



---

## Indagini di Customer Satisfaction

19 Maggio 2018

### **La Notte dei Musei**

Musei Capitolini

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 01/06/2018*

## 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 dell’iniziativa “*La Notte dei Musei*”
- Partecipazione alle edizioni precedenti
- Ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per spettacolo
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 675 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* che autocompilazione da parte del pubblico che ha partecipato all'iniziativa "*La Notte dei Musei*" del 19 maggio 2018 presso i Musei Capitolini (il 12% sugli ingressi totali al museo in tale serata).

Gli spettacoli oggetto d'indagine sono stati i seguenti: "*Cavalcaldo i venti*" (Esedra di Marco Aurelio); "*Avrei preferenza di no. Bartleby lo scrivano*" (Sala Pietro da Cortona); "*In...Canto musicale*" (Salone di Palazzo Nuovo); "*String Demons*" (Protomoteca).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,79\%$ . Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0.

Nel 2018, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,60** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Il personale di accoglienza (2,59) e il gradimento dello spettacolo (2,53) sono gli aspetti maggiormente graditi dal campione intervistato.

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine registrano valori medi al di sopra dello standard di 2,20.

L'organizzazione generale ed il programma risultano essere le variabili maggiormente correlate al giudizio generale dell'iniziativa, ma anche quelle ritenute più importanti nella mappa (pp. 17-19). Tra i suggerimenti prevale la richiesta di organizzare con maggiore frequenza iniziative culturali di questo tipo (25 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da cittadini romani (63%), occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (34%) e studenti (24%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (61%), soprattutto giovani di età 19-34 anni (44%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite internet (36%; di cui il 19% attraverso i *social network*). Poi vi sono il passaparola (26%), la pubblicità (raggiunge complessivamente il 16%; di cui il 9% è relativo ai "manifesti pubblicitari") e la stampa (11%).

Risulta significativo che il passaparola sia predominante tra i turisti italiani (per gli stranieri emergono i siti web), uomini, di età giovane fino ai 25 anni o adulta oltre i 65 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, in generale molto soddisfatti, nuovi visitatori e partecipano per la prima volta a tale iniziativa. Invece i social network prevalgono tra i visitatori italiani (inclusi i romani), soprattutto donne, di età 19-39 anni, diplomati, nel complesso molto soddisfatti, alcuni di essi hanno già partecipato alle precedenti edizioni, ma non sono stati in questo museo.

## Tabella riassuntiva

<i>La Notte dei Musei 2018</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,49	3,00	670	5	0,578	53%	0%	96%
Personale di accoglienza	2,59	3,00	670	5	0,544	62%	0%	97%
Qualità diffusione audio	2,22	2,00	632	43	0,757	39%	3%	85%
Gradimento spettacolo	2,53	3,00	637	38	0,620	59%	1%	95%
Programma	2,47	3,00	632	43	0,598	52%	0%	95%
<b>Giudizio generale <i>La Notte dei Musei 2018</i></b>	<b>2,60</b>	<b>3,00</b>	<b>653</b>	<b>22</b>	<b>0,541</b>	<b>65%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

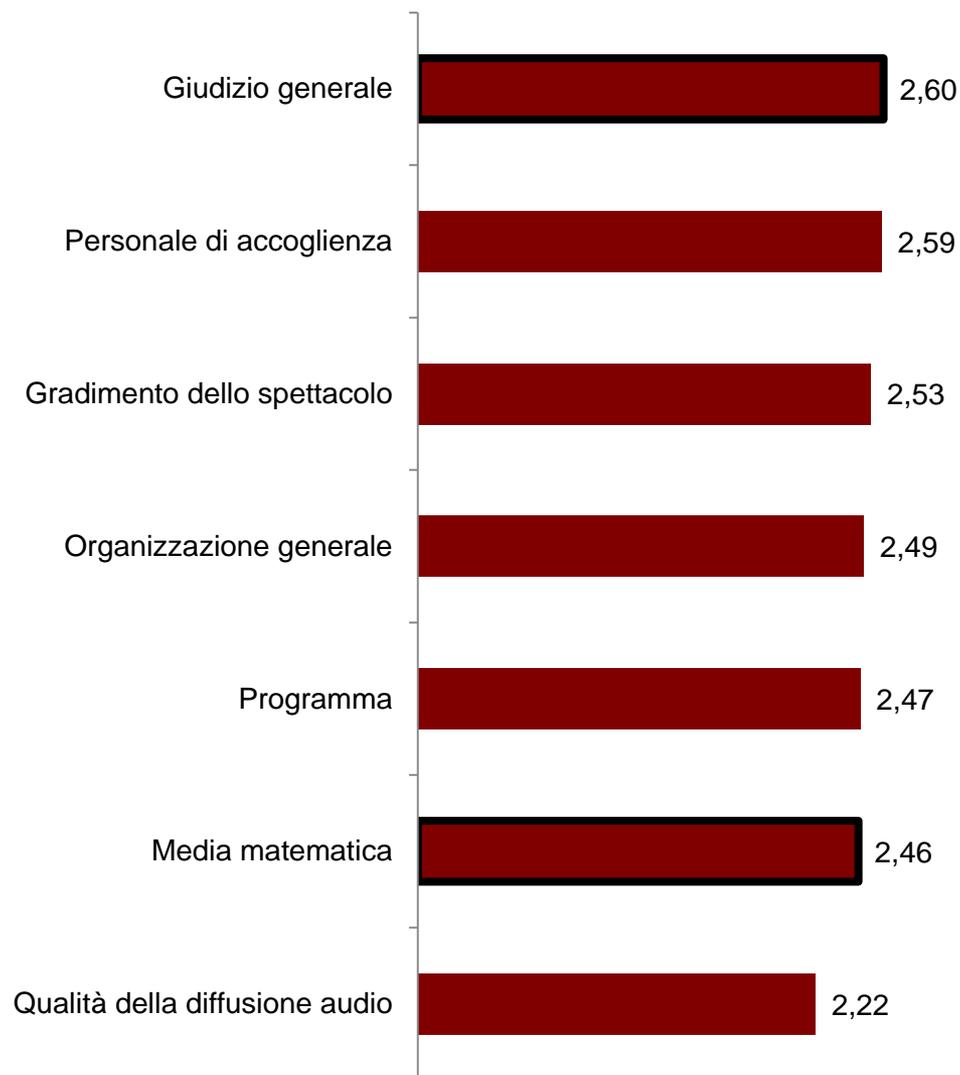
\*\**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,46).*

## 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.

Il **personale di accoglienza** e il **gradimento dello spettacolo** sono gli aspetti maggiormente soddisfacenti per il campione di spettatori intervistati.

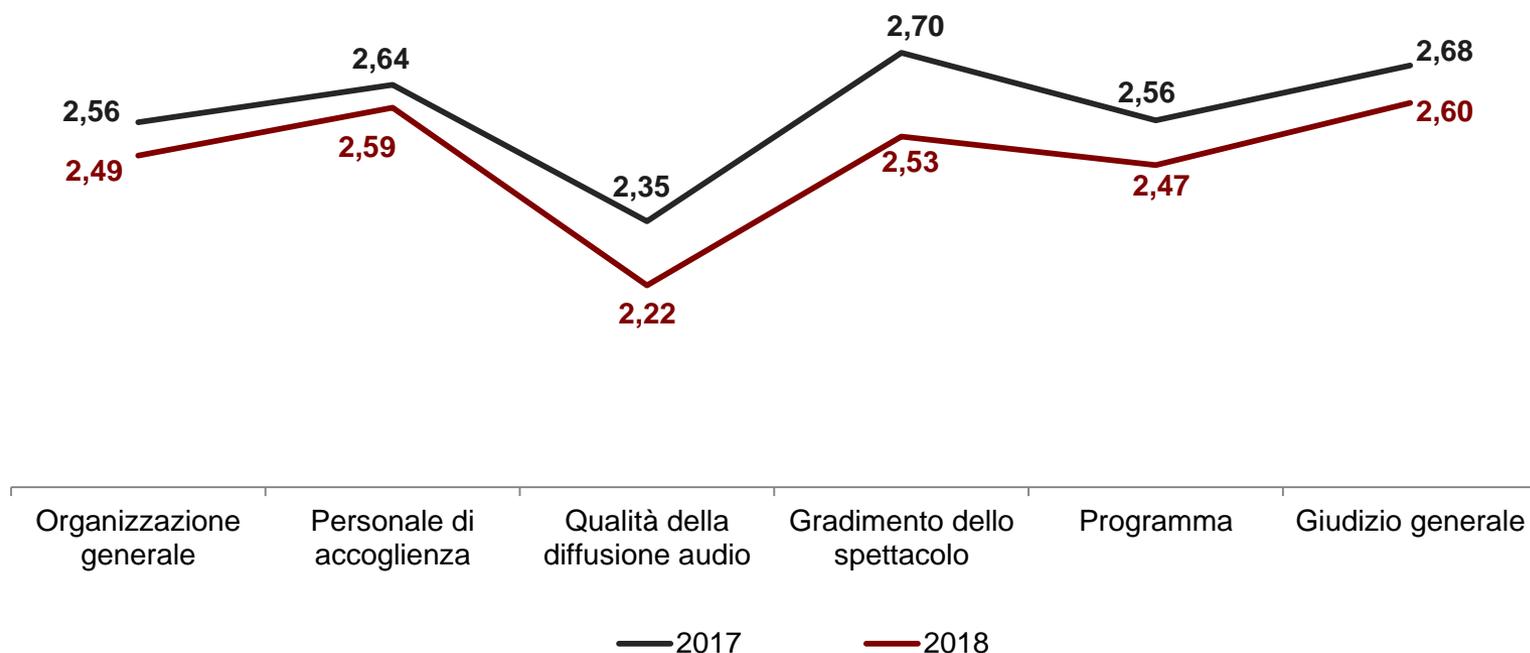
Tutte le medie delle variabili oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard di 2,20.



## Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend di soddisfazione risulta costante e lineare.

In generale si registra una flessione dei giudizi sui vari aspetti oggetto d'indagine, in particolare sul gradimento dello spettacolo visto, ma tutte le medie si attestano su valori superiori allo standard di 2,20.

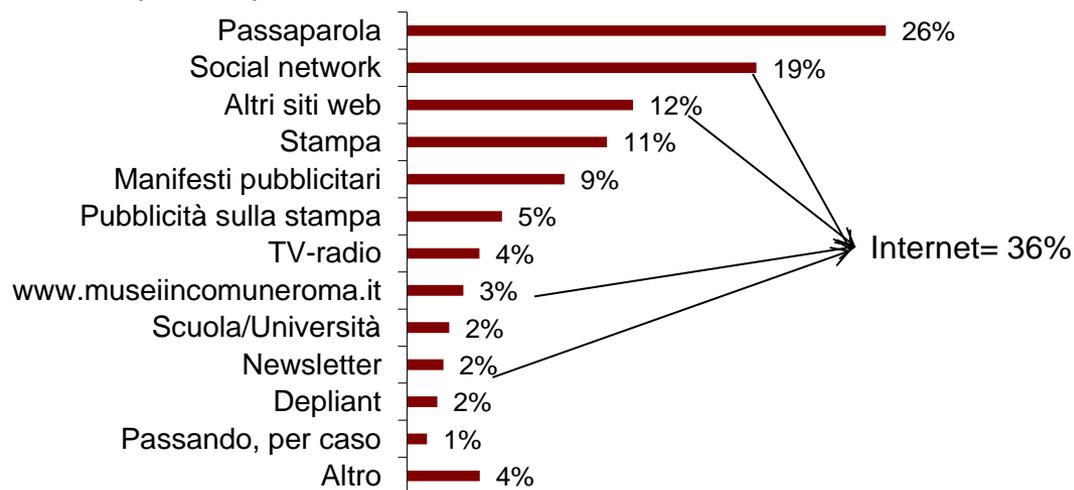


## Come è venuto a conoscenza dell’iniziativa “*La Notte dei Musei*”

Tra i mezzi di comunicazione emerge “internet” col 36% sul totale degli intervistati (in aumento dal 31% emerso lo scorso anno), di cui il 19% si riferisce ai “social network” (era 14% nel 2017). Poi vi sono il passaparola (26%; nell’indagine precedente era 25%), la pubblicità (raggiunge complessivamente il 16%; di cui il 9% è relativo ai “manifesti pubblicitari”; era 20% nell’indagine scorsa) e la stampa (stessa percentuale del 2017).

Risulta significativo che il passaparola sia predominante tra i turisti italiani (per gli stranieri emergono i siti web), uomini, di età giovane fino ai 25 anni o adulta oltre i 65 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, in generale molto soddisfatti, nuovi visitatori e partecipano per la prima volta a tale iniziativa. Invece i social network prevalgono tra i visitatori italiani (inclusi i romani), soprattutto donne, di età 19-39 anni, diplomati, nel complesso molto soddisfatti, alcuni di essi hanno già partecipato alle precedenti edizioni, ma non sono stati in questo museo.

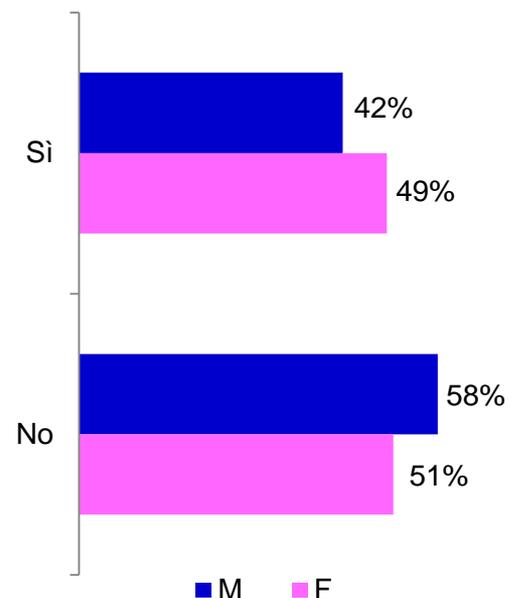
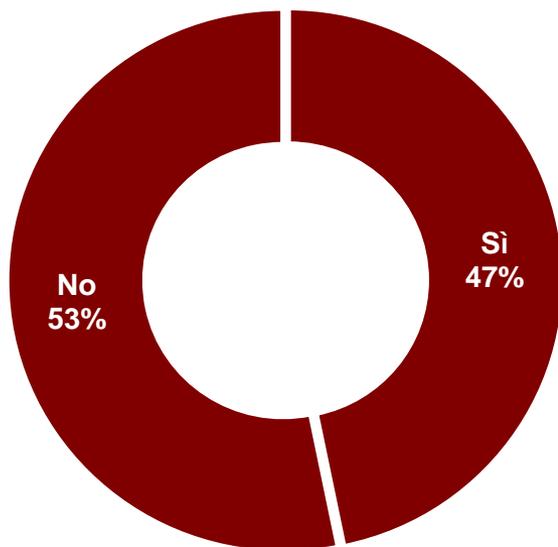
Infine si evidenzia la predominanza della stampa e dei manifesti pubblicitari per i romani, di genere femminile, adulti over 55 anni (stampa) e giovani di età 19-25 anni o 35-44 anni (pubblicità), laureati, con un giudizio generale abbastanza soddisfacente, metà di essi hanno già visitato i *Musei Capitolini* e partecipato all’iniziativa.



## Partecipazione alle edizioni precedenti

Il 53% del campione intervistato partecipa per la prima volta a “*La Notte dei Musei*”, mentre il 47% ha già partecipato alle edizioni precedenti.

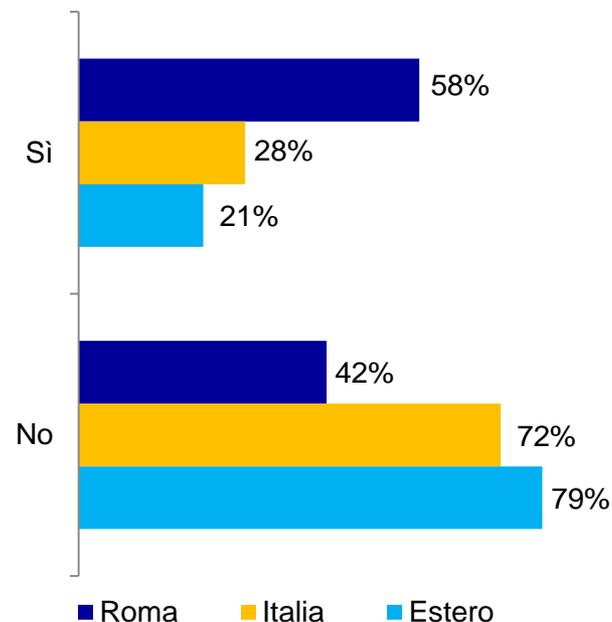
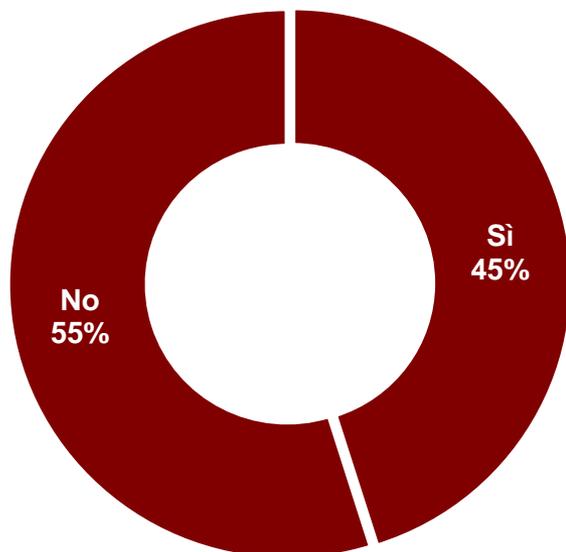
Risulta significativo che ad avere già partecipato alle edizioni precedenti siano soprattutto le donne (cfr. grafico sottostante a destra), residenti a Roma, che hanno già visitato i *Musei Capitolini*, nel complesso abbastanza soddisfatte e con un giudizio uguale alle proprie attese. Invece a partecipare per la prima volta sono in prevalenza gli uomini, turisti (sia italiani che stranieri), che vengono per la prima volta in questo museo, in generale molto soddisfatti e con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



## Ha già visitato questo museo

Il 55% sul campione totale dichiara di recarsi per la prima volta ai *Musei Capitolini*, mentre il 45% già vi è stato.

Da evidenziare che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età adulta oltre i 45 anni, con un giudizio uguale alle proprie attese. Invece vi si recano per la prima volta principalmente i turisti, (soprattutto stranieri), appartenenti alle fasce d'età giovane fino ai 34 anni e dichiarano di avere un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.

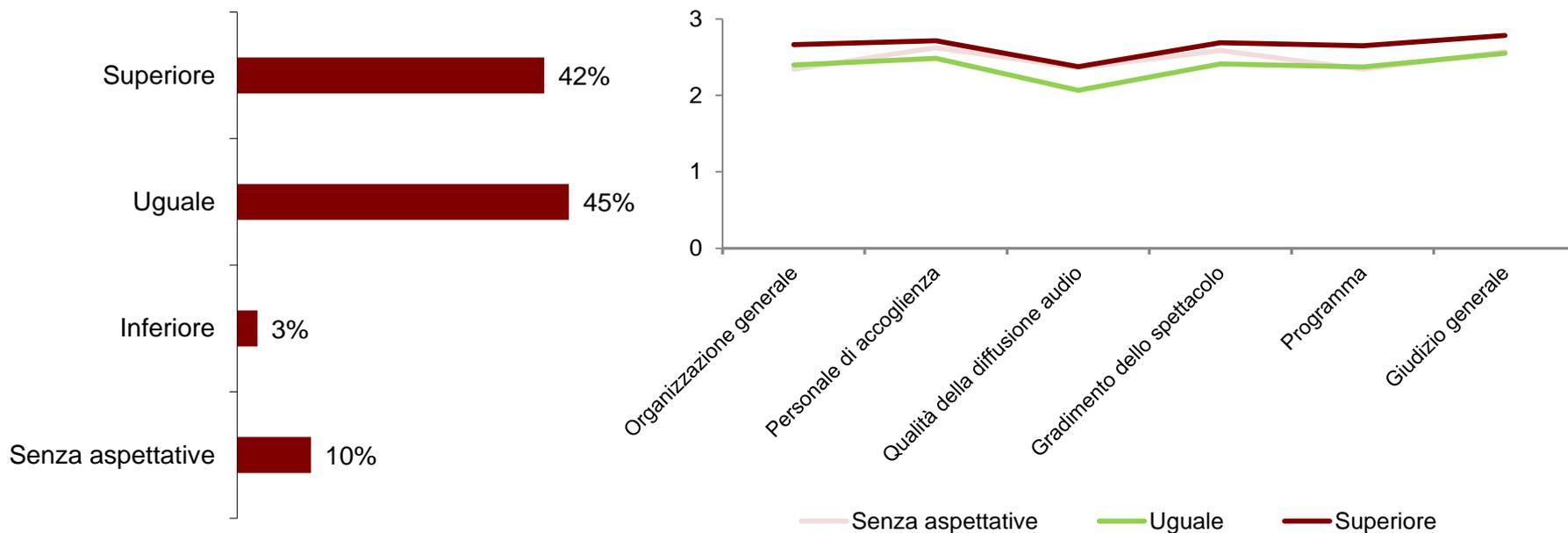


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 45% sul totale degli intervistati afferma di avere un giudizio uguale alle aspettative, per il 42% è superiore, mentre solo il 3% ha un giudizio inferiore alle proprie attese. Il 10% del campione totale dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio sia superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto coloro che non hanno mai partecipato all'iniziativa, vengono ai *Musei Capitolini* per la prima volta e nel complesso si ritengono molto soddisfatti dello spettacolo visto. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie attese sono principalmente gli spettatori che hanno partecipato alle precedenti edizioni, già stati in questo museo e in generale dichiarano di essere abbastanza soddisfatti.

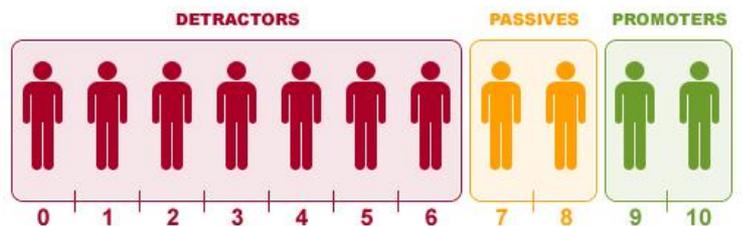
Il livello di soddisfazione è mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine per coloro che dichiarano di avere un giudizio superiore alle attese (*cfr.* grafico sottostante in basso a destra).



## Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei **promotori** (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti e hanno dato una valutazione 9-10) e i **destrattori** (utenti insoddisfatti con una valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene di tale evento.

In questo caso la percentuale di spettatori intervistati che consiglierà "La Notte dei Musei" è pari al **68%**; da evidenziare che il 28% del campione intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori" e ciò è indice di un alto livello di gradimento da parte del campione intervistato.



$$\text{Net Promoter Score} = \% \text{ Promoters} - \% \text{ Detractors}$$

NET PROMOTER SCORE <i>La Notte dei Musei 2018</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	1	0	3	7	15	42	145	161	295
0%	0%	0,1%	0%	0,4%	1%	2%	6%	22%	24%	44%
<b>DETRATTORI = 4%</b>							<b>PASSIVI = 28%</b>		<b>PROMOTORI = 68%</b>	
<b>68%-4% = 64%</b>										

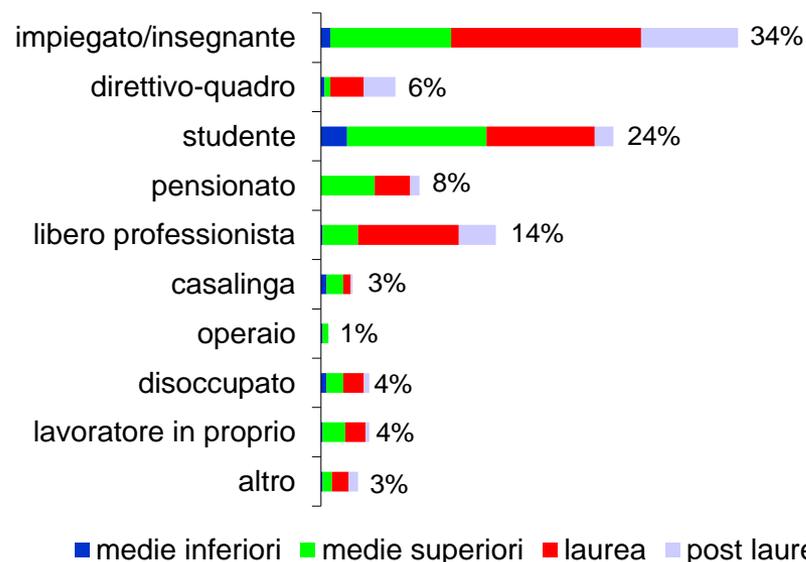
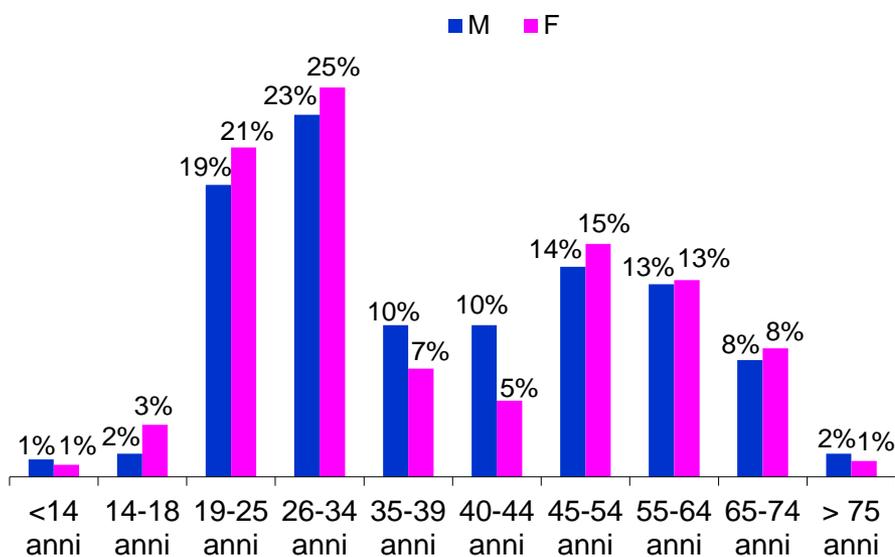
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il genere femminile col 59% sul campione totale (nel 2017 le donne erano il 57%), soprattutto nelle fasce 19-34 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle giovani comprese tra i 19 e 34 anni, che raggiungono complessivamente il 44% sul totale degli intervistati (in netto aumento dal 26% nell'indagine precedente). Invece la percentuale degli adulti di età 45-74 anni è pari al 35% (lo scorso anno era il 51%).

Il 61% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (57% nell'indagine precedente).

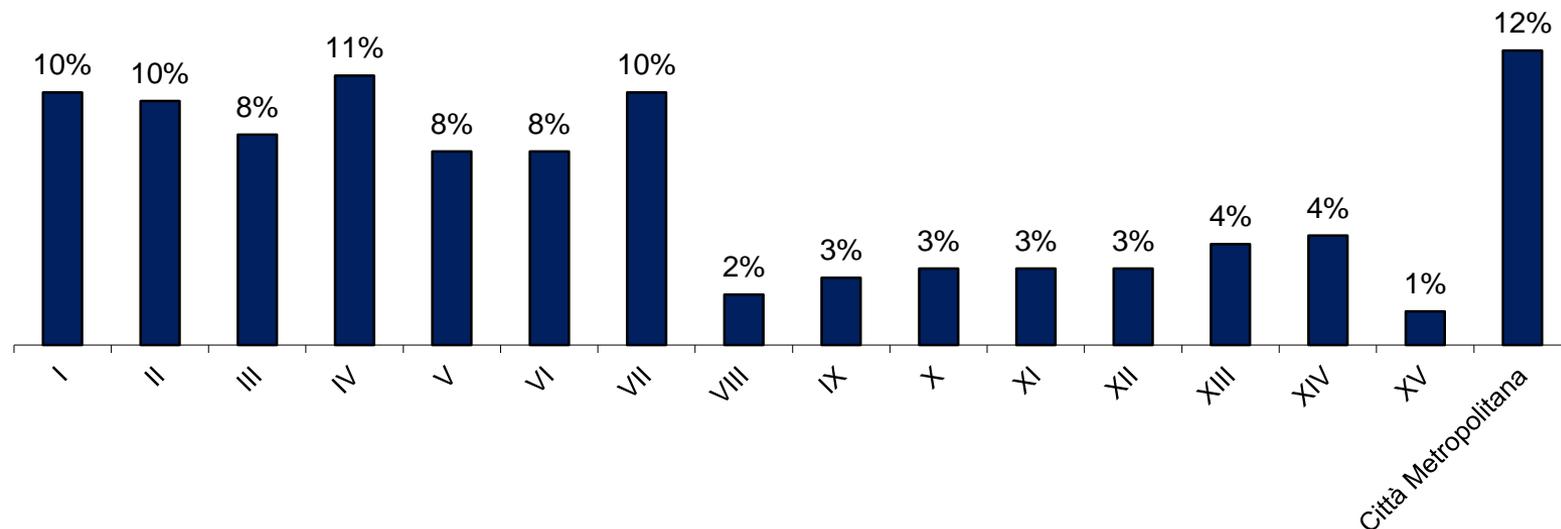
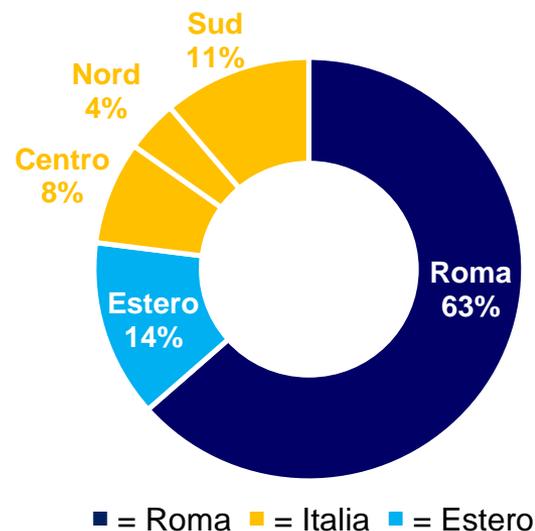
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli occupati dipendenti, ovvero impiegati e insegnanti (34%; nel 2017 erano il 35%), poi seguono gli studenti (24%; in aumento dal 17% dello scorso anno) e i liberi professionisti (passano dal 16% al 14%), mentre la percentuale dei pensionati scende a 8% dal 15% nell'indagine precedente.



## Analisi socio-demografica: genere e provenienza

Il 63% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (in discesa dall'80% emerso nel 2017), mentre il 23% giunge da altre città italiane (in aumento dal 12% dell'indagine precedente) e il restante 14% dall'estero (lo scorso anno era 8%).

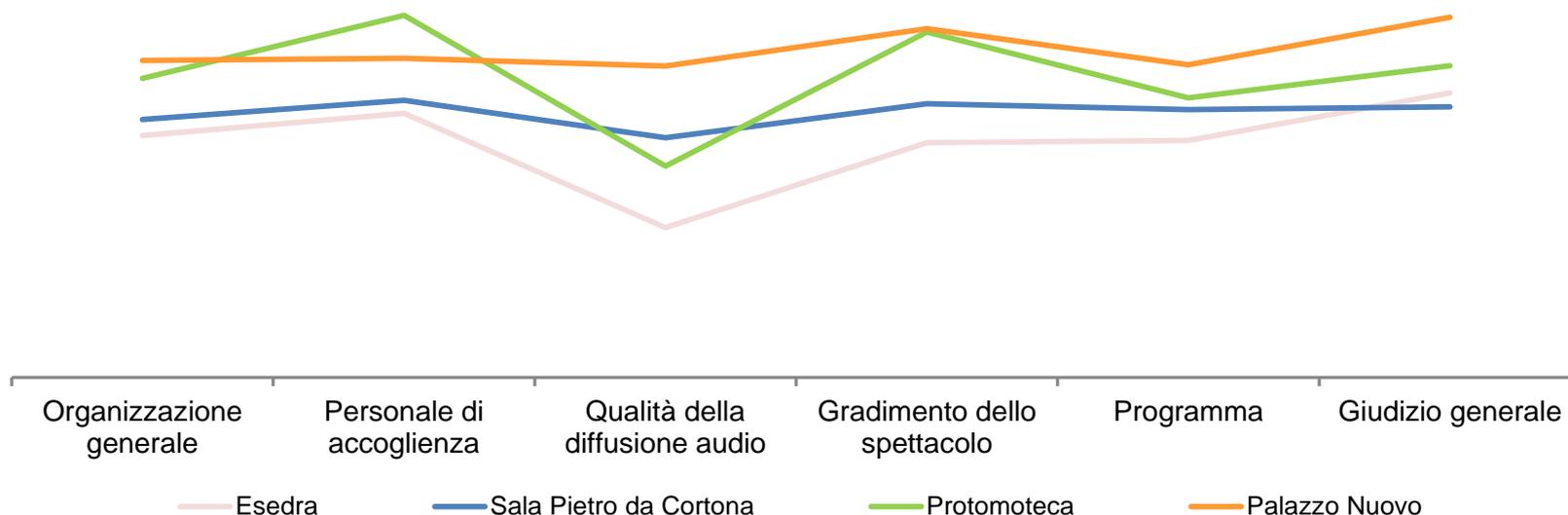
Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, emergono i Municipi IV (11%) e I-II-VII (10% per ciascuno), ma si denota un'ampia adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città. Da evidenziare che il 12% dei cittadini romani risiede nella Città Metropolitana di Roma Capitale.



## Analisi univariate per spettacolo

Analizzando i giudizi medi rilasciati sui vari aspetti oggetto d'indagine rispetto agli spettacoli visti, dal grafico sottostante si rileva un livello medio di soddisfazione tendenzialmente più alto da parte di chi ha partecipato agli spettacoli a Palazzo Nuovo e in Protomoteca.

Risulta significativo che ad avere visto gli spettacoli a Palazzo Nuovo siano stati in particolare i turisti, diplomati, che aderiscono per la prima volta a tale iniziativa, ma quelli che giungono da altre province italiane hanno già visitato i *Musei Capitolini*. Invece coloro che hanno partecipato agli spettacoli in Protomoteca sono sia romani che stranieri, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, di cui solo i residenti a Roma hanno già partecipato alle precedenti edizioni e sono stati in tale museo. Gli spettatori dell'Esedra di Marco Aurelio sono soprattutto turisti stranieri, che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore e superiore, non hanno mai partecipato a *La Notte dei Musei* e vengono per la prima volta ai *Musei Capitolini*. Infine ad avere visto lo spettacolo presso la Sala Pietro da Cortona sono in prevalenza romani, laureati, che hanno già partecipato all'iniziativa e visto questo museo.



## Cluster Analysis

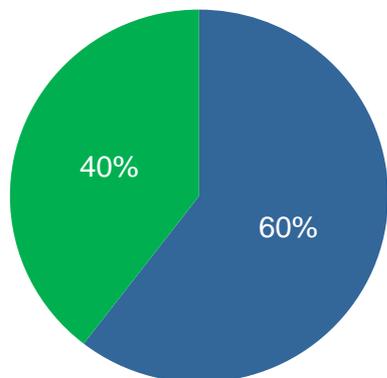
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (408 individui nel Cluster 1 e 267 nel Cluster 2).

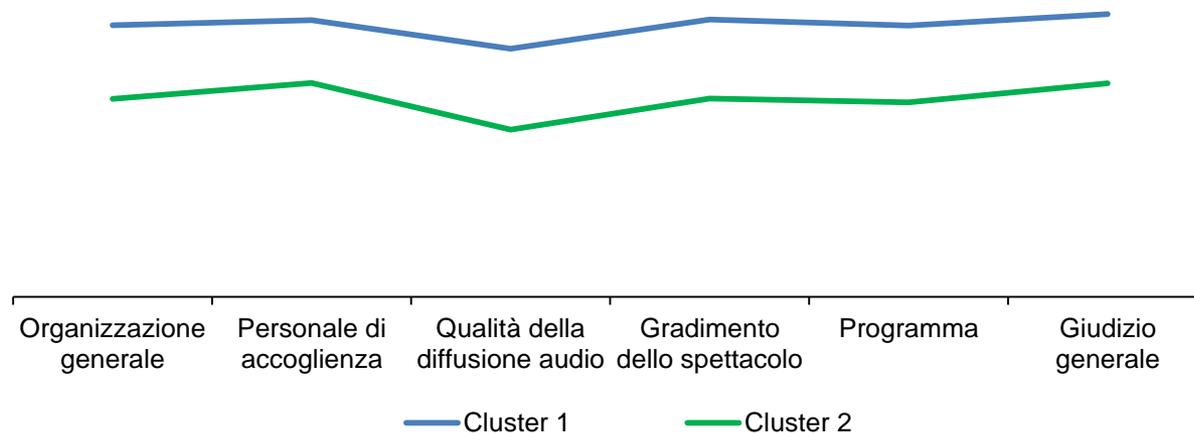
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti oggetto d'indagine, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono a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

**Cluster 1 – Deliziati (Molto soddisfatti - Spettacoli Protomoteca e Palazzo Nuovo):** in prevalenza romani e turisti stranieri, di età adulta 45-74 anni, laureati, occupati dipendenti e pensionati, con giudizio superiore alle attese, in generale molto soddisfatti dell'iniziativa, di cui sono venuti a conoscenza attraverso stampa, passaparola e siti internet, oltre la metà di essi non ha partecipato alle precedenti edizioni, ma hanno già visitato i *Musei Capitolini*.

**Cluster 2 – Soddisfatti (Abbastanza soddisfatti - Spettacoli Eshedra e Sala Pietro da Cortona):** in prevalenza turisti italiani, di età giovane 19-34 anni, diplomati, studenti e liberi professionisti, con giudizio uguale alle attese, in generale abbastanza soddisfatti dell'iniziativa, di cui sono venuti a conoscenza tramite social network e manifesti pubblicitari, alcuni hanno partecipato alle precedenti edizioni, ma non hanno mai visitato i *Musei Capitolini*.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.  
Le variabili più correlate tra di loro risultano essere l'organizzazione generale con il personale di accoglienza ed il programma, mentre quest'ultimo col gradimento dello spettacolo visto.

<b>Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i>***</b>	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Qualità diffusione audio	Gradimento dello spettacolo	Programma	Giudizio generale dell'iniziativa
Organizzazione generale	1,000	,487**	,337**	,384**	,498**	,517**
Personale di accoglienza	,487**	1,000	,334**	,371**	,369**	,379**
Qualità diffusione audio	,337**	,334**	1,000	,523**	,375**	,292**
Gradimento dello spettacolo	,384**	,371**	,523**	1,000	,473**	,461**
Programma	,498**	,369**	,375**	,473**	1,000	,510**
Giudizio generale dell'iniziativa	,517**	,379**	,292**	,461**	,510**	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).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio generale.

Per *La Notte dei Musei 2018* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale dell'iniziativa sono l'**organizzazione generale** ed il **programma**.

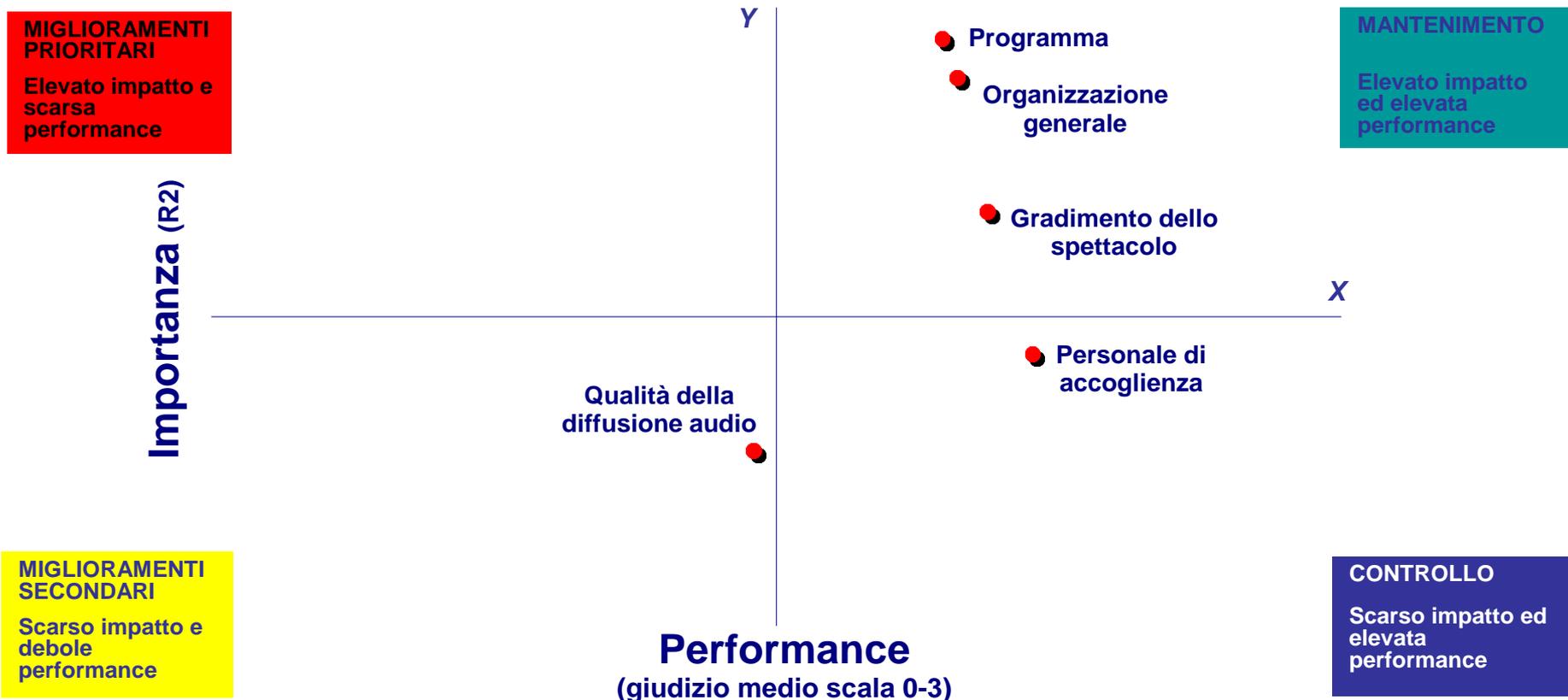
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale <i>La Notte dei Musei 2018</i>	
Organizzazione generale	0,517
Programma	0,510
Gradimento dello spettacolo	0,461
Personale di accoglienza	0,379
Qualità della diffusione audio	0,292

## Mapa delle priorità (Regressione lineare)

Il **programma** e l'**organizzazione generale** risultano essere gli aspetti in assoluto più importanti e soddisfacenti dell'iniziativa, ma anche il **gradimento dello spettacolo** si posiziona nel quadrante in alto a destra. Nella mappa non vi sono aspetti da considerare come miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si posizionano invece le variabili che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche quando sono ritenute ottime (quadrante in basso a destra).



\* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

**ELOGI** bellissima iniziativa, buona organizzazione, continuare così. **Totale 17**

---

## **SUGGERIMENTI**

**ORGANIZZAZIONE** ripetere più spesso l'iniziativa nel corso dell'anno (25), evitare lunghe code e attese in entrata, troppa confusione all'ingresso (19), mettere a disposizione la videoguida anche per gli eventi serali (10), estendere la durata dell'iniziativa a più giorni per poter assistere a vari spettacoli (9), altro (11). **Totale 74**

**COMUNICAZIONE** manca un depliant con la mappa e indicazioni chiare per raggiungere le sale degli spettacoli (16), materiale tradotto in più lingue (6), non è stato facile reperire informazioni sull'iniziativa (5), lasciare aperto il *Tourist Infopoint* di Via dei Fori Imperiali (4), altro (6). **Totale 37**

**SEGNALETICA INTERNA** più indicazioni su percorso (13) e caffetteria (4). **Totale 17**

**QUALITÀ AUDIO** da migliorare. **Totale 11**

**TEMPERATURA** fa troppo caldo, manca l'aria condizionata. **Totale 11**

**PROGRAMMA** da ampliare più eventi multimediali, giochi di luce, concerti di musica elettronica (9), altro (1). **Totale 10**

**ORARIO** da prolungare (7), altro (2). **Totale 9**

**PERSONALE** più numeroso e preparato per orientare il pubblico (5), altro (3). **Totale 8**

**ALTRO. Totale 27**

***Totale 204 Suggerimenti  
La Notte dei Musei 2018***

## Allegato 1 – Questionario

Gentile visitatore, le chiediamo cortesemente di dedicarci qualche minuto per aiutarci a migliorare la qualità dell'iniziativa. Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
1. Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Qualità della diffusione audio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Gradimento dello spettacolo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Programma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Giudizio generale <i>La Notte dei Musei 2018</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. **Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è:**  Superiore  Uguale  Inferiore  Senza aspettative

8. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa iniziativa ad un amico?**

MIN  0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10 MAX

9. **Come è venuto a conoscenza di *Notte dei Musei*?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> articoli di stampa                | <input type="checkbox"/> newsletter                   |
| <input type="checkbox"/> pubblicità su stampa              | <input type="checkbox"/> amici/ parenti (passaparola) |
| <input type="checkbox"/> depliant/ leaflet/ locandina      | <input type="checkbox"/> scuola/ università           |
| <input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari            | <input type="checkbox"/> TV/ radio                    |
| <input type="checkbox"/> portale MiC/ sito del museo       | <input type="checkbox"/> passando per caso            |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet               | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608        |
| <input type="checkbox"/> social network (specificare.....) | <input type="checkbox"/> altro.....                   |

10. **Ha partecipato alle precedenti edizioni di *Notte dei Musei*?**  Sì  No

11. **Ha già visitato questo museo?**  Sì  No

12. **SUGGERIMENTI**

---

**DATI PERSONALI:** **Età:**  <14  14 –18  19-25  26-34  35-39  40-44  45-54  55- 64  65-74  ≥ 75 **Genere:**  M  F

**Titolo di studio:**  scuola dell'obbligo (elementari/ medie)  studi superiori  laurea  post laurea

**Professione:**  impiegato/insegnante  dirigente-quadro  studente  pensionato  libero professionista/ imprenditore  casalinga

operaio  disoccupato/in cerca di prima occupazione  lavoratore in proprio  altro.....

**Residente a Roma (MUNICIPIO: \_\_\_\_\_)**  **Altra Provincia Italiana/ Nazionalità estera: \_\_\_\_\_**