



Indagini di Customer Satisfaction

Museo Pietro Canonica

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
- 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. **101 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 16 al 19 ottobre** presso il **Museo Pietro Canonica** (gli intervistati rappresentano il 28% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,95\%$.

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 piuttosto buono, con una media di **2,64** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

L'aspetto maggiormente gradito è la **pulizia del sito** (2,76); poi seguono le **opere della collezione**, il **personale di accoglienza e in sala** (2,66 per ciascuno).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le **opere della collezione** rappresentano la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quelle più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla **pulizia del sito** (cfr. pp. 16-18). Tra i suggerimenti rilasciati emergono quelli sull'**allestimento** (n. 20 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 43% da **turisti stranieri, impiegati** (60%), in possesso di un titolo di **laurea** (65%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta dei **45-54 anni** (33% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando, per caso** (36%); poi segue la voce **associazione culturale** (17%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando per caso* siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-44 anni, laureati. Invece a rispondere *associazione culturale* sono stati in particolare i visitatori residenti a Roma, appartenenti alle fasce dei 45-64 anni, diplomati.

Tabella riassuntiva

<i>Museo Pietro Canonica 2024</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,54	3,00	101	0	0,500	0%	54%	0%	100%
Orari di apertura	2,61	3,00	101	0	0,509	0%	62%	0%	99%
Personale di accoglienza	2,66	3,00	101	0	0,475	0%	66%	0%	100%
Opere della collezione	2,66	3,00	101	0	0,475	0%	66%	0%	100%
Supporti informativi	2,23	2,00	101	0	0,467	0%	25%	0%	98%
Personale in sala	2,66	3,00	101	0	0,475	0%	66%	0%	100%
Segnaletica interna	2,31	2,00	101	0	0,505	0%	33%	0%	98%
Pulizia del sito	2,76	3,00	101	0	0,428	0%	76%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,64	3,00	101	0	0,481	0%	64%	0%	100%

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

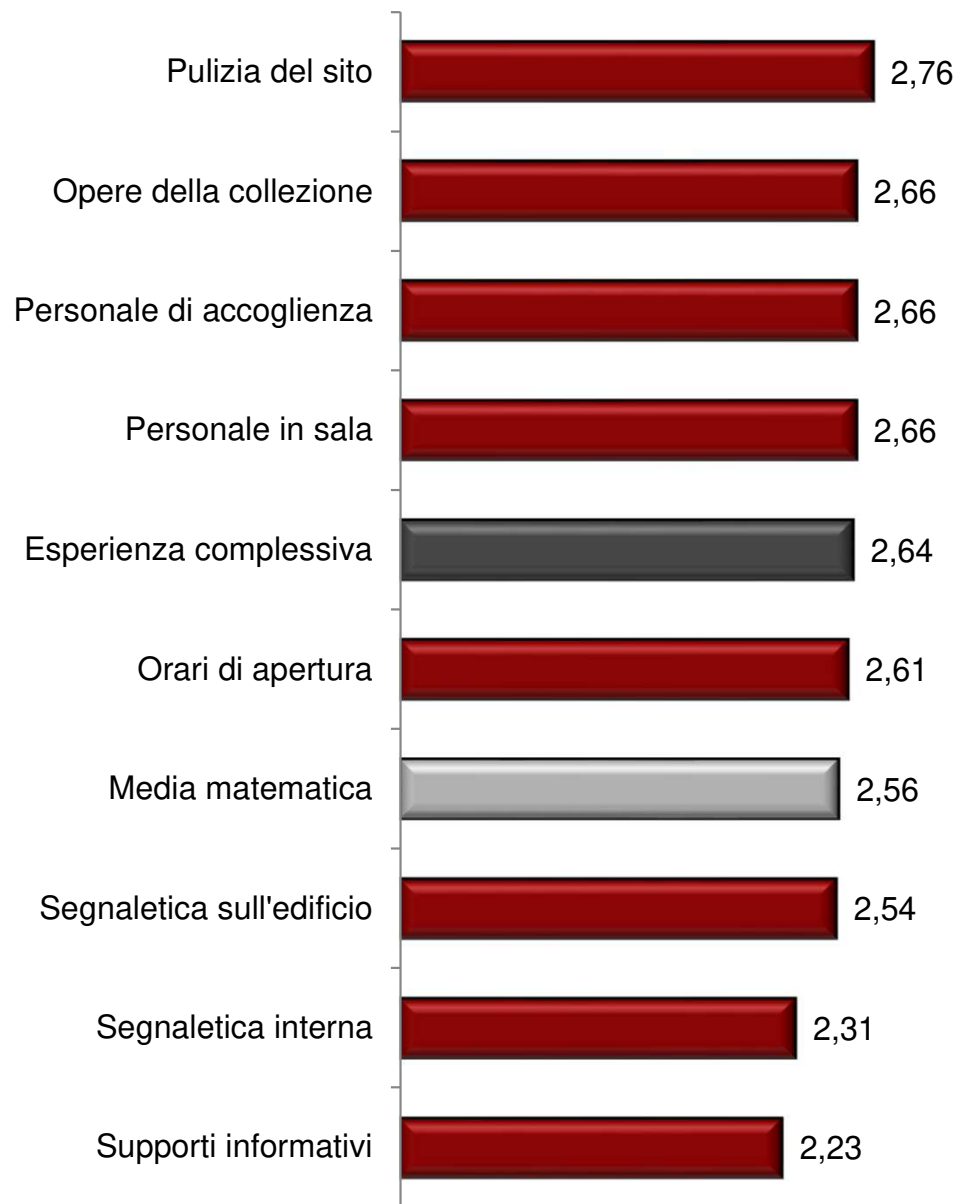
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,56).

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 vi sono: la **pulizia del sito**, le **opere della collezione**, il **personale di accoglienza** e **in sala**.

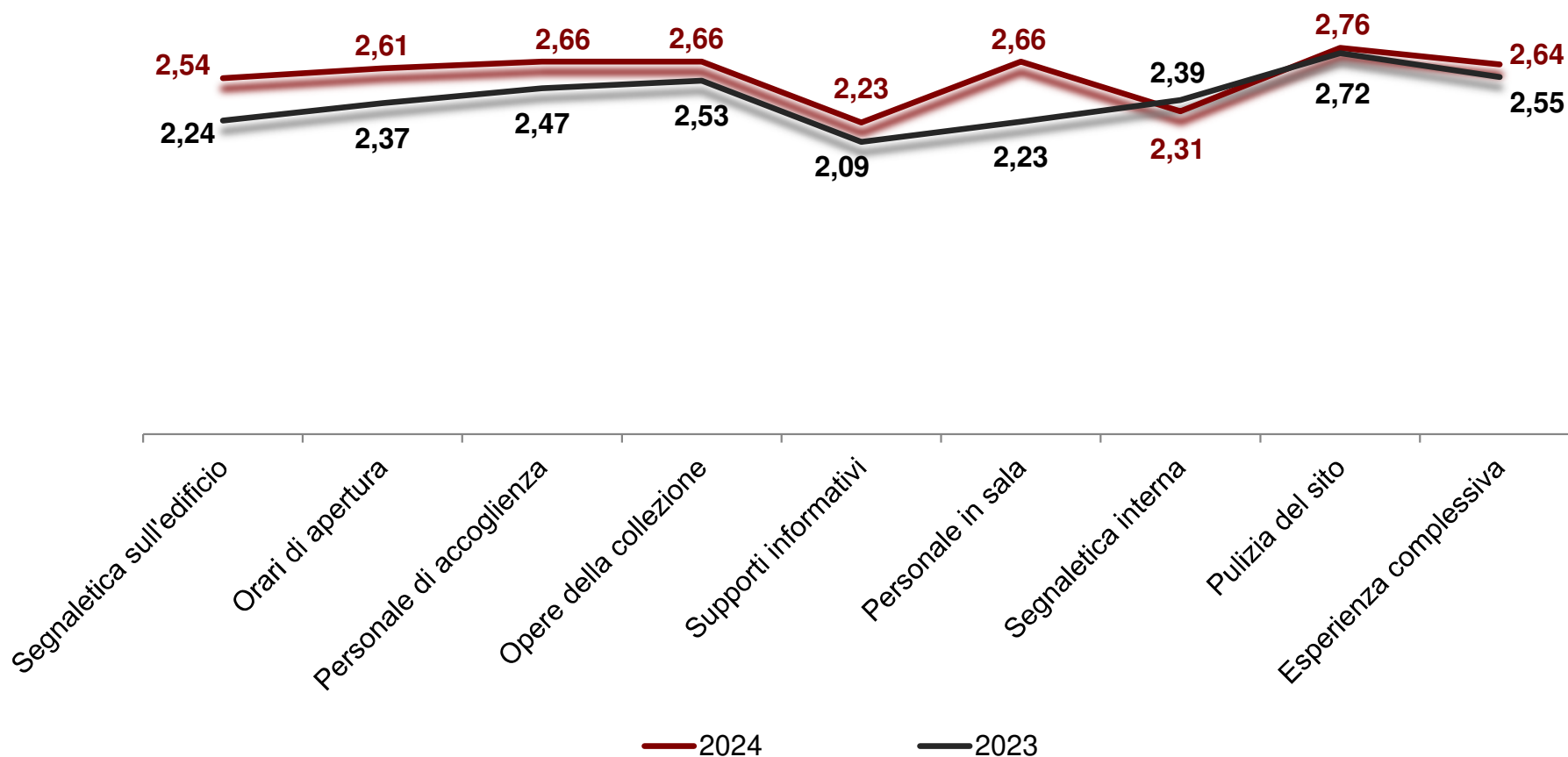
Tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2023-2024

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

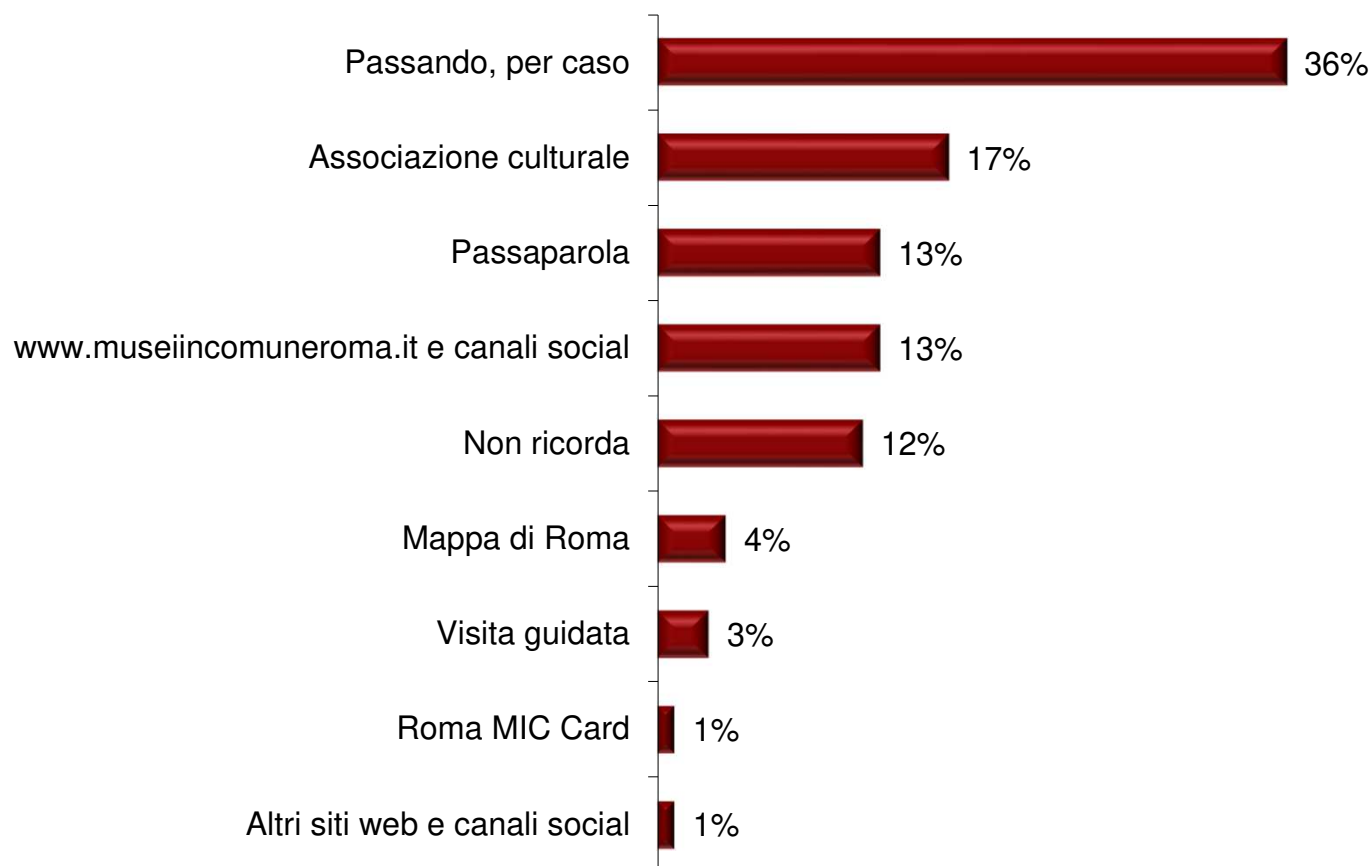
Dal grafico sottostante si evidenzia un incremento del livello di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti, in particolare sul **personale in sala**. Invece si registra una lieve flessione sulla **segnaletica interna**, ma il valore medio resta al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 36% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**”; poi seguono le voci “**associazione culturale**” (17%), “**passaparola**” e “**www.museiincomuneroma e canali social**” (13% per entrambi).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-44 anni, laureati. Invece a rispondere associazione culturale sono stati in particolare i visitatori residenti a Roma, appartenenti alle fasce dei 45-64 anni, diplomati.

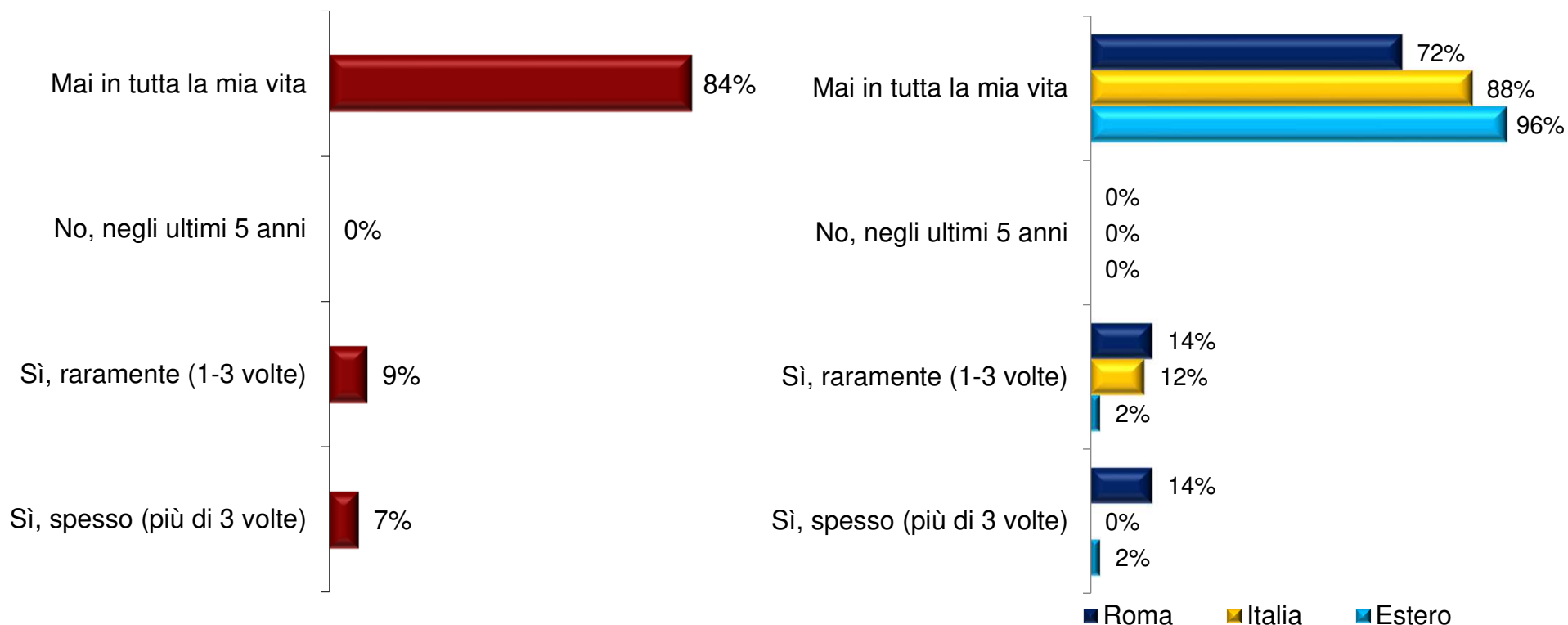


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (84% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo Pietro Canonica**, il 16% già vi è stato (di cui il 9% “*da una a tre volte*” e il 7% “*più di tre volte*”), mentre nessuno vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), diplomati, nel complesso abbastanza soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

Invece ad essere già stati al Museo Pietro Canonica sono prevalentemente i visitatori romani, laureati, in generale molto soddisfatti, con giudizio uguale alle proprie attese.

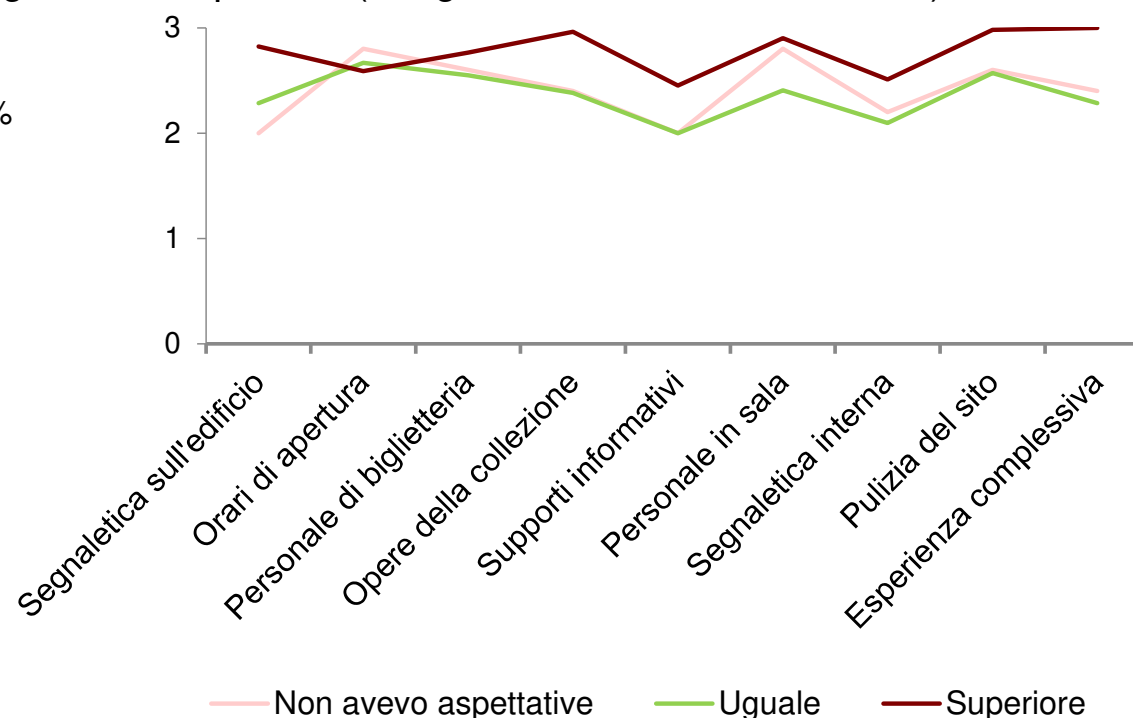
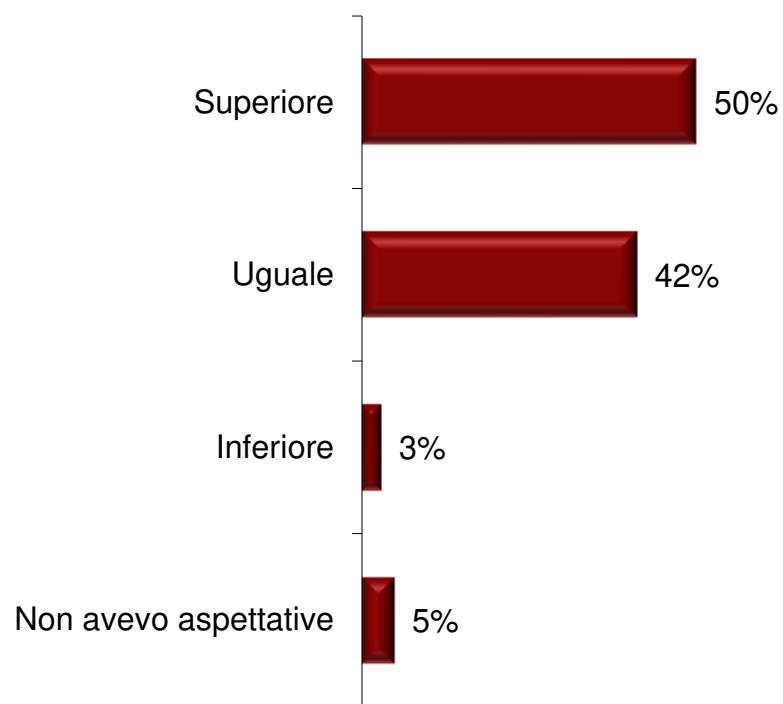


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 50% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 42% è uguale, mentre solo per il 3% degli intervistati è inferiore. Il restante 5% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i nuovi visitatori, laureati, in generale molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per alcuni visitatori già stati al Museo Pietro Canonica, diplomati, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno visto tra uno e tre musei negli ultimi dodici mesi.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione degli orari di apertura (*cf.* grafico sottostante a destra).

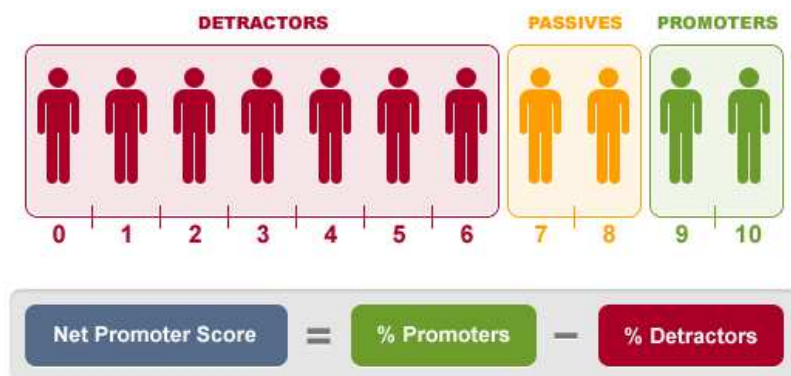


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 il *Museo Pietro Canonica* è pari al **40%**.

Ben il 54% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 3% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

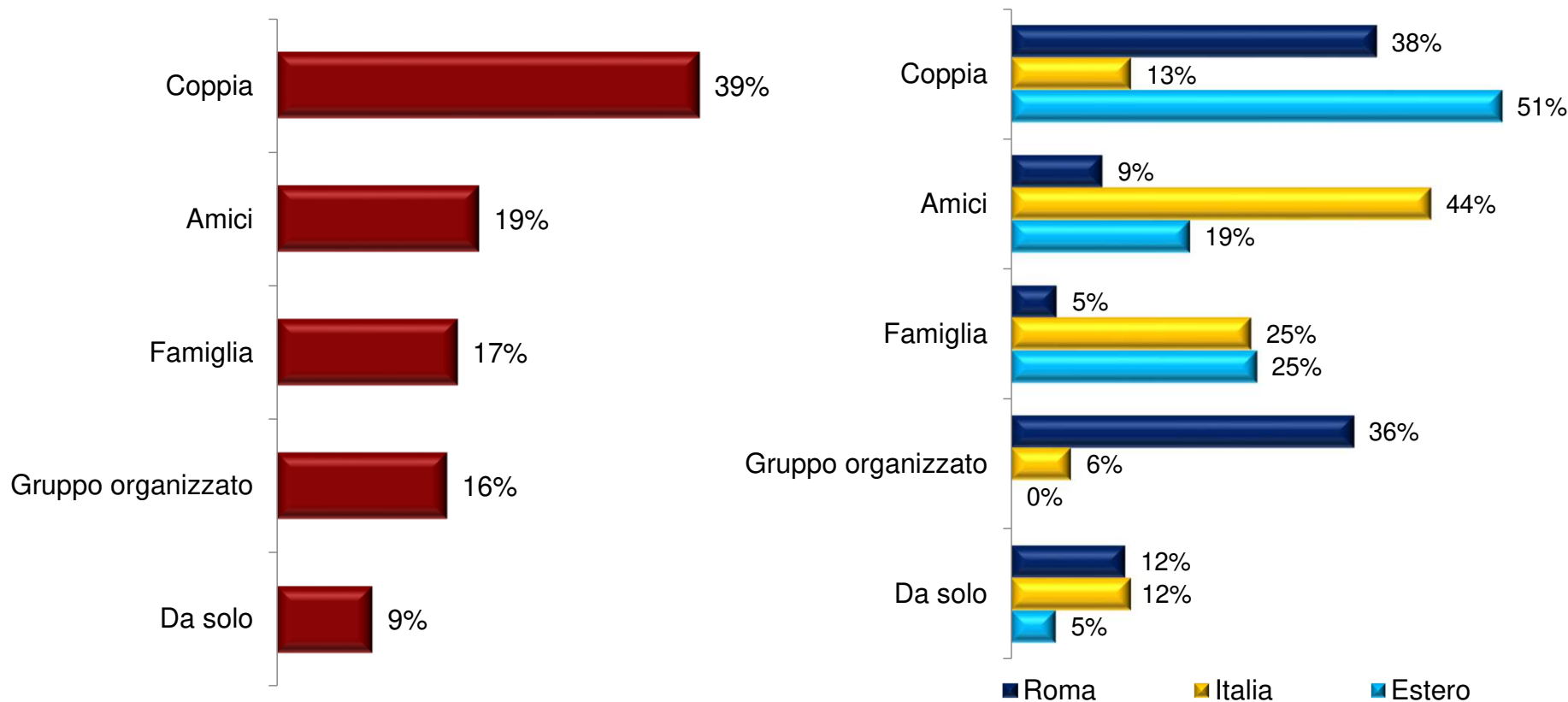


NET PROMOTER SCORE										
Museo Pietro Canonica 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	3	12	43	21	22
0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	12%	42%	21%	22%
DETRACTORI = 3%							PASSIVI = 54%		PROMOTORI = 43%	
43%-3%=40%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 19% vi si reca in compagnia di **“amici”**, il 17% viene con la propria **“famiglia”**, il 16% con un **“gruppo organizzato”** e il restante 9% risponde **“da solo”**.

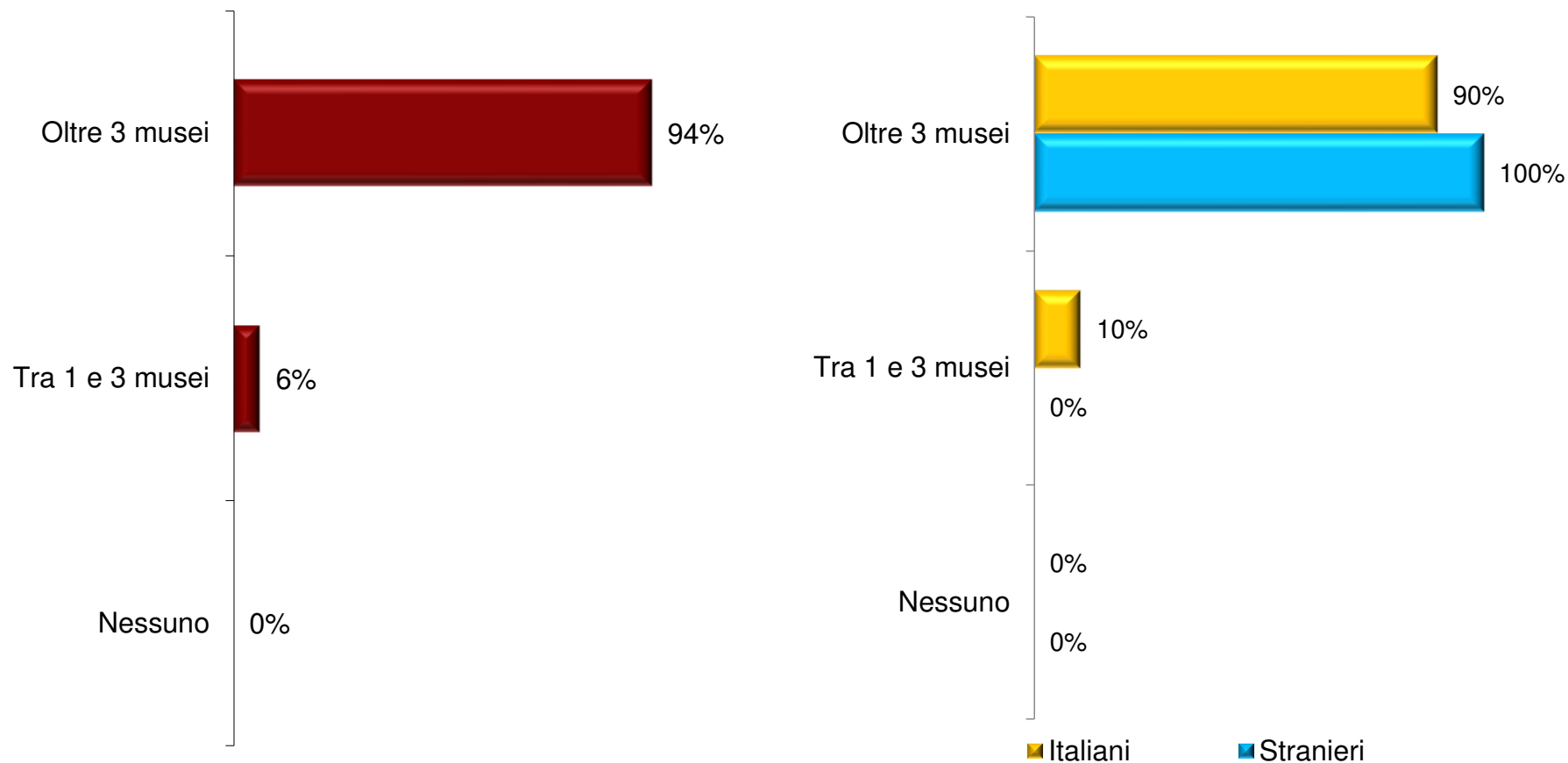
Risulta significativo che a venire in coppia oppure con amici siano principalmente i turisti (*cf.* grafico in basso a destra), sia italiani (*amici*) che stranieri (*coppia*), di età 26-39 anni, con titolo di laurea, che hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a recarsi al museo con la propria famiglia sono soprattutto i turisti, appartenenti alle fasce di età 19-25 anni e 40-54 anni, diplomati, che nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 94% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno e il 6% risponde **“tra uno e tre musei”**; nessun intervistato afferma di non avere visitato alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno sono i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



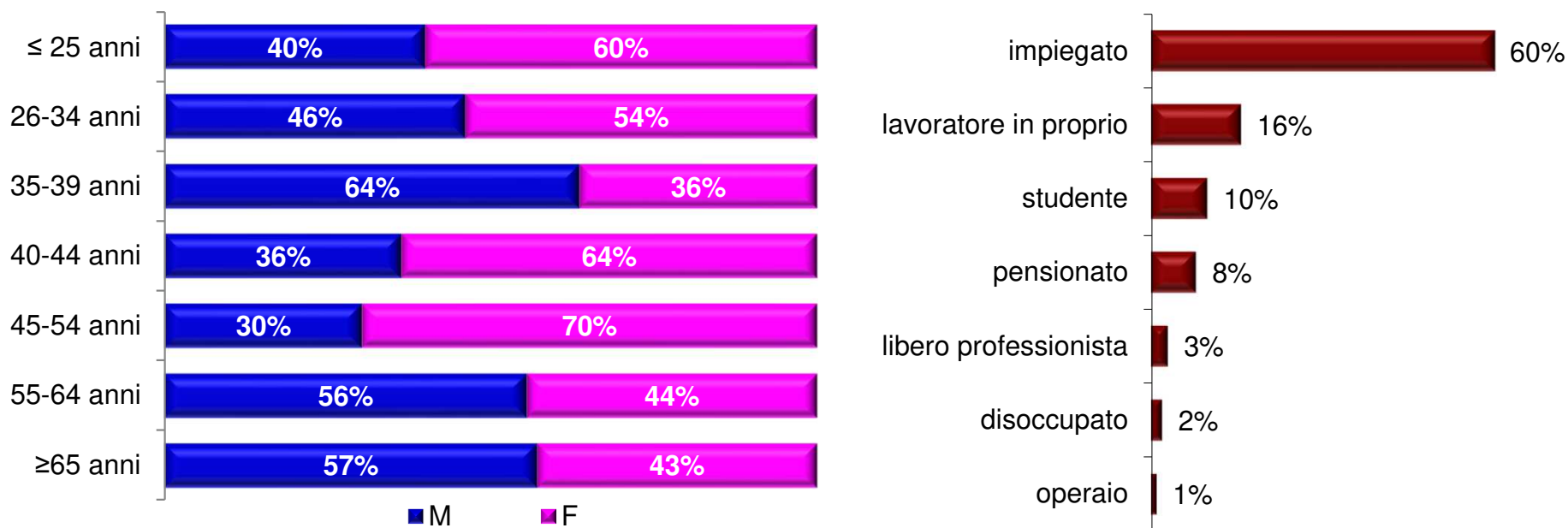
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Il 56% del campione appartiene al **genere femminile** (50% nel 2023), che prevale tra i giovani fino ai 34 anni ed adulti di età 40-54 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 35-39 anni e al di sopra dei 55 anni.

In tale indagine si registra una maggiore presenza delle fasce di età adulta **45-54 anni**, la cui percentuale passa dal 13% dello scorso anno al 33%. Si rileva, invece, una flessione dei visitatori di età 55-64 anni, che scendono dal 15% al 9%.

Il 65% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea** (44% nel 2023).

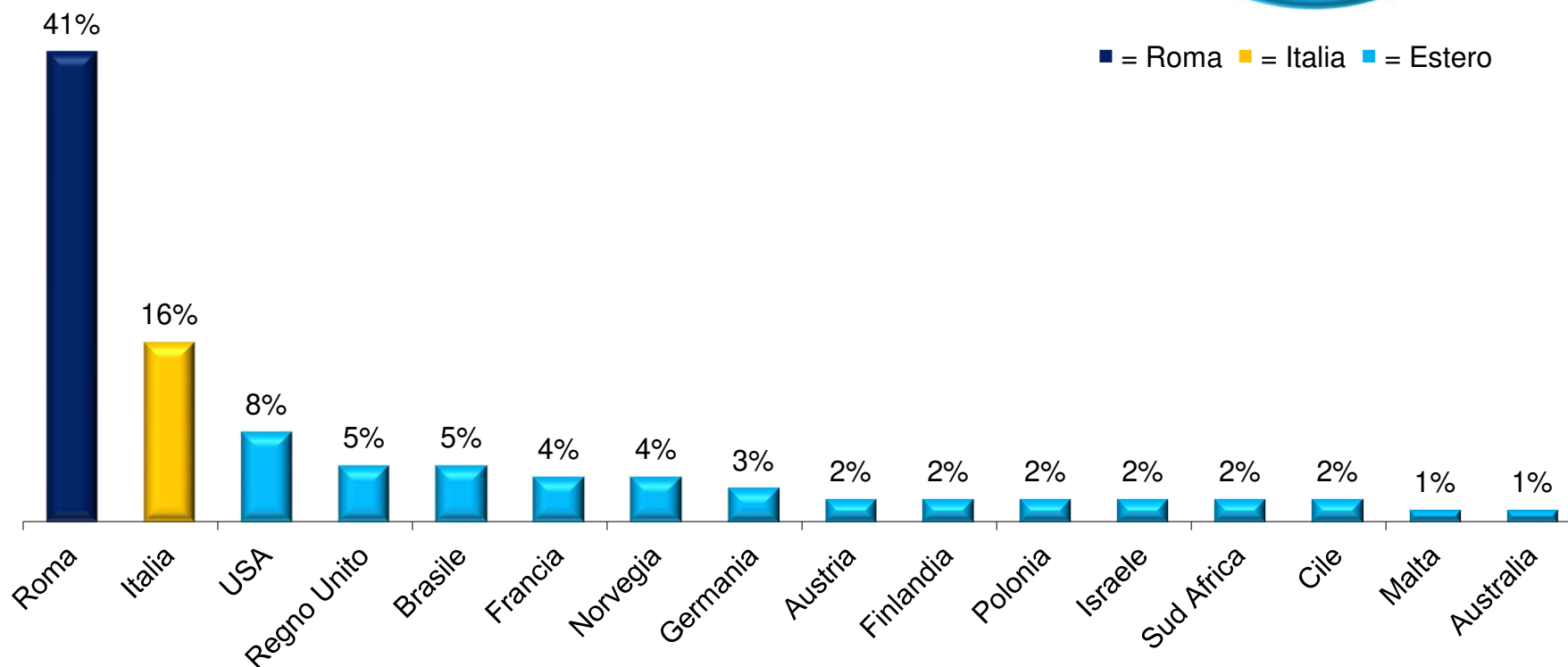
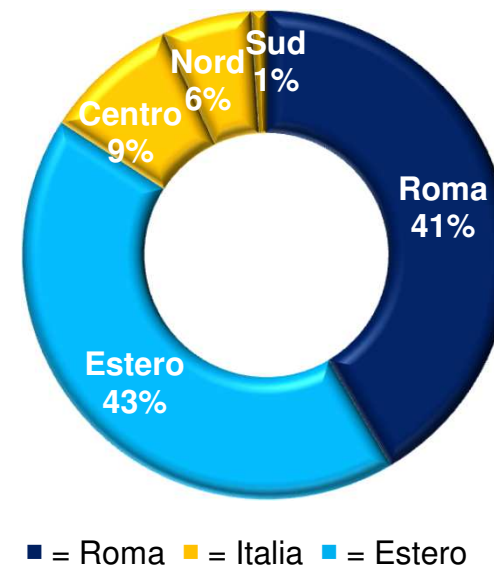
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (60%; erano il 44% nell'indagine precedente). Poi seguono i lavoratori in proprio (16%; erano il 9%) e gli studenti (aumentano da 7% a 10%). In discesa i pensionati, la cui percentuale passa da 19% a 8%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 43% del campione totale è rappresentato da **turisti stranieri** (in aumento dal 30% emerso nel 2023); i residenti a Roma scendono dal 58% dello scorso anno al 41%, mentre il 16% giunge da altre province italiane (12% nell'indagine precedente).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense** (8% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



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	-0,045	,358**	,316**	,405**	,358**	,358**	,377**	,399**
Orari di apertura	-0,045	1,000	-0,108	0,190	0,174	0,148	0,112	-0,082	0,072
Personale di accoglienza	,358**	-0,108	1,000	0,113	,390**	,202*	,358**	,291**	0,126
Opere della collezione	,316**	0,190	0,113	1,000	,319**	,335**	,315**	,488**	,782**
Supporti informativi	,405**	0,174	,390**	,319**	1,000	,390**	,814**	,326**	,452**
Personale in sala	,358**	0,148	,202*	,335**	,390**	1,000	,259**	,488**	,520**
Segnaletica interna	,358**	0,112	,358**	,315**	,814**	,259**	1,000	,263**	,324**
Pulizia del sito	,377**	-0,082	,291**	,488**	,326**	,488**	,263**	1,000	,604**
Esperienza complessiva	,399**	0,072	0,126	,782**	,452**	,520**	,324**	,604**	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.

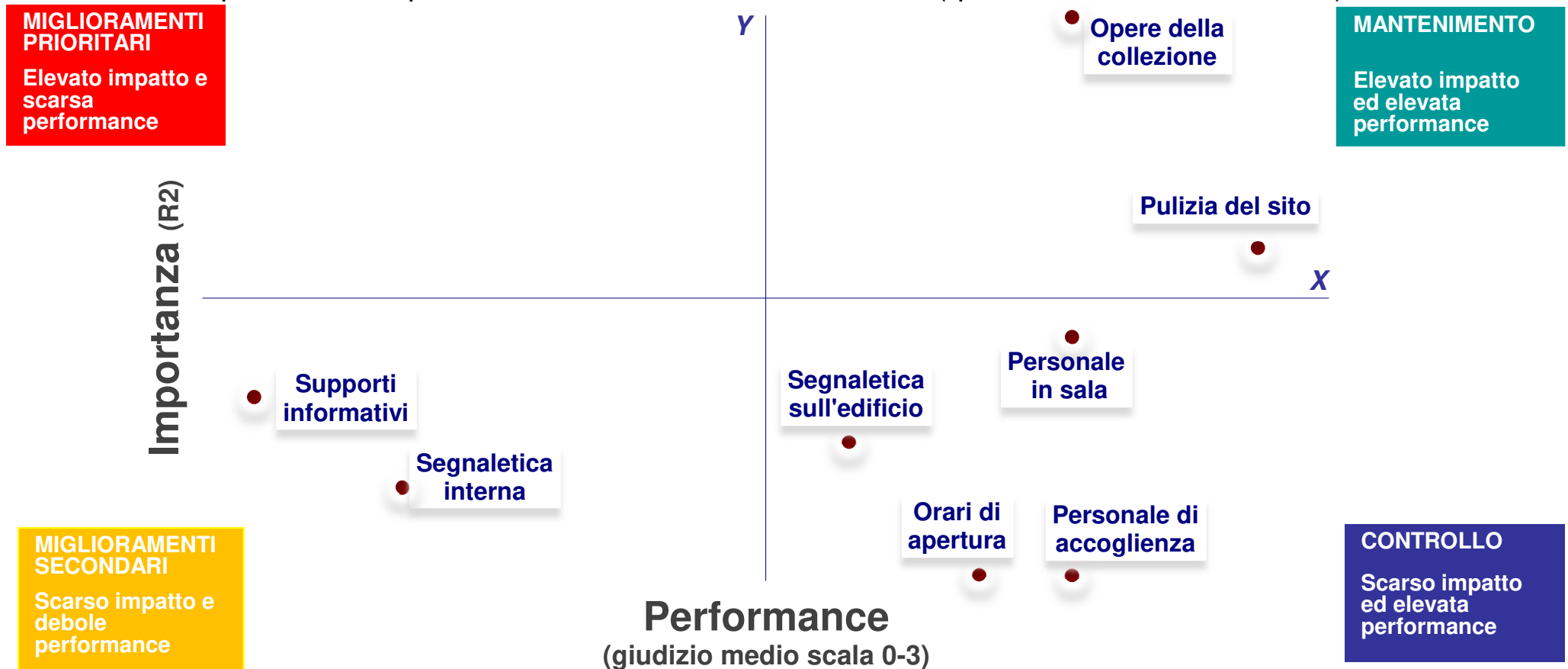
Per il *Museo Pietro Canonica* le **opere della collezione** e la **pulizia del sito** sono gli elementi più correlati alla soddisfazione generale.

Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,782
Pulizia del sito	0,604
Personale in sala	0,520
Supporti informativi	0,452
Segnaletica sull'edificio	0,399
Segnaletica interna	0,324

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si collocano nel quadrante in alto a destra, insieme alla **pulizia del sito**, seppure quest'ultima abbia un coefficiente di importanza inferiore. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse vi sono 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.

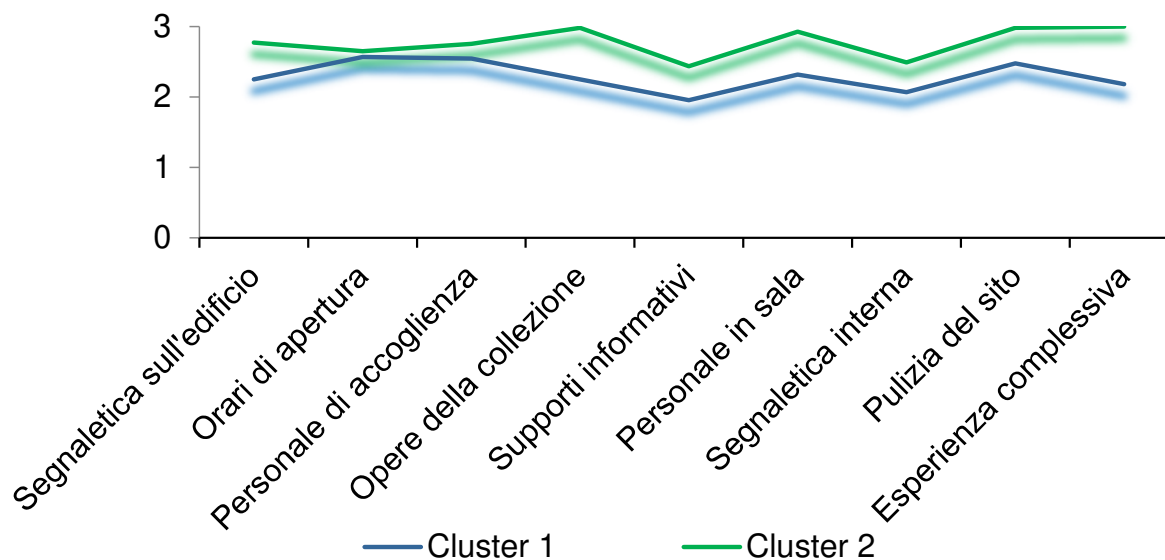
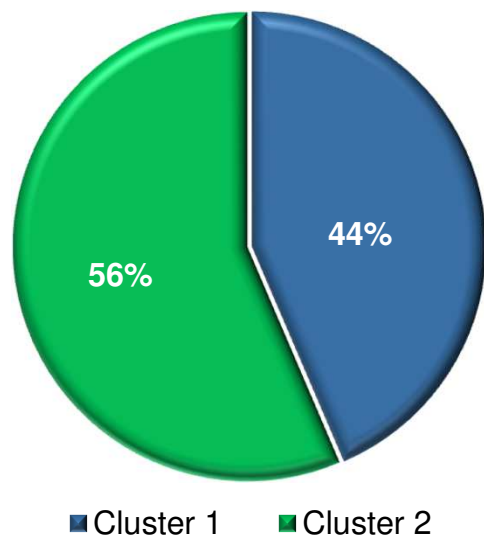
Cluster Analysis

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 (44 individui per il *Cluster 1* e 57 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 nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; italiani (inclusi i romani); di età 35-39 anni e over 65 anni; diplomati; liberi professionisti e pensionati; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto tramite il passaparola e associazione culturale; vengono in famiglia o con un gruppo organizzato; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.

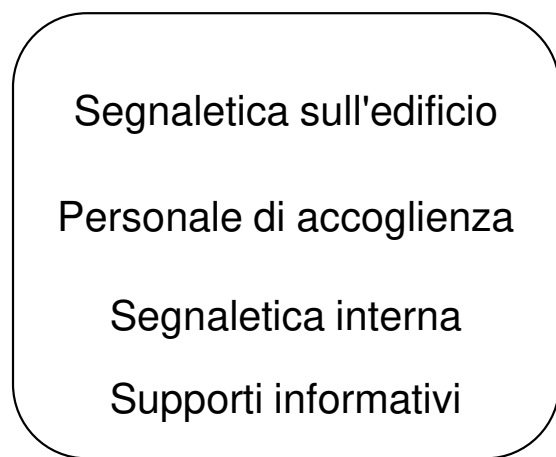
Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti stranieri; di età inferiore ai 34 anni e 45-54 anni; laureati; studenti, impiegati e lavoratori in proprio; sono venuti a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e attraverso il portale www.museiincomuneroma.it; vengono in coppia o con amici; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

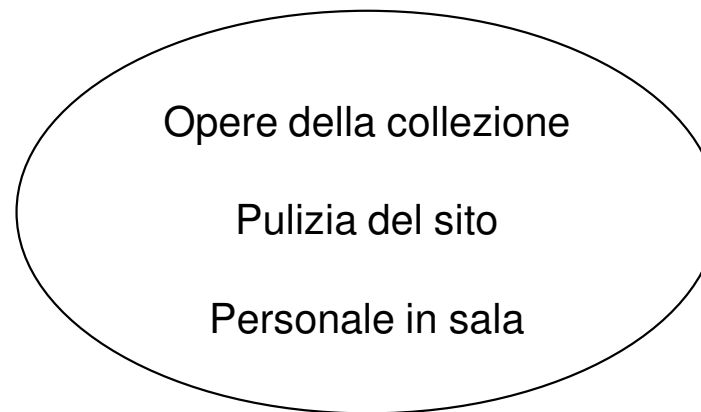
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (gli orari di apertura sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Fattore 1

ACCOGLIENZA E INFORMAZIONE

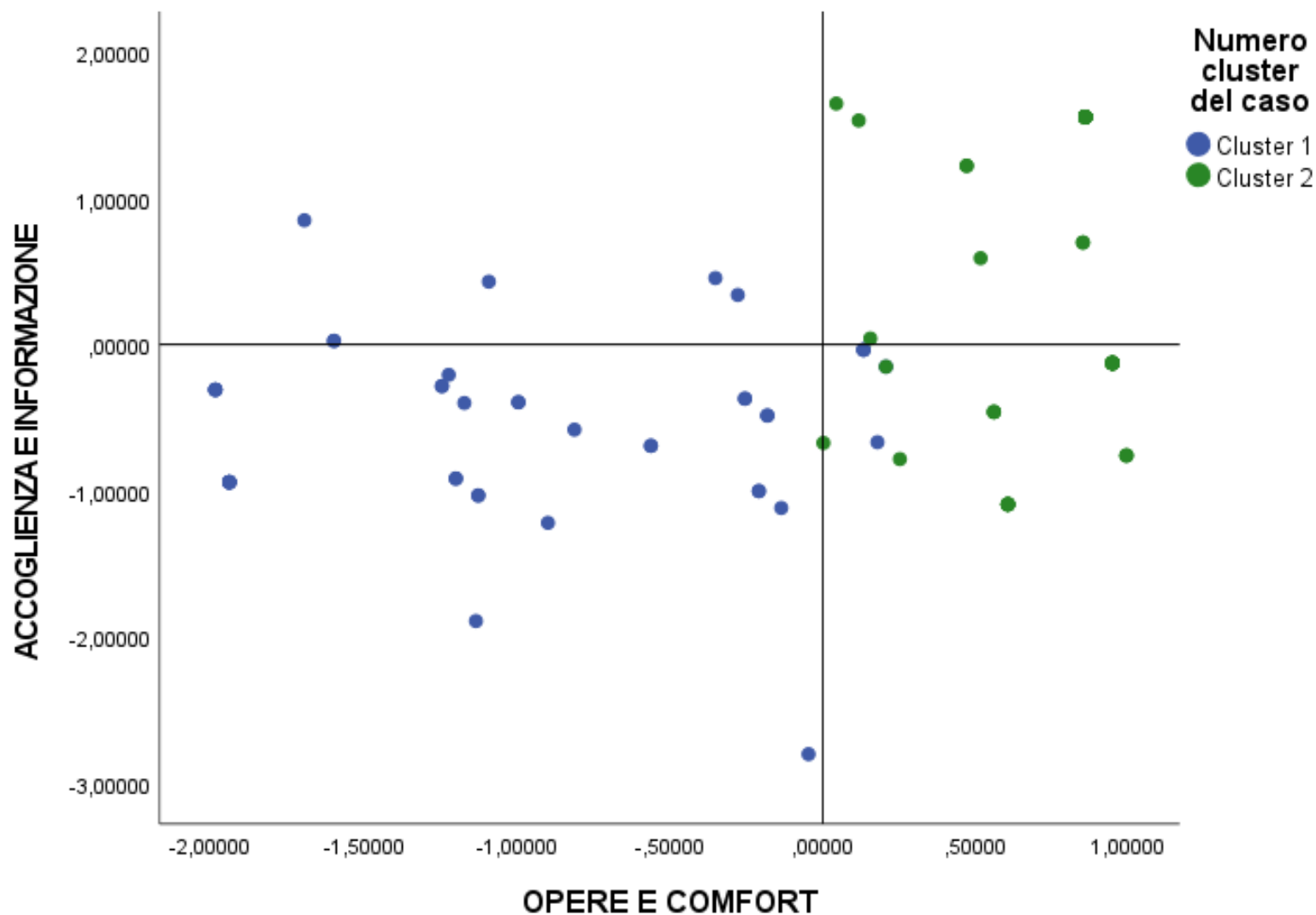


Fattore 2

OPERE E COMFORT

Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione, in particolare sul Fattore 2 (*Opere e Comfort*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 52

ALLESTIMENTO troppe opere esposte in poco spazio (16); aggiungere un sottofondo musicale (4). **Totale 20**

COMUNICAZIONE promuovere maggiormente il museo. **Totale 17**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazione sulle opere (4); da aumentare, traduzioni in più lingue (4); altro (2). **Totale 10**

SUPPORTI DIGITALI più video, maggiore interattività. **Totale 5**

ALTRO. Totale 10

TOTALE 62 SUGGERIMENTI



Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì da 1 a 3 volte Sì più di 3 volte

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 accoglienza	<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 di assistenza 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:.....