



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo delle Mura

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **132 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dall'1 al 4 ottobre** presso il **Museo delle Mura** (gli intervistati rappresentano il 42% 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 96%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,36\%$ .

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 elevato, con una media di **2,84** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale**, sia di **accoglienza** (2,89) che **in sala** (2,86), la **segnaletica interna** (2,86) e la **pulizia del sito** (2,86).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. I **supporti informativi**, le **opere della collezione** e la **segnaletica sull'edificio** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa e sono anche le variabili più correlate all'esperienza complessiva (cfr. pp. 15-17). Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sui **supporti informativi** (n. 22 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 37% da **turisti stranieri** e il 31% da **residenti a Roma**, **impiegati** (43%), **diplomati** (51%), soprattutto appartenenti alle fasce d'età **35-44 anni** (38% del campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono le percentuali relative al **passaparola** (24%) e al portale **www.museiincomuneroma.it** e **canali social** (24%); poi seguono le voci **passando**, **per caso** e **guida cartacea/ mappa di Roma** (15% per entrambi).

È significativo che il *passaparola* prevalga soprattutto per i visitatori romani, di età 19-34 anni, diplomati, privi di attese. Invece a rispondere *www.museiincomuneroma.it* e *canali social* sono in particolare i turisti, di età compresa tra i 35 e 44 anni, laureati, con giudizio superiore alle proprie aspettative.

## Tabella riassuntiva

<i>Museo delle Mura 2024</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,83	3,00	132	0	0,400	0%	83%	0%	99%
Orari di apertura	2,66	3,00	131	1	0,640	1%	76%	0%	91%
Personale di accoglienza	2,89	3,00	132	0	0,342	0%	89%	0%	99%
Opere della collezione	2,77	3,00	132	0	0,488	0%	80%	0%	97%
Supporti informativi	2,61	3,00	132	0	0,748	0%	77%	1%	86%
Personale in sala	2,86	3,00	115	17	0,416	13%	89%	0%	97%
Segnaletica interna	2,86	3,00	132	0	0,412	0%	87%	1%	99%
Pulizia del sito	2,86	3,00	132	0	0,465	0%	89%	2%	98%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,84</b>	<b>3,00</b>	<b>132</b>	<b>0</b>	<b>0,367</b>	<b>0%</b>	<b>84%</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.

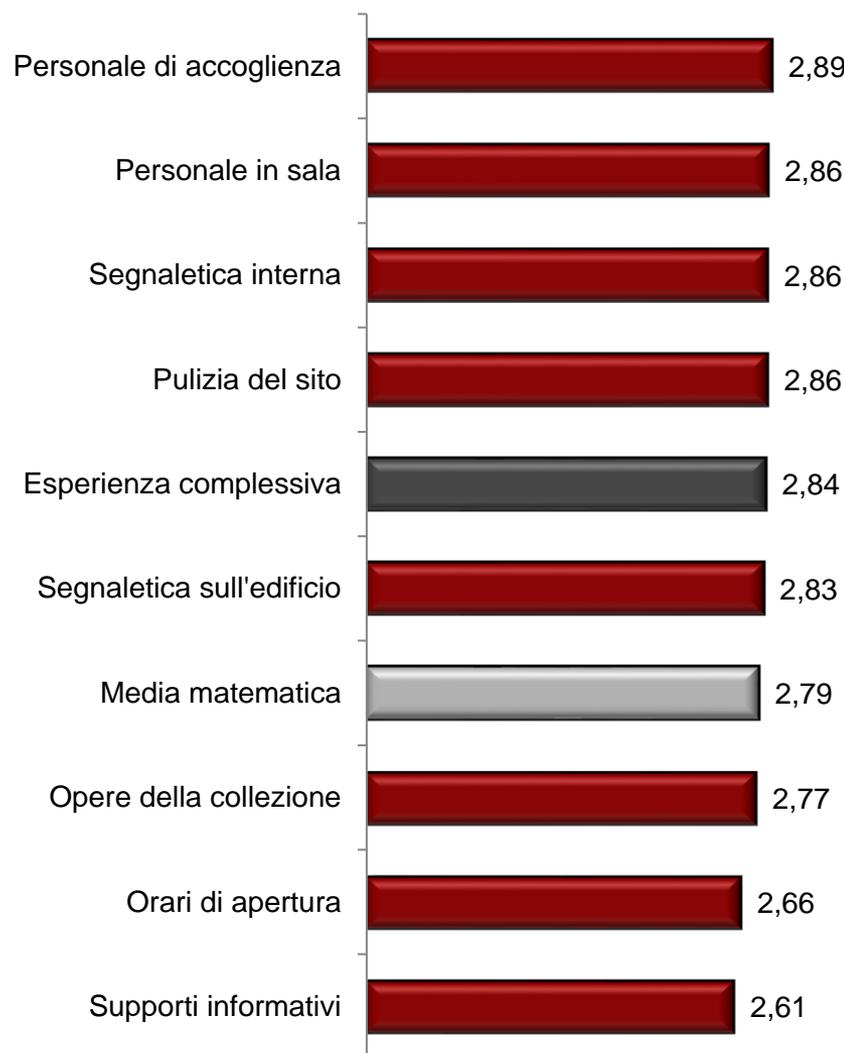
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,79).

## 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 il **personale di accoglienza e in sala**, la **segnaletica interna** e la **pulizia del sito**.

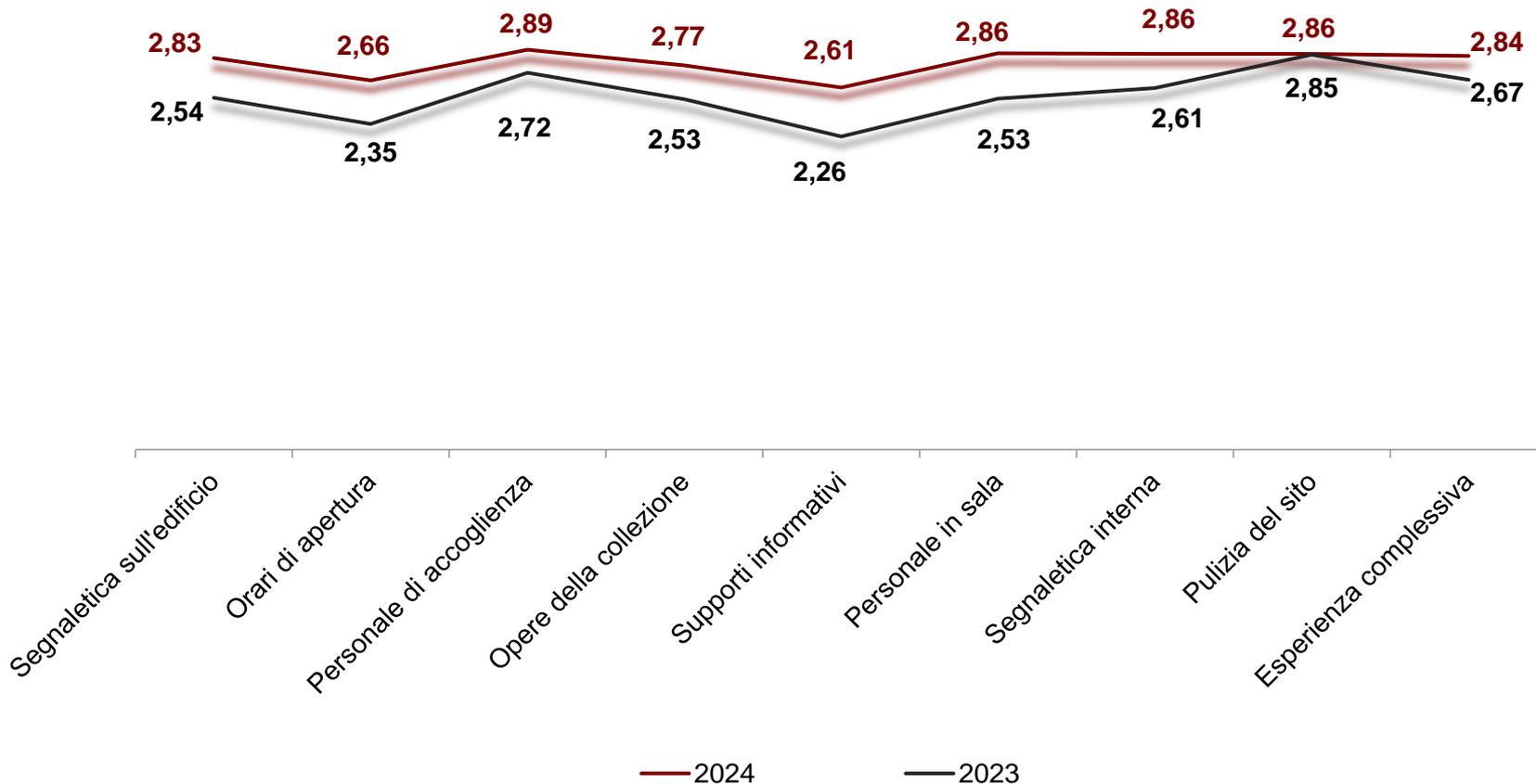
Tutte le medie sono nettamente superiori allo standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2023-2024

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

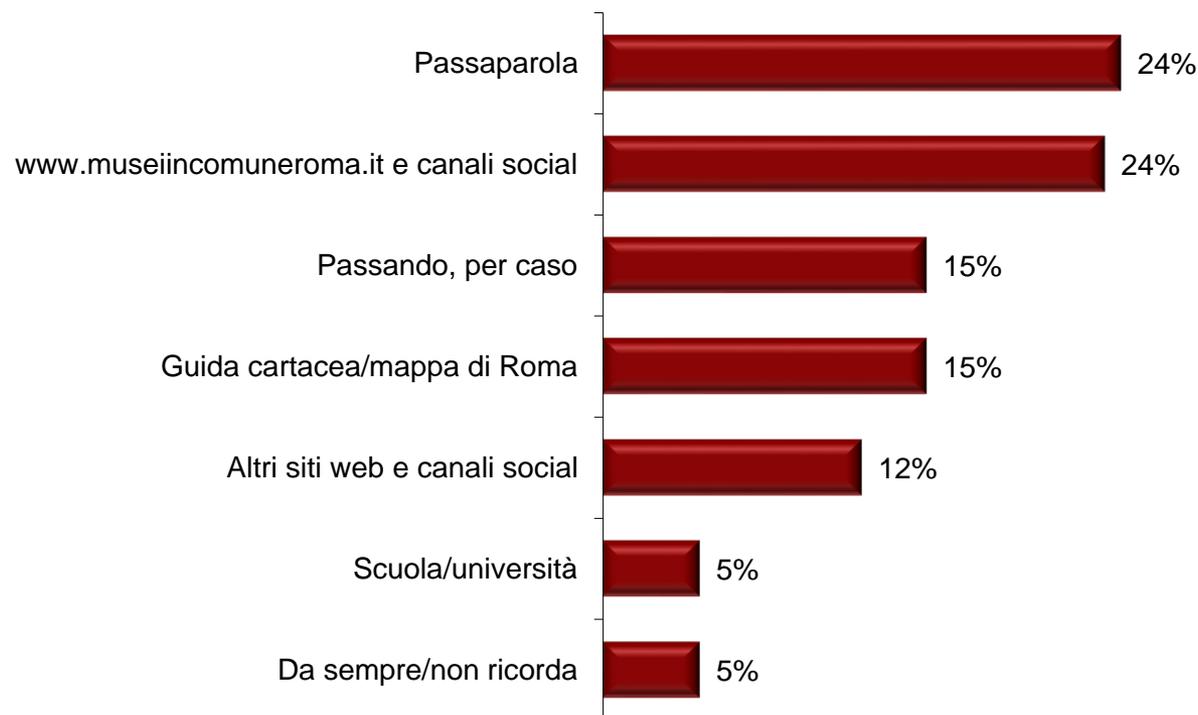
Si registra un incremento generale del livello di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine, in particolare aumentano le medie relative ai **supporti informativi** e al **personale in sala**.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Un 24% del campione intervistato dichiara di essere venuto a conoscenza del museo tramite il “**passaparola**” e un 24% attraverso il portale “**www.museiincomuneroma.it e canali social**”. Poi seguono le voci “**passando per caso**” e “**guida cartacea/mappa di Roma**” (15% per entrambe).

Risulta significativo che il passaparola prevalga soprattutto per i visitatori romani, di età 19-34 anni, diplomati, privi di attese. Invece a rispondere www.museiincomuneroma.it e canali social sono in particolare i turisti, di età compresa tra i 35 e 44 anni, laureati, con giudizio superiore alle proprie aspettative.

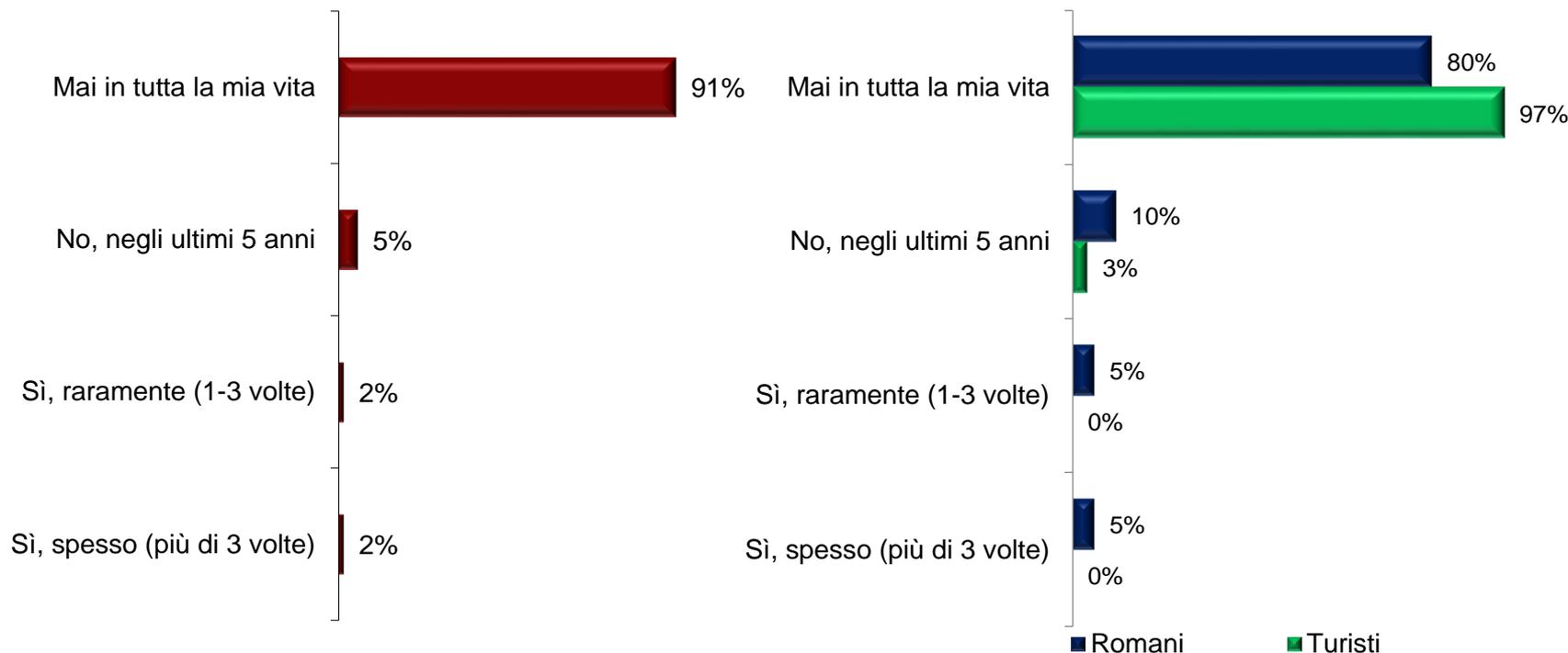


## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La quasi totalità degli intervistati (91% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato** prima al *Museo delle Mura*, mentre il 5% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni e il restante 4% vi è già stato (di cui un 2% “più di tre volte” e un 2% “da una a tre volte”).

È significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (cfr. grafico sottostante a destra), sia italiani che stranieri, con titolo di scuola media inferiore/superiore.

Invece ad avere già visto il Museo delle Mura sono alcuni visitatori residenti a Roma, che hanno conseguito una laurea.

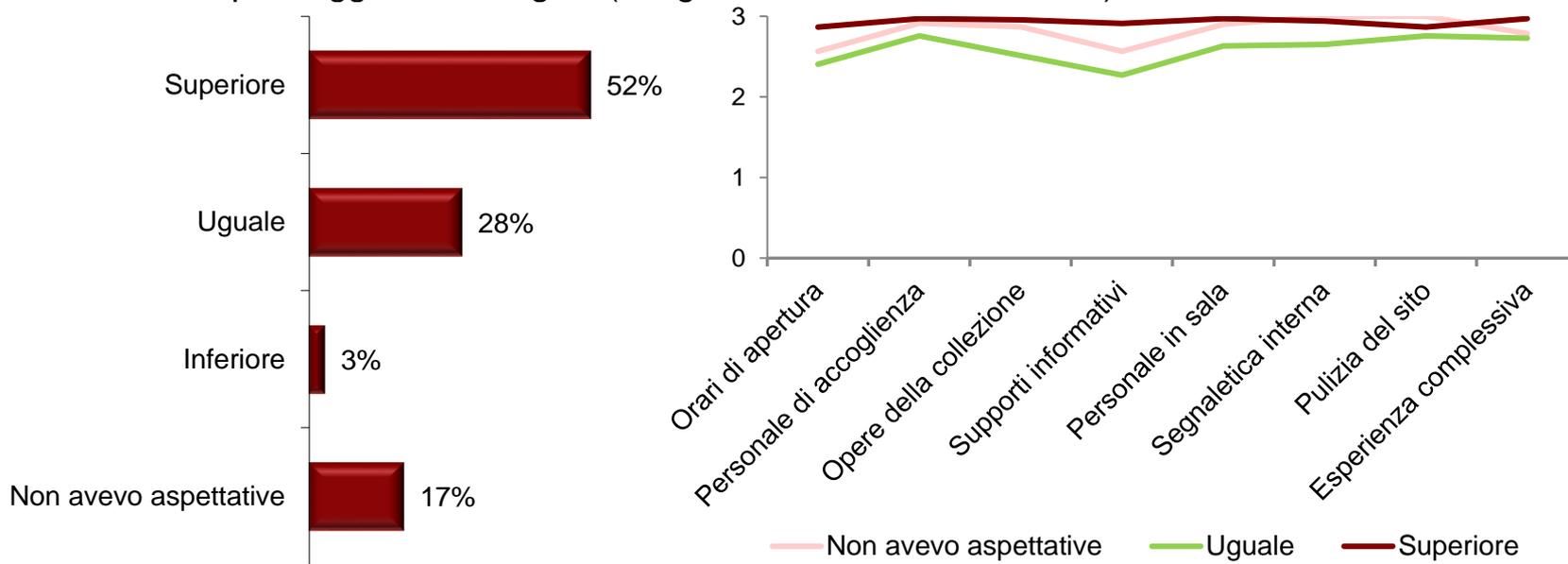


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 52% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 28% è uguale e solo il restante 3% ritiene il museo inferiore alle proprie aspettative. Il 17% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i visitatori di età 35-44 anni, diplomati, che nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per i giovani di età 19-34 anni, laureati, che hanno visitato più di tre musei negli ultimi dodici mesi. Infine a non avere aspettative sono soprattutto gli adulti di età 40-64 anni, con un titolo di laurea/post laurea, che hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari 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 il *Museo delle Mura* è pari al **64%**.

Il 32% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 2% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

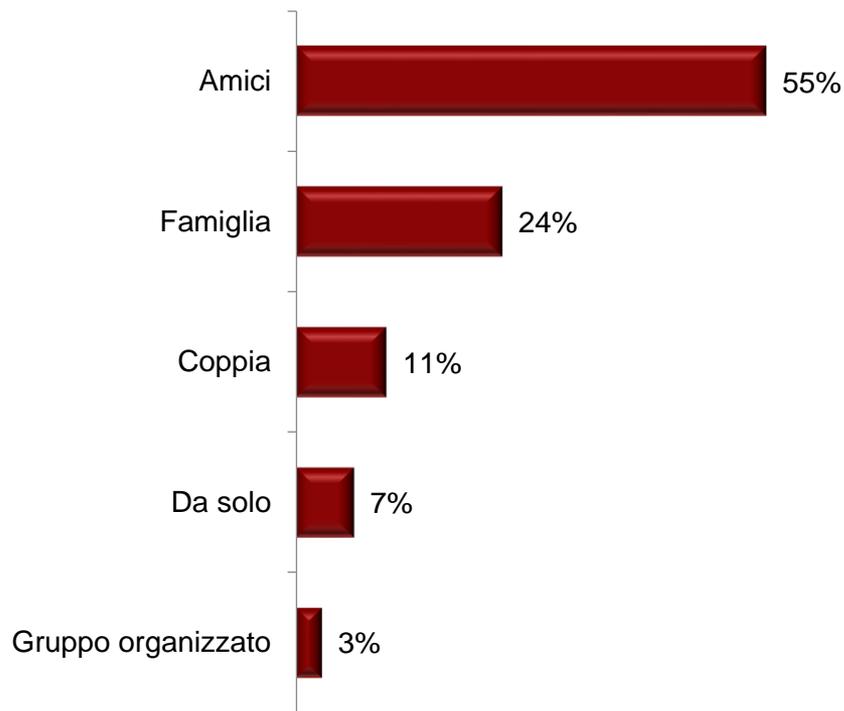


NET PROMOTER SCORE										
<i>Museo delle Mura 2024</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	2	11	32	25	62
0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	8%	24%	19%	47%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI = 32%	PROMOTORI = 66%		
66%-2%=64%										

## Con chi ha visitato il museo

Il 55% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo insieme ad “**amici**”, il 24% viene con la “**famiglia**”, l’11% in “**coppia**”, il 7% “**da solo**” e il restante 3% in “**gruppo organizzato**”.

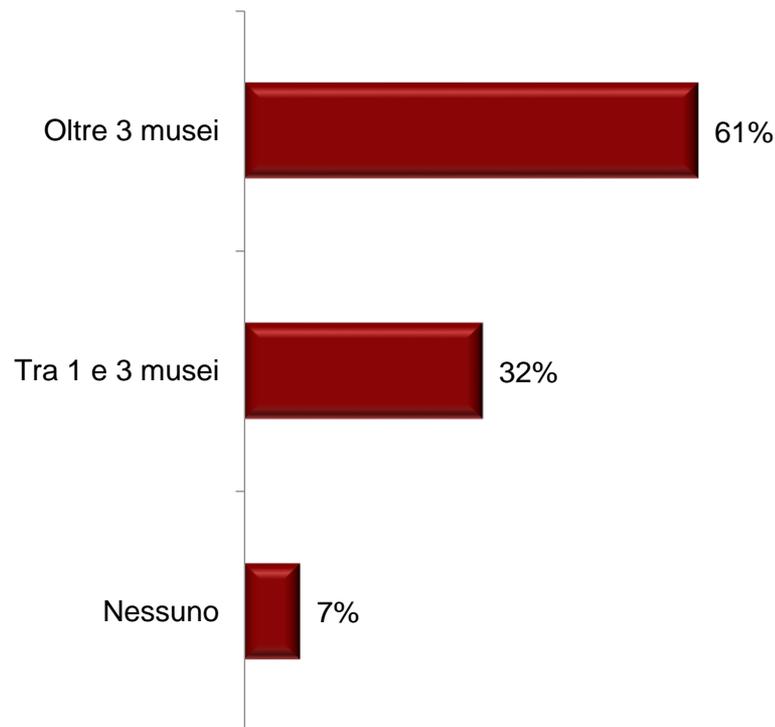
Risulta significativo che a venire con gli amici siano soprattutto i visitatori di età 19-44 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti. A recarsi al museo con la propria famiglia sono in particolare i giovani di età 14-18 anni, in generale molto soddisfatti. Invece a venire in coppia sono principalmente coloro che appartengono alle fasce più adulte dei 55-74 anni, alcuni abbastanza soddisfatti della loro esperienza presso il *Museo delle Mura*.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 61% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 32% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il 2% dichiara 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 visitatori che si dichiarano abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente coloro che hanno un giudizio generale molto soddisfacente.



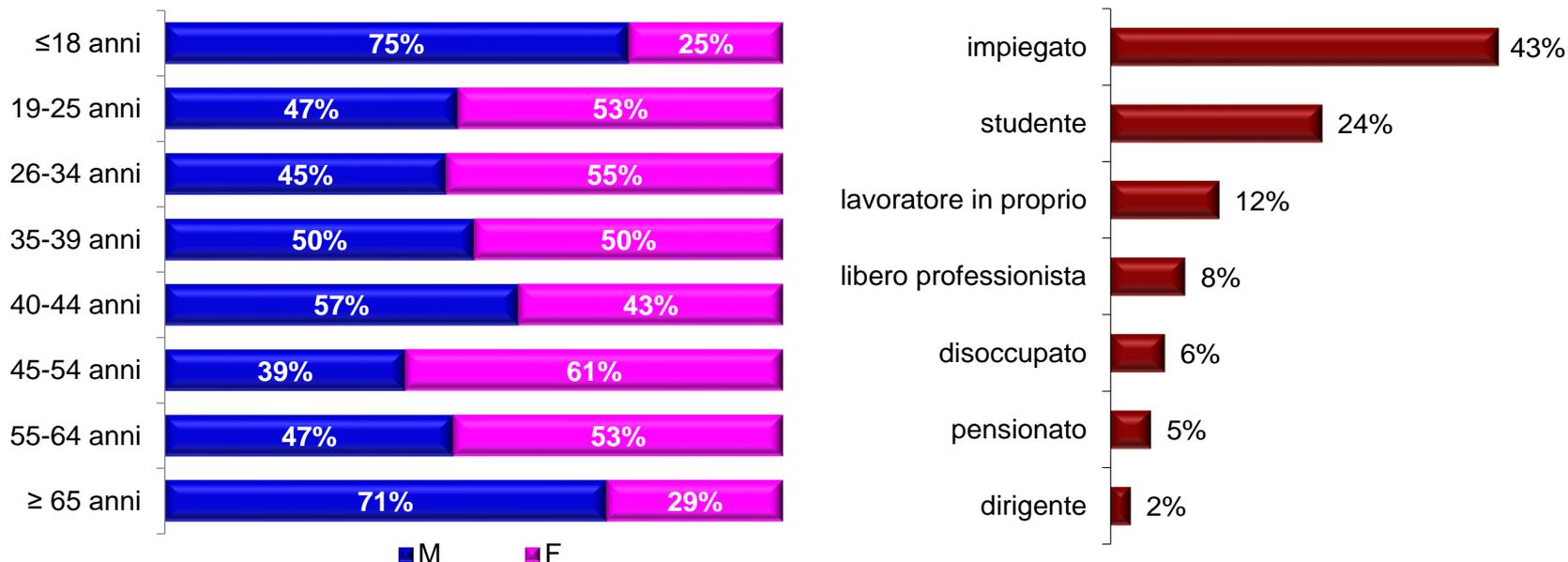
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere maschile** (52%; nel 2023 era il 49%), soprattutto tra i minorenni ed over 65 anni. Invece le donne prevalgono nelle fasce dei 19-34 anni e 45-64 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei **35-44 anni**, che aumentano notevolmente da 11% a 38%. Inoltre, si registra una minore presenza di adulti over 45 anni, la cui percentuale passa da 60% a 30%, mentre quella dei minorenni resta pressoché invariata (da 7% a 9%).

Il 51% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **diploma** (nel 2023 era 33%).

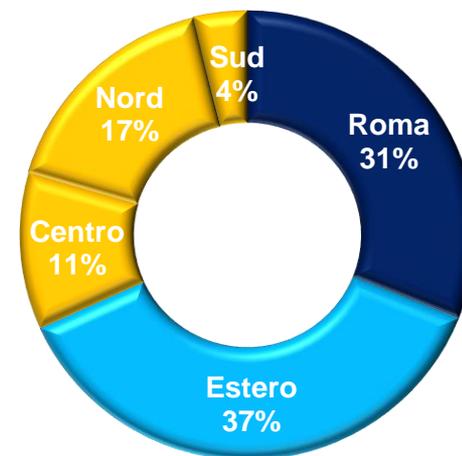
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (43%; nell'indagine precedente erano il 50%). Si registra un notevole incremento degli studenti (dal 12% al 24%) e dei lavoratori in proprio (da 0% a 12%), mentre scendono i pensionati (da 13% a 5%).



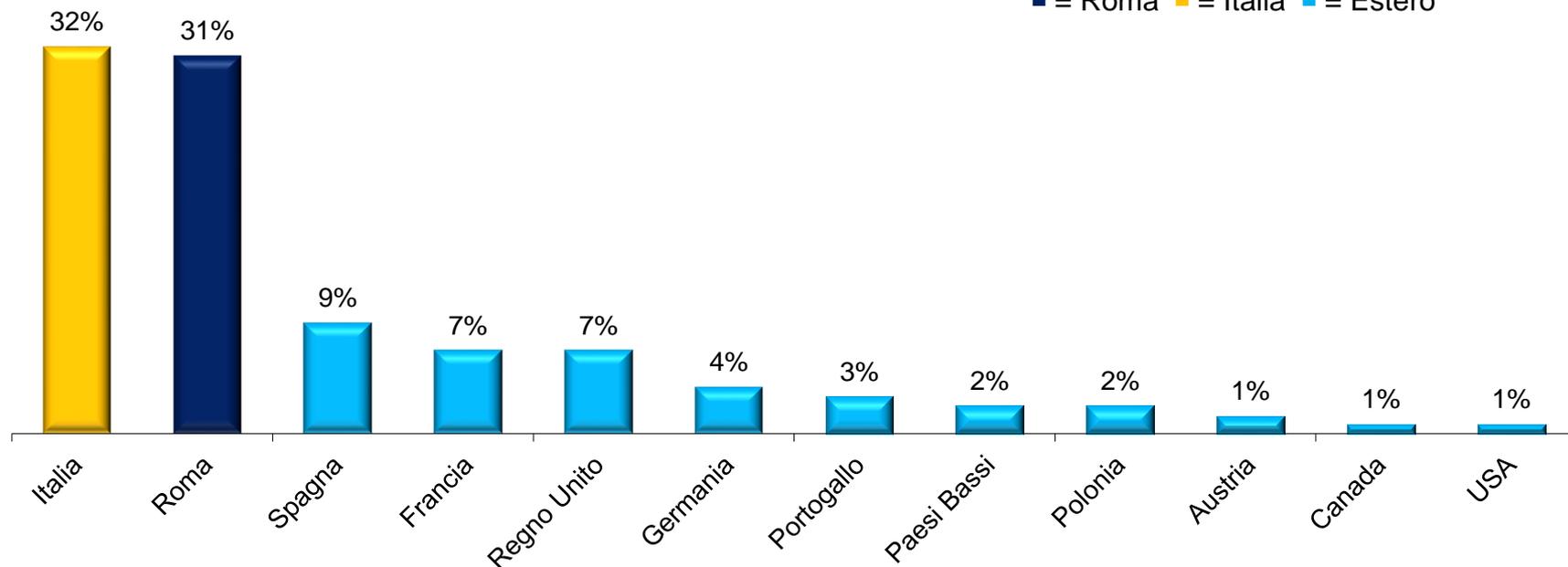
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 37% del campione è costituito da turisti **stranieri** (35% nella precedente indagine); il 31% è rappresentato dai residenti a Roma (in netta discesa dal 54% emerso nel 2023), mentre il 32% giunge da altre province italiane (lo scorso anno era 11%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **spagnola** (9% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = 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	,730**	,567**	,650**	,840**	,766**	,682**	,403**	,632**
Orari di apertura	,730**	1,000	,411**	,574**	,708**	,679**	,586**	,421**	,589**
Personale di accoglienza	,567**	,411**	1,000	,632**	,565**	,558**	,463**	,407**	,451**
Opere della collezione	,650**	,574**	,632**	1,000	,670**	,588**	,614**	,543**	,632**
Supporti informativi	,840**	,708**	,565**	,670**	1,000	,881**	,686**	,426**	,657**
Personale in sala	,766**	,679**	,558**	,588**	,881**	1,000	,776**	,563**	,576**
Segnaletica interna	,682**	,586**	,463**	,614**	,686**	,776**	1,000	,637**	,331**
Pulizia del sito	,403**	,421**	,407**	,543**	,426**	,563**	,637**	1,000	,358**
Esperienza complessiva	,632**	,589**	,451**	,632**	,657**	,576**	,331**	,358**	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 sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

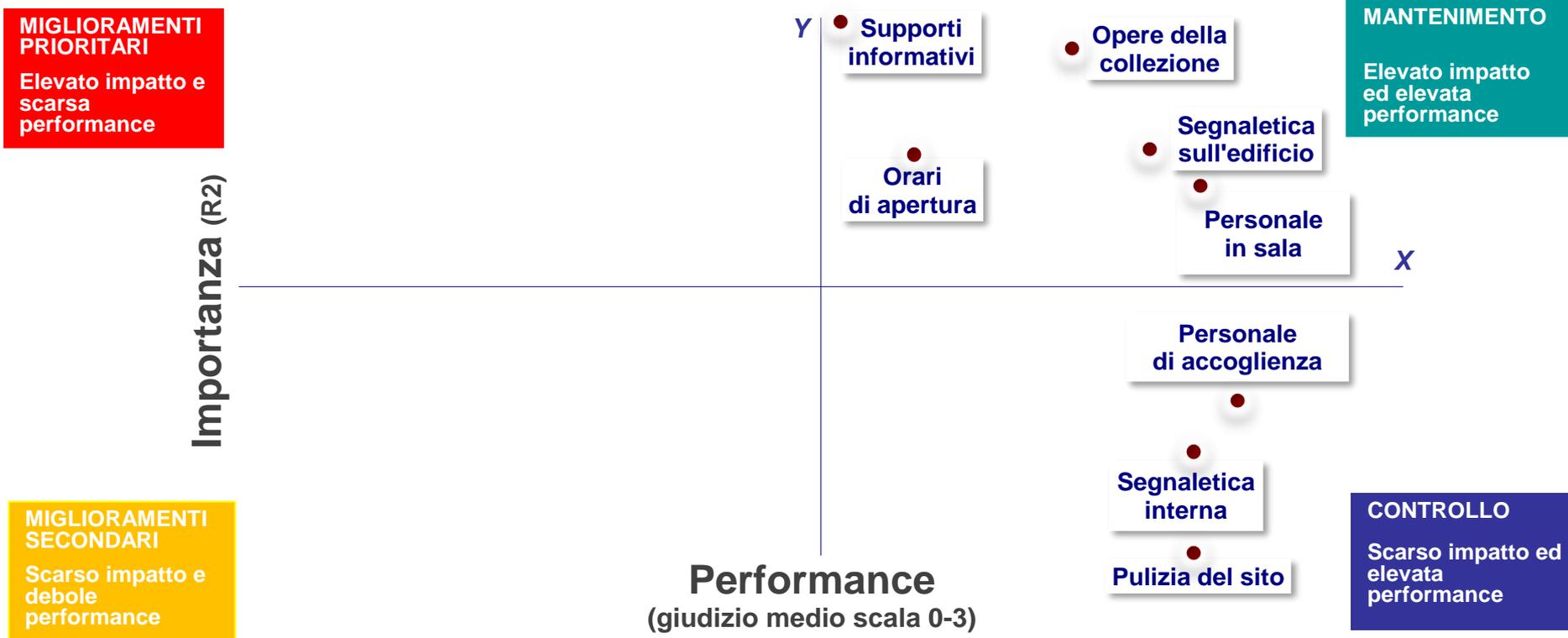
Per il *Museo delle Mura* i **supporti informativi**, le **opere della collezione** e la **segnaletica sull'edificio** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Supporti informativi	0,657
Opere della collezione	0,632
Segnaletica sull'edificio	0,632
Orari di apertura	0,589
Personale in sala	0,576
Personale di accoglienza	0,451
Pulizia del sito	0,358

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** e le **opere della collezione** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme alla **segnaletica sull'edificio**, agli **orari di apertura** e al **personale in sala**. Invece 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.

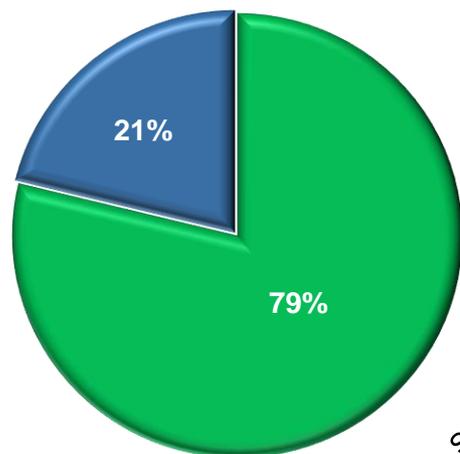
## Cluster Analysis

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

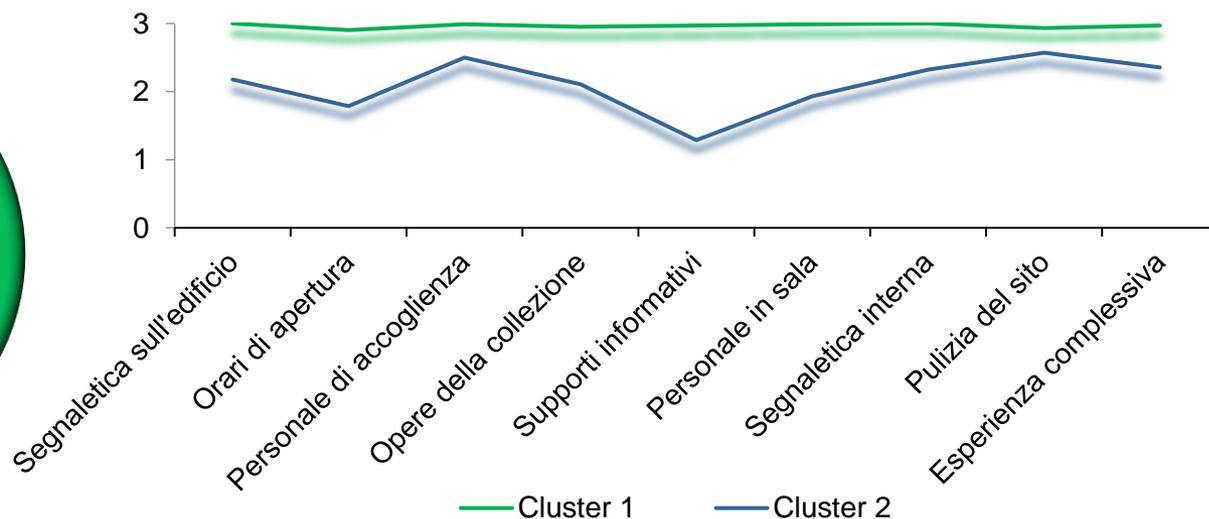
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (104 individui per il *Cluster 1* e 28 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza uomini; turisti; di età 19-25 anni e 35-44 anni; liberi professionisti e lavoratori in proprio; nuovi visitatori; vengono a conoscenza del museo soprattutto tramite passaparola, portale [www.museiincomuneroma.it](http://www.museiincomuneroma.it) e canali social; vengono con la famiglia o gli amici; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza donne; residenti a Roma; minorenni e di età adulta over 45 anni; studenti e impiegati; alcuni già stati al Museo delle Mura; ne vengono a conoscenza del museo soprattutto passando, per caso e tramite altri siti web; vengono da soli, in coppia o gruppo organizzato; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Suggerimenti

**NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 62**

**ELOGI** bellissimo museo. **Totale 3**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI** più curiosità, informazioni, aneddoti (18); altro (4). **Totale 22**

**ORARIO** estendere l'orario di apertura pomeridiano (19); altro (1). **Totale 20**

**SUPPORTI DIGITALI** più video e interattività. **Totale 7**

**CAFFETTERIA** manca un punto ristoro. **Totale 6**

**ORGANIZZAZIONE** fare più eventi (3); da migliorare un po' tutto (3). **Totale 6**

**COLLEZIONE** esporre più opere, museo un po' spoglio. **Totale 4**

**COMUNICAZIONE** promuovere di più il museo. **Totale 4**

**ALTRO. Totale 14**

**TOTALE 83 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"/>				
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>				
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>				
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>				
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>				
Personale in sala	<input type="checkbox"/>				
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>				
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>				
Esperienza complessiva	<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:.....