

Indagini di Customer Satisfaction

Museo delle Mura

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. **104** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 4 al 7 novembre** presso il **Museo delle Mura** (gli intervistati rappresentano il 34% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

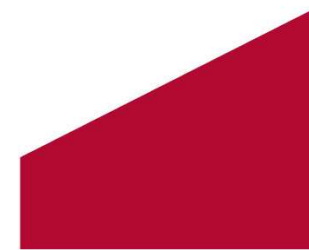
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,92\%$.

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 elevato, con una media di **2,85** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale di accoglienza** (2,90) e **in sala** (2,88), la **pulizia del sito** (2,88) e la **segnaletica interna** (2,87).

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

Gli **orari di apertura** e le **opere della collezione** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva. L'aspetto su cui sono stati rilasciati più suggerimenti è la **didattica** (n. 5 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **turisti stranieri** (45% sul totale), **impiegati** (51%), con titolo di **diploma** (71%), soprattutto di età **40-64 anni** (60% 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** (42%); poi seguono le voci **passando, per caso** (14%) e **stampa** (11%).

È significativo che a rispondere *www.museiincomuneroma.it e canali social e stampa* siano soprattutto i visitatori italiani, diplomati, che hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece la voce *passando, per caso* emerge per i turisti stranieri, laureati e sono stati in meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Tabella riassuntiva

Museo delle Mura 2025	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,84	3,00	104	0	0,421	86%	0%	98%
Orari di apertura	2,68	3,00	104	0	0,468	68%	0%	100%
Personale di accoglienza	2,90	3,00	104	0	0,296	90%	0%	100%
Opere della collezione	2,78	3,00	104	0	0,417	78%	0%	100%
Supporti informativi	2,64	3,00	104	0	0,481	64%	0%	100%
Personale in sala	2,88	3,00	104	0	0,332	88%	0%	100%
Segnaletica interna	2,87	3,00	104	0	0,343	87%	0%	100%
Pulizia del sito	2,88	3,00	104	0	0,332	88%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,85	3,00	104	0	0,363	85%	0%	100%

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

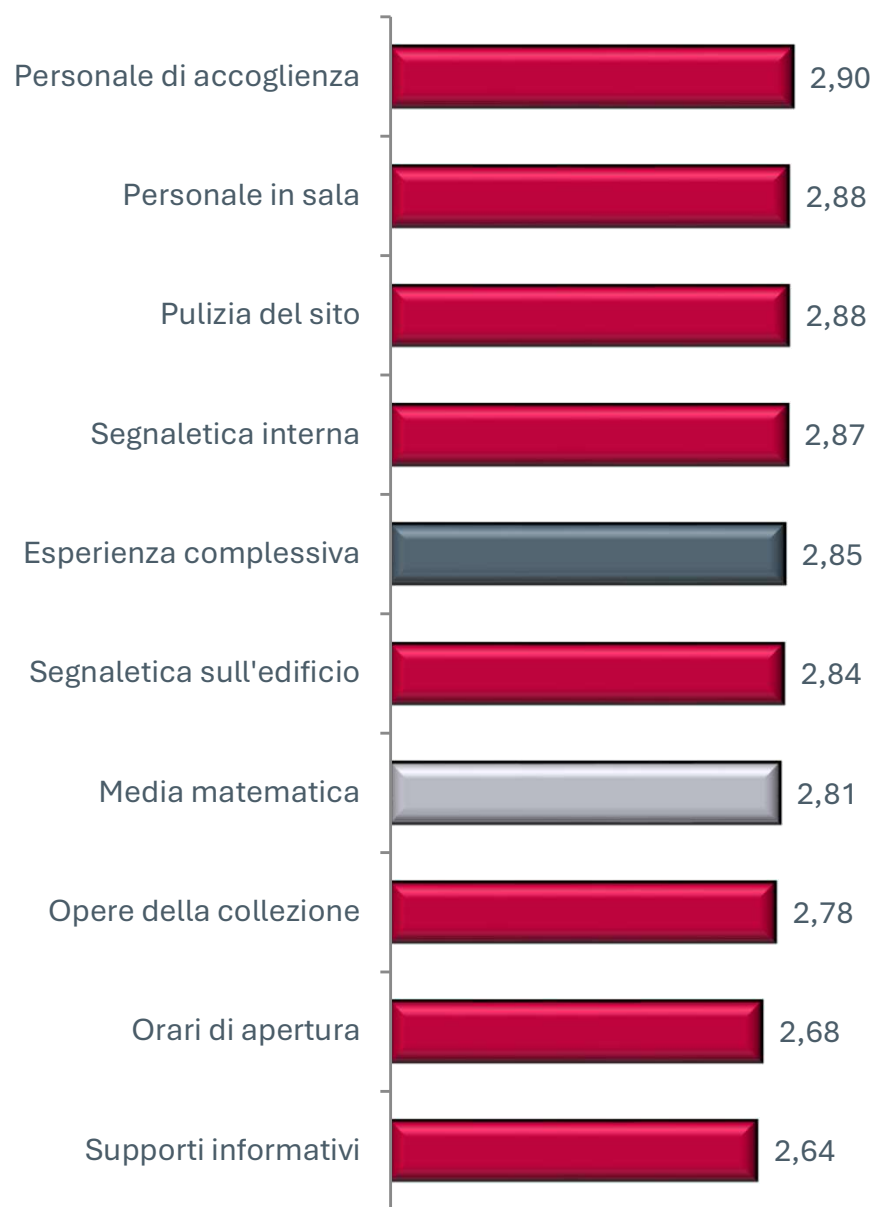
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,81).

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 il **personale** (sia **di accoglienza** che **in sala**), la **pulizia del sito** e la **segnaletica interna**.

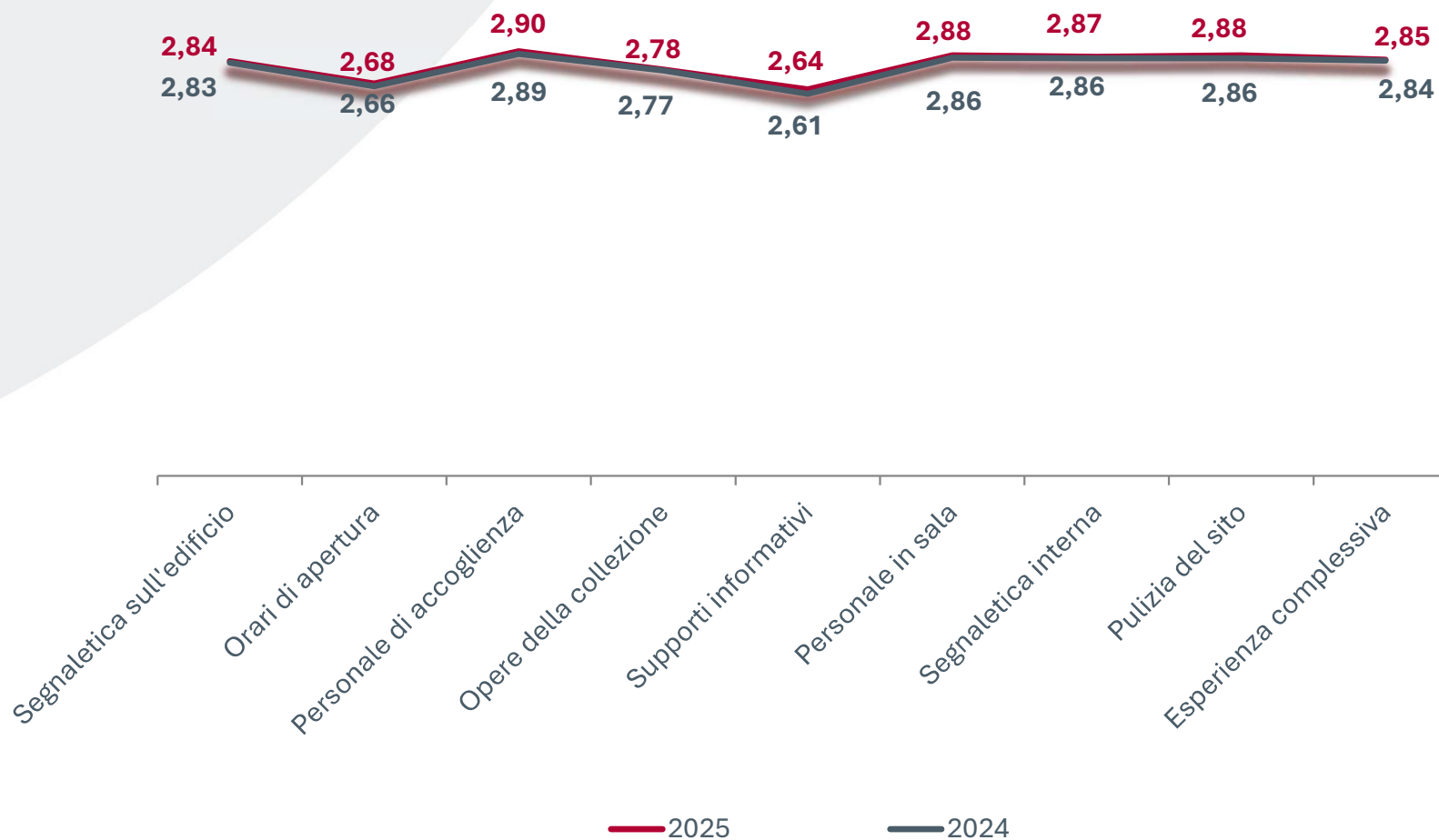
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2024-2025

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

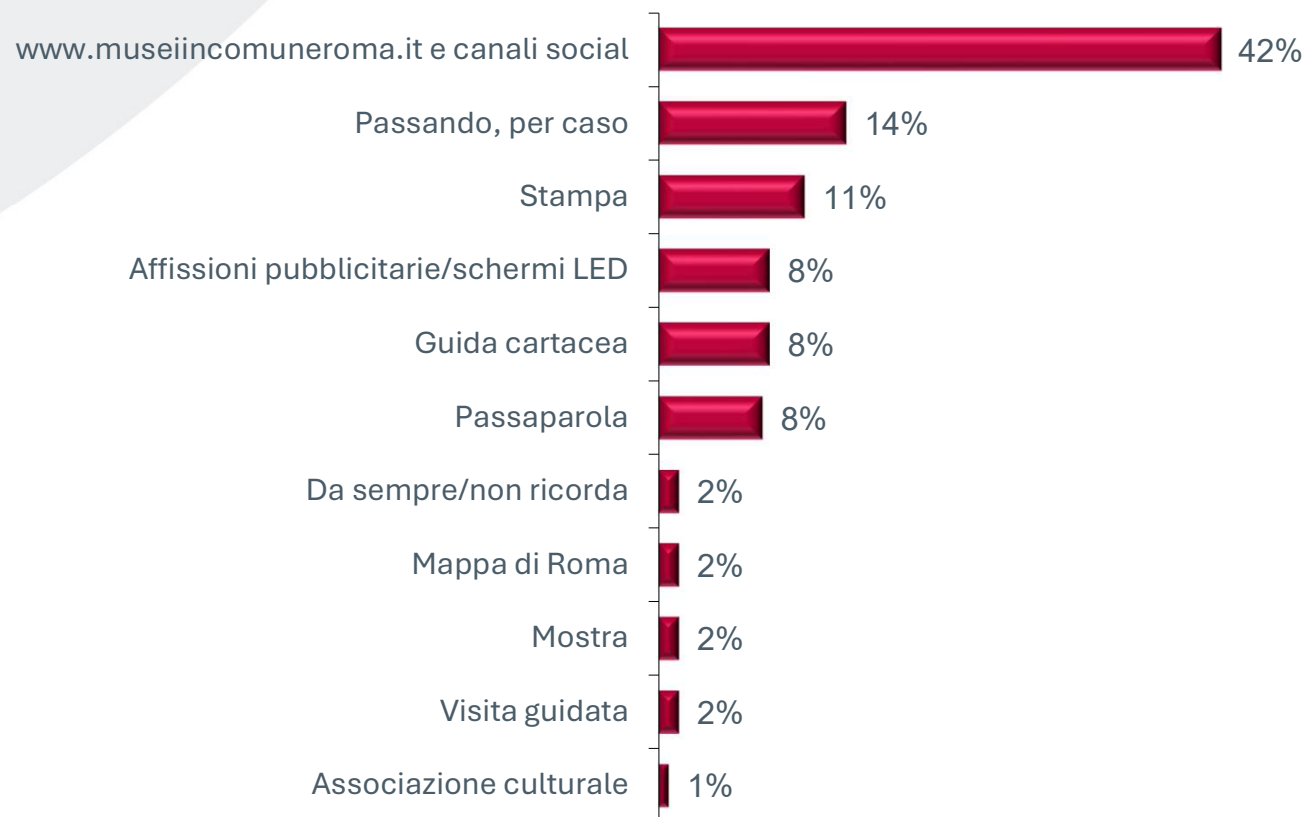
Nel grafico sottostante si evidenzia un lieve incremento generale del livello di soddisfazione su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 42% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite **“www.museiincomuneroma.it e canali social”**; poi seguono le voci **“passando, per caso”** (14%) e **“stampa”** (11%).

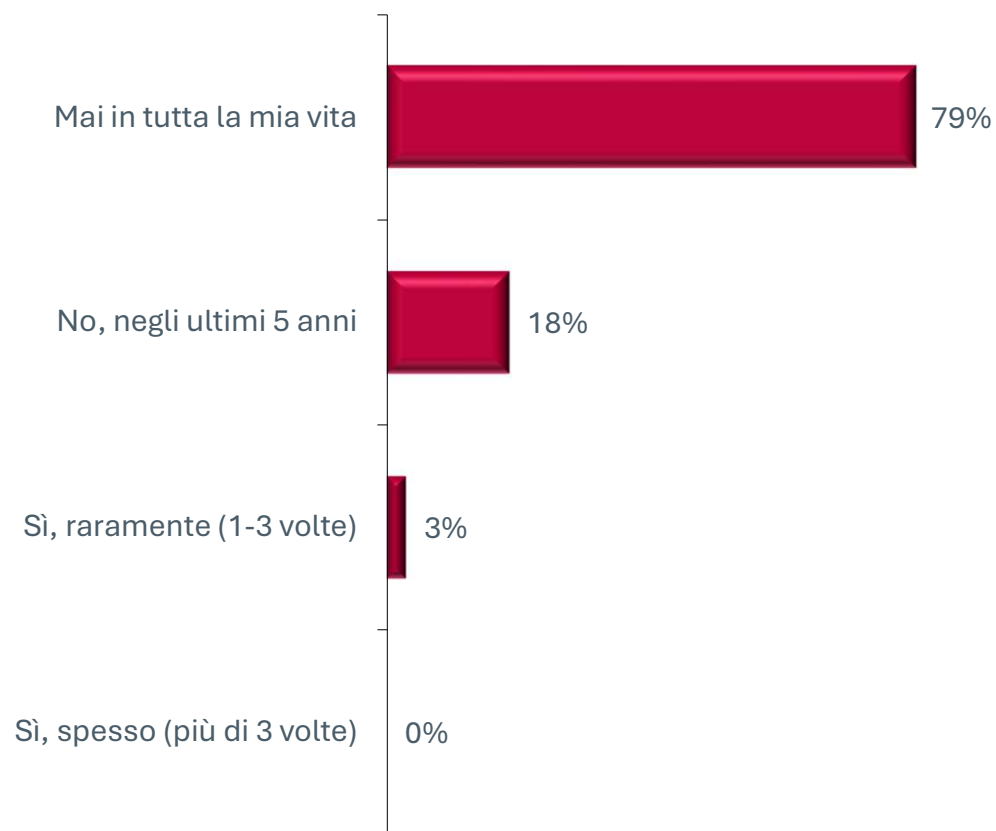
È significativo che a rispondere www.museiincomuneroma.it e canali social e stampa siano soprattutto i visitatori italiani, diplomati, che hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece la voce passando, per caso emerge per i turisti stranieri, laureati e sono stati in meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Solo il 3% degli intervistati dichiara **di essere già stato** al *Museo delle Mura* “*raramente, da una a tre volte*” (nessuno afferma “*spesso, più di tre volte*”), mentre ben il 79% vi si è recato per la prima volta e il restante 18% non vi è stato negli ultimi cinque anni.

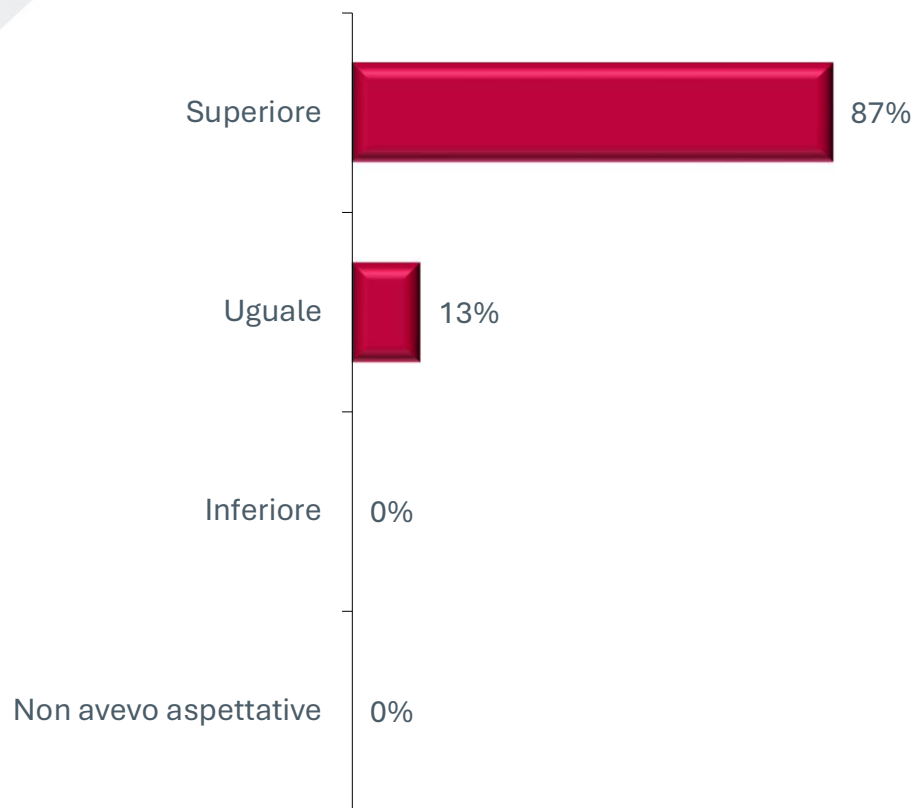
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza i turisti, che hanno frequentato oltre tre musei nell’ultimo anno. Invece ad essere già stati al *Museo delle Mura* sono principalmente i visitatori romani, che affermano di essere stati in meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Giudizio rispetto alle aspettative

Ben l'87% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 13% è uguale, mentre nessuno ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative oppure afferma di non averne avute prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), in generale molto soddisfatti e hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie attese sono soprattutto i turisti stranieri, nel complesso abbastanza soddisfatti e in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.



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 **68%**.

Inoltre, si evidenzia che il 28% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 2% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

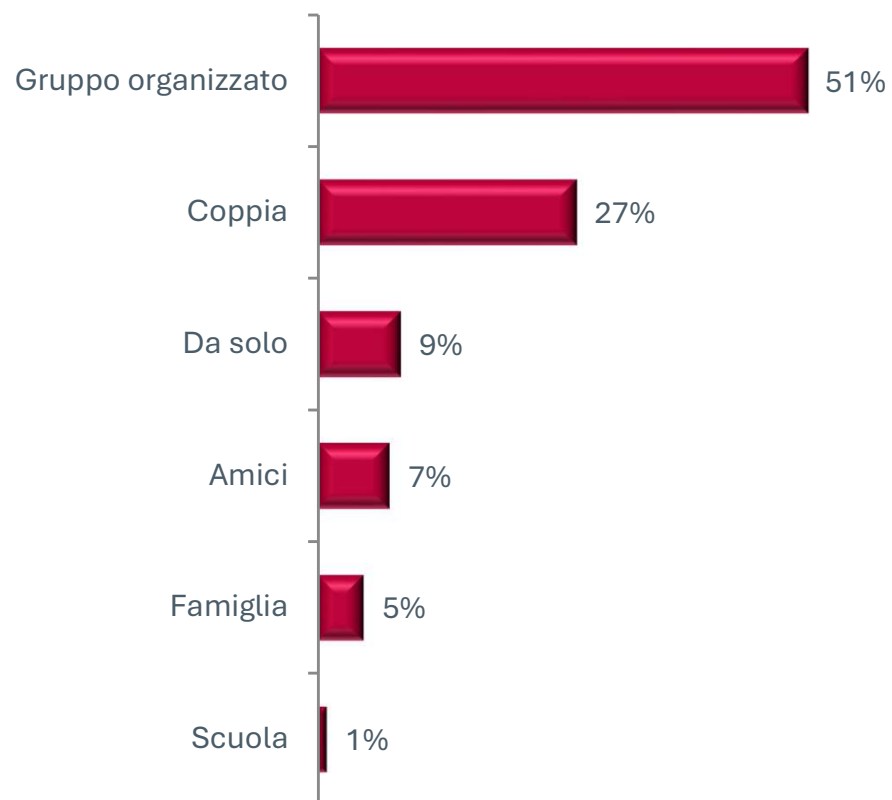


NET PROMOTER SCORE										
Museo delle Mura 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	2	2	27	52	21
0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	26%	50%	20%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI= 28%		PROMOTORI= 70%	
70%-2%=68%										

Con chi ha visitato il museo

Oltre la metà degli intervistati (51% sul totale) dichiara di essere venuto a visitare il museo con un “**gruppo organizzato**”, il 27% in “**coppia**”, il 9% “**da solo**”, il 7% insieme ad “**amici**”, il 5% risponde con la propria “**famiglia**” e il restante 3% con la “**scuola**”.

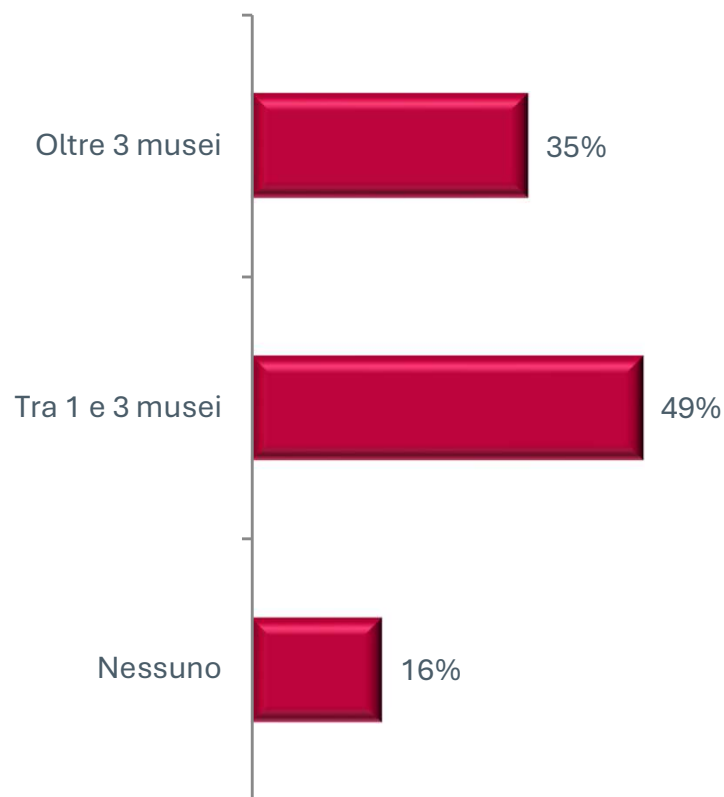
È significativo che a visitare il museo con un gruppo organizzato siano stati in particolare i visitatori giovani di età 19-39 anni, diplomati, in generale abbastanza soddisfatti, il cui giudizio è uguale alle aspettative. Invece a venire in coppia sono in prevalenza gli adulti di età 40-64 anni, laureati, nel complesso molto soddisfatti e con un giudizio superiore alle proprie attese.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 49% degli intervistati dichiara di avere visitato “**tra uno e tre musei**” nell'ultimo anno, il 35% risponde “**oltre tre musei**”, mentre il restante 16% 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 nuovi visitatori, che hanno conseguito un titolo di laurea/post laurea. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono in prevalenza coloro che sono già stati al *Museo delle Mura*, diplomati.



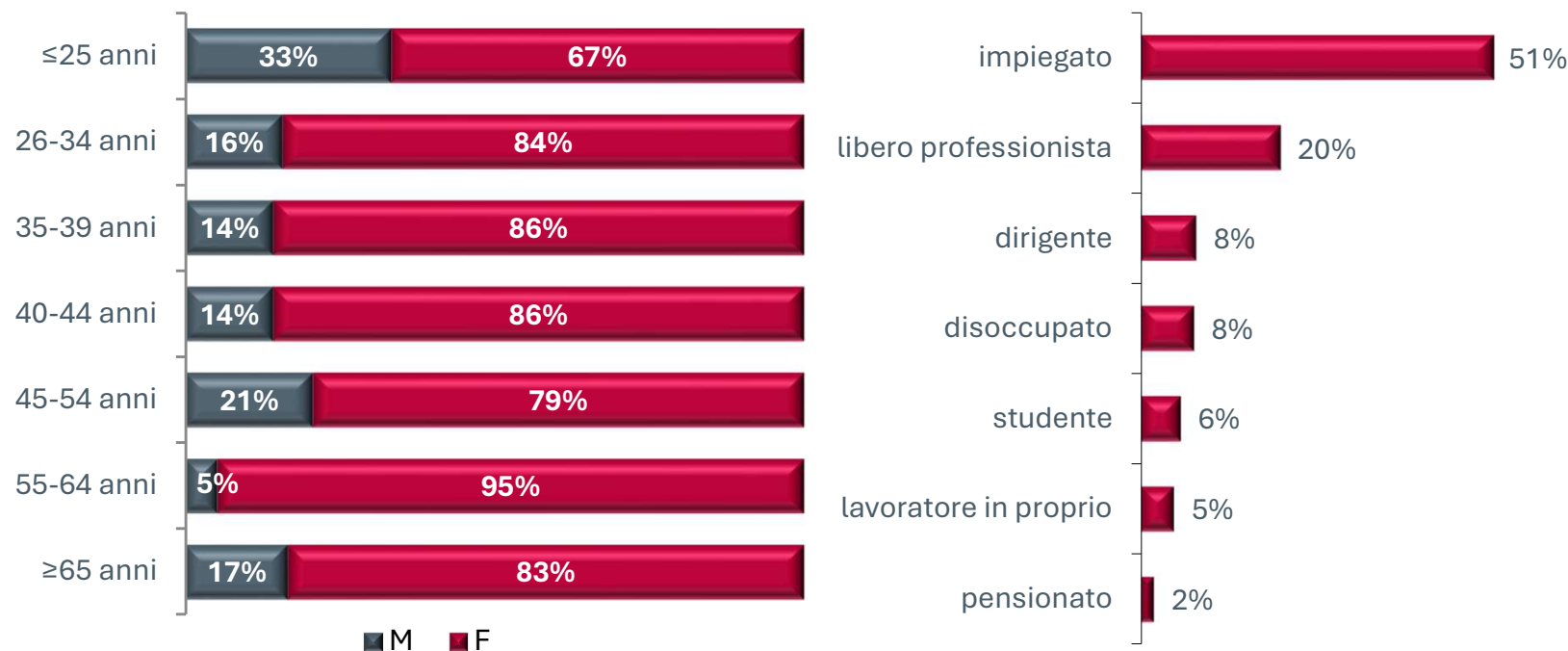
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Ben l'85% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in tutte le fasce di età, soprattutto quella dei 55-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **40 e 64 anni**, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia che la percentuale delle fasce dei 26-39 anni è pari al 31% sul totale.

Il 71% del campione totale dichiara di essere **diplomato**.

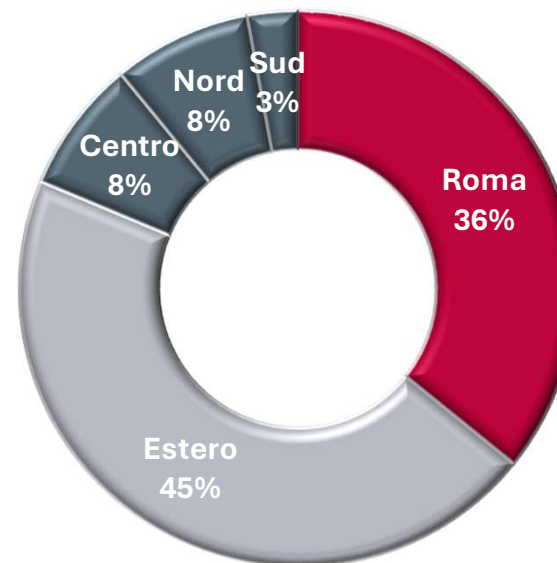
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (51%); seguono i liberi professionisti (20%).



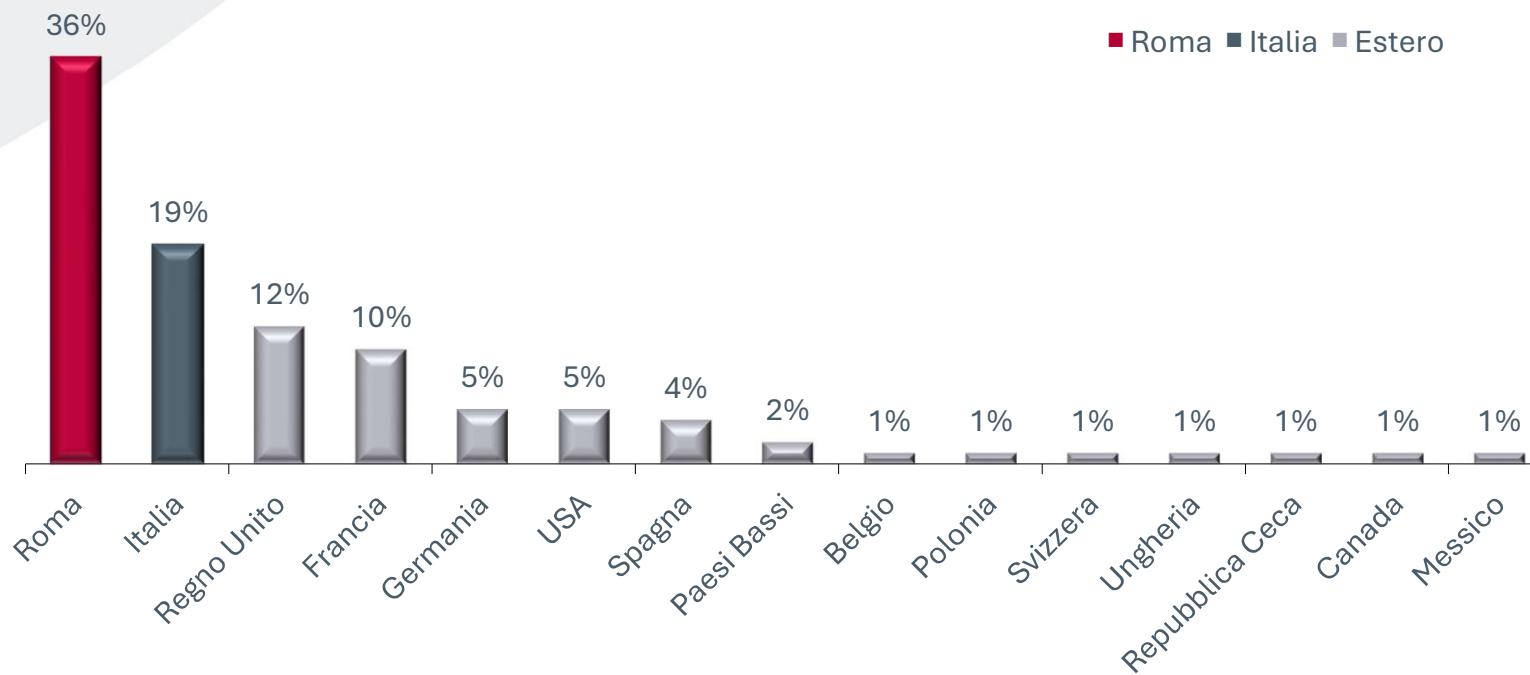
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 45% degli intervistati è costituito da visitatori che giungono dall'**estero**, mentre il 36% è costituito da romani e il restante 19% sono turisti italiani (di cui un 8% giunge dal *Nord Italia* e un 8% dal *Centro*, il 3% dal *Sud*).

Tra le nazionalità estere prevale quella **inglese** (12% sul totale degli intervistati), seguita dalla **francese** (10%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza dei visitatori.



■ 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	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,017	-0,043	0,040	0,040	-0,155	,243*	-0,074	0,059
Orari di apertura	0,017	1,000	-0,012	0,184	0,141	0,180	0,094	-0,070	,225*
Personale di accoglienza	-0,043	-0,012	1,000	0,062	0,166	0,173	,254**	0,074	0,042
Opere della collezione	0,040	0,184	0,062	1,000	0,088	0,009	-,210*	-0,061	,222*
Supporti informativi	0,040	0,141	0,166	0,088	1,000	0,084	0,060	0,144	0,017
Personale in sala	-0,155	0,180	0,173	0,009	0,084	1,000	0,192	0,121	0,081
Segnaletica interna	,243*	0,094	,254**	-,210*	0,060	0,192	1,000	0,106	0,144
Pulizia del sito	-0,074	-0,070	0,074	-0,061	0,144	0,121	0,106	1,000	-0,161
Esperienza complessiva	0,059	,225*	0,042	,222*	0,017	0,081	0,144	-0,161	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.

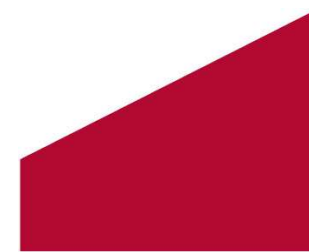
Correlazione 2/2

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 il *Museo delle Mura* gli **orari di apertura** e le **opere della collezione** sono le uniche variabili che risultano più correlate al giudizio generale.

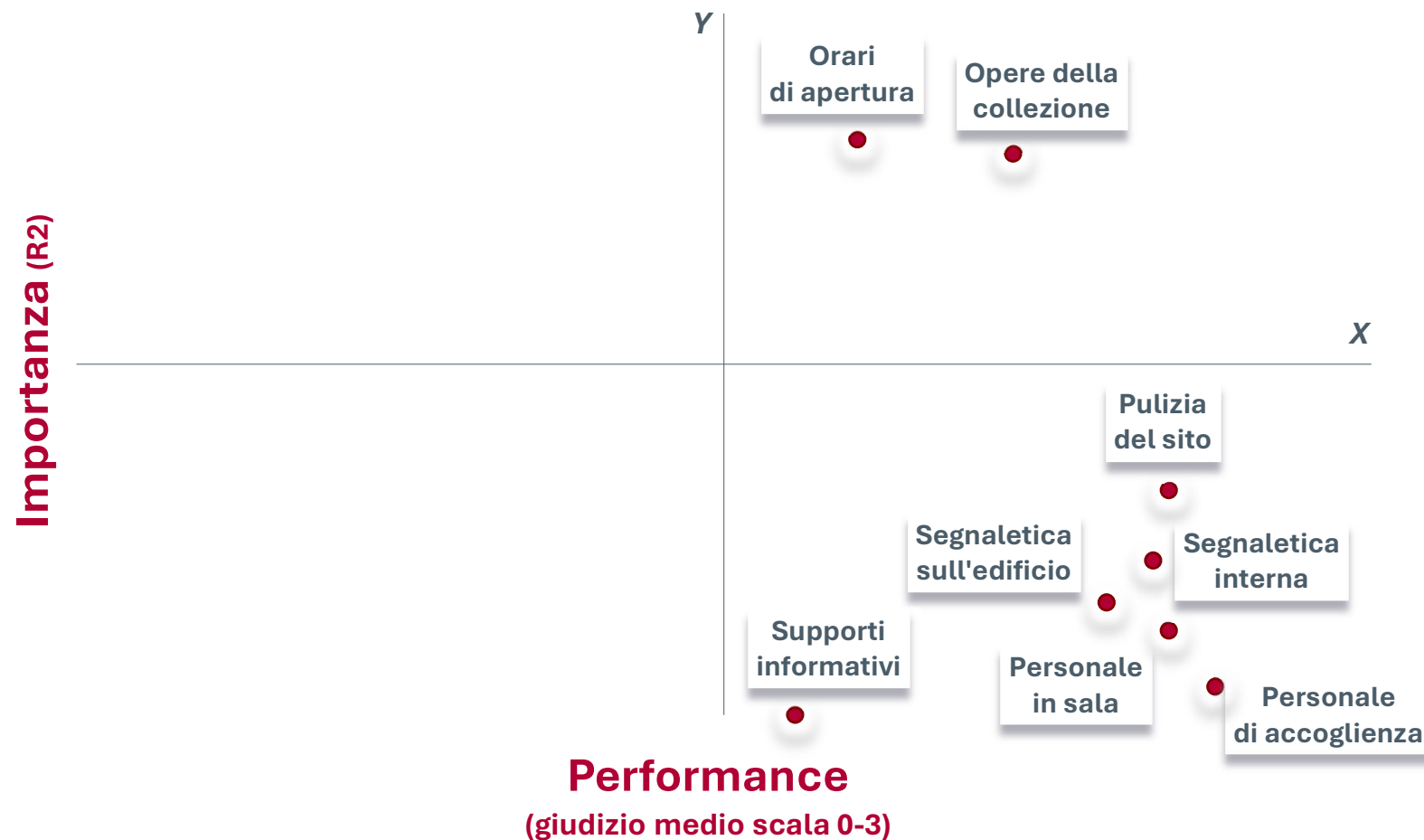
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Orari di apertura	0,225
Opere della collezione	0,222



Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Gli **orari di apertura** e le **opere della collezione** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa sottostante e si collocano nel quadrante in alto a destra. 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).



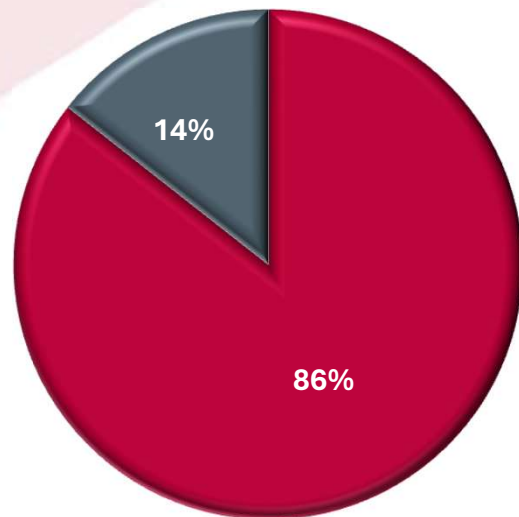
Cluster Analysis

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

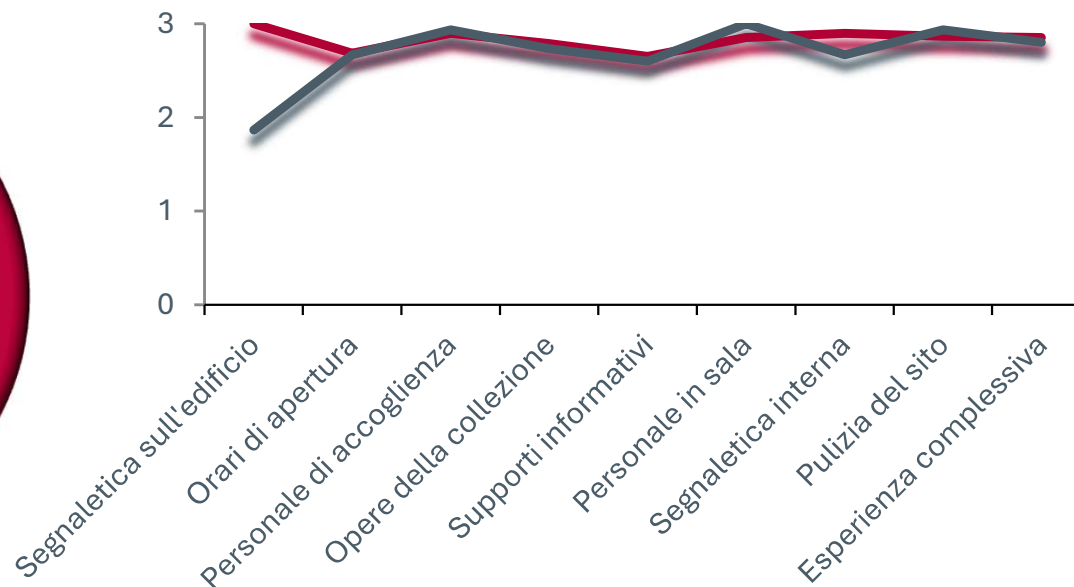
Sono risultati **2 cluster**, la cui numerosità campionaria è abbastanza buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**89** individui per il *Cluster 1* e **15** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

Cluster 1 – Molto soddisfatti: turisti; di età 26-44 anni; liberi professionisti; nuovi visitatori; vengono a conoscenza del museo passando, per caso e tramite guide cartacee; vi si recano con un gruppo organizzato oppure amici; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: residenti a Roma; di età 45-64 anni; impiegati; alcuni sono già stati in questo museo; ne sono venuti a conoscenza tramite www.museiincomuneroma.it e canali social; vi si recano soprattutto in coppia oppure da soli; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

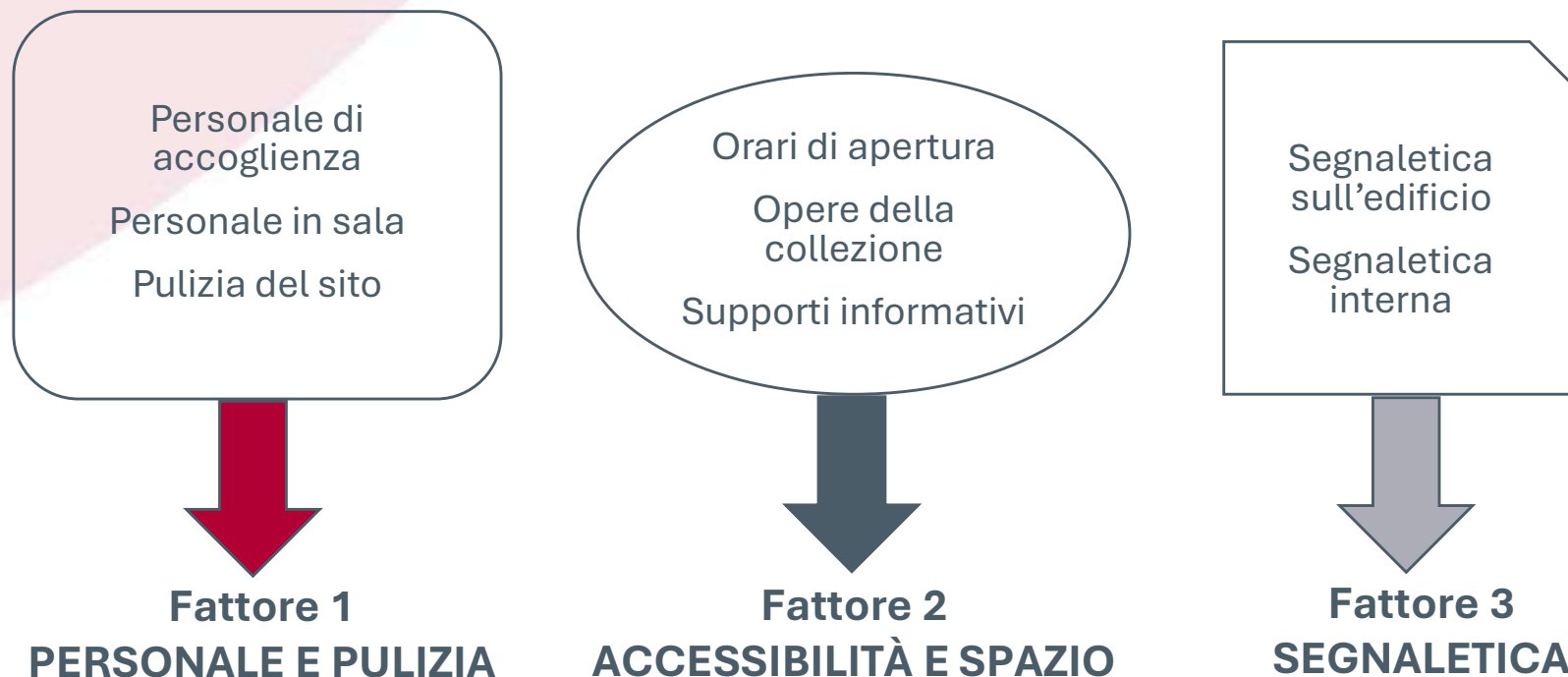


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

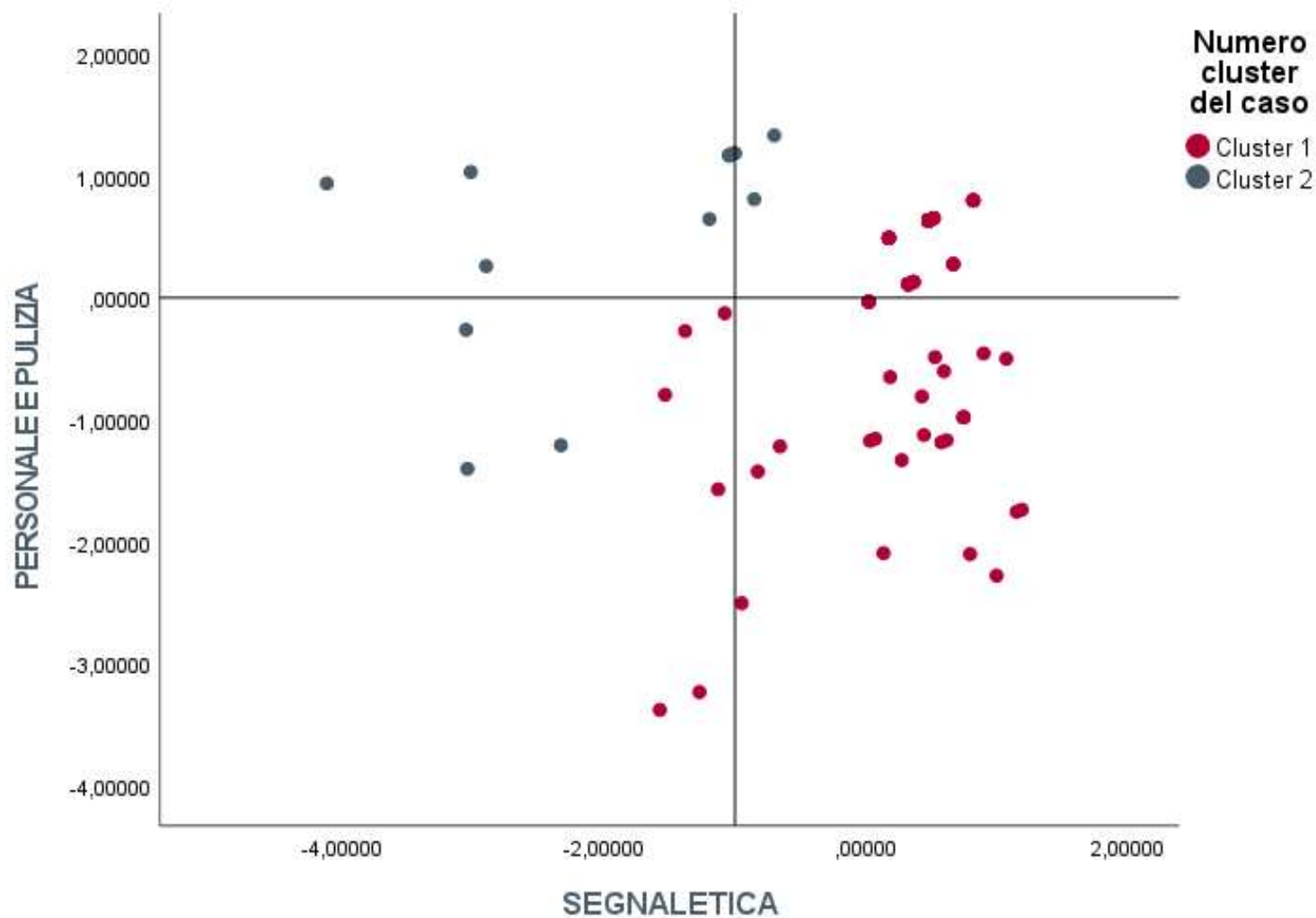
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 mostra una maggiore soddisfazione, soprattutto sul Fattore 3 (“Segnaletica”).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 85**

ELOGI museo molto bello. **Totale 3**

DIDATTICA proporre più attività e visite, anche interattive. **Totale 5**

EDIFICIO troppe scale, manca ascensore. **Totale 2**

ILLUMINAZIONE da migliorare. **Totale 2**

ORARI da prolungare. **Totale 2**

SUPPORTI DIGITALI più interattività. **Totale 2**

ALTRO. **Totale 5**

TOTALE 18 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/ 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/ Bookshop	<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