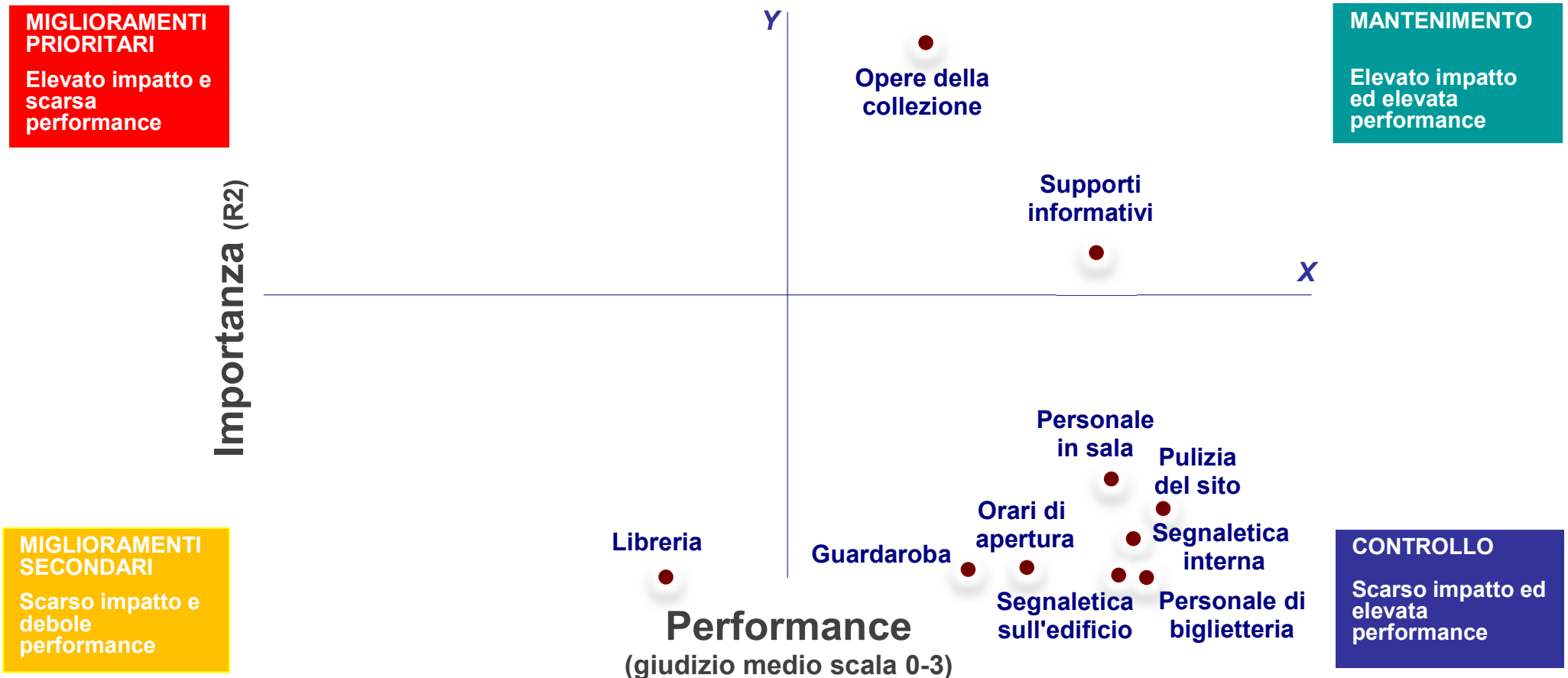
Per il *Museo della Forma Urbis* le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,923
Supporti informativi	0,569
Personale in sala	0,406
Pulizia del sito	0,345
Segnaletica interna	0,266

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa poiché si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme ai **supporti informativi**, seppure quest'ultimi abbiano un coefficiente di importanza inferiore. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano 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

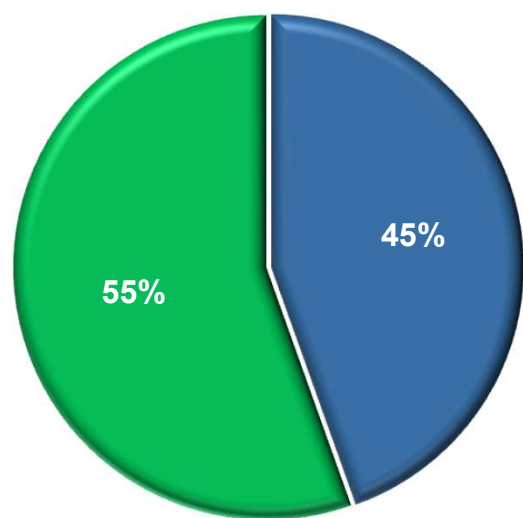
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (45 individui per il *Cluster 1* e 56 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

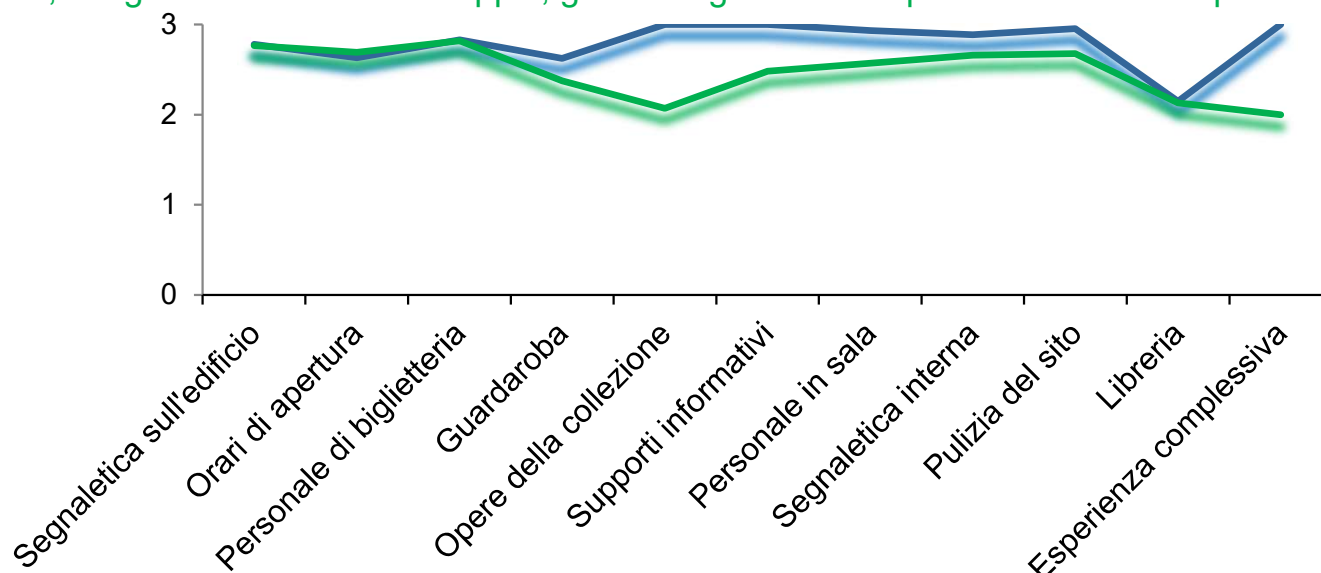
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età 26-39 anni; impiegati; nuovi visitatori; hanno scoperto il museo soprattutto passando per caso o attraverso la mappa di Roma; vengono da soli, con la propria famiglia o gruppo organizzato; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti a Roma; di età inferiore ai 25 anni e over 55 anni; studenti e liberi professionisti; alcuni già stati al Museo della Forma Urbis; hanno scoperto il museo soprattutto tramite la Roma MIC Card e internet; vengono con amici o in coppia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

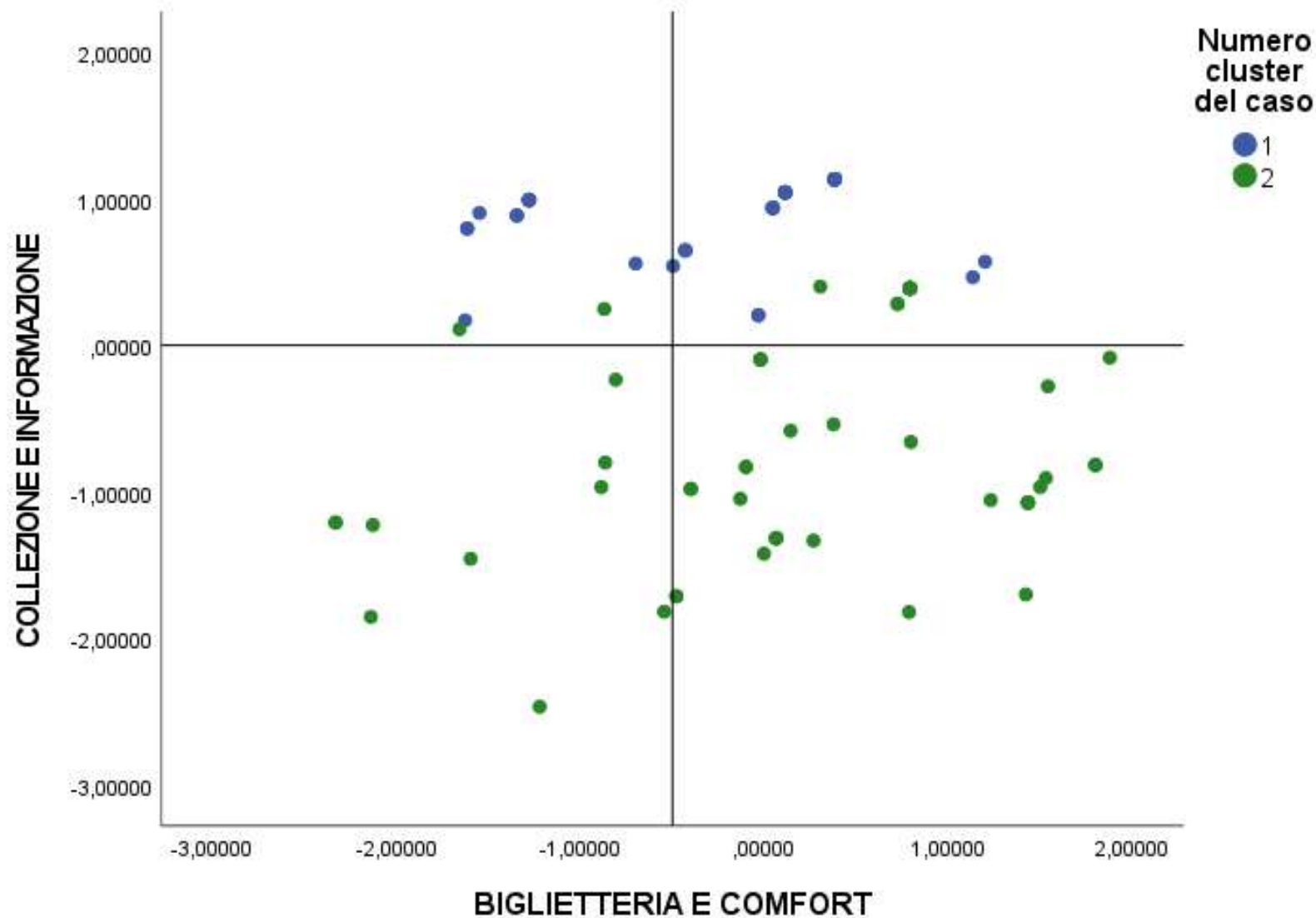
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la libreria e il guardaroba sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 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 di riferimento, in particolare sul Fattore 1 (*Collezione e Informazione*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 71**

ELOGI museo molto curato. **Totale 4**

BIGLIETTO troppo caro (9); altro (1). **Totale 10**

ORARI da estendere, prevedere anche aperture serali. **Totale 10**

ALTRO. **Totale 9**

TOTALE 29 SUGGERIMENTI

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

Mai stato Sì da 1 a 3 volte Sì più di 3 volte

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (quale? Roma Pass Roma MIC Card) No

Se sì, come è venuto a conoscenza della card?.....

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

stampa (quotidiani/riviste) passando, per caso social e portale museiincomuneroma.it
 altri siti web e canali social passaparola (amici/parenti) affissioni pubblicitarie-schermi LED
 mostra o evento guida turistica/mappa di Roma da sempre/non ricordo altro (specificare:.....)

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 biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<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"/>
Personale 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"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria	<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 Altro Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

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

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