



Indagini di Customer Satisfaction

Museo Pietro Canonica

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 05/12/2018*

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 2017-2018
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 128 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 28 settembre al 15 novembre 2018 presso il Museo Pietro Canonica (gli intervistati rappresentano l'8% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 3,79\%$.

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 2018, 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 **2,76** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono i supporti digitali (2,96), il personale, sia di accoglienza (2,92) che in sala (2,88), il materiale informativo all'accoglienza (2,85), la pulizia del sito (2,82) e le opere della collezione (2,77).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. La pulizia del sito e il personale di accoglienza rappresentano le variabili ritenute in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelle più correlate all'esperienza complessiva; invece nessuna delle variabili emerge tra i possibili miglioramenti prioritari nella mappa (*cfr.* pp. 16-18). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati i suggerimenti, prevalgono la pubblicità (n. 5 suggerimenti) ed i supporti informativi (n. 4 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 45% da romani, impiegati/insegnanti (23%) studenti e pensionati (18% per entrambe le categorie), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (57%), di età adulta oltre i 45 anni (60% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo "passando per caso" (37% sul totale degli intervistati).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i visitatori di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni, in generale abbastanza soddisfatti, privi di aspettative, che hanno frequentato vari musei nell'ultimo anno. Il passaparola è predominante per chi rientra nella fascia dei 55-64 anni, nel complesso si ritiene molto soddisfatto, con un giudizio superiore alle attese e ha visitato tra uno tre musei in quest'ultimo anno. Invece il portale *Musei in Comune* emerge per coloro che appartengono alla fasce d'età 26-34 e 45-54 anni, molto o abbastanza soddisfatti della loro esperienza, hanno un giudizio uguale alle aspettative e nell'ultimo anno sono stati in più tre musei.

Tabella riassuntiva

Museo Pietro Canonica 2018	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,64	3,00	121	7	0,729	5%	56%	1%	95%
Orari di apertura	2,62	3,00	122	6	0,672	5%	61%	0%	94%
Personale di accoglienza	2,92	3,00	128	0	0,496	0%	91%	2%	98%
Materiale all'accoglienza	2,85	3,00	123	5	0,713	4%	72%	0%	94%
Opere della collezione	2,77	3,00	124	4	0,527	3%	24%	1%	99%
Supporti informativi	2,63	3,00	123	5	0,751	4%	58%	2%	95%
Supporti digitali	2,96	3,00	108	20	1,085	16%	42%	2%	79%
Personale in sala	2,88	3,00	125	3	0,576	2%	81%	1%	98%
Segnaletica interna	2,60	3,00	121	7	0,626	5%	58%	0%	97%
Posti a sedere	2,63	3,00	122	6	0,845	5%	54%	1%	90%
Pulizia del sito	2,82	3,00	125	3	0,514	2%	83%	1%	98%
Esperienza complessiva	2,76	3,00	119	9	0,499	7%	79%	1%	98%

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

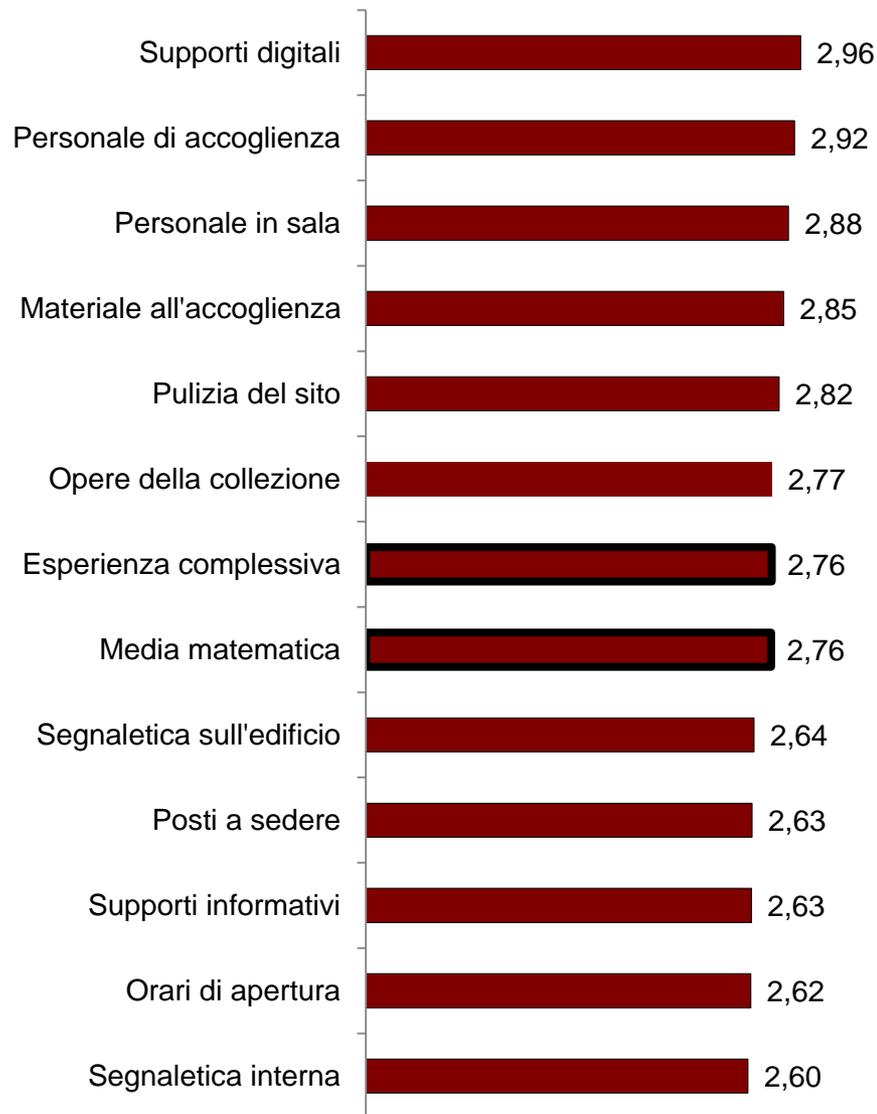
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,76).

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 i **supporti digitali**, il **personale (di accoglienza e in sala)**, il **materiale informativo all'accoglienza**, la **pulizia del sito** e le **opere della collezione**.

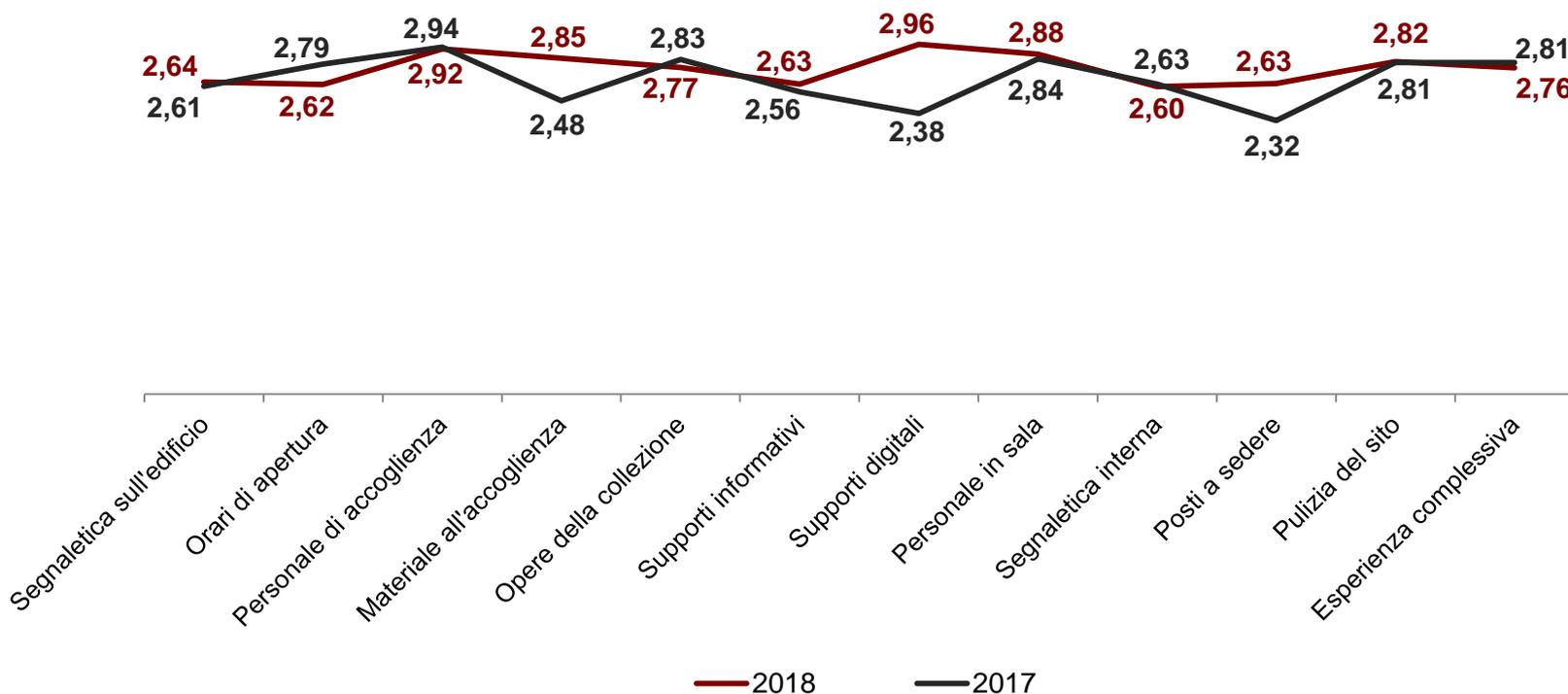
Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2017-2018

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

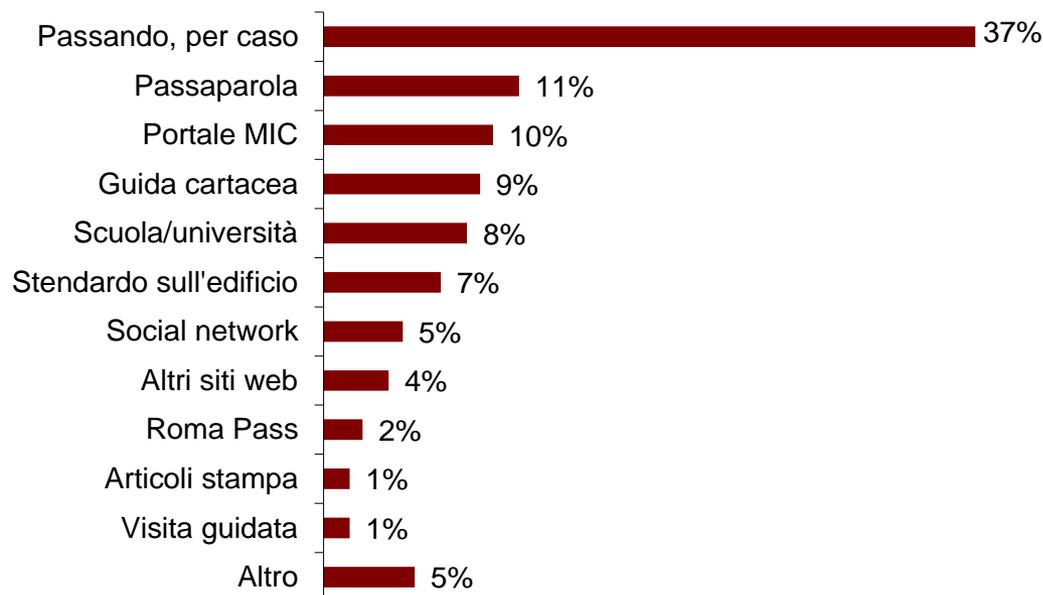
Si rileva un aumento del livello medio di soddisfazione sul materiale informativo disponibile all'accoglienza, sui supporti digitali e sui posti a sedere, mentre si registra una flessione in particolare sugli orari di apertura.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 37% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “passando per caso” (in netta discesa dal 53% emerso nel 2017), mentre l’11% attraverso il “passaparola” (in lieve discesa rispetto al 13% della scorsa indagine). Il canale web passa da 9% a 19%, (nello specifico la percentuale del portale MiC aumenta da 4% a 10%).

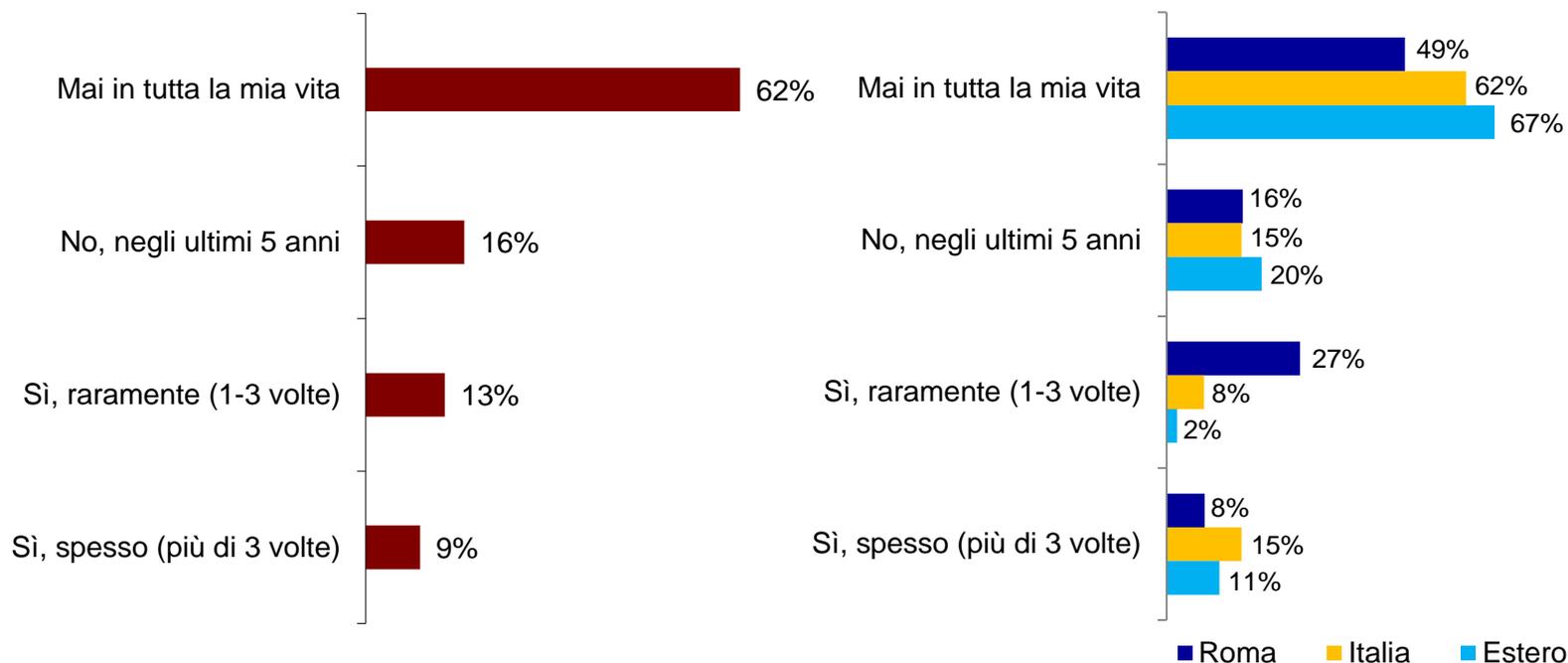
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i visitatori di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni, in generale abbastanza soddisfatti, privi di aspettative, che hanno frequentato vari musei nell’ultimo anno. Il passaparola è predominante per chi rientra nella fascia dei 55-64 anni, nel complesso si ritiene molto soddisfatto, con un giudizio superiore alle attese e ha visitato tra uno tre musei in quest’ultimo anno. Invece il portale *MuseiinComune* emerge per coloro che appartengono alla fasce d’età 26-34 e 45-54 anni, molto o abbastanza soddisfatti della loro esperienza, hanno un giudizio uguale alle aspettative e nell’ultimo anno sono stati in più tre musei.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (62% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al museo visitato, il 22% già vi è stato (di cui il 13% “da una a tre volte” e il 9% “più di tre volte”) e il restante 16% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che coloro che si recano per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), che hanno visitato da uno e tre musei nell’ultimo anno. Invece coloro che già sono stati in questo museo sono principalmente i visitatori italiani (in prevalenza romani), che hanno frequentato oltre tre musei in quest’ultimo anno.

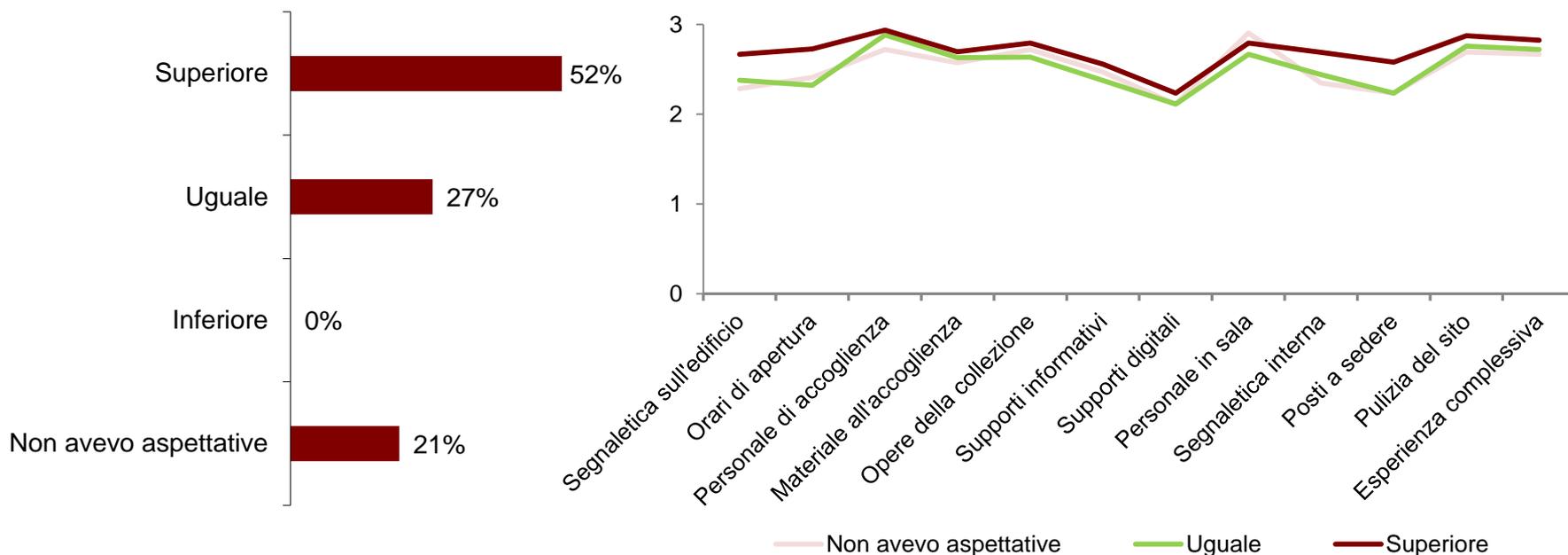


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 21% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 52% afferma di avere un giudizio superiore e per il restante 27% è uguale, mentre per nessuno il giudizio risulta inferiore ad esse.

Su tale domanda non sono risultati incroci significativi rispetto alle variabili oggetto d'indagine.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto su tutti gli aspetti, ad eccezione del personale in sala, che è stato maggiormente gradito dai visitatori che sono privi di attese (cfr. grafico sottostante).



Consiglierebbe questo museo ad un amico

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

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo Pietro Canonica* è pari a **38%**; da evidenziare che il 34% del campione intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

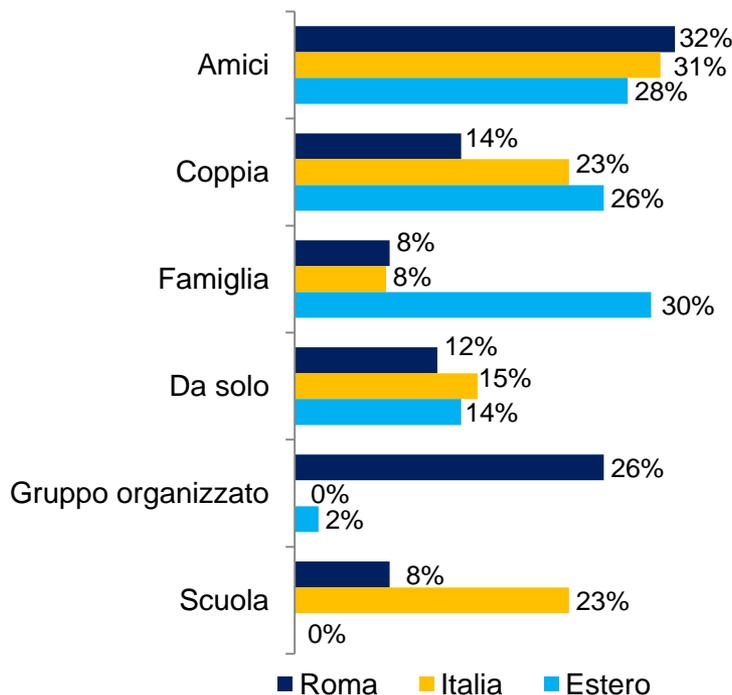
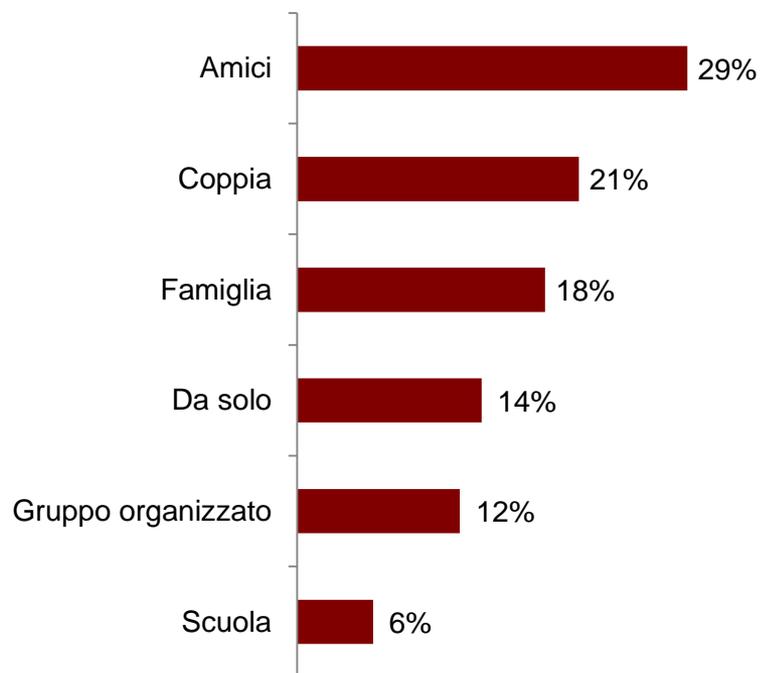


NET PROMOTER SCORE Ics Museo Pietro Canonica 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	1	0	1	0	8	8	9	34	20	45
0%	1%	0%	1%	0%	6%	6%	7%	27%	16%	36%
DETRATTORI=14%							PASSIVI=34%		PROMOTORI = 52%	
52%-14%=38%										

Con chi ha visitato il museo

Il 29% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “amici”, il 21% “in coppia”, il 18% vi si è recato con la propria “famiglia”, il 14% “da solo”, il 12% con un “gruppo organizzato” ed il restante 6% risponde “scuola”.

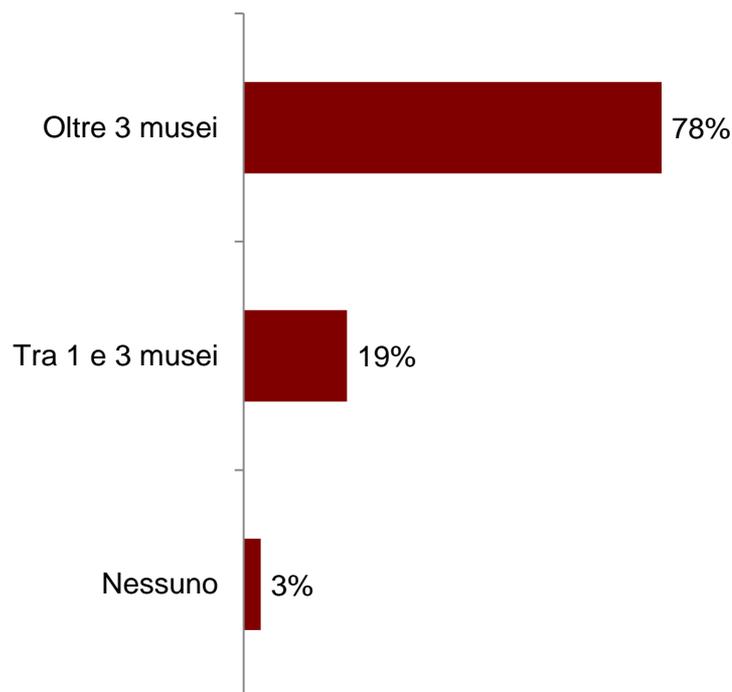
Risulta significativo che a venire con gli amici siano principalmente i visitatori italiani (cfr. grafico sottostante a destra), di età 26-34 anni e 55-64 anni, nel complesso molto soddisfatti e hanno frequentato più tre musei nell’ultimo anno. Coloro che vengono in coppia appartengono soprattutto alla fascia d’età 26-34 anni, sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza e nell’ultimo anno hanno visitato meno di tre musei. Invece a recarsi al museo con la propria famiglia sono in prevalenza i visitatori di età 40-64 anni, in generale molto soddisfatti e sono stati tra uno e tre musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 78% dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 19% risponde “tra uno e tre musei”, mentre il 3% non ne ha visitato “nessuno”.

Risulta significativo che ad essere stati in più di tre musei nell'ultimo anno siano coloro che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e sono già stati in questo museo, mentre coloro che hanno visto meno di tre musei, dichiarano di essere molto soddisfatti e vengono al *Museo Pietro Canonica* per la prima volta.



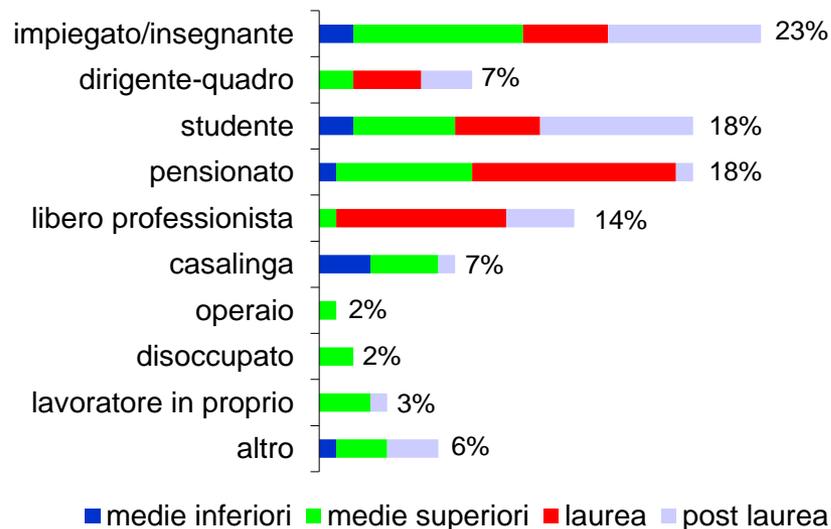
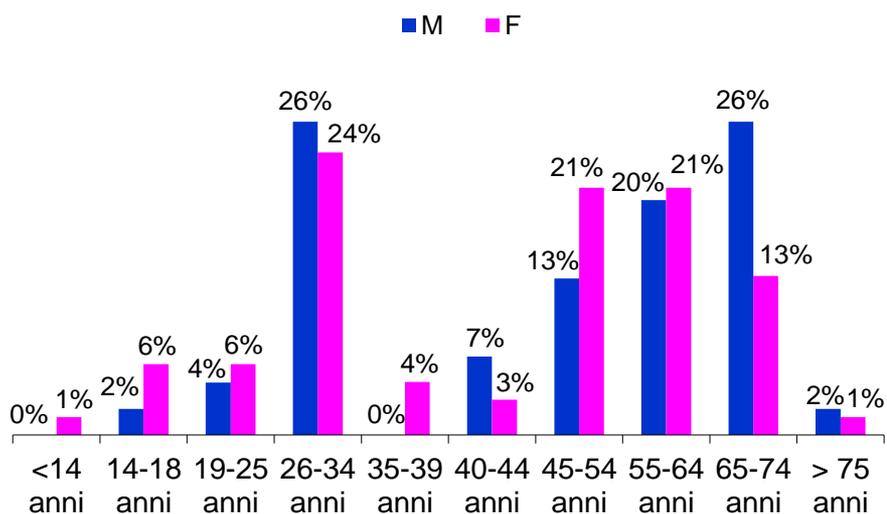
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il genere femminile (60%; nel 2017 era il 61% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età giovane fino ai 25 anni e adulta 45-64 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce 26-34 e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta al di sopra dei 45 anni, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale degli intervistati (erano il 54% nel 2017). Da evidenziare l'ulteriore aumento della percentuale dei giovani di età 26-34 anni (da 21% a 23%).

Il 57% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 71% nell'indagine precedente).

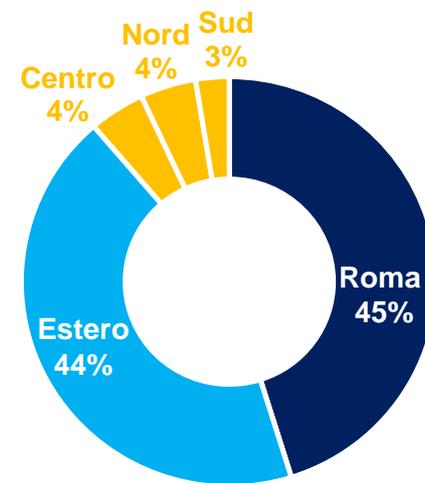
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti (23%; in aumento dal 17% emerso nel 2017), poi seguono i pensionati (18%; in discesa rispetto al 28% dello scorso anno) e gli studenti, che passano dal 7% al 18%.



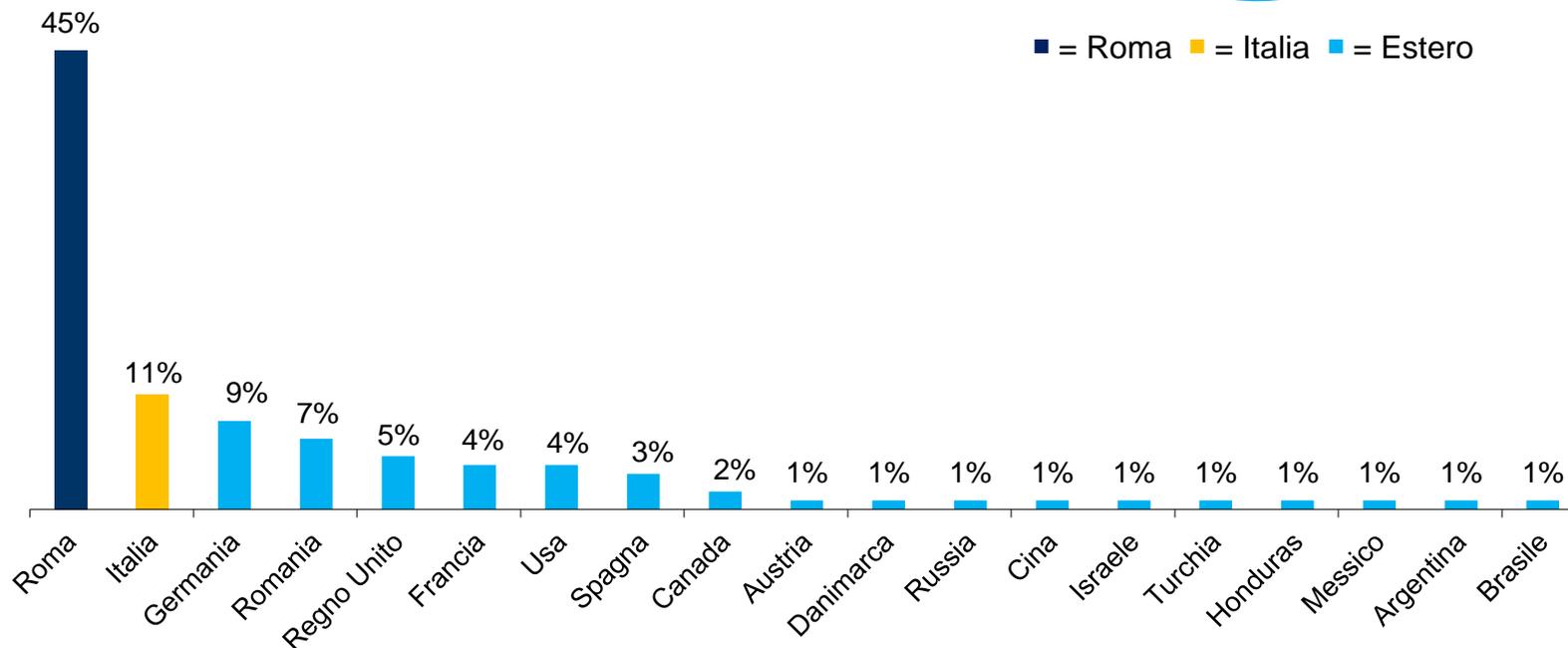
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 45% del campione intervistato è costituito da romani (in aumento dal 35% nell'indagine precedente), il 44% sono turisti stranieri (in netto aumento dal 51% emerso nel 2017) e l'11% giunge da altre province italiane (la percentuale era pari a 14% lo scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevale la tedesca, che raggiunge il 9% sul totale, ma 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.

Museo Pietro Canonica – 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Materiale all'accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,464**	,308**	,320**	,406**	,315**	,462**	,298**	,639**	,455**	,445**	,468**
Orari di apertura	,464**	1,000	,345**	,238*	,280**	,158	,232	,214*	,285**	,236*	,236*	,289**
Personale di accoglienza	,308**	,345**	1,000	,504**	,262**	,272**	,301*	,457**	,381**	,317**	,479**	,534**
Materiale all'accoglienza	,320**	,238*	,504**	1,000	,241*	,385**	,633**	,310**	,388**	,383**	,430**	,489**
Opere della collezione	,406**	,280**	,262**	,241*	1,000	,256**	,292*	,314**	,447**	,203*	,422**	,485**
Supporti informativi	,315**	,158	,272**	,385**	,256**	1,000	,763**	,379**	,566**	,303**	,240*	,328**
Supporti digitali	,462**	,232	,301*	,633**	,292*	,763**	1,000	,268*	,569**	,458**	,427**	,515**
Personale in sala	,298**	,214*	,457**	,310**	,314**	,379**	,268*	1,000	,372**	,223*	,243*	,367**
Segnaletica interna	,639**	,285**	,381**	,388**	,447**	,566**	,569**	,372**	1,000	,547**	,423**	,483**
Posti a sedere	,455**	,236*	,317**	,383**	,203*	,303**	,458**	,223*	,547**	1,000	,485**	,346**
Pulizia del sito	,445**	,236*	,479**	,430**	,422**	,240*	,427**	,243*	,423**	,485**	1,000	,634**
Esperienza complessiva	,468**	,289**	,534**	,489**	,485**	,328**	,515**	,367**	,483**	,346**	,634**	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).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Museo Pietro Canonica* la **pulizia del sito**, il **personale di accoglienza** ed i **supporti digitali** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

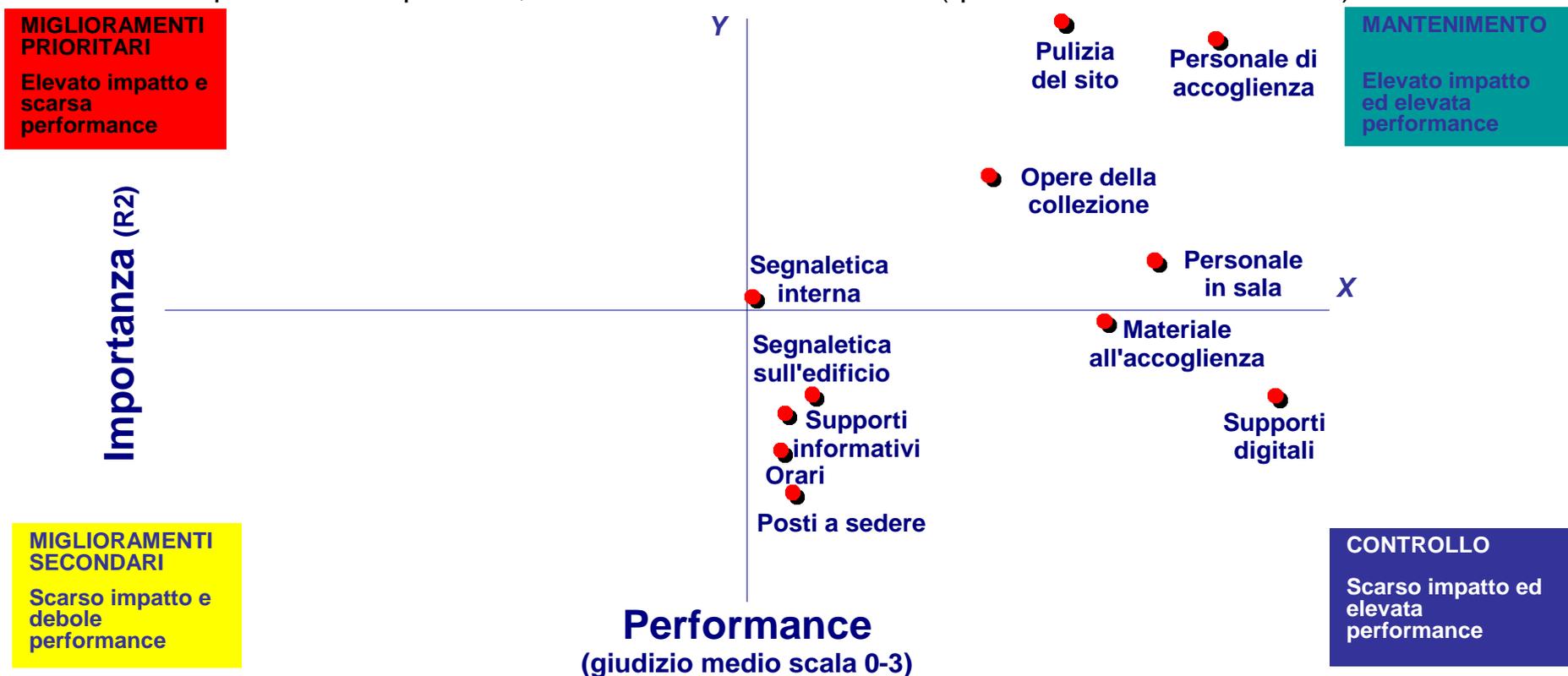
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza complessiva Museo Pietro Canonica – 2018	
Pulizia del sito	0,634
Personale di accoglienza	0,534
Supporti digitali	0,515
Materiale all'accoglienza	0,489
Opere della collezione	0,485
Segnaletica interna	0,483
Segnaletica sull'edificio	0,468
Personale in sala	0,367
Posti a sedere	0,346
Supporti informativi	0,328
Orari di apertura	0,289

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **pulizia del sito** e il **personale di accoglienza** rappresentano gli aspetti ritenuto in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche le **opere della collezione** e il **personale in sala** si posizionano nel quadrante in alto a destra. La **segnaletica interna** è in una posizione *borderline*, mentre nessuna delle variabili emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece 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

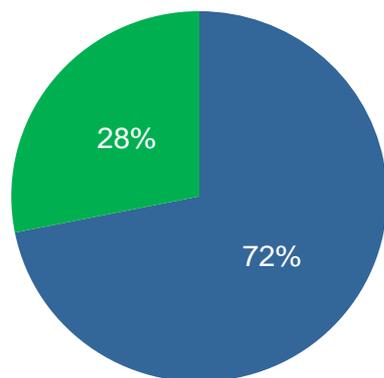
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (92 individui per il *Cluster 1* e 36 per il *Cluster 2*).

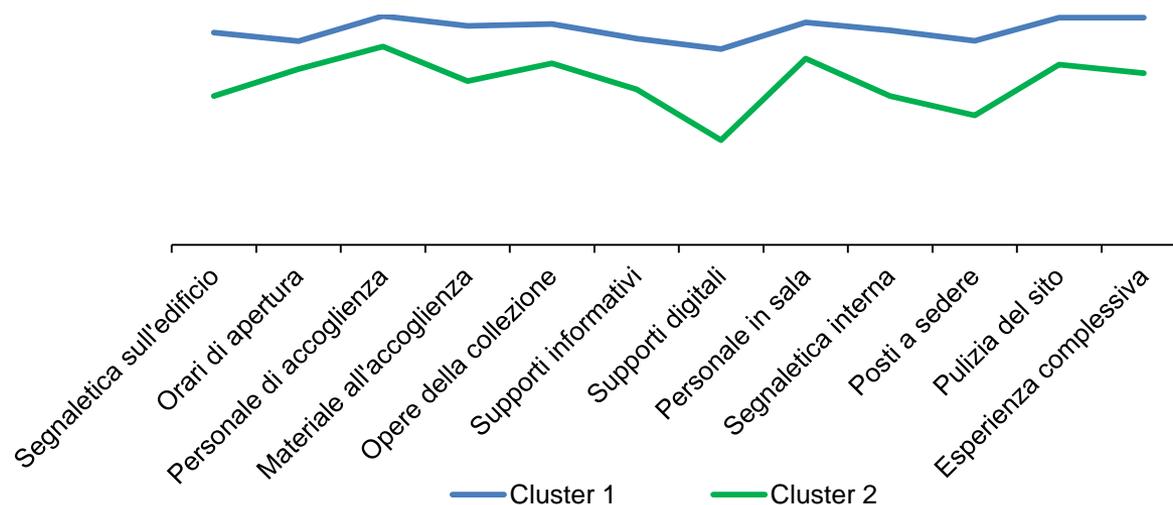
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia dei **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono coloro che hanno un livello tendenzialmente più basso di soddisfazione.

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza uomini, di età 35-44 anni e 65-74 anni, stranieri, laureati, vengono a sapere del museo soprattutto passando per caso, vengono in coppia, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 26-34 anni, italiani, diplomati, vengono a sapere del museo soprattutto tramite internet, passaparola e guide turistiche, vengono da soli o in famiglia, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



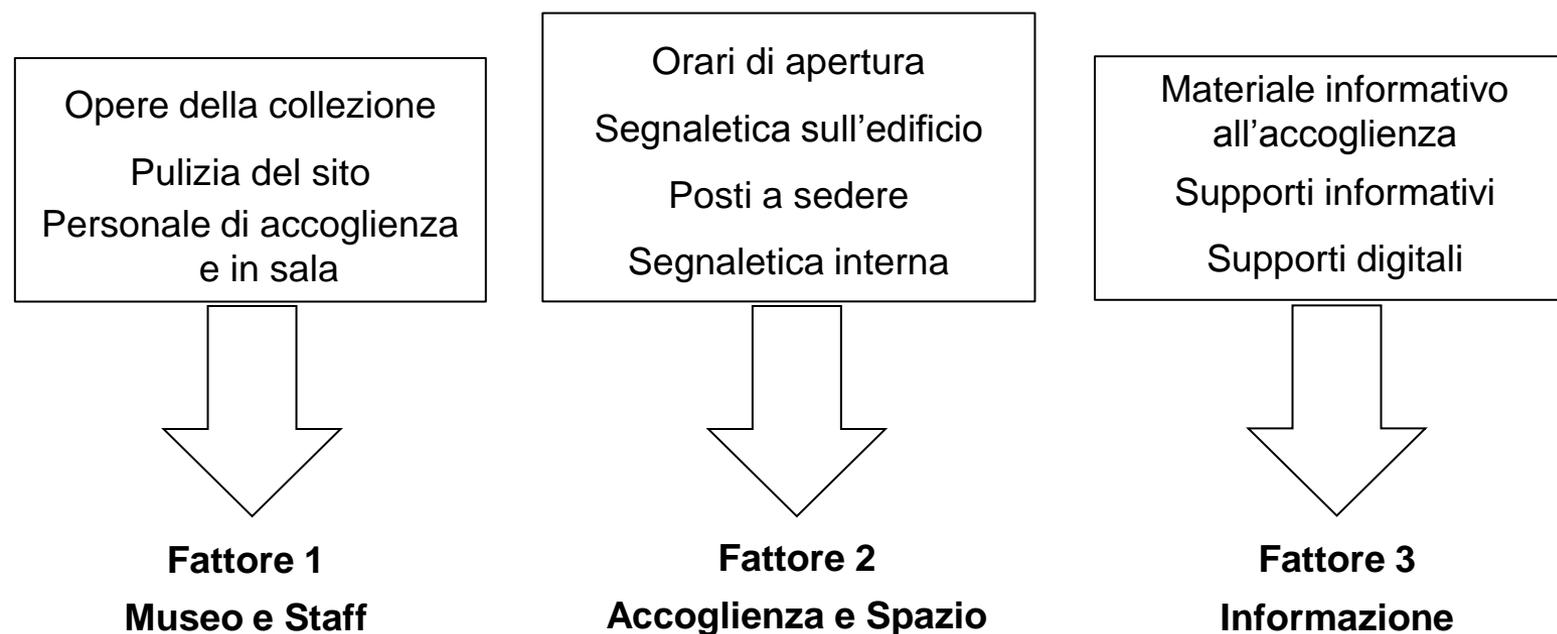
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

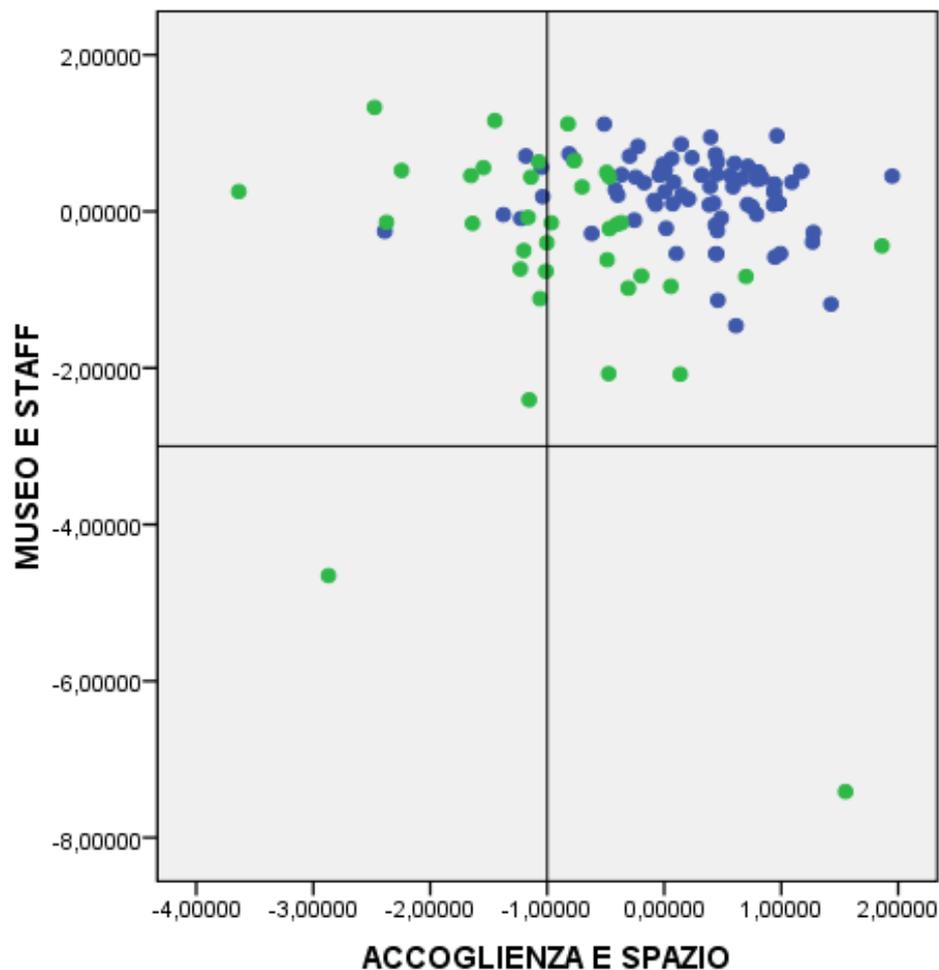
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 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 “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 dei “Soddisfatti” gradisce meno soprattutto il Fattore 2 (“Accoglienza e Spazio”).



Cluster 1 *Deliziati*: in prevalenza uomini, di età 35-44 anni e 65-74 anni, stranieri, laureati, vengono a sapere del museo soprattutto passando per caso, vengono in coppia, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 *Soddisfatti*: in prevalenza donne, di età 26-34 anni, italiani, diplomati, vengono a sapere del museo soprattutto tramite internet, passaparola e guide turistiche, vengono da soli o in famiglia, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 47**

ELOGI perfetto, superiore alle aspettative, personale molto accogliente e collaborativo.
Totale 4

PUBBLICITÀ più comunicazione pubblicitaria sul museo. **Totale 5**

SUPPORTI INFORMATIVI alcune didascalie poste troppo in basso, più informazioni in inglese, anche sulla biografia di Pietro Canonica, da aggiungere nel suo studio. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 8**

**TOTALE 17 SUGGERIMENTI
MUSEO PIETRO CANONICA**

Allegato 1: Fronte Questionario

MUSEO/MUSEUM:	DATA/DATE: _/_/___	ORA/HOUR: _/___			
<p>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? <i>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?</i></p>					
<p>1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i></p> <p><input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? <i>Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i> <input type="checkbox"/> Non la conosco/ <i>I don't know it</i></p>					
<p>3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&relatives</i></p> <p><input type="checkbox"/> www.museoincomune.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i></p> <p><input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network</p> <p><input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i></p> <p><input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i></p>					
<p>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></p>					
	Non utilizzato <i>Not used</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>
4. Segnaletica sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Personale di accoglienza/ <i>Welcome staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Materiale informativo all'accoglienza/ <i>Leaflets in the ticket office</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Videoguida/ <i>videoguide</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools and captions</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Supporti digitali/ <i>digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Esperienza Museale nel suo complesso/ <i>Overall Museum Experience</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>21. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i></p> <p><input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

Allegato 1:

Retro Questionario

22. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?
 How likely is it that you would recommend this museum to a friend, according to the scale 0-10?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>											

23. 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.....

24. 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

25. 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-insegnante/employee-teacher 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) _____