



Indagini di Customer Satisfaction

***Villa di Massenzio***

## 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. **121** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 23 al 26 settembre** presso **Villa di Massenzio** (gli intervistati rappresentano il 34% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

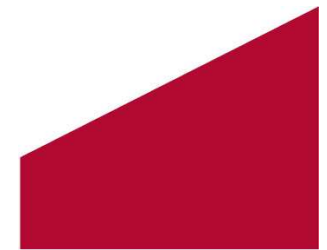
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,78\%$ .

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 **2,87** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (2,86), il **personale di accoglienza** (2,84), l'**area archeologica** e il **personale in sala** (2,78 per entrambi), gli **orari di apertura** (2,76).

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

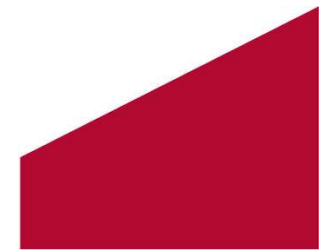
La **pulizia del sito** e la **segnaletica interna** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva.

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti informativi** (n. 13 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **turisti stranieri** (59% sul totale), **impiegati** (43%), con titolo di **diploma** (40%) o **laurea** (40%), soprattutto di età **40-64 anni** (54% 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** (18%); seguono **passando per caso** (17%) e **guida cartacea** (15%).

È significativo che a rispondere [www.museiincomuneroma.it/canali social](http://www.museiincomuneroma.it/canali_social) siano soprattutto i visitatori romani, di età 26-39 anni, hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece *passando, per caso e guida cartacea* emergono per i turisti, di età 40-64 anni che sono stati in più di tre musei negli ultimi dodici mesi.



## Tabella riassuntiva

<b>Villa di Massenzio 2025</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana*</b>	<b>Risposte valide</b>	<b>Risposte mancanti</b>	<b>Deviazione standard**</b>	<b>Molto soddisfatti</b>	<b>Per niente soddisfatti</b>	<b>Molto+ Abbastanza soddisfatti</b>
Segnaletica sull'edificio	2,70	3,00	121	0	0,511	73%	0%	98%
Orari di apertura	2,76	3,00	121	0	0,466	78%	0%	98%
Personale di accoglienza	2,84	3,00	118	3	0,369	84%	0%	100%
Area archeologica	2,78	3,00	121	0	0,418	78%	0%	100%
Supporti informativi	2,54	3,00	121	0	0,533	55%	0%	98%
Personale in sala	2,78	3,00	121	0	0,438	79%	0%	99%
Segnaletica interna	2,49	3,00	121	0	0,549	51%	0%	98%
Pulizia del sito	2,86	3,00	121	0	0,372	87%	0%	99%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,87</b>	<b>3,00</b>	<b>121</b>	<b>0</b>	<b>0,340</b>	<b>87%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

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

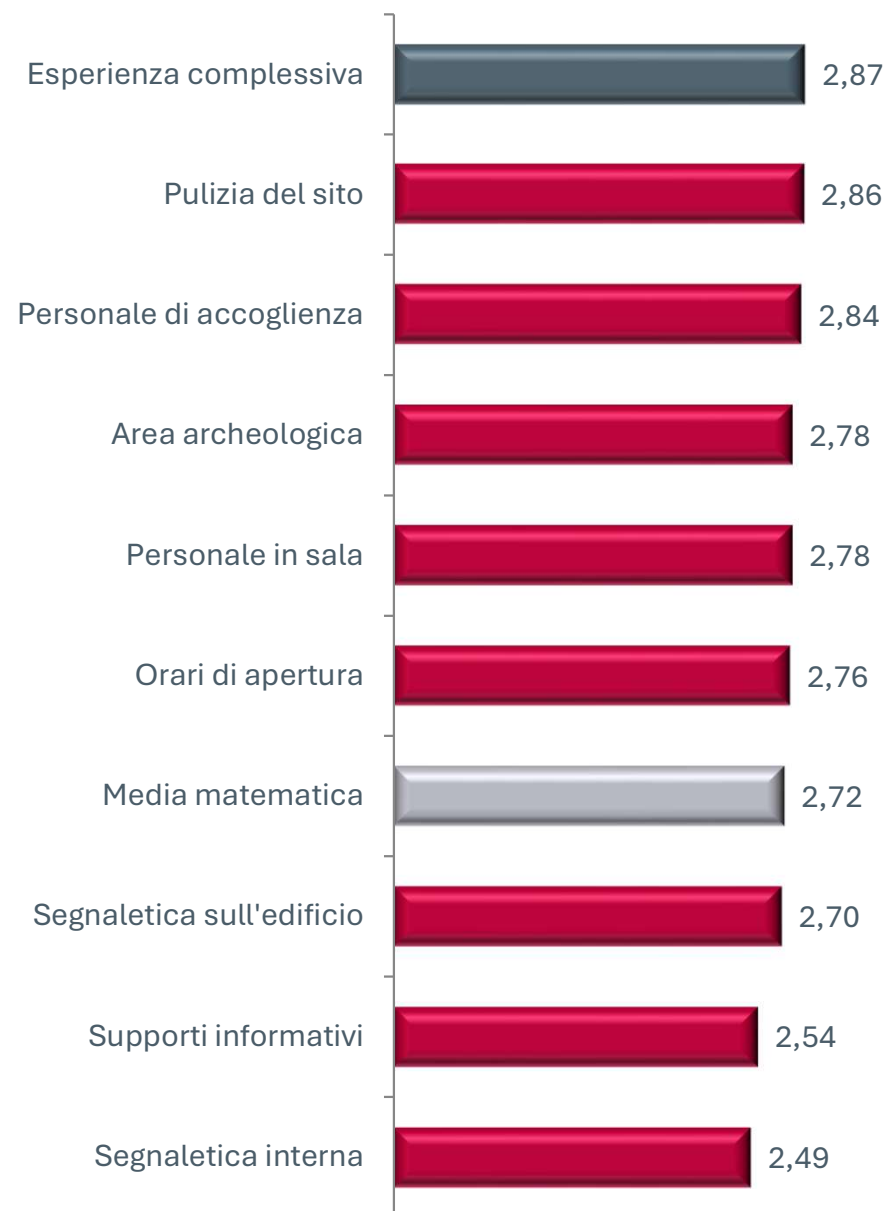
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,72).

## 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 la **pulizia del sito**, il **personale (di accoglienza e in sala)**, l'**area archeologica** e gli **orari di apertura**.

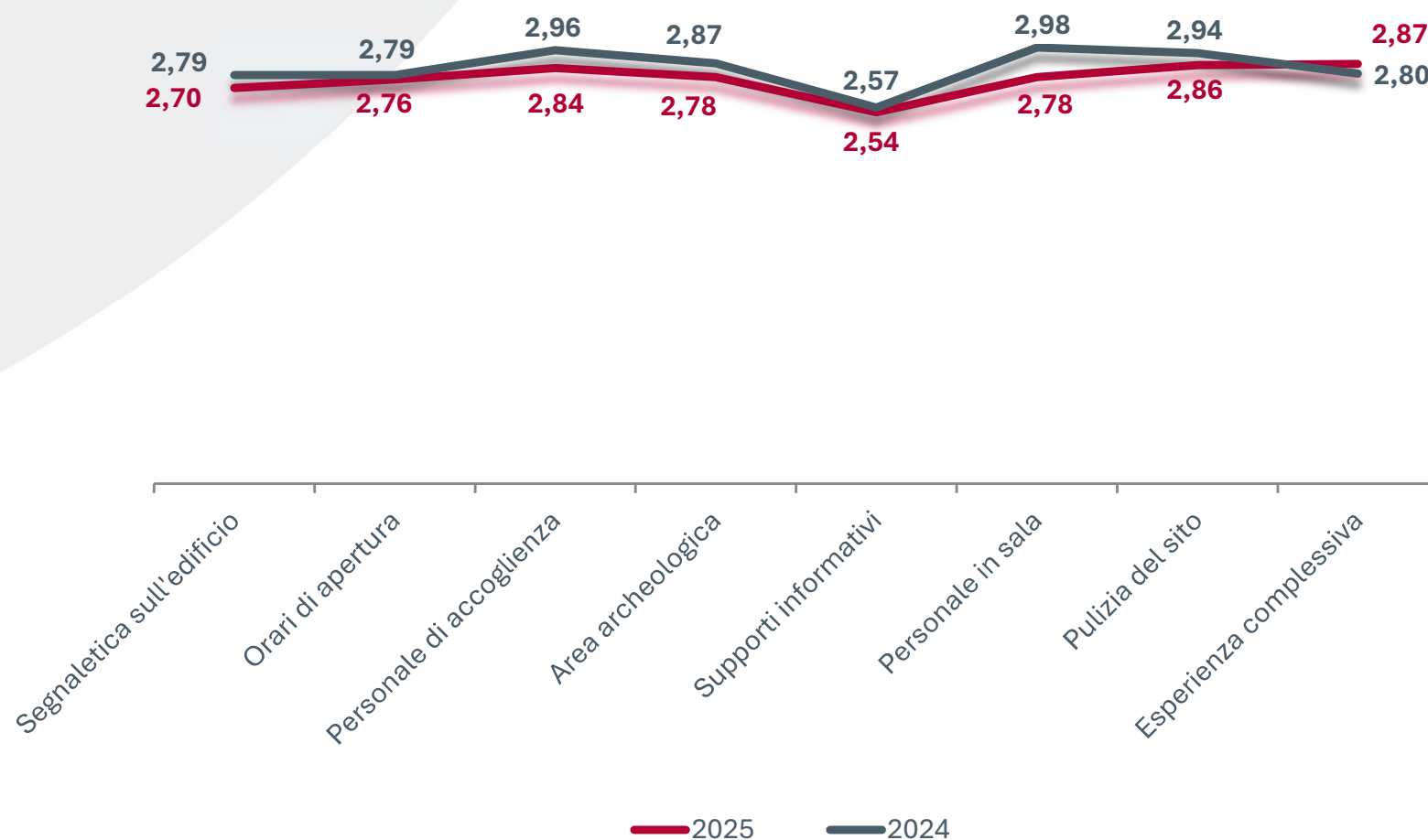
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2024-2025

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

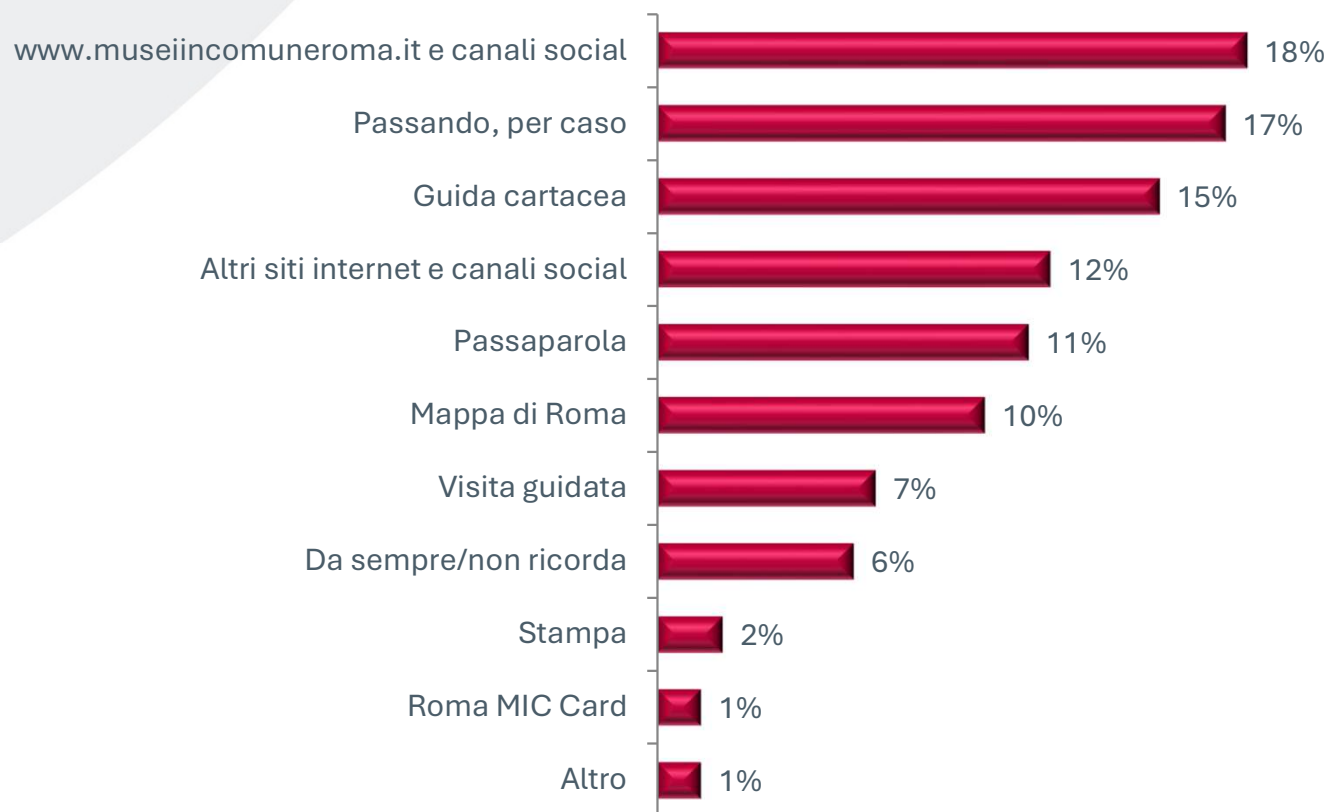
Si evidenzia una lieve flessione generale del livello di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione dell'**esperienza complessiva**, la cui media registra un incremento (da 2,80 a 2,87).



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 18% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**www.museiincomuneroma.it e canali social**” e il 17% “**passando, per caso**”, mentre la “**guida cartacea**” raggiunge una percentuale pari al 15%.

È significativo che a rispondere [www.museiincomuneroma.it](http://www.museiincomuneroma.it) siano soprattutto i visitatori romani, di età 26-39 anni, hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece [passando, per caso](#) e [guida cartacea](#) emergono per i turisti, di età 40-64 anni e sono stati in più di tre musei negli ultimi dodici mesi.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 17% degli intervistati dichiara **di essere già stato** a *Villa di Massenzio* (di cui l'11% "raramente, da una a tre volte" e il 6% "spesso, più di tre volte"), mentre ben il 73% vi si è recato per la prima volta e il restante 10% non vi è stato negli ultimi cinque anni.

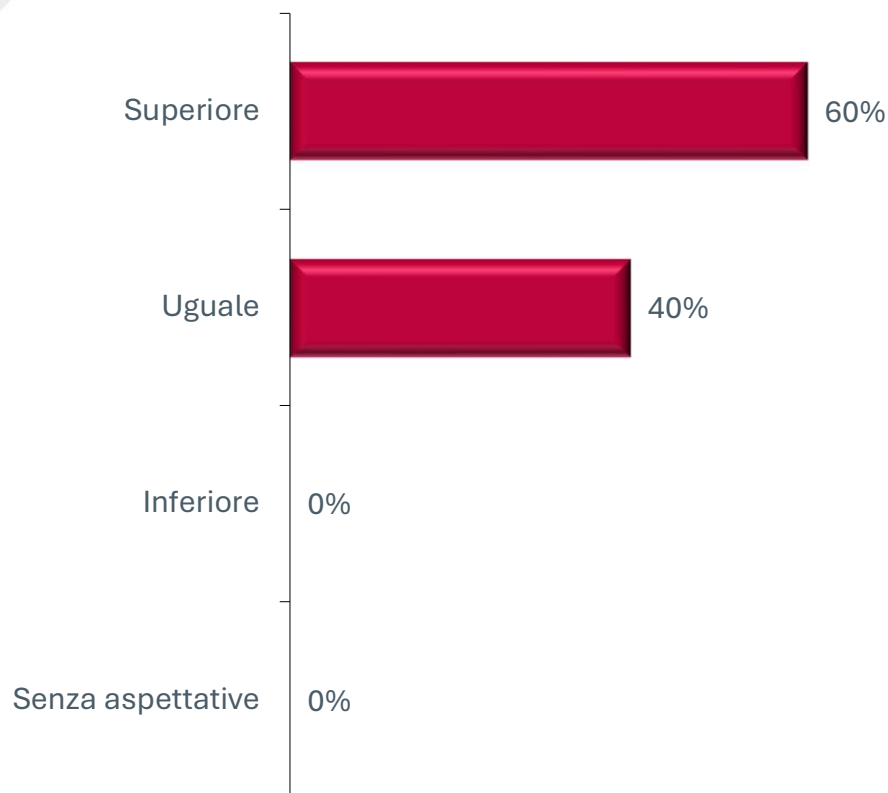
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza i turisti, di età compresa tra i 26 e 54 anni. Invece ad essere già stati a *Villa di Massenzio* sono principalmente i visitatori romani, di età adulta al di sopra dei 55 anni.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 60% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 40% è uguale, mentre nessuno ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative oppure ne è privo.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano in particolare i turisti (sia italiani che stranieri), in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle attese soprattutto per i visitatori residenti a Roma, 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 **55%**.

Inoltre, si evidenzia che ben il 45% 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).

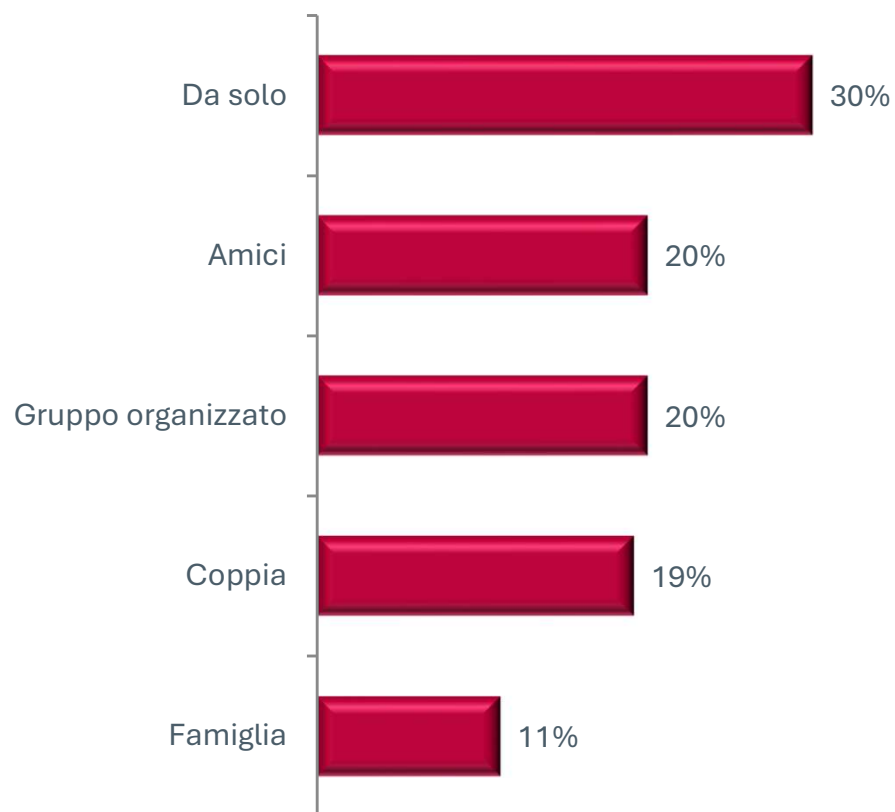


NET PROMOTER SCORE Villa di Massenzio 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	4	51	47	19
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	42%	39%	16%
<b>DETRATTORI = 0%</b>							<b>PASSIVI= 45%</b>		<b>PROMOTORI= 55%</b>	
<b>55%-0%=55%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 30% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “**da solo**”, un 20% insieme agli “**amici**” e un 20% con un “**gruppo organizzato**”, il 19% risponde in “**coppia**” e il restante 11% con la “**famiglia**”.

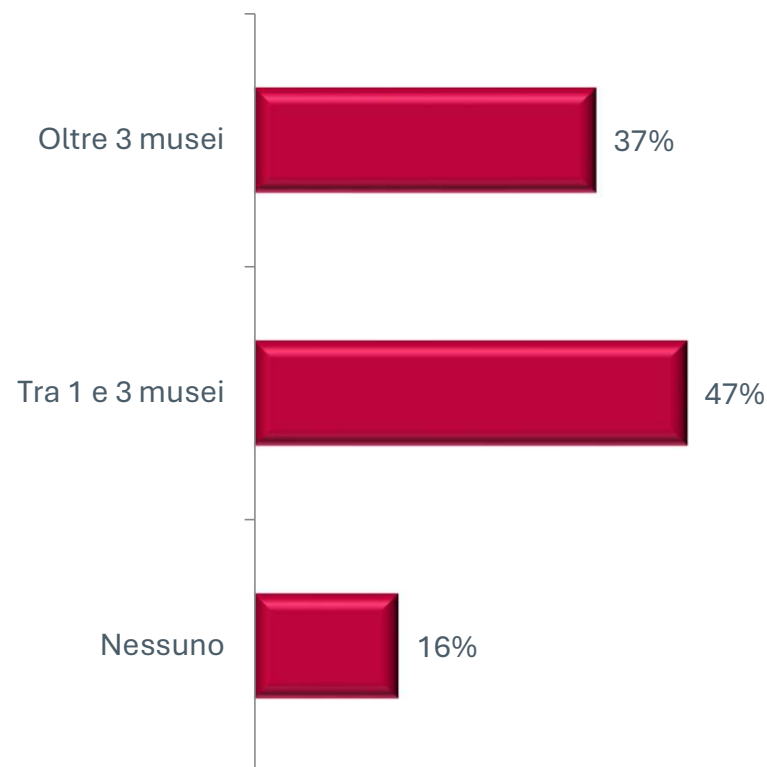
È significativo che a visitare il museo da soli o con amici siano stati in particolare i romani, alcuni di essi già stati a *Villa di Massenzio* e hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a venire con un gruppo organizzato sono in prevalenza i turisti, nuovi visitatori e hanno effettuato meno di tre visite culturali negli ultimi dodici mesi.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 47% degli intervistati dichiara di avere visitato “**tra uno e tre musei**” nell'ultimo anno, il 37% risponde “**oltre tre musei**”, mentre il restante 16% afferma di non essere stato quest'anno in alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto meno di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti, di età compresa tra i 26 e 54 anni, nuovi visitatori. Invece ad avere frequentato più di tre musei sono in prevalenza i visitatori romani, di età adulta al di sopra dei 55 anni, alcuni di essi già stati a *Villa di Massenzio*.



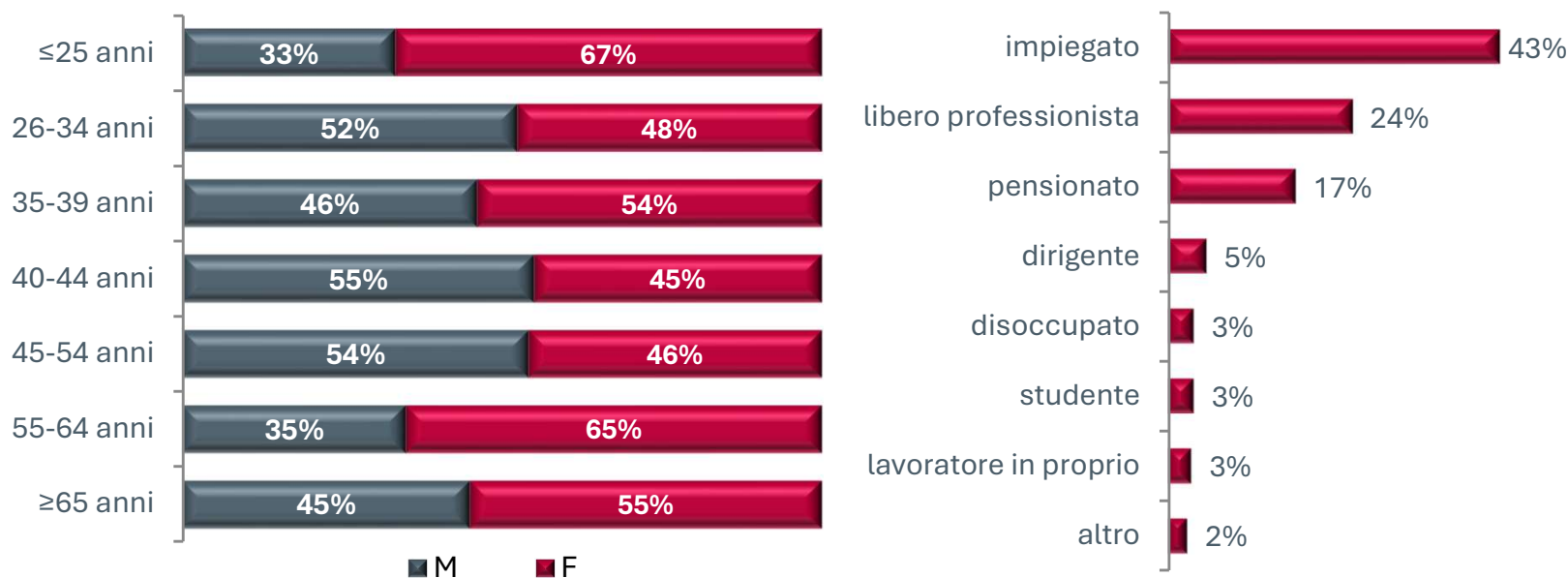
## Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 52% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale soprattutto nelle fasce ≤25 anni, 35-39 anni e over 55 anni. Invece gli uomini sono emergenti per le fasce dei 26-34 anni e 40-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra **40 e 64 anni**, che raggiungono complessivamente il 54% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia che la percentuale delle fasce dei giovani fino ai 39 anni è pari al 30% sul totale, mentre quella degli over 65 anni è 16%.

Un 40% del campione totale dichiara di essere **diplomato** e un ulteriore 40% ha conseguito un titolo di **laurea**.

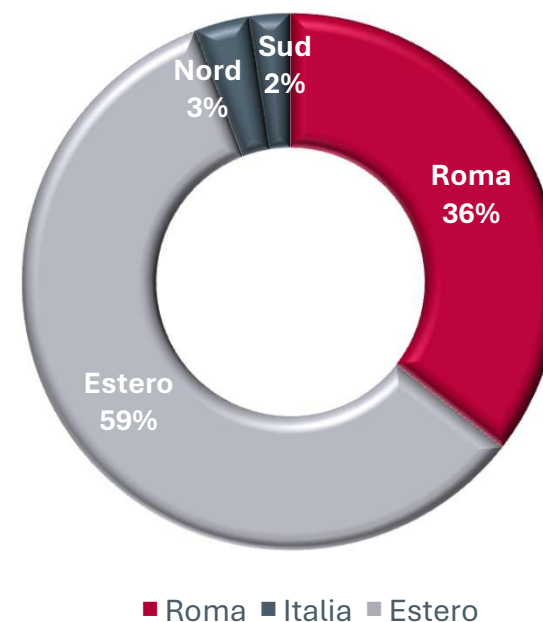
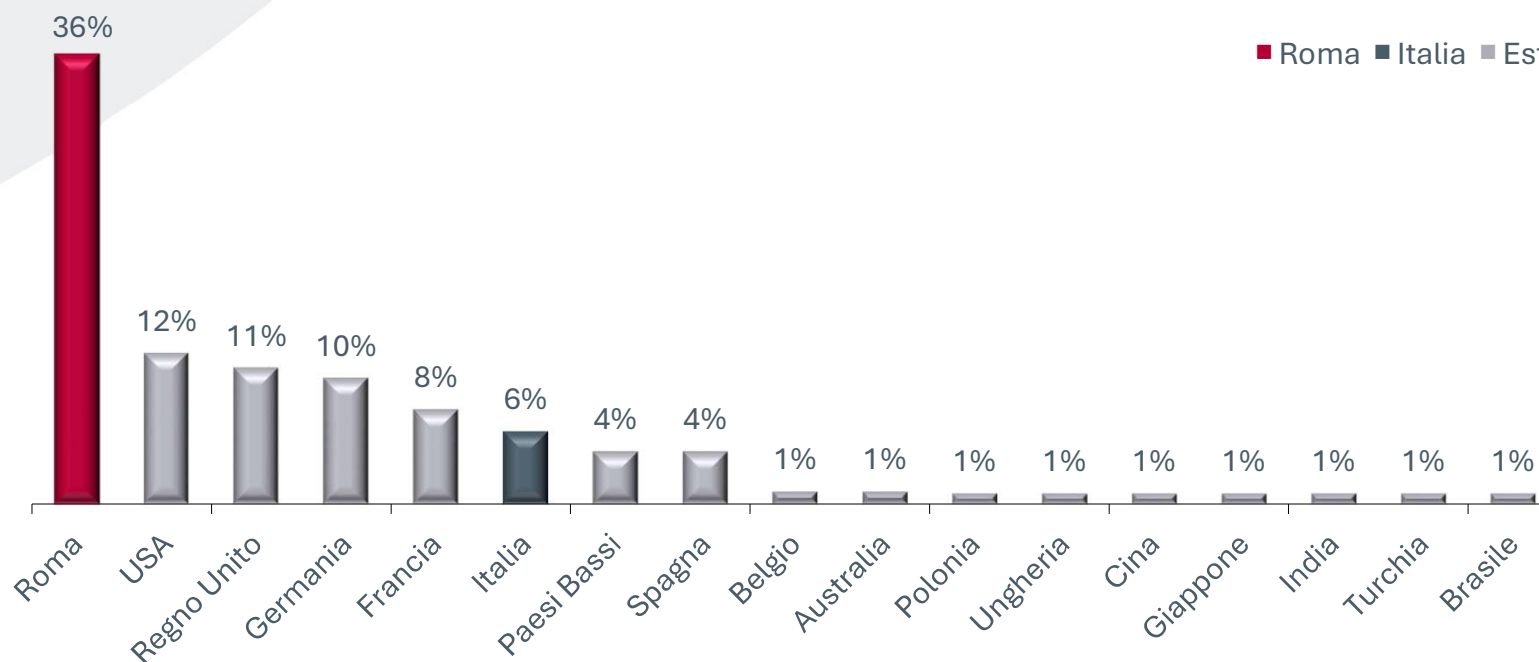
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (43%); poi seguono i liberi professionisti (24%) e pensionati (17%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 59% degli intervistati è costituito da visitatori che giungono dall'**estero**, mentre il 36% è costituito da romani e il restante 5% sono turisti italiani (di cui il 3% giunge dal *Nord Italia* e il 2% dal *Sud*).

Tra le nazionalità estere prevale la **statunitense** (12% sul totale degli intervistati) seguita da quella **inglese** (11%) e **tedesca** (10%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza dei visitatori.



## 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	Area archeologica	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,354**	0,086	,248**	,323**	,345**	,209*	0,033	,202*
Orari di apertura	,354**	1,000	,229*	0,088	,256**	0,143	0,102	0,027	0,092
Personale di accoglienza	0,086	,229*	1,000	0,146	0,007	0,043	0,107	0,116	0,096
Area archeologica	,248**	0,088	0,146	1,000	,416**	,486**	,383**	-0,027	,201*
Supporti informativi	,323**	,256**	0,007	,416**	1,000	,479**	,500**	0,134	0,175
Personale in sala	,345**	0,143	0,043	,486**	,479**	1,000	,408**	0,096	0,149
Segnaletica interna	,209*	0,102	0,107	,383**	,500**	,408**	1,000	,277**	,306**
Pulizia del sito	0,033	0,027	0,116	-0,027	0,134	0,096	,277**	1,000	,500**
Esperienza complessiva	,202*	0,092	0,096	,201*	0,175	0,149	,306**	,500**	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.

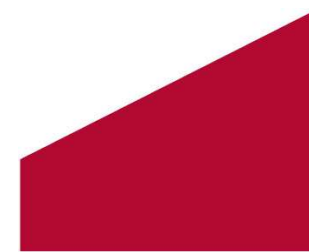
## Correlazione 2/2

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 *Villa di Massenzio* la **pulizia del sito** e la **segnaletica interna** sono le variabili che risultano più correlate al giudizio generale.

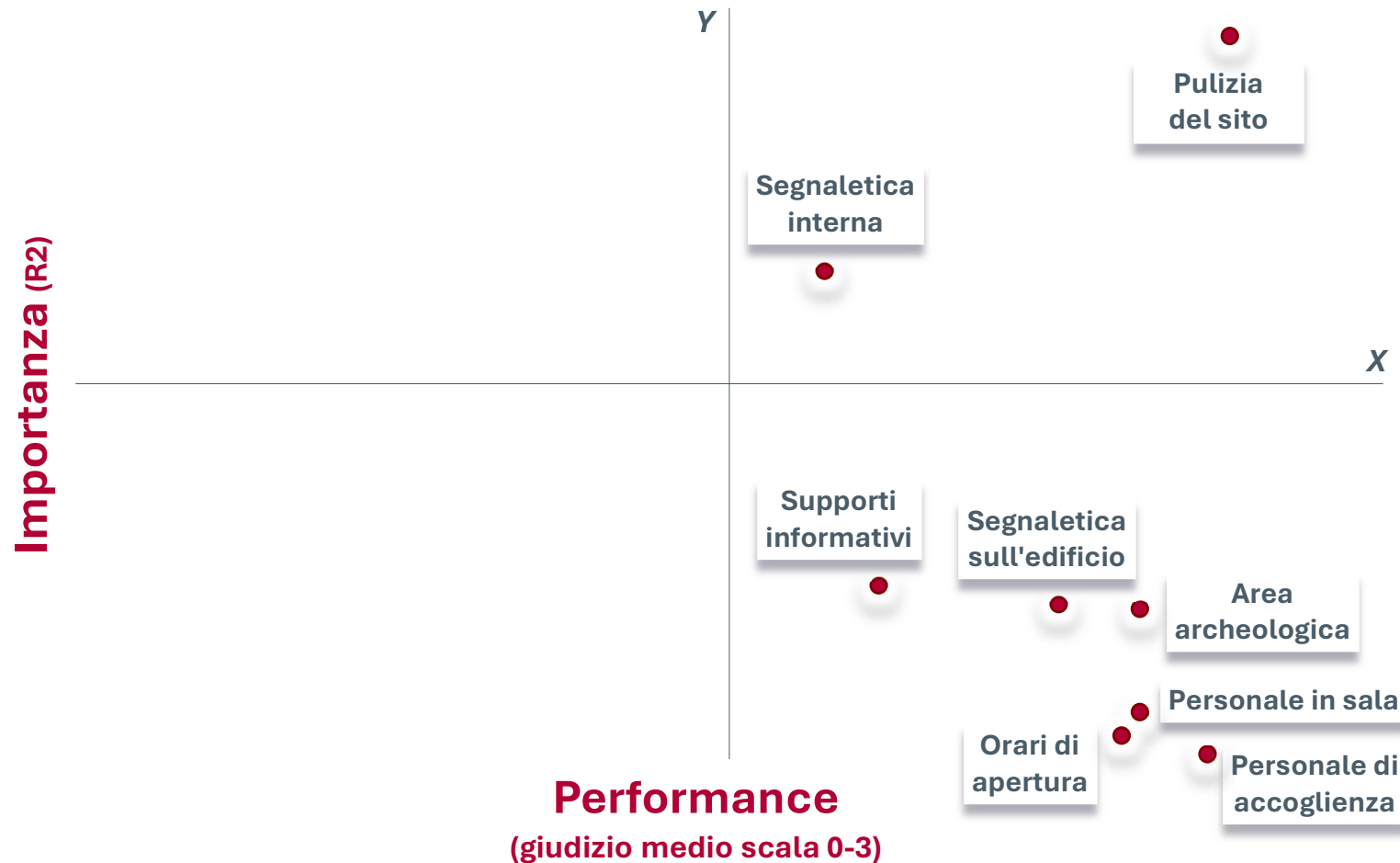
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Pulizia del sito	0,500
Segnaletica interna	0,306
Segnaletica sull'edificio	0,202
Area archeologica	0,201



## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **pulizia del sito** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa sottostante e si colloca nel quadrante in alto a destra, insieme alla **segnaletica interna**. 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).



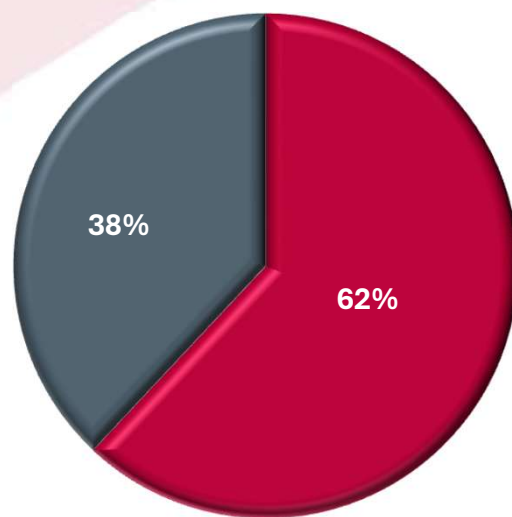
## Cluster Analysis

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

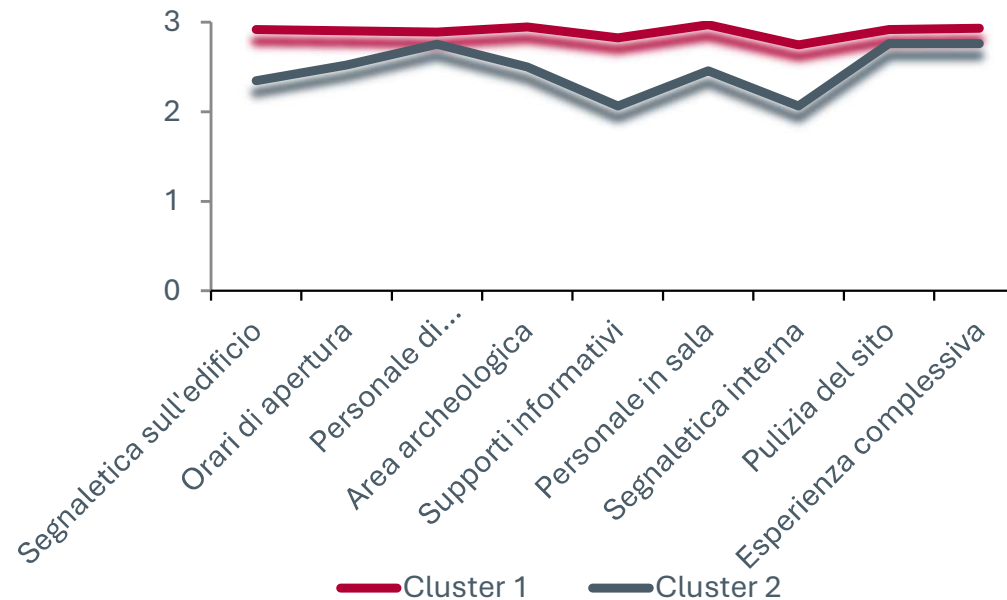
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**75** individui per il *Cluster 1* e **46** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

**Cluster 1 – Molto soddisfatti:** turisti (italiani e stranieri); di età giovane fino ai 34 anni, 45-54 anni e ≥65 anni; diplomati; impiegati; nuovi visitatori; vengono a conoscenza del museo passando, per caso o tramite guida cartacea; vi si recano soprattutto in coppia, con la propria famiglia o gruppo organizzato; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative.

**Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti:** residenti a Roma; di età 35-44 anni e 55-64 anni; laureati; liberi professionisti; alcuni sono già stati in questo museo; ne sono venuti a conoscenza tramite [www.museiincomuneroma.it](http://www.museiincomuneroma.it)/canali social e passaparola; vi si recano soprattutto da soli o con amici; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale alle aspettative.



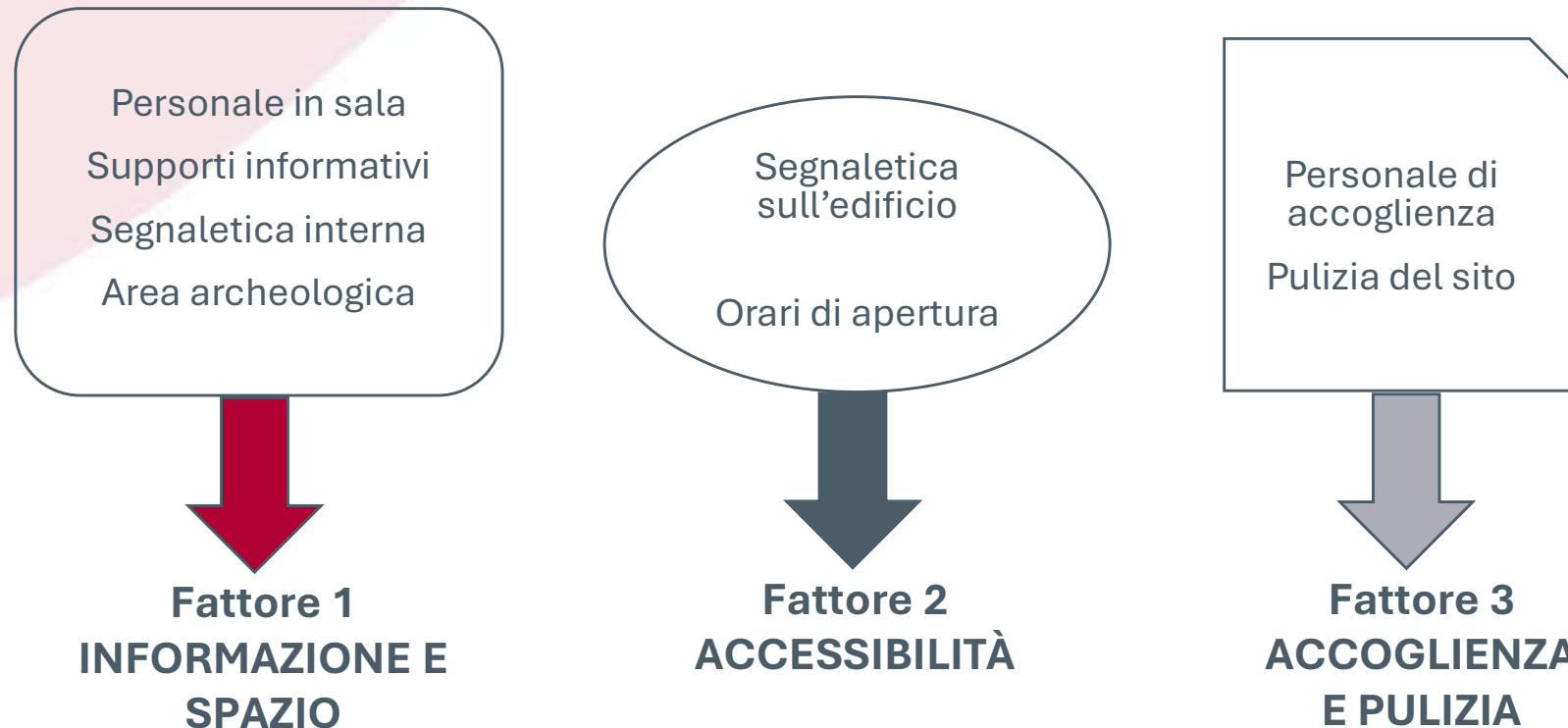
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Analisi Fattoriale

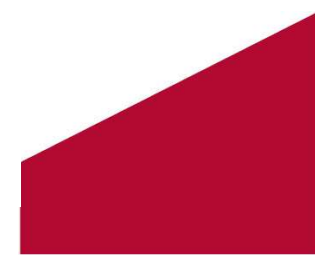
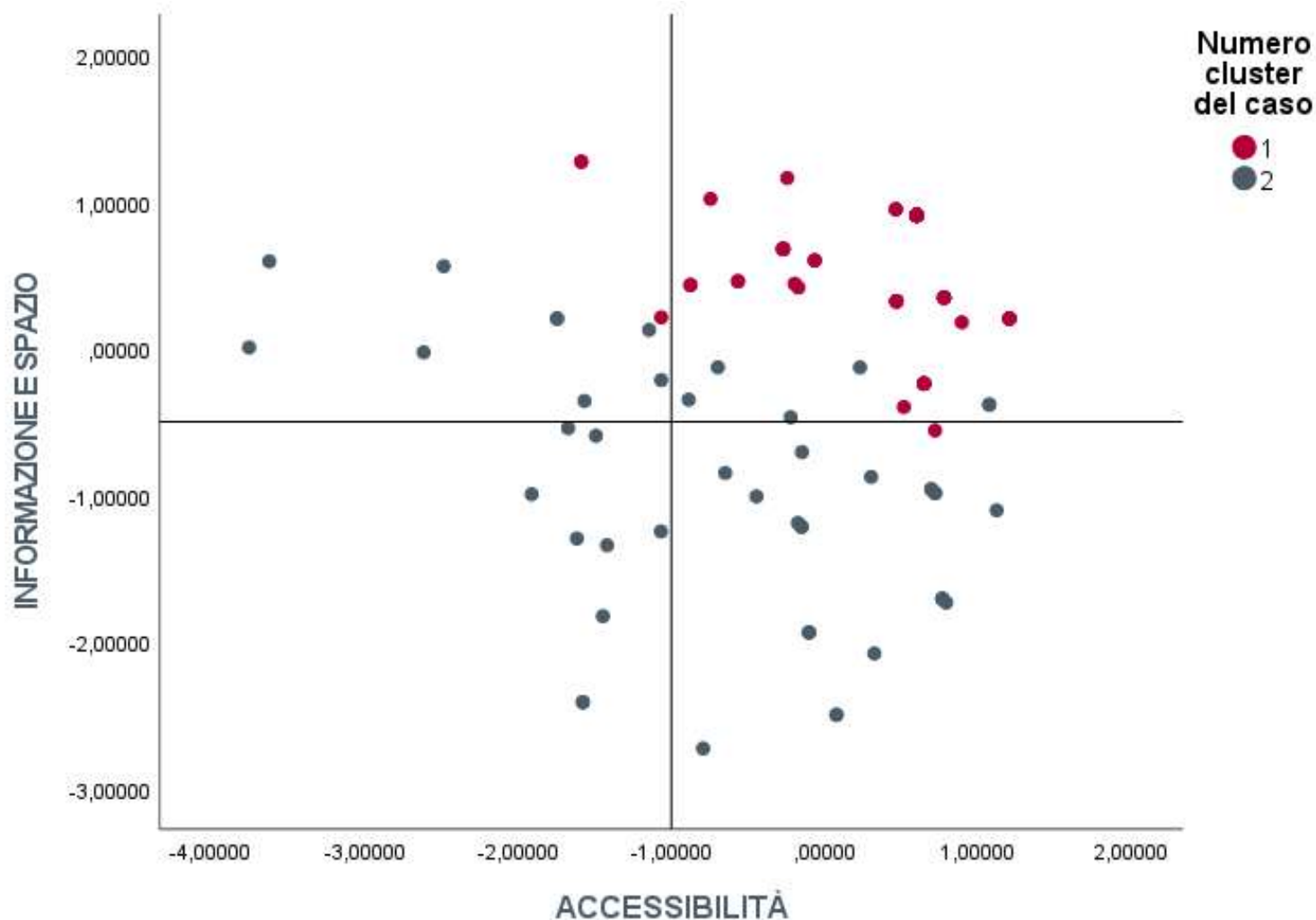
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 su entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 rileva una più ampia dispersività di giudizi, soprattutto sul Fattore 1 (“Informazione e Spazio”).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 78**

**ELOGI** bellissima area archeologica (2); piace la gratuità del biglietto. **Totale 3**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI** da aumentare, più informazioni (6); mal posizionati, da rinnovare (5); altro (2). **Totale 13**

**CAFFETTERIA** manca, mettere distributori automatici e/o una fontanella. **Totale 6**

**SEGNALETICA ESTERNA** da migliorare, più visibile. **Totale 4**

**COMUNICAZIONE** promuovere di più il museo; rendere disponibili materiali informativi scaricabili anche *offline*. **Totale 3**

**SEGNALETICA INTERNA** più chiara e visibile. **Totale 3**

**ESTERNO** migliorare la discesa (2); manca una tettoia. **Totale 3**

**ORARIO** da estendere anche in inverno. **Totale 3**

**PERCORSO** manca un itinerario guidato. **Totale 3**

**ALTRO**. **Totale 9**

**TOTALE 47 SUGGERIMENTI**

## Allegato 1 – Questionario (fronte)

<b>Zetema</b> progetto cultura	<b>Questionario</b> Indagine Sistema Musei in Comune	Customer Satisfaction M ICS 20 ITA ING 2025		
<b>MUSEO/MUSEUM:</b> _____	<b>DATA/DATE:</b> _/ _/ _	<b>ORA/HOUR:</b> _/ _		
<p>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?  <i>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?</i></p>				
<p><b>Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? In the last five years, have you already visited this museum?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ Never <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ Yes, 1-3 times  <input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ Not in the last 5 years <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ Yes, more than 3 times</p>				
<p><b>Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Did you use any card to enter in the museum?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ Yes, I did (quale?/which? <input type="checkbox"/> ROMA PASS <input type="checkbox"/> ROMA MIC CARD) <input type="checkbox"/> No/ No, I didn't</p>				
<p><b>Se sì, come è venuto a conoscenza della card? If yes, how did you find out this card?.....</b></p> <p><b>Come è venuto a conoscenza del museo? How did you find out this museum?</b></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines) <input type="checkbox"/> passaparola (amici/parenti)/ friends&amp;relatives  <input type="checkbox"/> <a href="http://www.museiincomune.it">www.museiincomune.it</a>-sito del museo e canali social/ museum website <input type="checkbox"/> scuola-università/ school or university  <input type="checkbox"/> altri siti e canali social/ other websites and social media <input type="checkbox"/> guida turistica cartacea/ guide book  <input type="checkbox"/> passando per caso/ passing by <input type="checkbox"/> mappa di Roma/ map of Rome  <input type="checkbox"/> affissioni pubblicitarie – schermi LED/ billboards-LED screens <input type="checkbox"/> mostra o evento/ exhibition or event  <input type="checkbox"/> da sempre-non ricordo/ since forever-do not remember <input type="checkbox"/> altro/ other (specificare/ specify.....)</p>				
<p><b>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:</b>  <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i></p>				
	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/ 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"/>
<b>Giudizio generale/ Overall Museum Experience</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>Rispetto alle aspettative il museo è/ With respect to your expectations, the museum is:</p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ Higher than expectations <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ Equal to the expectations  <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ Lower than expectations <input type="checkbox"/> Senza aspettative/ No expectations</p>				





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](http://www.zetema.it)**