



---

Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini – Centrale Montemartini

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 07/12/2018*

**Zè**tema  
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 146 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 25 settembre al 25 novembre 2018 presso Musei Capitolini – Centrale Montemartini (gli intervistati rappresentano il 4% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine era presente la seguente mostra temporanea: "*Egizi Etruschi. Da Eugene Berman allo Scarabeo dorato*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 90%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,88\%$ .

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 **2,70** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale di biglietteria (2,85), le opere della collezione (2,83), gli orari di apertura (2,75) e il personale in sala (2,72).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei posti a sedere (2,15) e del guardaroba (1,98).

Il personale (sia di biglietteria che in sala) è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato all'esperienza complessiva, insieme alla segnaletica interna, che invece con i posti a sedere, risultano tra i miglioramenti prioritari nella mappa (*cf.* pp. 17-19). Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati emergono quelli relativi all'illuminazione (n. 10 suggerimenti) ed ai servizi igienici (n. 8 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 54% da visitatori romani, impiegati/ insegnanti (29%), liberi professionisti (16%) e studenti (18%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (42%), di età giovane 19-39 anni (45% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei *Musei Capitolini – Centrale Montemartini* attraverso il passaparola (26% sul totale degli intervistati), poi segue internet (23%, di cui il 14% si riferisce al portale MiC).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso il passaparola siano in particolare i turisti, di età 45-64 anni, alcuni dei quali hanno già visitato il museo, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il canale web è predominante soprattutto per i romani, di età 35-39 anni, nuovi visitatori, che dichiarano di avere un giudizio superiore alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e hanno visto più di tre musei in quest'ultimo anno.

## Tabella riassuntiva

Musei Capitolini – Centrale Montemartini 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,31	3,00	117	29	1	20%	61%	11%	81%
Orari di apertura	2,75	3,00	138	8	0	5%	76%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,85	3,00	143	3	0	2%	85%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,52	3,00	121	25	1	17%	59%	0%	93%
Guardaroba	1,98	2,00	87	59	1	40%	38%	8%	68%
Opere della collezione	2,83	3,00	145	1	0	1%	83%	0%	100%
Supporti informativi	2,26	2,00	129	17	1	12%	47%	2%	81%
Supporti digitali	2,30	2,00	73	73	1	50%	47%	0%	84%
Personale in sala	2,72	3,00	142	4	0	3%	74%	0%	98%
Segnaletica interna	2,43	3,00	134	12	1	8%	55%	1%	89%
Posti a sedere	2,15	2,00	111	35	1	24%	37%	0%	78%
Pulizia del sito	2,54	3,00	142	4	1	3%	61%	1%	94%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,70</b>	<b>3,00</b>	<b>142</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>3%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

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

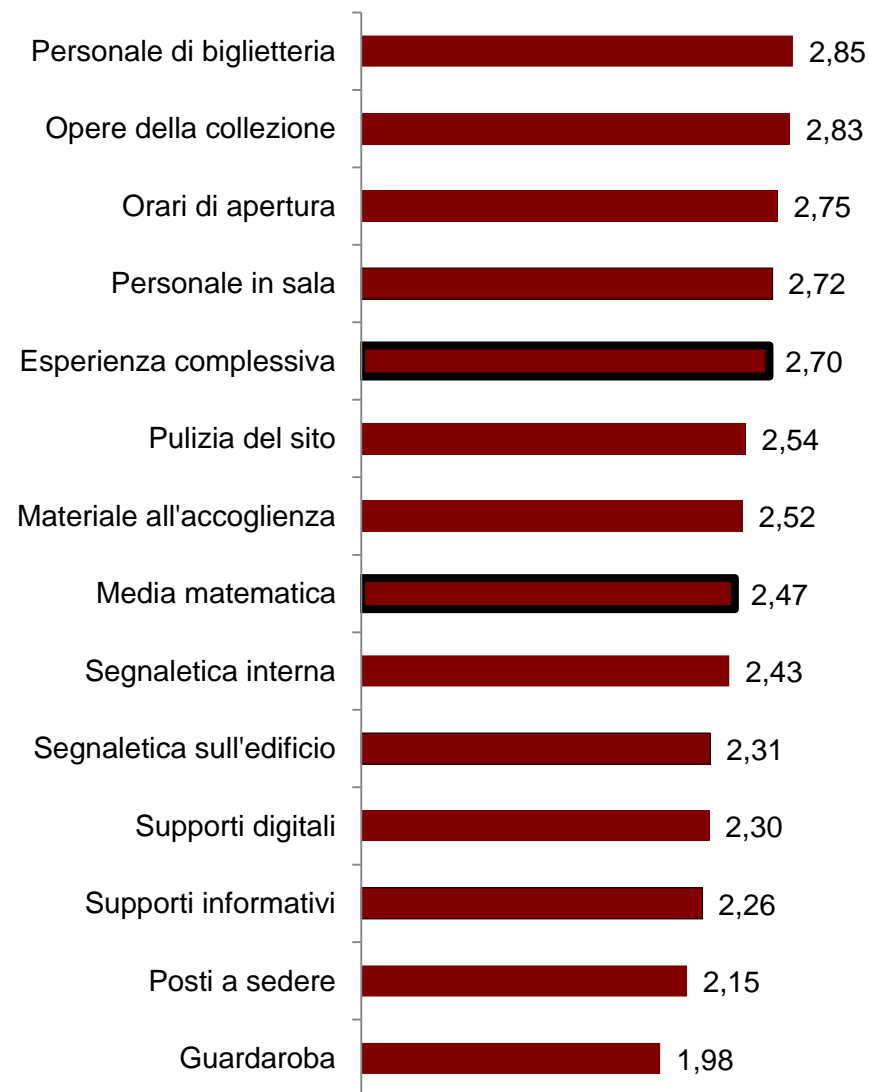
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,47).

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

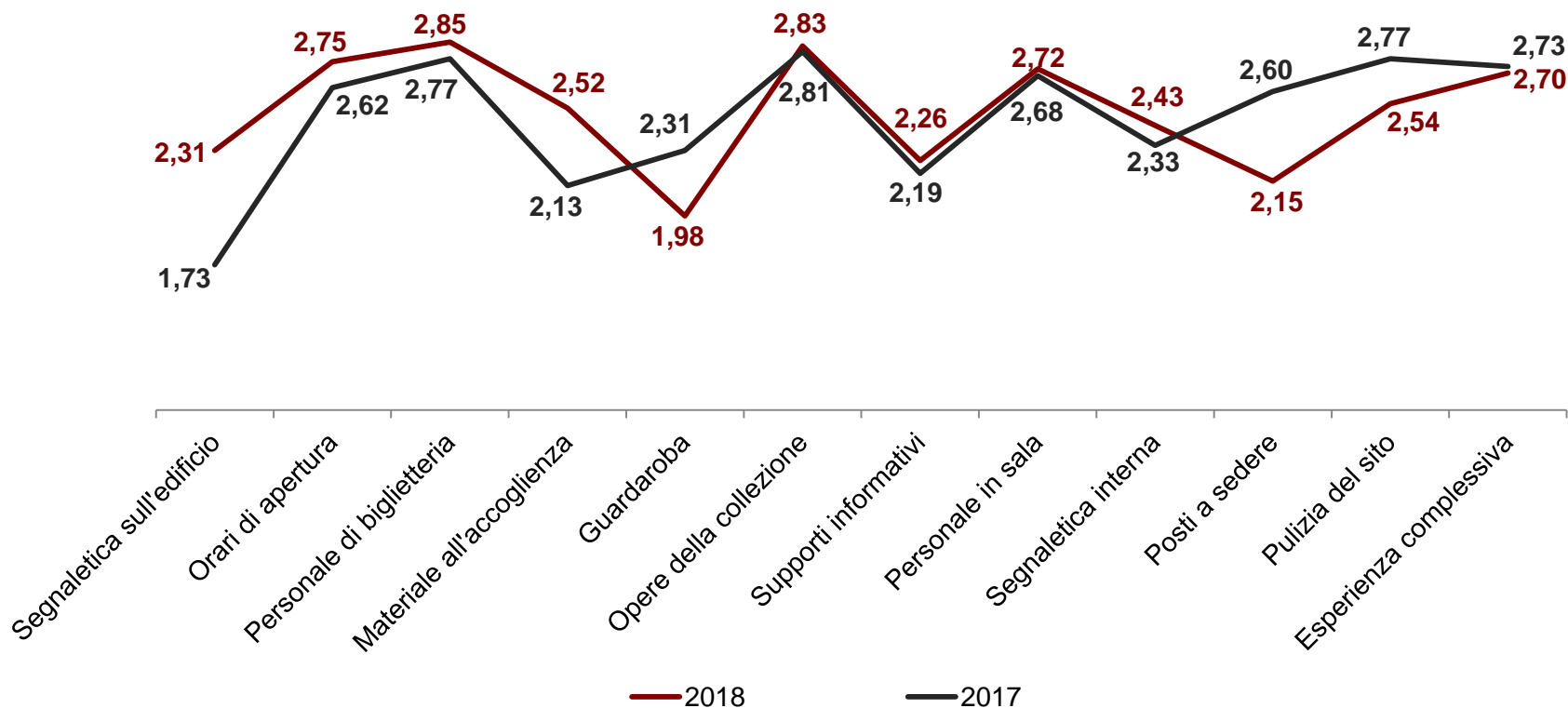
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione dei posti a sedere (media di 2,15) e del guardaroba (media 1,98).



## Analisi del trend 2017-2018

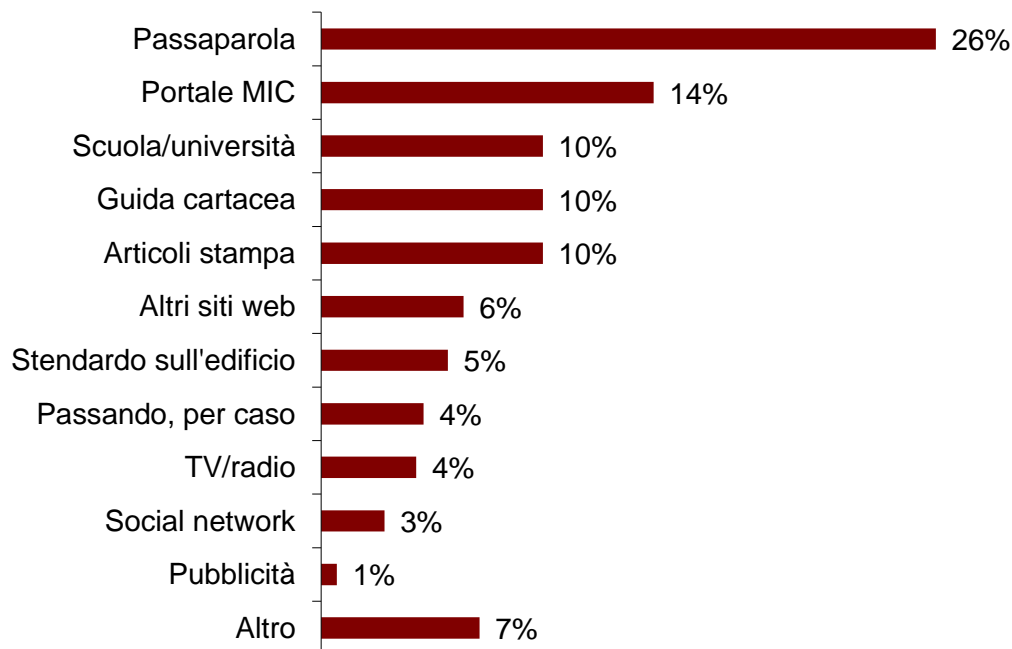
Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, ma con qualche discrepanza.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione in particolare sui seguenti aspetti: segnaletica sull’edificio, orari di apertura, personale di biglietteria, materiale informativo disponibile all’accoglienza e segnaletica interna. Invece si rileva una flessione evidente soprattutto sul guardaroba e sui posti a sedere, che scendono al di sotto dello standard di 2,20. Come si denota dal grafico sottostante, lo scostamento è minimo sulle restanti variabili indagate.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 26% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo attraverso il “passaparola” (era 27% nel 2017), il 23% tramite “internet” (in aumento dal 19% dello scorso anno), poi seguono “scuola/università” e “guida cartacea” (10% per entrambi, in discesa dal 23% e 21% dell’indagine precedente). La percentuale relativa alla stampa passa da 1% a 10%. È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso il passaparola siano in particolare i turisti italiani, di età 45-64 anni, alcuni dei quali hanno già visitato il museo, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, abbastanza soddisfatti dell’esperienza complessiva e nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il canale web è predominante soprattutto per i romani, di età 35-39 anni, nuovi visitatori, che dichiarano di avere un giudizio superiore alle proprie attese, in generale molto soddisfatti e hanno visto più di tre musei.

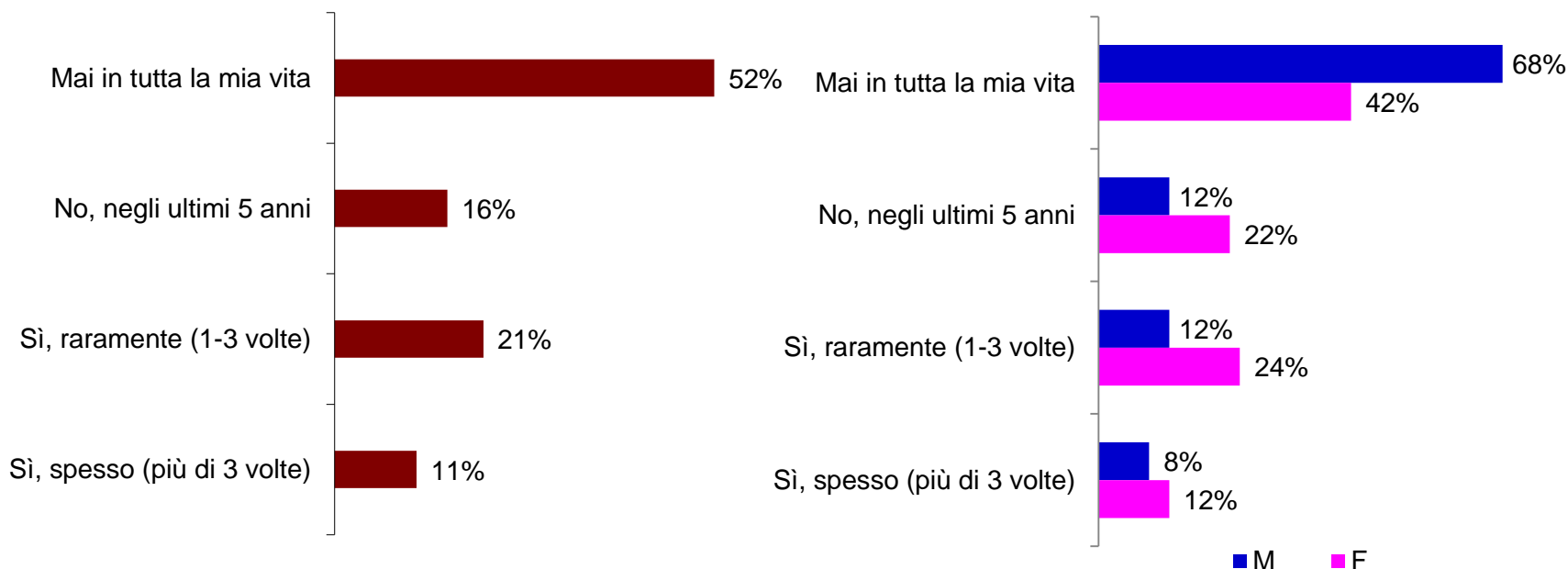




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Poco più della metà degli intervistati (52% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima al museo visitato, il 32% già vi è stato (di cui il 21% “da una a tre volte” e l’11% “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 gli uomini (cfr. grafico sottostante a destra), che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere già frequentato il museo sono prevalentemente le donne, il cui giudizio generale è molto soddisfacente.

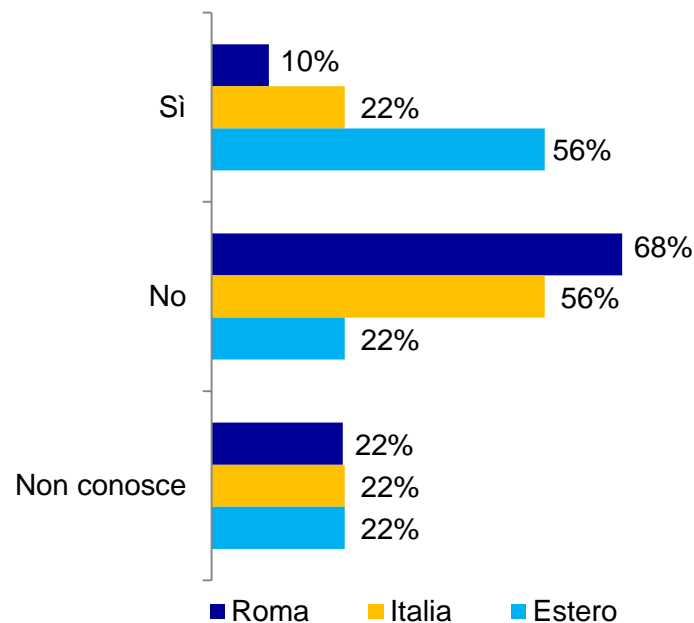
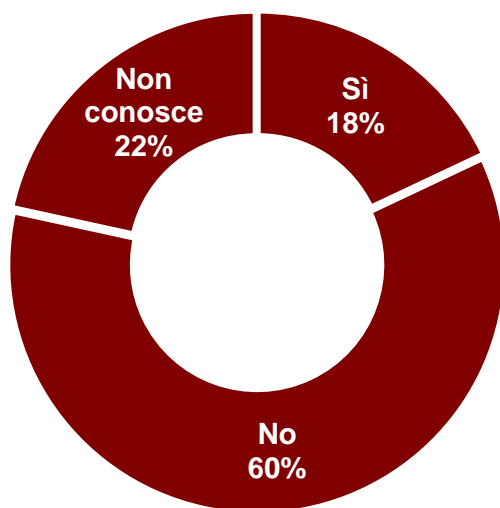


## Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 18% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 60% afferma di conoscerla, ma di non averla utilizzata per entrare al museo, mentre il 22% non la conosce affatto.

Risulta significativo che ad utilizzare la Roma Pass siano in particolare i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), con un giudizio complessivo molto soddisfacente. Invece a conoscere la card, ma a non averla utilizzata, sono i visitatori italiani (in prevalenza romani), anch'essi molto soddisfatti dell'esperienza generale.

Infine coloro che dichiarano di non conoscere la card Roma Pass sono equamente ripartiti tra romani, turisti italiani e stranieri, che nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.

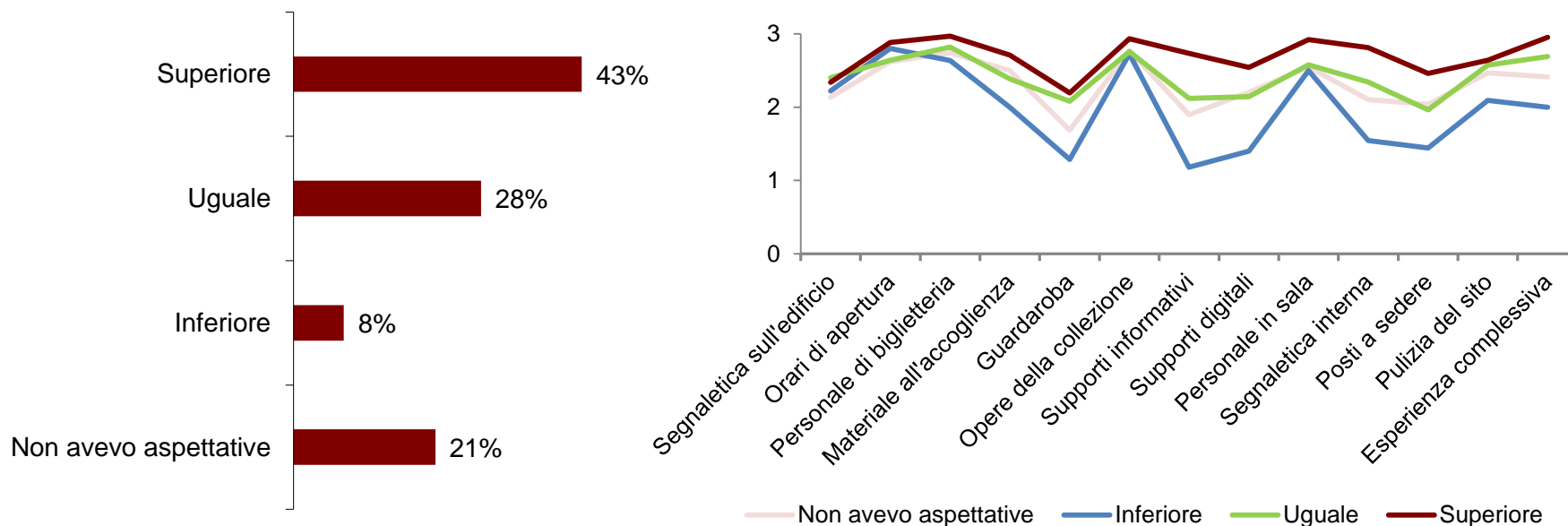


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 21% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 43% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 28% è uguale e per il restante 8% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i nuovi visitatori, che conoscono la card Roma Pass, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato altri musei in quest'ultimo anno. Invece chi ha un giudizio uguale alle attese o ne è privo non conosce la Roma Pass, in generale è abbastanza soddisfatto e non ha frequentato altri musei nell'ultimo anno, ma mentre i primi sono già stati alla *Centrale Montemartini*, chi non ha aspettative visita tale museo per la prima volta.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante).



## Consiglierebbe questo museo ad un amico

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

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà la *Centrale Montemartini* è pari a **55%**. Da evidenziare che all'interno del campione intervistato il 35% rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

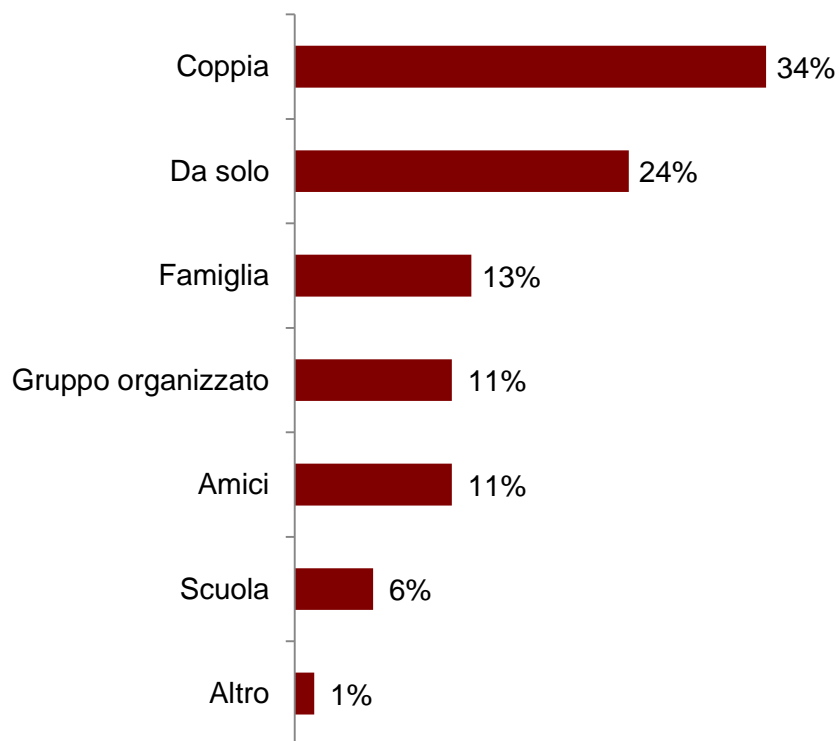


NET PROMOTER SCORE										
Musei Capitolini – Centrale Montemartini 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	7	15	34	30	56
0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	11%	24%	21%	39%
<b>DETRATTORI = 5%</b>							<b>PASSIVI = 35%</b>		<b>PROMOTORI = 60%</b>	
<b>60% - 5% = 55%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “in coppia”, il 24% “da solo”, il 13% con la propria “famiglia”, l’11% ha risposto sia con “gruppo organizzato” che in compagnia di “amici”, il 6% con la “scuola” e il restante 1% ha risposto “altro”.

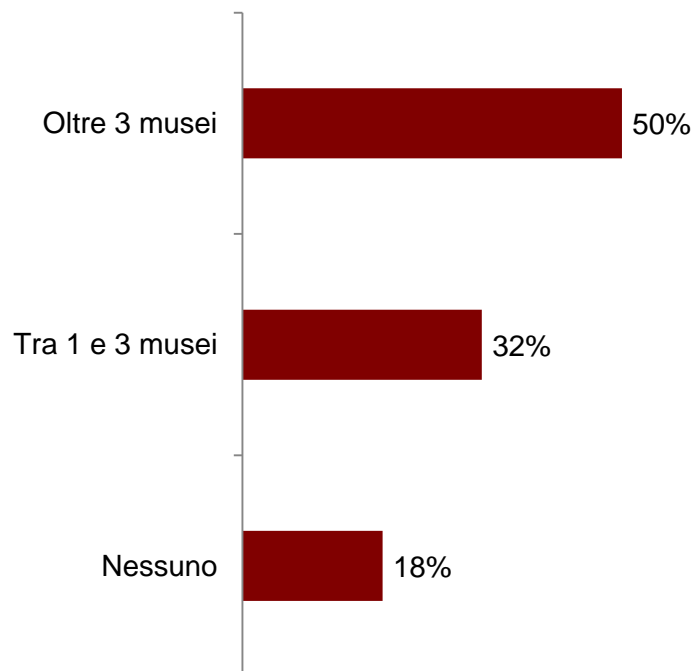
Risulta significativo che a venire in coppia o da soli siano soprattutto coloro che hanno già visitato il museo e nell’ultimo anno si sono recati in vari musei. Invece a visitare la *Centrale Montemartini* con la famiglia, gruppo organizzato o amici sono in particolare coloro che non vi sono mai stati e hanno visto meno di tre musei in quest’ultimo anno.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 50% dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 32% “tra uno e tre musei”, mentre il 18% degli intervistati risponde di non avere visto musei nell'ultimo anno.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno già visitato il museo ed in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece coloro che affermano di essere stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno sono in prevalenza i nuovi visitatori, nel complesso abbastanza soddisfatti della loro esperienza in questo museo.



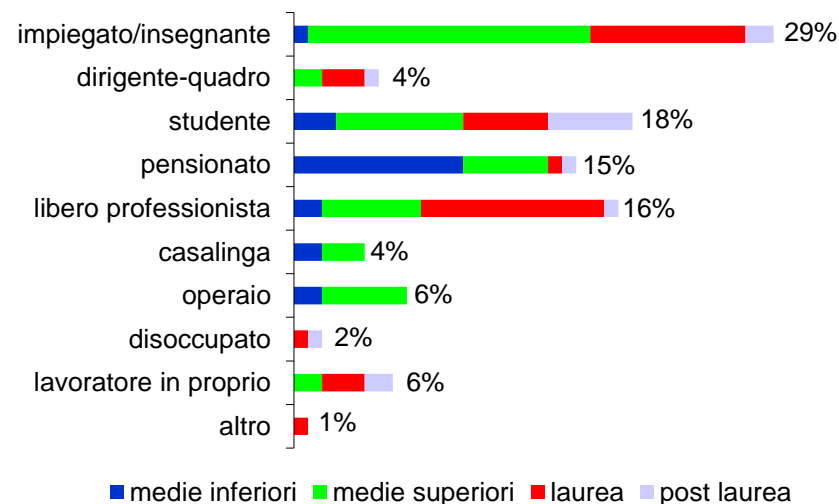
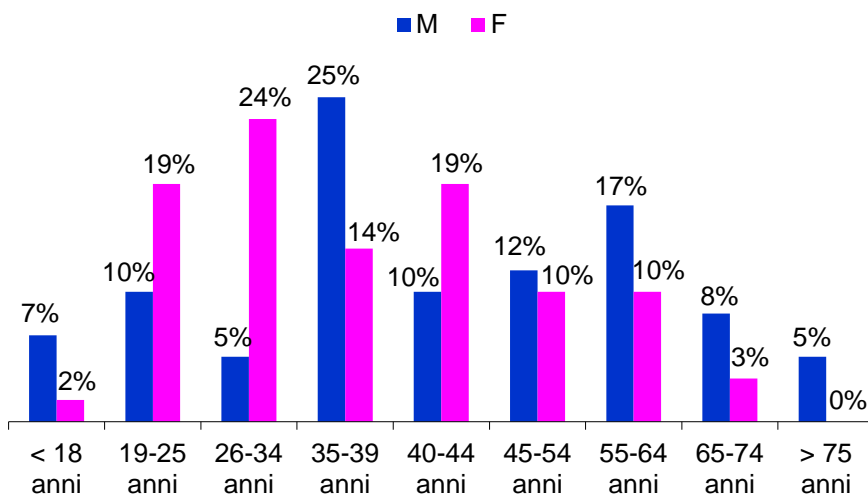
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il genere maschile (51%; stessa percentuale del 2017), soprattutto nelle fasce d'età inferiore ai 18 anni, 35-39 anni e oltre i 45 anni. Invece le donne emergono nelle fasce dei 19-34 anni e 40-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età giovane 19-39 anni, che raggiungono complessivamente il 45% sul totale degli intervistati (in netto aumento dal 31% nel 2017).

Il 42% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (stessa percentuale emersa nell'indagine precedente).

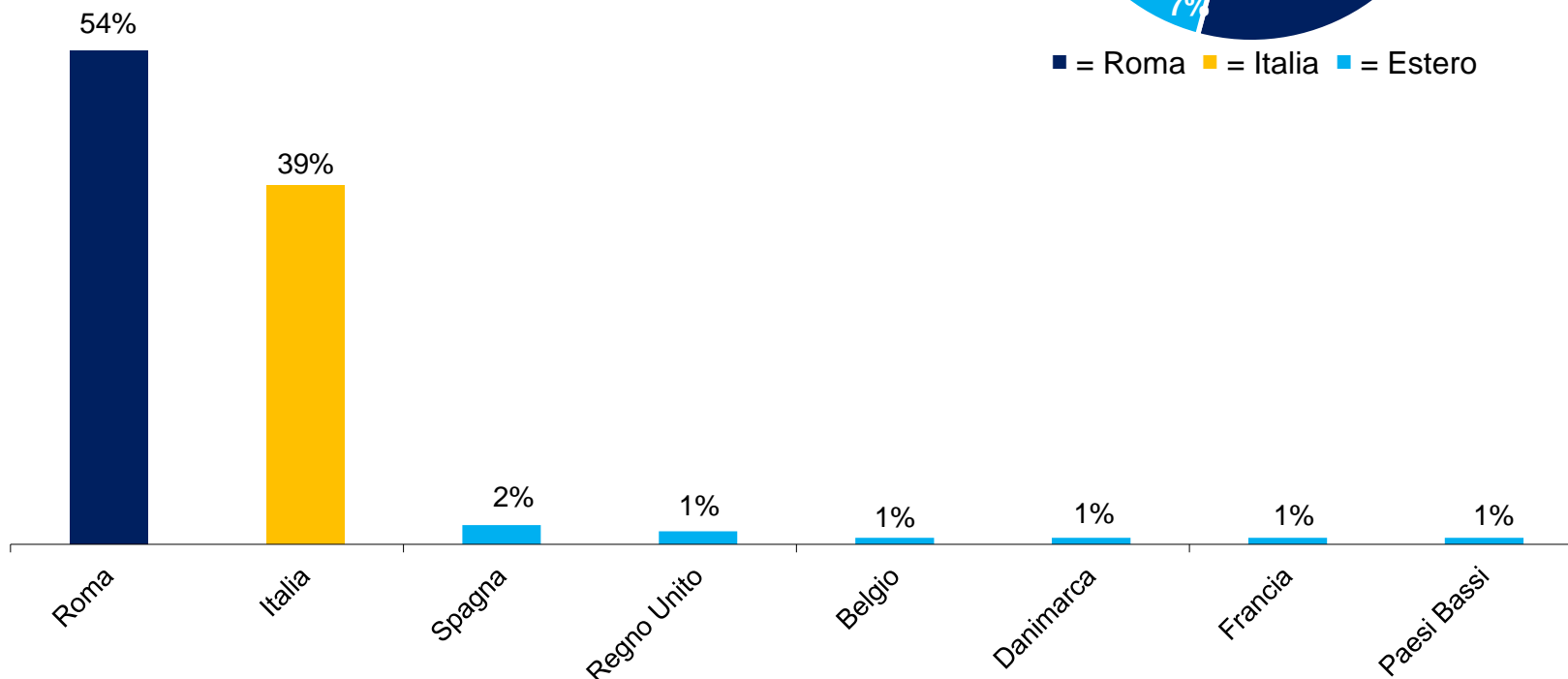
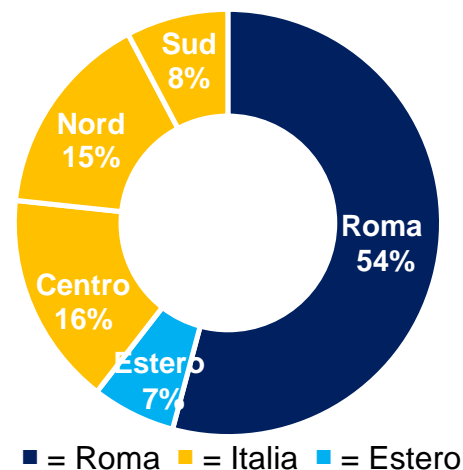
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti (29%; lo scorso anno erano il 30%), poi seguono gli studenti col 18% (nel 2017 erano il 16%), i liberi professionisti, che raggiungono il 16% (in aumento rispetto 13% dello scorso anno) ed i pensionati (15%; in lieve aumento rispetto al 14% dell'indagine precedente).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 54% del campione intervistato è costituito da visitatori romani (lo scorso anno erano il 52%), il 39% giunge da altre province italiane (in aumento dal 31% emerso nell'indagine precedente), mentre i turisti stranieri raggiungono il 7% (in discesa dal 17% nel 2017).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.





## Correlazione 1/2

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

<b>Musei Capitolini – Centrale Montemartini 2018***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	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	,575**	,292**	,248*	,364**	,237*	,104	,288*	,183	,185*	,241*	,382**	,117
Orari di apertura	,575**	1,000	,507**	,425**	,320**	,399**	,239**	,413**	,348**	,209*	,270**	,421**	,262**
Personale di biglietteria	,292**	,507**	1,000	,410**	,049	,732**	,222*	,318**	,500**	,249**	,179	,352**	,543**
Materiale all'accoglienza	,248*	,425**	,410**	1,000	,426**	,313**	,443**	,496**	,433**	,334**	,513**	,535**	,350**
Guardaroba	,364**	,320**	,049	,426**	1,000	-,020	,309**	,422**	,181	,391**	,487**	,682**	,323**
Opere della collezione	,237*	,399**	,732**	,313**	-,020	1,000	,234**	,178	,600**	,216*	,097	,361**	,375**
Supporti informativi	,104	,239**	,222*	,443**	,309**	,234**	1,000	,651**	,340**	,735**	,570**	,298**	,427**
Supporti digitali	,288*	,413**	,318**	,496**	,422**	,178	,651**	1,000	,404**	,501**	,520**	,412**	,499**
Personale in sala	,183	,348**	,500**	,433**	,181	,600**	,340**	,404**	1,000	,397**	,318**	,453**	,507**
Segnaletica interna	,185*	,209*	,249**	,334**	,391**	,216*	,735**	,501**	,397**	1,000	,645**	,473**	,501**
Posti a sedere	,241*	,270**	,179	,513**	,487**	,097	,570**	,520**	,318**	,645**	1,000	,503**	,441**
Pulizia del sito	,382**	,421**	,352**	,535**	,682**	,361**	,298**	,412**	,453**	,473**	,503**	1,000	,422**
Esperienza complessiva	,117	,262**	,543**	,350**	,323**	,375**	,427**	,499**	,507**	,501**	,441**	,422**	1,000

\*\*\* L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

## Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

Per i *Musei Capitolini – Centrale Montemartini* il **personale** (sia di **biglietteria** che **in sala**) e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

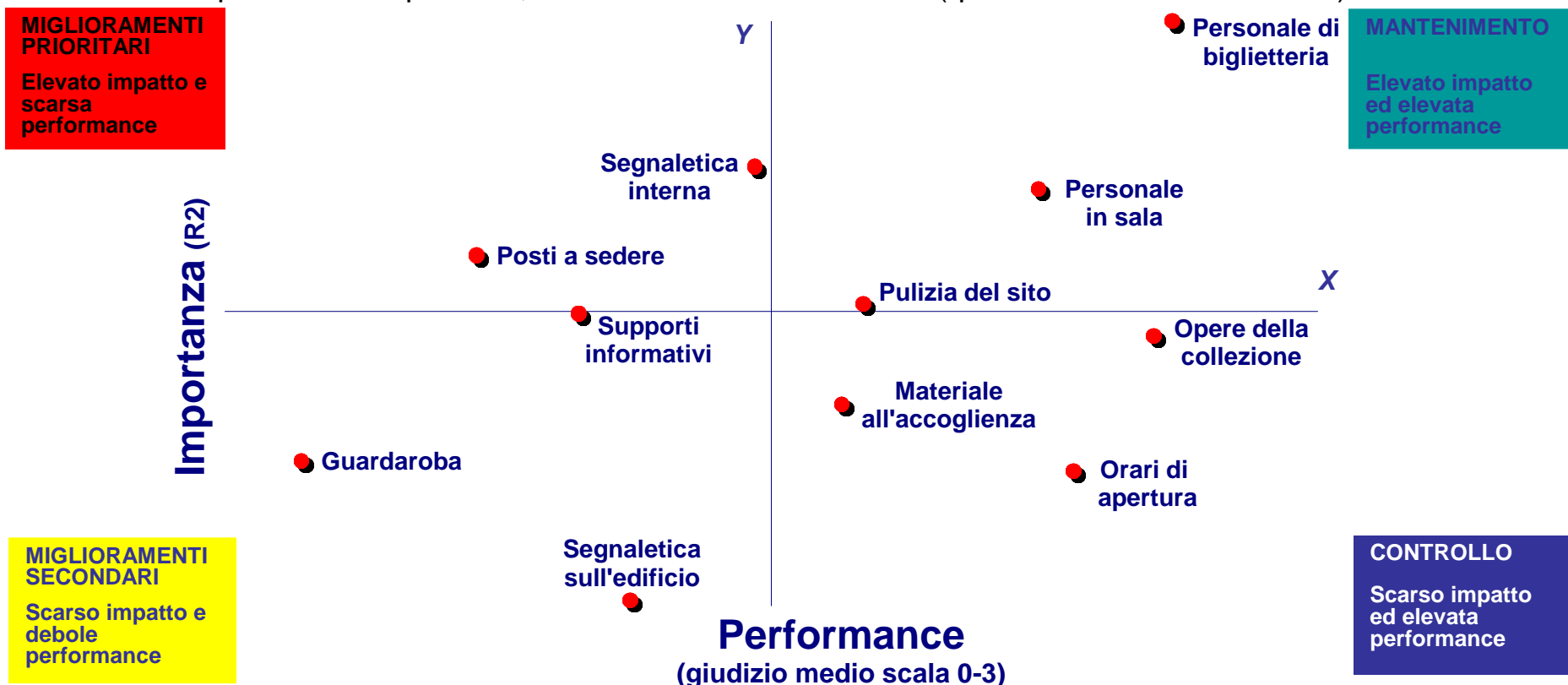
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Musei Capitolini – Centrale Montemartini – 2018</i>	
Personale di biglietteria	0,543
Personale in sala	0,507
Segnaletica interna	0,501
Supporti digitali	0,499
Posti a sedere	0,441
Supporti informativi	0,427
Pulizia del sito	0,422
Opere della collezione	0,375
Materiale all'accoglienza	0,350
Guardaroba	0,323
Orari di apertura	0,262

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale di biglietteria** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche il **personale in sala** si posiziona nel quadrante in alto a destra. Invece la **segnaletica interna** ed i **posti a sedere** rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra), mentre i **supporti informativi** e la **pulizia del sito** si collocano in una posizione *borderline*, seppure in due quadranti differenti.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si posizionano 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

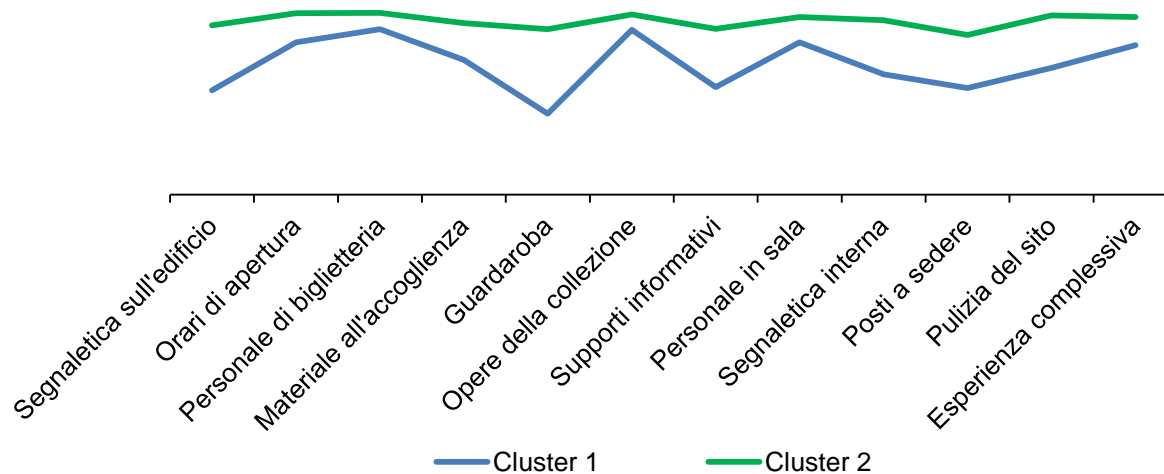
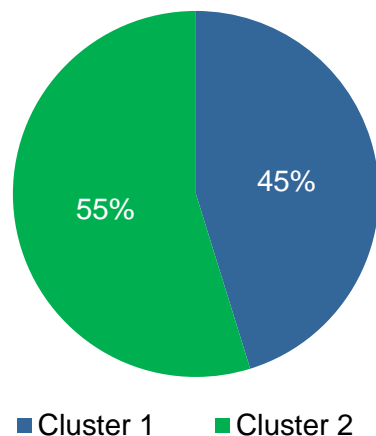
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (66 individui per il *Cluster 1* e 80 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 **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione, mentre la 2° tipologia i **Deliziati** hanno un giudizio complessivo molto buono sui vari aspetti.

**Cluster 1 – Soddisfatti:** in prevalenza uomini, turisti italiani, di età 40-44 anni e oltre i 55 anni, con titolo di scuola media inferiore e superiore, liberi professionisti e pensionati, alcuni già stati al museo, ne sono venuti a conoscenza tramite passaparola e guida cartacea, vengono da soli o con la famiglia, non conoscono la Roma Pass, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, senza aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

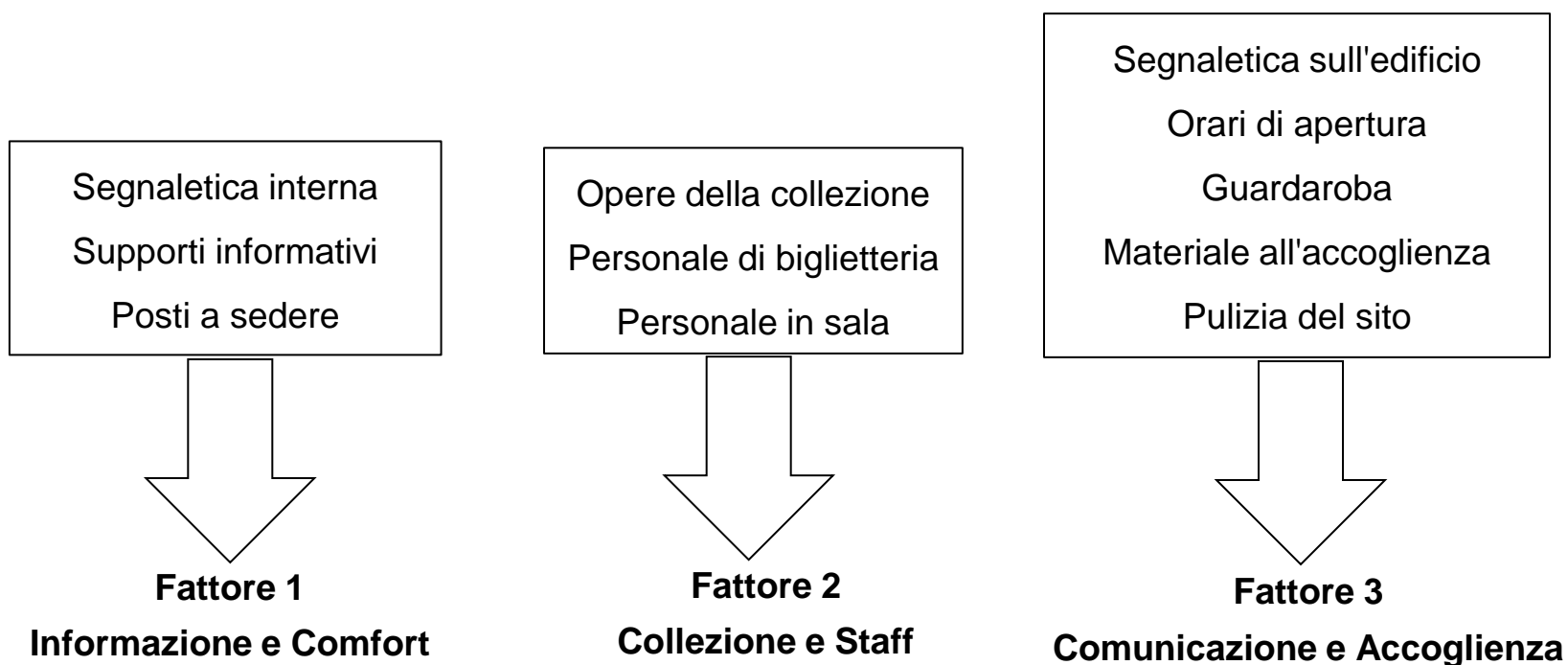
**Cluster 2 – Deliziati:** in prevalenza donne, romani e turisti stranieri, di età 19-39 anni e 45-54 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati dipendenti e studenti, nuovi visitatori, sono venuti a conoscenza del museo attraverso internet e scuola/università, vengono in coppia o con amici, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass per entrare, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



## Analisi Fattoriale

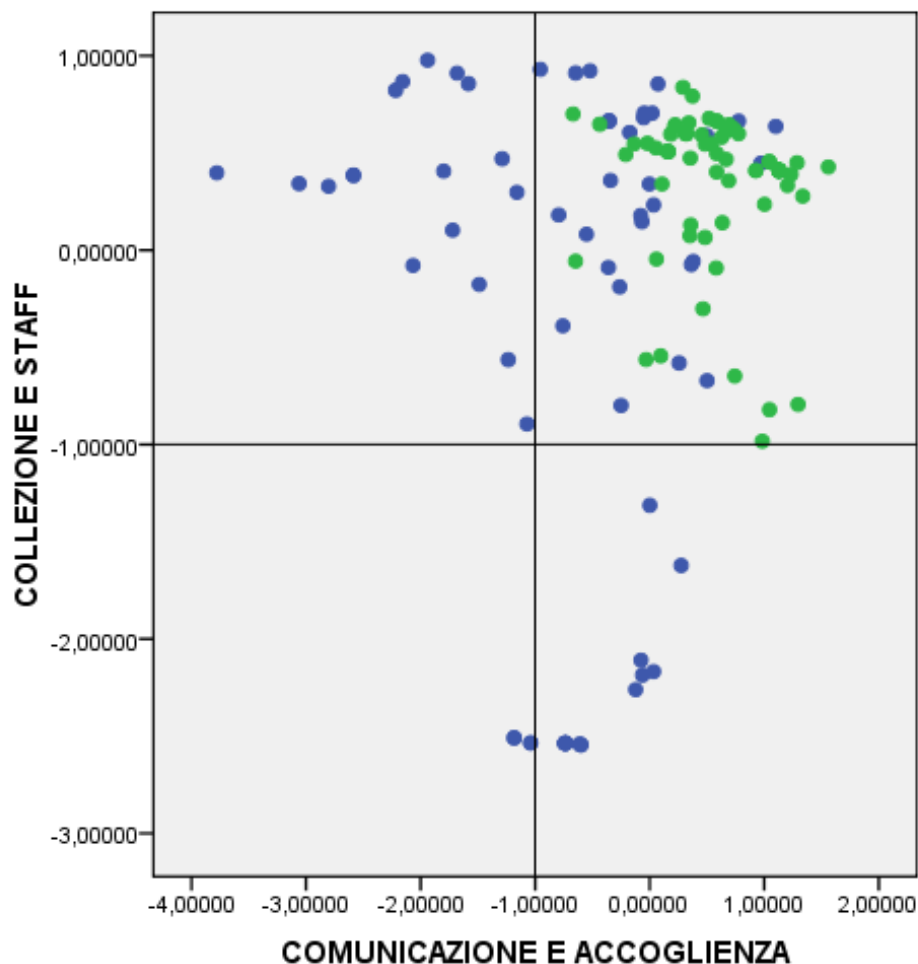
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (le opere della collezione sono state escluse poiché non sono risultate significative per questo tipo di analisi).

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 2, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 dei “Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 3 (“Comunicazione e Accoglienza”).



**Cluster 1 Soddisfatti:** in prevalenza uomini, turisti italiani, di età 40-44 anni e oltre i 55 anni, con titolo di scuola media inferiore e superiore, liberi professionisti e pensionati, alcuni già stati al museo, ne sono venuti a conoscenza tramite passaparola e guida cartacea, vengono da soli o con la famiglia, non conoscono la Roma Pass, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, senza aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

**Cluster 2 Deliziati:** in prevalenza donne, romani e turisti stranieri, di età 19-39 anni e 45-54 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati dipendenti e studenti, nuovi visitatori, sono venuti a conoscenza del museo attraverso internet e scuola/università, vengono in coppia o con amici, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass per entrare, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 60**

**ELOGI** museo bellissimo, superiore alle aspettative. **Totale 3**

---

**ILLUMINAZIONE** da migliorare, soprattutto nella Sala Colonne. **Totale 10**

**SERVIZI IGIENICI** odore sgradevole (6), altro (2). **Totale 8**

**LIBRERIA** manca (2), la guida del museo non è disponibile (2), non ci sono cartoline (2).  
**Totale 6**

**AUDIOGUIDA** manca. **Totale 4**

**ALTRO.** **Totale 14**

**TOTALE 42 SUGGERIMENTI**  
**MUSEI CAPITOLINI – CENTRALE MONTEMARTINI**

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



# 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) \_\_\_\_\_