

Indagini di Customer Satisfaction

Sistema Musei di Roma Capitale

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
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Come è venuto a conoscenza della card
- Tipologia di card utilizzata nei musei a pagamento
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico – *Net Promoter Score*
- 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 – aspetti di riferimento
- Analisi univariate per tipologia di ingresso
- Allegato 1 - Tabella medie di soddisfazione per museo
- Allegato 2 - Aspetti dei suggerimenti per museo
- Allegato 3 - Campione intervistato per museo
- Allegato 4 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **3155** questionari somministrati a campione attraverso **interviste face-to-face** (in lingua italiana, inglese, francese e spagnolo) effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) e **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*) **dal 22 settembre al 14 novembre** presso il **Sistema Musei di Roma Capitale** (gli intervistati rappresentano il 15% degli ingressi totali ai musei nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

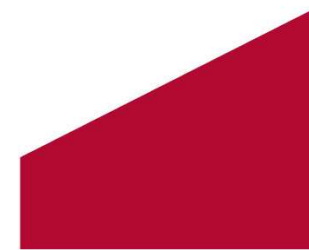
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 1,61\%$.

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

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

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

Nel 2025, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.



Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è elevato, con una media di **2,79** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (2,88), gli **orari di apertura** (2,86), il **personale di biglietteria** (2,85), le **opere della collezione** (2,82) e il **personale in sala** (2,81).

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

Le **opere della collezione** e i **supporti digitali** sono le variabili ritenute in assoluto 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 digitali** (214 suggerimenti) e la **segnaletica interna** (n. 209 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **turisti stranieri** (53% sul totale), **impiegati** (34%), **studenti** e **liberi professionisti** (17% per entrambi), con titolo di **laurea** (45%), soprattutto di età adulta **45-74 anni** (48% sul totale). Inoltre si evidenzia che la percentuale dei **giovani di età 19-34 anni** risulta pari al 22% sul totale.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite **altri siti internet e canali social** e **passaparola** (17% per entrambi); segue **passando, per caso** (16%).

Risulta significativo che a rispondere *altri siti internet/canali social e passando, per caso* siano soprattutto i turisti, di età 19-39 anni e 40-54 anni, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece il *passaparola* emerge per i visitatori italiani (in particolare i residenti a Roma), minorenni e di età 55-74 anni, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e hanno frequentato più di tre musei negli ultimi dodici mesi.

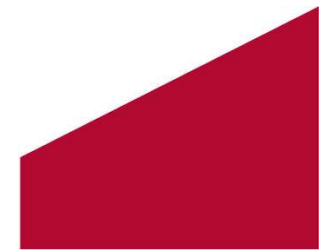


Tabella riassuntiva

Sistema Musei di Roma Capitale 2025	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,70	3,00	3124	31	0,524	74%	0%	97%
Orari di apertura	2,86	3,00	3115	40	0,357	86%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,85	3,00	2967	188	0,381	86%	0%	99%
Guardaroba	2,68	3,00	1238	1917	0,525	71%	0%	98%
Opere della collezione	2,82	3,00	3137	18	0,405	83%	0%	99%
Supporti informativi	2,63	3,00	3001	154	0,534	65%	0%	98%
Supporti digitali	2,49	3,00	1702	1453	0,643	56%	1%	93%
Personale in sala	2,81	3,00	2922	233	0,430	83%	0%	99%
Segnaletica interna	2,56	3,00	3118	37	0,644	63%	1%	93%
Pulizia del sito	2,88	3,00	3150	5	0,347	89%	0%	99%
Personale in libreria	2,66	3,00	204	2951	0,579	70%	1%	97%
Libreria	2,53	3,00	1131	2024	0,592	57%	1%	97%
Caffetteria	2,58	3,00	448	2707	0,650	65%	2%	95%
Esperienza complessiva	2,79	3,00	3155	0	0,421	79%	0%	100%

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

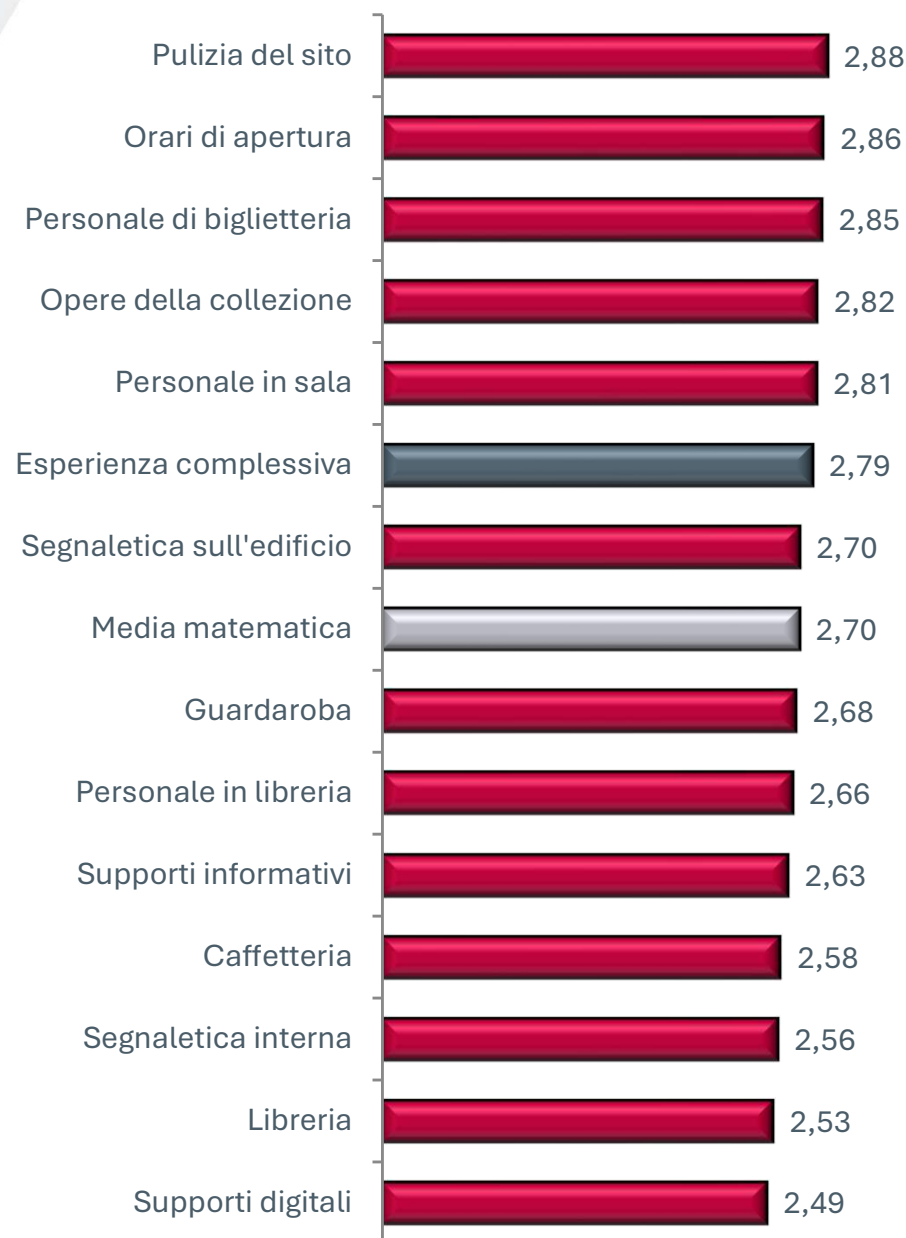
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,70).

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**, gli **orari di apertura**, il **personale (di biglietteria e in sala)** e le **opere della collezione**.

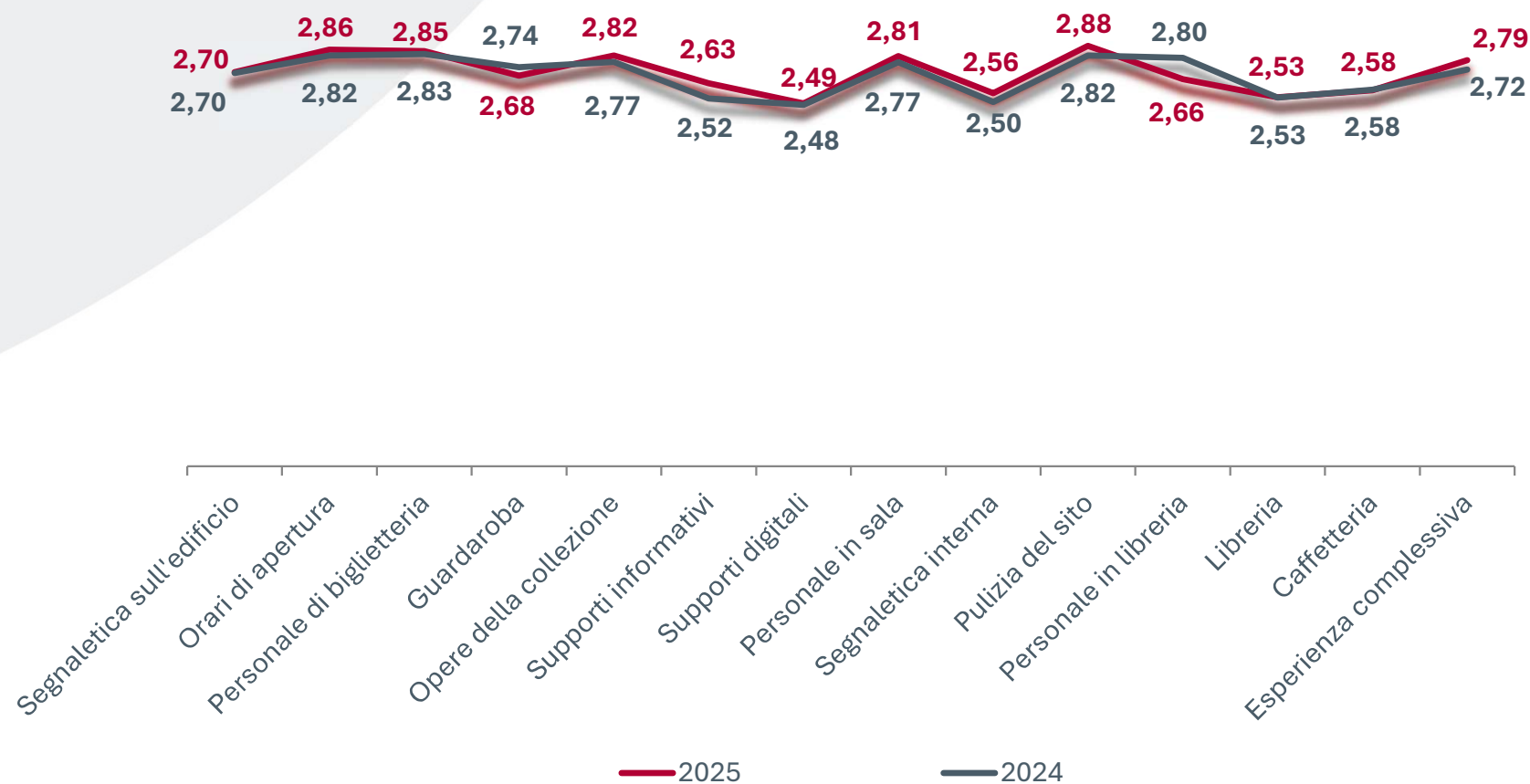
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2024-2025

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

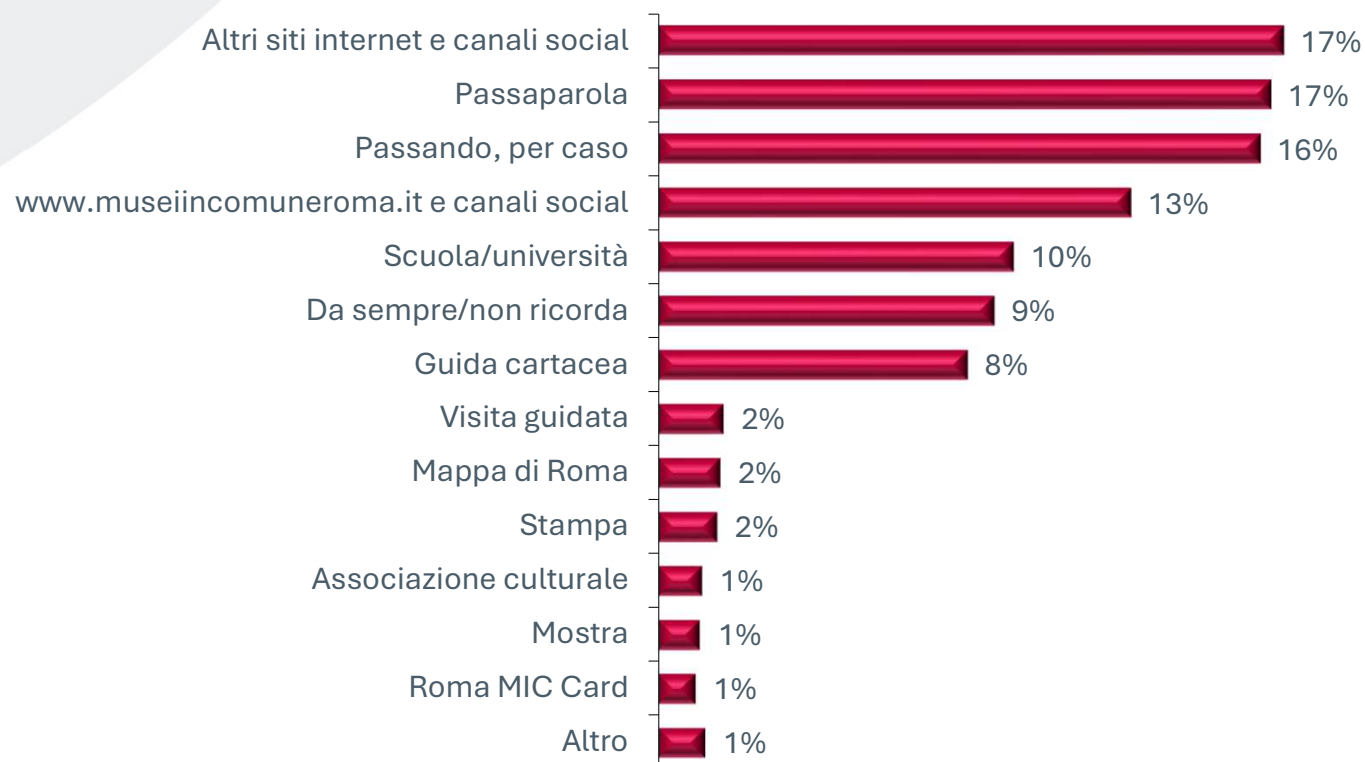
Si evidenzia un incremento della soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti oggetto d'indagine, in particolare sui **supporti informativi** e sulla **pulizia del sito**. Invece si registra una lieve flessione delle medie relative al **guardaroba** e al **personale in libreria** (quest'ultimo si riferisce solo ai *Musei Capitolini*), anche se i valori restano nettamente superiori allo standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Un 17% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo attraverso “**altri siti internet e canali social**” e un 17% risponde “**passaparola**”; segue “**passando, per caso**” (16%).

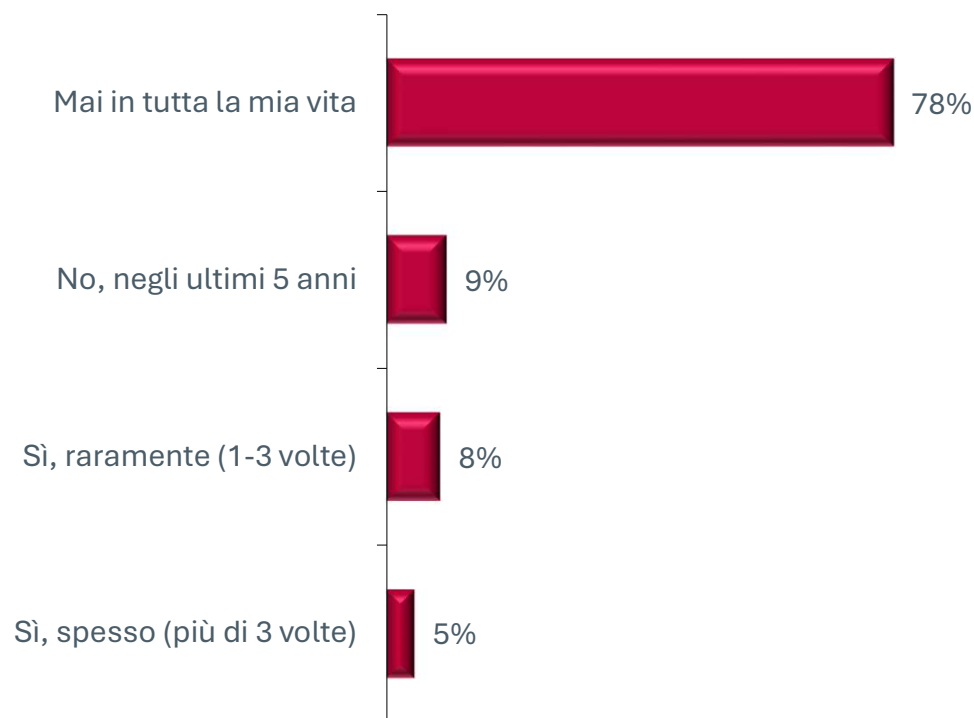
Risulta significativo che a rispondere altri siti internet e canali social e passando, per caso siano soprattutto i turisti, di età 19-39 anni e 40-54 anni, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece il passaparola emerge per i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), minorenni e di età 55-74 anni, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e hanno frequentato più di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 78% degli intervistati afferma di **non essere mai stato prima** nei *Musei Civici del Sistema*, il (di cui l'8% raramente “*da una a tre volte*” e il 5% spesso “*più di tre volte*”); il restante 9% non vi si reca dagli ultimi cinque anni.

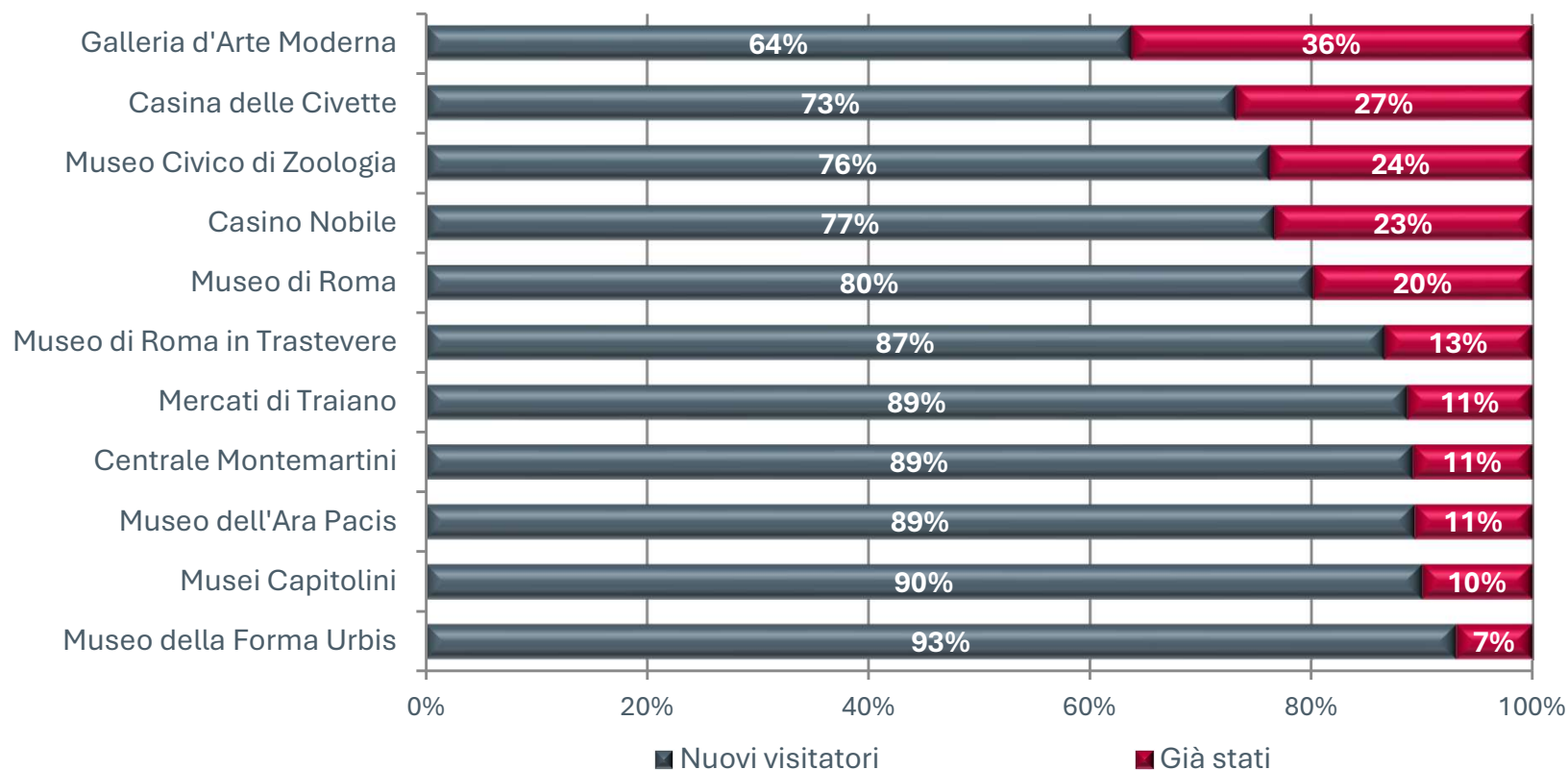
È significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, di età giovane sotto i 44 anni, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad essere già stati nei Musei di Roma Capitale sono in prevalenza i residenti a Roma, di età adulta al di sopra dei 45 anni, il cui giudizio è uguale alle proprie attese, si ritengono nel complesso abbastanza soddisfatti e in quest'ultimo anno dichiarano di avere frequentato più di tre musei.



Frequenza di visita negli ultimi cinque anni – musei a pagamento

Analizzando la frequenza di visita nei musei a pagamento, si evidenzia una percentuale più alta di nuovi visitatori al **Museo della Forma Urbis** (93%), ai **Musei Capitolini** (90%), al **Museo dell'Ara Pacis** (89%), alla **Centrale Montemartini** (89%) e ai **Mercati di Traiano** (89%).

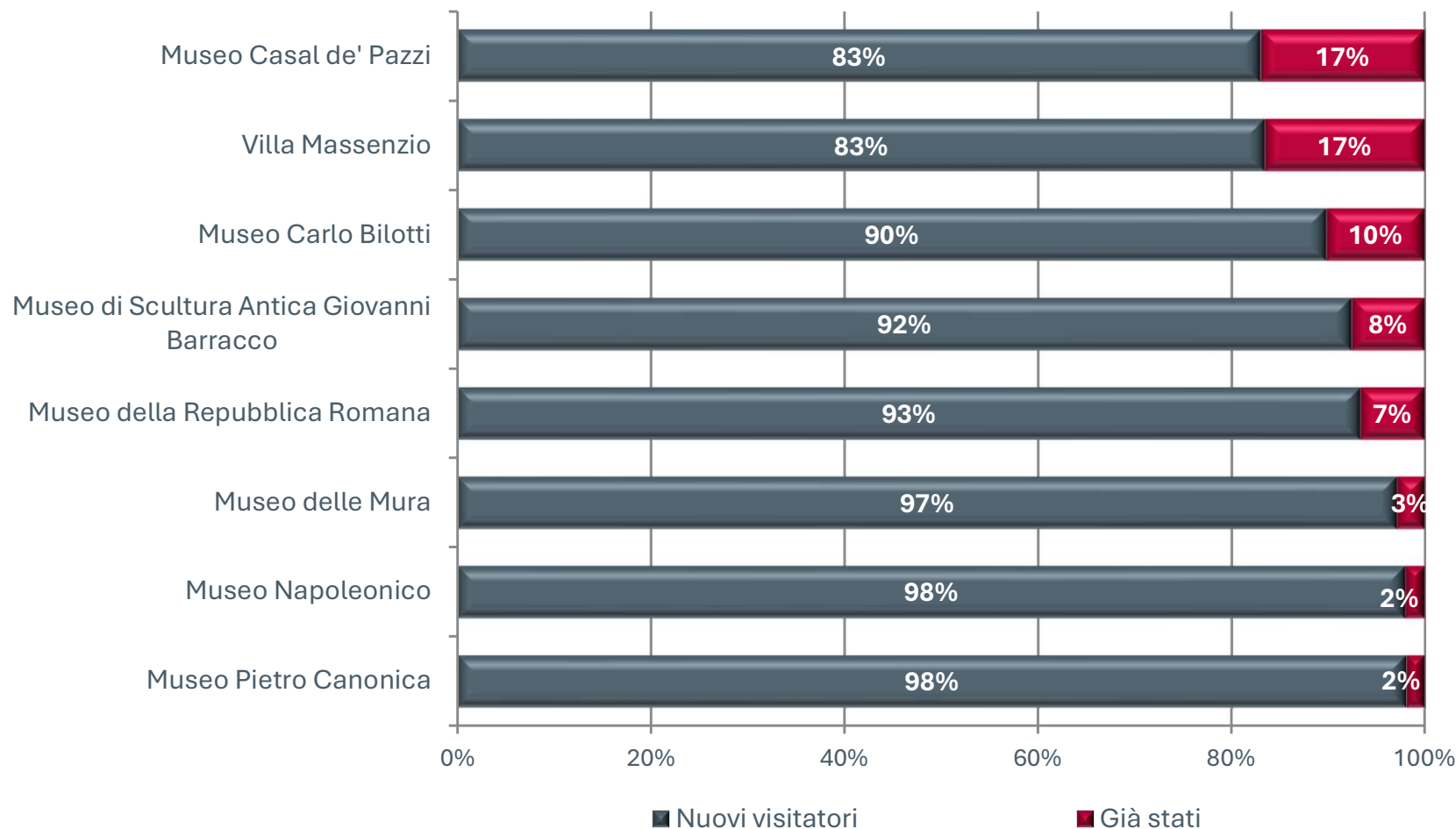
Invece tra i musei dove gli intervistati sono già stati negli ultimi cinque anni emergono la **Galleria d'Arte Moderna** (36%), la **Casina delle Civette** (27%) e il **Museo Civico di Zoologia** (24%).



Frequenza di visita negli ultimi cinque anni – musei gratuiti

Analizzando la frequenza di visita nei musei gratuiti, si evidenzia una percentuale molto alta di nuovi visitatori in particolare al **Museo Pietro Canonica** e al **Museo Napoleonico** (98% per entrambi i siti) e al **Museo delle Mura** (97%).

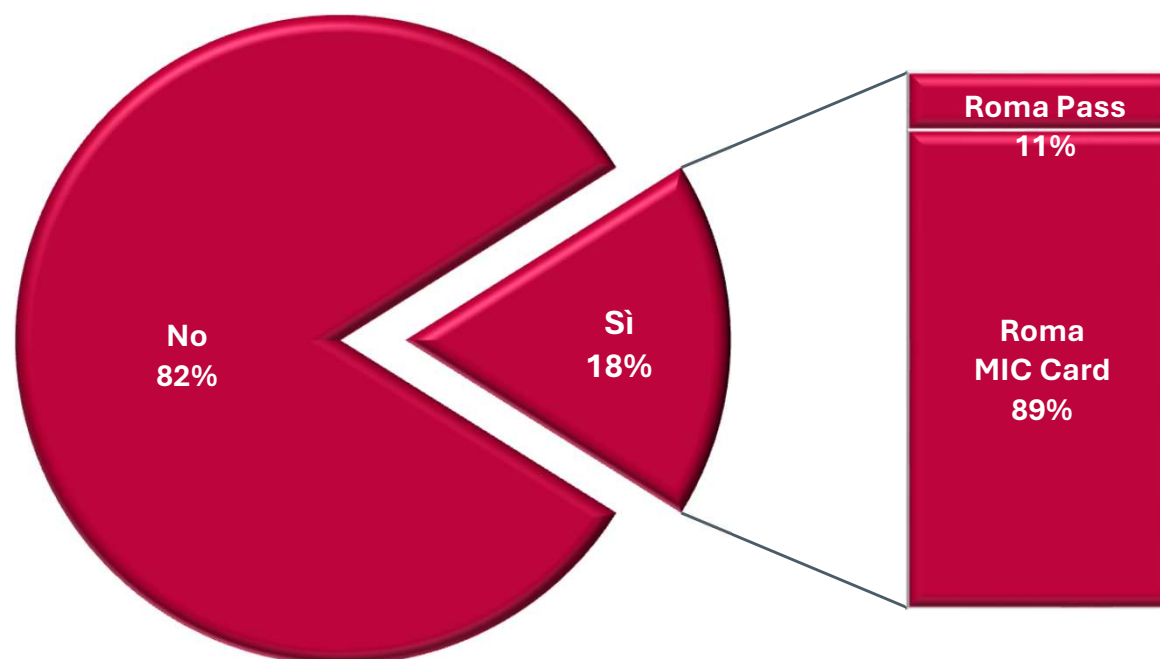
Invece tra i musei dove gli intervistati sono già stati negli ultimi cinque anni, emergono il **Museo di Casal de' Pazzi** e **Villa di Massenzio** (17% per entrambi).



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'82% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nei musei a pagamento del Sistema, mentre il restante 18% se ne è servito (di cui l'89% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il restante 11% alla **Roma Pass**).

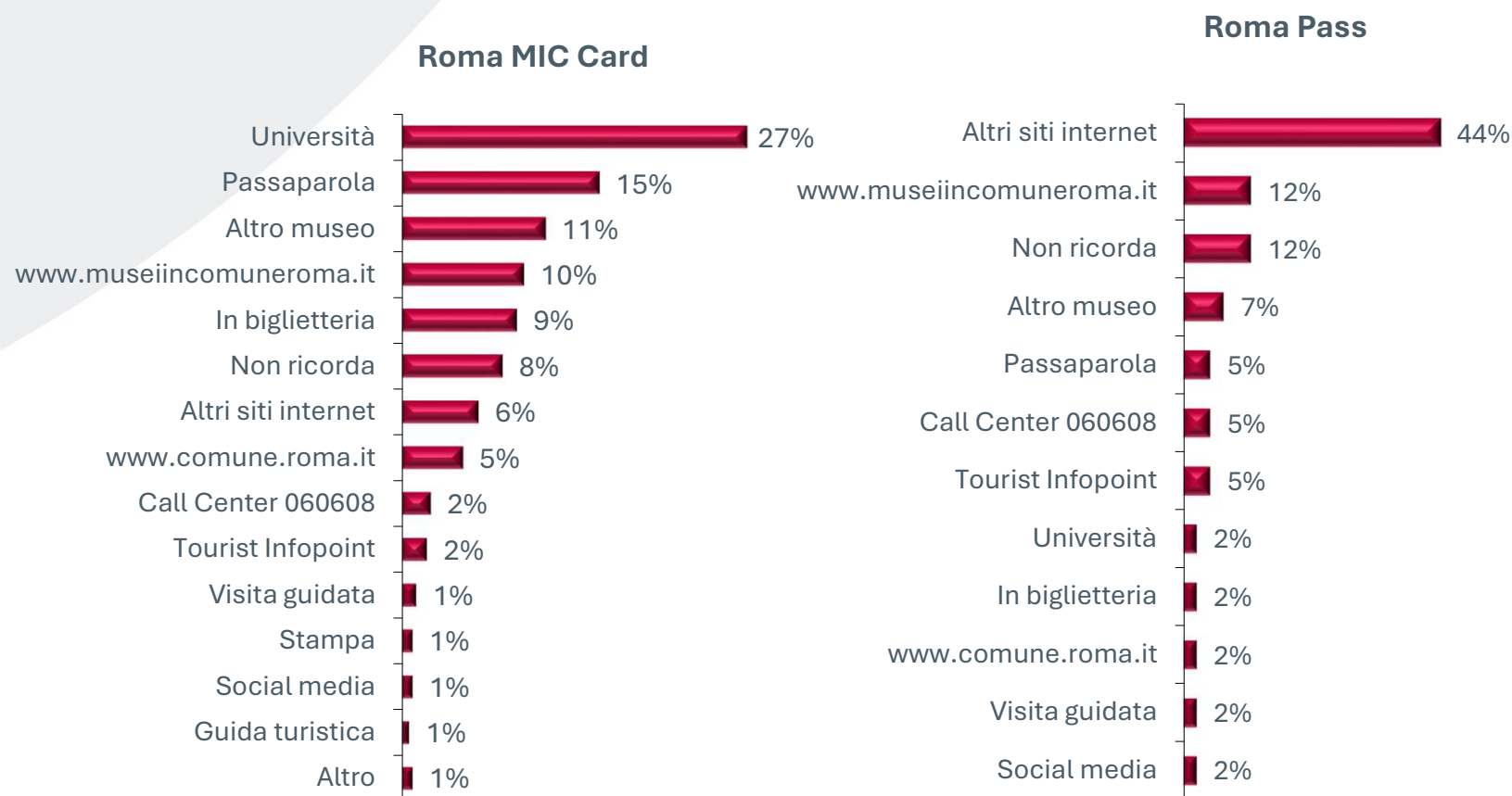
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i romani, donne, di età 19-25 anni e over 55 anni, alcuni già stati nei musei del *Sistema*, con giudizio uguale alle proprie attese e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere usufruito di alcuna card sono principalmente i turisti (italiani e stranieri), uomini, di età compresa tra i 26 e 54 anni, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno frequentato meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (18% sul totale degli intervistati; *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono le voci “**università**” (27%) e “**passaparola**” (15%), mentre l’11% risponde “**altro museo**” e il 10% indica il portale “**www.museiincomuneroma.it**”.

Invece per la *Roma Pass* prevale nettamente la voce “**altri siti internet**” (44% sul totale).

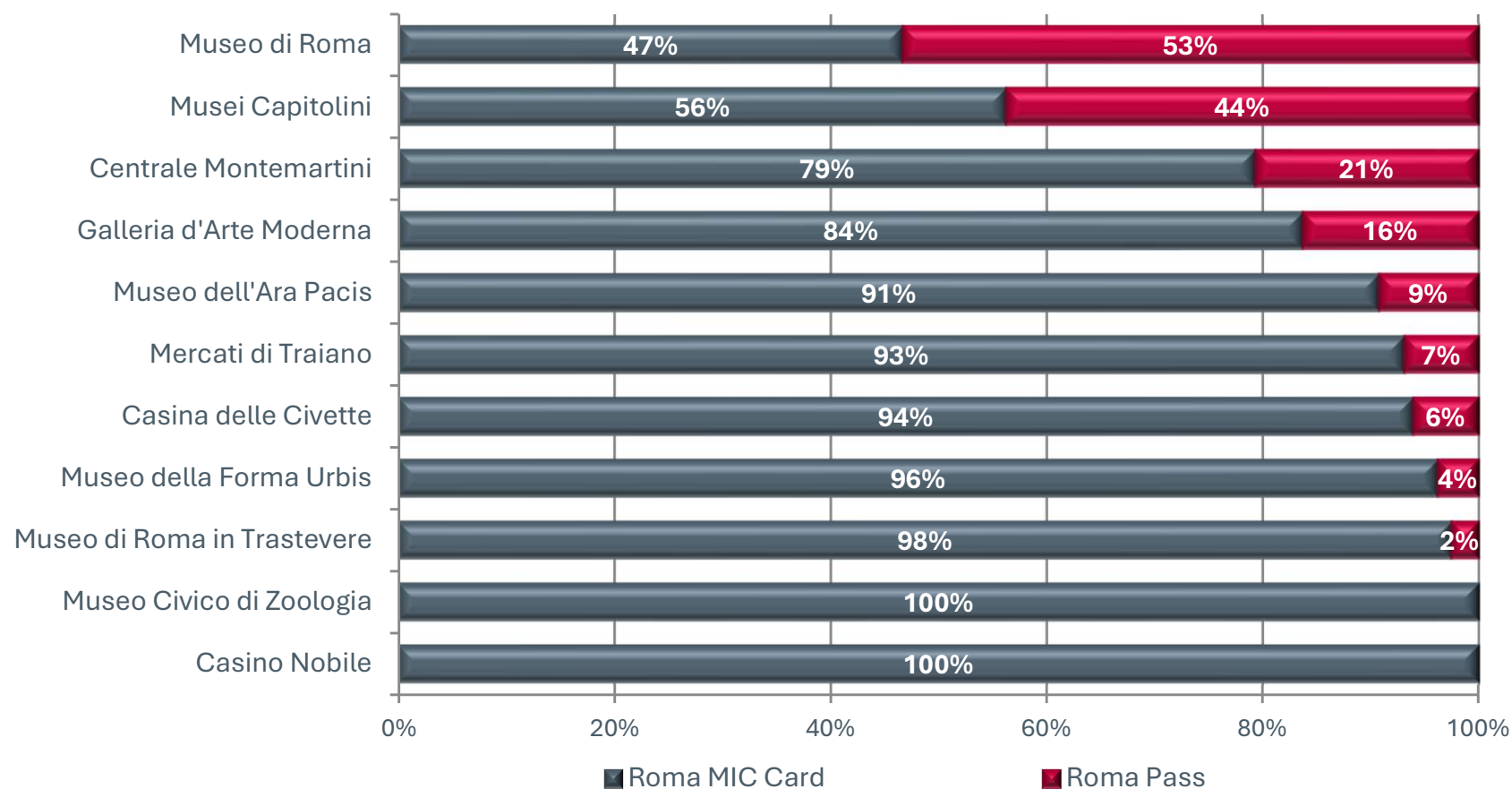


Tipologia di card utilizzata nei musei a pagamento

Analizzando i singoli musei a pagamento dove gli intervistati hanno utilizzato una card in generale prevalgono i seguenti: **Museo dell'Ara Pacis** (19%) e **Mercati di Traiano** (14%).

Nel grafico sottostante si evidenzia la tipologia di card utilizzata dal campione intervistato in ciascun museo: la **Roma MIC Card** emerge al **Casino Nobile** e al **Museo Civico di Zoologia** (100% per entrambi).

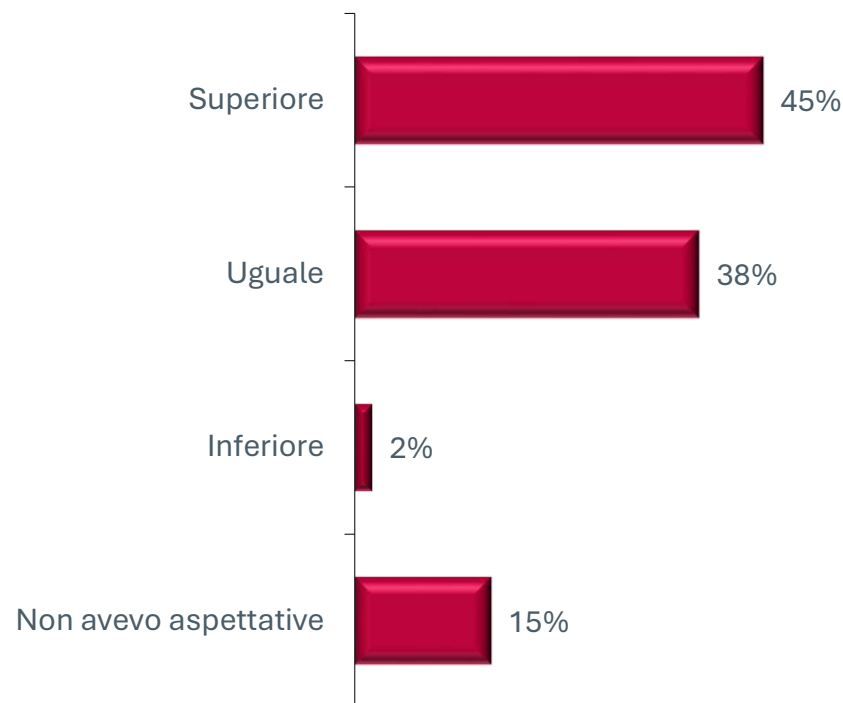
Invece la **Roma Pass** prevale nettamente al **Museo di Roma** (53%) e ai **Musei Capitolini** (44%).



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 45% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie aspettative**, per il 38% è uguale, mentre solo un 2% ritiene il museo inferiore rispetto alle proprie attese. Il 15% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i turisti, nuovi visitatori, di età compresa tra i 26 e 54 anni, laureati, che hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono soprattutto i romani, alcuni già stati nei musei del Sistema, di età 14-25 anni e 55-74 anni, con titolo di diploma e hanno visitato più di tre musei negli ultimi dodici mesi.



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 il *Sistema Musei* è pari al **56%**.

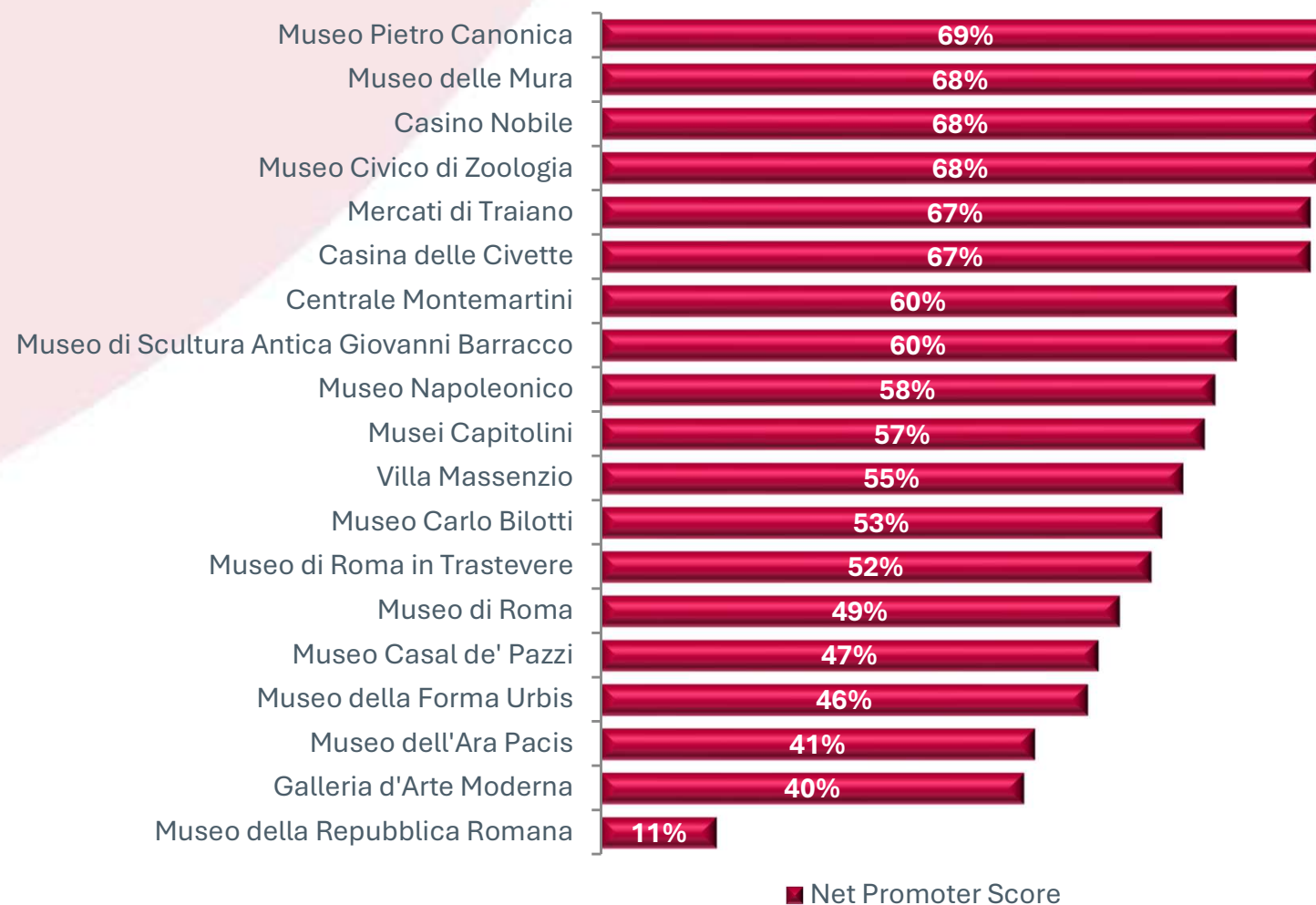
Inoltre, si evidenzia che il 40% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 2% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).



NET PROMOTER SCORE										
<i>Sistema Musei di Roma Capitale 2025</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	1	2	0	16	60	223	1038	1007	808
0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	7%	33%	32%	26%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI= 40%		PROMOTORI= 58%	
58%-2%=56%										

Consiglierebbe questo museo ad un amici/parenti – *Net Promoter Score* per museo

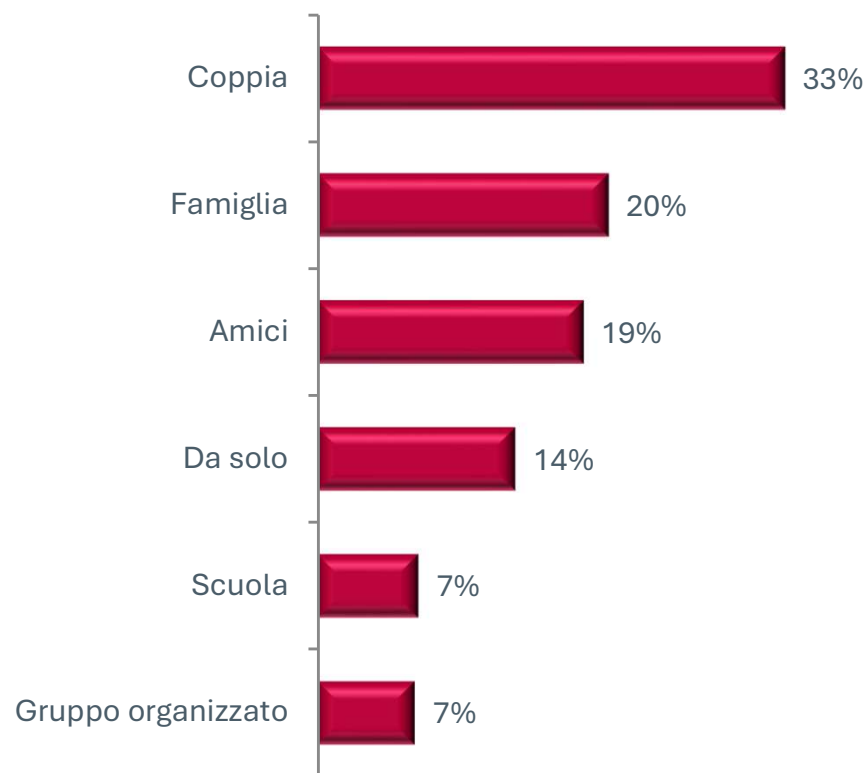
Analizzando il *Net Promoter Score* per ogni singolo museo, nel grafico sottostante viene riportato in dettaglio il valore percentuale, che risulta essere compreso tra un massimo di 69% al **Museo Pietro Canonica** e un minimo di 11% al **Museo della Repubblica Romana**.



Con chi ha visitato il museo

Il 33% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 20% con la “**famiglia**”, il 19% insieme agli “**amici**”, il 14% risponde “**da solo**”, un 7% con la propria “**scuola**” e un 7% con un “**gruppo organizzato**”.

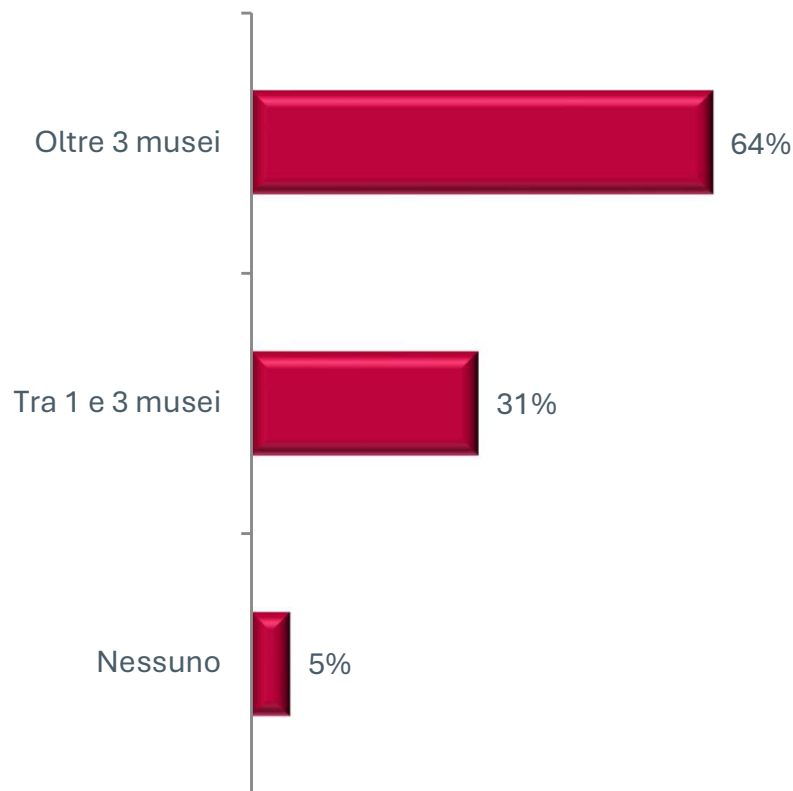
È significativo che a recarsi al museo in coppia o con la famiglia siano stati in particolare i turisti, di età ≤18 anni e 45-54 anni, nuovi visitatori, privi di aspettative e hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a venire con gli amici sono in prevalenza i visitatori italiani (inclusi i romani), appartenenti alle fasce di età 19-34 anni, 40-44 anni e over 65 anni, alcuni già stati nel *Sistema Musei*, il loro giudizio è superiore o uguale alle attese e sono stati in meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 64% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 31% risponde “**tra uno e tre musei**” e il restante 5% afferma di non essere stato quest'anno in alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri, che hanno conseguito un titolo di laurea/post laurea, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono in prevalenza i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), diplomati, con giudizio superiore alle proprie attese.



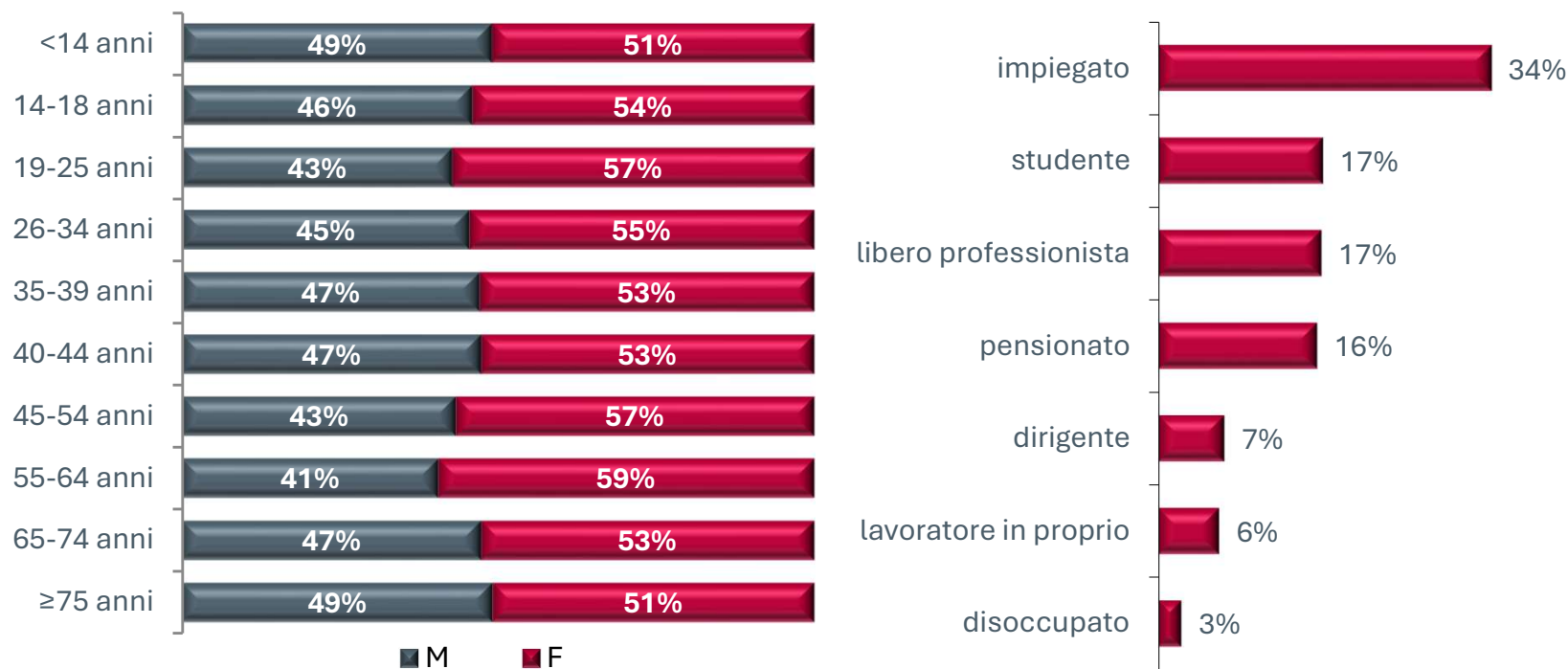
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 55% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in tutte le fasce di età, soprattutto quelle dei 19-34 anni e 45-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **45-74 anni**, che raggiungono il 48% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia che la percentuale dei **giovani di età 19-34 anni** risulta pari al 22% sul totale.

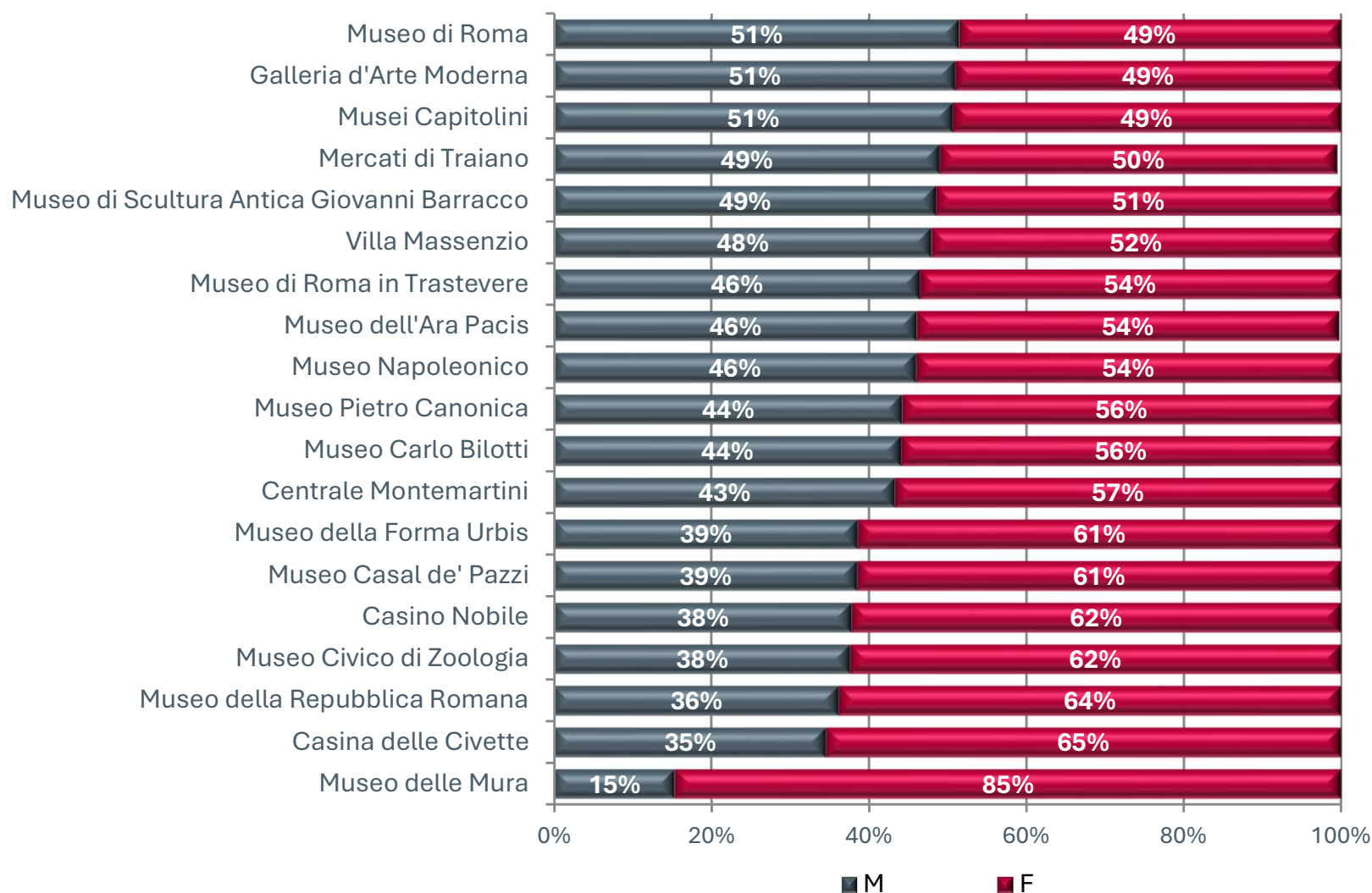
Il 45% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea**.

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (34%); seguono gli **studenti** e i **liberi professionisti** (17% per entrambi).



Analisi socio-demografica – genere per museo

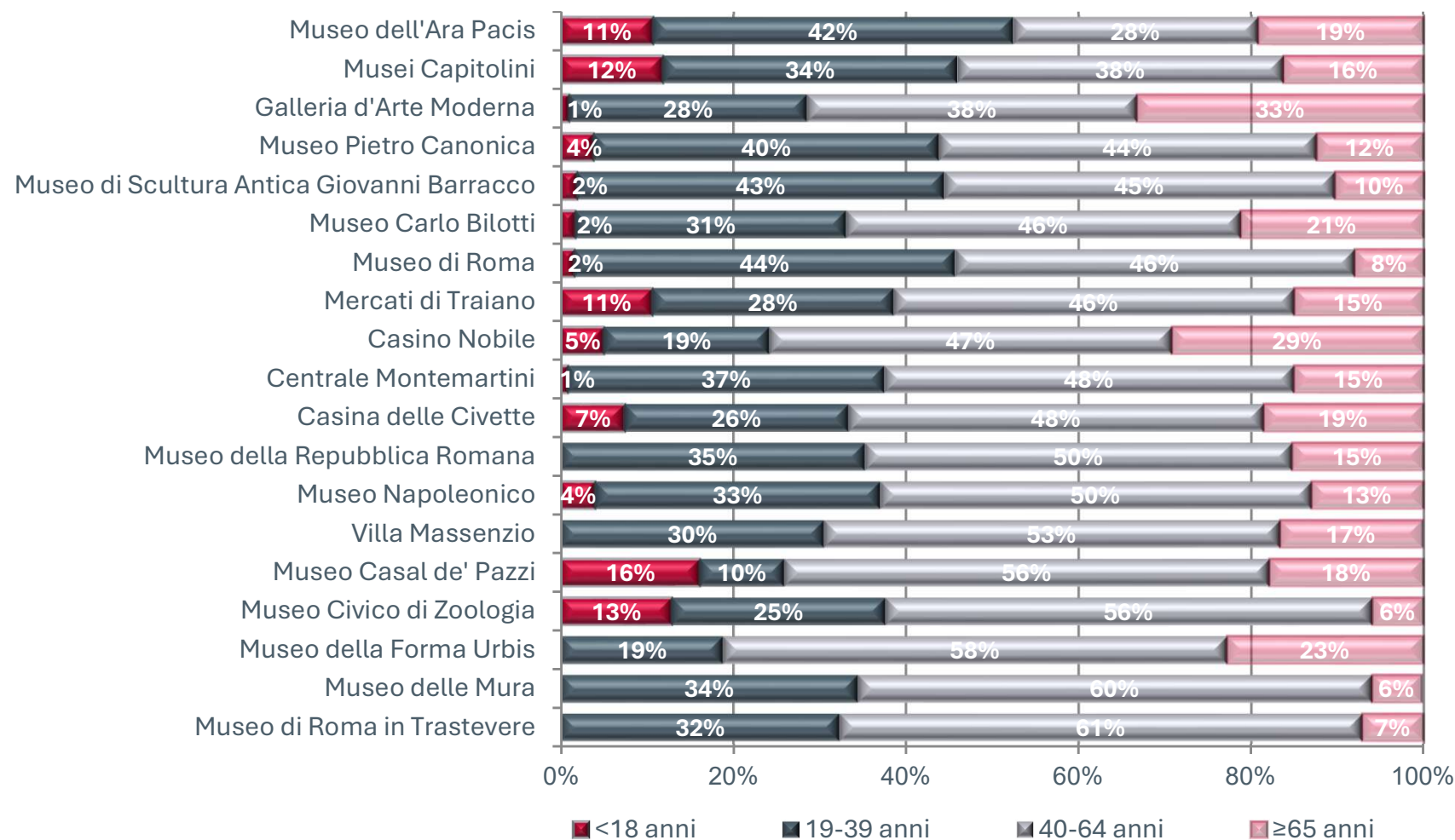
Analizzando il genere degli intervistati nei vari musei del Sistema, le donne prevalgono soprattutto al **Museo delle Mura** (85%), alla **Casina delle Civette** (65%) e al **Museo della Repubblica Romana** (64%). Invece gli uomini emergono al **Museo di Roma**, alla **Galleria d'Arte Moderna** e ai **Musei Capitolini** (51% per ciascuno).



Analisi socio-demografica – fasce d'età per museo

Analizzando le fasce d'età degli intervistati nei vari musei del Sistema, i minori di 18 anni emergono al **Museo di Casal de' Pazzi** (16%) e al **Museo Civico di Zoologia** (13%).

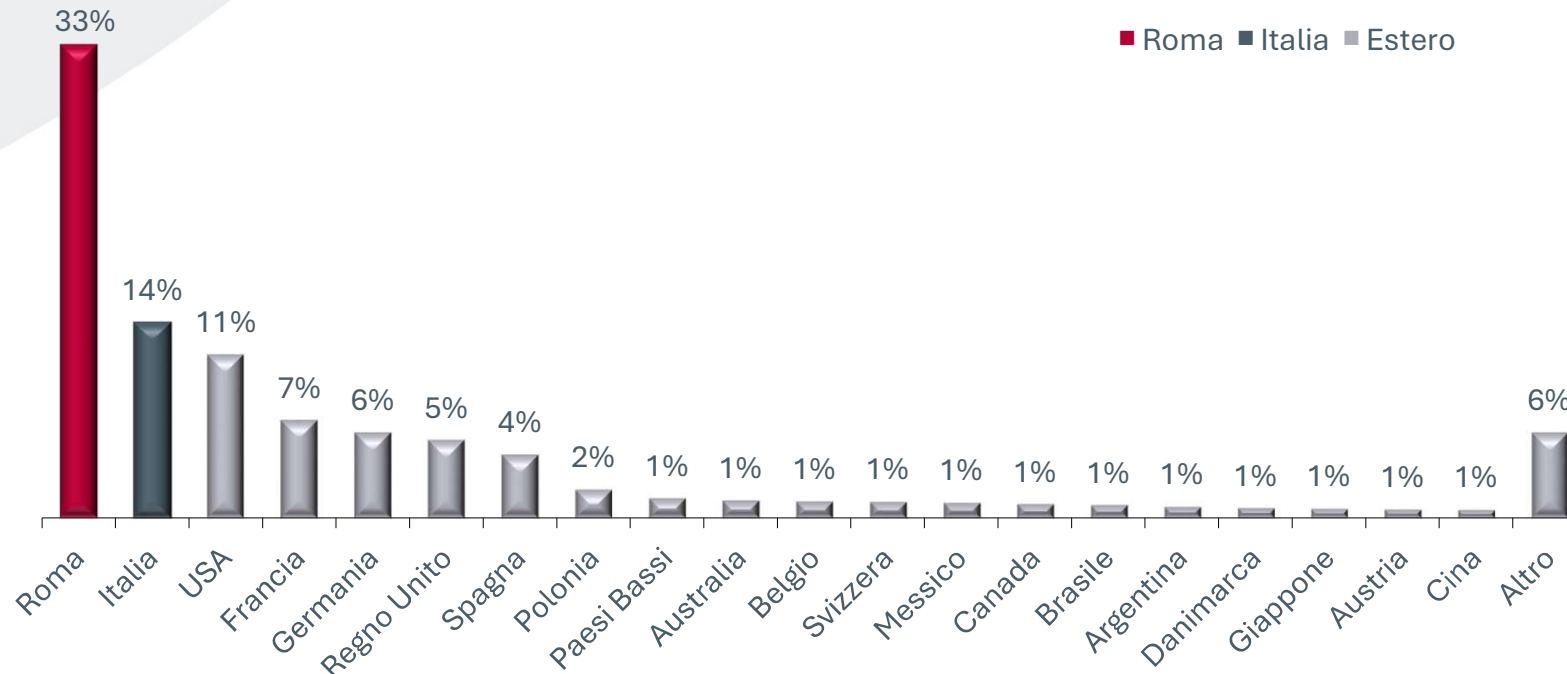
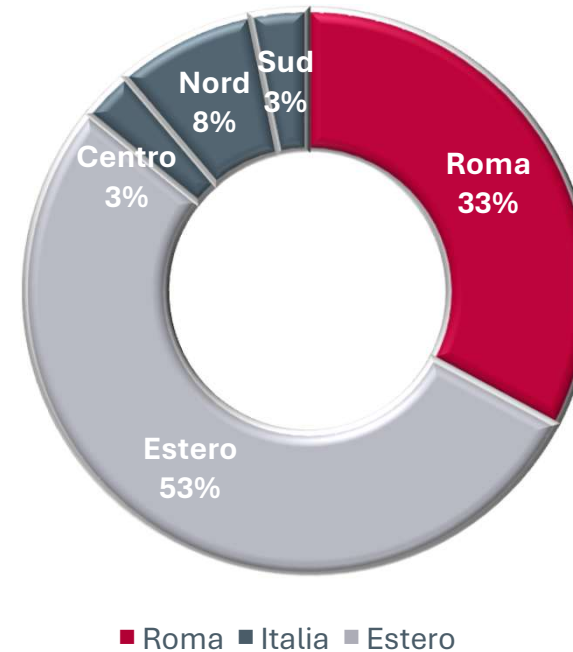
Le fasce di età 19-39 anni prevalgono al **Museo di Roma** (44%), al **Museo Barracco Barracco** (43%) e al **Museo dell'Ara Pacis** (42%), mentre quelle dei 40-64 anni al **Museo di Roma in Trastevere** (61%) e al **Museo delle Mura** (60%). Infine gli over 65 anni sono predominanti alla **Galleria d'Arte Moderna** (33%) e al **Casino Nobile** (29%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

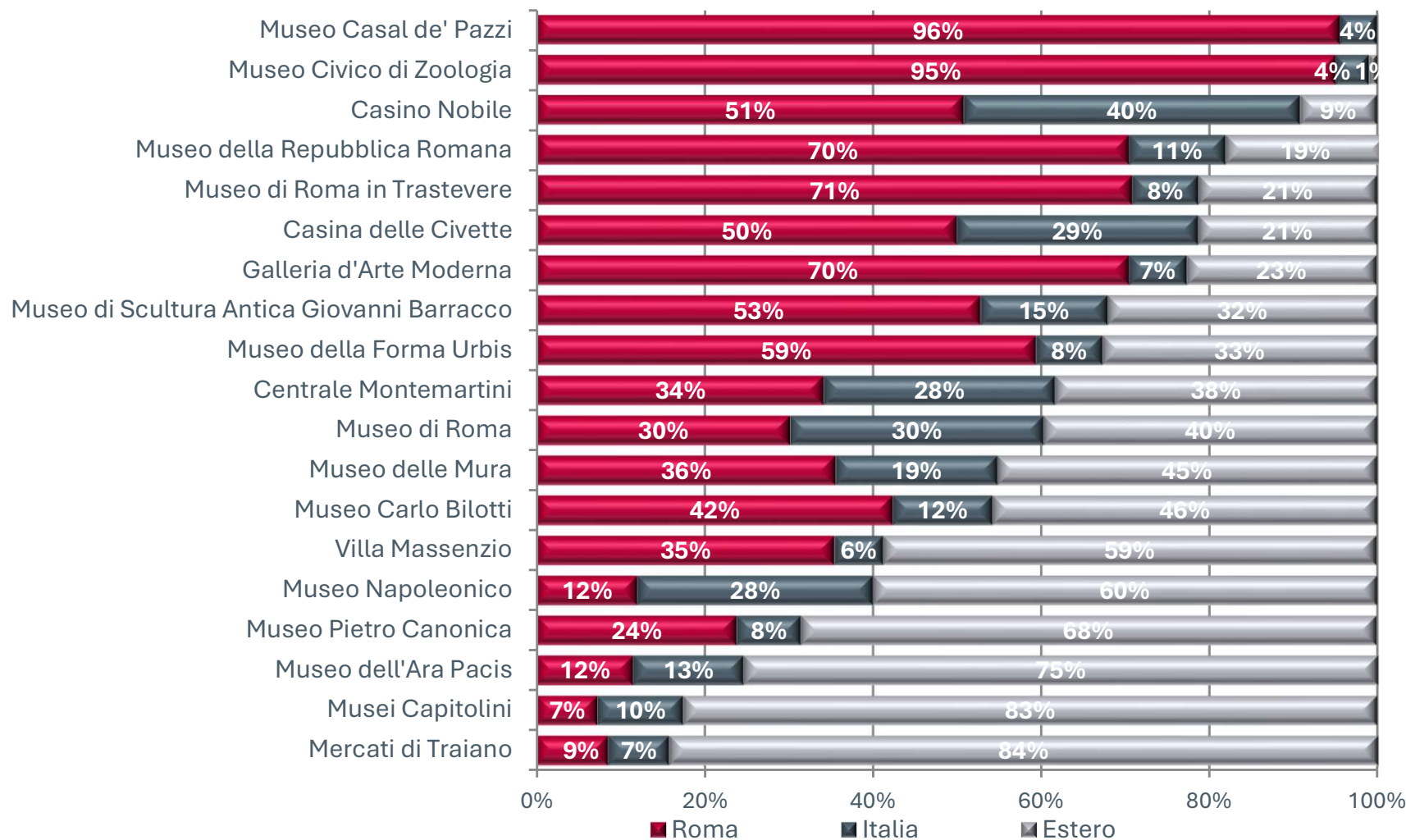
Il 53% degli intervistati è costituito da visitatori che giungono dall'**estero**, mentre il 33% si riferisce ai residenti a Roma e il restante 14% sono turisti italiani (l'8% giunge dal *Nord Italia*, un 3% dal *Centro* e un 3% dal *Sud*).

Tra le nazionalità estere prevale la **statunitense** (11% sul totale degli intervistati), seguita dalla **francese** (7%) e dalla **tedesca** (6%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza dei visitatori.



Analisi socio-demografica – provenienza per museo

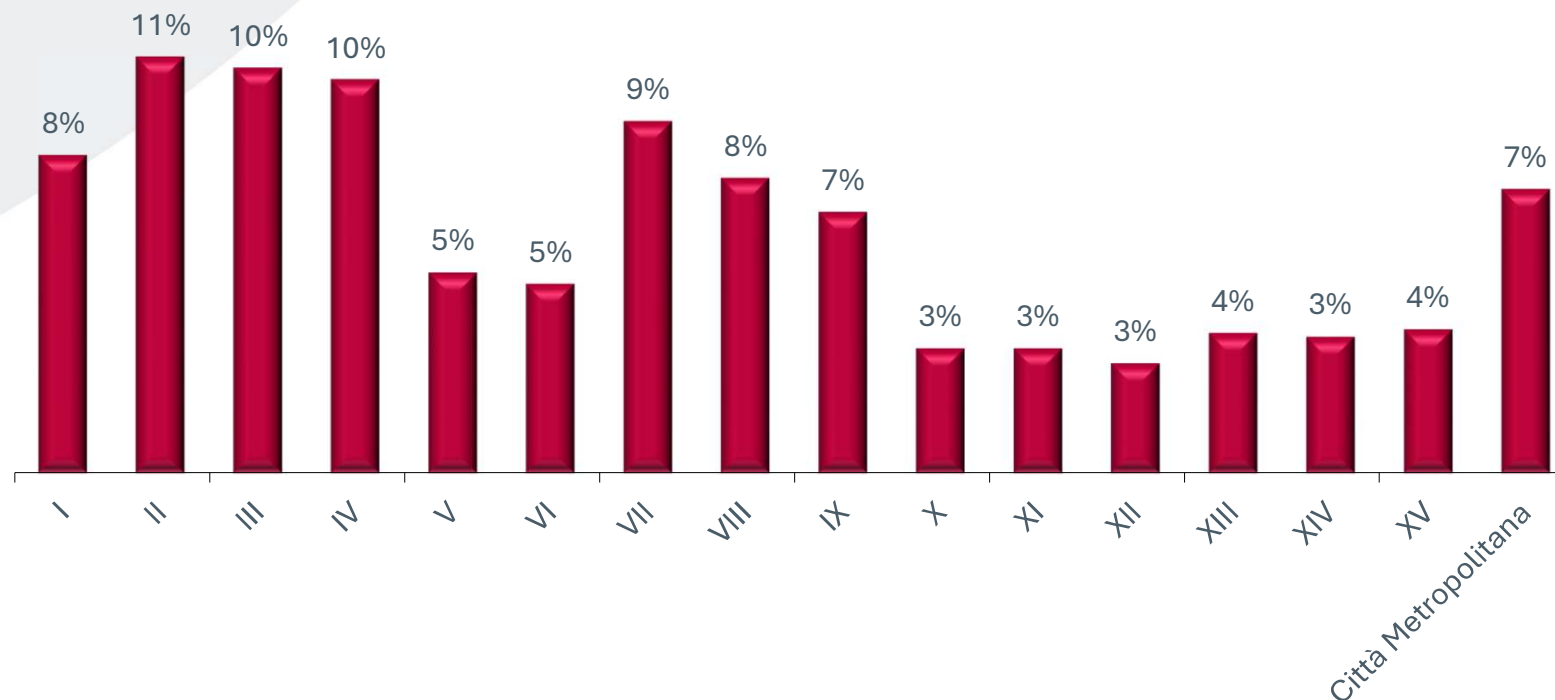
Analizzando la provenienza degli intervistati nei vari musei del Sistema emerge una percentuale più alta di cittadini romani soprattutto al **Museo di Casal de' Pazzi** (96%) e al **Museo Civico di Zoologia** (95%), mentre i turisti italiani prevalgono al **Casino Nobile** (40%) e al **Museo di Roma** (30%). Infine i turisti stranieri sono predominanti ai **Mercati di Traiano** (84%) e ai **Musei Capitolini** (83%).



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza, emerge soprattutto il **Municipio II** (11% sul totale dei romani intervistati), seguito dai **Municipi III e IV** (10% per entrambi).

Per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante, nel quale si evidenzia una ripartizione piuttosto diversificata e una buona frequentazione dei musei da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città, incluse quelle periferiche.



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	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,252**	,191**	,303**	,109**	,155**	,205**	,217**	,216**	,155**	,436**	,154**	,364**	,216**
Orari di apertura	,252**	1,000	,257**	,196**	,156**	,150**	,152**	,232**	,125**	,180**	,449**	,103**	,269**	,225**
Personale di biglietteria	,191**	,257**	1,000	,272**	,164**	,190**	,206**	,354**	,221**	,202**	,366**	,136**	,195**	,272**
Guardaroba	,303**	,196**	,272**	1,000	,128**	,210**	,294**	,276**	,205**	,174**	,449**	,291**	,400**	,232**
Opere della collezione	,109**	,156**	,164**	,128**	1,000	,248**	,208**	,216**	,123**	,109**	,192**	,129**	0,090	,435**
Supporti informativi	,155**	,150**	,190**	,210**	,248**	1,000	,433**	,245**	,279**	,158**	,323**	,240**	,267**	,347**
Supporti digitali	,205**	,152**	,206**	,294**	,208**	,433**	1,000	,226**	,233**	,200**	,332**	,182**	,300**	,372**
Personale in sala	,217**	,232**	,354**	,276**	,216**	,245**	,226**	1,000	,274**	,196**	,436**	,171**	,238**	,287**
Segnaletica interna	,216**	,125**	,221**	,205**	,123**	,279**	,233**	,274**	1,000	,177**	,219**	,152**	,135**	,209**
Pulizia del sito	,155**	,180**	,202**	,174**	,109**	,158**	,200**	,196**	,177**	1,000	,199**	,127**	,111*	,183**
Personale in libreria	,436**	,449**	,366**	,449**	,192**	,323**	,332**	,436**	,219**	,199**	1,000	,738**	,565**	,350**
Libreria	,154**	,103**	,136**	,291**	,129**	,240**	,182**	,171**	,152**	,127**	,738**	1,000	,491**	,306**
Caffetteria	,364**	,269**	,195**	,400**	0,090	,267**	,300**	,238**	,135**	,111*	,565**	,491**	1,000	,277**
Esperienza complessiva	,216**	,225**	,272**	,232**	,435**	,347**	,372**	,287**	,209**	,183**	,350**	,306**	,277**	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.

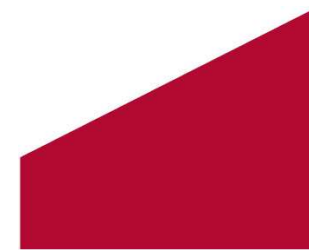
Correlazione 2/2

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 sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Sistema Musei di Roma Capitale* le variabili che risultano più correlate al giudizio generale sono le **opere della collezione** e i **supporti digitali**.

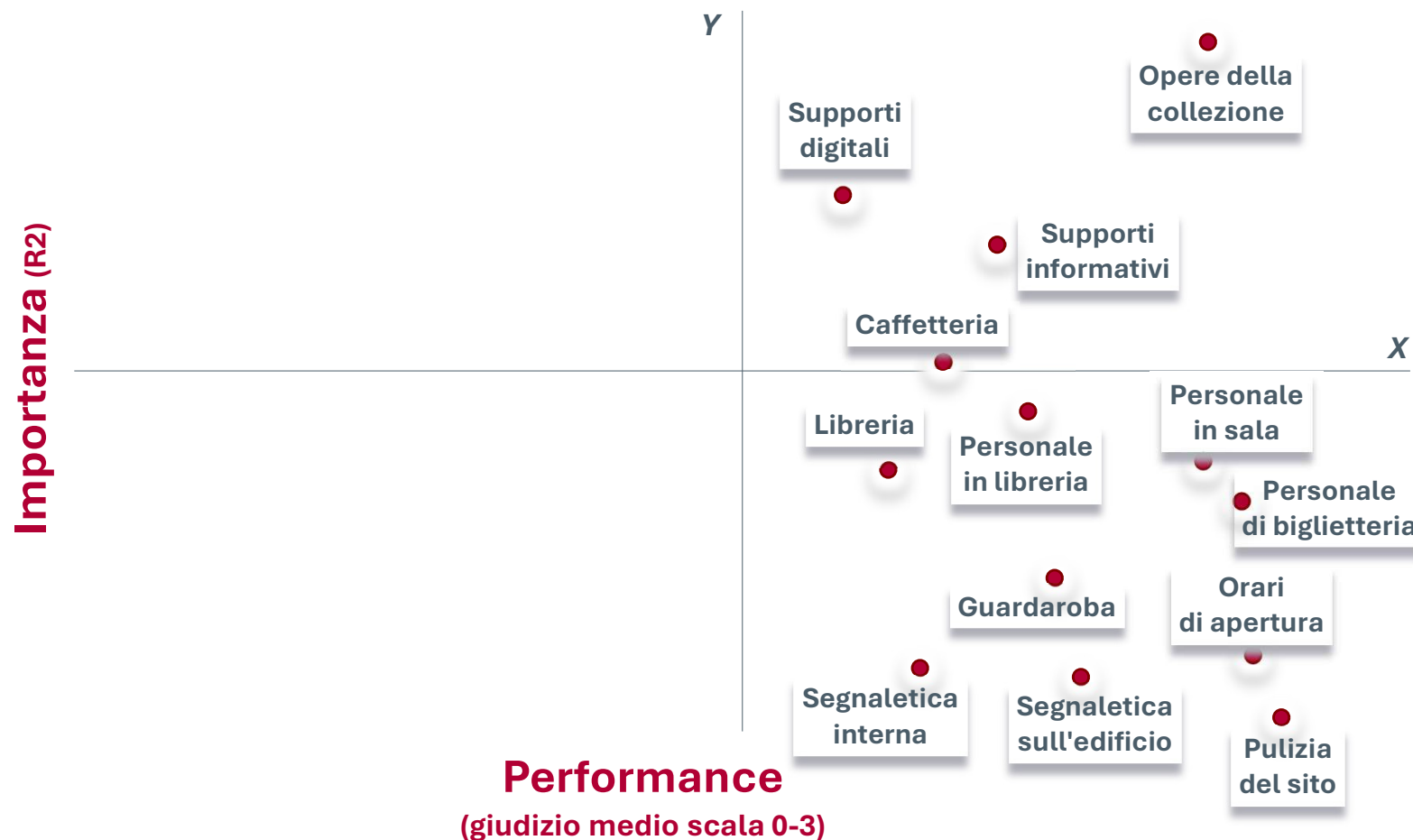
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Opere della collezione	0,435
Supporti digitali	0,372
Personale in libreria	0,350
Supporti informativi	0,347
Libreria	0,306
Personale in sala	0,287
Caffetteria	0,277
Personale di biglietteria	0,272
Guardaroba	0,232
Orari di apertura	0,225
Segnaletica sull'edificio	0,216
Segnaletica interna	0,209
Pulizia del sito	0,183



Mapa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** e i **supporti digitali** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa sottostante e si trovano nel quadrante in alto a destra, insieme ai **supporti informativi** (sono posizionati più in basso) e alla **caffetteria** (quest'ultima variabile è *borderline*). Nessun elemento 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 complessivo, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



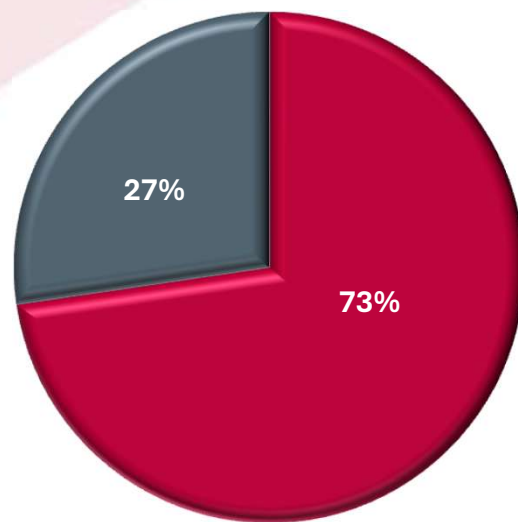
Cluster Analysis

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

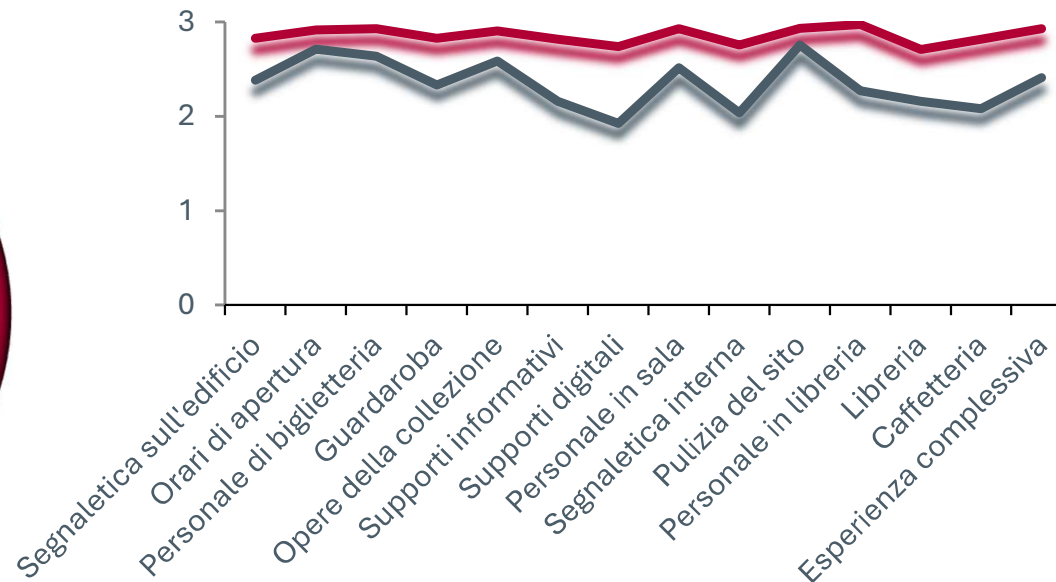
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**2293** individui per il *Cluster 1* e **862** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

Cluster 1 – Molto soddisfatti: residenti a Roma; di età ≤18 anni, 26-34 anni e over 55 anni; diplomati; studenti, liberi professionisti e pensionati; vengono a conoscenza del museo tramite il passaparola; vi si recano soprattutto con amici o la propria famiglia; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: turisti (italiani e stranieri); di età 19-25 anni e 35-54 anni; con titolo di laurea/post laurea; occupati dipendenti e lavoratori in proprio; vengono a conoscenza del museo tramite i siti internet e canali social; vi si recano soprattutto in coppia o da soli; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

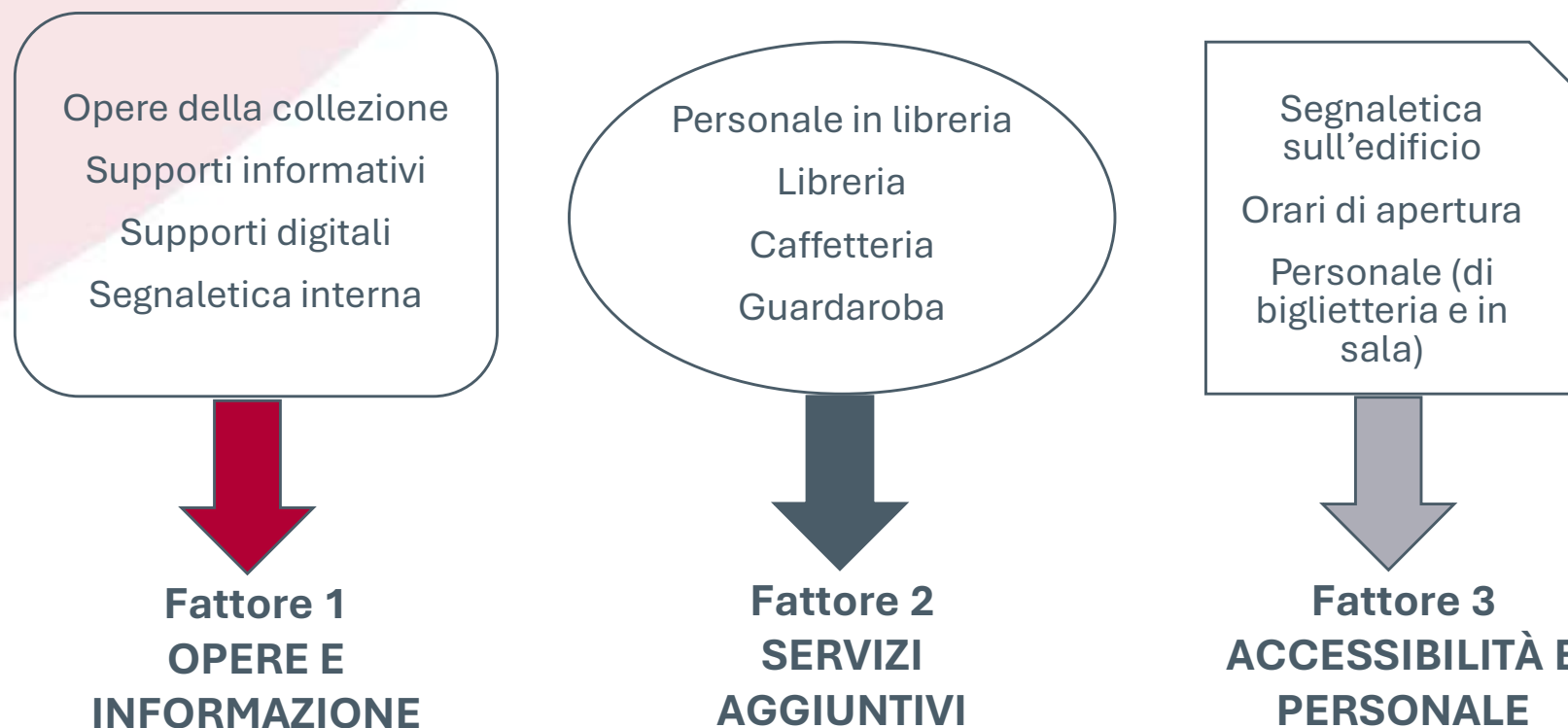


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

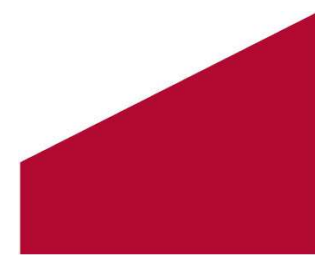
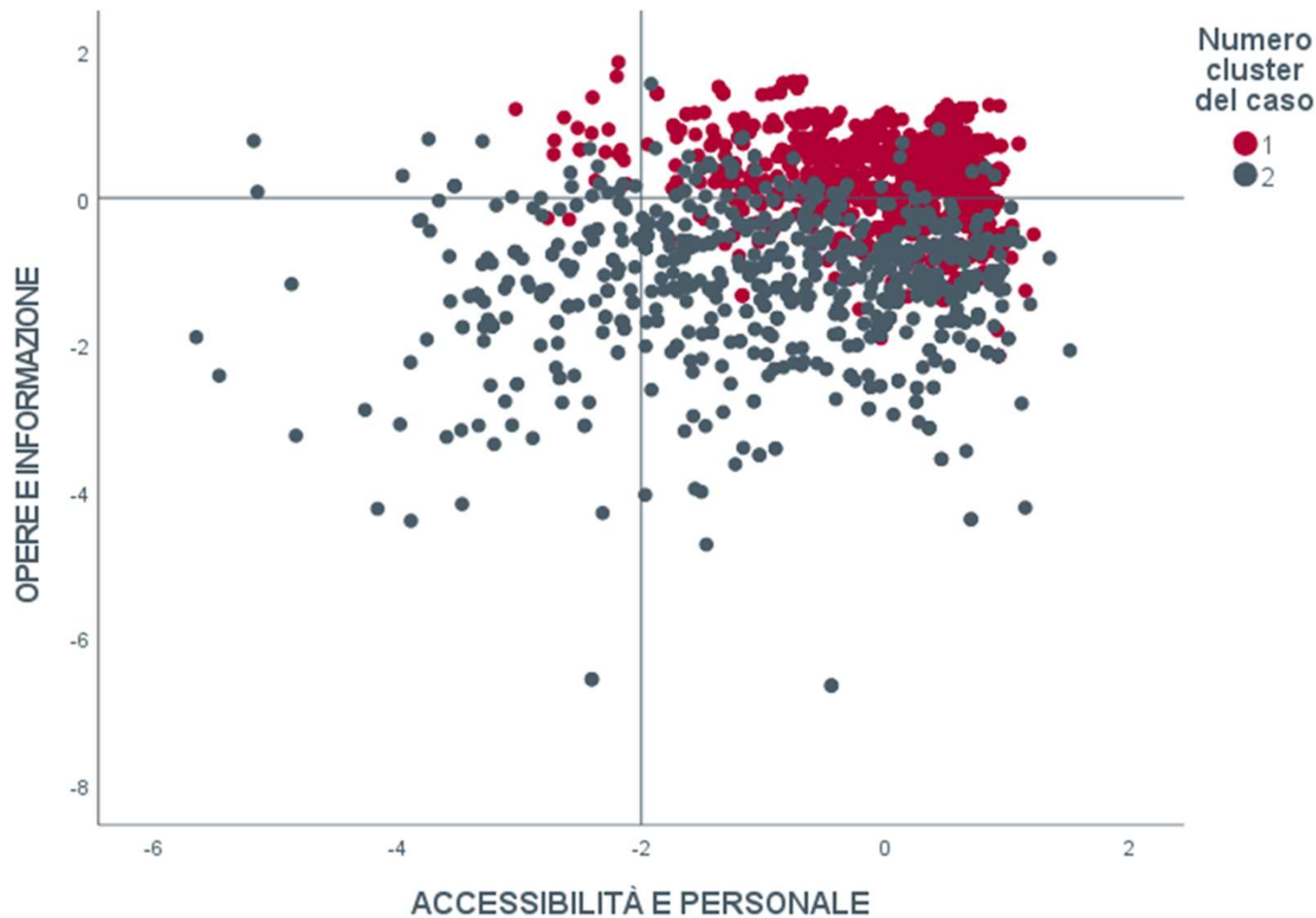
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la pulizia del sito è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



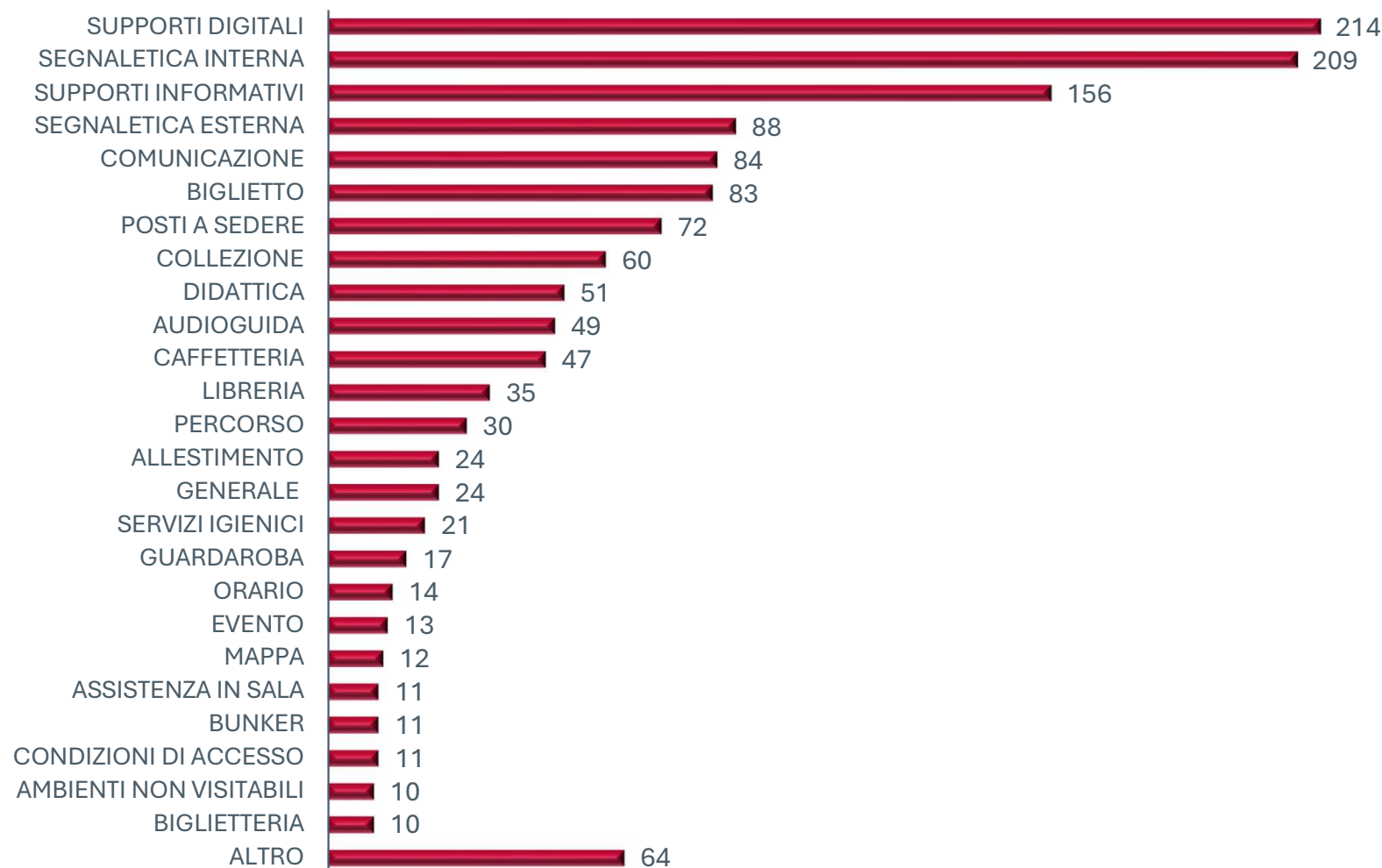
Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

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 (“Opere e Informazione”).



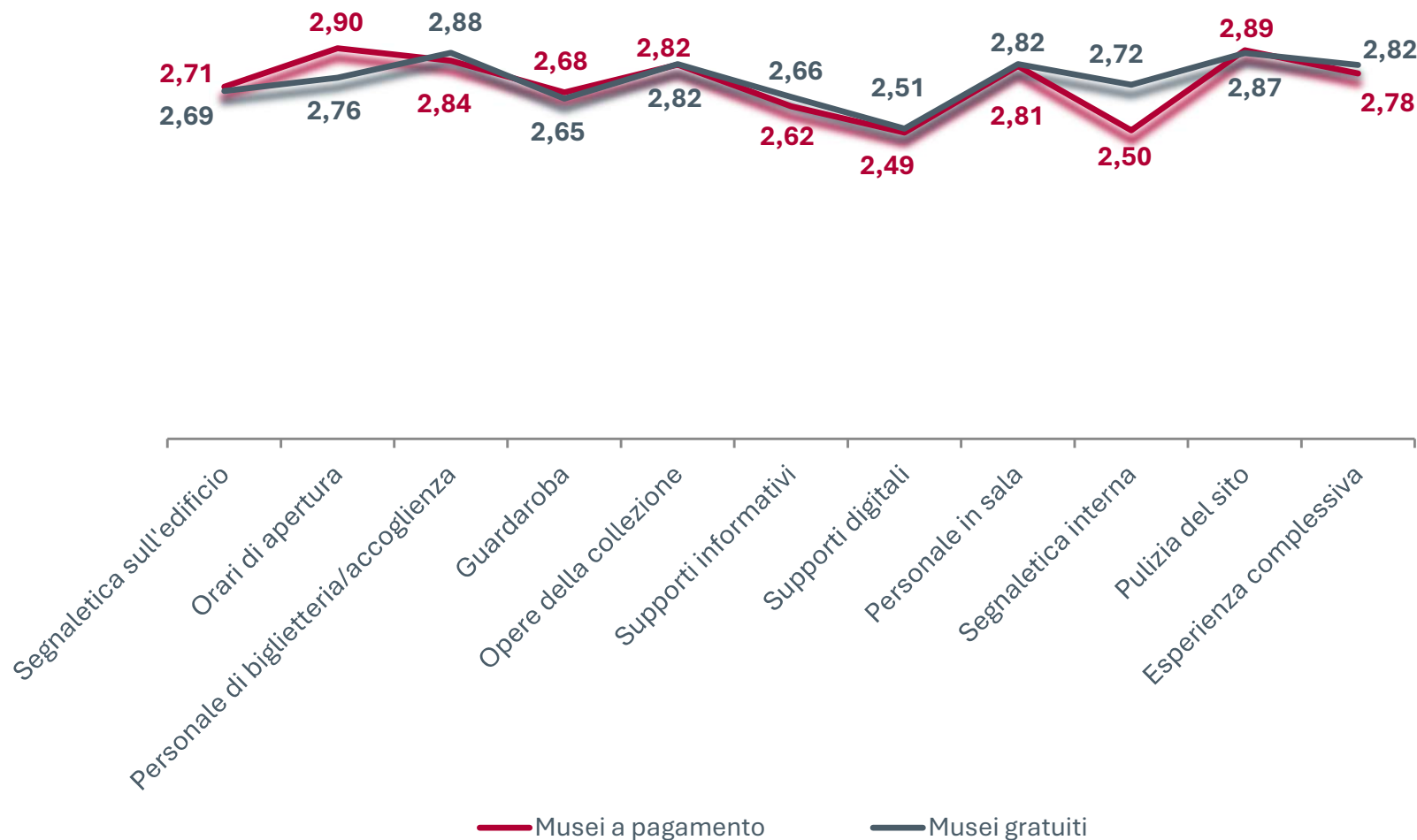
Suggerimenti – aspetti di riferimento

Analizzando gli aspetti su cui il campione intervistato ha rilasciato più suggerimenti, emergono nettamente i **supporti digitali** (n. 214; 15% sul totale), la **segnaletica interna** (n. 209; 15% sul totale) ed i **supporti informativi**, ovvero **pannelli e didascalie** (n. 156; 11% sul totale). Per maggiori dettagli sui vari aspetti prevalenti in ciascun museo si rimanda alla tabella presente nell'Allegato 2.



Analisi univariate per tipologia di ingresso

Come si rileva dal grafico sottostante, se si considerano i musei suddivisi per tipologia di ingresso, gli intervistati nei musei gratuiti mostrano una maggiore soddisfazione sui seguenti aspetti: **personale (di biglietteria/accoglienza e in sala), supporti informativi e digitali, segnaletica interna ed esperienza complessiva.**



Allegato 1 - Tabella medie di soddisfazione per museo*

Ics Sistema Musei di Roma Capitale	Musei Capitolini	Centrale Montemartini	Mercati di Traiano	Museo dell'Ara Pacis	Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	Museo delle Mura	Villa Massenzio	Museo di Roma	Museo Napoleonico	Museo Carlo Bilotti	Museo Pietro Canonica	Museo di Roma in Trastevere	Casino Nobile	Casina delle Civette	Museo Civico di Zoologia	Galleria d'Arte Moderna	Museo Casal de' Pazzi	Museo della Repubblica Romana	Museo della Forma Urbis
Segnaletica sull'edificio	2,65	2,81	2,73	2,83	2,66	2,84	2,70	2,69	2,75	2,51	2,73	2,67	2,60	2,41	2,73	2,75	2,46	2,90	2,77
Orari di apertura	2,92	2,88	2,98	2,99	2,70	2,68	2,76	2,71	2,81	2,59	2,87	2,74	2,93	2,96	2,73	2,75	2,77	2,88	2,78
Personale di biglietteria	2,77	2,82	2,88	2,85	2,90	2,90	2,84	2,69	2,85	2,84	2,89	2,77	2,94	2,94	2,84	2,85	2,89	2,90	2,95
Guardaroba	2,66	2,80	2,67	2,70	2,51	-	-	2,62	2,68	2,79	-	2,67	2,56	2,73	-	2,79	-	-	2,71
Opere della collezione	2,93	2,87	2,88	2,74	2,86	2,78	2,78	2,78	2,84	2,89	2,80	2,43	2,91	2,89	2,62	2,70	2,77	2,86	2,90
Supporti informativi	2,52	2,85	2,71	2,46	2,63	2,64	2,54	2,49	2,85	2,47	2,87	2,67	2,86	2,74	2,55	2,57	2,78	2,55	2,82
Supporti digitali	2,19	2,77	2,62	2,56	-	-	-	2,33	-	-	-	2,59	2,52	-	2,44	2,41	2,60	2,42	-
Personale in sala	2,75	2,88	2,90	2,86	2,89	2,88	2,78	2,63	2,70	2,62	2,89	2,65	2,90	2,90	2,61	2,83	2,93	2,89	2,85
Segnaletica interna	2,11	2,77	2,28	2,79	2,74	2,87	2,49	2,52	2,86	2,53	2,81	2,48	2,85	2,85	2,61	2,69	2,84	2,70	2,89
Pulizia del sito	2,86	2,84	2,95	2,96	2,93	2,88	2,86	2,67	2,78	2,91	2,91	2,87	2,97	2,93	2,69	2,94	2,86	2,87	2,90
Personale in libreria	2,66	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Libreria	2,54	2,63	2,68	2,33	-	-	-	2,40	-	-	-	2,23	2,39	-	2,78	2,58	-	-	2,49
Caffetteria	2,59	-	-	-	-	-	-	2,44	-	2,63	-	-	2,56	2,63	-	-	-	-	2,91
Esperienza complessiva	2,80	2,83	2,87	2,67	2,85	2,85	2,87	2,65	2,83	2,69	2,87	2,74	2,89	2,88	2,69	2,66	2,82	2,77	2,77

*Sono state evidenziate (in rosso) le medie al di sotto dello standard minimo di 2,20.

Allegato 2 - Aspetti dei suggerimenti per museo

Ics Sistema Musei di Roma Capitale	Musei Capitolini	Centrale Montemartini	Mercati di Traiano	Museo dell'Ara Pacis	Museo Barracco	Museo delle Mura	Villa di Massenzio	Museo di Roma	Museo Napoleonico	Museo Bilotti	Museo Canonica	Museo di Roma in Trastevere	Casino Nobile	Casina delle Civette	Museo Civico di Zoologia	Galleria d'Arte Moderna	Museo di Casal de' Pazzi	Museo della Repubblica Romana	Museo della Forma Urbis	TOTALE	%
SUPPORTI DIGITALI	28	0	41	51	0	2	1	0	2	17	0	6	24	13	3	3	10	8	5	214	15%
SEGNALETICA INTERNA	116	1	63	8	0	1	3	0	0	2	0	2	7	2	1	3	0	0	0	209	15%
SUPPORTI INFORMATIVI	20	3	31	43	0	0	13	0	3	4	0	3	2	14	6	1	6	1	6	156	11%
SEGNALETICA ESTERNA	0	2	6	8	1	1	4	0	0	7	0	2	26	19	0	0	9	0	3	88	6%
COMUNICAZIONE	2	8	11	0	3	1	3	0	4	13	5	1	3	4	0	1	21	3	1	84	6%
BIGLIETTO	2	0	17	41	3	0	1	2	0	2	1	0	5	1	0	0	3	0	5	83	6%
POSTI A SEDERE	23	0	38	0	0	0	2	0	0	0	0	0	7	1	1	0	0	0	0	72	5%
COLLEZIONE	2	0	12	23	0	0	0	0	1	0	0	10	1	3	0	1	6	1	0	60	4%
DIDATTICA	10	0	10	5	0	5	0	0	1	3	0	0	7	3	0	0	5	2	0	51	4%
AUDIOGUIDA	5	5	18	2	0	0	0	0	1	2	0	0	5	9	0	0	2	0	0	49	3%
CAFFETTERIA	4	6	9	0	0	0	6	0	2	3	0	0	9	7	0	0	1	0	0	47	3%
LIBRERIA	1	10	1	2	0	0	0	0	0	1	0	3	13	0	0	4	0	0	0	35	2%
PERCORSO	15	0	10	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	30	2%
ALLESTIMENTO	2	1	2	0	5	1	0	0	1	0	0	0	1	1	7	0	2	0	1	24	2%
GENERALE	1	0	10	1	0	0	3	1	0	2	0	2	0	0	1	0	2	0	1	24	2%
SERVIZI IGIENICI	8	0	1	2	1	0	0	1	0	2	0	0	3	2	0	0	1	0	0	21	1%
GUARDAROBA	2	0	6	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	3	0	0	0	17	1%
ORARIO	2	0	0	0	0	2	3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	2	0	0	14	1%
EVENTO	0	0	0	10	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	1%
MAPPA	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	1%
ASSISTENZA IN SALA	2	1	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	11	1%
BUNKER	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	3	0	0	0	0	0	11	1%
CONDIZIONI DI ACCESSO	0	0	7	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	1%
AMBIENTI NON VISITABILI	0	0	2	3	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	10	1%
BIGLIETTERIA	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0	0	0	0	10	1%
CONSERVAZIONE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	7	0,5%
DISABILI	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	7	0,5%
EDIFICIO	0	0	0	0	3	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	7	0,5%
SITOINTERNET	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0,5%
ACCESSIBILITA	1	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0,4%
ESTERNO	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	5	0,4%
ILLUMINAZIONE	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	5	0,4%
ALTRO	4	0	4	4	0	0	2	0	2	3	0	0	1	0	0	0	1	0	0	21	1%
TOTALE	270	38	311	212	17	18	47	5	18	73	7	37	127	91	21	18	73	15	22	1420	100%

Allegato 3 - Campione intervistato per museo

Indagine customer satisfaction Sistema Musei di Roma Capitale 2025	periodo indagine	campione intervistato	% intervistati/ totale ingressi
Musei Capitolini	6-10 ottobre	542	5%
Centrale Montemartini	26 settembre-1 ottobre	120	18%
Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali	13-17 ottobre	415	41%
Museo dell'Ara Pacis	22-26 settembre	412	33%
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	12-18 ottobre	106	41%
Museo delle Mura	4-7 novembre	104	34%
Villa Massenzio	23-26 settembre	121	34%
Museo di Roma	15-18 ottobre	136	18%
Museo Napoleonico	8-11 ottobre 2025	100	33%
Museo Carlo Bilotti	29 ottobre-1 novembre	118	11%
Museo Pietro Canonica	29 ottobre-1 novembre	105	23%
Museo di Roma in Trastevere	29 ottobre-1 novembre	127	18%
Casino Nobile di Villa Torlonia	15-18 ottobre	120	19%
Casina delle Civette di Villa Torlonia	15-18 ottobre	108	12%
Museo Civico di Zoologia	7-11 ottobre	101	60%
Galleria d'Arte Moderna	30 ottobre-2 novembre	102	12%
Museo di Casal de' Pazzi	1-26 ottobre	112	42%
Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina	30 ottobre-2 novembre	105	44%
Museo della Forma Urbis	11-14 novembre	101	30%
Totale complessivo	22 settembre-14 novembre	3155	15%

Allegato 4 – Questionario (fronte)

Questionario
Indagine Sistema Musei in Comune

Customer Satisfaction
M ICS 20 ITA ING 2025

MUSEO/MUSEUM: _____ **DATA/DATE:** ___/___/___ **ORA/HOUR:** ___/___

Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?
Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? In the last five years, have you already visited this museum?

Mai in tutta la mia vita/ Never Sì, da 1 a 3 volte/ Yes, 1-3 times
 No, negli ultimi 5 anni/ Not in the last 5 years Sì, più di 3 volte/ Yes, more than 3 times

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Did you use any card to enter in the museum?

Sì/ Yes, I did (quale?/which? ROMA PASS ROMA MIC CARD) No/ No, I didn't

Se sì, come è venuto a conoscenza della card? If yes, how did you find out this card?.....

Come è venuto a conoscenza del museo? How did you find out this museum?

stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines) passaparola (amici/parenti)/ friends&relatives
 www.museiincomune.it-sito del museo e canali social/ museum website scuola-università/ school or university
 altri siti e canali social/ other websites and social media guida turistica cartacea/ guide book
 passando per caso/ passing by mappa di Roma/ map of Rome
 affissioni pubblicitarie – schermi LED/ billboards–LED screens mostra o evento/ exhibition or event
 da sempre-non ricordo/ since forever-do not remember altro/ other (specificare/ specify.....)

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i>	Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i>	Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i>	Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i>	Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i>
Segnaletica-standardo sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria-accoglienza/ <i>Ticket office-welcome staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali/ <i>Digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale/ <i>Overall Museum Experience</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il museo è/ *With respect to your expectations, the museum is:*

Superiore alle aspettative/ *Higher than expectations* Uguale alle aspettative/ *Equal to the expectations*
 Inferiore alle aspettative/ *Lower than expectations* Senza aspettative/ *No expectations*



Zetema Progetto Cultura S.r.l.
Via Attilio Benigni, 59 - 00156 Roma
Tel 06 82077.1 / Fax 06 82077.105
info@zetema.it - direzione@pec.zetema.it

www.zetema.it