



Indagini di Customer Satisfaction

Casina delle Civette

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 2024-2025
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni 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 amici/parenti
- 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. **108** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 15 al 18 ottobre** presso la **Casina delle Civette di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 12% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

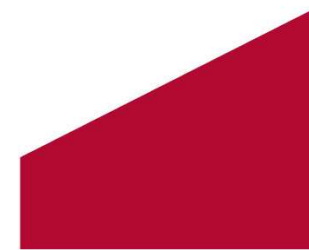
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,89\%$.

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 2025, 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 ottimo, con una media di **2,88** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono gli **orari di apertura** (2,96), il **personale di biglietteria** (2,94), la **pulizia del sito** (2,93), il **personale in sala** (2,90) e le **opere della collezione** (2,89).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard di 2,20. Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva.

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono la **segnaletica esterna** (n. 19 suggerimenti) e i **supporti informativi** (n. 14 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **residenti a Roma** (50% sul totale), **pensionati** (25%) e **impiegati** (23%), **diplomati** (44%), soprattutto di età adulta **45-74 anni** (55% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite **passaparola** (25%); segue chi risponde **da sempre/non ricorda** (21%) e **altri siti internet e canali social** (19%).

È significativo che a rispondere *passaparola, altri siti internet e canali social* siano soprattutto i turisti, di età compresa tra i 26 e 54 anni, nuovi visitatori, laureati. Invece la voce *da sempre/non ricorda* prevale per i romani, di età adulta over 55 anni, diplomati.

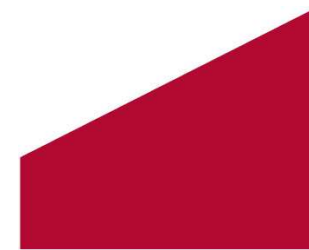


Tabella riassuntiva

Casina delle Civette di Villa Torlonia 2025	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,41	2,00	100	8	0,605	47%	0%	94%
Orari di apertura	2,96	3,00	108	0	0,190	96%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,94	3,00	104	4	0,273	95%	0%	99%
Guardaroba	2,73	3,00	37	71	0,450	73%	0%	100%
Opere della collezione	2,89	3,00	107	1	0,346	90%	0%	99%
Supporti informativi	2,74	3,00	108	0	0,461	75%	0%	99%
Personale in sala	2,90	3,00	107	1	0,335	91%	0%	99%
Segnaletica interna	2,85	3,00	105	3	0,361	85%	0%	100%
Pulizia del sito	2,93	3,00	107	1	0,248	93%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,88	3,00	108	0	0,327	88%	0%	100%

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

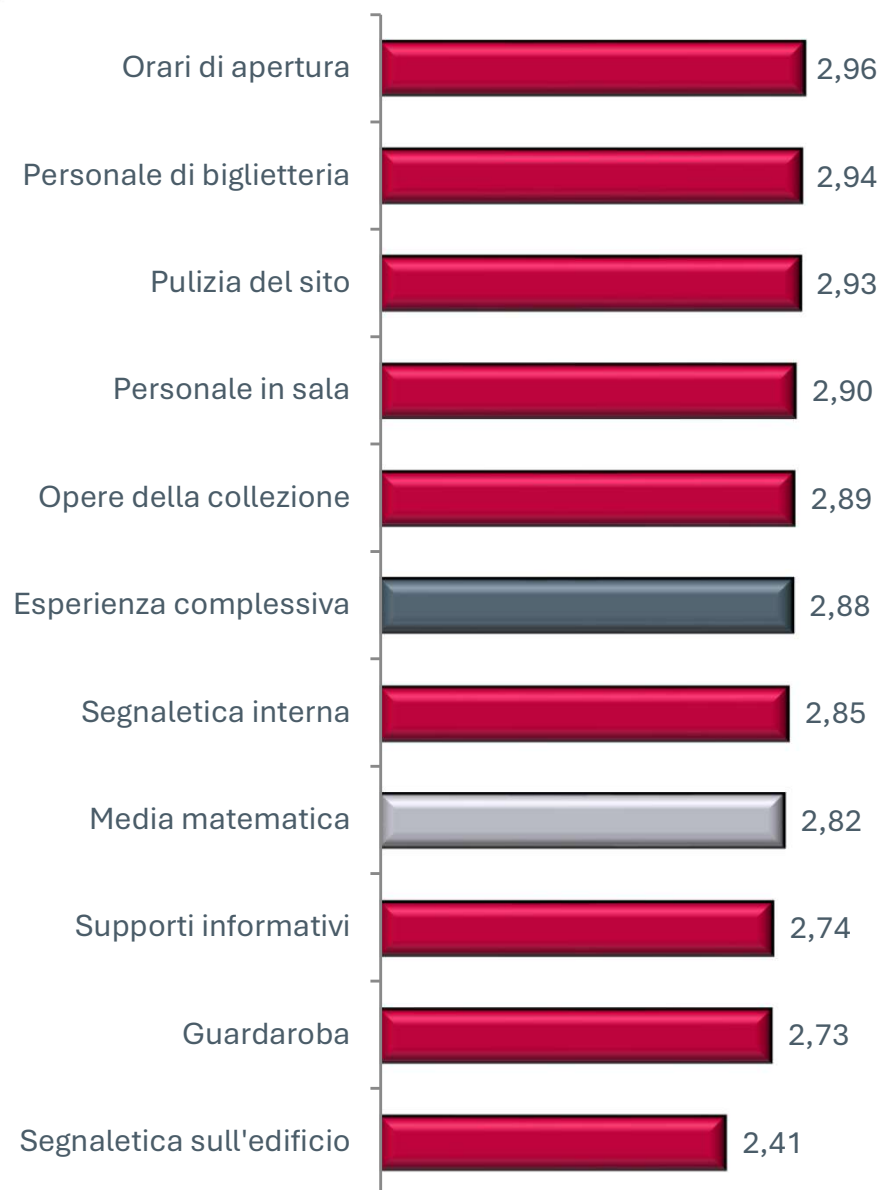
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,82).

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 emergono gli **orari di apertura**, il **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala** e le **opere della collezione**.

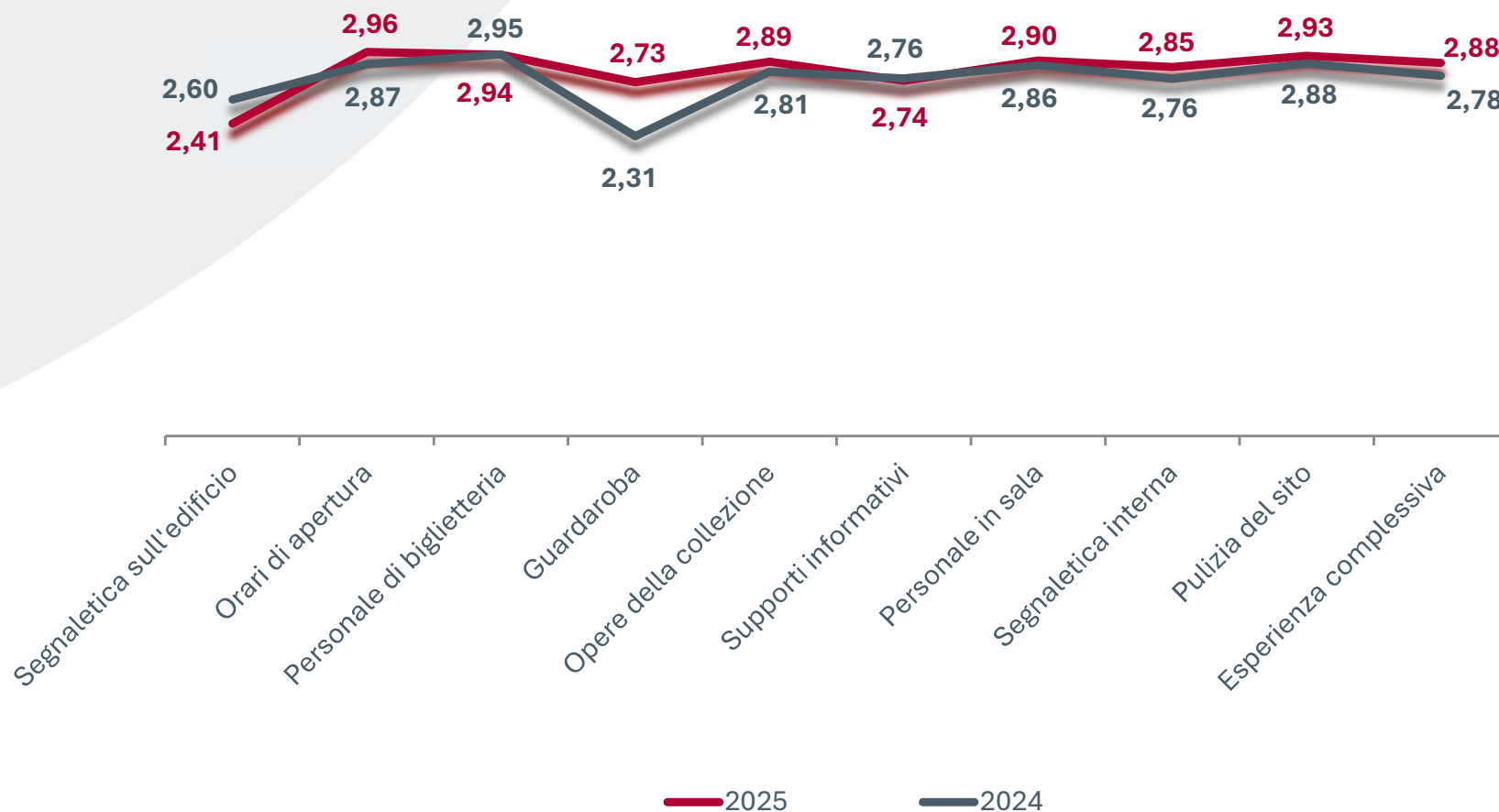
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2024-2025

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta piuttosto costante e lineare ma con qualche discrepanza.

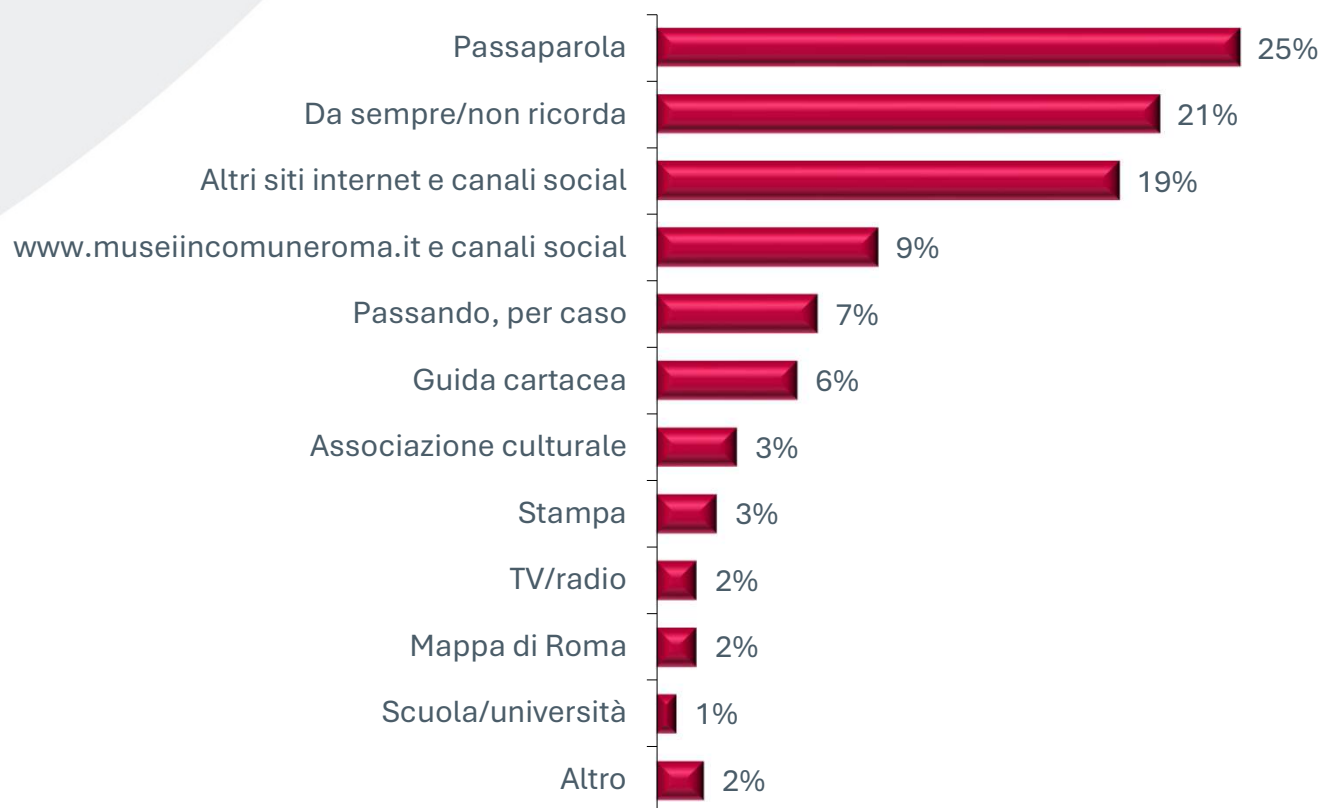
Si evidenzia un incremento del livello di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sul **guardaroba**, mentre si registra una flessione sulla **segnaletica sull'edificio**. Inoltre, restano pressoché invariati i valori medi sul **personale di biglietteria** e sui **supporti informativi**.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 25% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo attraverso il “**passaparola**”; seguono le voci “**da sempre/non ricorda**” (21%) e “**altri siti internet e canali social**” (19%).

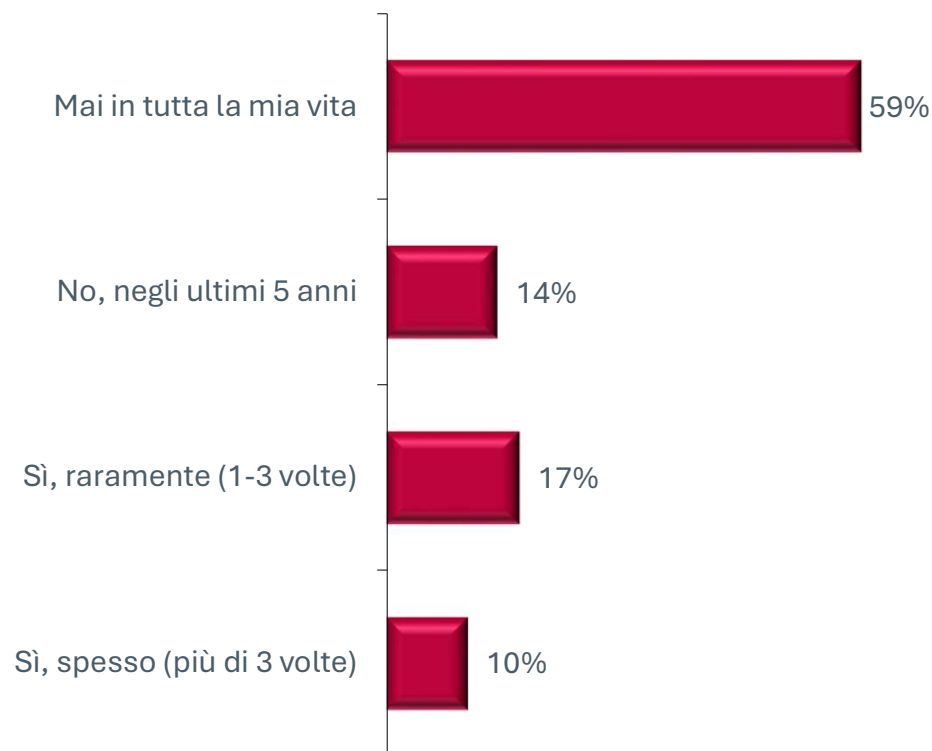
È significativo che a rispondere passaparola, altri siti internet e canali social siano soprattutto i turisti, di età compresa tra i 26 e 54 anni, nuovi visitatori, laureati. Invece la voce da sempre/non ricorda prevale per i romani, di età adulta over 55 anni, diplomati.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 27% degli intervistati dichiara **di essere già stato** alla *Casina delle Civette* (di cui il 17% “*raramente, da una a tre volte*” e il 10% “*spesso, più di tre volte*”), mentre il 59% vi si è recato per la prima volta e il restante 14% non vi è stato negli ultimi cinque anni.

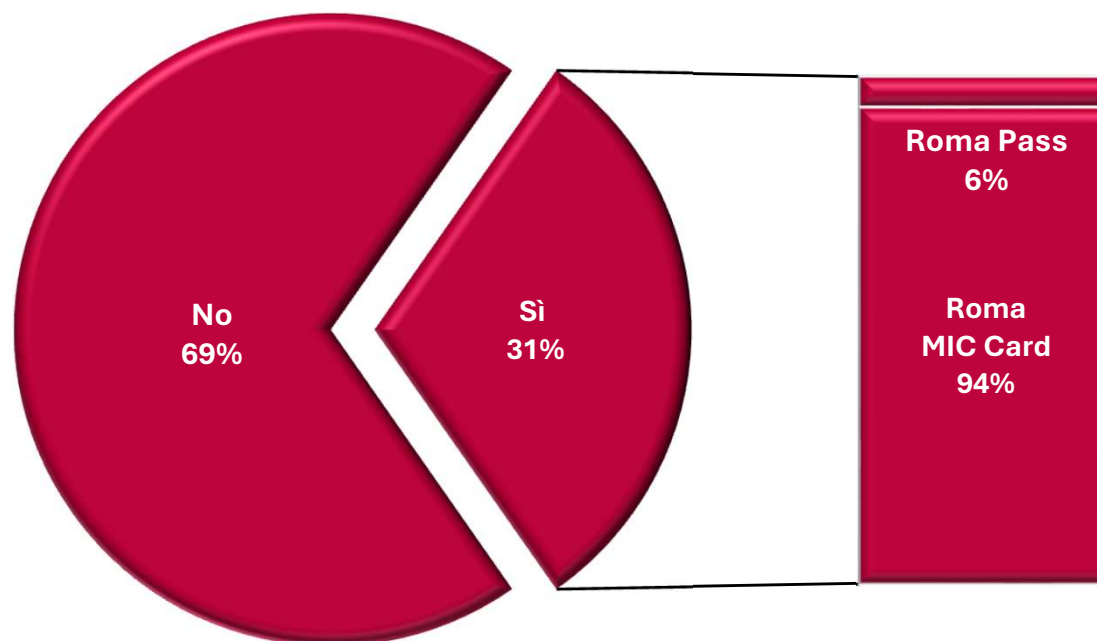
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza i turisti, di età giovane fino ai 39 anni, in generale molto soddisfatti e non hanno utilizzato alcuna card per entrare. Invece ad essere già stati alla Casina delle Civette sono principalmente i visitatori romani, di età adulta 45-74 anni, alcuni si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno usufruito della *Roma MIC Card* per accedervi.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 69% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre il restante 31% ne ha usufruito (il 94% del campione si riferisce alla **Roma MIC Card** e il 6% indica la **Roma Pass**).

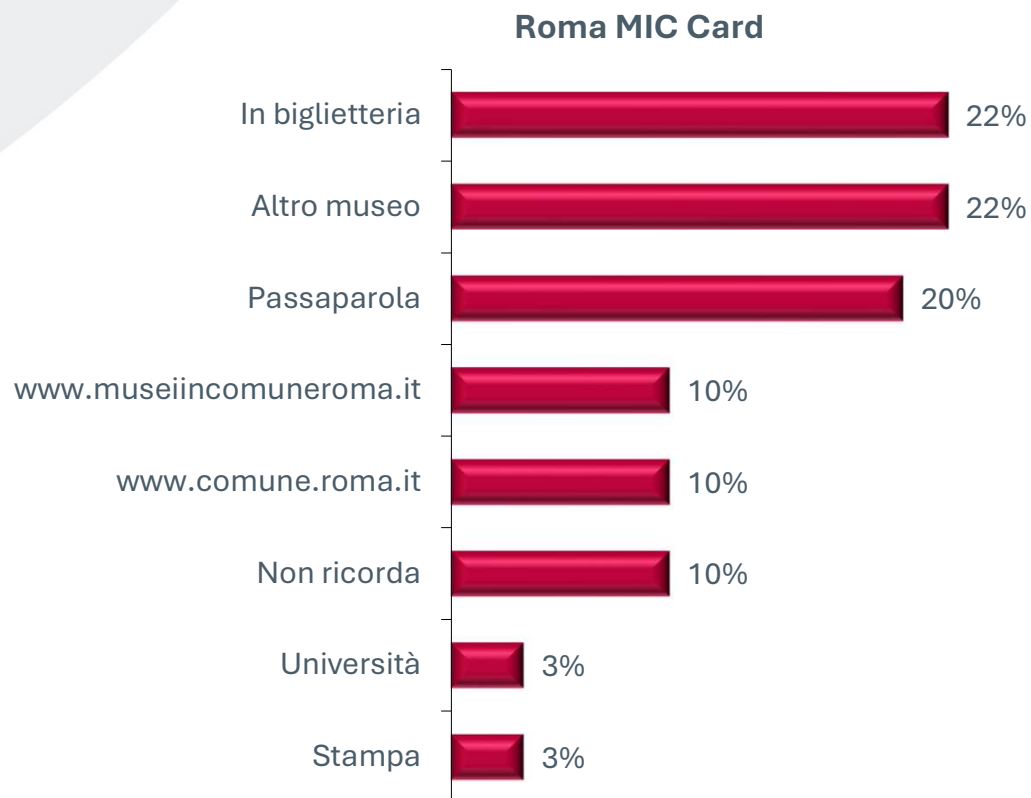
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i romani, di età 35-39 anni e over 65 anni, che hanno già visitato la *Casina delle Civette* e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, sono principalmente i turisti, di età inferiore ai 34 anni e 40-64 anni, nuovi visitatori, che hanno effettuato meno di tre visite culturali negli ultimi dodici mesi.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (31% sul campione totale, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono in particolare le seguenti voci: “**in biglietteria**” (22%), “**altro museo**” (22%) e “**passaparola**” (20%).

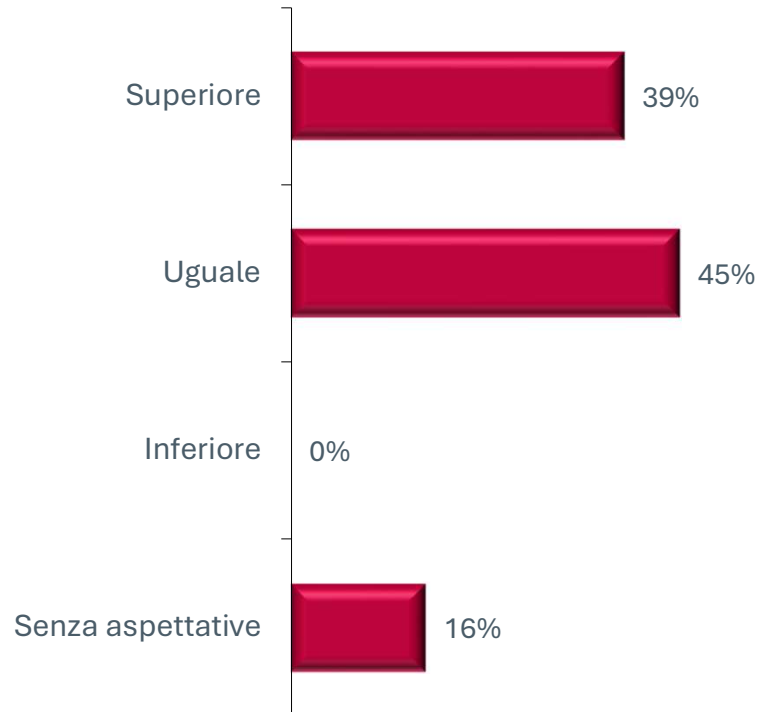
Invece per la *Roma Pass* le risposte sono esigue e si riferiscono solo ai “**siti internet**” (100%).



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 45% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 39% è superiore, mentre il 16% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita. Nessuno dei visitatori intervistati ritiene il museo inferiore rispetto alle attese.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i turisti, nuovi visitatori, di età giovane inferiore ai 39 anni, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono soprattutto i romani, alcuni già stati alla *Casina delle Civette*, di età adulta 45-74 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti.



Consiglierebbe questo museo ad amici/parenti

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 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 questo museo è pari al **67%**.

Inoltre, si evidenzia che il 33% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre nessuno degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

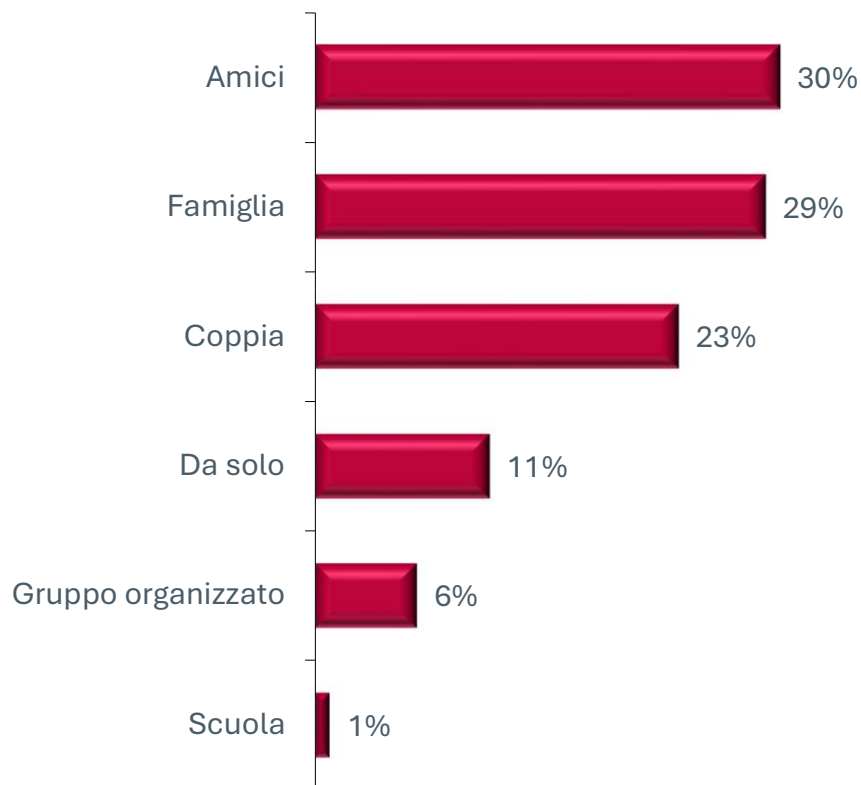


NET PROMOTER SCORE										
Casina delle Civette - Villa Torlonia 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	2	33	51	22
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	31%	47%	20%
DETRATTORI = 0%							PASSIVI= 33%		PROMOTORI= 67%	
67%-0%=67%										

Con chi ha visitato il museo

Il 30% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo insieme agli **“amici”**, un 29% con la **“famiglia”** e un 23% in **“coppia”**, l’11% risponde **“da solo”**, il 6% con un **“gruppo organizzato”** e il restante 1% indica la **“scuola”**.

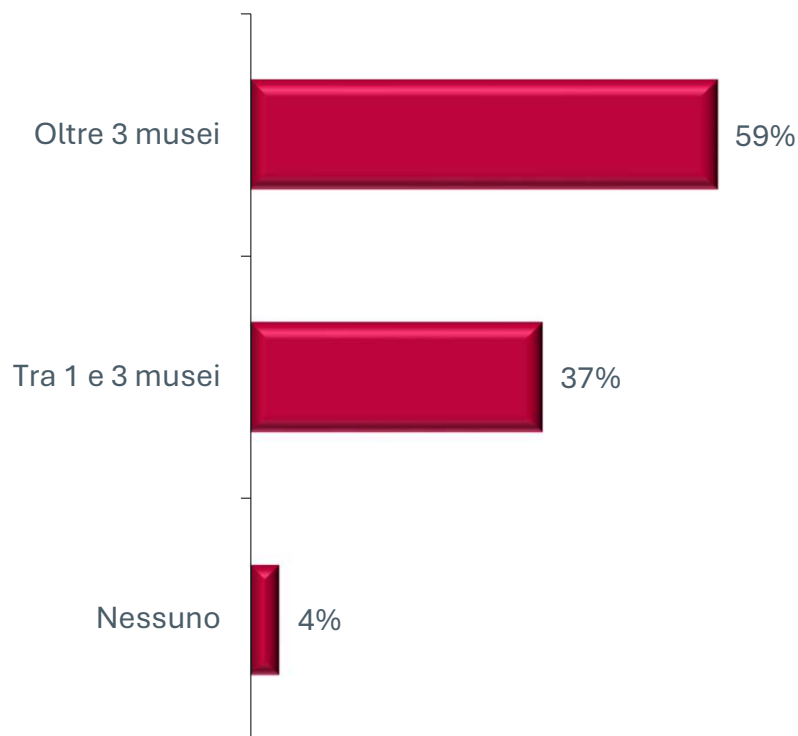
Risulta significativo che a recarsi al museo con amici siano stati in particolare i visitatori diplomati. Invece a venire con la famiglia sono in prevalenza coloro che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore/superiore, mentre a rispondere in coppia sono stati principalmente i laureati.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 59% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 37% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il restante 4% afferma di non essere stato quest'anno in alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori di età adulta over 55 anni, che sono già stati a *Casina delle Civette* e il loro giudizio è uguale alle aspettative. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono in prevalenza i giovani di età inferiore ai 34 anni, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi.



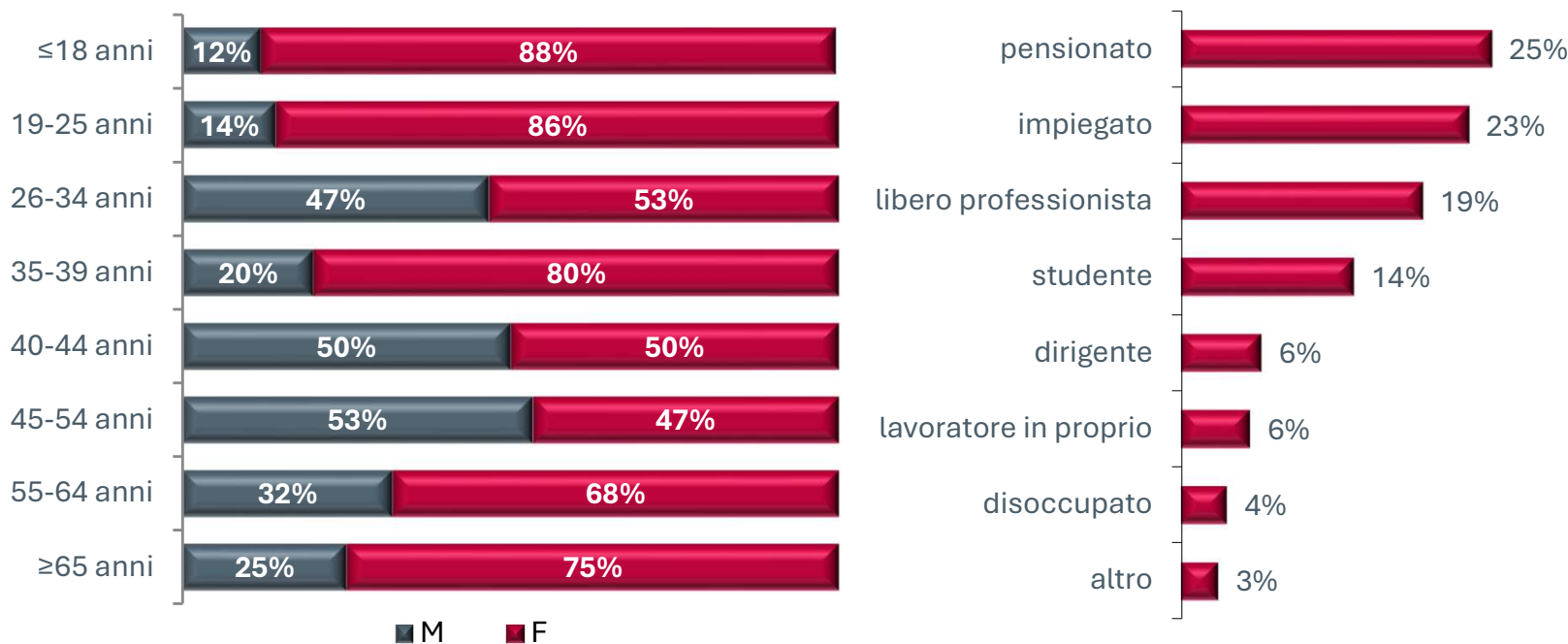
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Ben il 65% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in quasi tutte le fasce di età, ad eccezione di quelle dei 40-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **45-74 anni**, che raggiungono complessivamente il 55% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia che la percentuale dei **giovani fino ai 25 anni** risulta pari al 14% sul totale.

Il 44% del campione totale dichiara di essere **diplomato**.

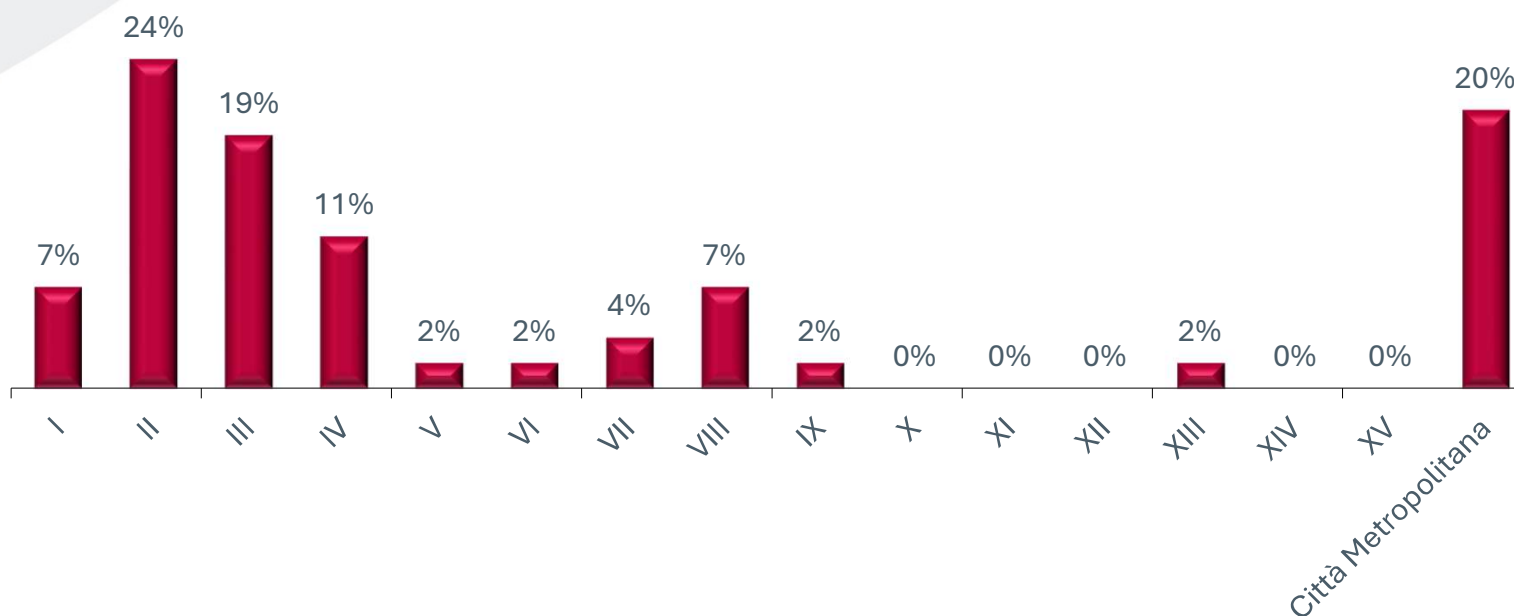
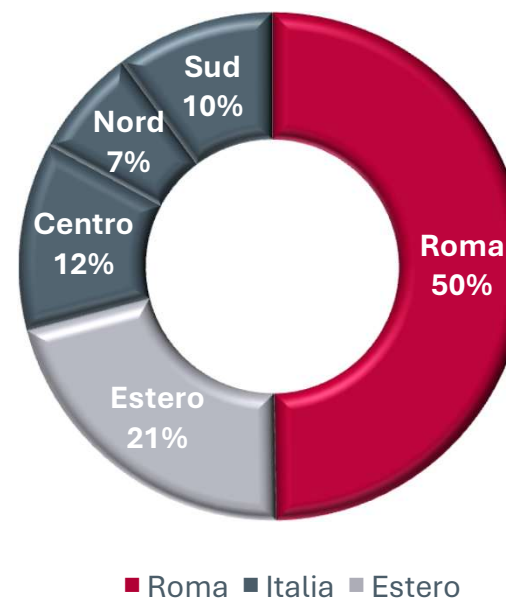
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** (25%) e gli **impiegati** (23%); poi seguono i liberi professionisti (19%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

La metà degli intervistati (50%) è costituito da **romani**, mentre il 29% sono turisti italiani (il 12% giunge dal *Centro Italia*, il 10% dal *Sud* e il 7% dal *Nord*); il restante 21% è costituito da visitatori provenienti dall'**estero**.

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevale il **Municipio II** (24% sul totale; lo stesso di Villa Torlonia), ma è buona anche la percentuale relativa agli altri Comuni della **Città Metropolitana** (20%) e al **Municipio III** (19%).



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	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,163	0,070	0,180	0,117	0,113	0,186	0,001	-0,068	0,098
Orari di apertura	0,163	1,000	0,186	,393*	0,111	0,111	,272**	,192*	-0,052	0,078
Personale di biglietteria	0,070	0,186	1,000	0,277	,247*	,207*	,248*	0,156	-0,061	,325**
Guardaroba	0,180	,393*	0,277	1,000	0,296	0,206	0,253	0,272	,393*	,393*
Opere della collezione	0,117	0,111	,247*	0,296	1,000	,325**	0,015	0,123	0,033	,566**
Supporti informativi	0,113	0,111	,207*	0,206	,325**	1,000	0,130	0,076	,191*	,453**
Personale in sala	0,186	,272**	,248*	0,253	0,015	0,130	1,000	,496**	0,043	0,084
Segnaletica interna	0,001	,192*	0,156	0,272	0,123	0,076	,496**	1,000	-0,008	0,162
Pulizia del sito	-0,068	-0,052	-0,061	,393*	0,033	,191*	0,043	-0,008	1,000	,249**
Esperienza complessiva	0,098	0,078	,325**	,393*	,566**	,453**	0,084	0,162	,249**	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.

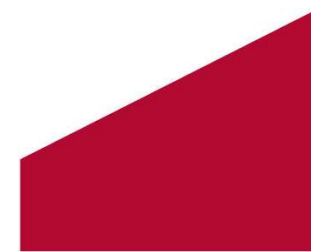
Correlazione 2/2

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 del museo (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 la *Casina delle Civette* le variabili che risultano più correlate al giudizio generale sono le **opere della collezione** e i **supporti informativi**.

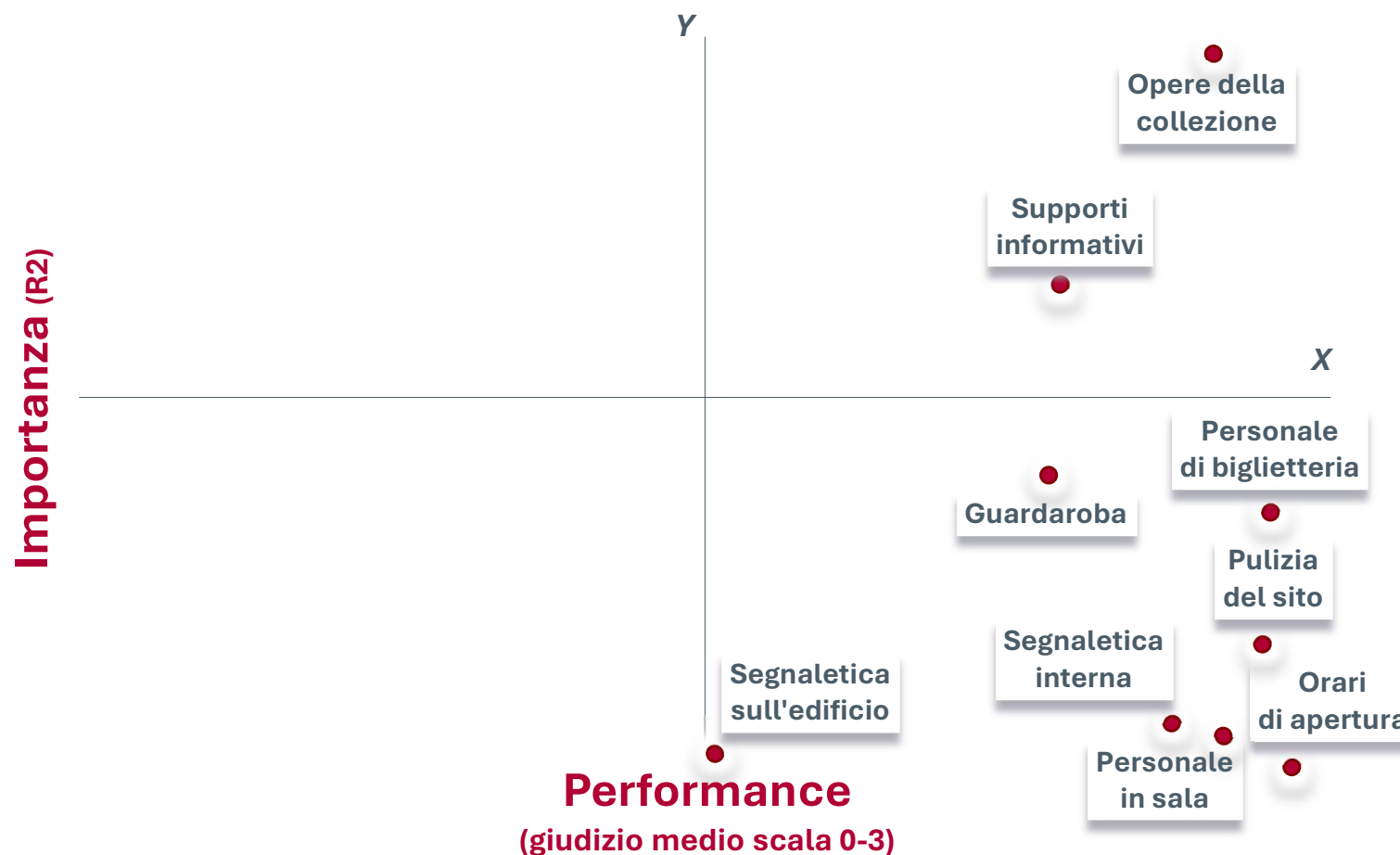
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Opere della collezione	0,566
Supporti informativi	0,453
Guardaroba	0,393
Personale di biglietteria	0,325
Pulizia del sito	0,249



Mapa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l’aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa sottostante e si trovano nel quadrante in alto a destra, insieme ai **supporti informativi**, seppure questi siano posizionati più in basso. Invece nessuna delle variabili oggetto d’indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell’asse delle ascisse si collocano gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



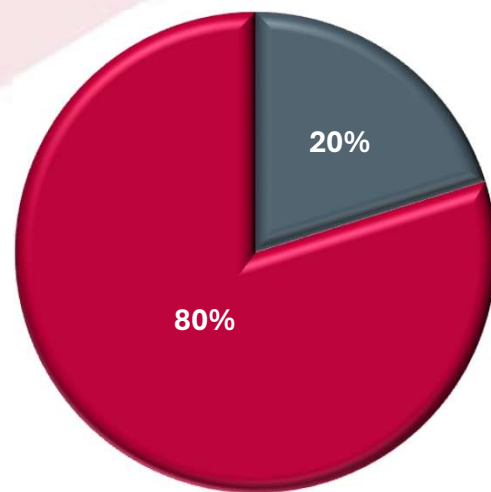
Cluster Analysis

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

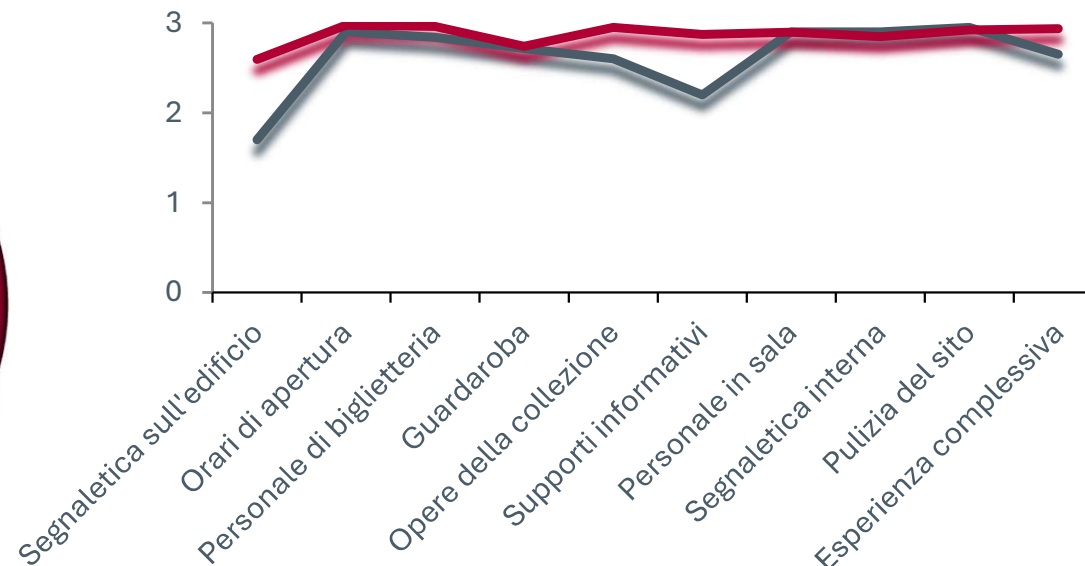
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**20** individui per il *Cluster 1* e **79** per il *Cluster 2*; n. **9** casi mancanti).

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: turisti (italiani e stranieri); di età 26-34 anni e 45-64 anni; con titolo di laurea/post laurea; liberi professionisti e impiegati; vengono a conoscenza del museo tramite altri siti internet e canali social; vi si recano soprattutto in coppia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono pivi.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: residenti a Roma; di età 35-44 anni e over 65 anni; diplomati; lavoratori in proprio e pensionati; vengono a conoscenza del museo tramite www.museiincomuneroma.it e passaparola; vi si recano soprattutto con amici o in famiglia; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

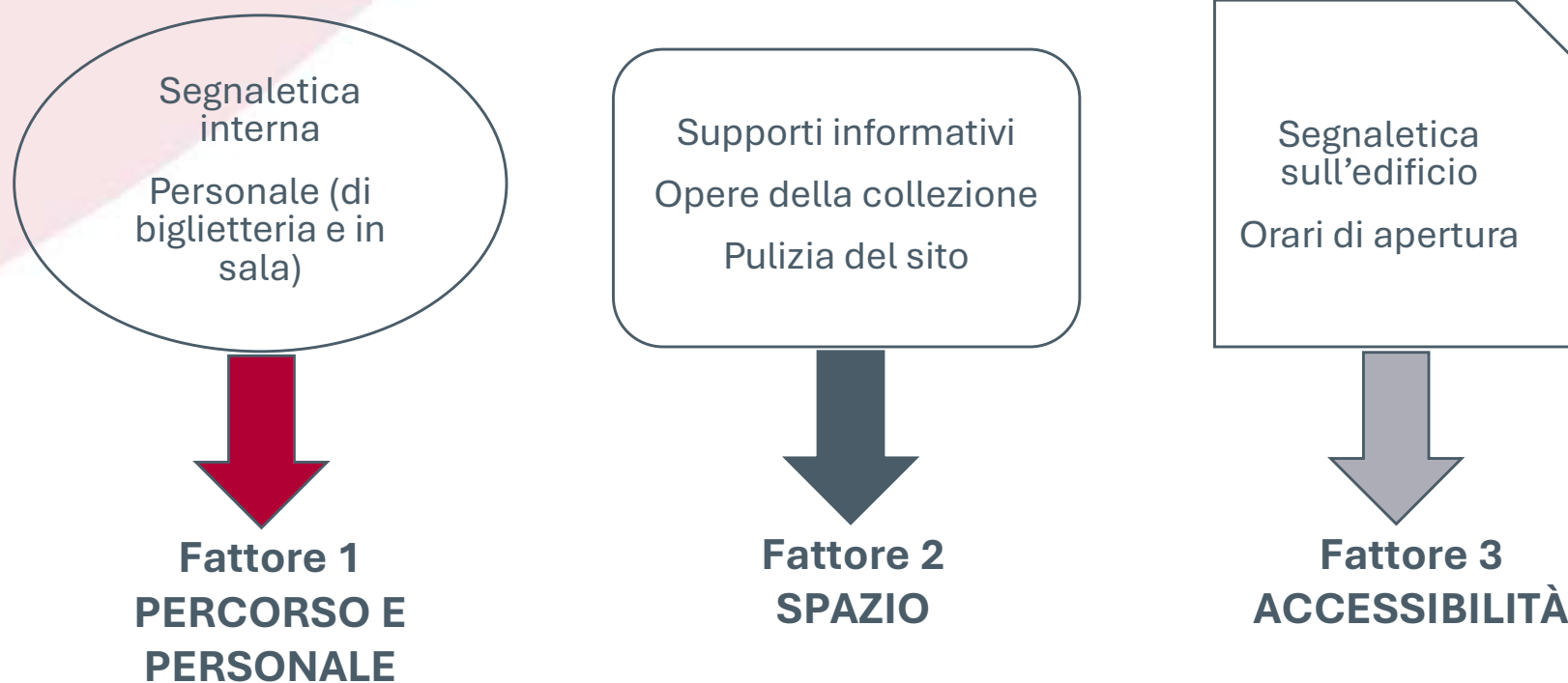


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

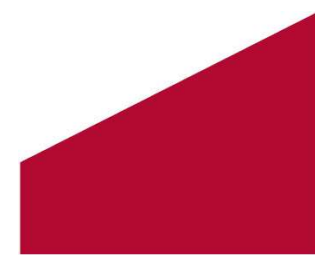
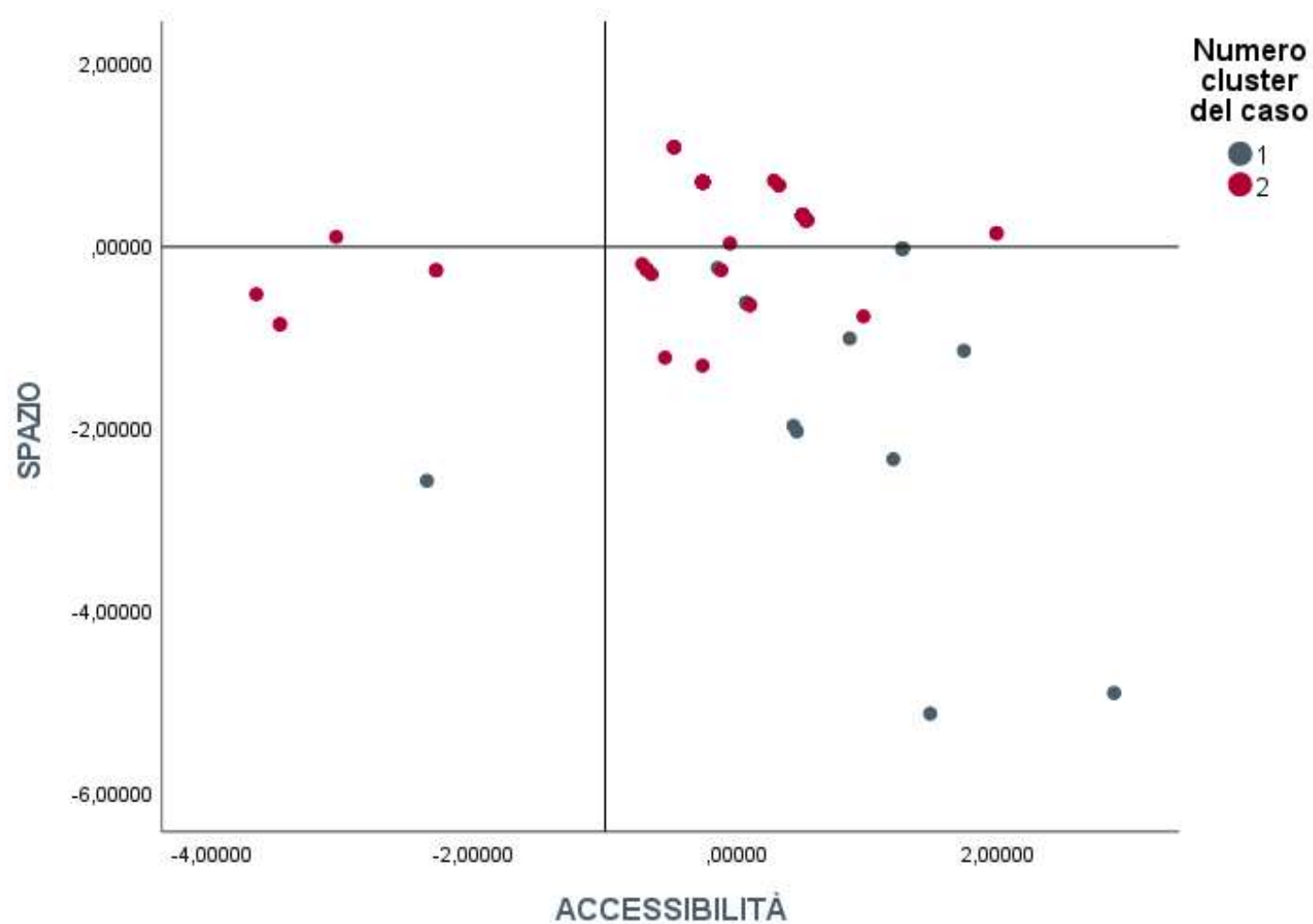
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba è stato escluso poiché non è risultato significativo per questo tipo di analisi).

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 2 mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 rileva una più ampia dispersività di giudizi.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 39**

ELOGI bellissimo museo (21); la Villa è stupenda (8); personale di biglietteria molto cortese (2). **Totale 31**

SEGNALETICA ESTERNA più indicazioni nella Villa per ingresso museo e biglietteria (17); altro (2). **Totale 19**

SUPPORTI INFORMATIVI tradotti anche in altre lingue (6); più informazioni storiche su com'era la Casina (5); altro (3). **Totale 14**

SUPPORTI DIGITALI da aumentare, digitalizzare quelli informativi (7); anche in altre lingue (6). **Totale 13**

AUDIOGUIDA inclusa nel prezzo del biglietto (4); avvisare che si può noleggiare (3); altro (2). **Totale 9**

CAFFETTERIA servizio da migliorare, peggiorato (4); altro (3). **Totale 7**

BIGLIETTERIA possibilità di acquistare i biglietti presso il museo, senza andare al *Casino Nobile* (4); altro (1). **Totale 5**

COMUNICAZIONE pubblicizzarlo di più il museo. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 20**

TOTALE 91 SUGGERIMENTI

Allegato 1 – Questionario (fronte)

Questionario
Indagine Sistema Musei in Comune

Customer Satisfaction
M ICS 20 ITA ING 2025

MUSEO/MUSEUM: _____ **DATA/DATE:** ___/___/___ **ORA/HOUR:** ___/___

Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?
 Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? In the last five years, have you already visited this museum?

Mai in tutta la mia vita/ Never Sì, da 1 a 3 volte/ Yes, 1-3 times
 No, negli ultimi 5 anni/ Not in the last 5 years Sì, più di 3 volte/ Yes, more than 3 times

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Did you use any card to enter in the museum?

Sì/ Yes, I did (quale?/which? ROMA PASS ROMA MIC CARD) No/ No, I didn't

Se sì, come è venuto a conoscenza della card? If yes, how did you find out this card?.....

Come è venuto a conoscenza del museo? How did you find out this museum?

stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines) passaparola (amici/parenti)/ friends&relatives
 www.museiincomune.it-sito del museo e canali social/ museum website scuola-università/ school or university
and social media guida turistica cartacea/ guide book
 altri siti e canali social/ other websites and social media mappa di Roma/ map of Rome
 passando per caso/ passing by mostra o evento/ exhibition or event
 affissioni pubblicitarie – schermi LED/ billboards–LED screens altro/ other (specificare/ specify.....)
 da sempre-non ricordo/ since forever-do not remember

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:	Molto soddisfatto Very satisfied	Abbastanza soddisfatto Quite satisfied	Poco soddisfatto Slightly satisfied	Per niente soddisfatto Not satisfied at all
Segnaletica-standardo sull'edificio/ Banner on the building	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura del museo/ Museum opening hours	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria-accoglienza/ Ticket office-welcome staff	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba/ Cloakroom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione/ Permanent collection	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ Information tools	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali/ Digital teaching aids (video-computer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala/ Attendant service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna/ Sign system	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito/ Cleanliness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria/ Bookahop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria/ Café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il museo è/ With respect to your expectations, the museum is:

Superiore alle aspettative/ Higher than expectations Uguale alle aspettative/ Equal to the expectations
 Inferiore alle aspettative/ Lower than expectations Senza aspettative/ No expectations



Zetema Progetto Cultura S.r.l.
Via Attilio Benigni, 59 - 00156 Roma
Tel 06 82077.1 / Fax 06 82077.105
info@zetema.it - direzione@pec.zetema.it

www.zetema.it