



Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia – 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 2023-2024
- 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 un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **129** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 2 al 5 ottobre** presso la **Casina delle Civette di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 16% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di $\pm 2,96\%$.

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0

Nel 2024, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,78** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale di biglietteria** (2,95), la **pulizia del sito** (2,88), gli **orari di apertura** (2,87), il **personale in sala** (2,86) e le **opere della collezione** (2,81).

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

I **supporti informativi** e le **opere della collezione** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa, ma anche quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 18-20). Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sulla **segnaletica esterna** (31 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 50% da cittadini **romani**, **impiegati** e **studenti** (rispettivamente 35% e 30%), **laureati** (47%), soprattutto di età compresa tra i **19 e 34 anni** (40% del campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite **passaparola** (22%) e **scuola/università** (18%); poi seguono **guida cartacea/mappa di Roma** e **www.museiincomuneroma.it e canali social** (16% per entrambi).

È significativo che il *passaparola* sia predominante per i visitatori italiani, di età 26-39 anni e 45-54 anni, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie attese, in generale molto soddisfatti.

Invece a rispondere *scuola/università* sono soprattutto i residenti a Roma, che hanno un'età giovane inferiore ai 25 anni, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece la voce *guida cartacea/mappa di Roma* emerge per i turisti stranieri, di età adulta al di sopra dei 45 anni, con giudizio uguale alle attese e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

Tabella riassuntiva

Casina delle Civette di Villa Torlonia - 2024	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,60	3,00	129	0	0,713	0%	73%	0%	87%
Orari di apertura	2,87	3,00	128	1	0,341	1%	87%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,95	3,00	128	1	0,228	1%	95%	0%	100%
Guardaroba	2,31	2,00	35	94	0,583	73%	37%	0%	94%
Opere della collezione	2,81	3,00	128	1	0,465	1%	84%	0%	97%
Supporti informativi	2,76	3,00	129	0	0,512	0%	79%	1%	97%
Personale in sala	2,86	3,00	86	43	0,381	33%	87%	0%	99%
Segnaletica interna	2,76	3,00	128	1	0,624	1%	83%	3%	96%
Pulizia del sito	2,88	3,00	128	1	0,332	1%	88%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,78	3,00	129	0	0,483	0%	81%	0%	97%

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

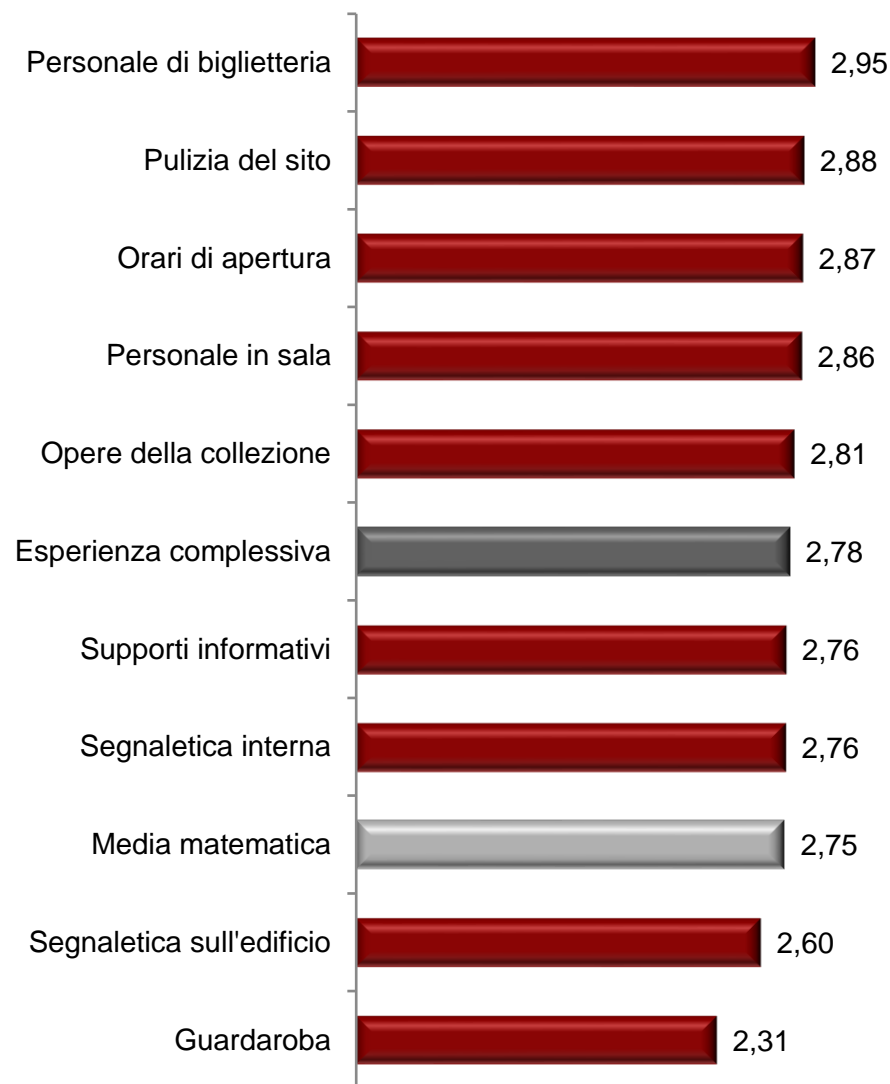
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,75).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: il **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito**, gli **orari di apertura**, il **personale in sala** e le **opere della collezione**.

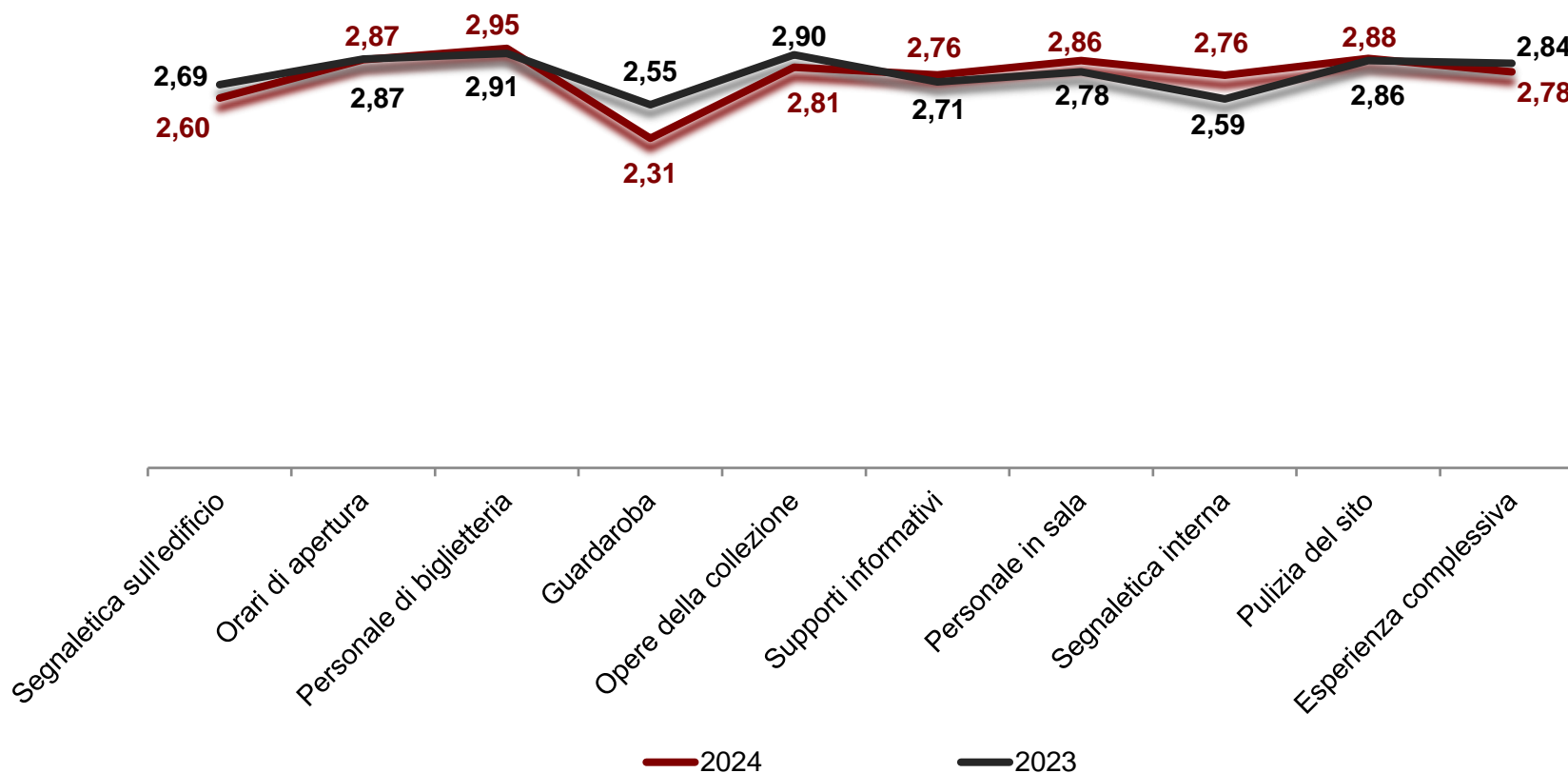
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2023-2024

Rispetto alla precedente indagine realizzata lo scorso anno, il trend risulta abbastanza lineare, seppure con qualche discrepanza.

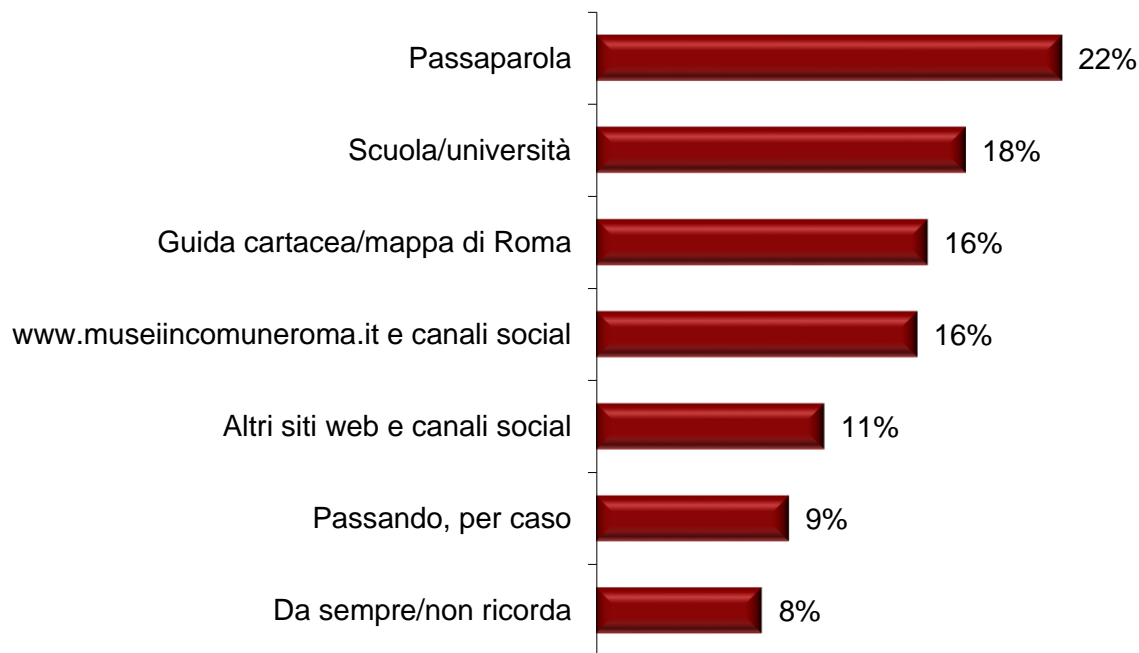
Si evidenzia un aumento del livello di soddisfazione sui seguenti aspetti: **personale di biglietteria, supporti informativi, personale in sala, segnaletica interna e pulizia del sito.** Invece si registra una flessione sulle restanti variabili oggetto d'indagine, ma le medie restano tutte ben al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 22% del campione intervistato afferma di avere saputo di questo museo tramite “**passaparola**”, il 18% risponde “**scuola/università**”, un 16% indica “**guida cartacea/mappa di Roma**” e un 16% “**www.museiincomuneroma.it e canali social**”.

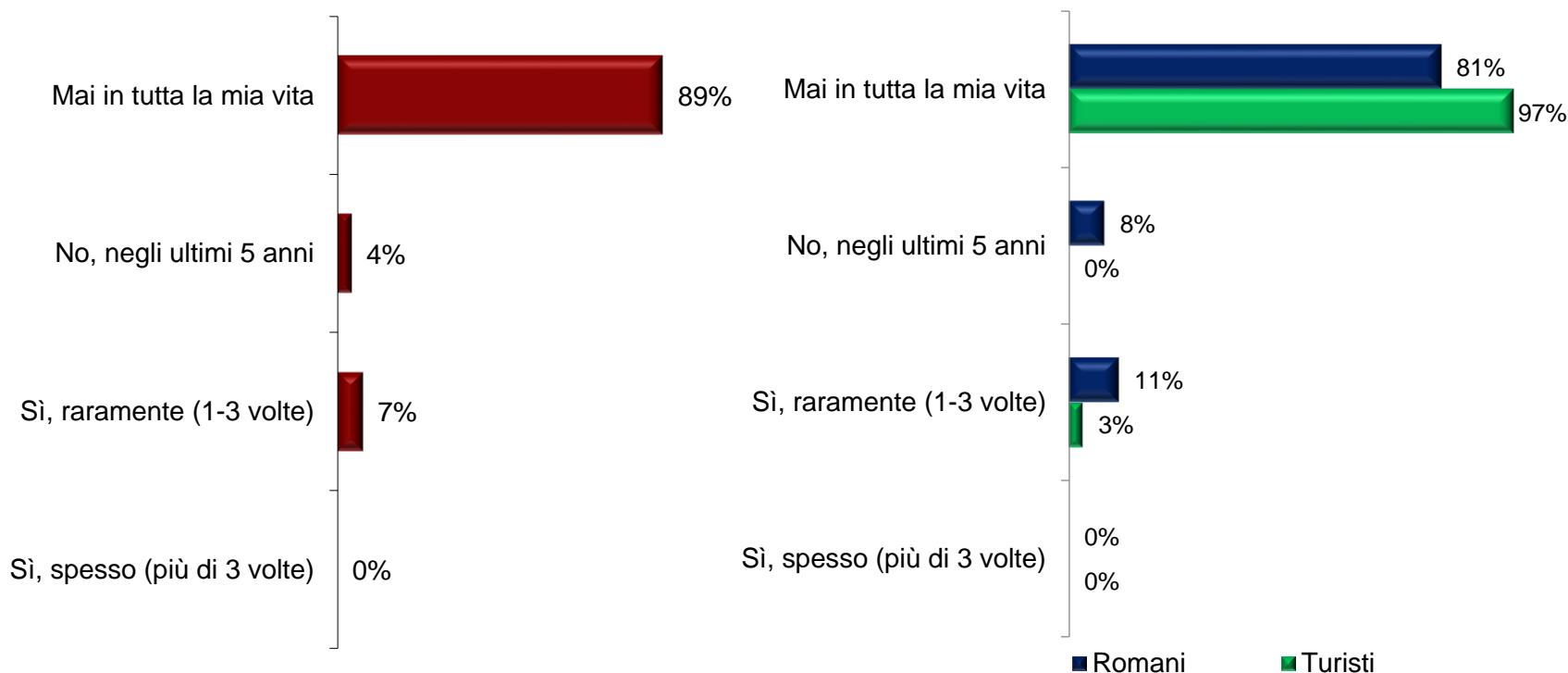
È significativo che il passaparola sia predominante per i visitatori italiani, di età 26-39 anni e 45-54 anni, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie attese, in generale molto soddisfatti. Invece a rispondere scuola/università sono soprattutto i residenti a Roma, che hanno un’età giovane inferiore ai 25 anni, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece la voce guida cartacea/mappa di Roma emerge per i turisti stranieri, di età adulta al di sopra dei 45 anni, con giudizio uguale alle attese e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben l'89% del campione intervistato afferma di **non essere mai stato prima** alla *Casina delle Civette di Villa Torlonia*, il 7% vi è già stato (*“da una a tre volte”*), mentre il restante 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

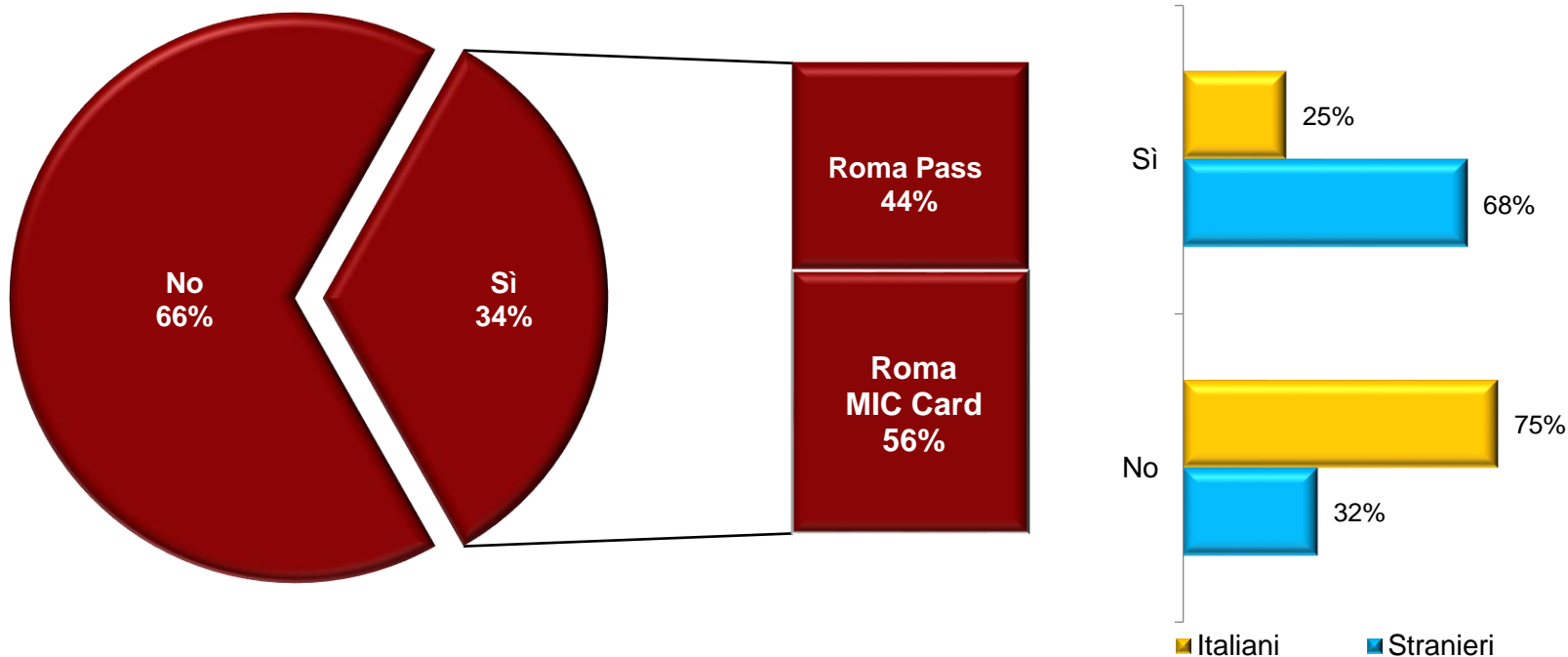
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico in basso a destra), di età 19-39 anni, che non hanno utilizzato una card per entrare in questo museo e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad essere già stati alla Casina delle Civette sono principalmente i residenti a Roma, di età adulta al di sopra di 65 anni, alcuni possiedono la *Roma MIC Card* e negli ultimi dodici mesi hanno frequentato meno di tre musei.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 34% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 56% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il restante 44% alla **Roma Pass**), mentre il 66% afferma di non averla utilizzata.

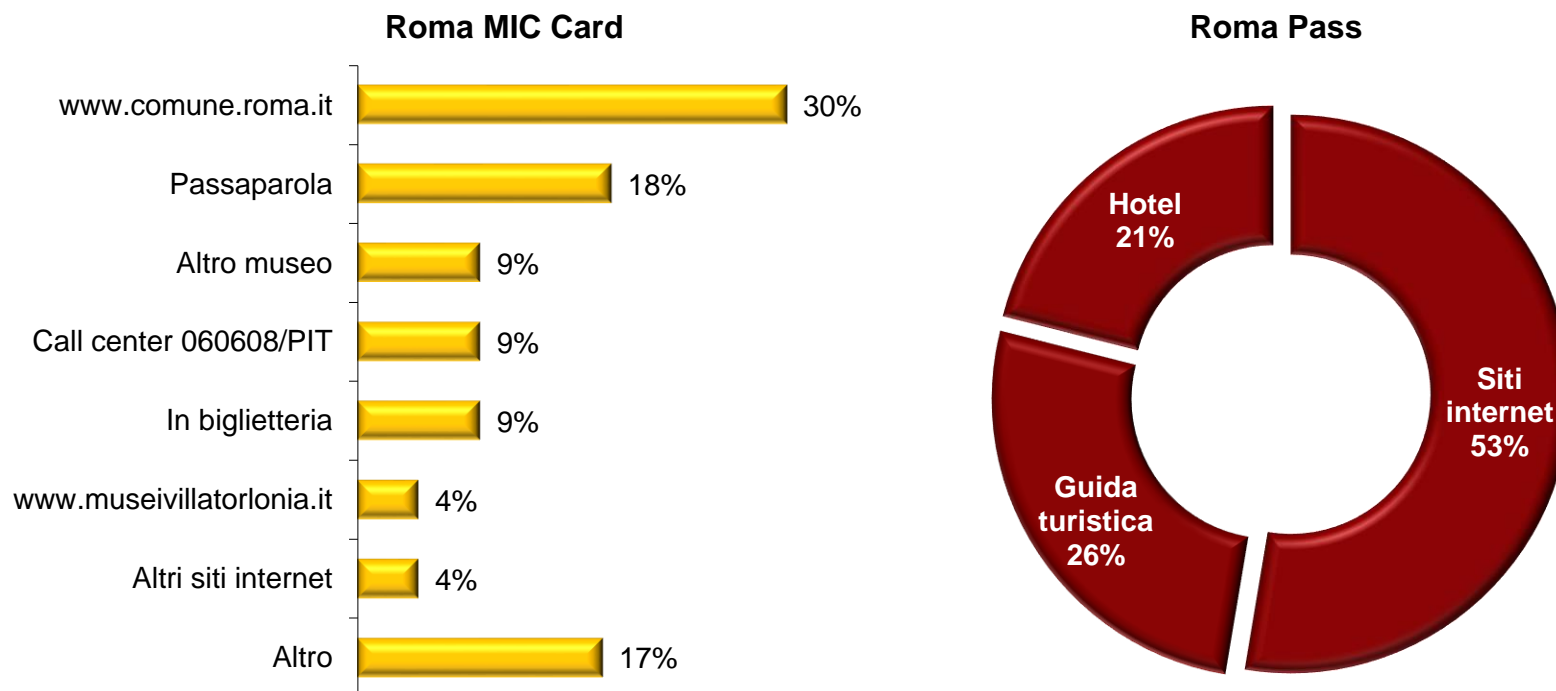
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori italiani (*cf.* grafico sottostante a destra), alcuni di essi sono già stati alla *Casina delle Civette*, con giudizio superiore alle proprie attese e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, sono principalmente i turisti stranieri, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi, nel complesso abbastanza soddisfatti.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (34% sul totale degli intervistati, *cf.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono le voci “**www.comune.roma.it**” (30%) e “**passaparola**” (17%).

Invece per la card *Roma Pass* prevalgono le seguenti risposte: **siti internet** (53%), **guida turistica** (26%) e **hotel** (21%).

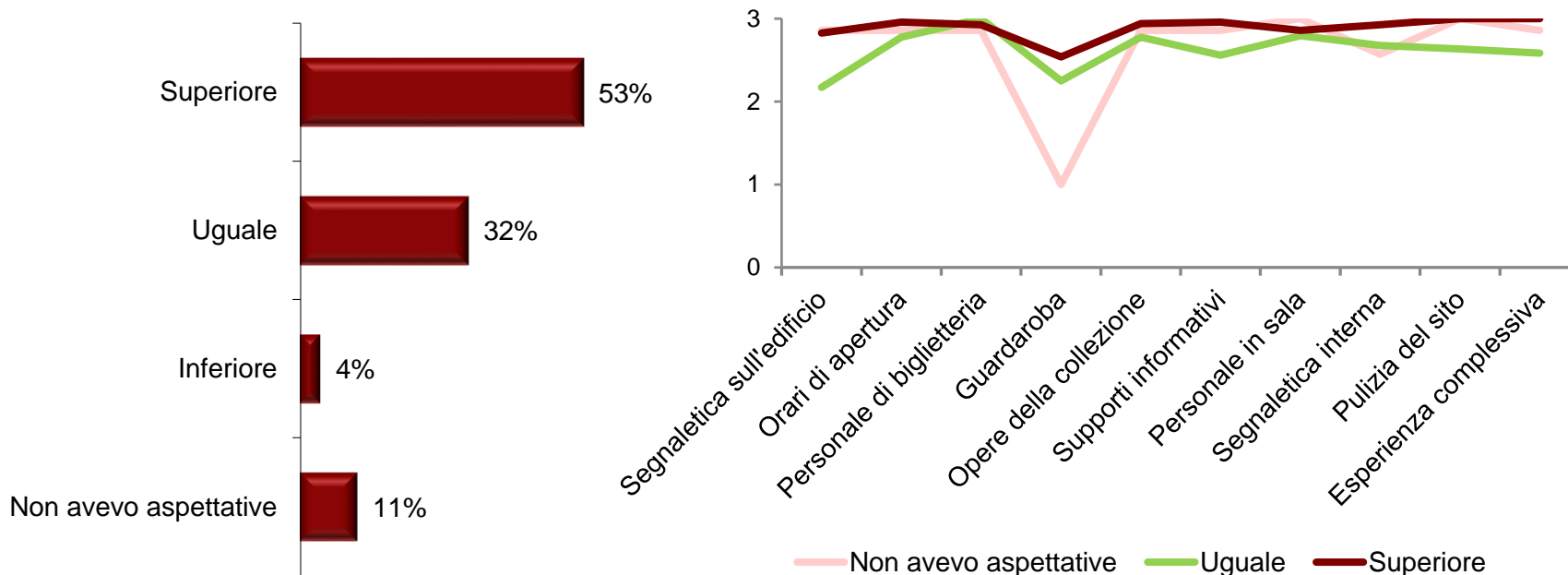


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 53% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 32% è uguale e solo un 4% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. L'11% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i turisti, che hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese o ad esserne privi sono in particolare i visitatori romani, che hanno frequentato meno di tre musei negli ultimi dodici mesi e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

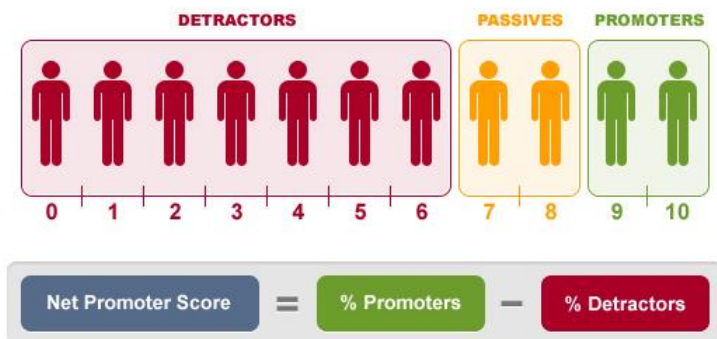


Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** – utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà la *Casina delle Civette* è pari al **59%**.

Il 33% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 4% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

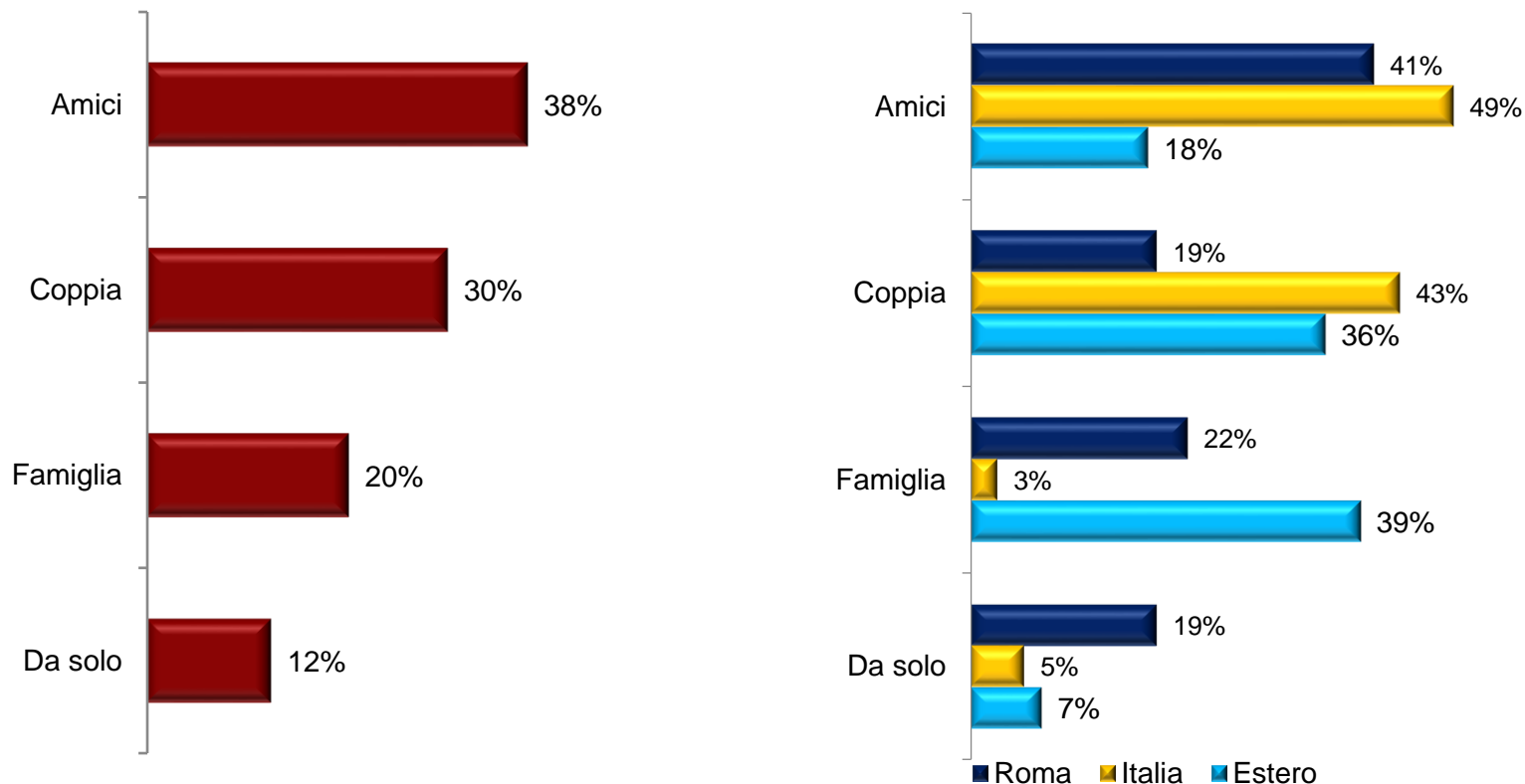


NET PROMOTER SCORE										
Casina delle Civette 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	4	5	38	26	55
0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%	4%	29%	20%	43%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI =	PROMOTORI		
							33%	= 63%		
63%-4%=59%										

Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 30% in “**coppia**”, il 20% vi si reca con la propria “**famiglia**” e solo il restante 12% “**da solo**”.

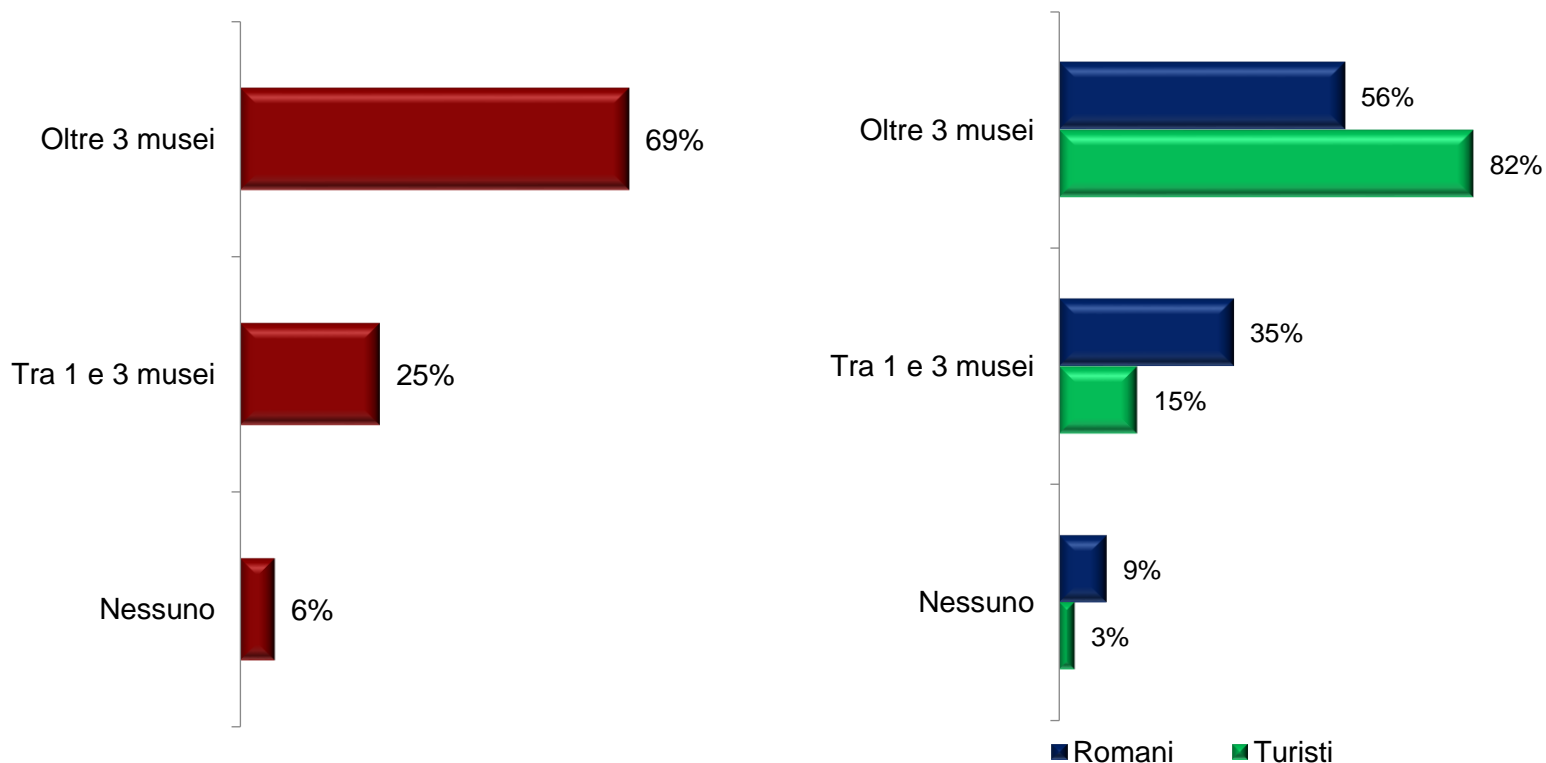
Risulta significativo che a venire con amici o in coppia siano soprattutto i visitatori italiani (cfr. grafico sottostante a destra), diplomati, alcuni già stati alla *Casina delle Civette*, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece a recarsi con la famiglia sono in particolare i turisti stranieri, laureati, nuovi visitatori, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato più di tre musei in quest’ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 69% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 25% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il restante 6% dei visitatori intervistati afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico in basso a destra), laureati, nuovi visitatori, nel complesso molto soddisfatti. Invece coloro che hanno frequentato meno di tre musei sono principalmente i visitatori residenti a Roma, diplomati, alcuni già stati alla *Casina delle Civette*, in generale abbastanza soddisfatti.



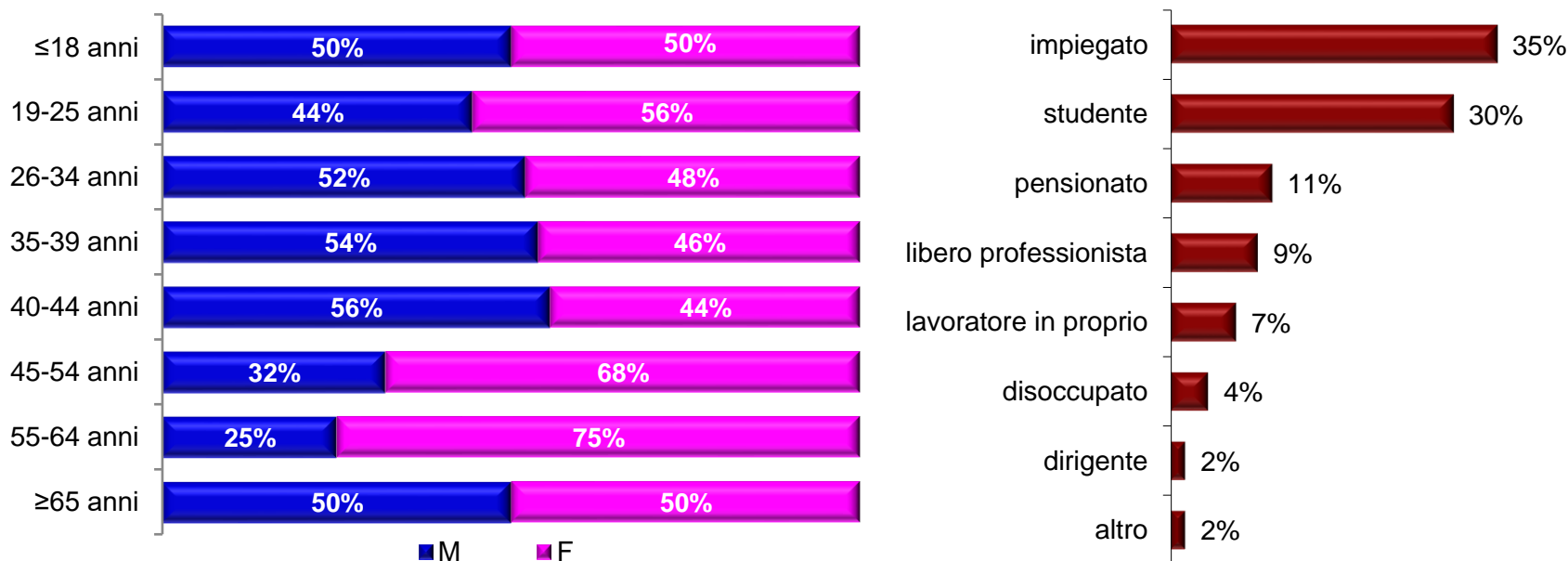
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** (56%; era 55% nel 2023), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni e 45-64 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 26-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **19 e 34 anni** (40% sul totale; in netto aumento dal 23% della scorsa indagine). Inoltre, si evidenzia una flessione percentuale delle fasce dei 35-44 anni (da 31% a 17%).

Il 47% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea** (37% nell'indagine precedente).

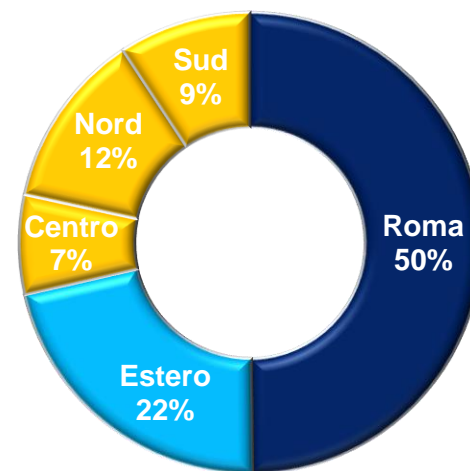
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (35%; erano il 46% nel 2023) e gli **studenti** (30%; in aumento dal 24% dello scorso anno).



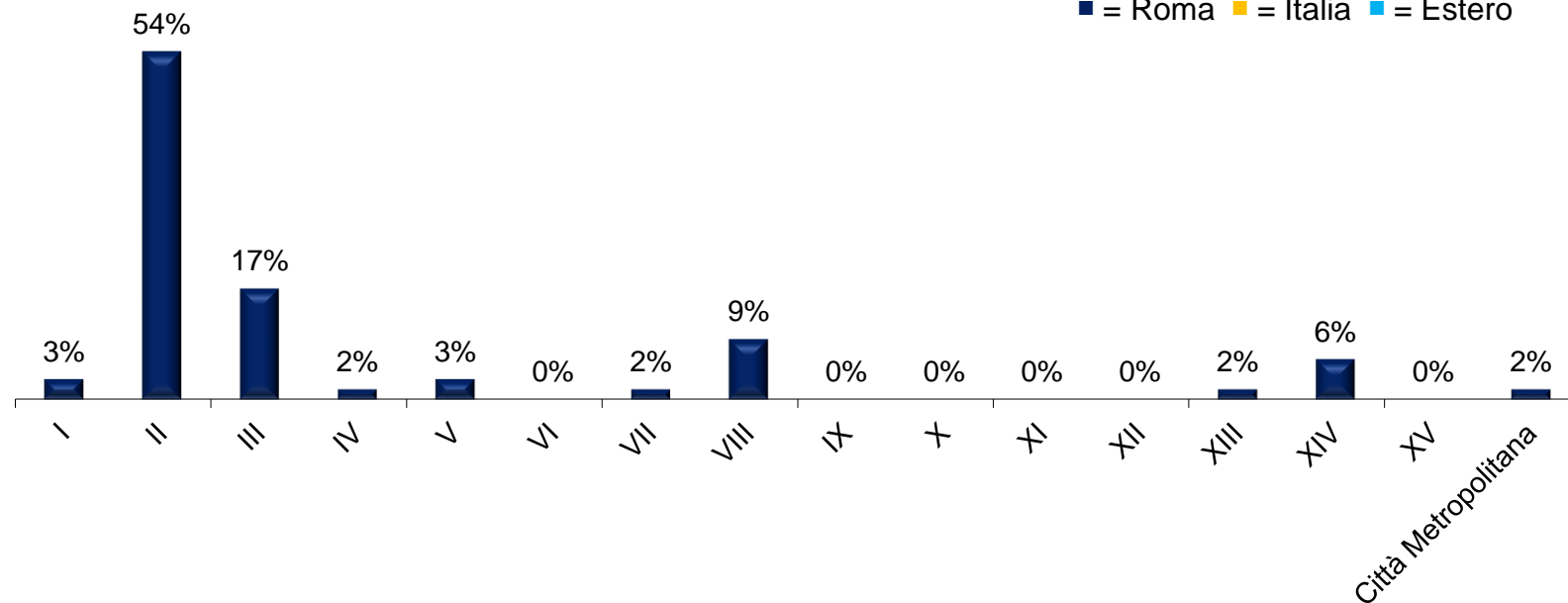
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 50% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani** (65% nell'indagine precedente); il 28% giunge da altre province italiane (27% nel 2023) e il restante 22% dall'estero (in netto aumento dall'8% emerso nella scorsa indagine).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza: prevale nettamente il **Municipio II** (lo stesso in cui si trova il museo), che raggiunge il 54% sul totale dei romani intervistati.



■ = 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 biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,598**	,193*	0,249	,484**	,616**	,261*	,695**	,640**	,659**
Orari di apertura	,598**	1,000	,311**	,553**	,526**	,605**	0,155	,684**	,478**	,632**
Personale di biglietteria	,193*	,311**	1,000	,473**	,446**	0,128	,531**	,198*	-0,092	0,055
Guardaroba	0,249	,553**	,473**	1,000	,553**	,570**	,508**	,435**	,400*	,677**
Opere della collezione	,484**	,526**	,446**	,553**	1,000	,600**	,298**	,393**	,466**	,697**
Supporti informativi	,616**	,605**	0,128	,570**	,600**	1,000	0,145	,701**	,651**	,785**
Personale in sala	,261*	0,155	,531**	,508**	,298**	0,145	1,000	0,026	0,169	,237*
Segnaletica interna	,695**	,684**	,198*	,435**	,393**	,701**	0,026	1,000	,487**	,627**
Pulizia del sito	,640**	,478**	-0,092	,400*	,466**	,651**	0,169	,487**	1,000	,696**
Esperienza complessiva	,659**	,632**	0,055	,677**	,697**	,785**	,237*	,627**	,696**	1,000

*** L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile.

Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutte le variabili non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

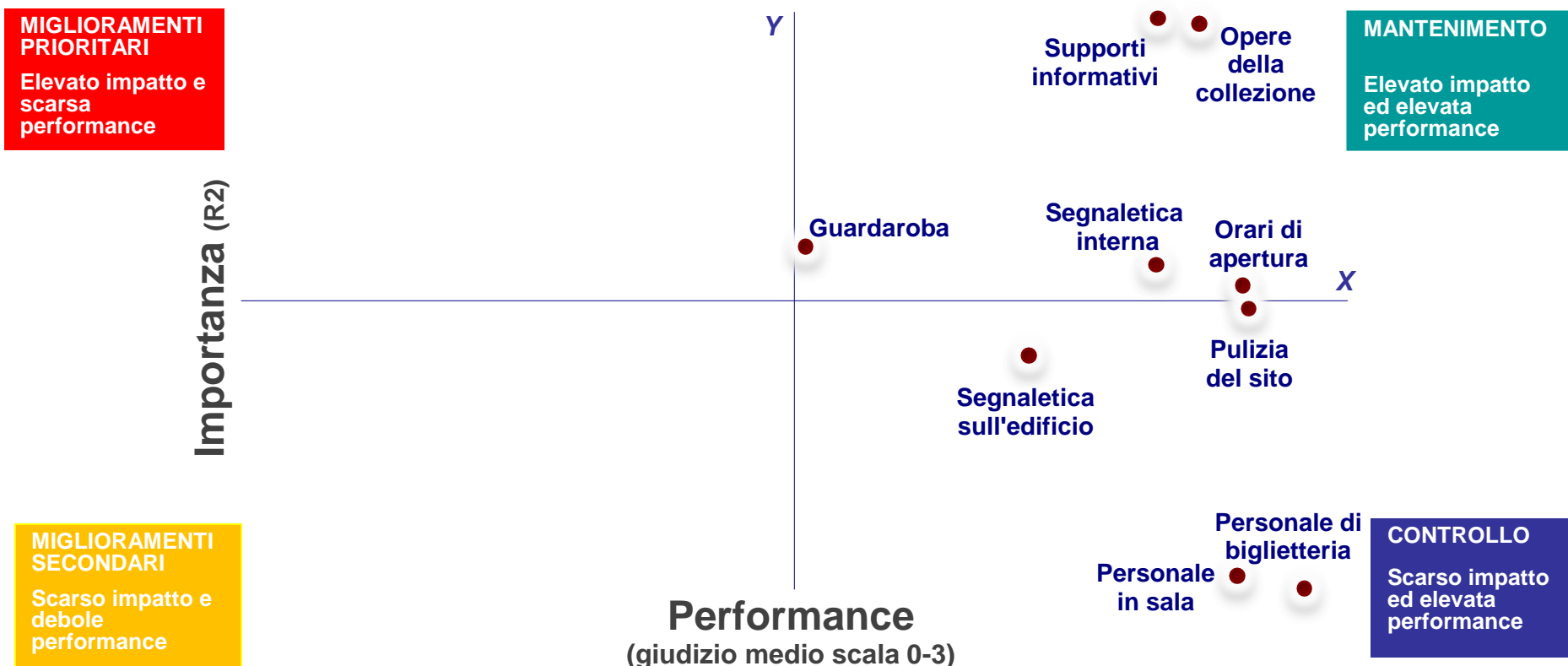
Per la *Casina delle Civette* i **supporti informativi**, le **opere della collezione** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Supporti informativi	0,785
Opere della collezione	0,697
Pulizia del sito	0,696
Guardaroba	0,677
Segnaletica sull'edificio	0,659
Orari di apertura	0,632
Segnaletica interna	0,627
Personale in sala	0,237

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** e le **opere della collezione** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme alla **segnaletica interna** e agli **orari di apertura**, seppure quest'ultimi abbiano un coefficiente di importanza nettamente inferiore. Invece il **guardaroba** è in posizione *borderline* e non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

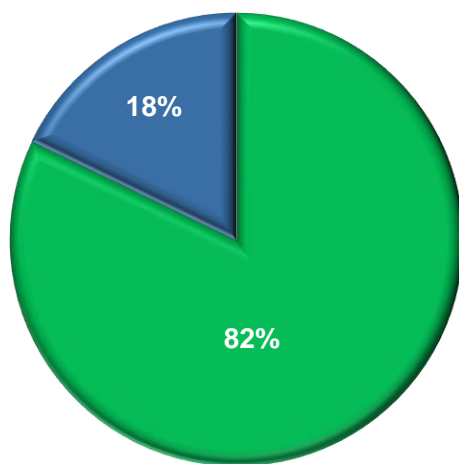
Cluster Analysis

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

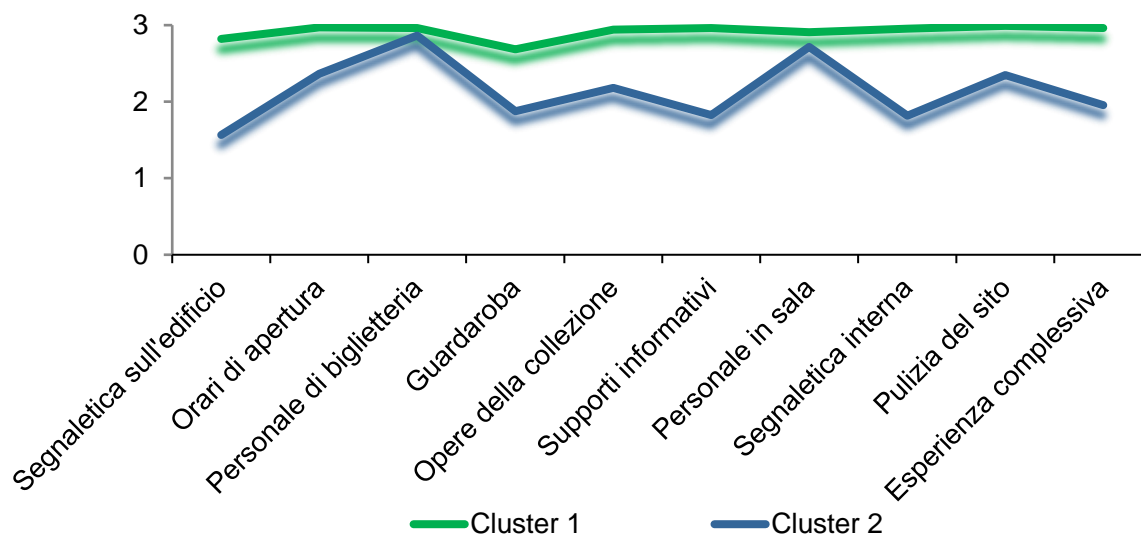
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (106 individui per il *Cluster 1* e 23 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti italiani; di età 26-44 anni e over 55 anni; diplomati; impiegati; scoprono il museo tramite il passaparola; vengono in coppia o con gli amici; giudizio superiore alle attese o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza donne; romani e turisti stranieri; di età inferiore ai 25 anni o 45-54 anni; con titolo di scuola media inferiore o laurea; studenti e liberi professionisti; scoprono il museo tramite internet e guida/mappa di Roma; vengono da soli o con la famiglia; giudizio uguale alle attese; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

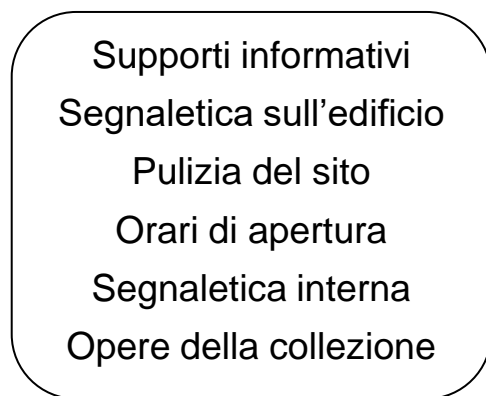


— Cluster 1 — Cluster 2

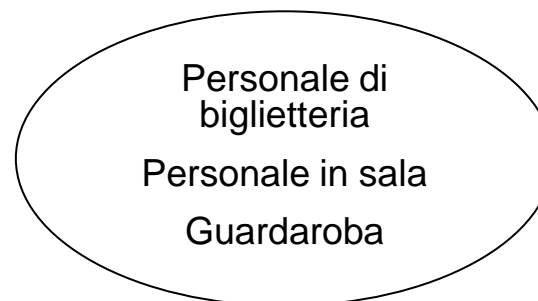
Analisi Fattoriale

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 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



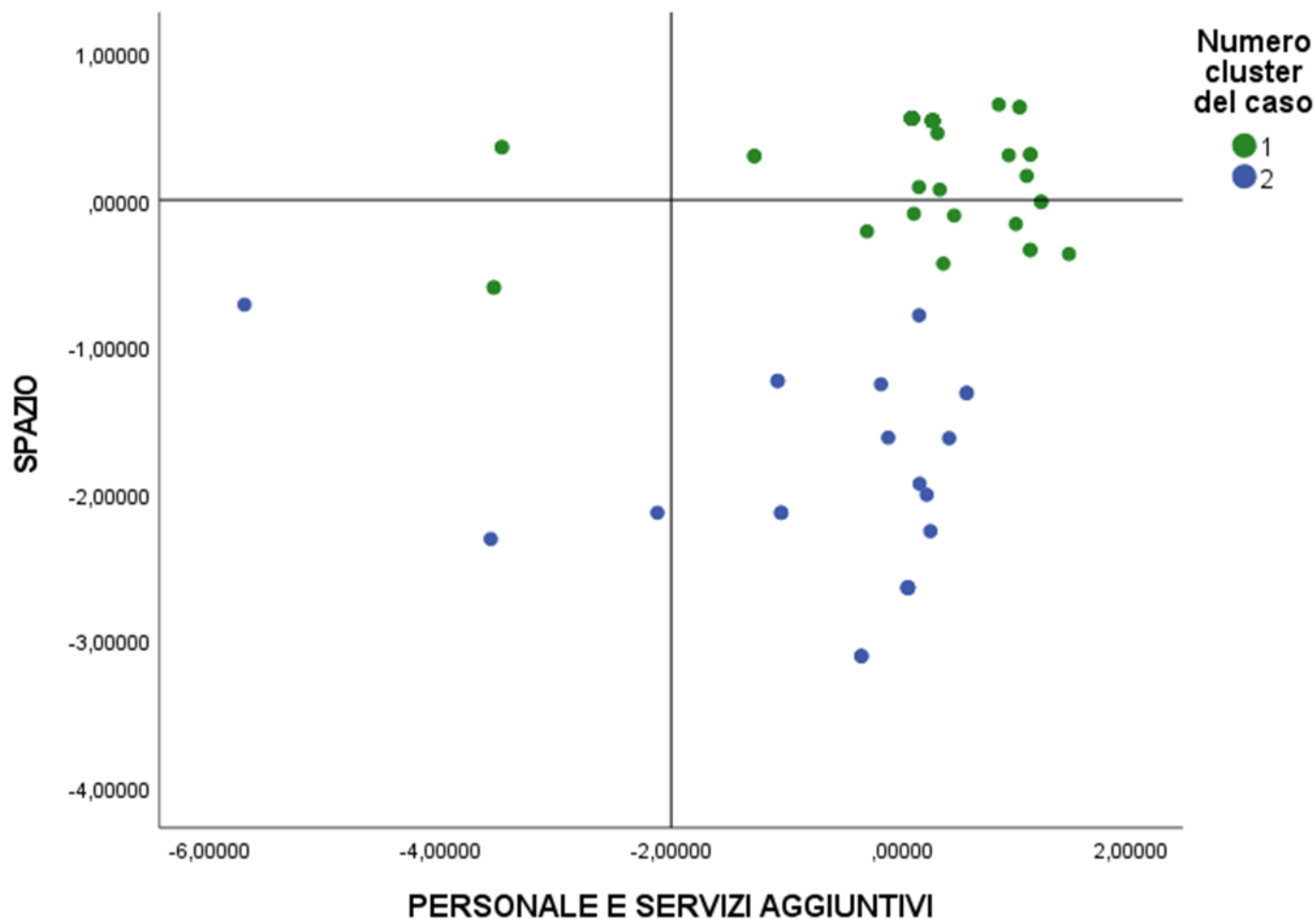
Fattore 1
SPAZIO



Fattore 2
PERSONALE E SERVIZI
AGGIUNTIVI

Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “Molto soddisfatti”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori di riferimento, in particolare sul Fattore 1 (*Spazio*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 69**

SEGNALETICA ESTERNA da aumentare, migliorare all'interno della Villa. **Totale 31**

MANUTENZIONE ascensore non funzionante, non è stato possibile utilizzarlo. **Totale 13**

SERVIZI IGIENICI da migliorare, ristrutturarli. **Totale 9**

SUPPORTI INFORMATIVI informazioni più dettagliate, anche in inglese. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 15**

TOTALE 73 SUGGERIMENTI

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

Mai stato Sì da 1 a 3 volte Sì più di 3 volte

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (quale? Roma Pass Roma MIC Card) No

Se sì, come è venuto a conoscenza della card?.....

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

stampa (quotidiani/riviste) passando, per caso social e portale museiincomuneroma.it
 altri siti web e canali social passaparola (amici/parenti) affissioni pubblicitarie-schermi LED
 mostra o evento guida turistica/mappa di Roma da sempre/non ricordo altro (specificare:.....)

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da *Molto* a *Per niente soddisfatto*) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è: Superiore Uguale Inferiore Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? Nessuno Tra 1 e 3 musei Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare _____

DATI PERSONALI: Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥75

Genere: M F Altro Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....