



Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Repubblica Romana e
della memoria garibaldina

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 2023-2024
- 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. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 31 ottobre al 3 novembre** presso il **Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina** (gli intervistati rappresentano il 42% 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 96%, un margine di errore di stima di $\pm 3,86\%$.

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 buono, con una media di **2,58** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **93%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **segnaletica sull'edificio** (2,75), gli **orari di apertura** (2,75), il **personale di accoglienza** (2,75) e **in sala** (2,70), la **pulizia del sito** e le **opere della collezione** (2,64 per entrambi).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti informativi** (2,13) e **digitali** (2,01).

Le **opere della collezione** e la **pulizia del sito** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa, oltre che i più correlati all'esperienza complessiva, mentre i **supporti informativi** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (*cf.* pp. 16-18).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 51% da **cittadini romani, impiegati** (57%), in possesso di un titolo di **laurea/post laurea** (59%), appartenenti alle fasce d'età **40-64 anni** (64% del campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (45%); seguono le voci **passaparola** (13%) e **da sempre/non ricorda** (12%).

È significativo che a rispondere *passando, per caso* siano soprattutto i turisti (in prevalenza stranieri), nuovi visitatori, privi di aspettative, abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Invece *passaparola* e *da sempre/non ricorda* sono predominanti per i residenti a Roma, alcuni già stati in questo museo, il loro giudizio è superiore o uguale alle proprie attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.

Tabella riassuntiva

Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2024	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,75	3,00	100	0	0	0%	76%	0%	99%
Orari di apertura	2,75	3,00	100	0	0	0%	75%	0%	100%
Personale di accoglienza	2,75	3,00	100	0	0	0%	75%	0%	100%
Opere della collezione	2,64	3,00	100	0	1	0%	68%	0%	96%
Supporti informativi	2,13	2,00	100	0	1	0%	23%	0%	90%
Supporti digitali	2,01	2,00	99	1	1	1%	17%	0%	84%
Personale in sala	2,70	3,00	100	0	0	0%	70%	0%	100%
Segnaletica interna	2,32	2,00	100	0	1	0%	37%	0%	95%
Pulizia del sito	2,64	3,00	100	0	0	0%	64%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,58	3,00	100	0	1	0%	65%	0%	93%

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

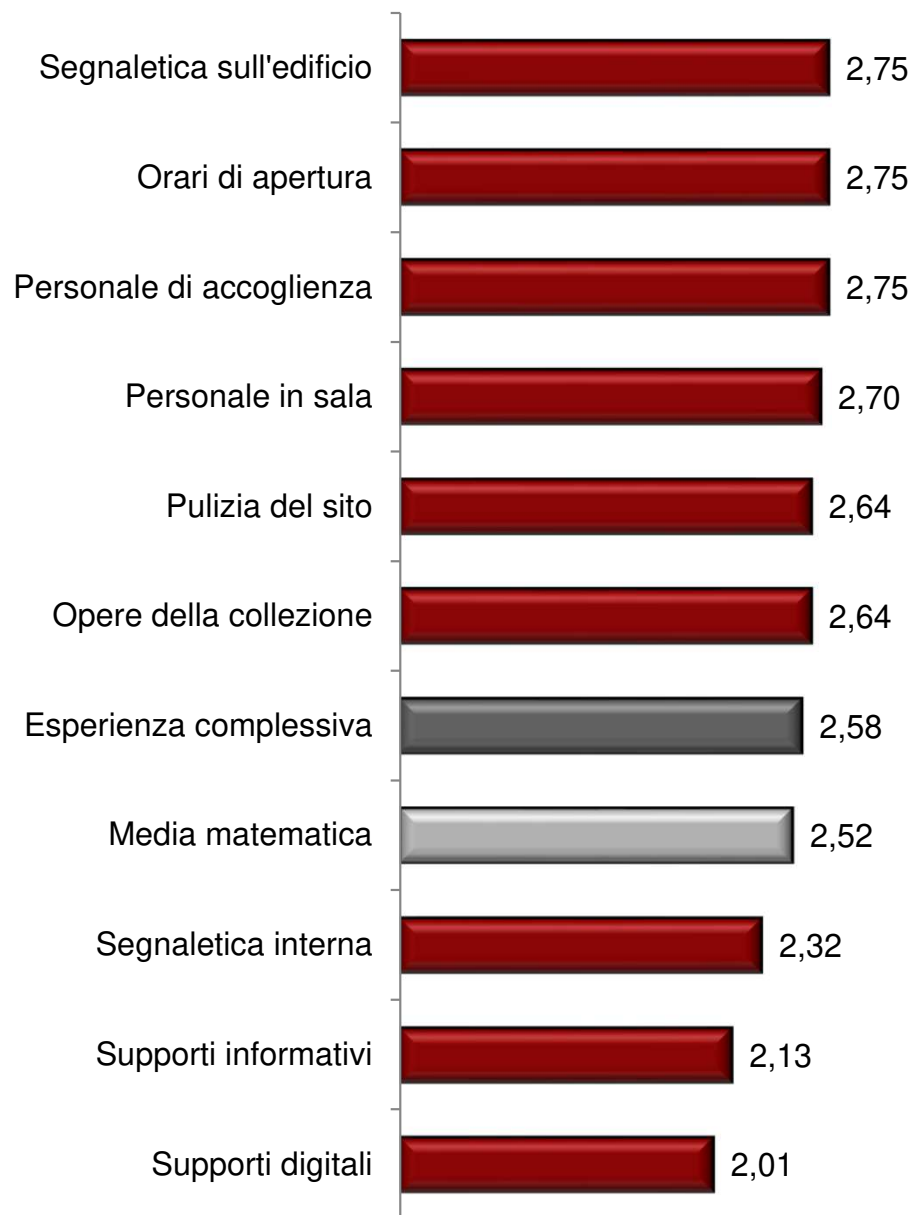
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,52).

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 **segnaletica sull'edificio**, gli **orari di apertura**, il **personale di accoglienza e in sala**, la **pulizia del sito** e le **opere della collezione**.

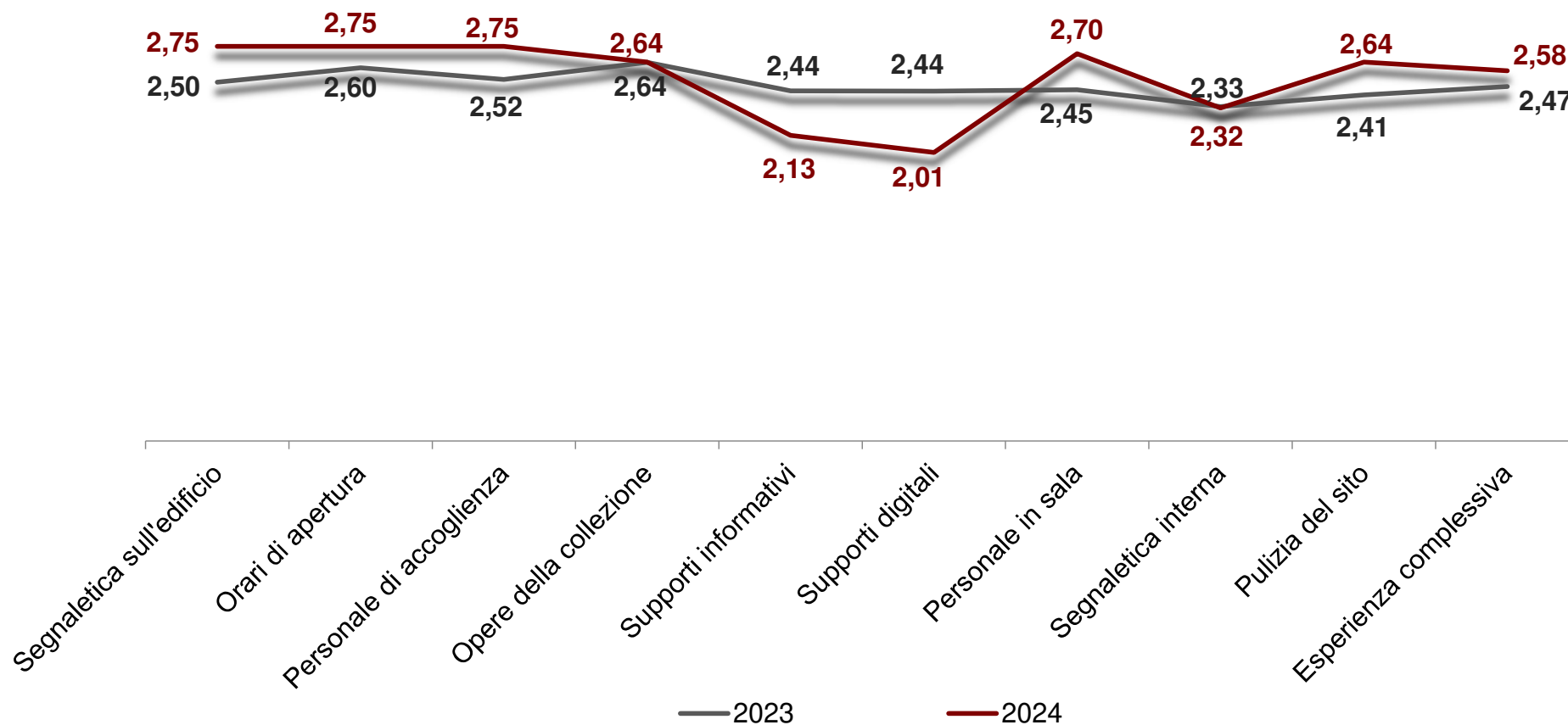
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti informativi e digitali**.



Analisi del trend 2023-2024

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta abbastanza costante e lineare, seppure con qualche discrepanza.

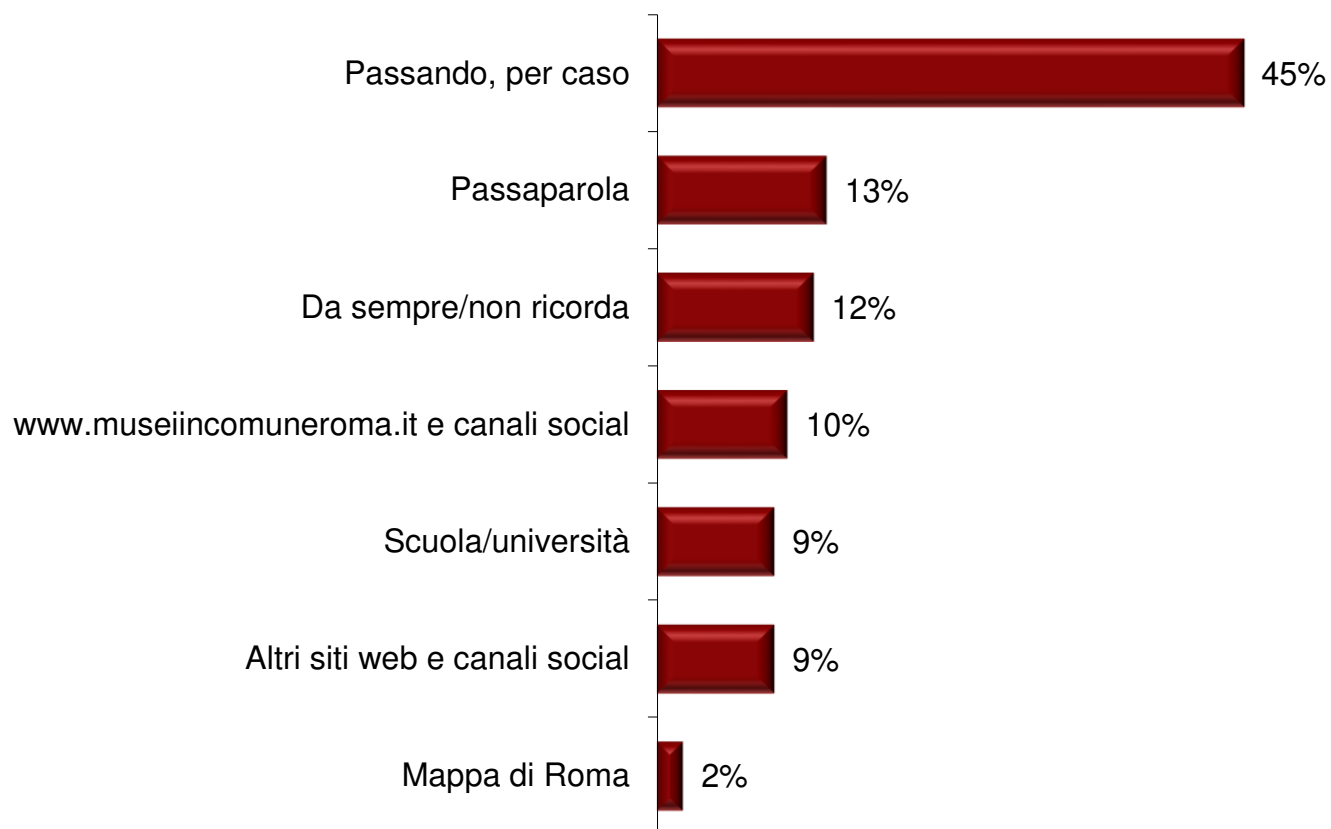
Si registra un incremento del livello medio di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sulla **segnaletica sull'edificio**, sul **personale (di accoglienza e in sala)** e sulla **pulizia del sito**. Invece si evidenzia una flessione relativa ai **supporti informativi e digitali**, che scendono al di sotto dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 45% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**”; poi seguono le voci “**passaparola**” (13%) e “**da sempre/non ricorda**” (12%).

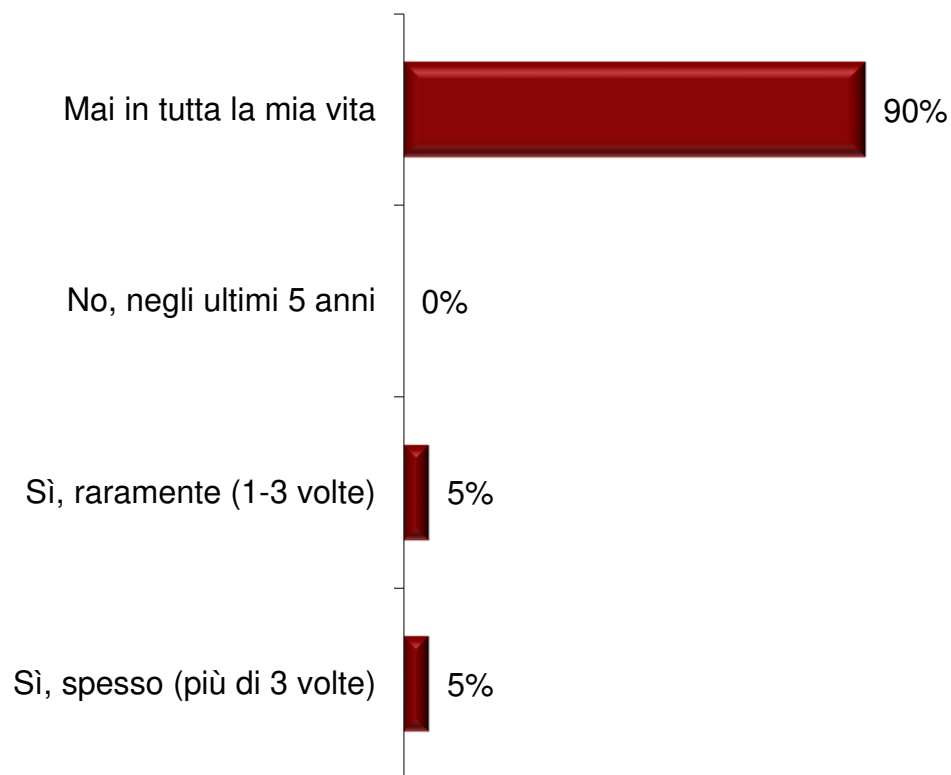
È significativo che a rispondere passando, per caso siano soprattutto i turisti (in prevalenza stranieri), nuovi visitatori, privi di aspettative, abbastanza soddisfatti della loro esperienza. Invece passaparola e da sempre/non ricorda sono predominanti per i residenti a Roma, alcuni già stati in questo museo, il loro giudizio è superiore o uguale alle proprie attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La quasi totalità degli intervistati (90% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato** prima al *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina*, il 10% già vi è stato (di cui un 5% “*da una a tre volte*” e un 5% “*più di tre volte*”), mentre nessuno vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che hanno conseguito un titolo di diploma e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visto il Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina sono prevalentemente i visitatori laureati, nel complesso molto soddisfatti.

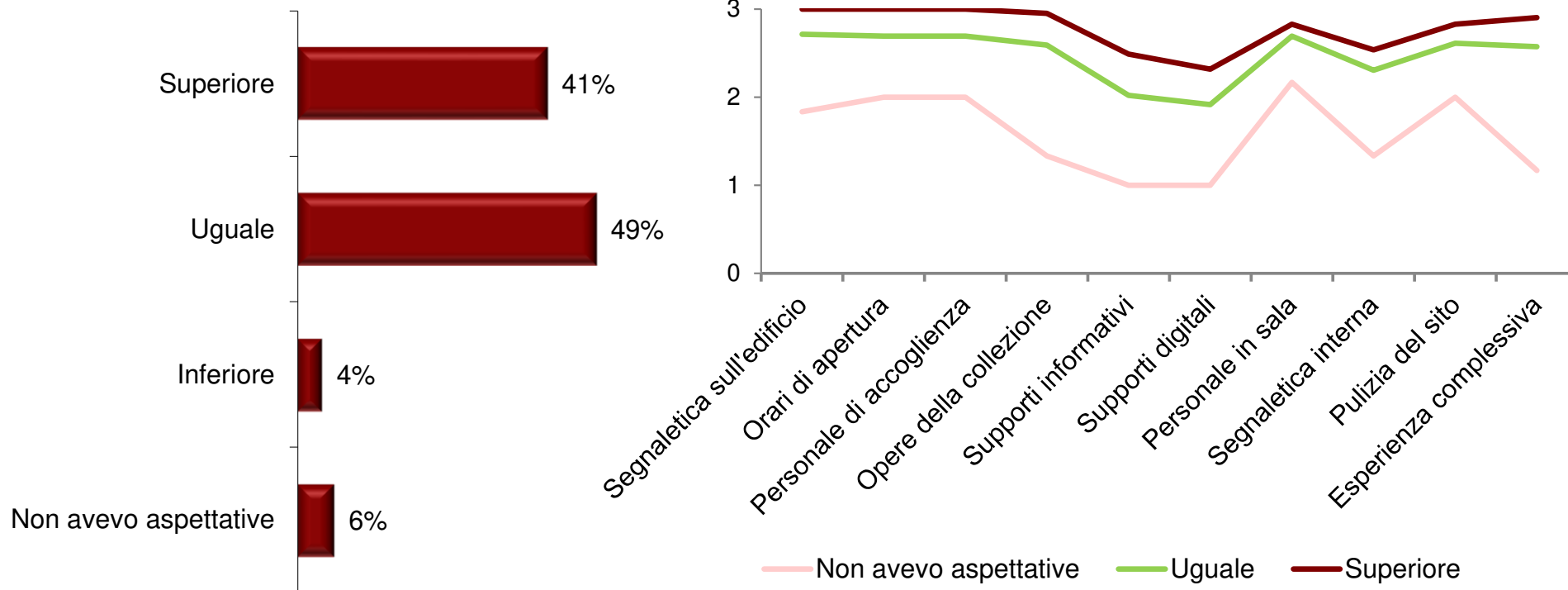


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 49% del campione totale dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 41% è superiore e solo per il 4% è inferiore. Il restante 6% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese oppure ad esserne privi siano in particolare i turisti stranieri, nuovi visitatori, laureati, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), alcuni già stati in tale museo, diplomati, nel complesso abbastanza soddisfatti.

Coloro che non hanno aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

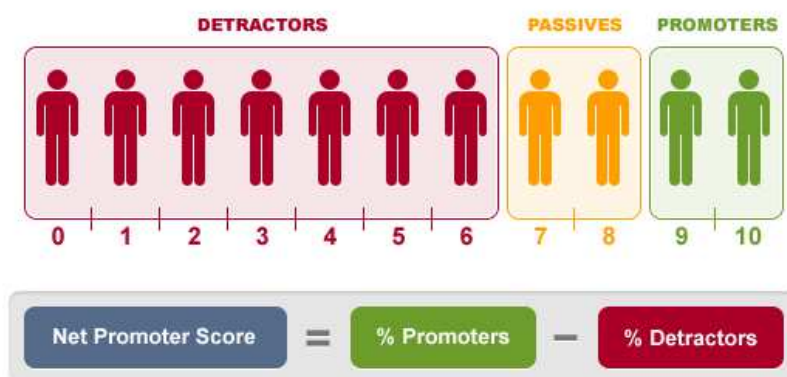


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* è pari al **19%**.

Il 61% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece il 10% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

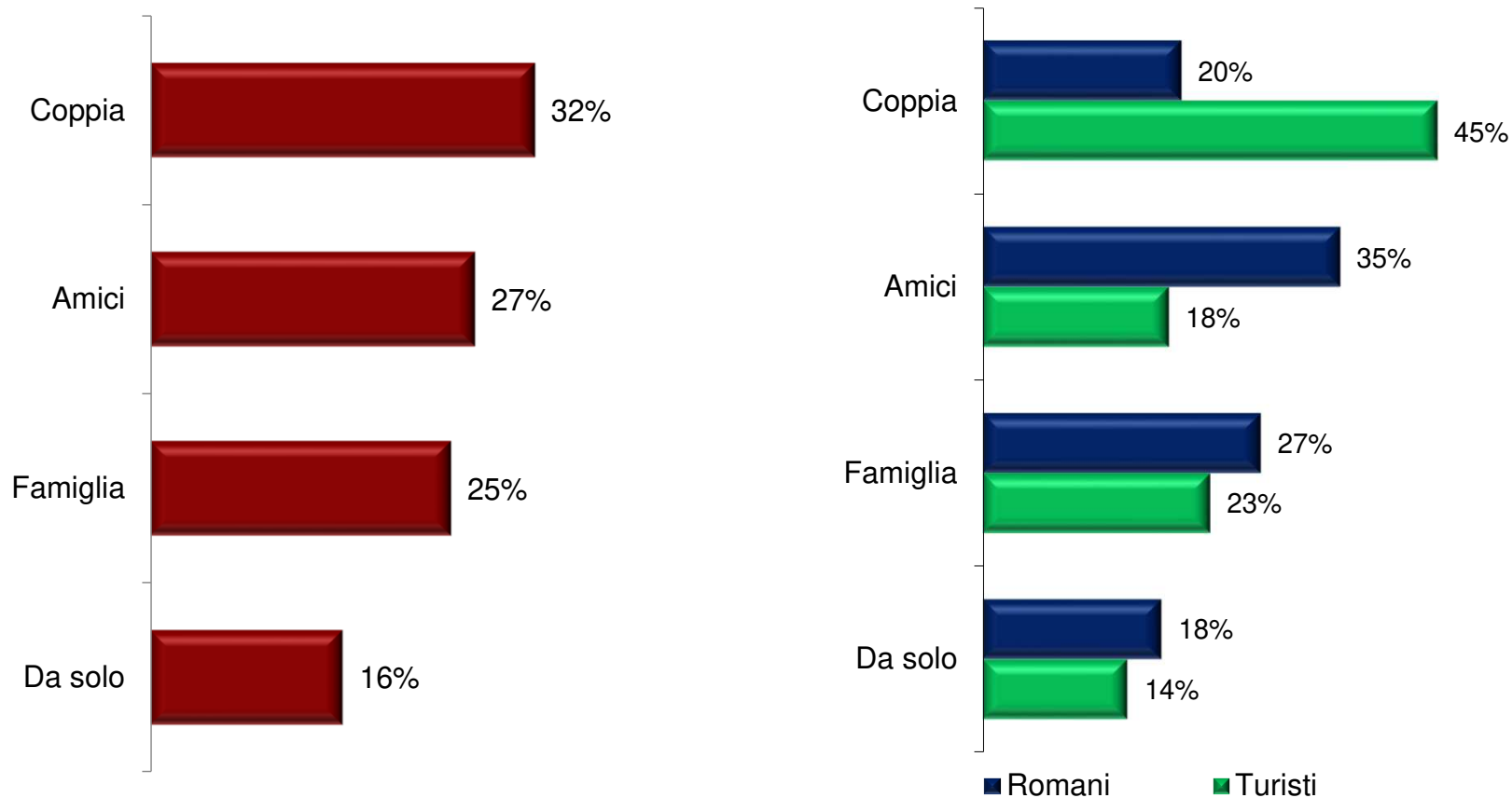


NET PROMOTER SCORE										
<i>Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2024</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	7	3	15	46	28	1
0%	0%	0%	0%	0%	7%	3%	15%	46%	28%	1%
DETRACTORI = 10%							PASSIVI = 61%	PROMOTORI = 29%		
29%-10% = 19%										

Con chi ha visitato il museo

Il 32% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 27% viene in compagnia di **“amici”**, il 25% con la propria **“famiglia”** e il restante 16% **“da solo”**.

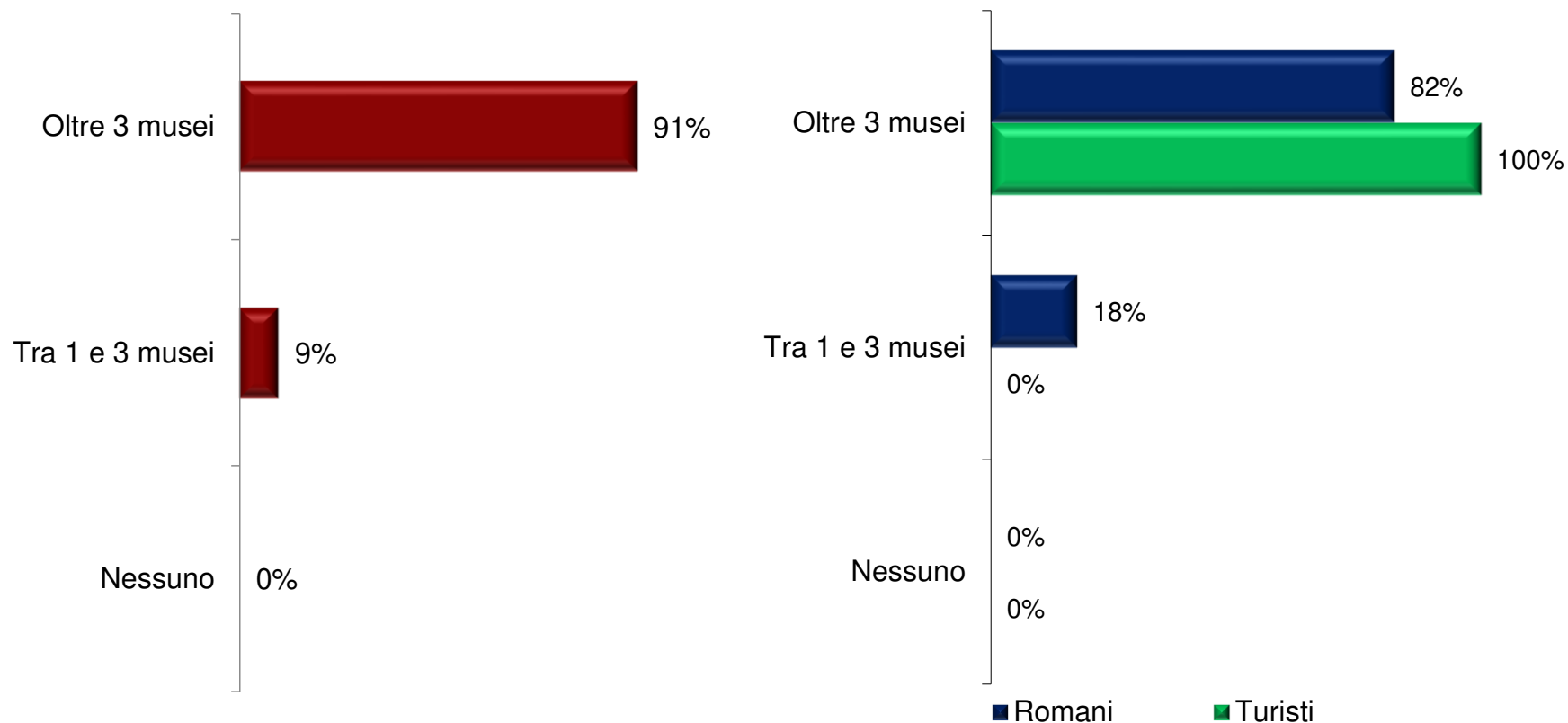
Risulta significativo che a recarsi al museo in coppia siano principalmente i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), di età 35-44 anni e over 55 anni, laureati, in generale molto soddisfatti. Invece a venire con amici oppure in famiglia sono in particolare i visitatori romani, minorenni e di età 26-34 anni, con titolo di diploma, nel complesso abbastanza soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 91% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 9% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre nessuno dichiara di non essere stato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti (cfr. grafico in basso a destra), di età 40-64 anni, diplomati o laureati, in generale abbastanza soddisfatti. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono i visitatori romani, minorenni, con titolo di scuola media inferiore, nel complesso molto soddisfatti.



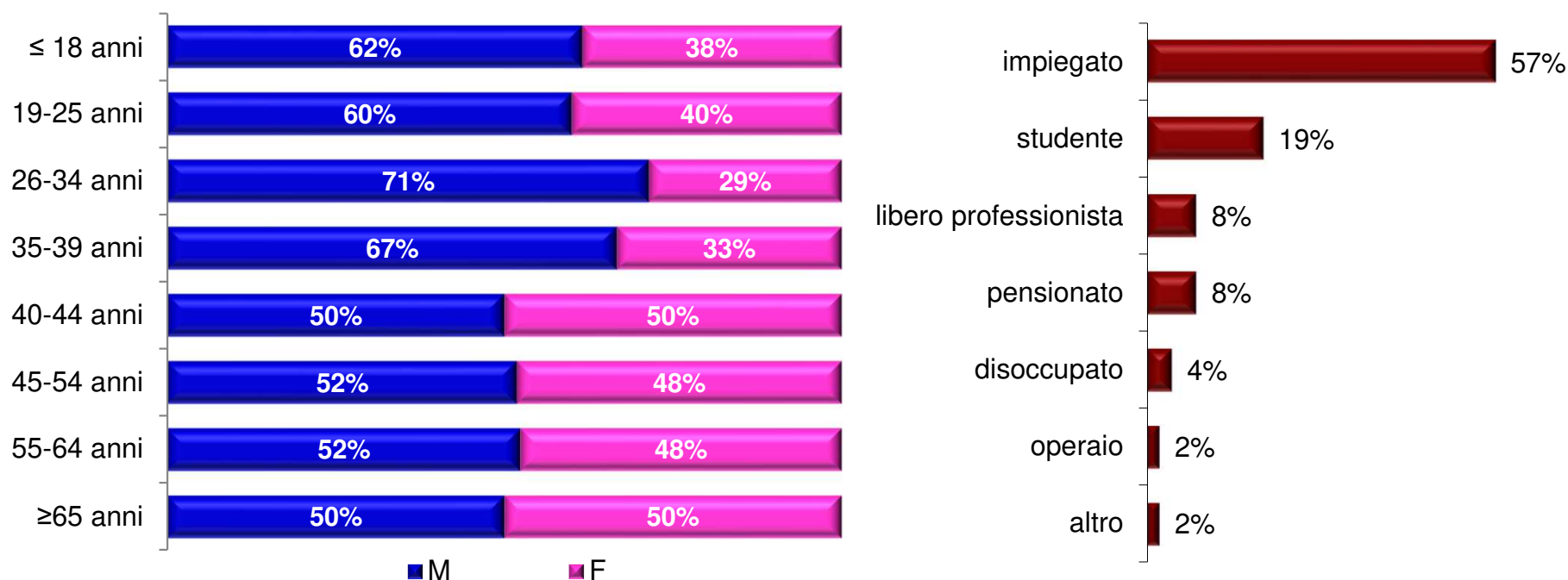
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere maschile** (55%; nel 2023 era il 45% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età giovane fino ai 39 anni.

Si conferma una maggiore presenza delle fasce dei **40-64 anni**, che passano dal 59% al 64%. Invece scende ulteriormente la percentuale dei giovani di età **19-39 anni** (dal 24% al 15%).

Il 59% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (69% nel 2023).

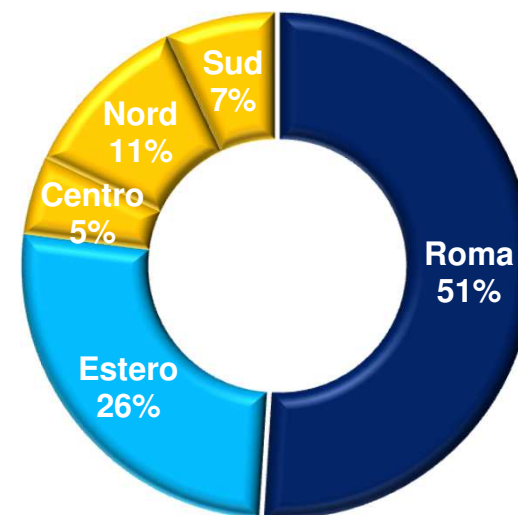
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (57%; nell'indagine precedente erano il 49%). Poi seguono gli studenti (in lieve aumento da 17% a 19%) e i liberi professionisti (passano da 9% a 8%).



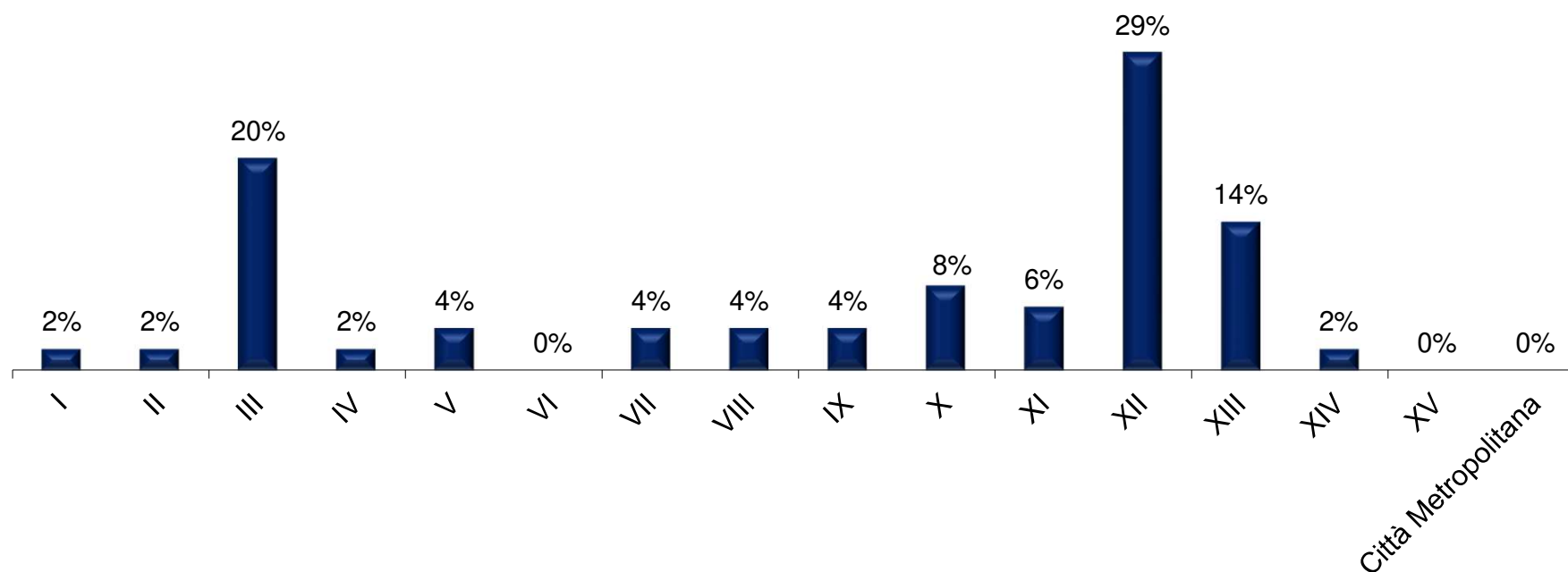
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 51% del campione totale è costituito da **romani** (in discesa dal 79% emerso nell'indagine precedente); il 23% giunge da altre province italiane (lo scorso anno era 11%), mentre il restante 26% proviene dall'estero (in netto aumento rispetto al 10% emerso nel 2023).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevale nettamente il **Municipio XII**, che raggiunge una percentuale pari al 29%, seguito dal **Municipio III** (20%).



■ = 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 accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,918**	,918**	,783**	,534**	,428**	,403**	,423**	,411**	,527**
Orari di apertura	,918**	1,000	1,000**	,849**	,529**	,418**	,428**	,470**	,433**	,542**
Personale di accoglienza	,918**	1,000**	1,000	,849**	,529**	,418**	,428**	,470**	,433**	,542**
Opere della collezione	,783**	,849**	,849**	1,000	,557**	,418**	,401**	,433**	,439**	,624**
Supporti informativi	,534**	,529**	,529**	,557**	1,000	,701**	,377**	,539**	,539**	,587**
Supporti digitali	,428**	,418**	,418**	,418**	,701**	1,000	,357**	,429**	,413**	,470**
Personale in sala	,403**	,428**	,428**	,401**	,377**	,357**	1,000	,321**	,282**	,460**
Segnaletica interna	,423**	,470**	,470**	,433**	,539**	,429**	,321**	1,000	,254*	,373**
Pulizia del sito	,411**	,433**	,433**	,439**	,539**	,413**	,282**	,254*	1,000	,684**
Esperienza complessiva	,527**	,542**	,542**	,624**	,587**	,470**	,460**	,373**	,684**	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 sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

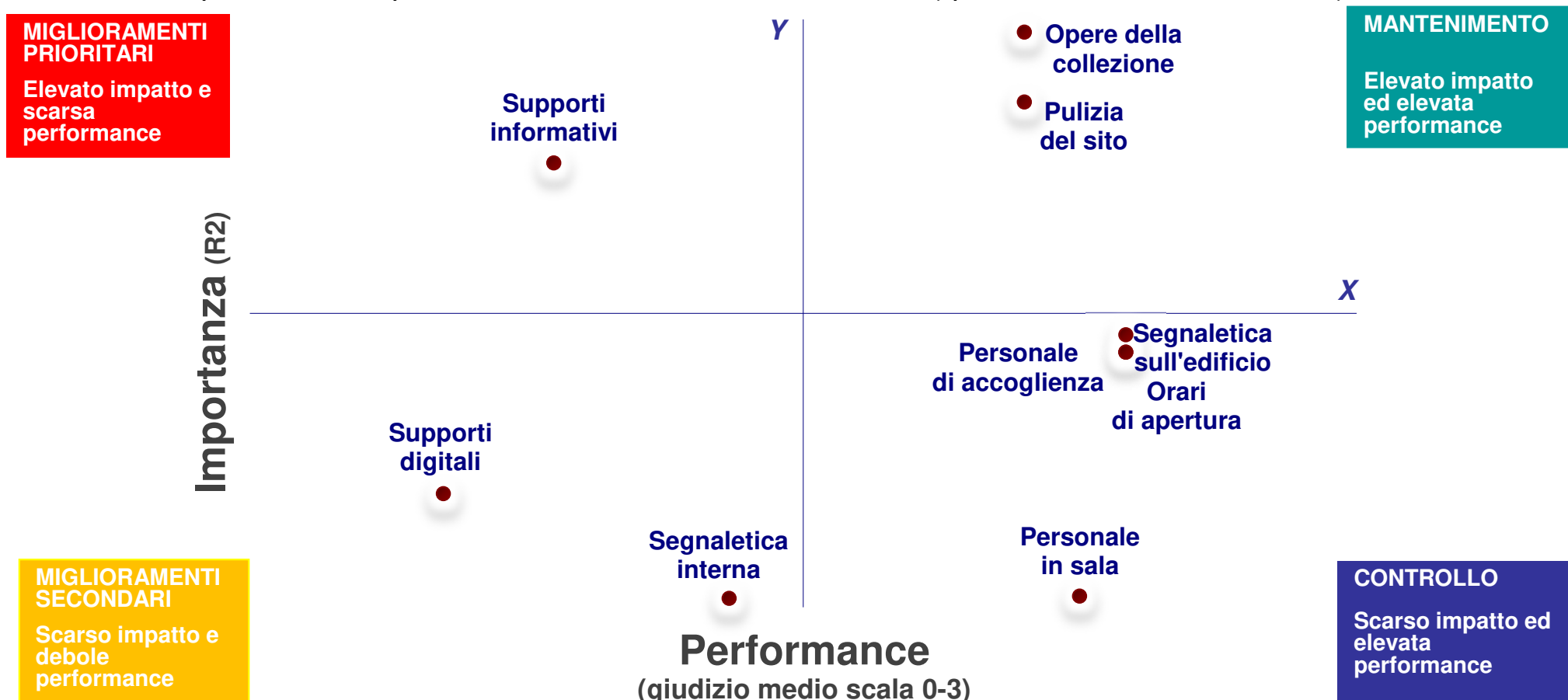
Per il *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* la **pulizia del sito** e le **opere della collezione** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Pulizia del sito	0,684
Opere della collezione	0,624
Supporti informativi	0,587
Orari di apertura	0,542
Personale di accoglienza	0,542
Segnaletica sull'edificio	0,527
Supporti digitali	0,470
Personale in sala	0,460
Segnaletica interna	0,373

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** e la **pulizia del sito** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece i **supporti informativi** emergono tra i 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

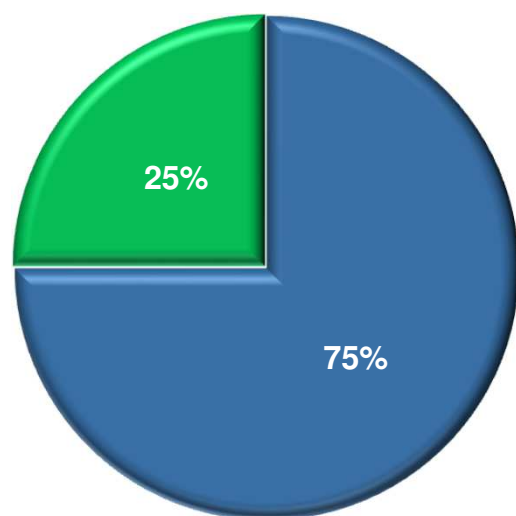
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (75 individui per il *Cluster 1* e 25 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

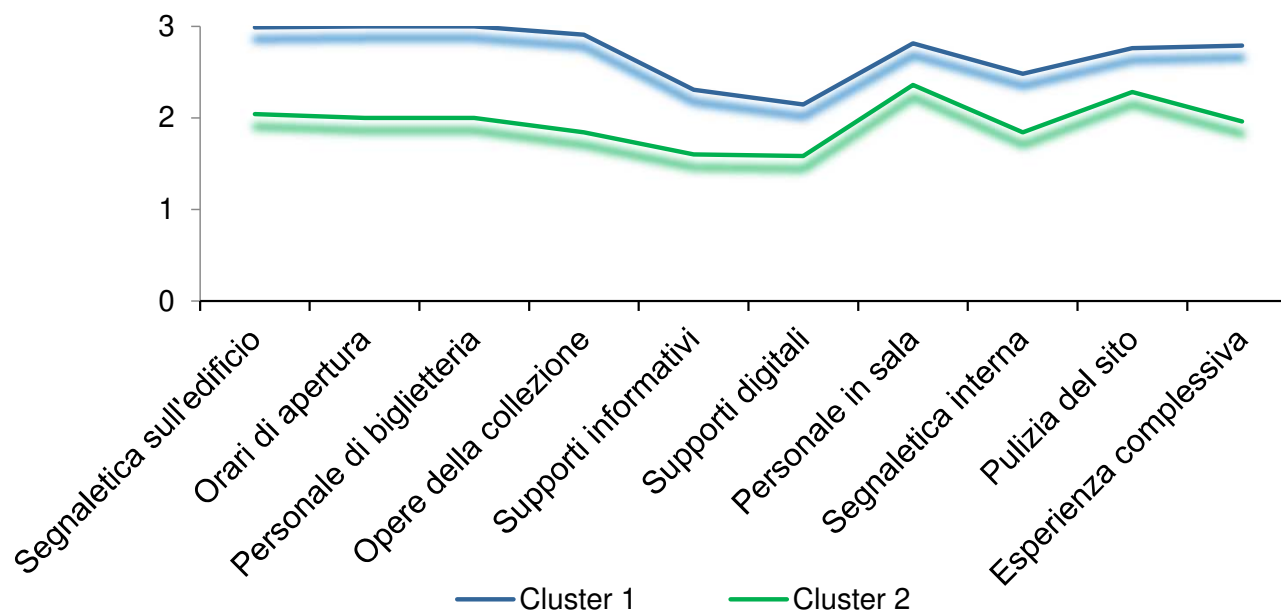
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età 40-44 anni e over 55 anni; laureati; liberi professionisti e pensionati; sono venuti a conoscenza del museo tramite internet e passaparola; vengono da soli o in coppia; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti a Roma; minorenni e di età 45-54 anni; diplomati; studenti e impiegati; sono venuti a conoscenza del museo tramite scuola e passando per caso; vengono con amici o in famiglia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.



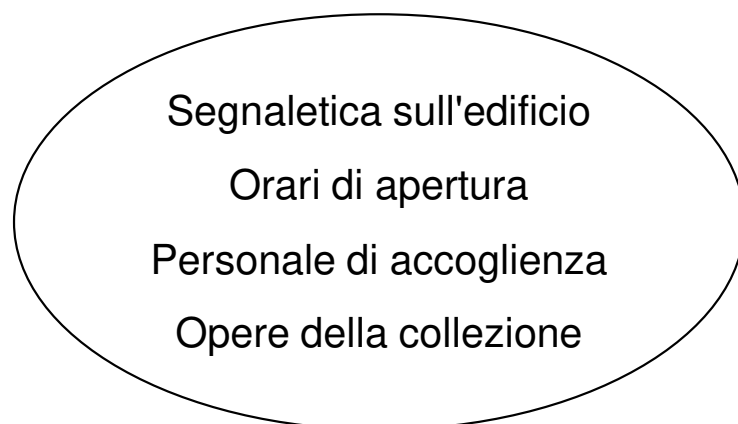
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



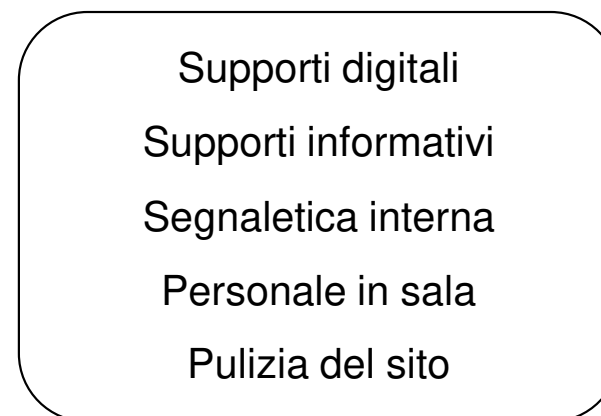
Analisi Fattoriale

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

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



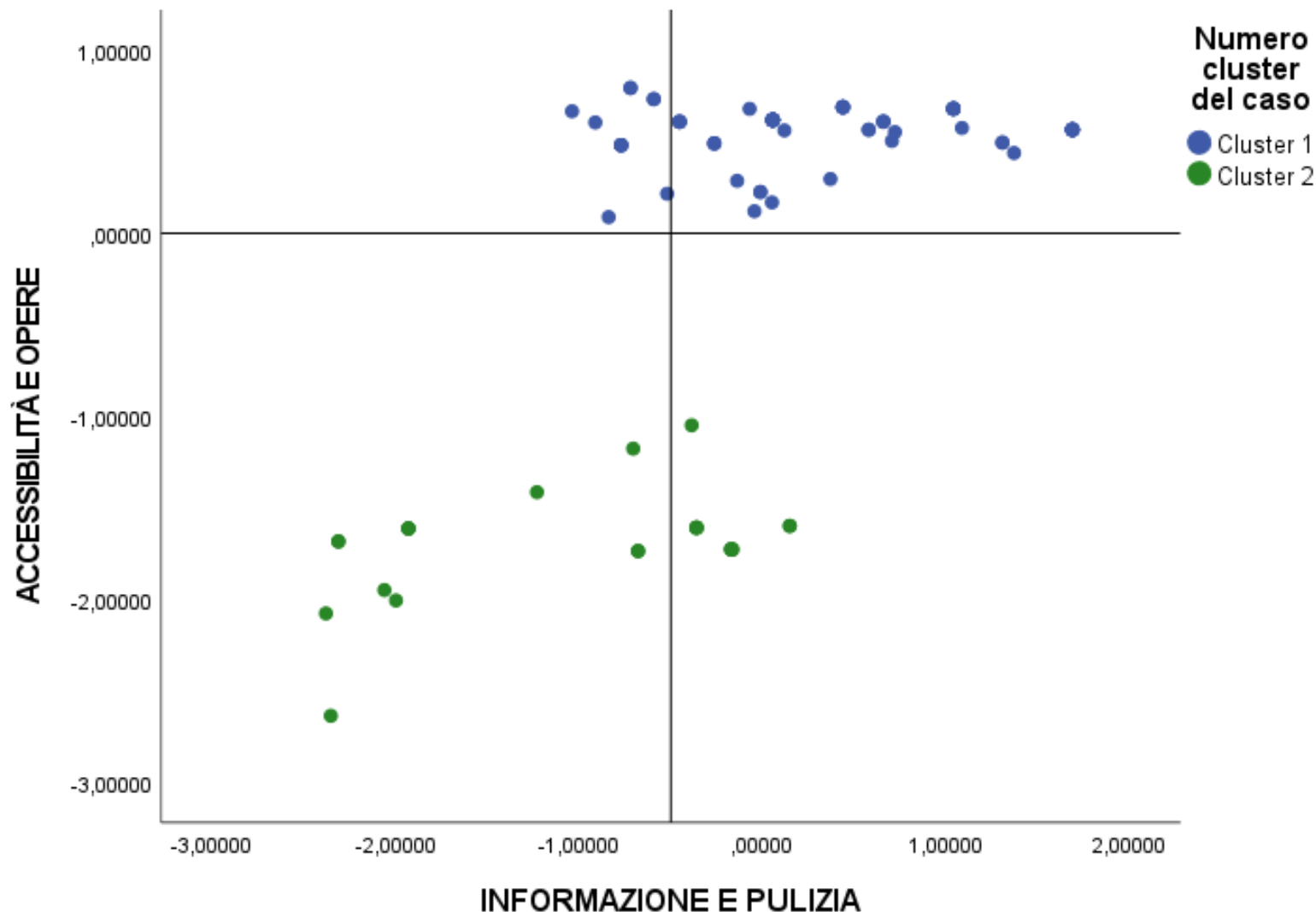
Fattore 1
ACCESSIBILITÀ E OPERE



Fattore 2
INFORMAZIONE E PULIZIA

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 in particolare sul Fattore 1 (*Accessibilità e Opere*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 34

SUPPORTI DIGITALI ottimizzare l'audio (21); da migliorare (17); mancano i sottotitoli (7), da aumentare (4); altro (1). **Totale 50**

SUPPORTI INFORMATIVI più dettagli, curiosità e informazioni, ad es. sulla famiglia Garibaldi (9); traduzione anche in altre lingue (7); da aumentare (6); altro (3). **Totale 25**

ILLUMINAZIONE ambienti troppo bui. **Totale 10**

DIDATTICA organizzare visite guidate. **Totale 4**

ALTRO. Totale 12

TOTALE 101 SUGGERIMENTI



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) 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 accoglienza	<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"/>
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"/>
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 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:.....