

Indagini di Customer Satisfaction

***Museo della Repubblica Romana e
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 2024-2025
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- 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. **105** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 30 ottobre al 2 novembre** presso il **Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina** (gli intervistati rappresentano il 44% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

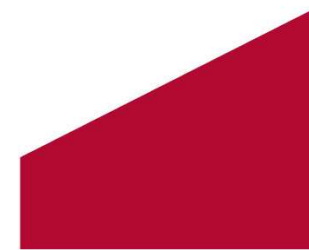
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,91\%$.

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 molto buono, con una media di **2,77** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale di accoglienza** e la **segnaletica sull'edificio** (2,90 per entrambi), il **personale in sala** (2,89), gli **orari di apertura** (2,88), la **pulizia del sito** (2,87) e le **opere della collezione** (2,86).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20.

La **segnaletica interna** e il **personale di accoglienza** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **residenti a Roma** (70% sul totale), **impiegati** e **liberi professionisti** (33% per entrambi), con titolo di **laurea** (58%), soprattutto di età adulta **al di sopra dei 45 anni** (55% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite **www.museiincomuneroma.it** e **canali social** (37%); seguono **passando, per caso** (24%) e **passaparola** (13%).

È significativo che a rispondere *www.museiincomuneroma.it* e *canali social* siano soprattutto i visitatori romani, di età adulta al di sopra dei 45 anni, diplomati, il cui giudizio è uguale alle aspettative. Invece le voci *passando per caso* e *passaparola* emergono per i turisti, di età 26-44 anni, laureati, con giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi.

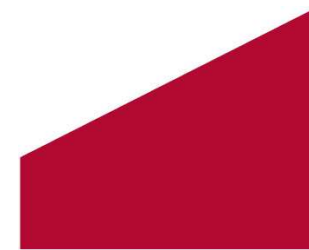


Tabella riassuntiva

Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2025	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,90	3,00	105	0	0,308	90%	0%	100%
Orari di apertura	2,88	3,00	105	0	0,331	88%	0%	100%
Personale di accoglienza	2,90	3,00	105	0	0,295	90%	0%	100%
Opere della collezione	2,86	3,00	105	0	0,352	86%	0%	100%
Supporti informativi	2,55	3,00	105	0	0,500	55%	0%	100%
Supporti digitali	2,42	2,00	105	0	0,551	45%	0%	97%
Personale in sala	2,89	3,00	105	0	0,320	89%	0%	100%
Segnaletica interna	2,70	3,00	105	0	0,606	76%	1%	94%
Pulizia del sito	2,87	3,00	105	0	0,342	87%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,77	3,00	105	0	0,422	77%	0%	100%

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

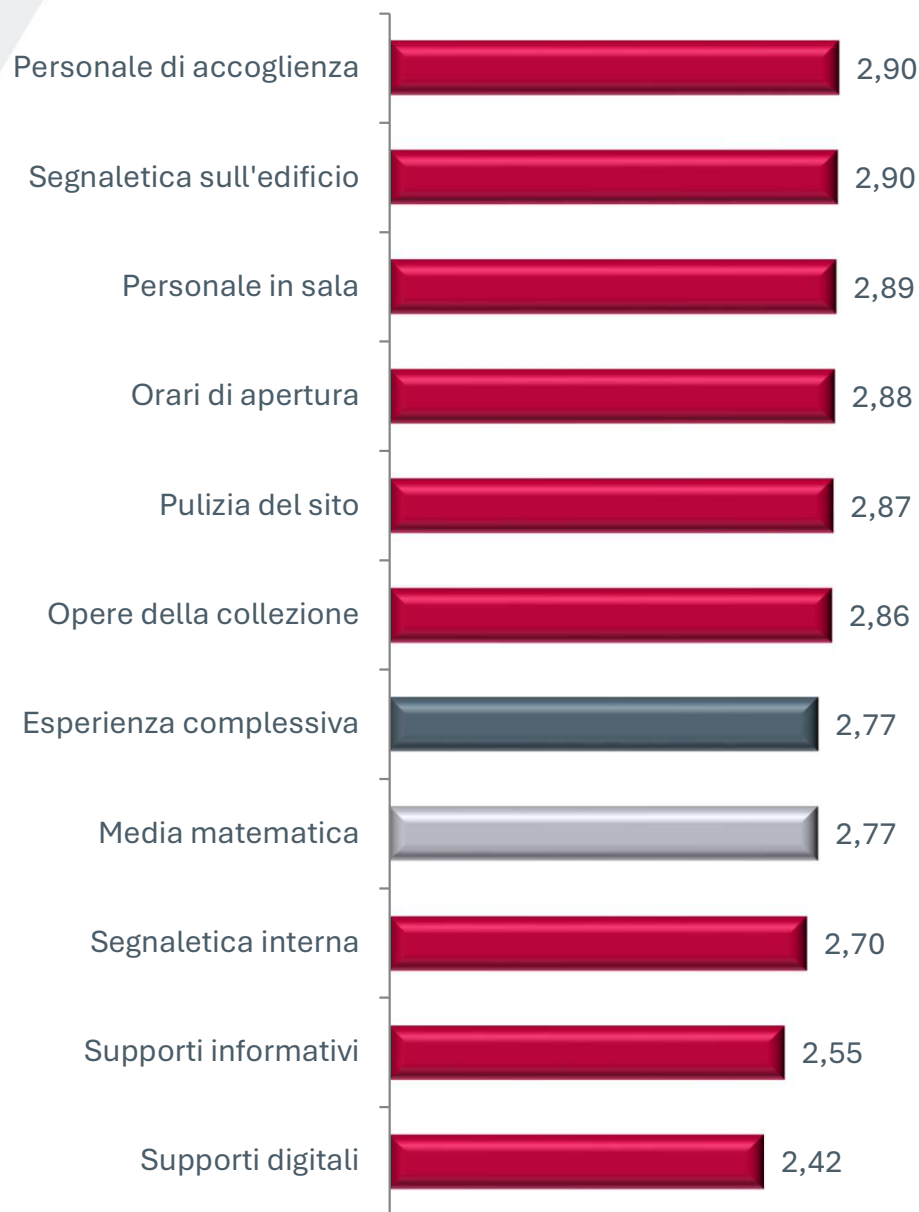
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,77).

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

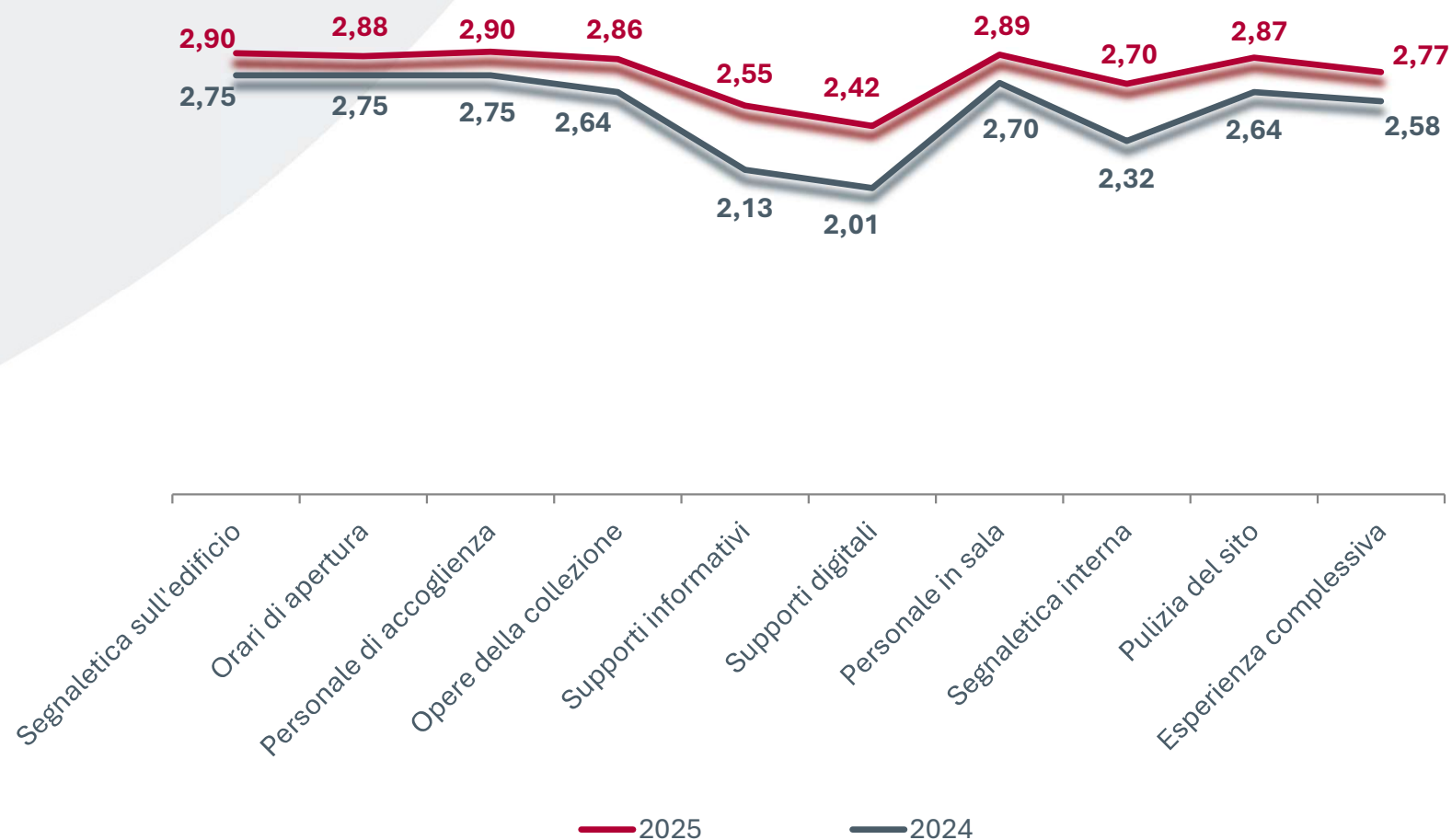
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2024-2025

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta costante e lineare.

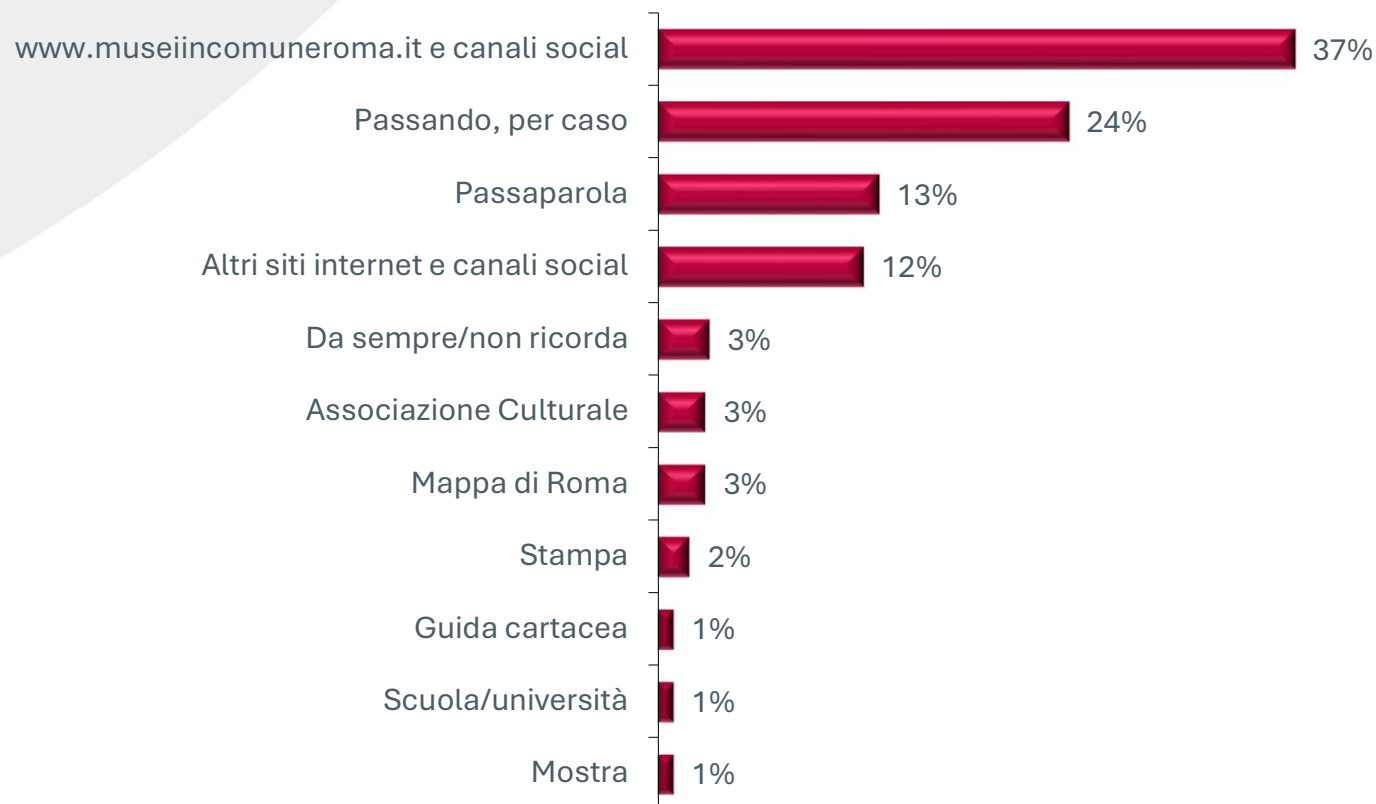
Si evidenzia un incremento generale del livello di soddisfazione su tutti gli aspetti oggetto d'indagine, soprattutto sui **supporti informativi e digitali**, le cui medie salgono questo anno al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 37% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**www.museiincomuneroma.it e canali social**” e il 24% “**passando, per caso**”; poi segue il “**passaparola**” (13%).

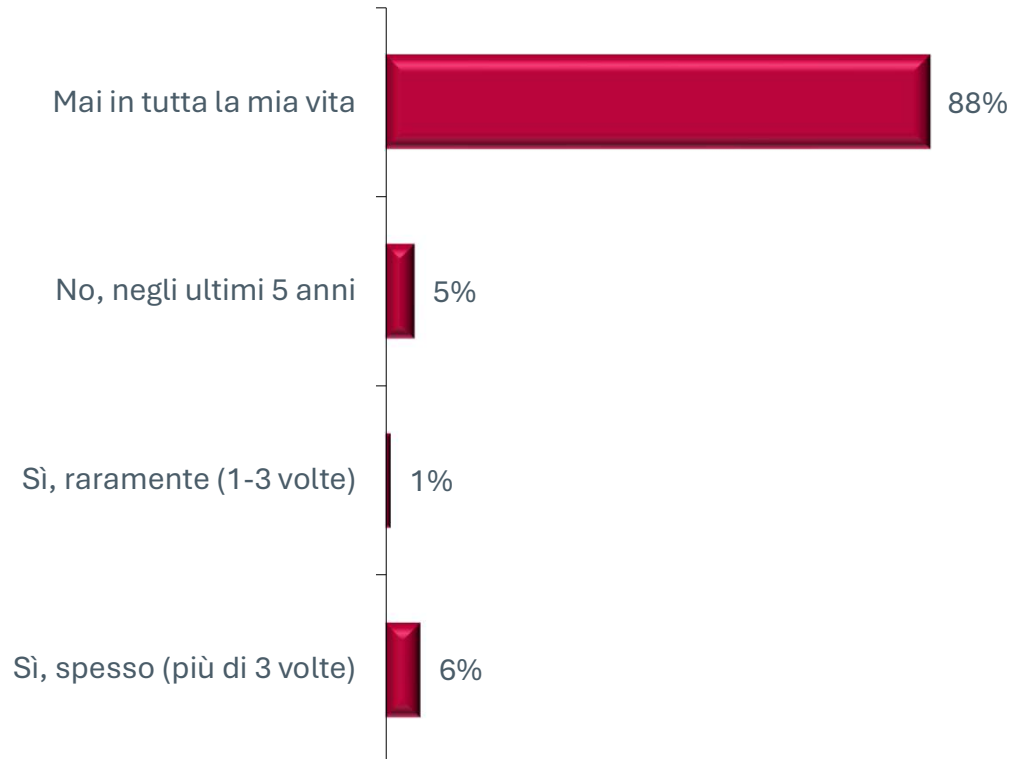
È significativo che a rispondere www.museiincomuneroma.it e canali social siano soprattutto i visitatori romani, di età adulta al di sopra dei 45 anni, diplomati, il cui giudizio è uguale alle aspettative. Invece le voci passando per caso e passaparola emergono per i turisti, di età 26-44 anni, laureati, con giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Solo il 7% degli intervistati dichiara **di essere già stato** al *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* (di cui il 6% “spesso, più di tre volte” e l’1% “raramente, da una a tre volte”), mentre l’88% vi si è recato per la prima volta e il restante 5% non vi è stato negli ultimi cinque anni.

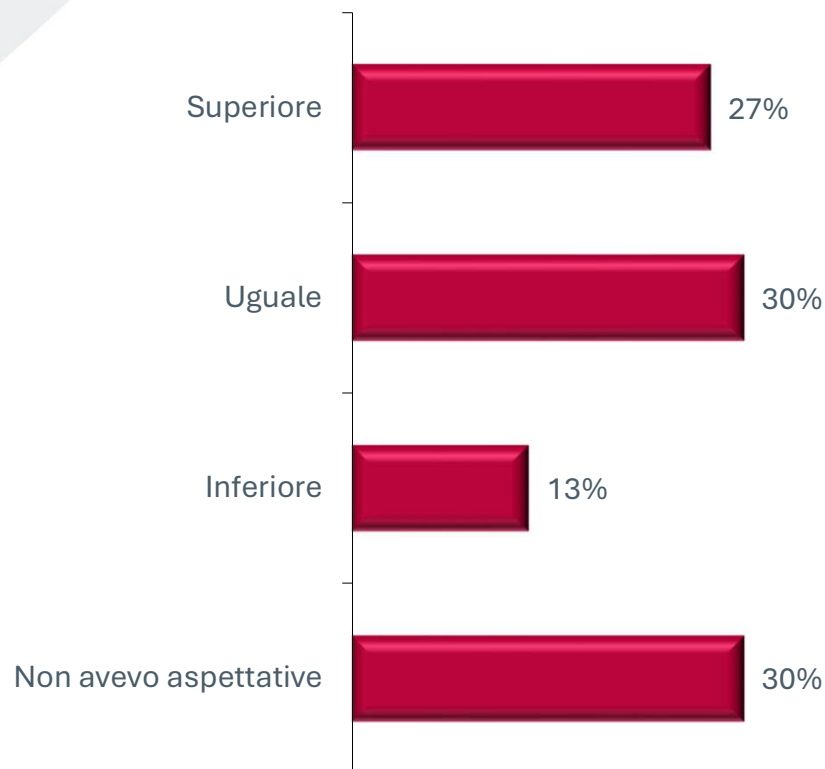
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza coloro che appartengono alle fasce dei giovani fino ai 44 anni e adulti over 65 anni, che sono stati in vari musei nell’ultimo anno. Invece ad essere già stati al museo sono principalmente i visitatori di età 45-64 anni, che affermano di avere frequentato meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 30% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 27% è uguale, mentre il 13% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 30% del campione afferma di **non avere aspettative** prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti, che sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle attese per coloro che sono già stati al *Museo della Repubblica Romana*, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno frequentato meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.

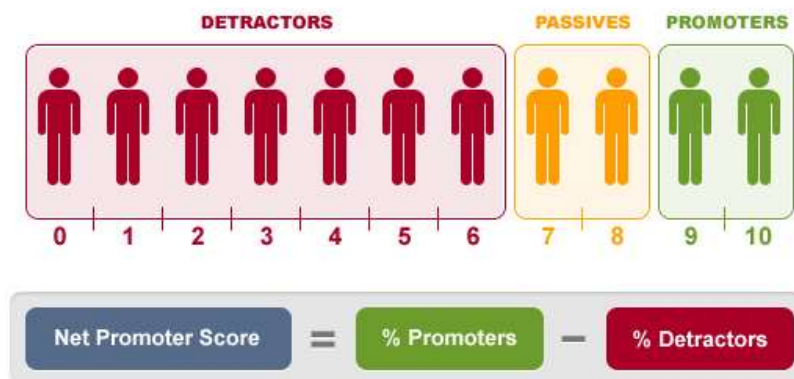


Consiglierebbe questo museo ad amici/parenti

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 a **11%**.

Inoltre, si evidenzia che ben il 43% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre il 23% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

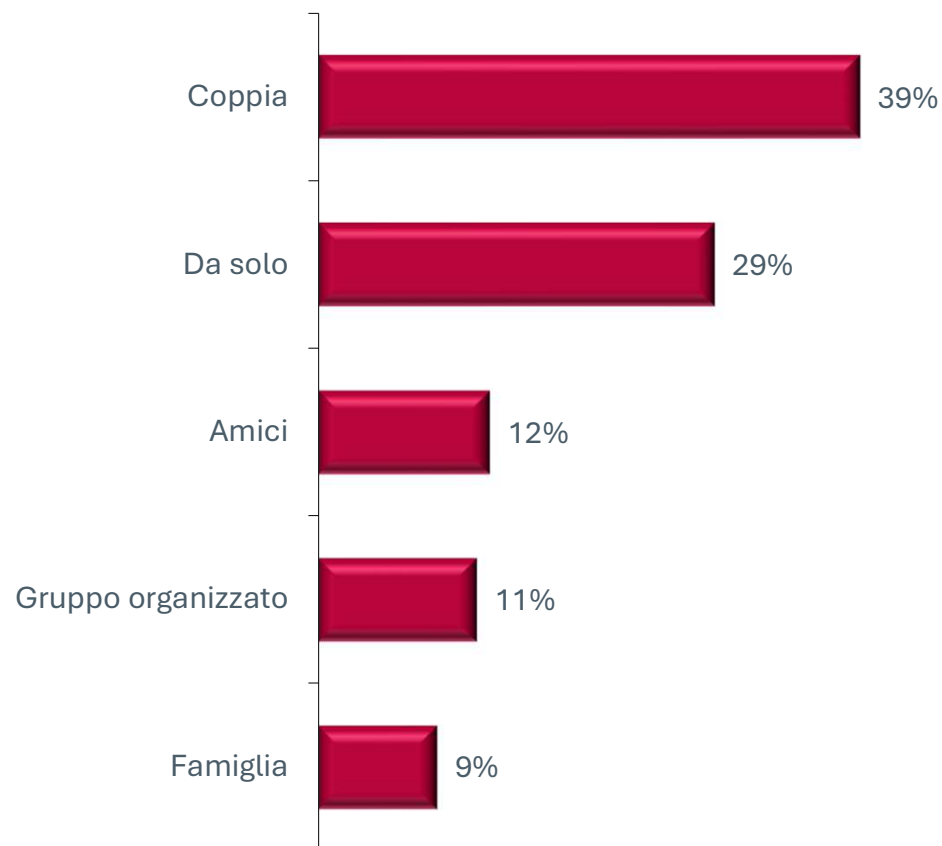


NET PROMOTER SCORE										
Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	5	19	24	21	22	14
0%	0%	0%	0%	0%	5%	18%	23%	20%	21%	13%
DETRATTORI = 23%							PASSIVI= 43%		PROMOTORI= 34%	
34%-23%=11%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 29% “**da solo**”, il 12% risponde insieme ad “**amici**”, l’11% con un “**gruppo organizzato**” e il restante 9% con la propria “**famiglia**”.

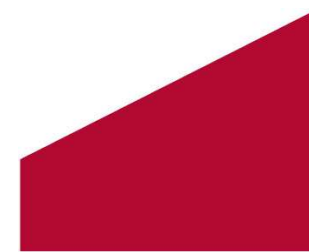
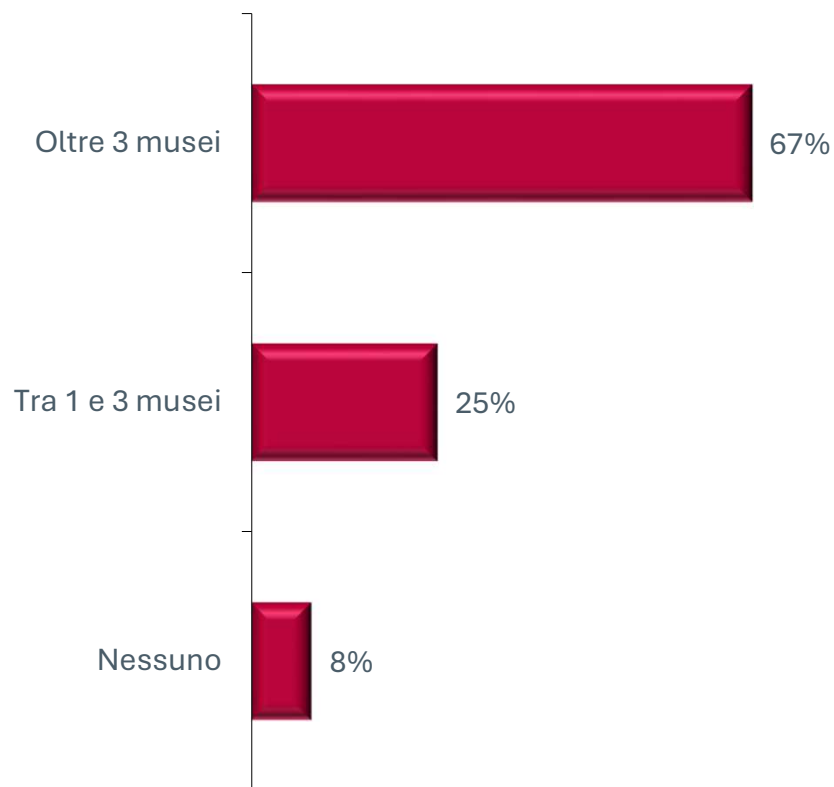
È significativo che a recarsi al museo in coppia siano stati in particolare i turisti, diplomati, in generale molto soddisfatti. Invece a venire da soli sono in prevalenza i visitatori italiani (inclusi i romani), laureati, nel complesso molto soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 67% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 25% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il restante 8% 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 coloro che si dichiarano abbastanza soddisfatti della propria esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono in prevalenza i visitatori che hanno un giudizio generale molto soddisfacente.



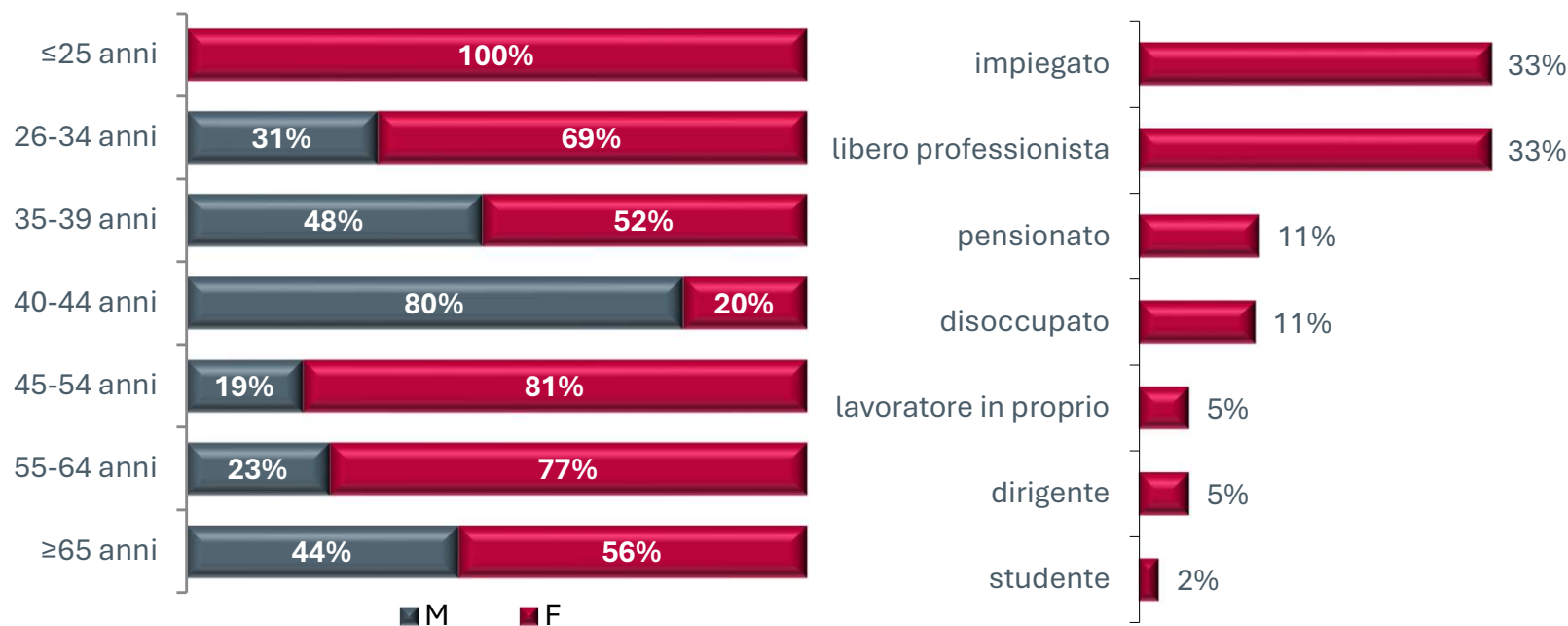
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 64% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in quasi tutte le fasce d'età, ad eccezione di quella dei 40-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **al di sopra dei 65 anni**, che raggiungono complessivamente il 55% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia una buona percentuale delle fasce dei 26-39 anni, che è pari al 32% sul totale.

Il 58% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea**.

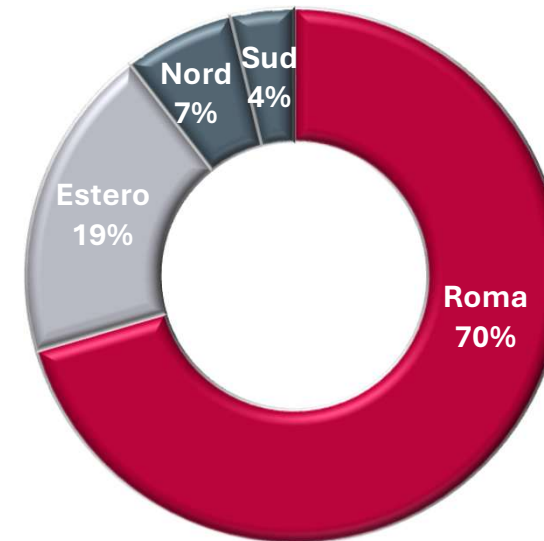
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** e i **liberi professionisti** (33% per entrambi); seguono i pensionati e i disoccupati (11% per entrambi).



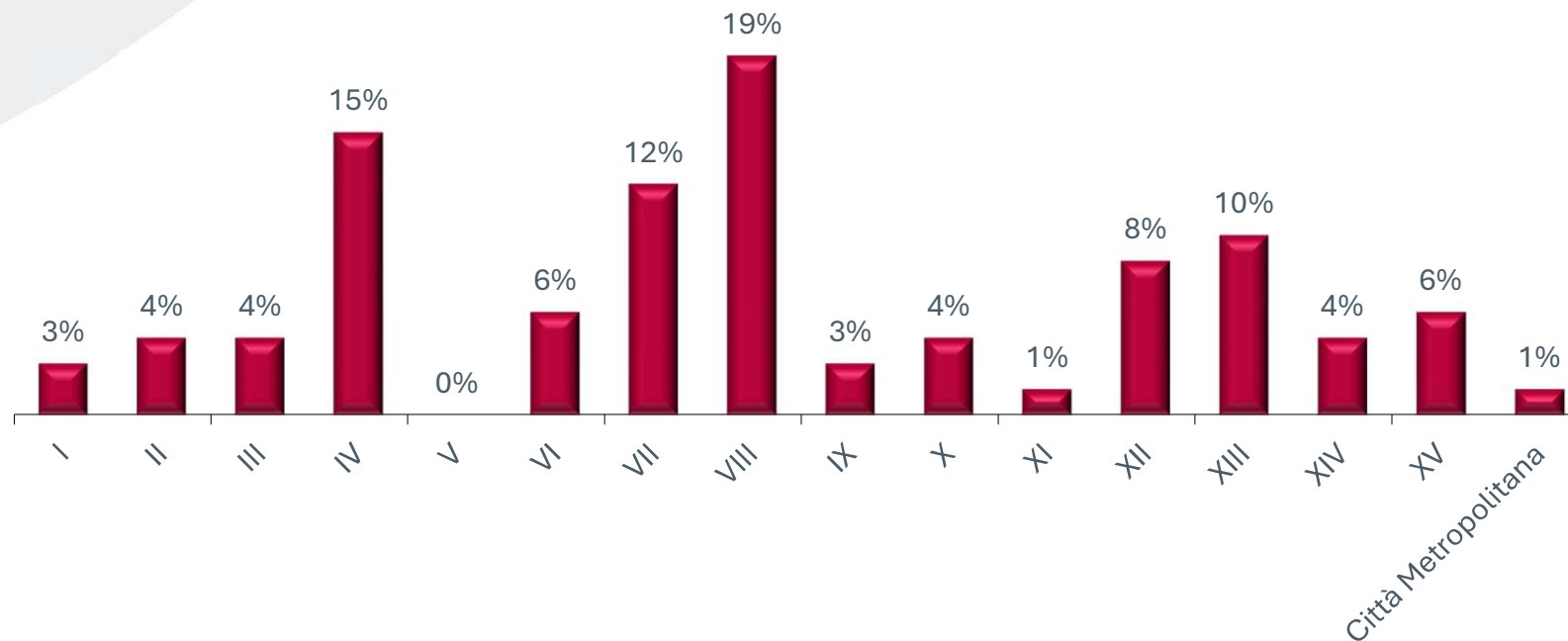
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 70% dei visitatori intervistati è costituito da **residenti a Roma**, il 19% giunge dall'estero, mentre il restante 11% è rappresentato dai turisti italiani (il 7% giunge dal *Nord Italia* e il 4% dal *Sud*).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevale il **Municipio VIII** (19% sul totale), seguito dai **Municipi IV** (15%) e **VII** (12%).



■ 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	,249*	,313**	,216*	0,130	0,104	0,170	,274**	,232*	,332**
Orari di apertura	,249*	1,000	,568**	0,012	0,011	0,121	-0,044	,207*	,193*	,277**
Personale di accoglienza	,313**	,568**	1,000	,331**	0,099	0,020	0,087	,233*	,445**	,442**
Opere della collezione	,216*	0,012	,331**	1,000	0,180	0,077	,196*	,267**	0,160	,231*
Supporti informativi	0,130	0,011	0,099	0,180	1,000	,346**	,279**	,322**	,267**	,331**
Supporti digitali	0,104	0,121	0,020	0,077	,346**	1,000	0,125	0,169	0,110	,351**
Personale in sala	0,170	-0,044	0,087	,196*	,279**	0,125	1,000	,227*	,387**	,232*
Segnaletica interna	,274**	,207*	,233*	,267**	,322**	0,169	,227*	1,000	,385**	,521**
Pulizia del sito	,232*	,193*	,445**	0,160	,267**	0,110	,387**	,385**	1,000	,387**
Esperienza complessiva	,332**	,277**	,442**	,231*	,331**	,351**	,232*	,521**	,387**	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.

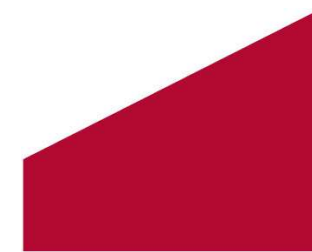
Correlazione 2/2

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 sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* la **segnaletica interna** e il **personale di accoglienza** sono le variabili che risultano più correlate al giudizio generale.

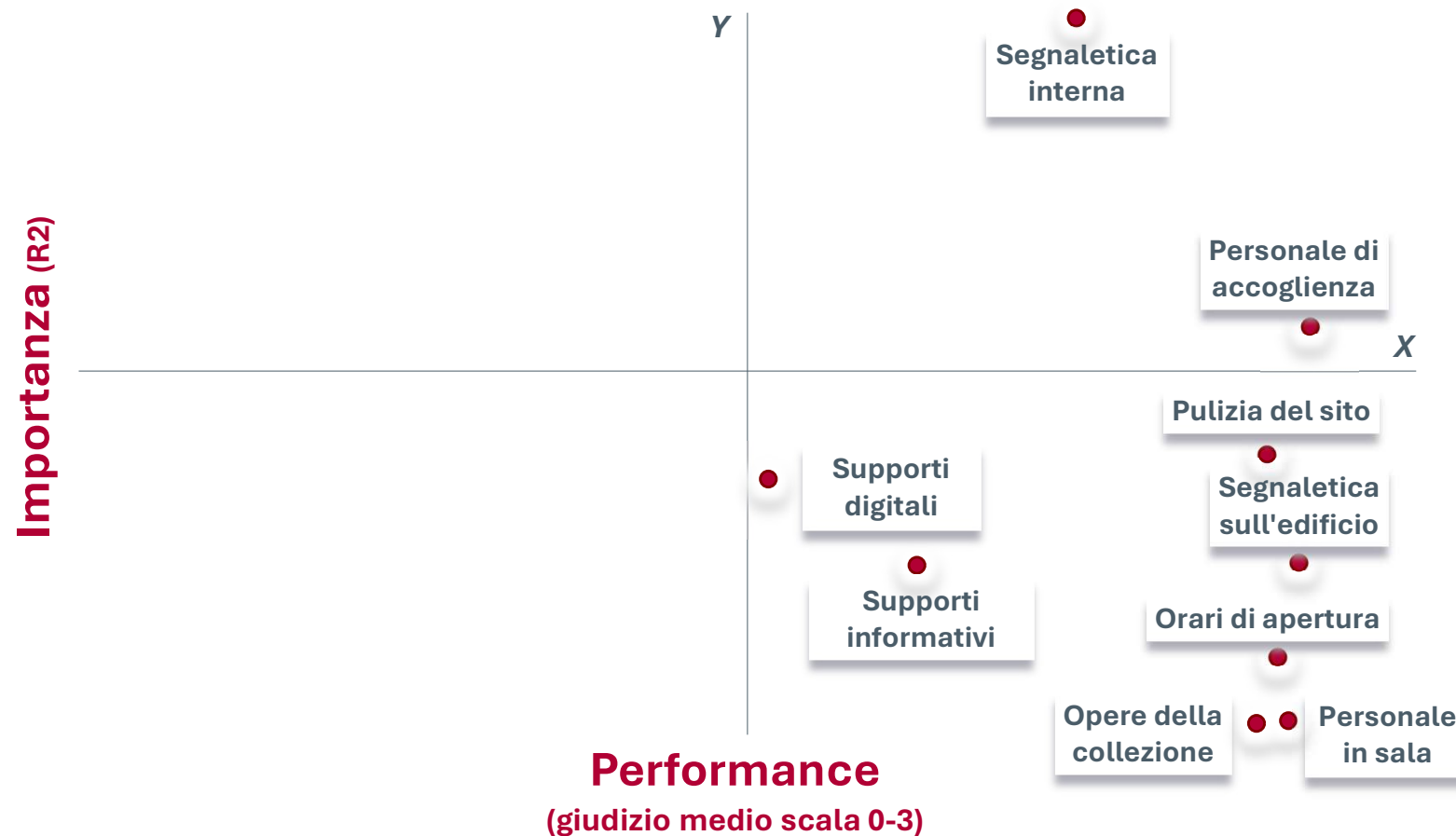
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Segnaletica interna	0,521
Personale di accoglienza	0,442
Pulizia del sito	0,387
Supporti digitali	0,351
Segnaletica sull'edificio	0,332
Supporti informativi	0,331
Orari di apertura	0,277
Personale in sala	0,232
Opere della collezione	0,231



Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **segnaletica interna** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa sottostante e si trova nel quadrante in alto a destra, insieme al **personale di accoglienza**, seppure quest'ultimo aspetto sia posizionato più in basso. 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).



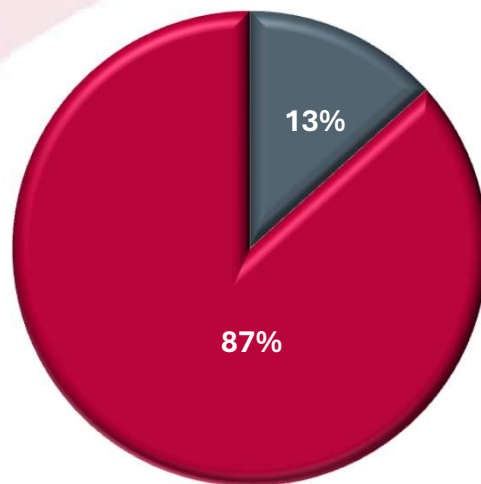
Cluster Analysis

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 buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**14** individui per il *Cluster 1* e **91** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: residenti a Roma; di età 26-44 anni; diplomati; impiegati; vengono a conoscenza del museo tramite www.museiincomuneroma.it e canali social; vi si recano soprattutto con gruppo organizzato; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: turisti; di età over 45 anni; laureati; liberi professionisti; vengono a conoscenza del museo tramite passaparola e passando per caso; vi si recano soprattutto in coppia o da soli; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

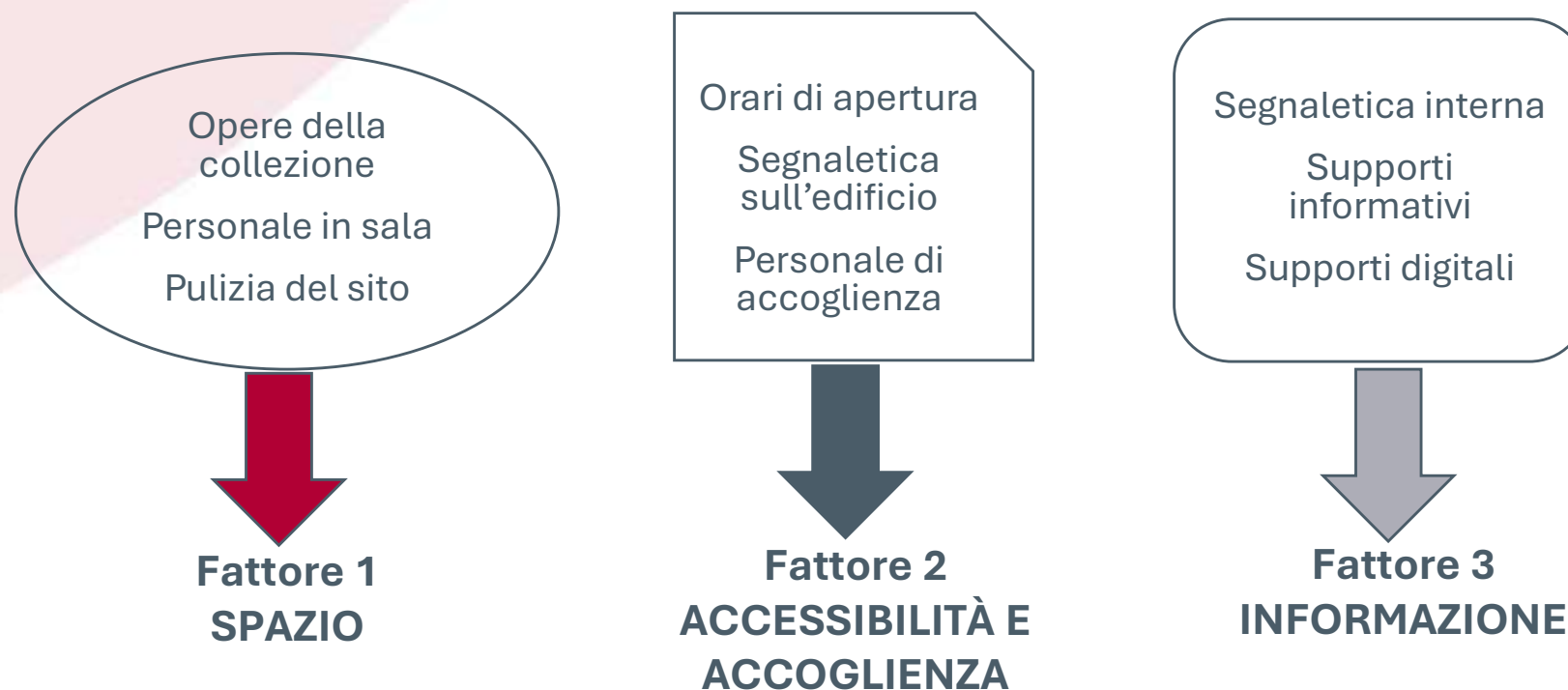


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

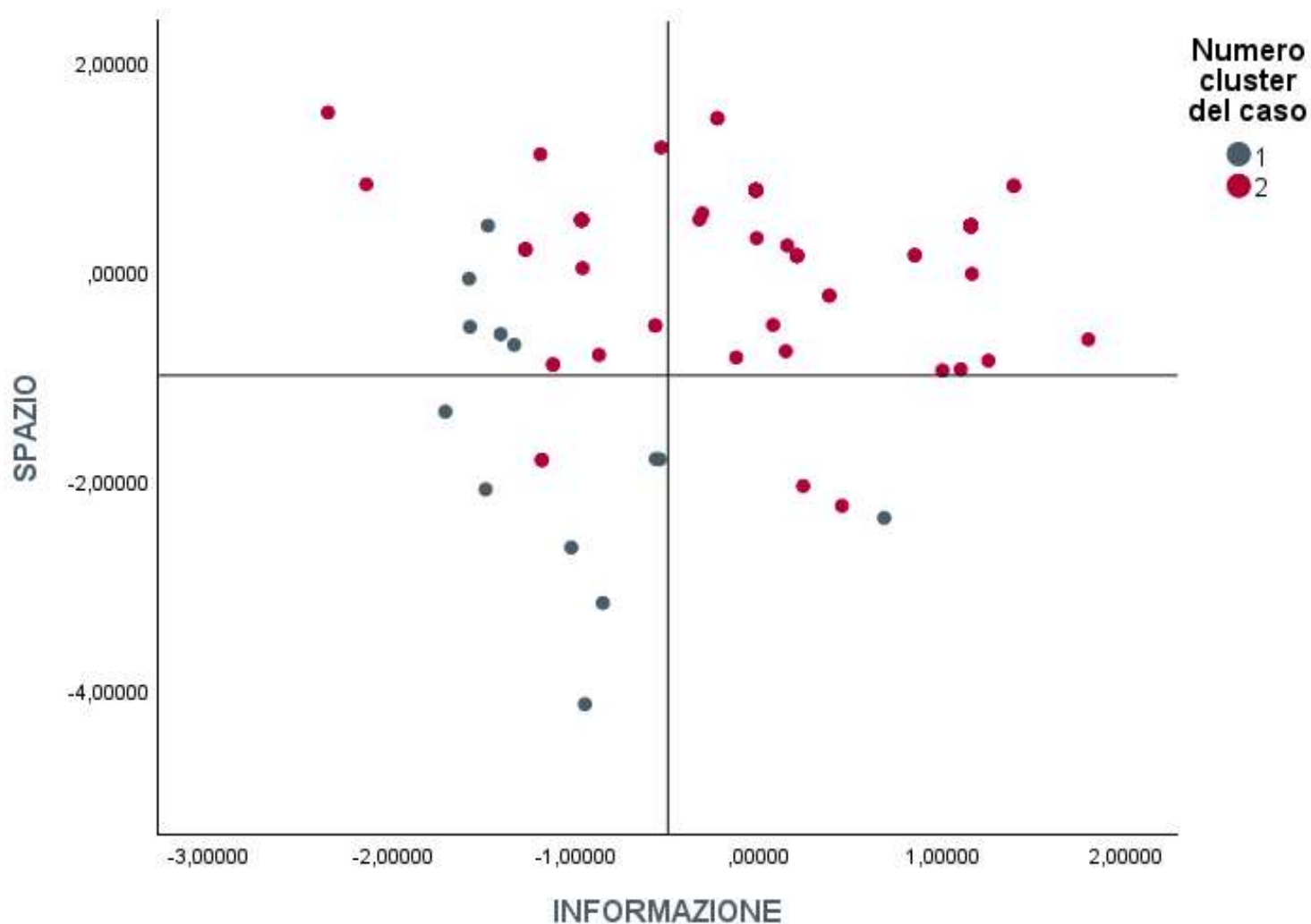
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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, soprattutto sul Fattore 1 (“Spazio”).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 92**

SUPPORTI DIGITALI da aumentare, più interattività (5); video non funzionante, manca un video introduttivo (3). **Totale 8**

COMUNICAZIONE maggiore visibilità e pubblicità del museo. **Totale 3**

ALTRO. Totale 4

TOTALE 15 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
 altri siti e canali social/ other websites and social media guida turistica cartacea/ guide book
 passando per caso/ passing by mappa di Roma/ map of Rome
 affissioni pubblicitarie – schermi LED/ billboards–LED screens mostra o evento/ exhibition or event
 da sempre-non ricordo/ since forever-do not remember altro/ other (specificare/ specify.....)

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