

Data 02/01/2020

Indagini di Customer Satisfaction

Sistema Musei in Comune

10 Settembre - 27 Novembre 2019

Zè

Zètema
progetto cultura

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 2018-2019
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel 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 - Tabella risultati per museo
- Allegato 2 - Aspetti dei suggerimenti per museo
- Allegato 3 - Campione intervistato per museo
- Allegato 4 - Questionari

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di **3.232 questionari** somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua che autocompilazione **dal 10 settembre al 27 novembre 2019** presso il **Sistema Musei in Comune** (gli intervistati rappresentano l'11% degli ingressi totali ai musei nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 1,62\%$.

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 2019, 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 **2,72** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale in libreria** (2,91) e di **biglietteria** (2,84), la **pulizia del sito** (2,83), gli **orari di apertura** (2,82), il **personale in sala** (2,81), le **opere della collezione** (2,74) e la **caffetteria** (2,73).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa, ma anche quello più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme ai **supporti informativi e digitali**; quest'ultimi ed i **posti a sedere** emergono tra i possibili miglioramenti (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 53% da **turisti stranieri**, **impiegati** (26%) e **pensionati** (21%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (59%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (48% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei musei del Sistema "**passando per caso**" (20%), "**passaparola**" e "**internet**" (18% per entrambi).

La voce "**passando per caso**" emerge principalmente per i turisti stranieri, di età 26-39 anni e 45-64 anni, nuovi visitatori, privi di aspettative e in generale abbastanza soddisfatti. Invece il "**passaparola**" è predominante tra i visitatori italiani (inclusi i romani), di età 40-44 anni o al di sopra dei 65 anni, alcuni già stati nei *Musei Civici*, il cui giudizio è superiore alle attese e sono molto soddisfatti della loro esperienza.

Tabella riassuntiva

Sistema Musei in Comune 2019	Media ponderata	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato/ non disponibile	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,57	3,00	2732	500	0,701	15%	67%	2%	92%
Orari di apertura	2,82	3,00	3163	69	0,463	2%	85%	0%	98%
Personale di biglietteria	2,84	3,00	2896	336	0,427	10%	87%	1%	98%
Guardaroba	2,68	3,00	1075	2157	0,640	67%	76%	1%	93%
Collezione	2,74	3,00	3187	45	0,530	1%	78%	1%	97%
Supporti informativi	2,54	3,00	3051	181	0,676	6%	63%	1%	92%
Supporti digitali	2,38	3,00	1682	1550	0,839	48%	57%	4%	85%
Personale in sala	2,81	3,00	2025	1207	0,449	37%	83%	0%	98%
Segnaletica interna	2,48	3,00	2817	415	0,725	13%	60%	2%	90%
Posti a sedere	2,41	3,00	2477	755	0,829	23%	59%	4%	85%
Pulizia del sito	2,83	3,00	3187	45	0,441	1%	85%	0%	98%
Personale in libreria	2,91	3,00	114	3118	0,284	96%	91%	0%	100%
Libreria	2,69	3,00	848	2384	0,546	74%	72%	0%	97%
Caffetteria	2,73	3,00	284	2948	0,534	91%	76%	0%	96%
Esperienza complessiva	2,72	3,00	3171	61	0,507	2%	74%	0%	98%

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

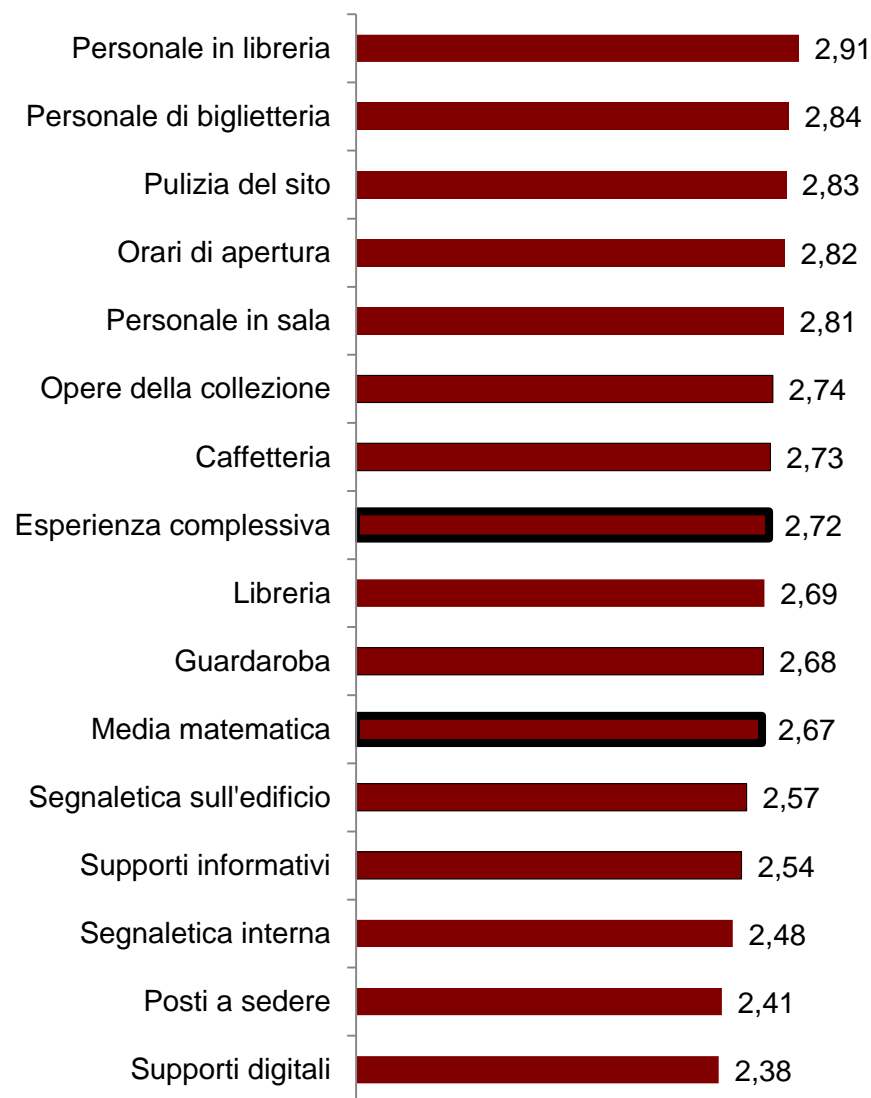
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,67).

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.

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: il **personale in libreria** e di **biglietteria**, la **pulizia del sito**, gli **orari di apertura**, il **personale in sala**, le **opere della collezione** e la **caffetteria**.

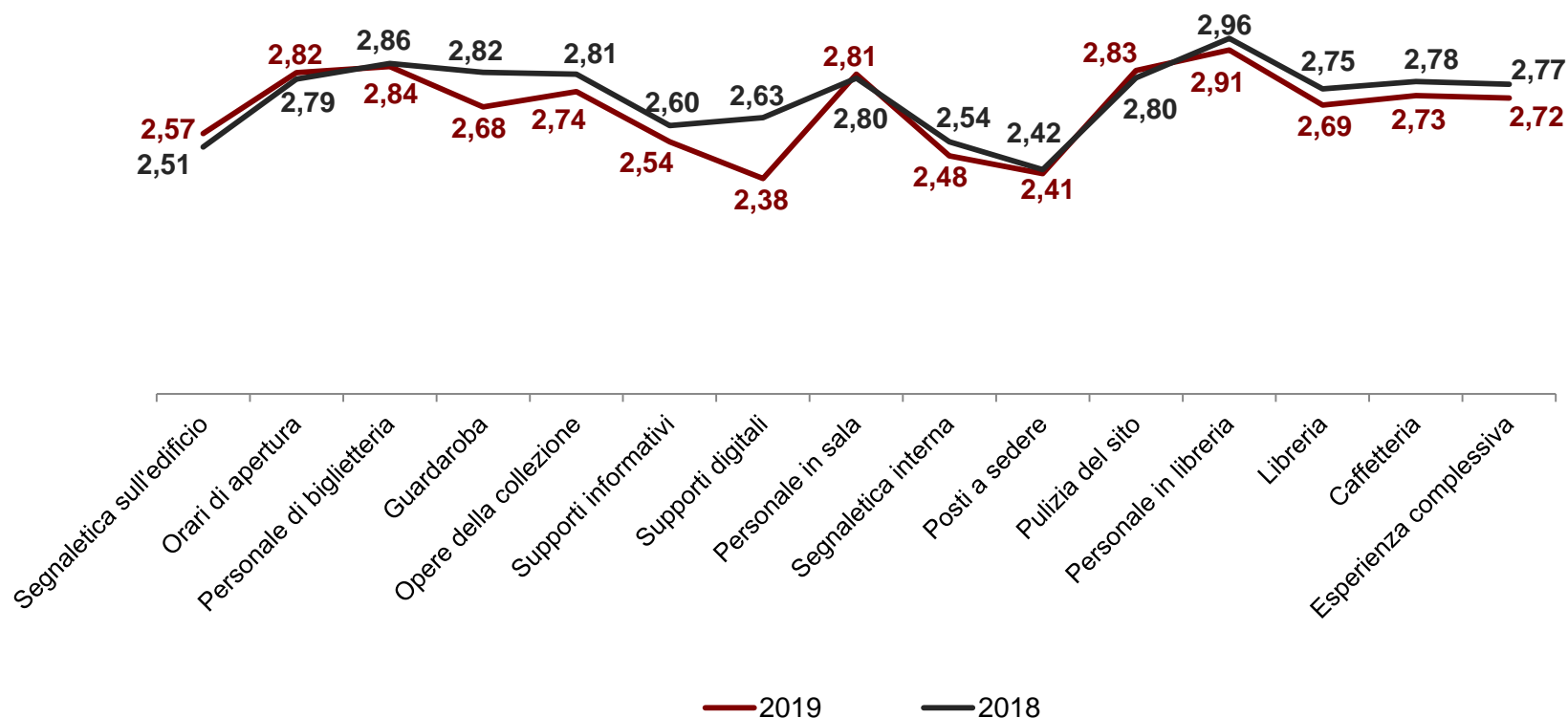
Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, seppure con qualche discrepanza.

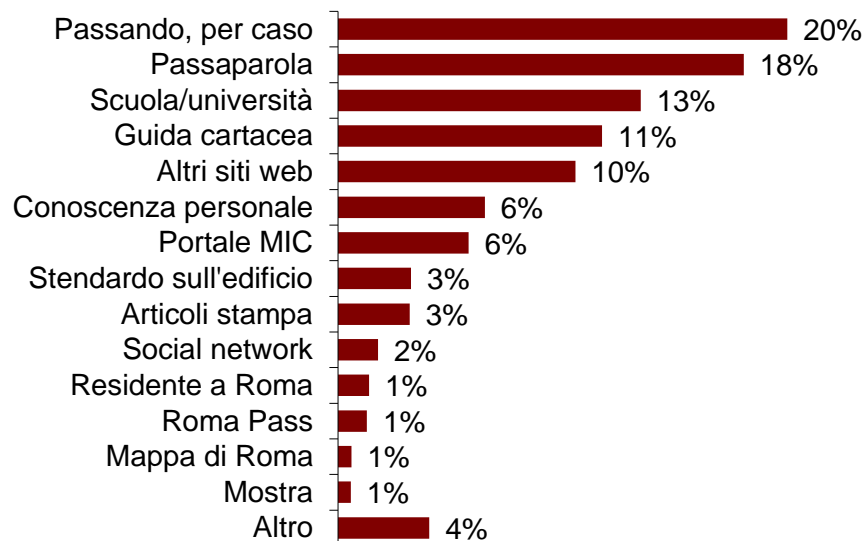
In particolare aumenta il livello medio di soddisfazione sulla segnaletica sull'edificio, mentre scende soprattutto sul guardaroba e sui supporti digitali, anche se le medie restano ben al di sopra di 2,20. Come si denota dal grafico sottostante, lo scostamento è minimo sulle restanti variabili oggetto d'indagine.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 20% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (era 16% nel 2018), il 18% col “**passaparola**” (lo scorso anno era il 17%), il 13% tramite “**scuola/università**” (12% nell’indagine precedente) e l’11% attraverso la “**guida cartacea**” (14% nel 2018). Invece la percentuale complessiva relativa al **canale web** resta pressoché invariata (in lieve aumento dal 17% al 18%, di cui il 6% si riferisce al **portale MiC**).

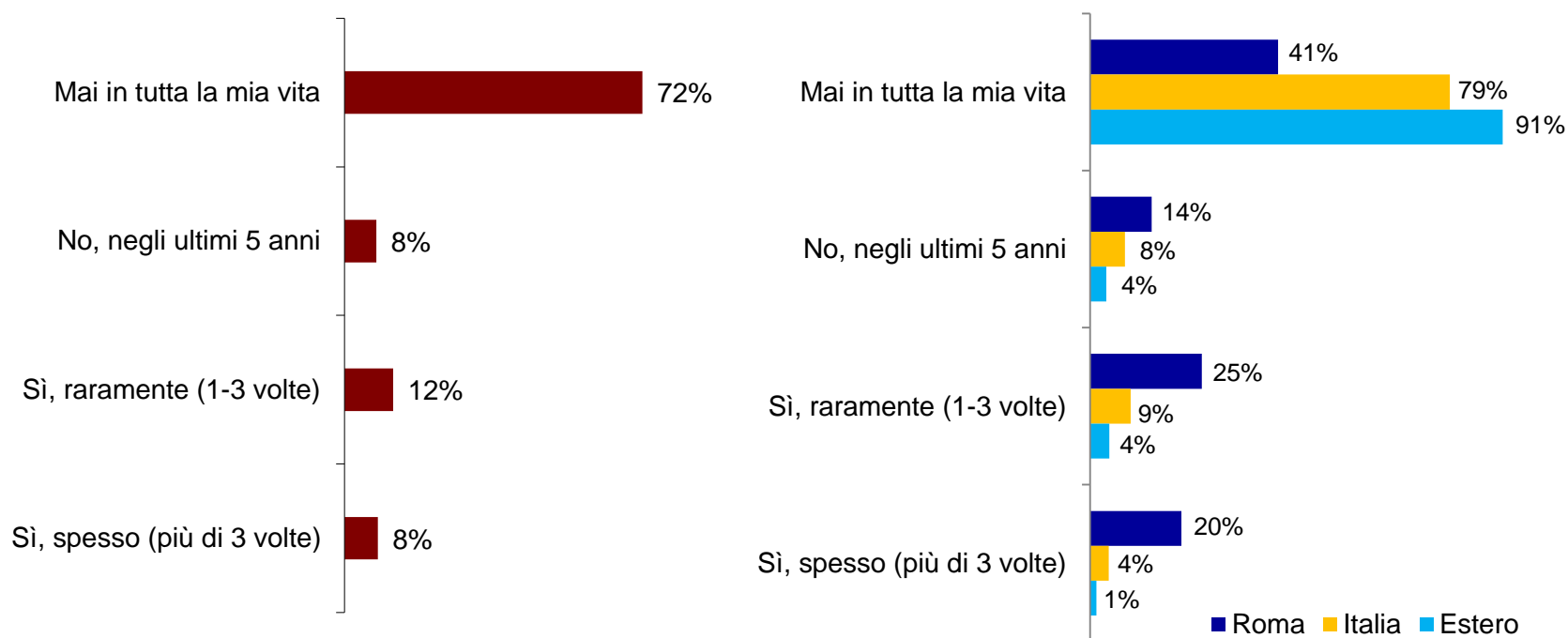
La voce passando per caso emerge principalmente per i turisti stranieri, di età 26-39 anni e 45-64 anni, nuovi visitatori, privi di aspettative e in generale abbastanza soddisfatti. Invece il passaparola è predominante tra i visitatori italiani (inclusi i romani), di età 40-44 anni o al di sopra dei 65 anni, alcuni già stati nei *Musei Civici*, il cui giudizio è superiore alle attese e sono molto soddisfatti della loro esperienza. Infine si evidenzia che siano i turisti a rispondere scuola/università e guida cartacea, ma nel primo caso si tratta di italiani, di età giovane 14-25 anni, senza attese a priori e nel complesso abbastanza soddisfatti. Mentre le guide vengono predilette dagli stranieri, di età 26-34 anni e 55-74 anni, che vengono per la prima volta nei Musei del Sistema, il loro giudizio è superiore o uguale alle aspettative e si ritengono molto soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (72% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al museo visitato, il 20% già vi è stato (di cui il 12% “**da una a tre volte**” e l’8% “**più di tre volte**”) e il restante 8% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti (in prevalenza stranieri, *cf.* grafico sottostante a destra), di età giovane fino ai 39 anni, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere già frequentato il museo sono principalmente i visitatori romani, di età adulta oltre i 45 anni, con un giudizio uguale alle proprie attese, in generale abbastanza soddisfatti.

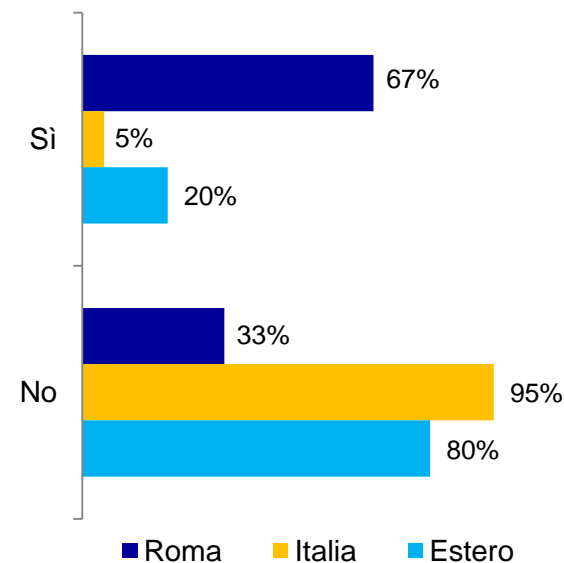
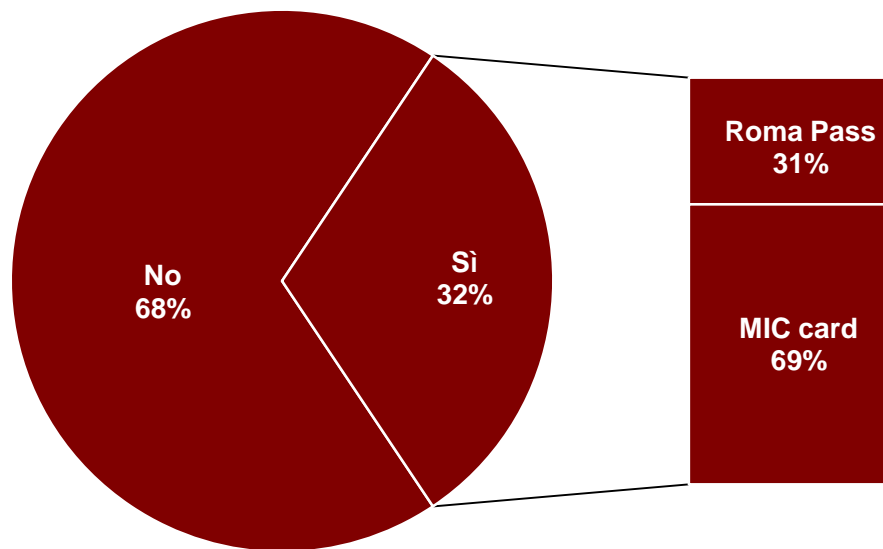


Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 32% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 69% si riferisce alla **MIC card** e il restante 31% alla **Roma Pass**), mentre il 68% afferma di non averla utilizzata.

Risulta significativo che ad utilizzare un card siano in particolare i visitatori romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età 19-34 anni, 40-44 anni e al di sopra dei 65 anni, diplomati o laureati, alcuni già stati ai *Musei Civici*, il cui giudizio è uguale alle aspettative.

Invece a non usufruire di alcuna card sono principalmente i turisti (soprattutto italiani), minorenni o appartenenti alle fasce di età 35-39 anno e 45-64 anni, che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore o specializzazione posta laurea, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi.

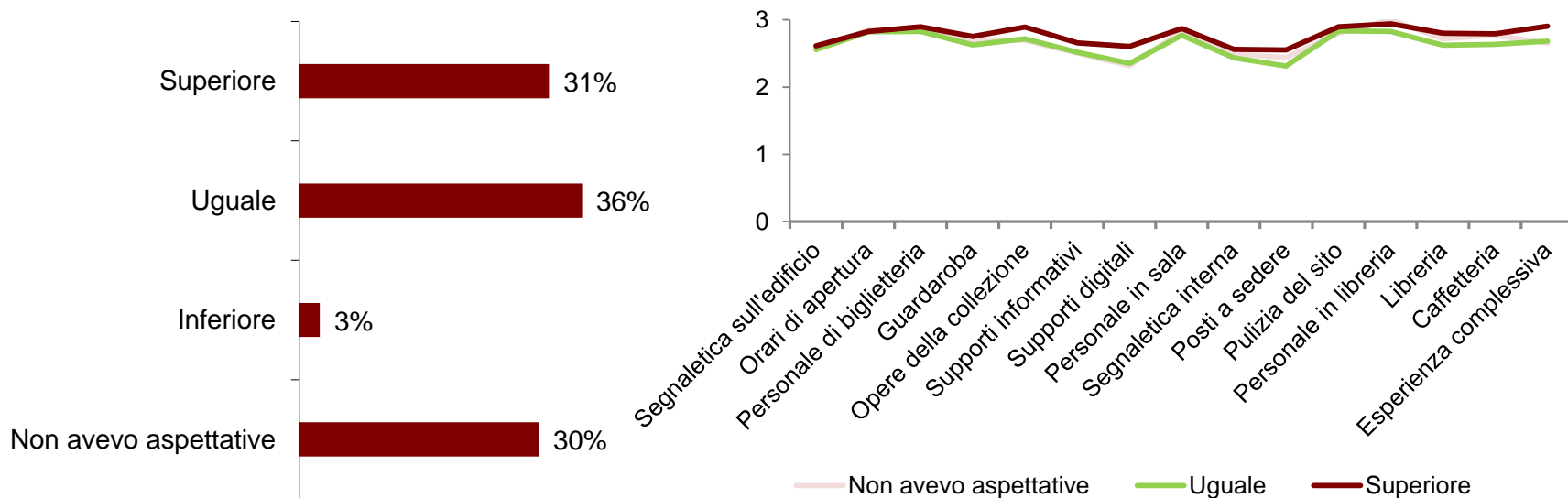


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 30% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 36% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 31% è superiore e solo per il restante 3% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i turisti stranieri, donne, di età 40-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), di genere femminile, di età 19-34 anni e oltre i 65 anni, diplomati, alcuni già stati al museo e sono stati in più di tre musei in quest'ultimo anno. Ad essere privi di aspettative a priori sono i turisti (in prevalenza stranieri), minorenni o di età 35-39 anni, che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore o superiore, vengono per la prima volta e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti (*cf.* grafico sottostante).



Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e 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 visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il museo visitato è pari al **45%**.

Da evidenziare che il 45% del campione intervistato ha rilasciato una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

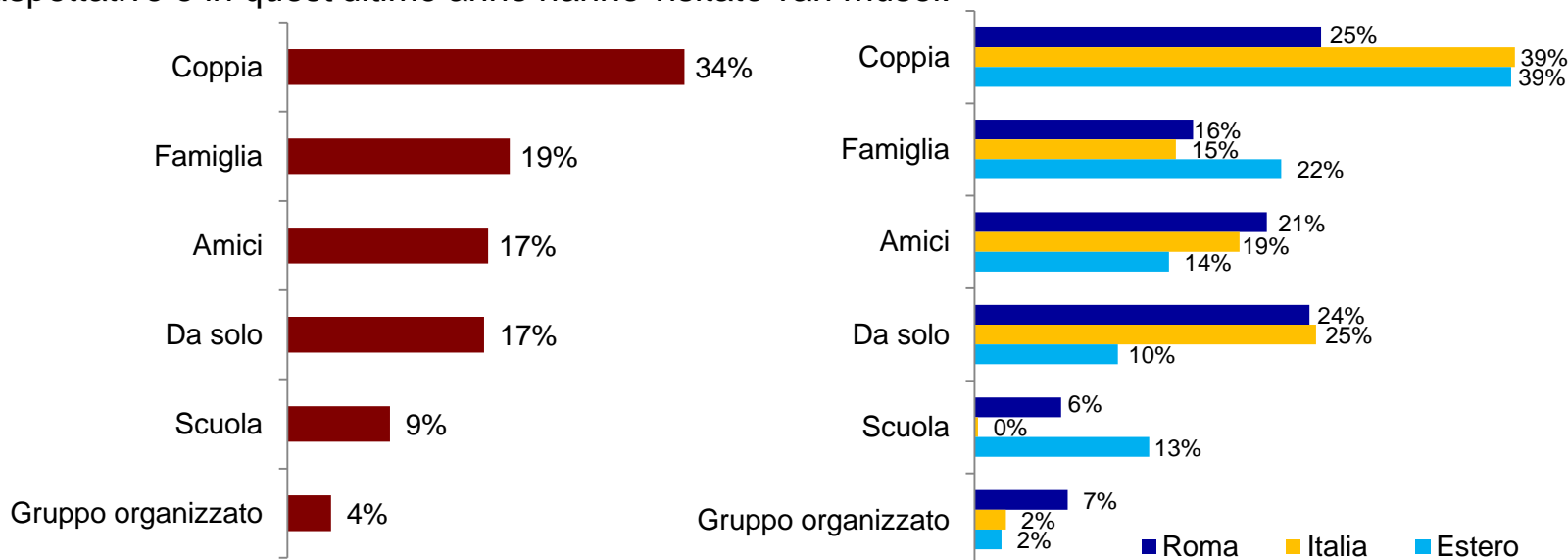


NET PROMOTER SCORE										
<i>Sistema Musei in Comune 2019</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	4	5	5	19	46	89	500	956	699	896
0%	0%	0%	0%	1%	1%	3%	15%	30%	22%	28%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI = 45%		PROMOTORI = 50%	
50%-5% = 45%										

Con chi ha visitato il museo

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 19% con la propria “**famiglia**”, il 17% in compagnia di “**amici**”, il 17% “**da solo**”, il 9% con la “**scuola**” e il 4% con un “**gruppo organizzato**”.

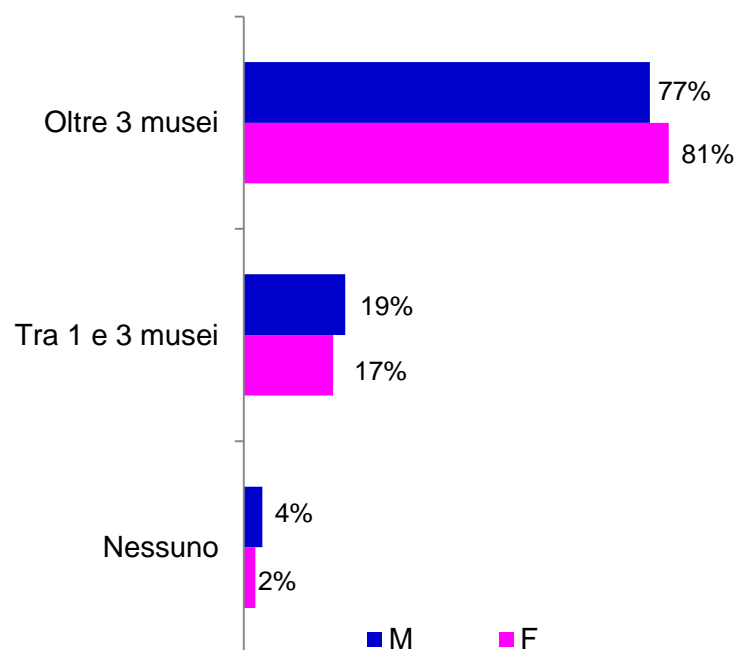
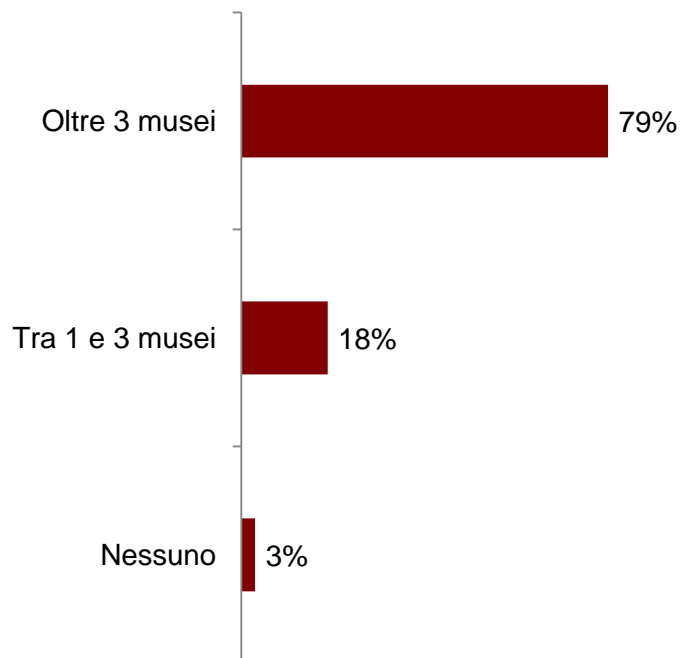
Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto i turisti (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età 26-39 anni e 55-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, senza aspettative, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei. Invece a venire con la propria famiglia sono in particolare coloro che giungono dall'estero, minorenni o di età 40-54 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, vengono per la prima volta, il cui giudizio è superiore alle proprie attese o ne sono privi e sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno. A venire con gli amici sono principalmente gli italiani (in prevalenza i residenti a Roma), di età giovane 19-25 anni o adulta al di sopra dei 55 anni, laureati, alcuni si sono già recati nel *Sistema Musei in Comune*, hanno un giudizio uguale alle aspettative e in quest'ultimo anno hanno visitato vari musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 79% dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 18% “**tra uno e tre musei**” e solo il 3% risponde “**nessuno**”.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto le donne (*cfr.* grafico sottostante a destra), che giungono da fuori Roma, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, il loro giudizio è uguale alle aspettative e in generale sono molto soddisfatti. Invece ad avere visitato meno di tre musei in quest'ultimo anno sono principalmente gli uomini, italiani (in particolare romani), diplomati, alcuni già stati nei Musei Civici di Roma, il loro giudizio è superiore alle attese o ne sono privi, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.



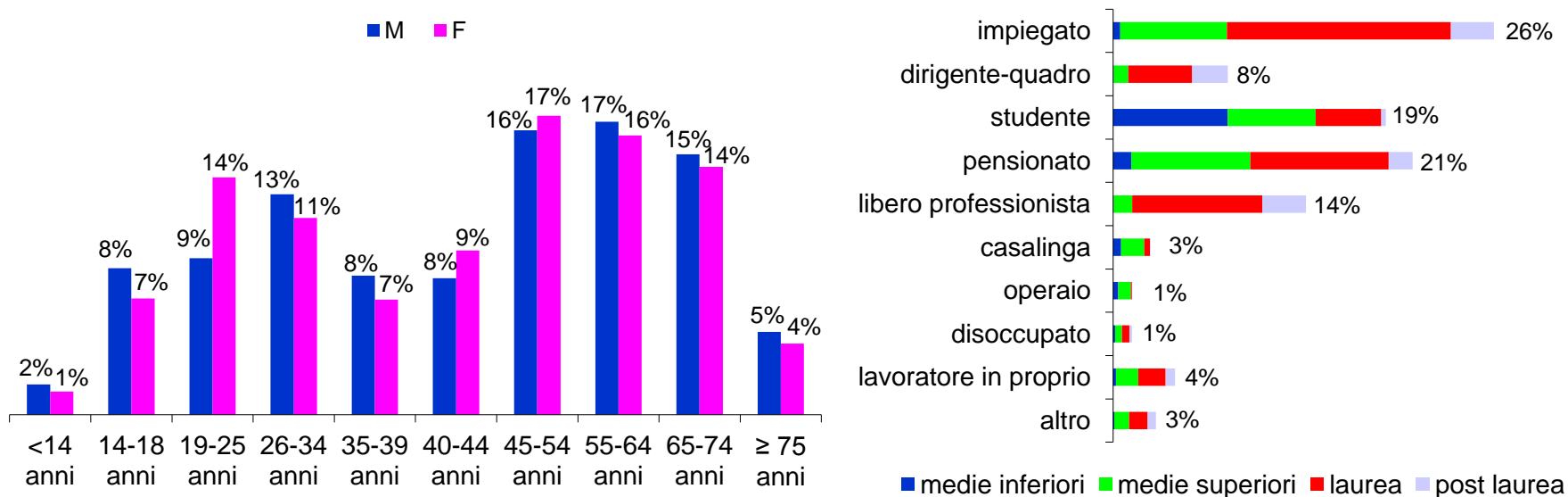
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (55%; era 53% nel 2018), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni e 40-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 48% sul totale degli intervistati (lo scorso anno erano il 49%). In lieve aumento i giovani di età 19-34 anni (dal 21% al 23%).

Il 59% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (la percentuale raggiungeva il 58% nell'indagine precedente).

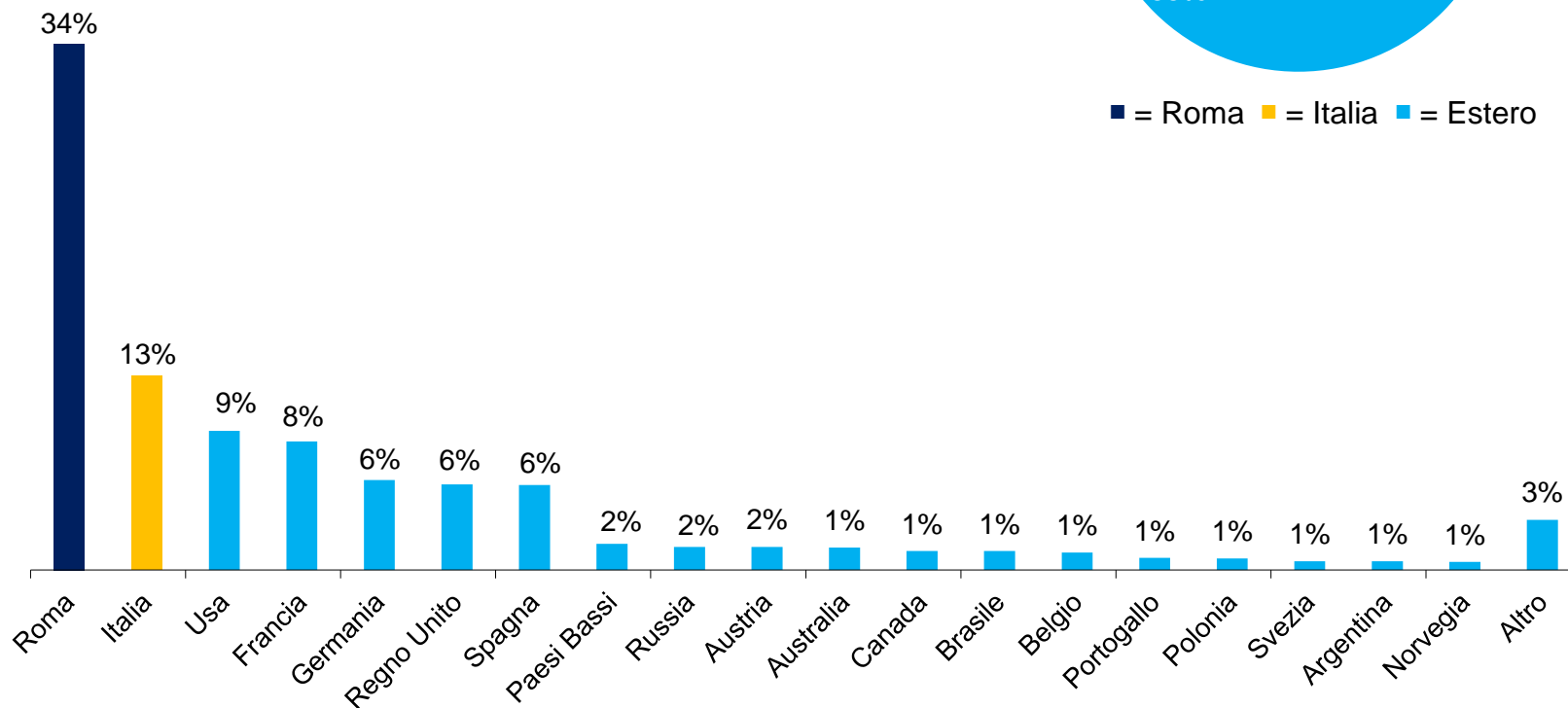
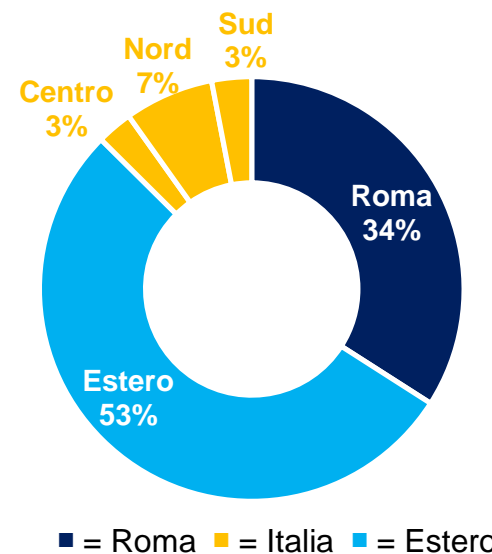
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (26%; erano il 25% nel 2018), poi seguono i pensionati (21%; stessa percentuale dello scorso anno) e gli studenti (19%; in lieve discesa dal 20%). I liberi professionisti passano dal 16% al 14%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 53% del campione intervistato è costituito da visitatori **stranieri** (erano il 47% nell'indagine precedente), il 34% sono romani (39% emerso nel 2018) e il 14% giunge da altre province italiane (13% per l'indagine scorsa).

Tra le nazionalità estere prevalgono l'**americana** (9%) e la **francese** (8%), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Sistema Musei in Comune 2019***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,372**	,154**	,383**	,181**	,247**	,218**	,220**	,207**	,317**	,233**	-0,181	,260**	,193**	,224**
Orari di apertura	,372**	1,000	,280**	,437**	,271**	,244**	,184**	,329**	,166**	,314**	,395**	-0,051	,286**	-0,013	,281**
Personale di biglietteria	,154**	,280**	1,000	,174**	,165**	,173**	,173**	,391**	,269**	,144**	,270**	,361**	,095**	,304**	,213**
Guardaroba	,383**	,437**	,174**	1,000	,232**	,249**	,388**	,330**	,193**	,354**	,288**	-0,091	,316**	0,078	,287**
Opere della collezione	,181**	,271**	,165**	,232**	1,000	,343**	,269**	,238**	,152**	,197**	,237**	-0,029	,308**	,139*	,473**
Supporti informativi	,247**	,244**	,173**	,249**	,343**	1,000	,574**	,249**	,348**	,335**	,274**	-0,014	,331**	-0,054	,395**
Supporti digitali	,218**	,184**	,173**	,388**	,269**	,574**	1,000	,334**	,425**	,401**	,261**	0,130	,330**	0,071	,378**
Personale in sala	,220**	,329**	,391**	,330**	,238**	,249**	,334**	1,000	,276**	,259**	,312**	0,117	,194**	,256**	,309**
Segnaletica interna	,207**	,166**	,269**	,193**	,152**	,348**	,425**	,276**	1,000	,379**	,297**	0,087	,209**	,254**	,309**
Posti a sedere	,317**	,314**	,144**	,354**	,197**	,335**	,401**	,259**	,379**	1,000	,368**	-0,070	,388**	0,035	,332**
Pulizia del sito	,233**	,395**	,270**	,288**	,237**	,274**	,261**	,312**	,297**	,368**	1,000	0,119	,339**	,139*	,376**
Personale in libreria	-0,181	-0,051	,361**	-0,091	-0,029	-0,014	0,130	0,117	0,087	-0,070	0,119	1,000	,541**	,406**	-0,023
Libreria	,260**	,286**	,095**	,316**	,308**	,331**	,330**	,194**	,209**	,388**	,339**	,541**	1,000	,303**	,367**
Caffetteria	,193**	-0,013	,304**	0,078	,139*	-0,054	0,071	,256**	,254**	0,035	,139*	,406**	,303**	1,000	,283**
Esperienza complessiva	,224**	,281**	,213**	,287**	,473**	,395**	,378**	,309**	,309**	,332**	,376**	0,023	,367**	,283**	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).

Dalla tabella laterale sono state escluse le variabili indagate che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Sistema Musei in Comune* le **opere della collezione**, insieme ai **supporti informativi** e **digitali** rappresentano gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

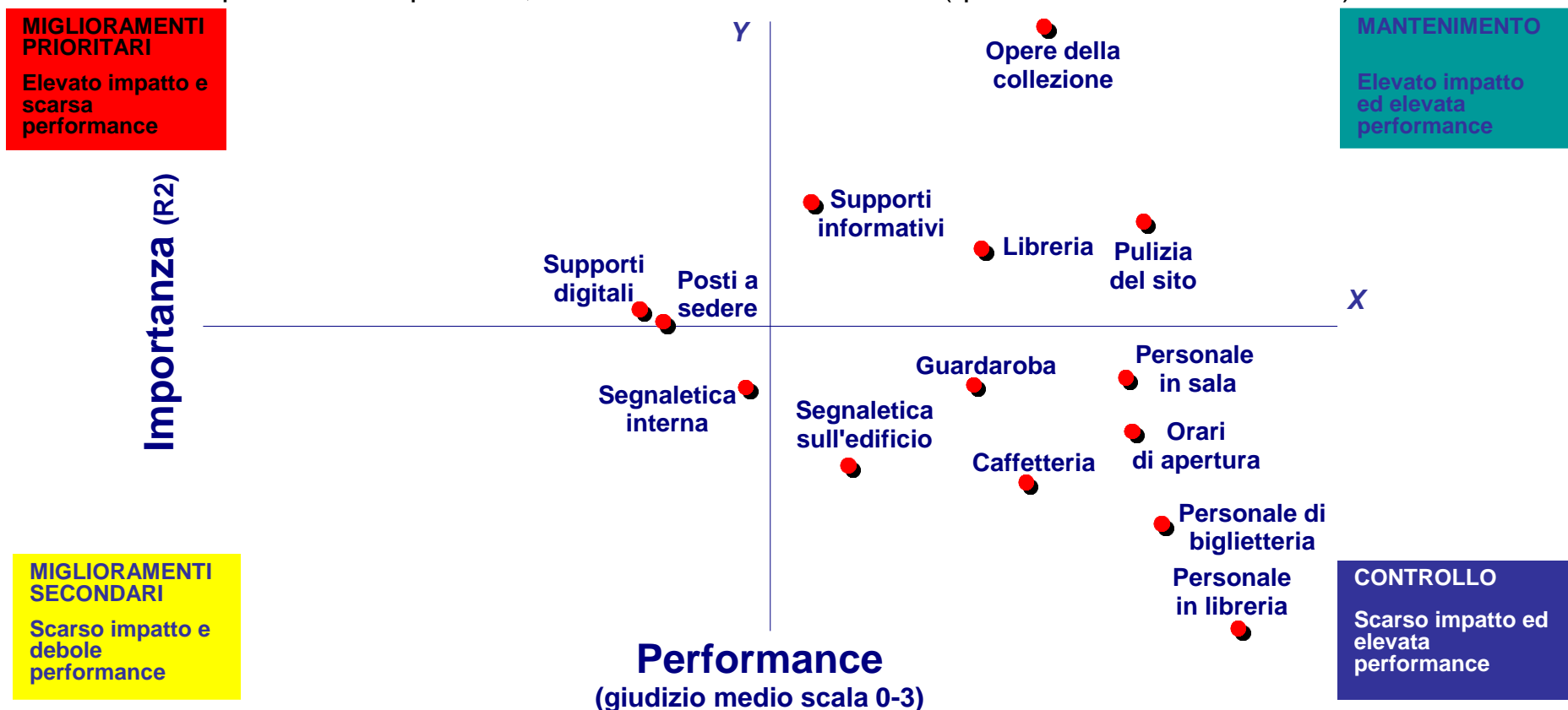
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Sistema Musei in Comune - 2019</i>	
Opere della collezione	0,473
Supporti informativi	0,395
Supporti digitali	0,378
Pulizia del sito	0,376
Libreria	0,367
Posti a sedere	0,332
Personale in sala	0,309
Segnaletica interna	0,309
Guardaroba	0,287
Caffetteria	0,283
Orari di apertura	0,281
Segnaletica sull'edificio	0,224
Personale di biglietteria	0,213

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma nel quadrante in alto a destra vi sono anche la **pulizia del sito**, la **libreria** e i **supporti informativi**. Invece i **supporti digitali** e i **posti a sedere** sono in una posizione *borderline* tra i miglioramenti prioritari e secondari.

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.

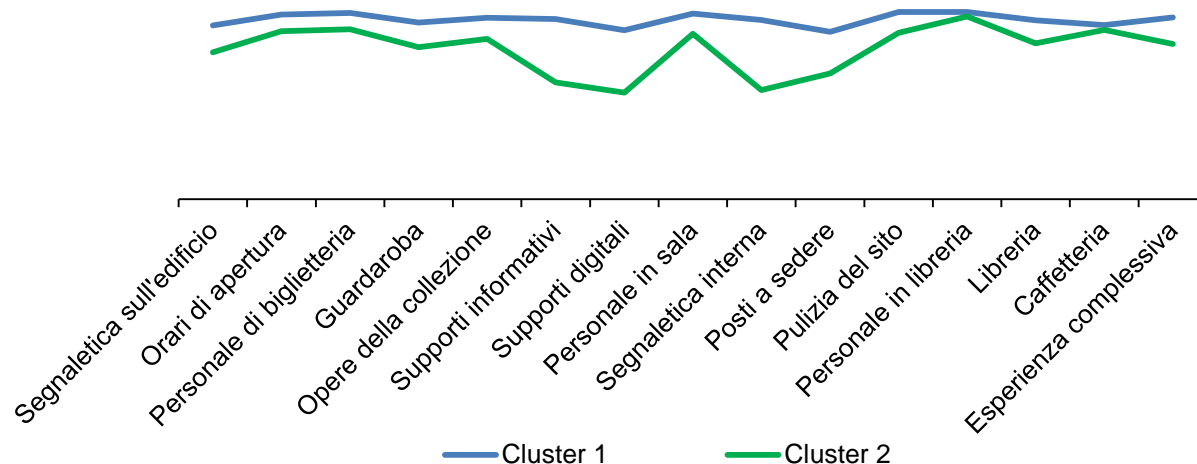
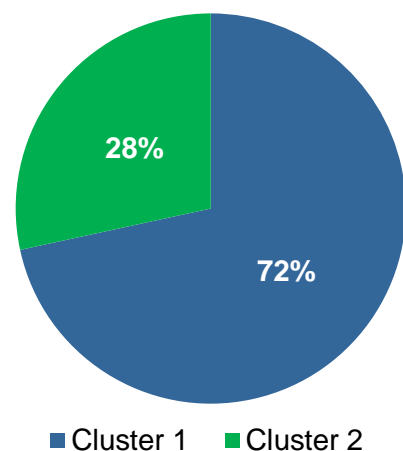
Cluster Analysis

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 più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (n. 1689 individui per il *Cluster 1* e n. 670 per il *Cluster 2*; n. 873 casi mancanti). 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 molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre la 2° tipologia degli **Abbastanza soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne, turisti stranieri, di età 19-34 anni ed oltre i 65 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, studenti, liberi professionisti e pensionati, nuovi visitatori, sono venuti a conoscenza del museo tramite internet, passaparola o passando per caso, vengono da soli o con amici, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

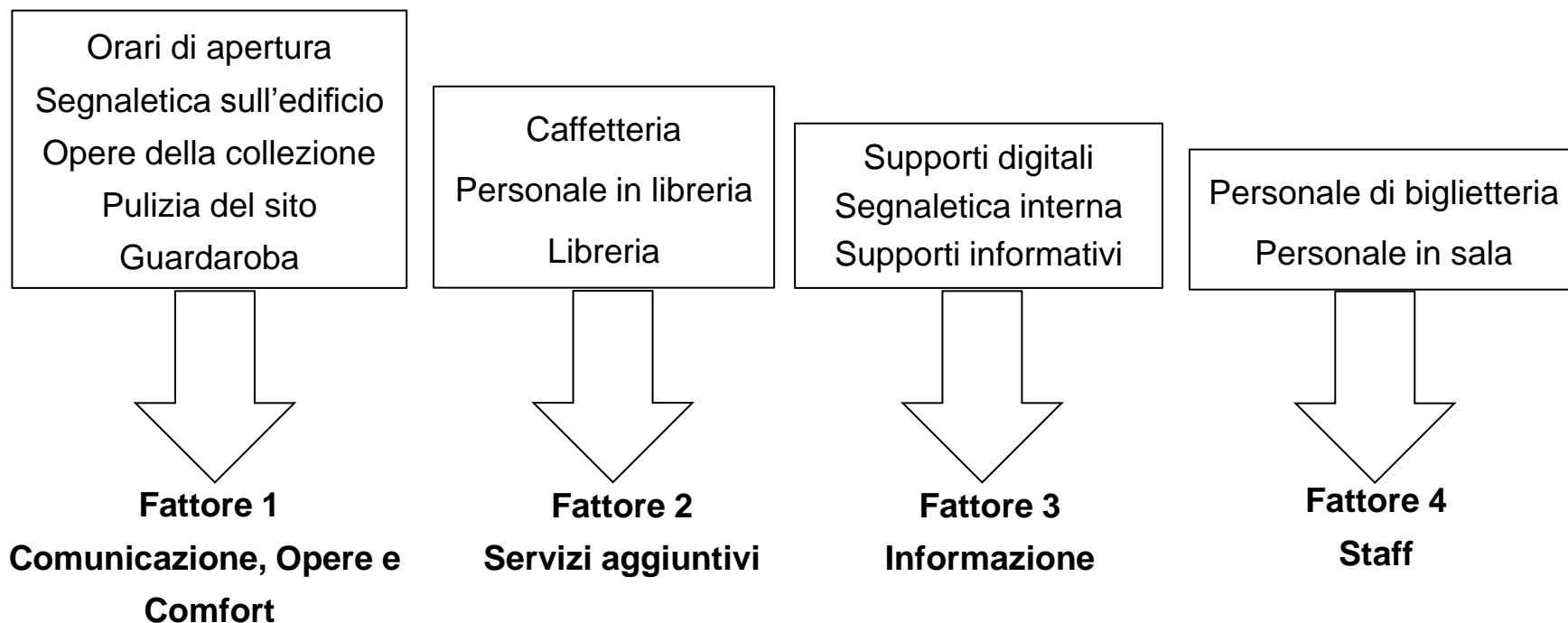
Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini, residenti a Roma o in altre province italiane, di età 40-64 anni, diplomati, impiegati, alcuni già stati nel *Sistema Musei in Comune*, ne sono venuti a conoscenza attraverso il portale MiC e guide turistiche cartacee, vengono in coppia o famiglia, giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.



Analisi Fattoriale

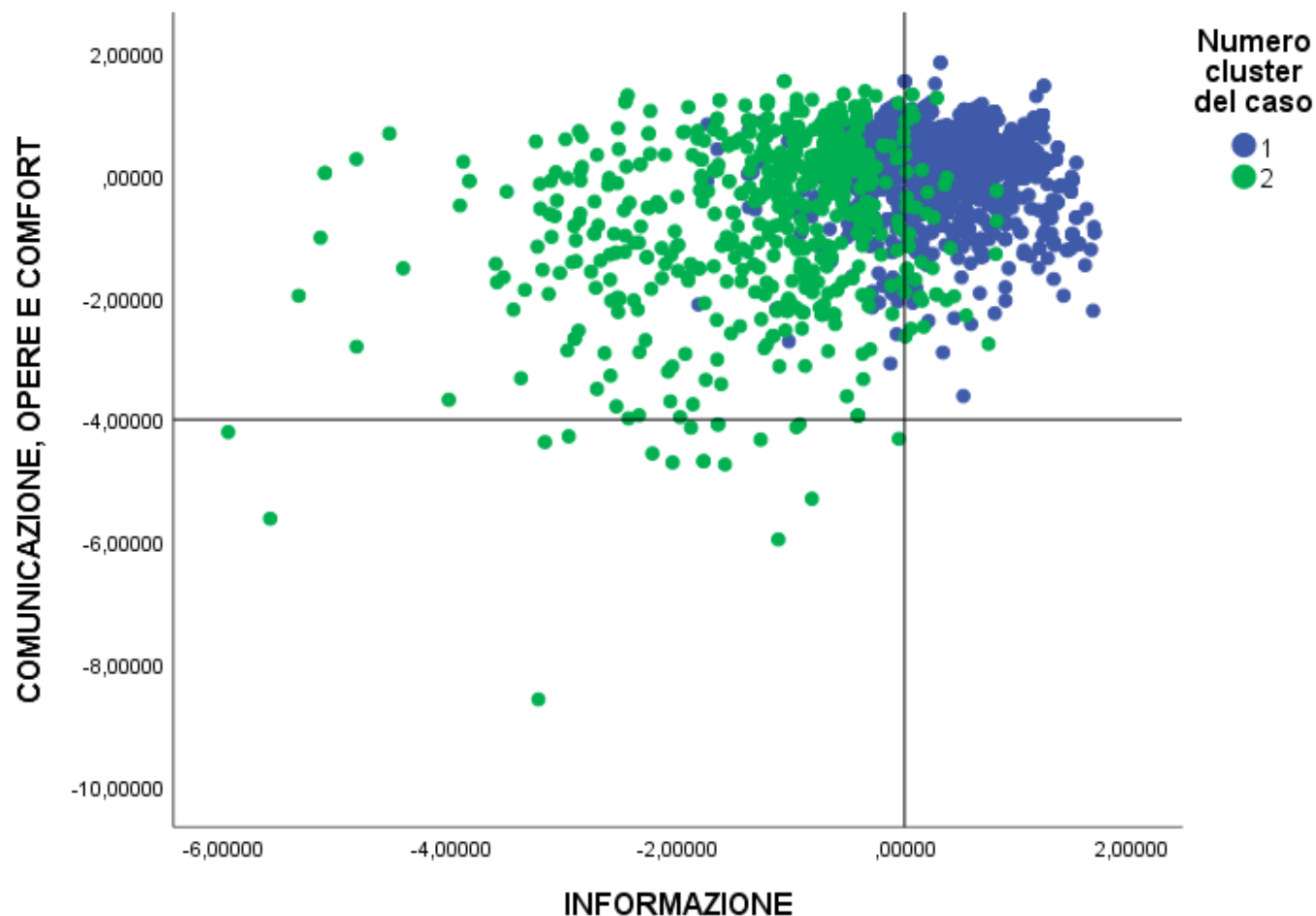
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

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, mentre il Cluster 2 degli “Abbastanza Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 3 (“Informazione”).



Casa Museo Alberto Moravia

Nel 2019 sono stati compilati **109 questionari** da parte dei visitatori di **Casa Museo Alberto Moravia** (49% del totale annuo dei partecipanti alle visite didattiche).

Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Tra gli aspetti maggiormente graditi emergono la **collezione** e la **visita guidata** (2,83 per entrambe le variabili), che si collocano al di sopra dell'esperienza complessiva.

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono **"internet"** col 36% (il 24% si riferisce al **"portale MIC"**, il 9% ai **"social network"** e il 3% ad **"altri siti internet"**) e il **"passaparola"** (30%).

Il Net Promoter Score indica che il **61%** degli intervistati consiglierebbe tale spazio museale; ciò è indice di un buon apprezzamento da parte dei visitatori intervistati.

Il profilo degli intervistati è costituito in prevalenza da **cittadini romani** (78%), di genere femminile (73%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta **45-64 anni** (48%) o giovane 19-34 anni (21%), con un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (76%).

Tra le categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (39%).

CASA MUSEO ALBERTO MORAVIA 2019	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Molto + Abbastanza soddisfatti
Sito www.casaalbertomoravia.it	2,56	3,00	34	75	0,504	100%
Organizzazione generale	2,77	3,00	100	9	0,510	98%
Materiale informativo all'accoglienza	2,61	3,00	96	13	0,655	93%
Completezza delle informazioni	2,78	3,00	99	10	0,442	99%
Visita guidata	2,83	3,00	104	5	0,428	98%
Pulizia degli spazi	2,76	3,00	99	10	0,497	97%
Collezione	2,83	3,00	100	9	0,403	99%
Esperienza complessiva	2,82	3,00	103	6	0,459	97%

Allegato 1 - Tabella risultati per museo

Indagine customer satisfaction Sistema Musei in Comune 2019	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
Segnaletica sull'edificio	2,79	1,98	2,73	2,75	2,54	2,79	1,62	2,93	2,59	2,62	2,83	2,44	2,31	2,23	2,56	2,41	1,73	2,31
Orari di apertura	2,99	2,67	2,99	2,97	2,53	2,61	2,54	2,96	2,79	2,70	2,81	2,64	2,95	2,96	2,82	2,74	2,48	2,03
Personale di biglietteria	2,60	2,80	2,92	2,96	2,80	2,69	2,79	2,93	2,82	2,89	2,95	2,83	2,99	2,95	2,94	2,94	2,79	2,72
Guardaroba	2,95	1,83	2,54	2,95	2,18	.	.	3,00	2,22	2,68	.	2,36	2,24	2,75	.	2,40	.	.
Collezione	2,96	2,76	2,84	2,84	2,79	2,30	2,35	2,73	2,70	2,47	2,66	2,57	2,86	2,84	2,58	2,72	2,71	2,45
Supporti informativi	2,59	1,88	2,68	2,75	2,59	2,36	2,27	2,57	2,29	2,57	2,44	2,35	2,82	2,77	2,21	2,39	2,61	2,45
Supporti digitali	2,34	1,34	2,53	2,81	.	1,15	.	2,76	.	2,42	1,88	2,28	2,43	.	1,84	2,38	2,34	2,42
Personale in sala	2,76	2,69	2,94	2,99	2,73	2,74	2,65	2,97	2,68	2,75	2,86	2,72	2,89	2,91	.	2,74	2,77	2,72
Segnaletica interna	2,06	1,86	2,45	2,88	2,63	2,60	.	2,69	2,35	2,65	2,76	2,40	2,95	2,88	2,25	2,39	2,49	2,30
Posti a sedere	2,57	1,69	2,49	2,85	2,14	2,51	1,78	2,84	1,33	2,67	2,44	2,20	2,68	2,71	2,13	2,07	1,94	2,33
Pulizia del sito	2,90	2,53	2,96	3,00	2,85	2,72	2,36	2,97	2,72	2,86	2,91	2,78	3,00	3,00	2,63	2,84	2,57	2,08
Personale in libreria	2,91
Libreria	2,89	.	2,83	2,77	.	.	.	2,87	.	.	.	2,47	2,61	.	2,95	2,50	.	.
Caffetteria	2,74	2,79	.	2,48
Esperienza complessiva	2,85	2,48	2,77	2,81	2,70	2,69	2,38	2,73	2,59	2,60	2,74	2,63	2,94	2,87	2,55	2,63	2,63	2,35

Allegato 2 – Aspetti dei suggerimenti per museo

Indagine customer satisfaction <i>Sistema Musei in Comune 2019</i>	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 Carlo Bilotti	Museo Pietro Canonica	Museo di Roma in Trastevere	Casino Nobile	Casina Civette	Museo Civico di Zoologia	Galleria d'Arte Moderna	Museo di Casal de' Pazzi	Museo Repubblica Romana	Totale complessivo	%
SUPPORTI INFORMATIVI	122	12	53	55	10	8	13	36	19	3	16	5	17	14	0	8	0	1	392	19%
SEGNALETICA INTERNA	162	3	61	9	1	4	8	24	2	1	0	5	3	0	2	6	0	0	291	14%
SUPPORTI DIGITALI	71	1	34	37	1	10	14	18	1	1	9	2	30	0	22	9	6	0	266	13%
POSTI A SEDERE	78	3	52	15	0	13	11	5	13	0	0	1	4	2	1	4	21	0	223	11%
SEGNALETICA ESTERNA	17	0	21	17	0	2	22	1	0	0	2	0	27	35	1	1	14	0	160	8%
PERCORSO	45	0	34	10	1	1	8	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	106	5%
COLLEZIONE	4	0	13	23	2	16	0	10	3	2	0	9	4	3	6	6	0	0	101	5%
BIGLIETTO	14	0	16	31	0	0	6	19	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	91	4%
BIGLIETTERIA	57	0	2	4	0	0	0	8	0	0	0	0	3	6	0	0	0	0	80	4%
PUBBLICITÀ	0	0	2	12	14	0	8	0	0	2	3	6	12	4	0	3	7	1	74	4%
ILLUMINAZIONE	0	13	2	0	1	4	24	1	3	0	1	1	0	2	6	5	0	0	63	3%
VIDEOGUIDA/AUDIOGUIDA	23	0	8	7	1	0	6	4	0	0	0	0	4	1	0	0	0	0	54	3%
DEPLIANT	25	0	6	0	0	0	0	10	0	0	0	0	3	5	1	0	0	0	50	2%
ESTERNO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	14	0	0	10	0	48	2%
GUARDAROBA	4	0	28	7	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1	1	1	0	0	48	2%
ASSISTENZA IN SALA	28	0	3	0	0	1	0	3	0	0	3	0	6	3	1	0	0	0	48	2%
CAFFETTERIA/RISTORO	15	1	5	10	0	0	3	3	2	0	0	1	0	0	1	2	1	0	44	2%
AMBIENTI NON VISITABILI	0	0	10	2	5	0	11	0	0	0	0	1	13	0	0	0	0	0	42	2%
SERVIZI IGIENICI	13	11	0	1	0	4	7	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	41	2%
LIBRERIA/PUNTO VENDITA	3	11	2	10	1	0	0	1	2	0	0	0	5	0	0	2	0	0	37	2%
TEMPERATURA	0	0	0	2	2	0	0	2	3	1	2	0	0	0	1	14	0	0	27	1%
CONNESSIONE WIFI	0	0	0	0	0	22	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	1%
ALLESTIMENTO	0	0	5	0	1	0	0	1	0	0	0	0	4	2	8	1	0	0	22	1%
DIDATTICA	7	0	2	1	0	0	3	2	0	0	0	1	0	0	2	0	2	0	20	1%
ORARIO	0	0	3	2	1	0	0	3	0	0	2	2	2	2	0	0	1	0	18	1%
EDIFICIO	2	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4	0	0	11	1%
ALTRO	15	1	2	10	0	1	27	2	1	1	0	4	2	1	7	1	1	1	77	4%
TOTALE	705	56	364	267	41	88	172	162	49	12	38	41	174	95	60	67	63	3	2.457	100%

Allegato 3 - Campione intervistato per museo

Indagine customer satisfaction SISTEMA MUSEI IN COMUNE 2019	periodo indagine	campione intervistato	% intervistati/ totale ingressi
Musei Capitolini	28-29-30 ottobre; 5-7 novembre	515	11%
Centrale Montemartini	18 settembre- 24 novembre	102	3%
Mercati di Traiano - Museo dei Fori Imperiali	1-2-3-7-8 ottobre	342	39%
Museo dell'Ara Pacis	23-24-25-26-30 settembre	432	18%
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	5 ottobre - 27 novembre	115	7%
Museo delle Mura	18 settembre - 12 novembre	119	7%
Villa Massenzio	19 settembre - 20 novembre	114	8%
Museo di Roma	15-16-17-18-22 ottobre	207	27%
Museo Napoleonico	18 settembre - 30 ottobre	103	8%
Museo Carlo Bilotti	18 settembre - 6 novembre	102	12%
Museo Pietro Canonica	18 settembre - 30 ottobre	108	7%
Museo di Roma in Trastevere	18 settembre - 6 ottobre	175	7%
Casino Nobile di Villa Torlonia	10-11-12-17-18 settembre	145	46%
Casina delle Civette di Villa Torlonia	10-11-12-17-18 settembre	137	37%
Museo Civico di Zoologia	18 settembre - 13 ottobre	144	7%
Galleria d'Arte Moderna	17 settembre - 28 settembre	160	13%
Museo della Repubblica Romana e memoria garibaldina	18 settembre - 3 novembre	111	6%
Museo di Casal de' Pazzi	22 settembre - 3 novembre	101	51%
Totale Sistema Musei in Comune 2019	10 settembre - 27 novembre	3.232	11%

Allegato 4a:

Retro Questionario Musei

20. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**
 Da solo/ *By myself* Gruppo organizzato/ *Group Tour* Coppia/ *Partner-Companion* Amici/ *Friends*
 Famiglia/ *Family* Scuola/ *School* Altro/ *Other.....*

21. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**
 Nessuno/ *None* Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums* Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

22. **Aspetti da migliorare/ Features to improve** niente/ *nothing*

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:

Età/Age: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 75 e più/ *75 and more*

Sesso/Gender: Uomo/ *Man* Donna/ *Woman*

Titolo di studio/Education: scuola dell'obbligo/ *primary school* diploma superiore/ *high school*
 laurea/ *degree* specializzazione post laurea/ *postgraduate*

Professione/Job:
 impiegato/ *employee* casalinga/ *housewife*
 dirigente-direttivo-quadro / *manager-executive* operaio/ *workman*
 studente/ *student* non occupato-in cerca di prima di occupazione/ *unemployed-first job seeker*
 pensionato/ *retired* lavoratore in proprio/ *self-employed*
 libero professionista-imprenditore/ *freelance-businessman*
 altro/ *other* _____

Provenienza/Provenance: Roma/ *Rome*
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specify)* _____
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* _____

Allegato 4b:

Questionario

Casa Museo Alberto Moravia

DATA: ____/____/____												
Buongiorno, Le chiediamo la cortesia di rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da Casa Museo Alberto Moravia per aiutarci al fine di migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita.												
1. Come è venuto a conoscenza della Casa Museo Alberto Moravia?												
<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) <input type="checkbox"/> passaparola (amici/parenti)												
<input type="checkbox"/> www.museiincomune.it /sito del museo <input type="checkbox"/> scuola-università												
<input type="checkbox"/> altri siti internet: _____ <input type="checkbox"/> newsletter												
<input type="checkbox"/> Contact Center 060608 <input type="checkbox"/> social network												
<input type="checkbox"/> TV/radio <input type="checkbox"/> altro												
Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:												
	Non Utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto							
2. Sito internet www.casaalbertomoravia.it	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
3. Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
4. Materiale informativo all'accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
5. Completezza delle informazioni durante la visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
6. Visita guidata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
7. Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
8. Collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
9. Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
10. Rispetto alle sue aspettative, il suo giudizio è:												
<input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative												
11. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe ad un amico di visitare questo spazio?												
MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12. Ha già visitato Casa Museo Alberto Moravia? <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No												
13. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? <input type="checkbox"/> Nessuno <input type="checkbox"/> Tra 1 e 3 musei <input type="checkbox"/> Oltre 3 musei												
14. Aspetti da migliorare <input type="checkbox"/> niente da migliorare												
_____ _____ _____												
DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI:												
Età: <input type="checkbox"/> <14 <input type="checkbox"/> 14-18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55-64 <input type="checkbox"/> 65-74 <input type="checkbox"/> ≥ 75												
Genere: <input type="checkbox"/> Maschio <input type="checkbox"/> Femmina												
Titolo di studio: <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo <input type="checkbox"/> diploma superiore <input type="checkbox"/> laurea <input type="checkbox"/> specializzazione post laurea												
Professione: _____												
Provenienza: <input type="checkbox"/> Roma												
<input type="checkbox"/> Altra provincia italiana.....												
<input type="checkbox"/> Altra nazionalità.....												