



Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia – Casina delle Civette

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 24/10/2018*

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
- 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 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 130 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua dal 25 al 28 settembre, il 9 e 10 ottobre 2018 presso la Casina delle Civette di Villa Torlonia (gli intervistati rappresentano il 21% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano presenti le mostre temporanee *“La Biblioteca del Principe. Libri d’Artista di Vittorio Fava”* e *“Bosco magico. Gli alberi sciamanici di Paolo Martellotti”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, un margine di errore di stima di $\pm 1,72\%$.

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 ottimo, con una media di **2,90** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Gli aspetti maggiormente graditi sono gli orari di apertura (3,00), il guardaroba (3,00), l'audioguida (3,00; solo il 2% sul totale degli intervistati rilascia un giudizio medio su tale servizio), la pulizia del sito (2,98), il personale sia di biglietteria (2,98) che in sala (2,94) e la segnaletica interna (2,94).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Solo il 2% degli intervistati dichiara di avere usufruito dell'audioguida, per tale motivo il giudizio medio su tale servizio è indicativo, ma non attendibile a livello statistico. La collezione e i posti a sedere sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19).

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono la manutenzione del parco (n. 21 suggerimenti) e la segnaletica esterna (n. 19 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 44% da visitatori romani, pensionati (27%), studenti (24%) e occupati dipendenti (22%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (58%), appartenenti alle fasce d'età 45-74 anni e 19-25 anni (rispettivamente 53% e 21% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono internet e passaparola, che raggiungono il 31% e 30% sul totale degli intervistati.

È significativo che il canale web prevalga tra i visitatori stranieri, di età 19-44 anni, che vengono per la prima volta, laureati, senza attese a priori e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece il passaparola è predominante in particolare per i turisti italiani, di età 45-64 anni, nuovi visitatori, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto o abbastanza soddisfatti.

Tabella riassuntiva

Casina delle Civette di Villa Torlonia - 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,40	3,00	117	13	0,755	10%	53%	3%	91%
Orari di apertura	3,00	3,00	130	0	0,000	0%	100%	0%	100%
Personale in biglietteria	2,98	3,00	125	5	0,154	4%	98%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,83	3,00	58	72	0,381	55%	83%	0%	100%
Guardaroba	3,00	3,00	33	97	0,000	75%	100%	0%	100%
Opere della collezione	2,88	3,00	129	1	0,331	1%	88%	0%	100%
Audioguida	3,00	3,00	2	128	0,000	98%	100%	0%	100%
Supporti informativi	2,80	3,00	128	2	0,533	2%	87%	0%	94%
Personale in sala	2,94	3,00	71	59	0,232	45%	94%	0%	100%
Segnaletica interna	2,94	3,00	109	21	0,229	16%	94%	0%	100%
Posti a sedere	2,78	3,00	37	93	0,479	72%	81%	0%	97%
Pulizia del sito	2,98	3,00	130	0	0,124	0%	98%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,90	3,00	130	0	0,301	0%	90%	0%	100%

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

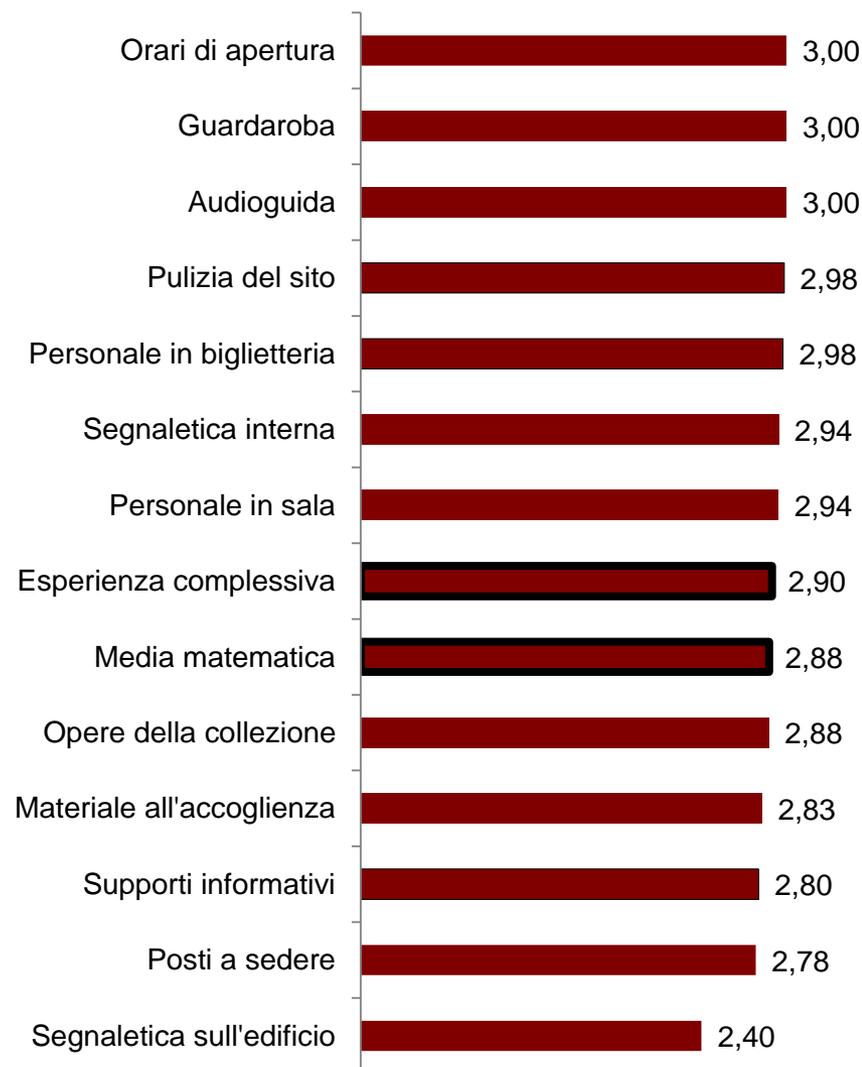
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,88).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: gli **orari di apertura**, il **guardaroba**, l'**audioguida** (il 2% sul totale degli intervistati rilascia un giudizio medio su tale servizio), la **pulizia del sito**, il **personale** (sia di **biglietteria** che **in sala**) e la **segnaletica interna**.

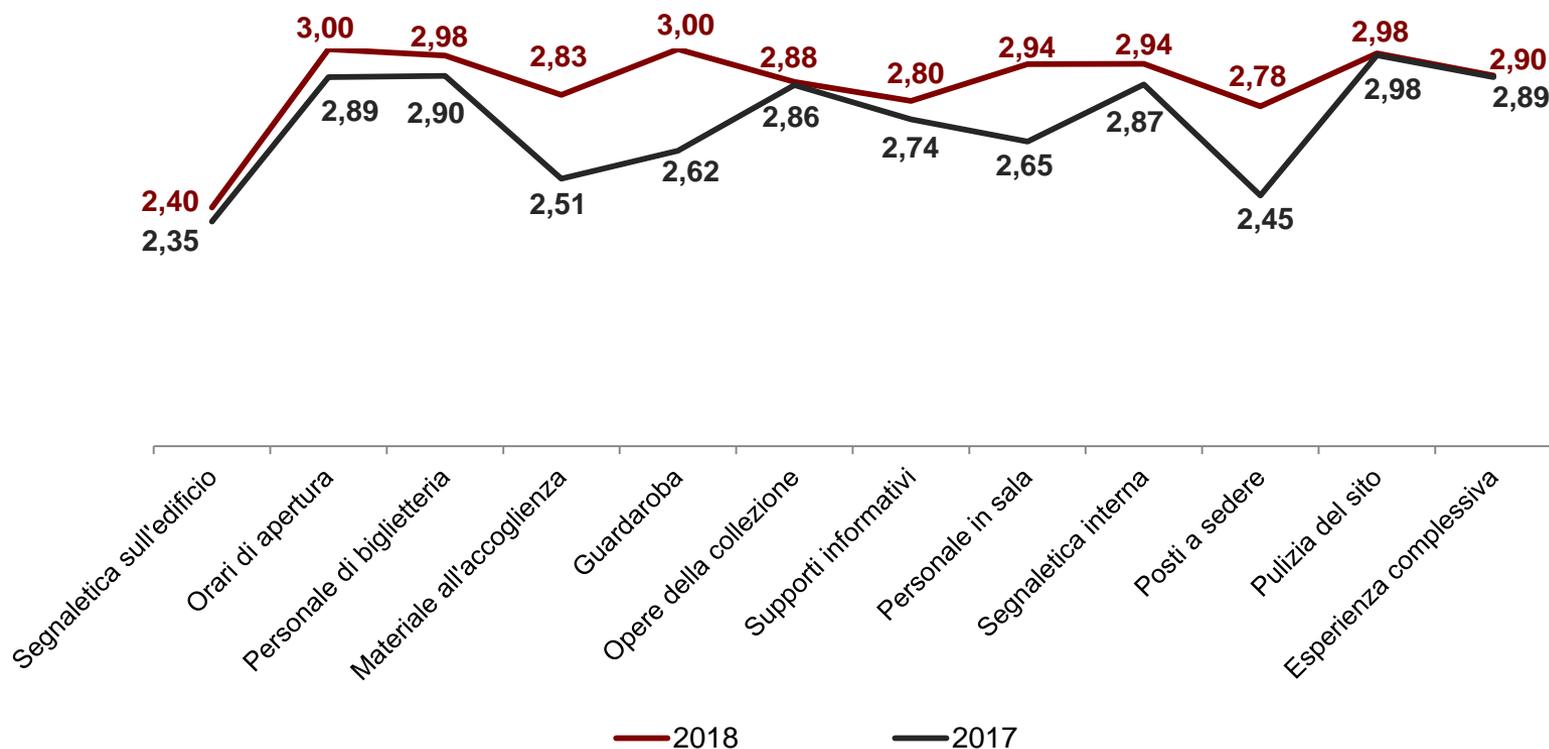
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, anche se si rileva uno scostamento maggiore su alcuni aspetti oggetto d'indagine.

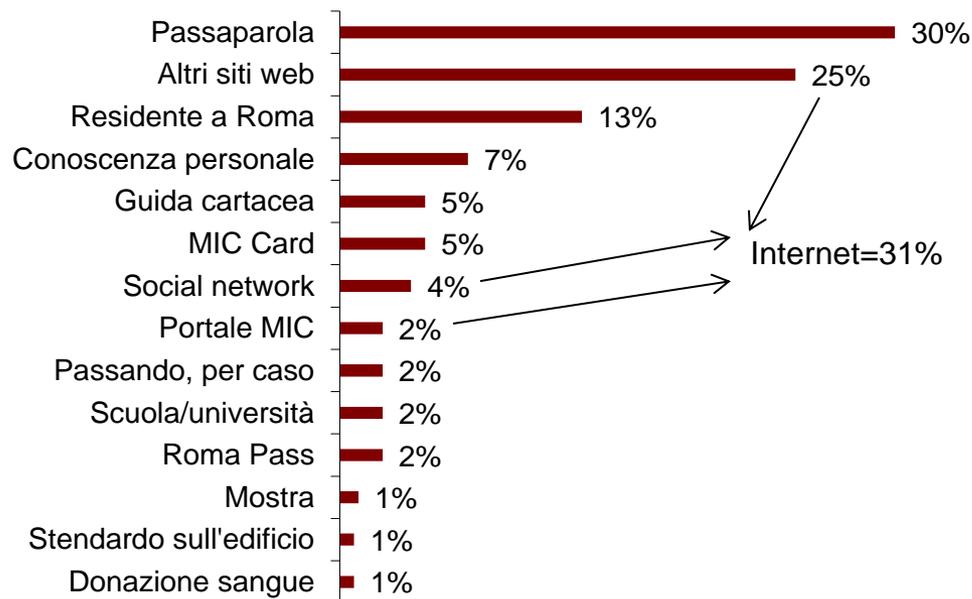
In aumento il livello medio di soddisfazione su tutte le variabili indagate, in particolare il materiale informativo disponibile all'accoglienza, il guardaroba, il personale in sala e i posti a sedere.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 31% del campione intervistato è venuto a conoscenza di questo museo tramite “internet” (in netto aumento dall’11% della precedente indagine), il 30% col “passaparola” (31% nel 2017) e il 13% risponde di conoscerlo in quanto “residente a Roma” (era 12% lo scorso anno).

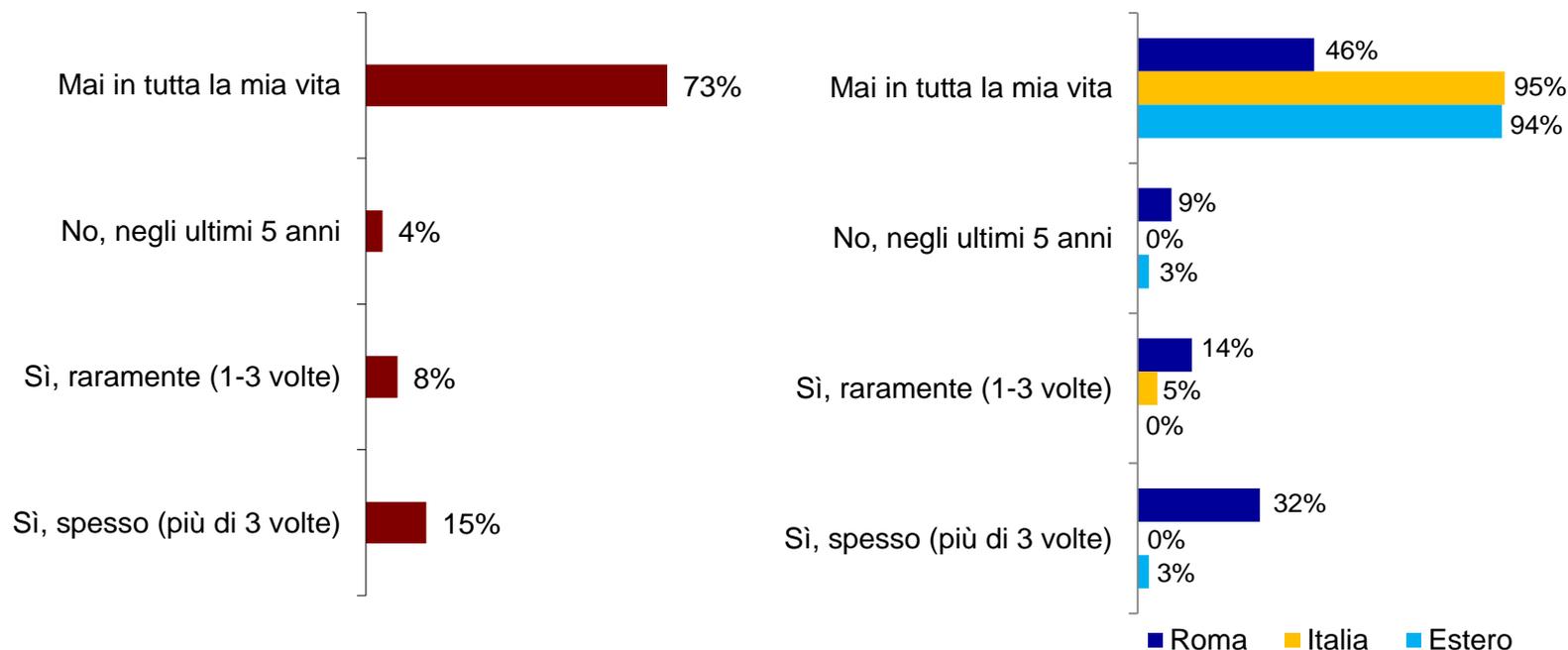
È significativo che il canale web prevalga tra i visitatori stranieri, di età 19-44 anni, che vengono per la prima volta, laureati, senza attese a priori e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece il passaparola è predominante in particolare per i turisti italiani, di età 45-64 anni, nuovi visitatori, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto o abbastanza soddisfatti. Infine i romani dichiarano di avere conosciuto tale museo soprattutto perché vivono in zona, hanno un’età adulta al di sopra dei 65 anni, alcuni sono già stati alla *Casina delle Civette*, hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, il loro giudizio è uguale alle aspettative e si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 73% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima alla *Casina delle Civette di Villa Torlonia*, il 23% vi è già stato (di cui il 15% “più di tre volte” e l’8% “da una a tre volte”), mentre il 4% 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, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), di età giovane fino ai 39 anni. Invece ad avere già frequentato il museo sono prevalentemente i visitatori romani, che hanno un’età adulta al di sopra dei 65 anni.

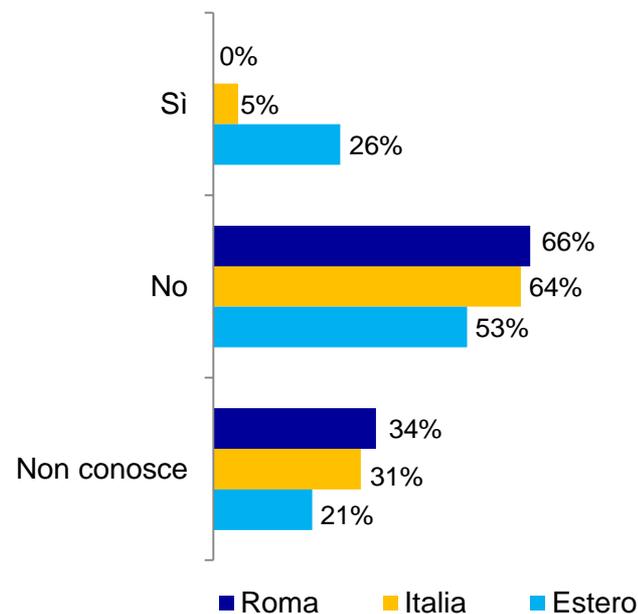
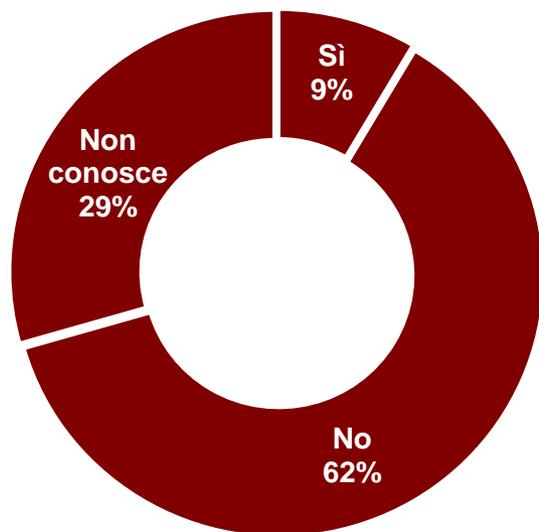


Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 9% dei visitatori intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 62% afferma di conoscerla ma di non averla utilizzata per entrare alla *Casina delle Civette* di Villa Torlonia; il restante 29% non la conosce affatto.

Risulta significativo che a conoscere la Roma Pass siano principalmente i turisti stranieri (anche se il 53% di essi non l'ha utilizzata per entrare in questo museo), appartenenti alle fasce d'età 26-34 anni e 40-44 anni, laureati, che vengono per la prima volta alla *Casina delle Civette* e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Invece a non conoscere la card Roma Pass sono in prevalenza i visitatori italiani, soprattutto romani, di età fino a 39 anni e al di sopra dei 65 anni, diplomati, alcuni già stati alla *Casina delle Civette* e nell'ultimo sono stati in meno di tre musei.

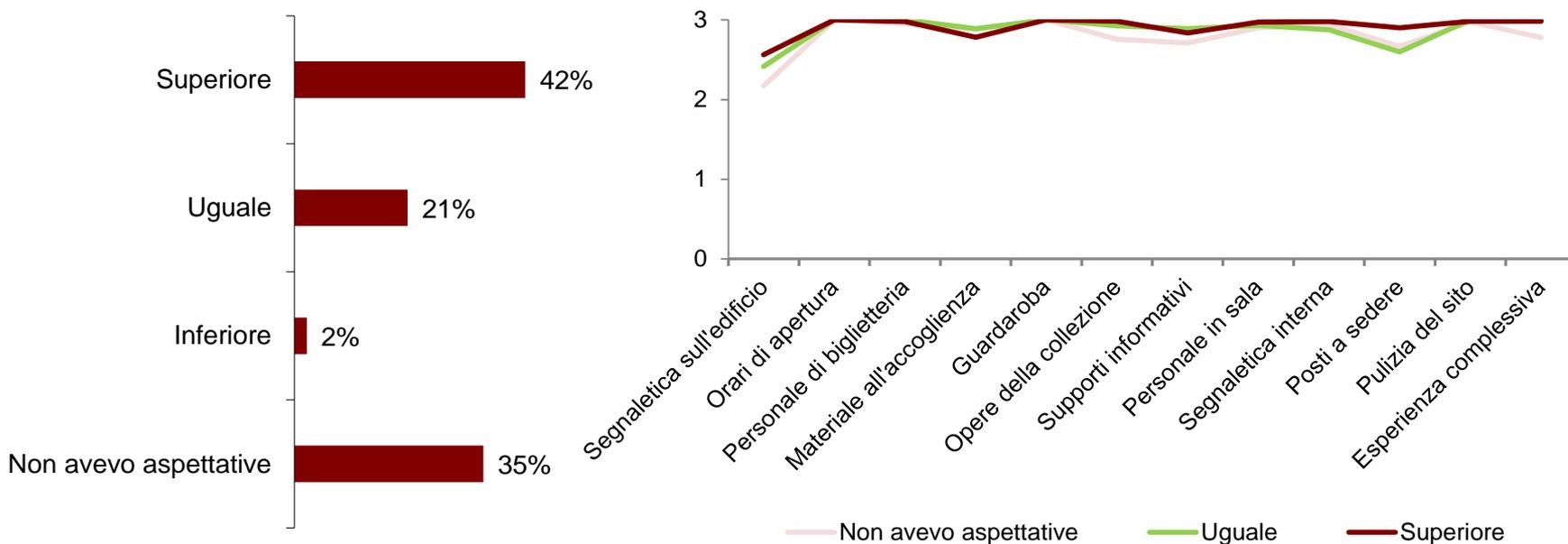


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 35% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 42% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese e per il 21% è uguale. Solo il 2% degli intervistati ha trovato il museo inferiore rispetto a quanto si aspettasse prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle aspettative sul museo siano soprattutto i visitatori italiani (inclusi i romani), che non conoscono la card Roma Pass, diplomati, alcuni già stati in questo museo, molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad essere privi di attese sono in particolare i turisti stranieri, alcuni dei quali utilizzano la Roma Pass per entrare nel museo, laureati, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti.

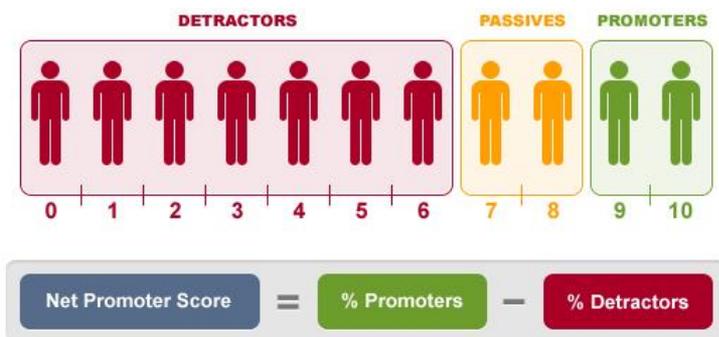
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sul materiale disponibile all'accoglienza e sui supporti informativi (*cf.* grafico sottostante) poiché tali aspetti sono maggiormente graditi da chi ha un giudizio uguale alle proprie attese.



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 la *Casina delle Civette* è pari a **67%**; il 29% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

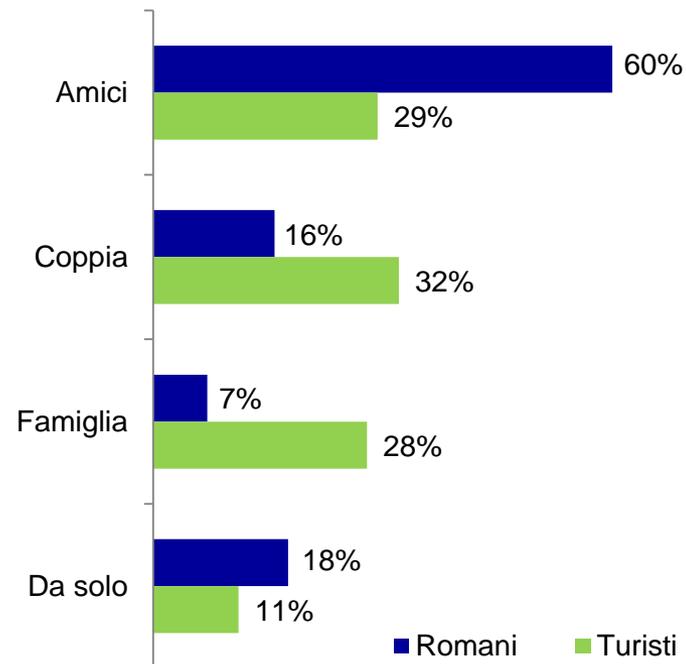
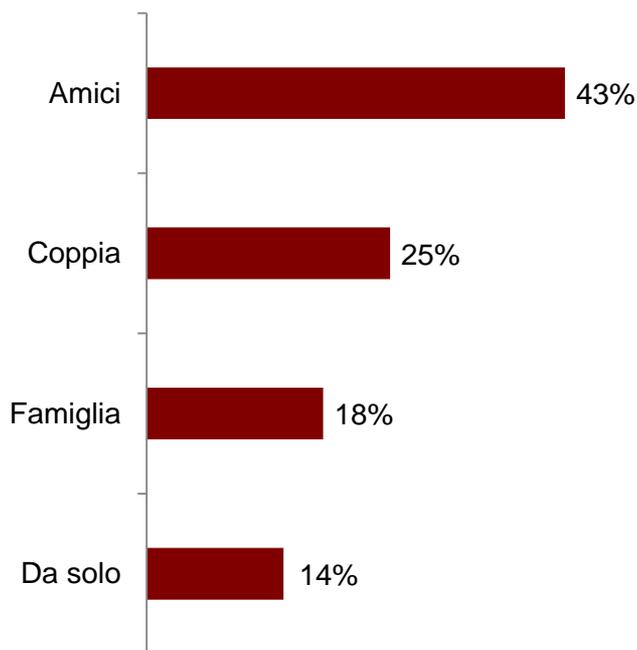


NET PROMOTER SCORE Casina delle Civette 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	3	6	31	42	48
0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	5%	24%	32%	37%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI = 29%		PROMOTORI = 69%	
69% - 2% = 67%										

Con chi ha visitato il museo

Il 43% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con “amici”, il 25% in “coppia”, il 18% con la propria “famiglia” e il restante 14% “da solo”.

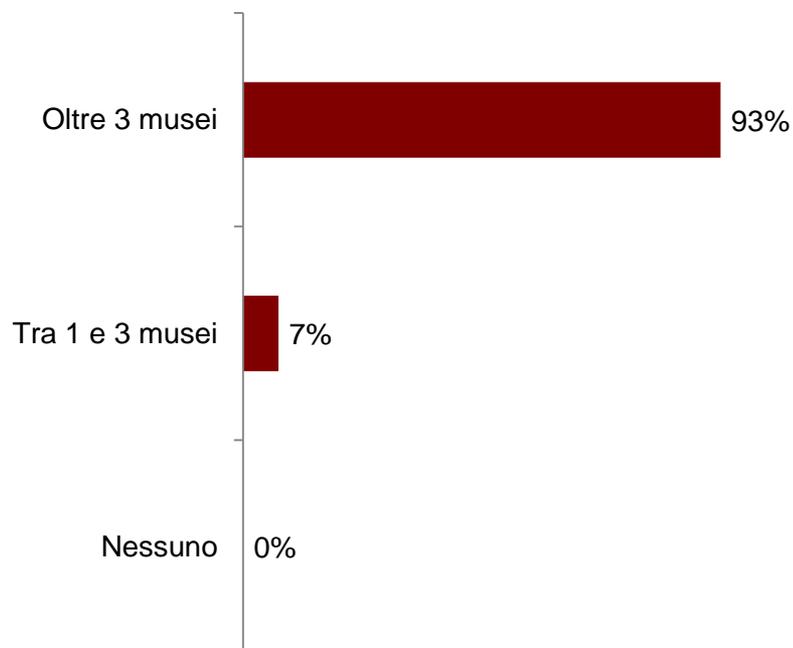
Risulta significativo che a venire con amici o da soli siano i romani (*cfr.* grafico in basso a destra), alcuni già stati alla *Casina delle Civette*, non conoscono la card Roma Pass e nell’ultimo anno si sono recati in più di tre musei, ma mentre chi risponde “amici” appartiene alle fasce d’età minori di 25 anni, 45-54 anni e oltre i 65 anni, a venire “da solo” è soprattutto chi ha un’età compresa tra i 26 e 39 anni. Invece a recarsi in coppia o famiglia sono in particolare i turisti, nuovi visitatori, alcuni hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare alla *Casina delle Civette*, nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei e hanno un’età adulta al di sopra dei 40 anni.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 93% degli intervistati dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 7% risponde “tra uno e tre musei”, mentre nessuno dei visitatori intervistati afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che tra chi ha visto più di tre musei nell'ultimo anno vi siano soprattutto i visitatori diplomati o laureati, in generale abbastanza soddisfatti. Invece tra coloro che hanno frequentato da uno a tre musei vi sono in prevalenza coloro che hanno conseguito un titolo di diploma inferiore o superiore, nel complesso molto soddisfatti.



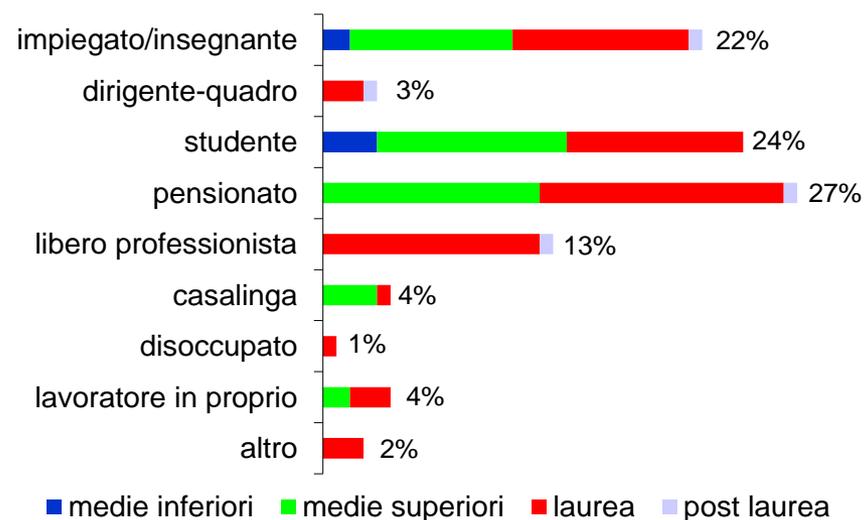
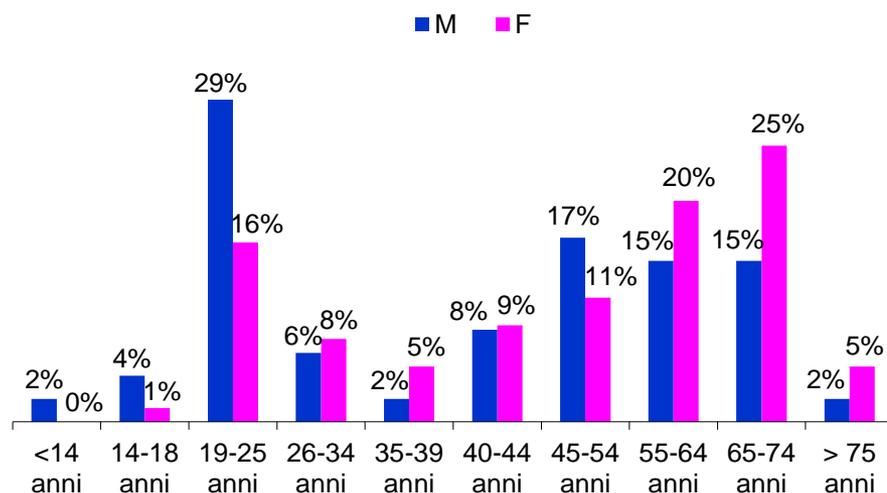
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere femminile (63%; nel 2017 le donne erano il 60% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età adulta al di sopra dei 65 anni. Invece gli uomini emergono nella fascia 19-25 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 53% sul totale degli intervistati (65% nell'indagine del 2017). Si evidenzia un notevole aumento della fascia di età giovane 19-25 anni, che passa da 7% a 21%.

Il 58% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (era 55% nell'indagine precedente).

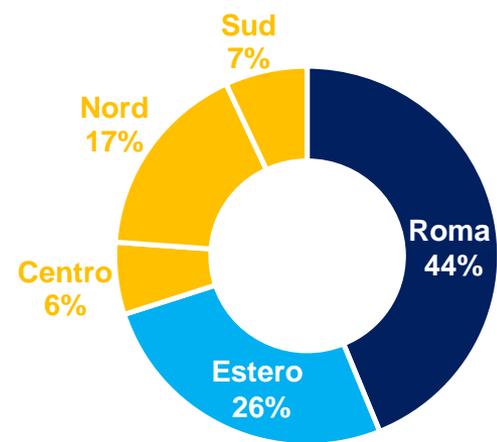
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i pensionati (27%; erano il 35% nel 2017), gli studenti (in netto aumento da 11% dello scorso anno a 24%) e gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (22%; in discesa dal 31% emerso nell'indagine precedente).



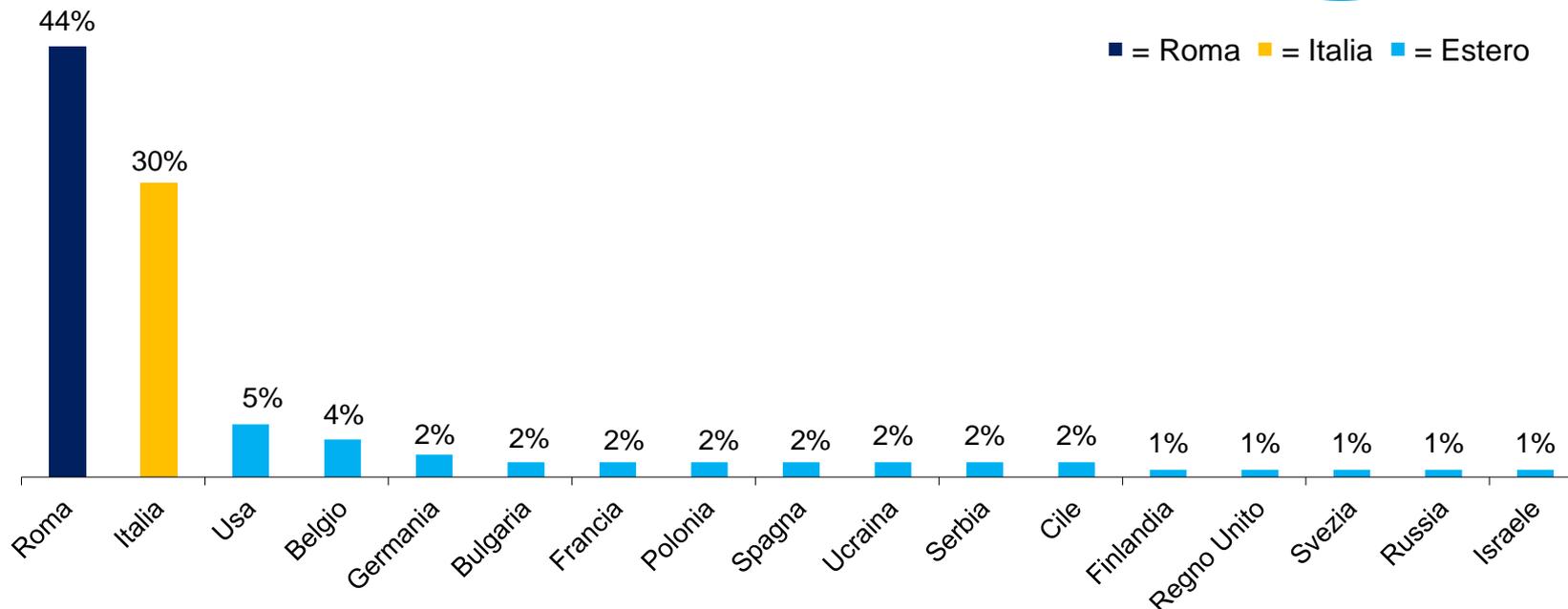
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 26% del campione intervistato è costituito da turisti stranieri (in netta discesa dal 52% nell'indagine precedente), il 44% è rappresentato dai romani (lo scorso anno erano il 33%), mentre il 30% giunge da altre province italiane (percentuale raddoppiata rispetto al 15% emerso nel 2017).

Tra le nazionalità estere prevalgono la statunitense e la belga (raggiungono rispettivamente 5% e 4% sul totale degli stranieri intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Casina delle Civette 2018***	Segnaletica sull'edificio	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,251**	,506**	,094	,092	,168	,080	,232	,247**	,253**
Personale in biglietteria	,251**	1,000	,306*	,264**	,406**	-,030	-,042	,413*	,813**	,460**
Materiale all'accoglienza	,506**	,306*	1,000	,145	,187	.	,438**	-,011	,414**	,082
Opere della collezione	,094	,264**	,145	1,000	,306**	-,088	-,086	,178	,333**	,733**
Supporti informativi	,092	,406**	,187	,306**	1,000	-,093	,006	,232	,347**	,385**
Personale in sala	,168	-,030	.	-,088	-,093	1,000	-,031	-,086	.	-,067
Segnaletica interna	,080	-,042	,438**	-,086	,006	-,031	1,000	,363*	-,033	-,077
Posti a sedere	,232	,413*	-,011	,178	,232	-,086	,363*	1,000	.	,641**
Pulizia del sito	,247**	,813**	,414**	,333**	,347**	.	-,033	.	1,000	,375**
Esperienza complessiva	,253**	,460**	,082	,733**	,385**	-,067	-,077	,641**	,375**	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 la *Casina delle Civette* le **opere della collezione** ed i **posti a sedere** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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

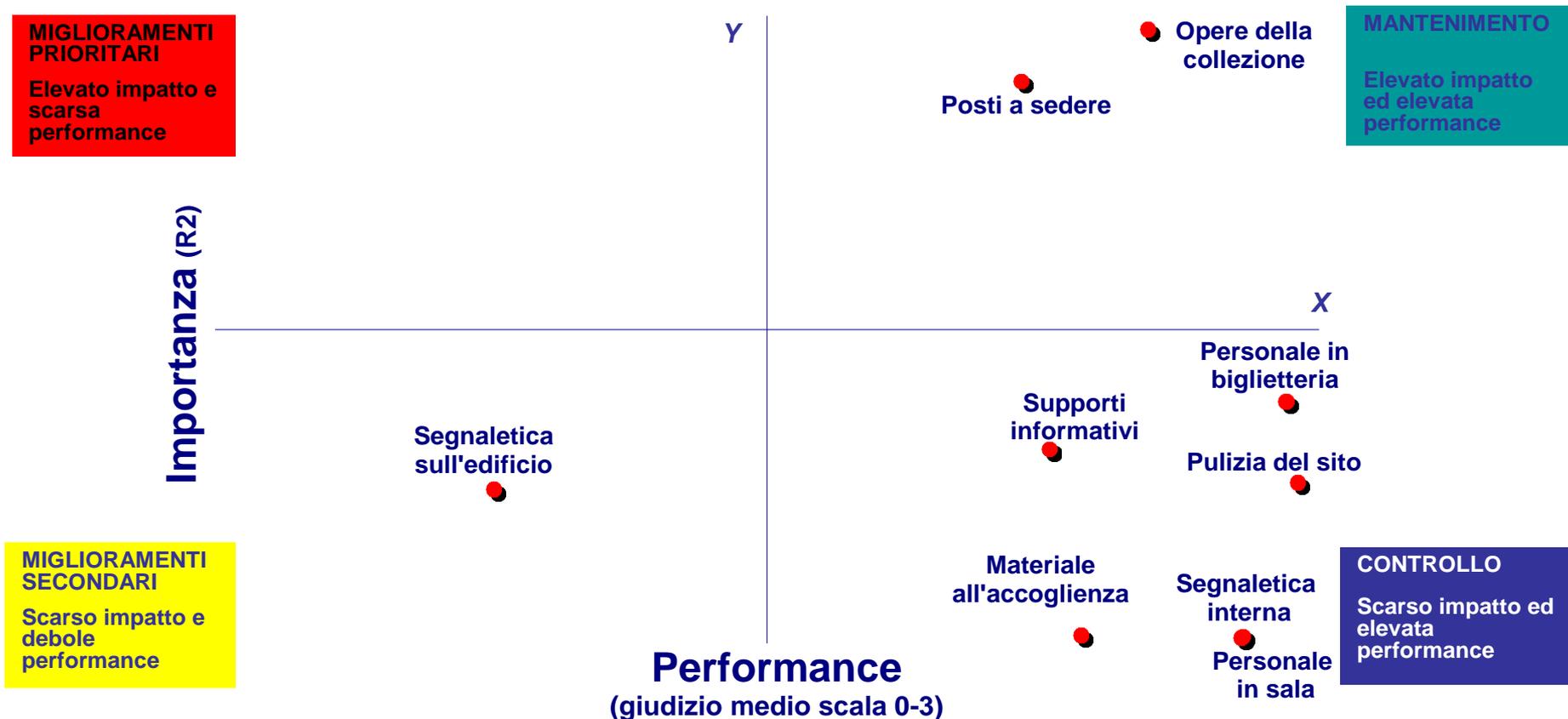
Da evidenziare che il coefficiente di correlazione degli orari di apertura, del guardaroba e dell'audioguida è nullo pertanto tali variabili non sono state inserite anche nella mappa delle priorità.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Casina delle Civette - 2018</i>	
Opere della collezione	0,733
Posti a sedere	0,641
Personale in biglietteria	0,460
Supporti informativi	0,385
Pulizia del sito	0,375
Segnaletica sull'edificio	0,253

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** ed i **posti a sedere** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e anche soddisfacenti, mentre non emergono 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

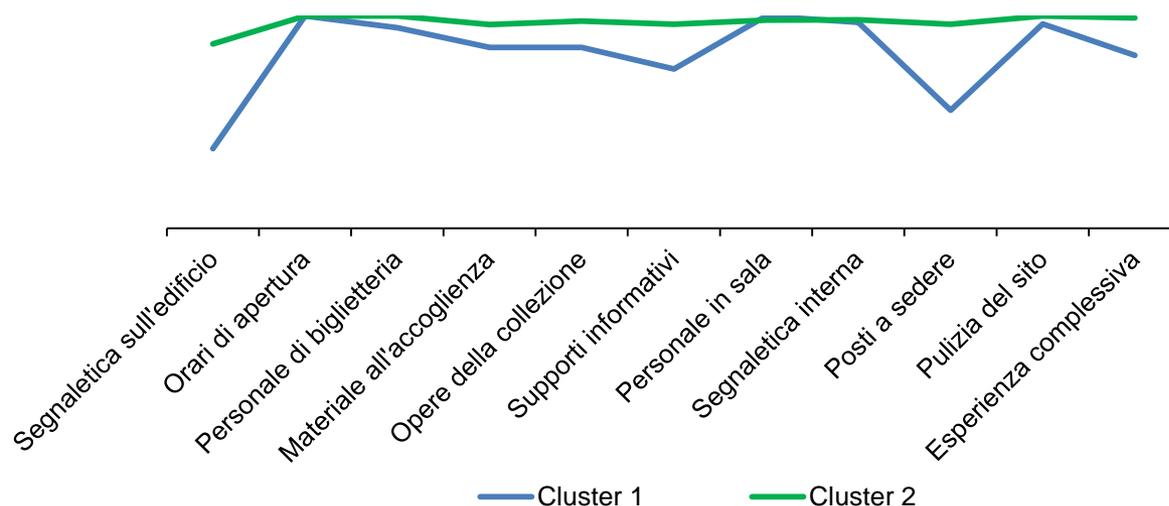
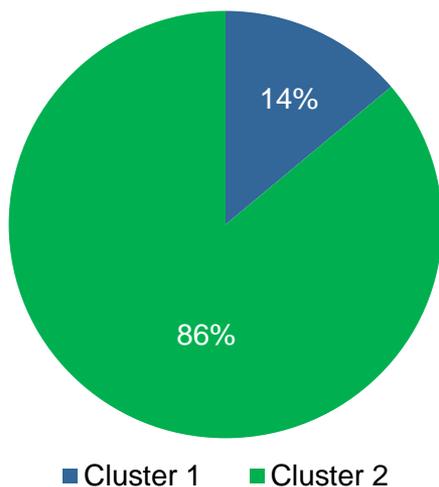
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (18 individui per il *Cluster 1* e 112 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** hanno un giudizio complessivo più alto sui vari aspetti indagati, mentre la 2° tipologia dei **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione.

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza donne, di età giovane 19-39 anni, laureati, stranieri, studenti, impiegati e liberi professionisti, nuovi visitatori, scoprono il museo tramite internet e passaparola, vengono in coppia o da soli, privi di aspettative, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

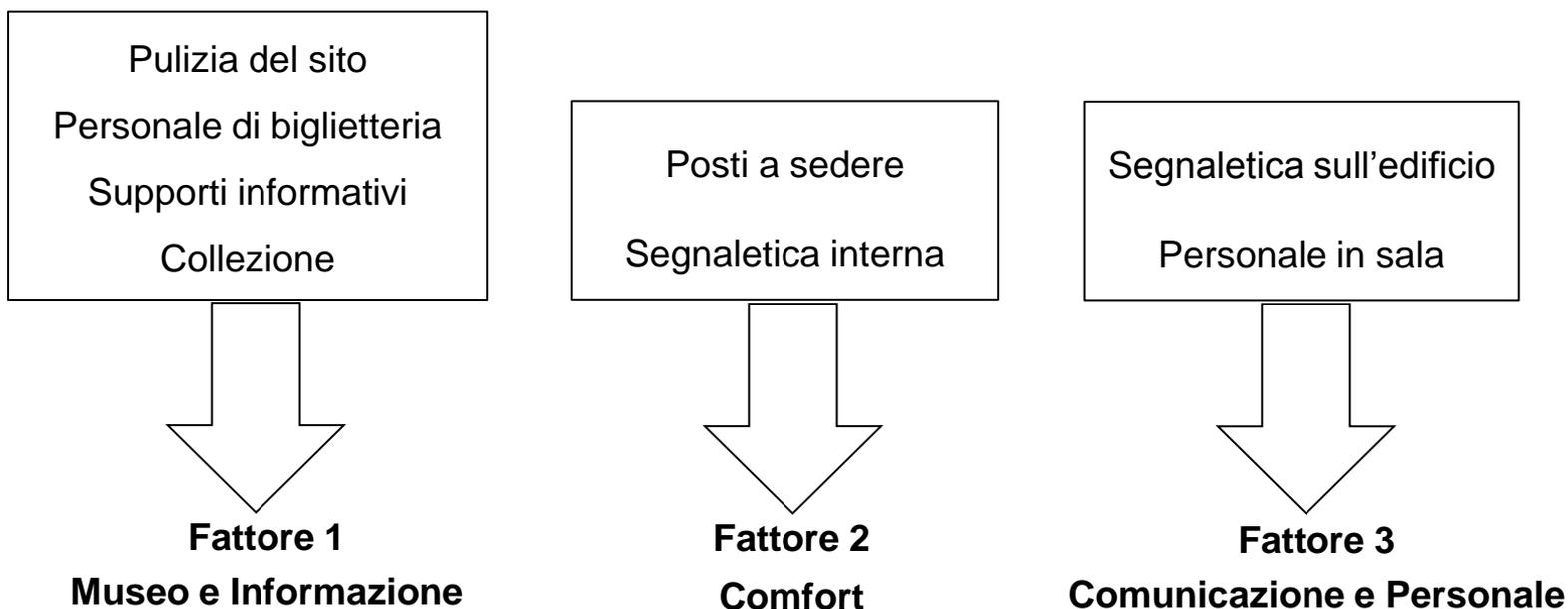
Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età adulta oltre i 40 anni, diplomati, italiani (inclusi i romani), lavoratori in proprio, casalinghe e pensionati, alcuni già stati al museo, scoprono il museo per conoscenza personale pregressa, vengono con amici e in famiglia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

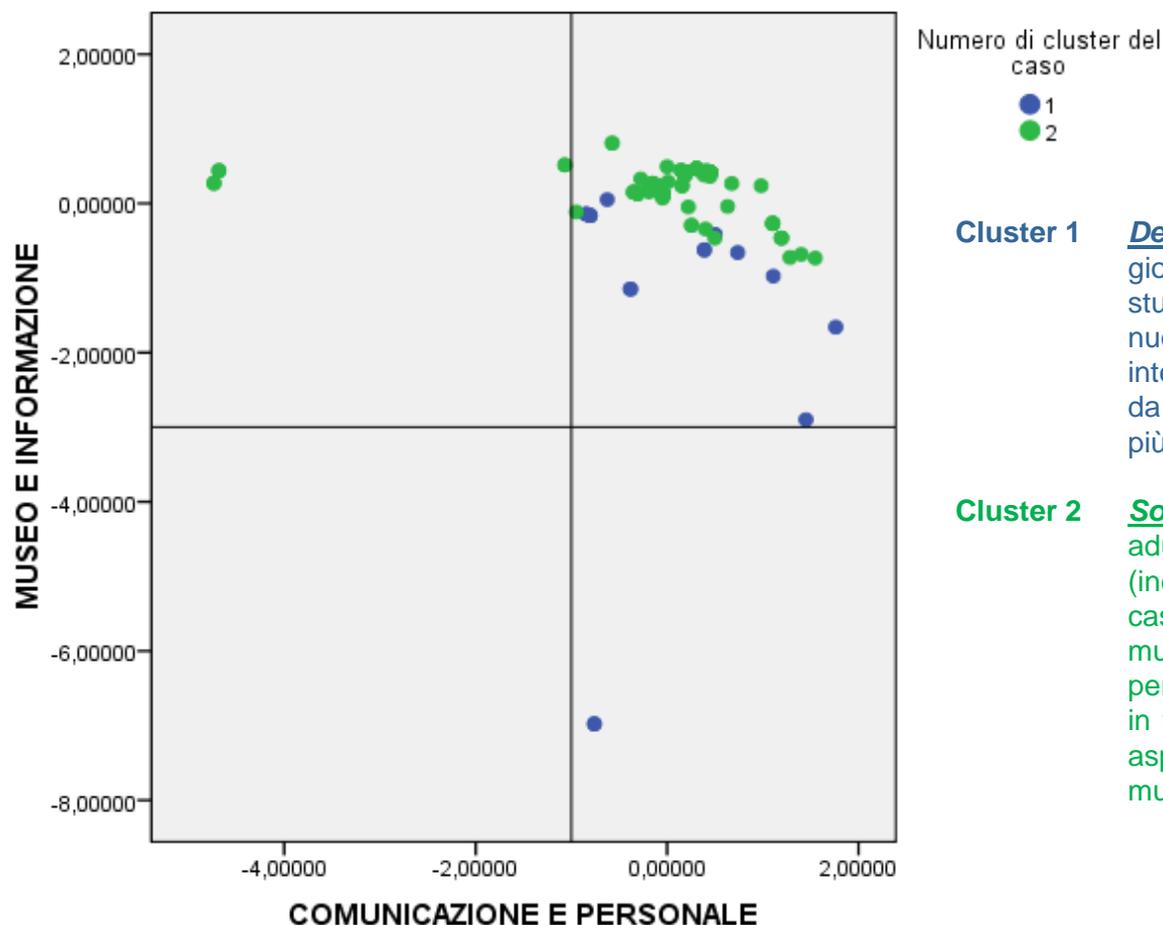
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (gli orari di apertura, il materiale informativo disponibile all'accoglienza, il guardaroba e l'audioguida sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

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 si rileva una maggiore dispersività per il Cluster 1 dei “Soddisfatti”, in particolare sul Fattore 1 (*Museo e Informazione*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 60**

ELOGI museo bellissimo (8), pulito, personale cortese e preparato, buona la traduzione in inglese dei supporti informativi, piace iniziativa MIC Card. **Totale 12**

ESTERNO curare maggiormente il parco e le aree circostanti. **Totale 21**

SEGNALETICA ESTERNA nella Villa per indicare l'ingresso della *Casina delle Civette* (17), altro (2). **Totale 19**

SUPPORTI INFORMATIVI informazioni per tutte le opere/sale, anche sul contesto storico (7), traduzione in altre lingue (4), da rinnovare la grafica (4), altro (2). **Totale 15**

PUBBLICITÀ promuovere maggiormente il museo, maggiore visibilità. **Totale 11**

BIGLIETTO dovrebbe includere l'audioguida (2), l'integrazione della mostra non dovrebbe essere obbligatoria (2). **Totale 4**

ALTRO. **Totale 24**

**TOTALE 96 SUGGERIMENTI
CASINA DELLE CIVETTE di VILLA TORLONIA**

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? In the last five years, have you already visited this museum?</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> <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? Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</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? How did you find out this museum the first time?</p> <p><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>.....</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 biglietteria/ <i>Ticket office 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. Audioguida/ <i>Audioguide</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. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>19. Rispetto alle aspettative il museo è/ With respect to your expectations, the museum is:</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> <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

20. 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"/>											

21. 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.....*

22. 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*

23. 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)* _____