



Indagini di Customer Satisfaction

Villa di Massenzio

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 15/12/2018*

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 103 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua che autocompilazione dal 1 al 21 novembre 2018 presso Villa di Massenzio (gli intervistati rappresentano il 12% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 72 %, un margine di errore di stima di $\pm 8,71\%$.

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 abbastanza buono, con una media di **2,50** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 89%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi emergono il personale in sala (2,74) e di accoglienza (2,71), le opere della collezione (2,66).

Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione dei seguenti aspetti: pulizia del sito (2,16), orari di apertura (2,05), posti a sedere (1,32), materiale informativo all'accoglienza (1,22) e segnaletica sull'edificio (1,07). Solo i posti a sedere emergono tra i possibili miglioramenti prioritari nella mappa, mentre la segnaletica sull'edificio si trova in una posizione *borderline*. I supporti informativi e la pulizia del sito rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati all'esperienza complessiva (*cf.* pp. 16-18). Tra i suggerimenti viene richiesto di aprire al pubblico tutte le aree attualmente non visitabili, ad esempio il Ninfeo ed il Palazzo (n. 12 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 52% da turisti stranieri, impiegati/ insegnanti (27%) e pensionati (22%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (58%), di età adulta oltre i 45 anni (56% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo passando per caso (53% sul totale degli intervistati), poi seguono internet e il passaparola (rispettivamente 12% e 8%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, che nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il canale web è il mezzo predominante tra i romani, che hanno già visitato *Villa di Massenzio*, in generale si ritengono molto soddisfatti, hanno un giudizio uguale alle proprie attese o ne sono privi e hanno frequentato tra uno e tre musei. Anche il passaparola prevale tra i visitatori romani, nel complesso molto soddisfatti, che visitano il sito per la prima volta, con un giudizio superiore alle aspettative e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Villa di Massenzio 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	1,07	1,00	73	30	1,194	29%	21%	47%	33%
Orari di apertura	2,05	3,00	102	1	1,172	1%	53%	18%	70%
Personale di accoglienza	2,71	3,00	102	1	,479	1%	72%	0%	99%
Materiale all'accoglienza	1,22	1,00	64	39	,881	38%	8%	22%	36%
Opere della collezione	2,66	3,00	62	41	,477	40%	66%	0%	100%
Supporti informativi	2,24	3,00	103	0	1,024	0%	55%	12%	81%
Personale in sala	2,74	3,00	94	9	,462	9%	76%	0%	99%
Posti a sedere	1,32	1,00	95	8	1,401	8%	38%	48%	42%
Pulizia del sito	2,16	3,00	100	3	1,022	3%	51%	10%	75%
Esperienza complessiva	2,50	3,00	88	15	,695	15%	61%	0%	89%

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

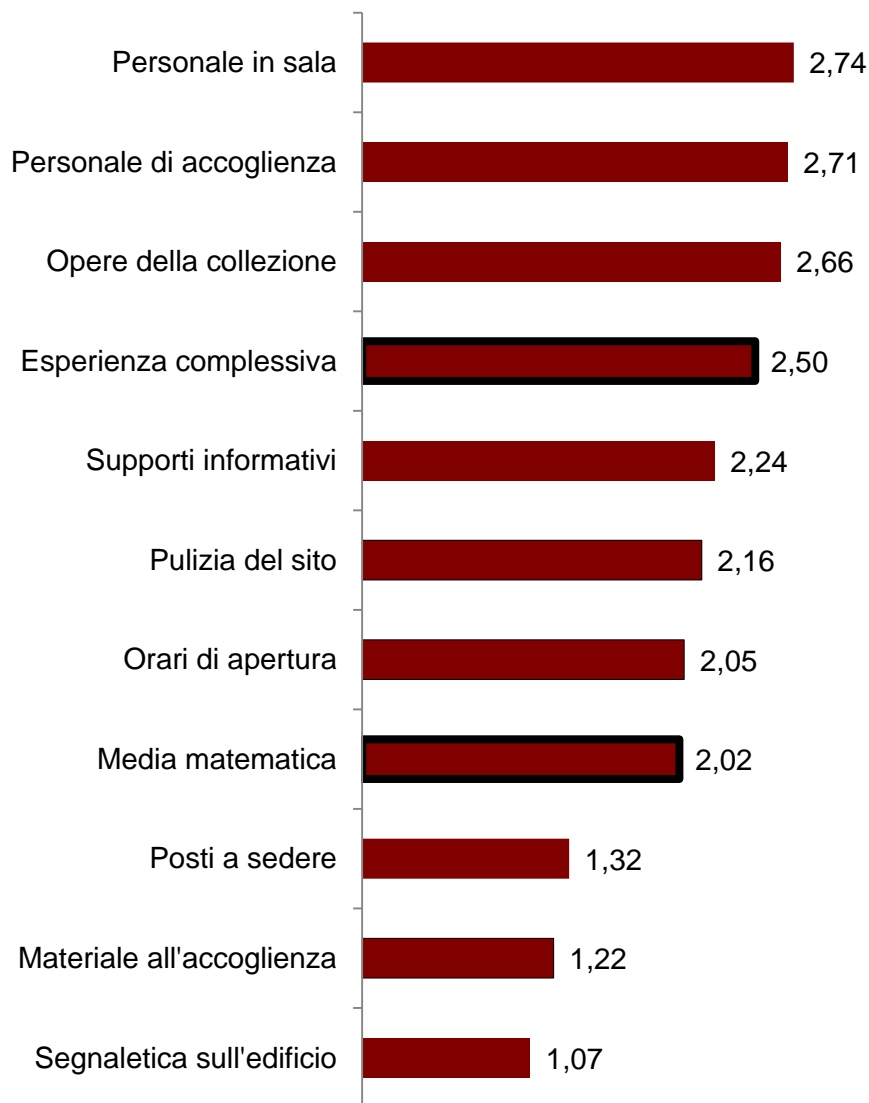
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,02).

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 le variabili maggiormente gradite emergono il **personale (in sala e di accoglienza)** e le **opere della collezione**.

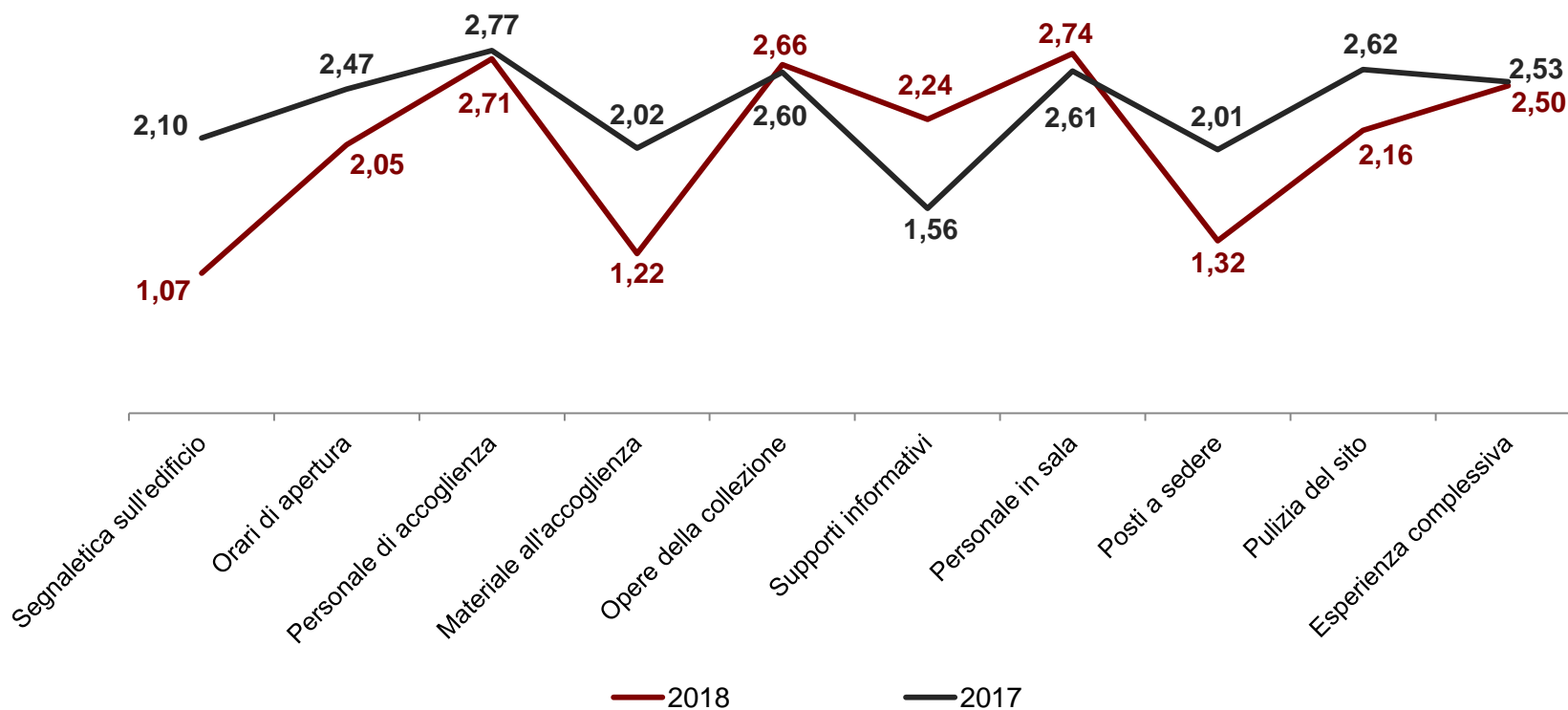
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione dei seguenti aspetti: pulizia del sito (2,16), orari di apertura (2,05), posti a sedere (1,32), materiale informativo all'accoglienza (1,22), e segnaletica sull'edificio (1,07).



Analisi del trend 2017-2018

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

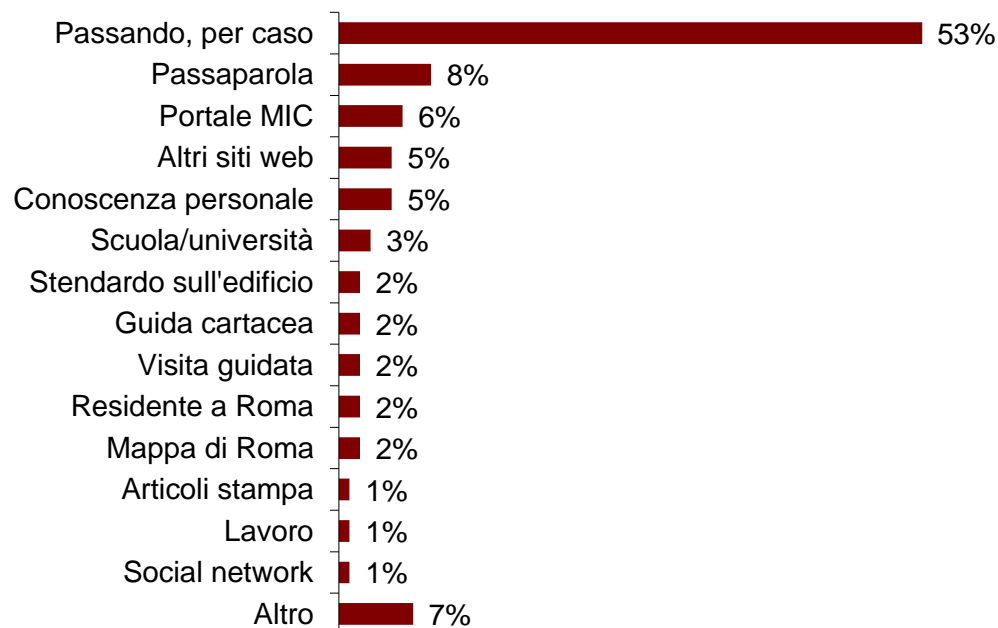
In particolare aumentano le medie relative alle opere della collezione, ai supporti informativi e al personale in sala, mentre subiscono una flessione la segnaletica sull'edificio, gli orari di apertura, il materiale informativo all'accoglienza, i posti a sedere e la pulizia del sito (tutti al di sotto dello standard minimo di 2,20). Invece il personale di accoglienza e l'esperienza complessiva si scostano di poco rispetto allo scorso anno, rimanendo al di sopra dello standard.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 53% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “passando, per caso” (in netto aumento dal 39% nel 2017), il 12% attraverso “internet” (lo scorso anno era 11%) e l’8% attraverso il “passaparola” (era il 23% nell’indagine precedente) .

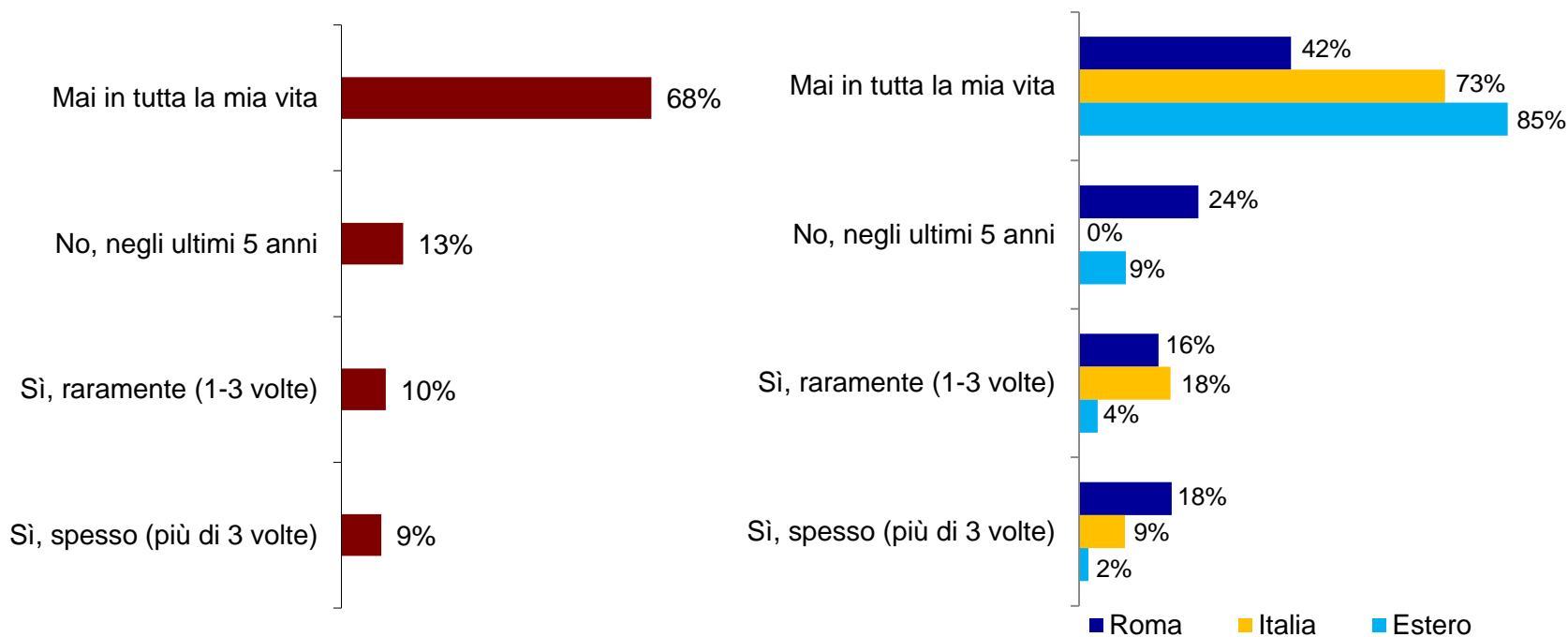
È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, che nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il canale web è il mezzo predominante tra i romani, che hanno già visitato *Villa di Massenzio*, in generale si ritengono molto soddisfatti, hanno un giudizio uguale alle proprie attese o ne sono privi e hanno frequentato tra uno e tre musei. Anche il passaparola prevale tra i visitatori romani, nel complesso molto soddisfatti, ma visitano il sito per la prima volta, con un giudizio superiore alle aspettative e hanno frequentato più di tre musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (68% sul campione totale) dichiara di non aver mai visitato prima il museo, il 19% già vi è stato (di cui il 10% “da una a tre volte” e il 9% “oltre tre volte”) e il restante 13% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

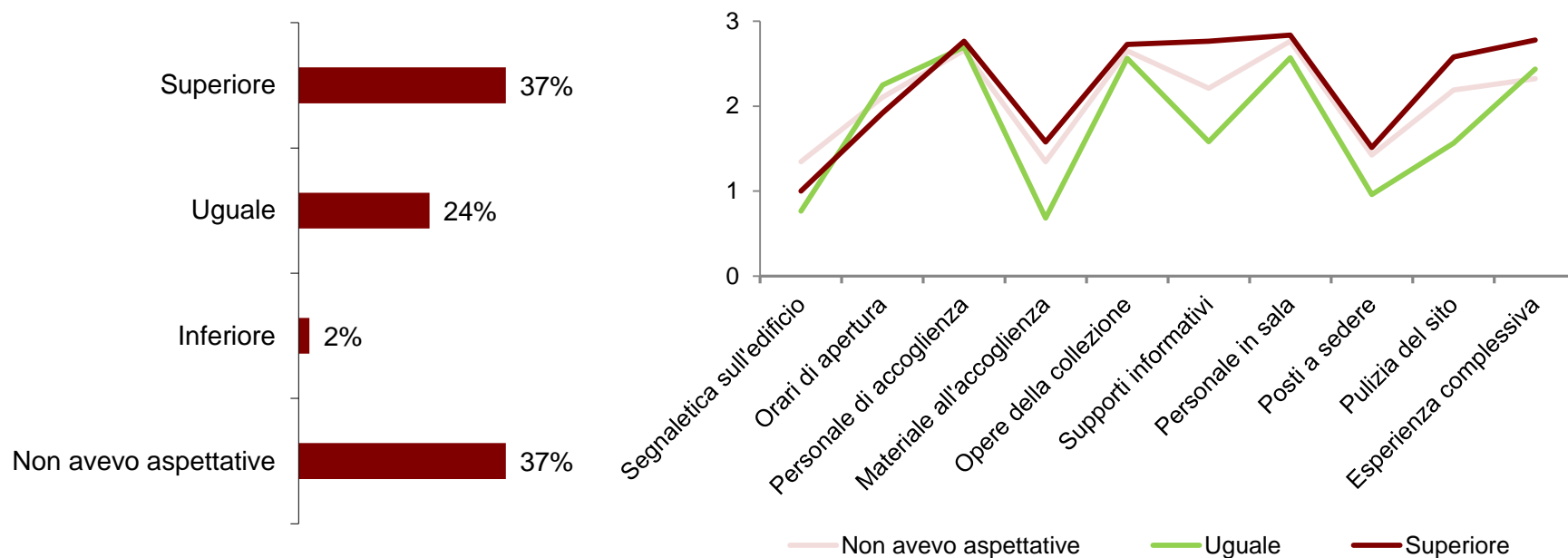
Risulta significativo che coloro che si recano per la prima volta al museo, siano soprattutto i turisti, prevalentemente stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere già frequentato il museo sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), che affermano di avere un giudizio uguale alle proprie attese.



Giudizio rispetto alle aspettative

Un 37% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita ed un ulteriore 37% ha un giudizio superiore alle proprie attese, mentre per il 24% è uguale e solo per il restante 2% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sul museo o ad esserne privi siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante), ad eccezione della segnaletica sull'edificio e degli orari di apertura. Invece il giudizio è uguale alle proprie attese in particolare per i visitatori italiani (inclusi i romani), che si sono già recati al museo, nel complesso abbastanza o poco soddisfatti.



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 *Villa di Massenzio* è pari a **15%**; il 53% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

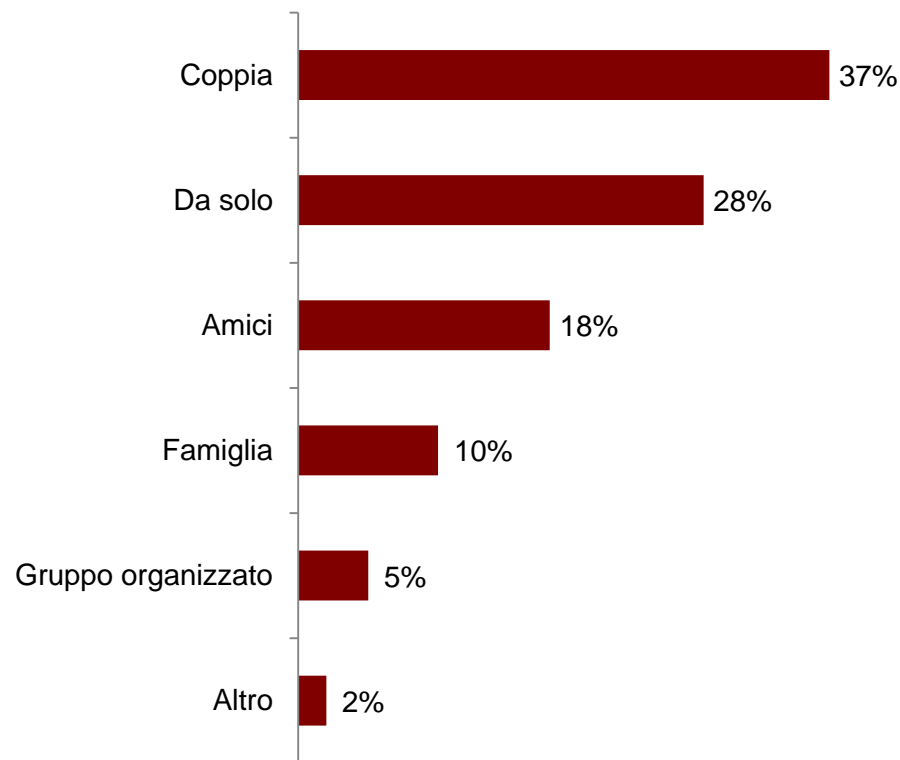


NET PROMOTER SCORE Ics Villa di Massenzio 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	3	1	4	8	27	26	14	17
0%	0%	0%	3%	1%	4%	8%	27%	26%	14%	17%
DETRATTORI = 16%							PASSIVI = 53%		PROMOTORI = 31%	
31% - 16% = 15%										

Con chi ha visitato il museo

Il 37% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “in coppia”, il 28% vi si è recato “da solo”, il 18% con “amici”, il 10% in “famiglia”, il 5% con “gruppo organizzato” e il restante 2% risponde “altro”.

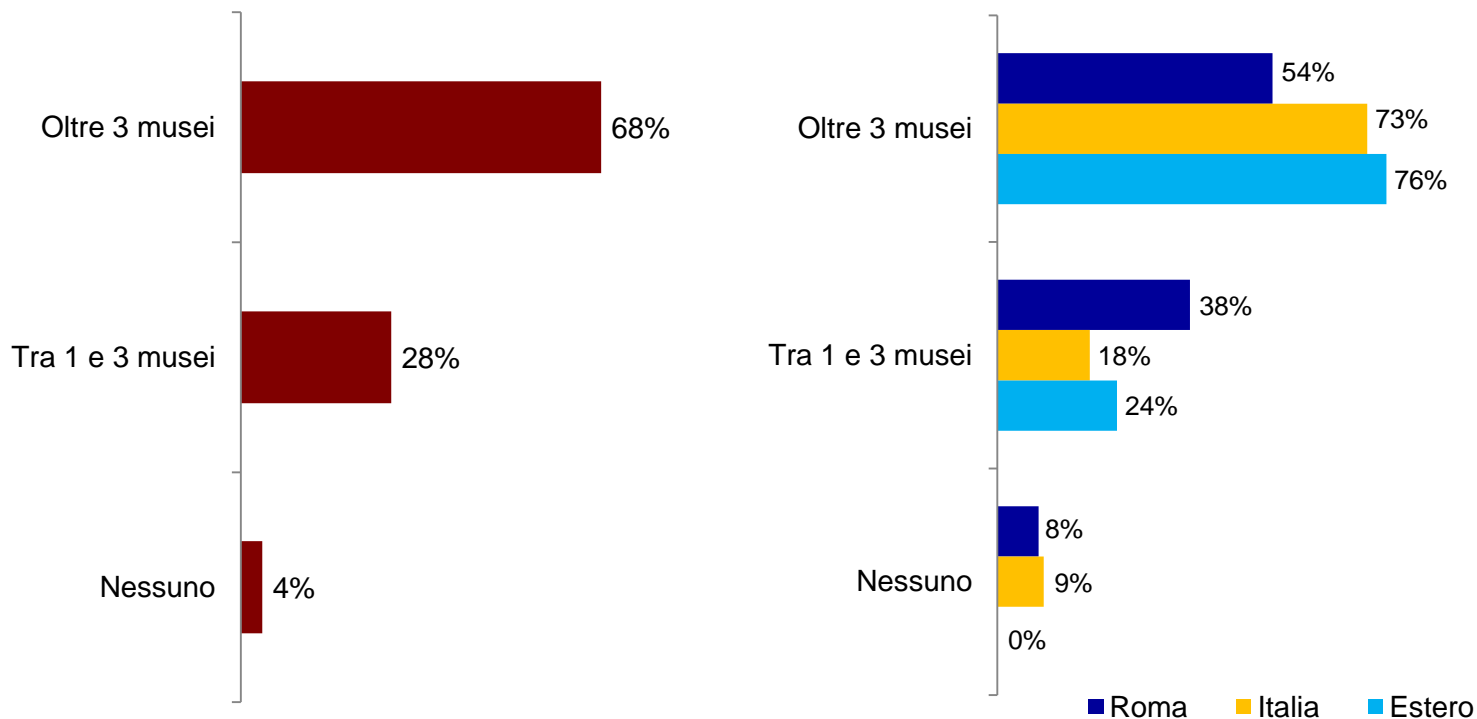
Risulta significativo che a venire in coppia o con amici siano soprattutto i nuovi visitatori, che in quest’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece a recarsi in questo museo da soli sono in prevalenza i visitatori, che già sono stati a *Villa Massenzio* e hanno frequentato più di tre musei nell’ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 68% dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 28% risponde “tra uno e tre musei”, mentre il 4% non ne ha visitato “nessuno”.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti, sia stranieri che italiani (*cf.* grafico in basso a destra), con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece ad aver frequentato meno di tre musei sono principalmente i romani, che affermano di avere un giudizio uguale alle proprie attese.



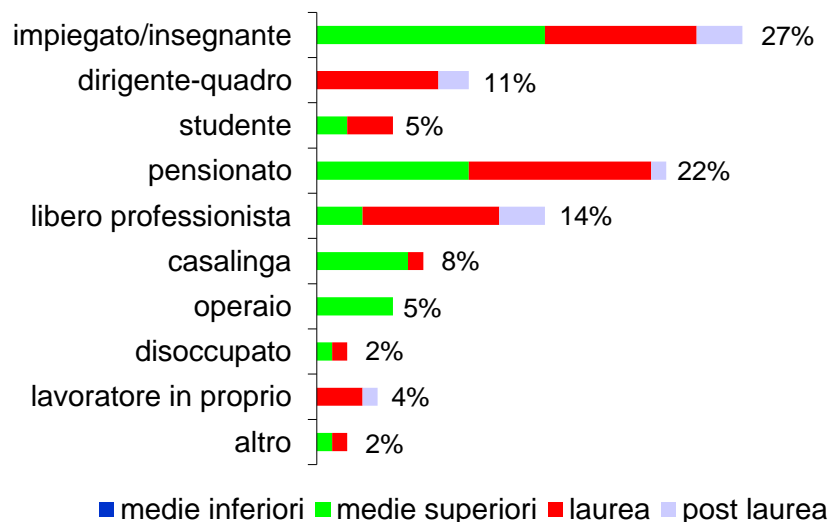
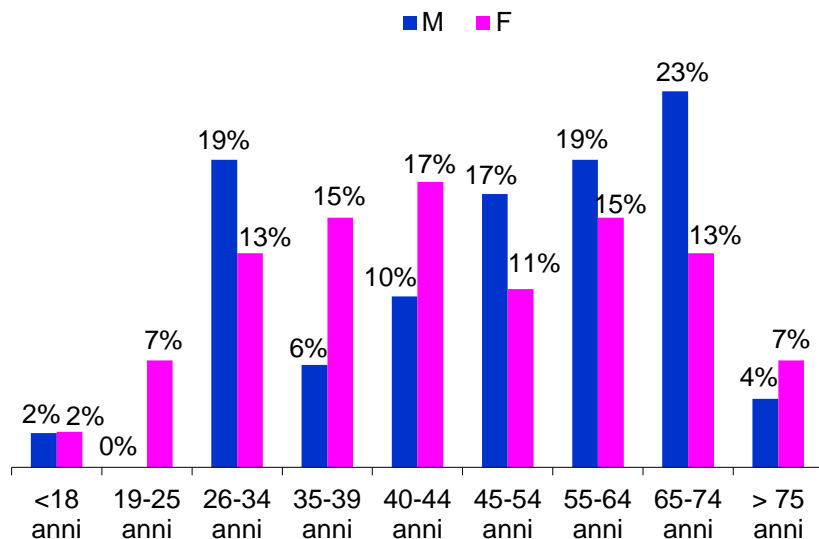
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il genere maschile (51%; era il 45% nel 2017), soprattutto nelle fasce d'età 26-34 anni e 45-74 anni. Invece le donne sono predominante nelle fasce dei 35-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle adulte al di sopra dei 45 anni, che raggiungono complessivamente il 56% sul totale degli intervistati (in aumento dal 48% emerso nel 2017).

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

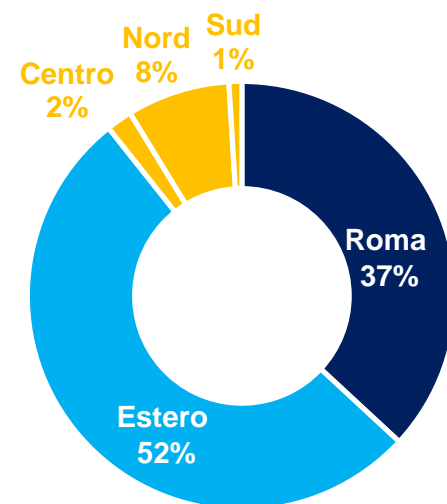
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti (27%; in discesa rispetto al 30% nel 2017), i pensionati (22%, in netto aumento dal 6% dello scorso anno), i liberi professionisti (14%; erano il 18% nel 2017) e i dirigenti-quadri (11%; in calo dal 16% dello scorso anno).



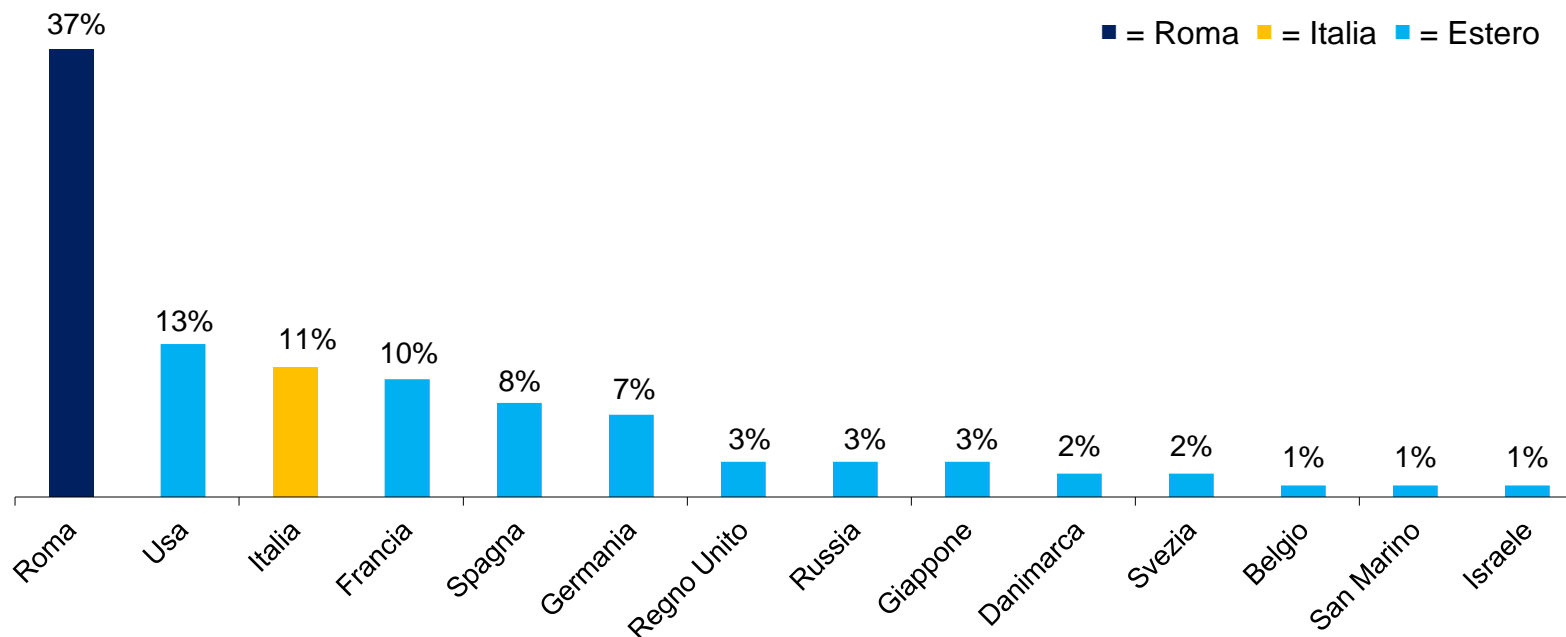
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 52% del campione intervistato è costituito da turisti stranieri (in netto aumento dal 34% emerso nel 2017), il 37% dai visitatori romani (stessa percentuale nell'indagine precedente) e l'11% da altre provincie italiane (in discesa dal 29% dello scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevale quella americana (13%); 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.

Villa di Massenzio - 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Materiale all'accoglienza	Personale di accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,647**	,349**	,114	,306	,320**	,271*	,726**	,484**	,454**
Orari di apertura	,647**	1,000	,570**	-,086	,445**	,285**	,363**	,771**	,472**	,443**
Personale di accoglienza	,349**	,570**	1,000	,234	,189	,372**	,666**	,530**	,473**	,308**
Materiale all'accoglienza	,114	-,086	,234	1,000	-,121	,619**	,162	,257*	,623**	,376**
Opere della collezione	,306	,445**	,189	-,121	1,000	,452**	,313*	,390**	,211	,342*
Supporti informativi	,320**	,285**	,372**	,619**	,452**	1,000	,500**	,435**	,574**	,608**
Personale in sala	,271*	,363**	,666**	,162	,313*	,500**	1,000	,400**	,412**	,166
Posti a sedere	,726**	,771**	,530**	,257*	,390**	,435**	,400**	1,000	,722**	,528**
Pulizia del sito	,484**	,472**	,473**	,623**	,211	,574**	,412**	,722**	1,000	,563**
Esperienza complessiva	,454**	,443**	,308**	,376**	,342*	,608**	,166	,528**	,563**	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 è stato escluso il personale in sala che non è risultato significativo rispetto all'esperienza complessiva.

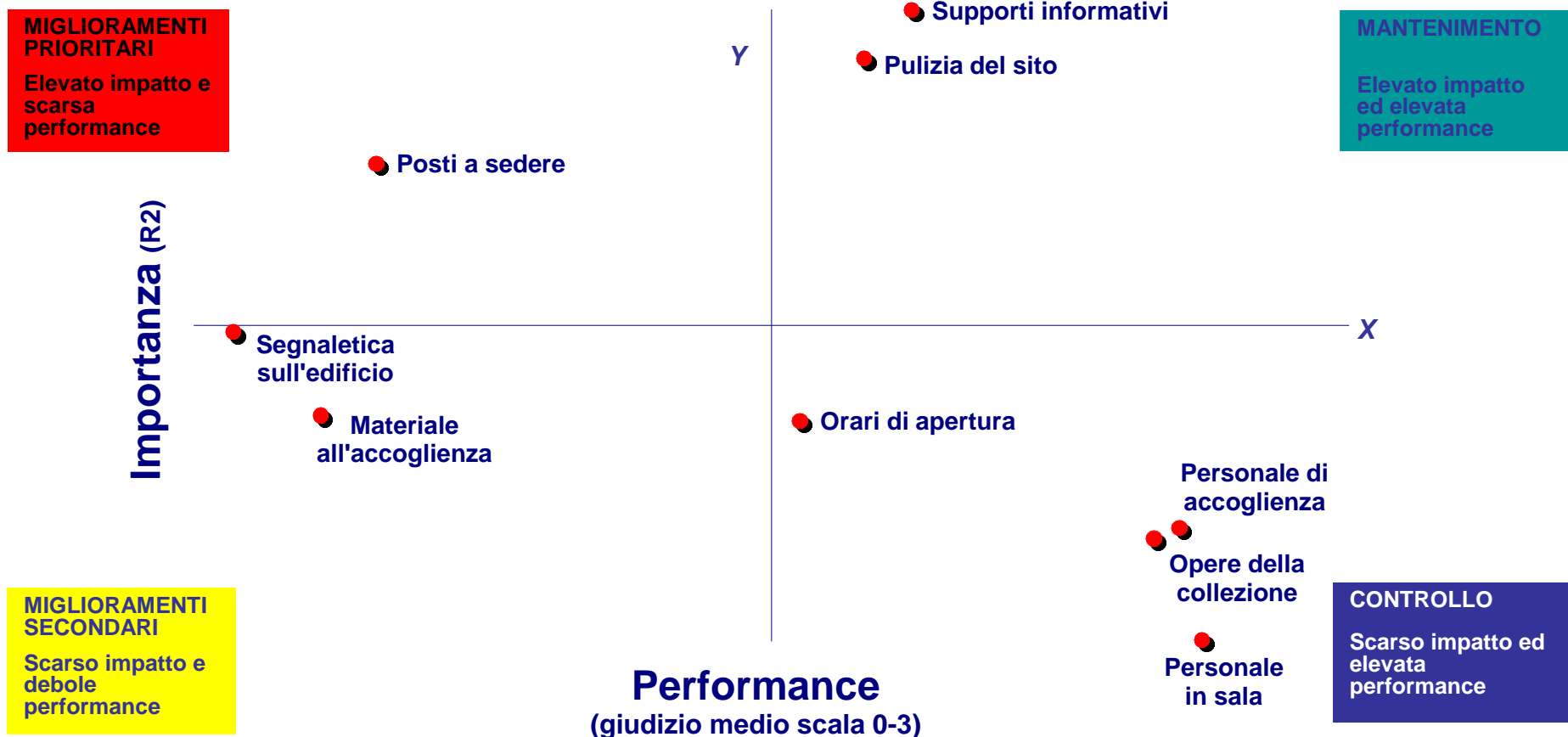
Per *Villa di Massenzio* i **supporti informativi**, la **pulizia del sito** ed i **posti a sedere** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Villa di Massenzio – 2018</i>	
Supporti informativi	0,608
Pulizia del sito	0,563
Posti a sedere	0,528
Segnaletica sull'edificio	0,454
Orari di apertura	0,443
Materiale all'accoglienza	0,376
Opere della collezione	0,342
Personale di accoglienza	0,308

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti, ma anche soddisfacenti. Invece i **posti a sedere** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra), mentre la **segnaletica sull'edificio** è in una posizione *borderline*. 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

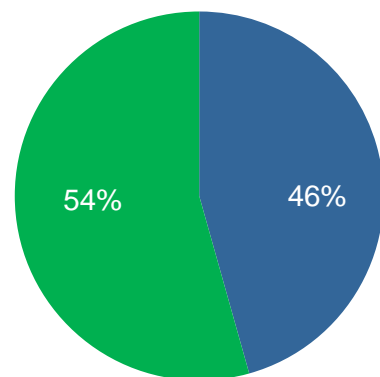
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (47 individui per il *Cluster 1* e 56 per il *Cluster 2*).

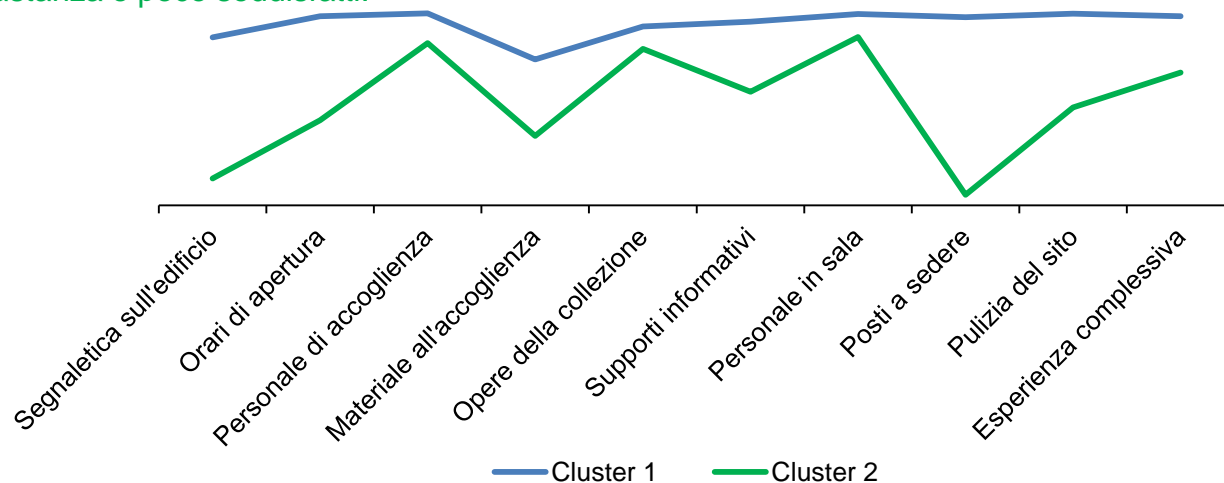
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono a un livello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

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza turisti stranieri, di età giovane fino a 34 anni o adulta 45-54 e 65-74 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, studenti, pensionati e liberi professionisti, nuovi visitatori, conoscono il museo tramite il passaparola, vengono in coppia o con amici, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza visitatori italiani (soprattutto romani), di età 35-44 e 55-64 anni, diplomati, occupati dipendenti, operai e casalinghe, alcuni già stati al museo, lo conoscono passando per caso o attraverso internet, vengono da soli o in famiglia, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza o poco soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

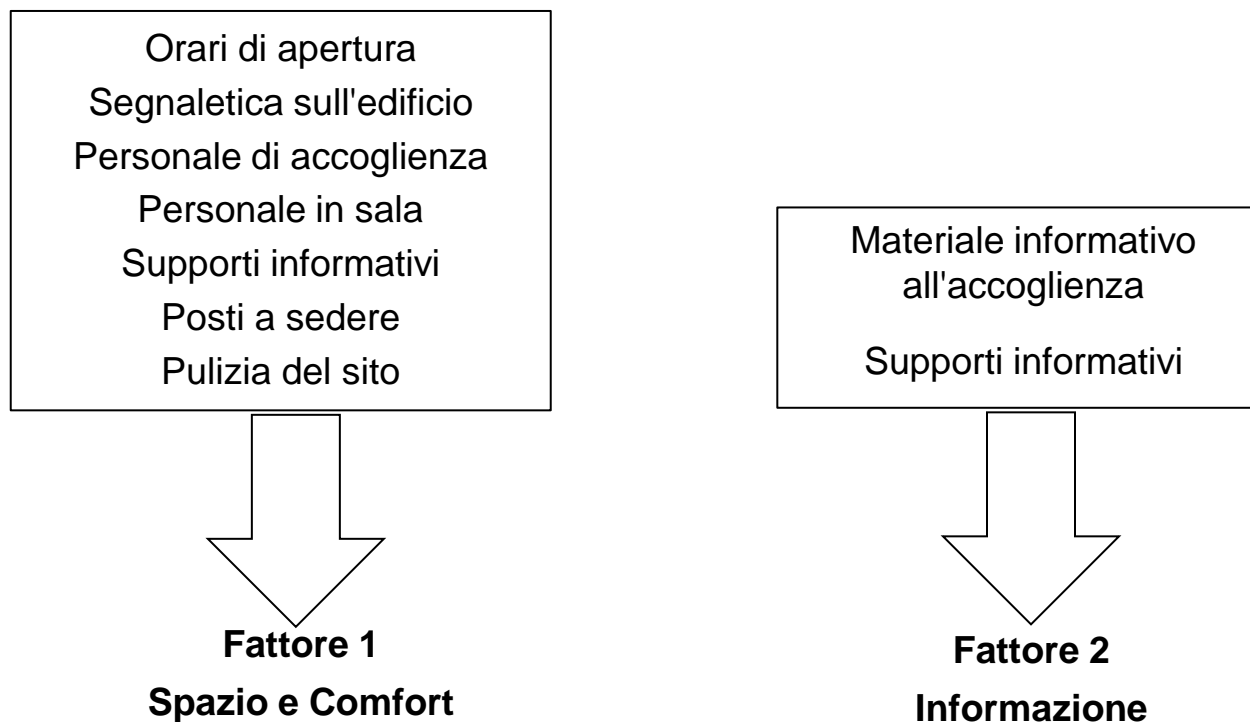


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

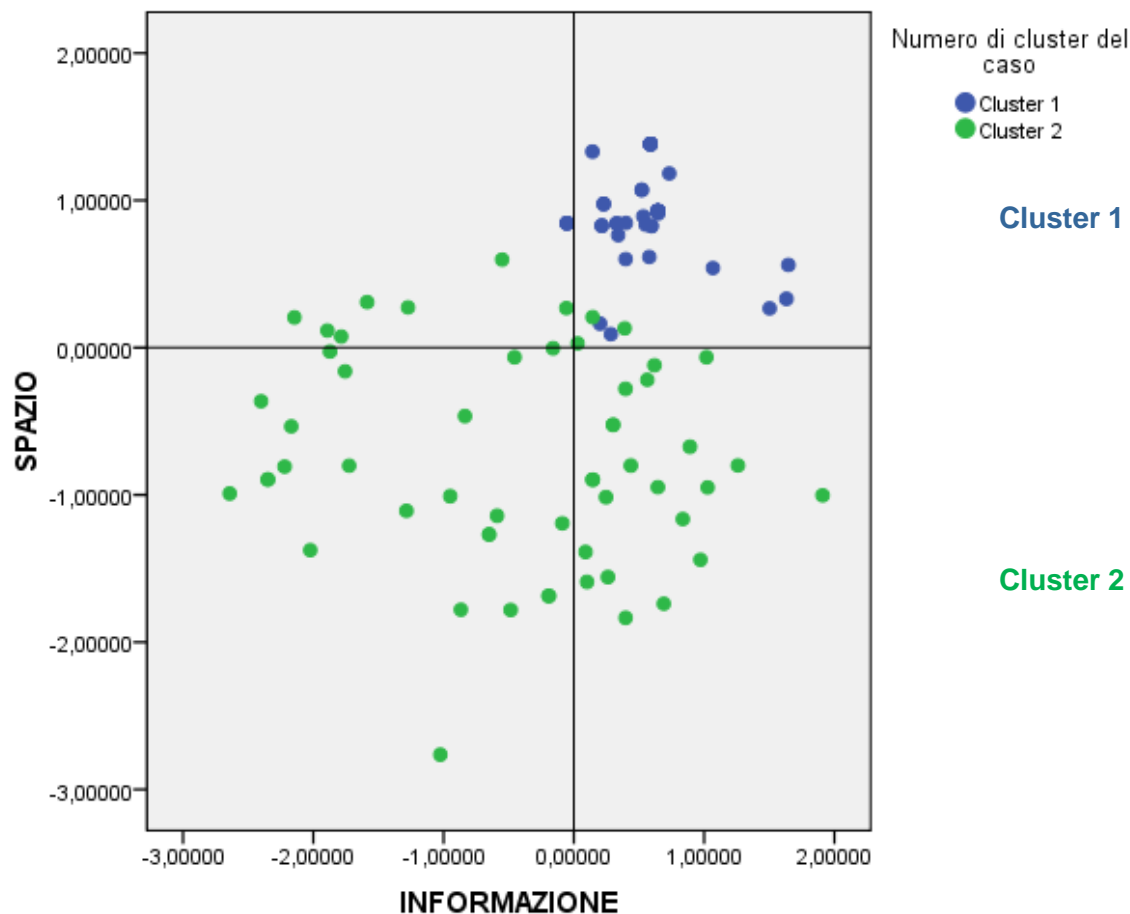
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (le opere della collezione sono state escluse poiché non risultate significative per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 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” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 2 (“Informazione”).



Cluster 1 Deliziati: in prevalenza turisti stranieri, di età giovane fino a 34 anni o adulta 45-54 e 65-74 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, studenti, pensionati e liberi professionisti, nuovi visitatori, conoscono il museo tramite il passaparola, vengono in coppia o con amici, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 Soddisfatti: in prevalenza visitatori italiani (soprattutto romani), di età 35-44 e 55-64 anni, diplomati, occupati dipendenti, operai e casalinghe, alcuni già stati al museo, lo conoscono passando per caso o attraverso internet, vengono da soli o in famiglia, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza o poco soddisfatti.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 13**

ELOGI molto bello. **Totale 2**

AMBIENTI NON VISITABILI aprire tutte le aree, anche il Ninfeo e il Palazzo. **Totale 12**

PULIZIA da migliorare. **Totale 11**

POSTI A SEDERE aumentare le panche. **Totale 9**

PUBBLICITÀ promuovere di più questo sito archeologico. **Totale 8**

BIGLIETTO far pagare l'ingresso. **Totale 8**

SEGNALETICA ESTERNA manca lo standardo. **Totale 7**

SUPPORTI DIGITALI aggiungere video e ricostruzioni 3D. **Totale 7**

ILLUMINAZIONE anche nel Mausoleo, non si leggono i pannelli. **Totale 5**

MANUTENZIONE del sito da migliorare. **Totale 5**

MATERIALE ALL'ACCOGLIENZA aumentare il materiale informativo. **Totale 5**

SUPPORTI INFORMATIVI maggiori informazioni, anche tradotti in altre lingue. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 11**

**TOTALE 93 SUGGERIMENTI
VILLA DI MASSENZIO**

Allegato 1: Fronte Questionario

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? <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>					
1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? In the last five years, have you already visited this museum? <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> <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>					
2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? Did you use the Roma Pass to enter in the museum? <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>					
3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? How did you find out this museum the first time? <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&relatives</i> <input type="checkbox"/> www.museincomune.it -sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i> <input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network <input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i> <input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i>					
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>					
	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"/>
21. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i> <input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i> <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i>					

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"/>	<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"/>

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) _____