



Indagini di Customer Satisfaction

Il Sorpasso.

Quando l'Italia si mise a correre, 1946-1961

Museo di Roma

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 15/02/2019*

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 2018-2019
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto al Museo di Roma
- Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa mostra ad un amico
- Con chi ha visitato la mostra
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Fattoriale e Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 216 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* dal 2 al 10 gennaio 2019 presso il *Museo di Roma* (gli intervistati rappresentano il 41% degli ingressi totali alla mostra temporanea nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di $\pm 2,28\%$.

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 2019, 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 **2,77** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti della mostra maggiormente graditi vi sono la pulizia del luogo (3,00), il contenuto (2,88), la chiarezza del percorso di visita (2,87) e l'allestimento (2,80).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20. I pannelli e didascalie, il contenuto e l'allestimento sono le variabili ritenute in assoluto più importanti e soddisfacenti nella mappa, ma anche quelle più correlate alla soddisfazione complessiva su tale mostra (pp. 16-18).

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti prevalgono i supporti informativi (42 suggerimenti), i supporti digitali (34 suggerimenti) e il contenuto (28 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 55% da romani, occupati/dipendenti (28%) e studenti (27%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (61%), soprattutto adulti di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (55%), mentre i giovani di età 14-25 anni raggiungono il 25% sul totale.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra attraverso "internet" (30%), poi seguono il "passaparola" (19%) e "passando per caso" (17%). Risulta significativo che internet sia il mezzo predominante per coloro che giungono da altre province italiane, di età adulta al di sopra dei 45 anni, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle proprie aspettative. Invece il passaparola prevale per i romani, di età 35-54 anni, alcuni già stati al *Museo di Roma* e il loro giudizio è superiore alle attese. Infine ad essere venuti a conoscenza della mostra per caso, sono in particolare i turisti stranieri, appartenenti alle fasce d'età 19-34 e 55-64 anni, che vengono per la prima volta e sono privi di aspettative.

Tabella riassuntiva

Mostra <i>Il Sorpasso</i> 2019	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Pubblicità (immagine mostra)	2,50	3,00	214	2	0,743	1%	63%	2%	90%
Contenuto	2,88	3,00	216	0	0,358	0%	88%	0%	99%
Pannelli e didascalie	2,75	3,00	216	0	0,515	0%	78%	0%	97%
Allestimento	2,80	3,00	216	0	0,515	0%	84%	1%	97%
Supporti digitali	2,57	3,00	193	23	0,609	11%	63%	0%	94%
Chiarezza percorso di visita	2,87	3,00	215	1	0,384	0%	89%	0%	98%
Pulizia del luogo	3,00	3,00	213	3	0,069	1%	100%	0%	100%
Giudizio generale mostra	2,77	3,00	216	0	0,475	0%	79%	0%	99%

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

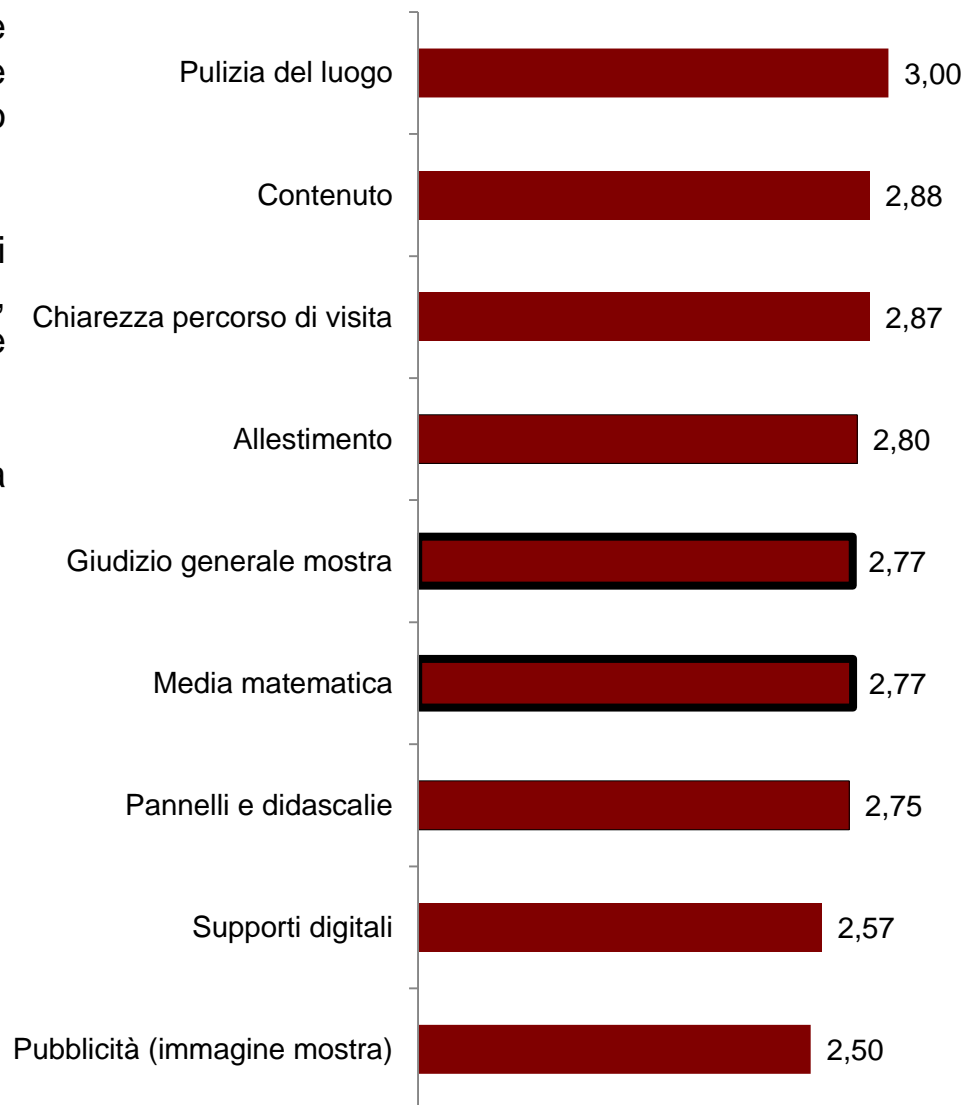
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,77).

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.

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: la **pulizia del luogo**, il **contenuto**, il **percorso di visita** e l'**allestimento**.

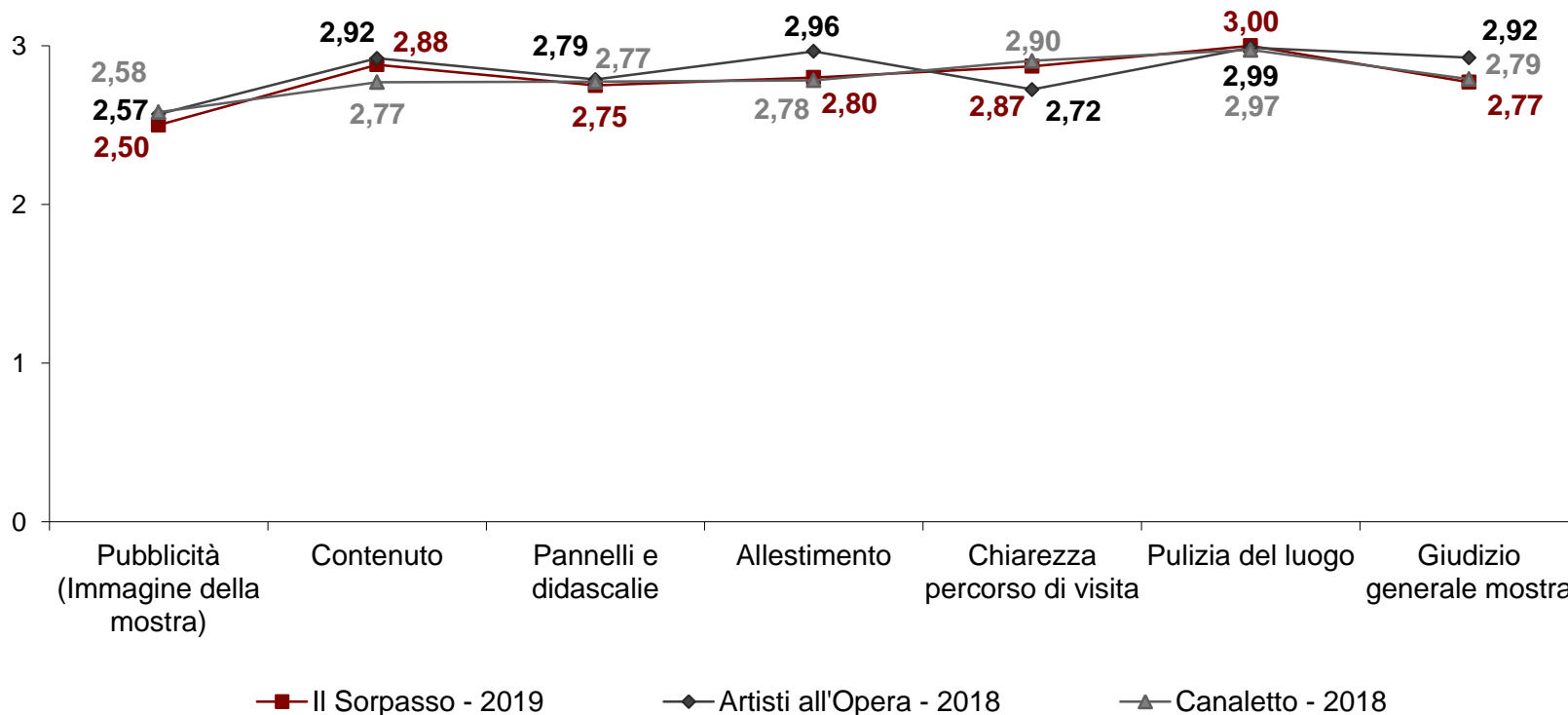
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2018-2019

Come si denota dal grafico sottostante, il trend risulta piuttosto costante, seppure vi siano alcune discrepanze rispetto alle indagini precedenti effettuate sulle mostre *“Artisti all’Opera. Il Teatro dell’Opera di Roma sulla frontiera dell’arte da Picasso a Kentridge”* (marzo 2018) e *“Canaletto 1697-1768”* (maggio 2018).

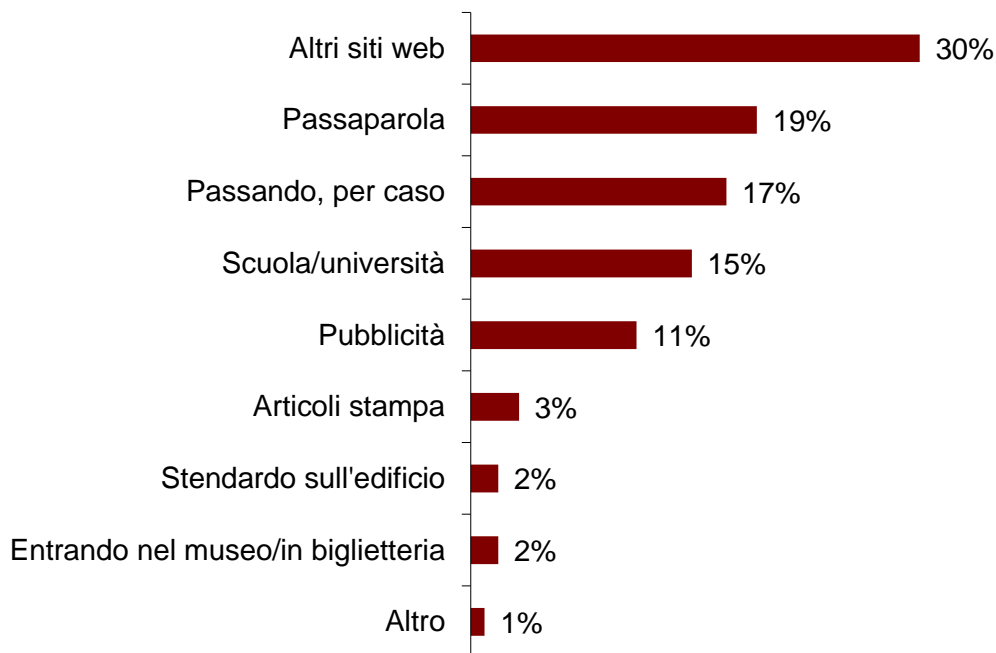
In particolare si registra una lieve flessione sull’immagine grafica, sui pannelli e didascalie, ma anche sul giudizio generale della mostra, seppure i valori medi su tali aspetti siano nettamente superiori allo standard minimo di 2,20.



Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 30% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere della mostra attraverso “internet” (in aumento dal 19% della mostra “*Artisti all’Opera*” e dal 26% della mostra “*Canaletto*”); il 19% risponde “passaparola” (le percentuali emerse nelle scorse indagini erano rispettivamente 20% e 10%), mentre il 17% “passando per caso” (con un incremento dall’1% per “*Artisti all’Opera*” e dal 14% per “*Canaletto*”).

Risulta significativo che internet sia il mezzo predominante per coloro che giungono da altre province italiane, di età adulta al di sopra dei 45 anni, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle proprie aspettative. Invece il passaparola prevale per i romani, di età 35-54 anni, alcuni già stati al *Museo di Roma* e il loro giudizio è superiore alle attese. Infine ad essere venuti a conoscenza della mostra per caso, sono in particolare i turisti stranieri, appartenenti alle fasce d’età 19-34 e 55-64 anni, che vengono per la prima volta e sono privi di aspettative.

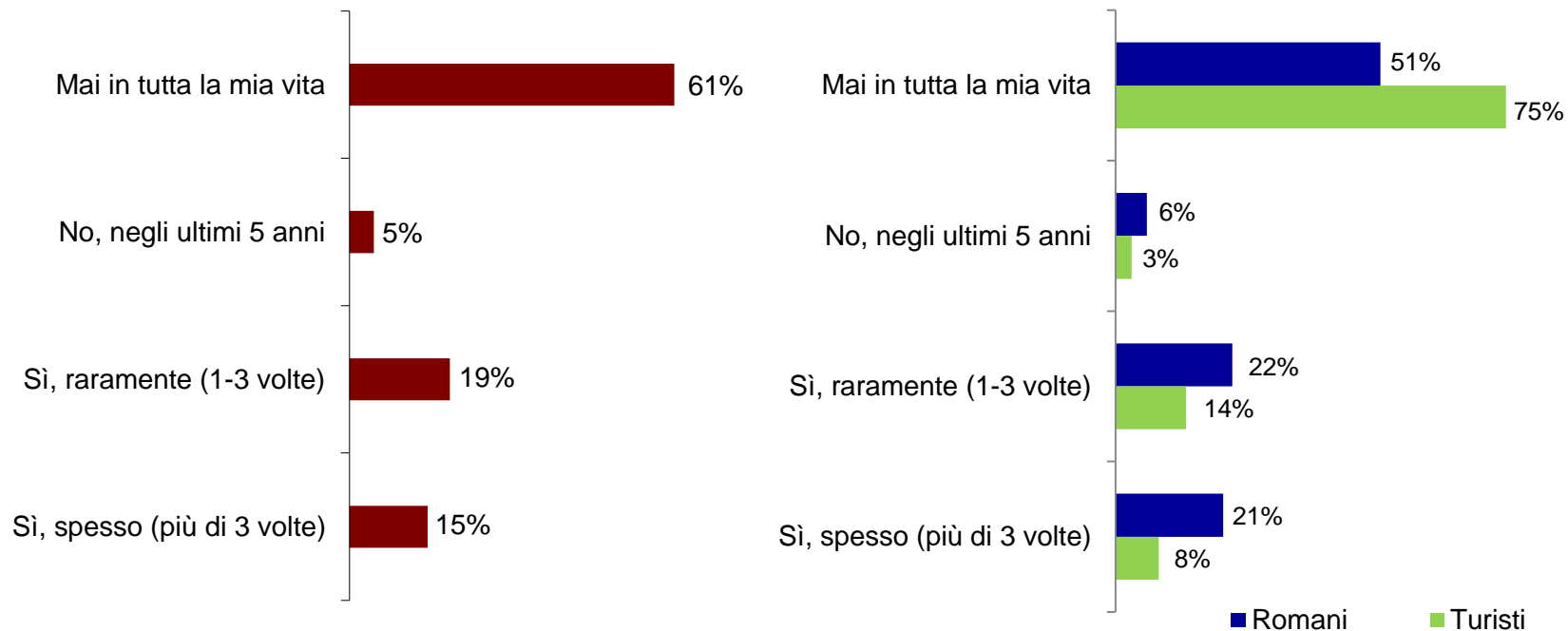


Negli ultimi cinque anni è già stato al Museo di Roma

Il 61% degli intervistati dichiara di non essere mai stato prima al *Museo di Roma*, il 34% già vi è stato (di cui il 19% “da una a tre volte” e il 15% “più di tre volte”) e il restante 5% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che coloro che non sono mai stati prima al museo siano soprattutto i turisti (cfr. grafico sottostante a destra), di età giovane fino ai 39 anni, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti su tale mostra.

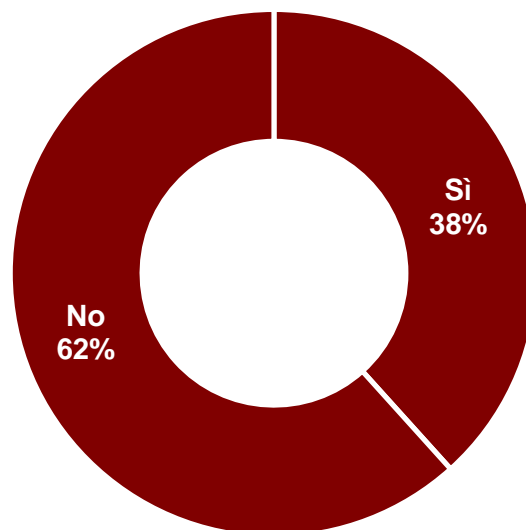
Invece ad avere già frequentato il museo sono principalmente i visitatori romani, di età adulta oltre i 45 anni, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



Conosce la card Roma Pass

Il 38% degli intervistati afferma di conoscere la card Roma Pass, mentre il 62% non la conosce affatto.

Risulta significativo che a conoscere la Roma Pass siano soprattutto i visitatori appartenenti alla fascia di età 40-54 anni, che hanno conseguito un titolo laurea o specializzazione post laurea, alcuni dei quali dichiarano di essere già stati in questo museo. Invece a non conoscere tale card sono principalmente i giovani fino ai 34 anni o gli adulti di età compresa tra i 55 e 74 anni, in possesso di un titolo di scuola media inferiore o superiore, che si recano al *Museo di Roma* per la prima volta.

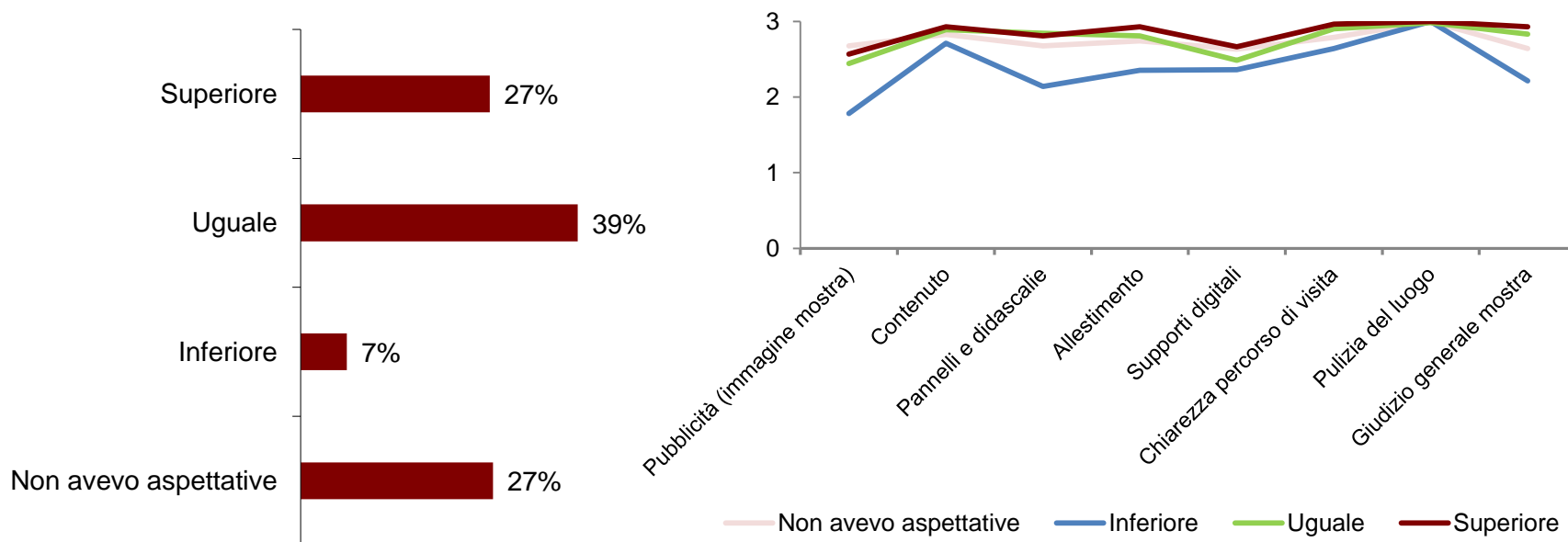


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 27% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita a tale mostra. Il 39% sul campione totale afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 27% è superiore e per il restante 7% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio uguale alle attese siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), uomini, di età adulta 40-64 anni, alcuni già stati al *Museo di Roma* e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della mostra. Invece a non avere aspettative sono soprattutto i turisti, donne, di età giovane 14-25 anni, che vengono per la prima volta in tale museo e sono abbastanza soddisfatte della mostra visitata. Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono in prevalenza gli stranieri, soprattutto uomini, di età compresa tra i 26 e 39 anni, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cfr.* grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questa mostra 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 della mostra che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari al **38%**; il 54% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



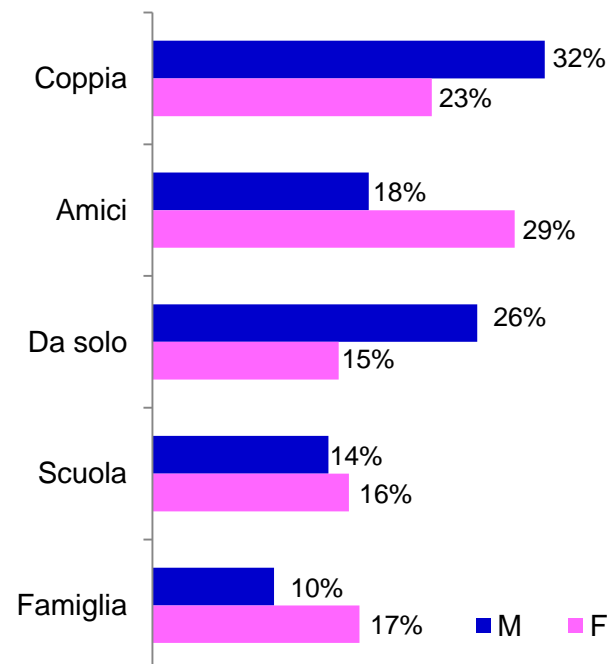
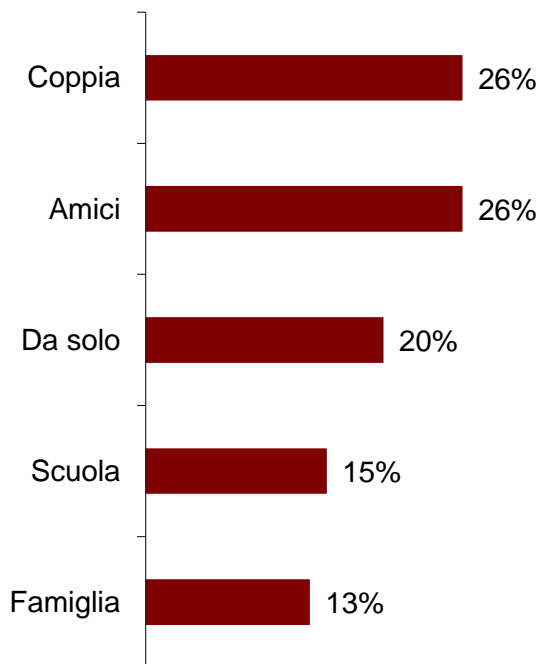
NET PROMOTER SCORE										
Mostra “ <i>Il Sorpasso. Quando l’Italia si mise a correre</i> ” – Museo di Roma 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	1	1	0	0	1	4	25	91	31	57
2%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	12%	42%	15%	27%
DETRATTORI = 4%							PASSIVI = 54%		PROMOTORI = 42%	
42% - 4% = 38%										

Con chi ha visitato la mostra

Un 26% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra in “coppia” ed un 26% in compagnia di “amici”, il 20% risponde “da solo”, il 15% con la “scuola” ed il restante 13% con la propria “famiglia”.

Risulta significativo che ad essere venuti in coppia siano in prevalenza gli uomini, italiani, di età 35-44 anni o al di sopra dei 75 anni, che hanno conseguito un titolo di post laurea, alcuni sono già stati in questo museo e il loro giudizio è uguale alle aspettative. Invece a recarsi in coppia sono principalmente le donne, sia residenti a Roma che in altre province italiane, di età adulta 55-74 anni, con una specializzazione post laurea, alcune già state al *Museo di Roma*, il cui giudizio è uguale alle attese o ne sono prive.

Infine a recarsi da soli sono in particolare gli uomini, stranieri, di età 26-39 anni, laureati, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle proprie aspettative.



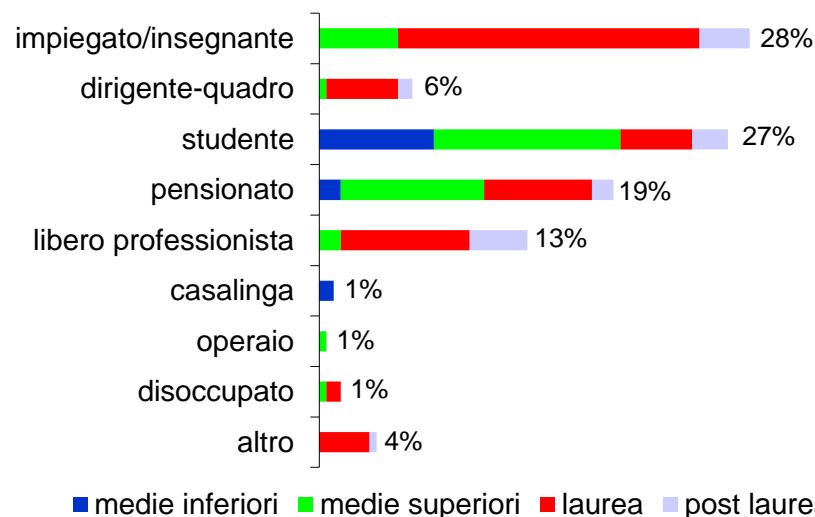
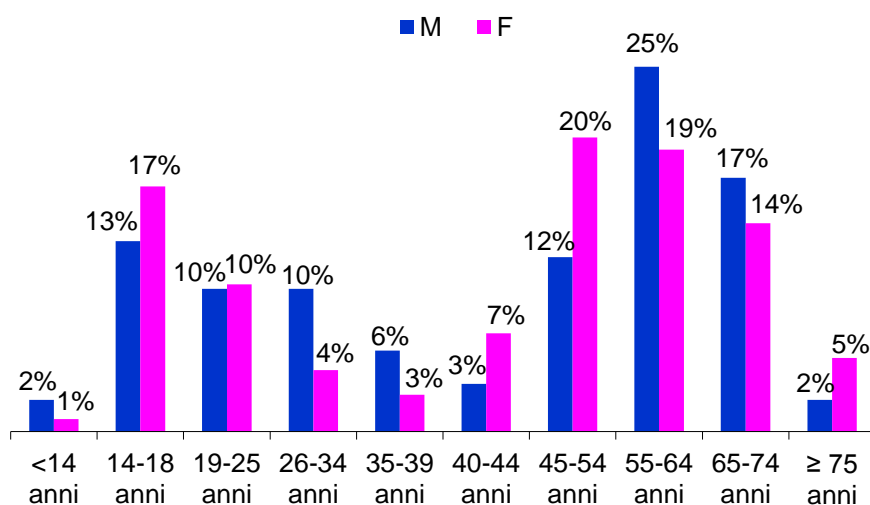
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In tale indagine prevale il genere femminile (56%; era 67% per la mostra “*Artisti all’Opera*” e 63% per la mostra “*Canaletto*”), soprattutto nelle fasce dei 14-18 anni, 40-54 anni ed oltre i 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (55%; in aumento dal 41% emerso per “*Artisti all’Opera*” e in diminuzione dal 68% per la mostra “*Canaletto*”). Rispetto alle mostre precedenti si registra un incremento dei giovani di età 14-25 anni (25%; in netto aumento rispetto all’11% di “*Artisti all’Opera*” e dal 6% di “*Canaletto*”).

Il 61% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (nelle indagini scorse la percentuale raggiungeva rispettivamente 58% e 68%).

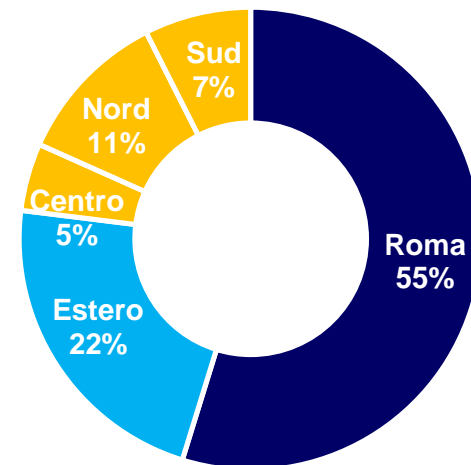
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli occupati dipendenti (28%; in aumento dal 16% emerso per la mostra “*Artisti all’Opera*” e dal 15% per la mostra “*Canaletto*”) e gli studenti (27%; erano il 25% per “*Artisti all’Opera*” e l’8% per “*Canaletto*”); poi seguono i pensionati (19%; in diminuzione dal 29% e dal 50% delle due indagini precedenti).



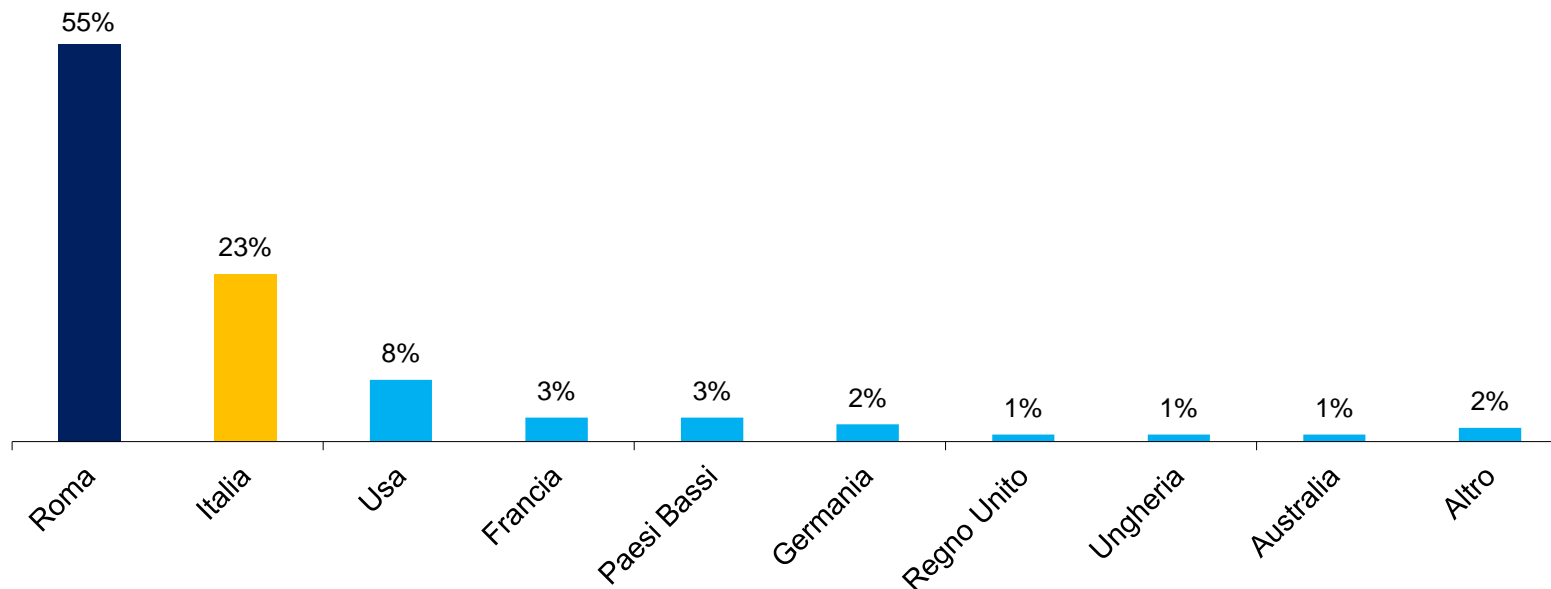
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 55% del campione intervistato è costituito da visitatori romani, il 23% giunge da altre città italiane e il 22% dall'estero. La nazionalità prevalente è quella statunitense (8%), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.

Rispetto alle indagini precedenti diminuisce la presenza dei turisti stranieri, che erano pari al 31% per *“Artisti all’Opera”* e al 37% per *“Canaletto”*. Invece i visitatori italiani sono in netto aumento rispetto al 9% della mostra *“Artisti all’Opera”*, mentre la percentuale di romani è più elevata della mostra *“Canaletto”*, dove raggiungevano una percentuale pari al 40%.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Mostra "Il Sorpasso. Quando l'Italia si mise a correre"	Pubblicità (immagine mostra)	Contenuto	Pannelli e didascalie	Allestimento	Supporti digitali	Chiarezza percorso di visita	Pulizia del luogo	Giudizio generale mostra
Pubblicità (immagine mostra)	1,000	,142*	,059	,068	-,012	,104	,136*	,124
Contenuto	,142*	1,000	,290**	,393**	,035	,219**	-,024	,586**
Pannelli e didascalie	,059	,290**	1,000	,331**	,247**	,121	-,036	,597**
Allestimento	,068	,393**	,331**	1,000	,143*	,238**	-,030	,493**
Supporti digitali	-,012	,035	,247**	,143*	1,000	-,029	.	,245**
Chiarezza percorso di visita	,104	,219**	,121	,238**	-,029	1,000	-,024	,134
Pulizia del luogo	,136*	-,024	-,036	-,030	.	-,024	1,000	-,035
Giudizio generale mostra	,124	,586**	,597**	,493**	,245**	,134	-,035	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 della mostra (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Quasi tutti gli aspetti sono risultati significativi rispetto al giudizio generale, ad eccezione della pubblicità, della chiarezza del percorso di visita e della pulizia del luogo, che per tale motivo sono stati esclusi dalla tabella laterale.

Alla mostra *“Il Sorpasso. Quando l’Italia si mise a correre”* le variabili che risultano più correlate al giudizio generale sono i **pannelli e didascalie**, ma anche il **contenuto**.

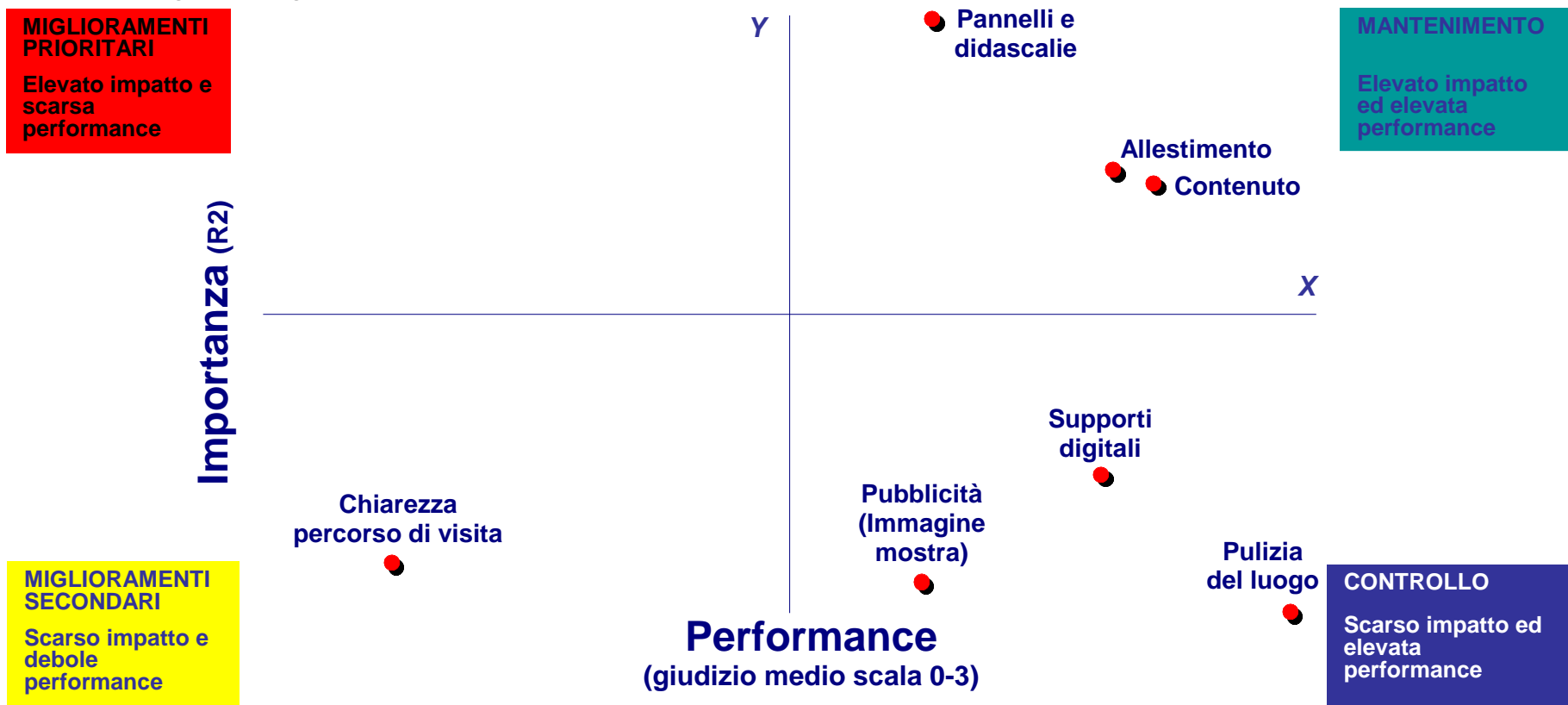
La pulizia del luogo ha un’incidenza negativa sull’esperienza complessiva, seppure sia minima e non significativa.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra <i>“Il Sorpasso. Quando l’Italia si mise a correre”</i>	
Pannelli e didascalie	0,597
Contenuto	0,586
Allestimento	0,493
Supporti digitali	0,245

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **pannelli e didascalie** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche l'**allestimento** e il **contenuto** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sul giudizio generale della mostra, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).

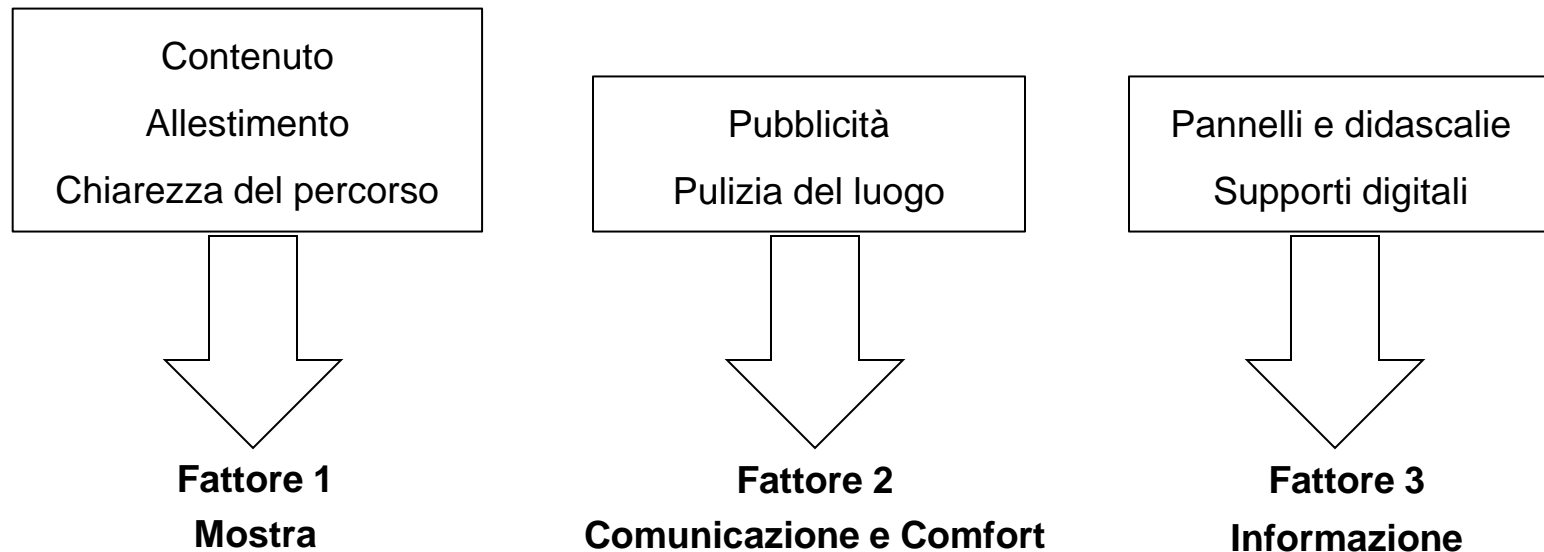


* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

Analisi Fattoriale

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

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Cluster Analysis

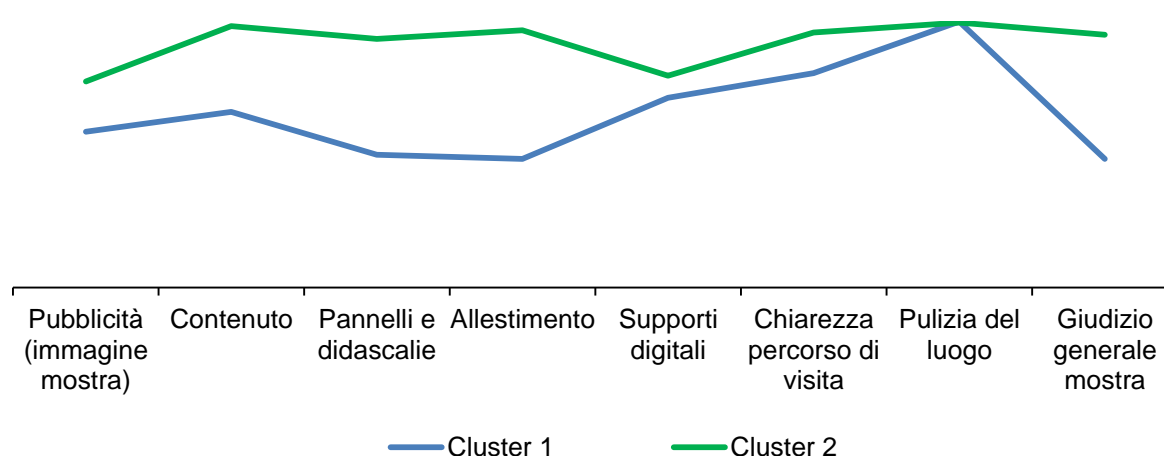
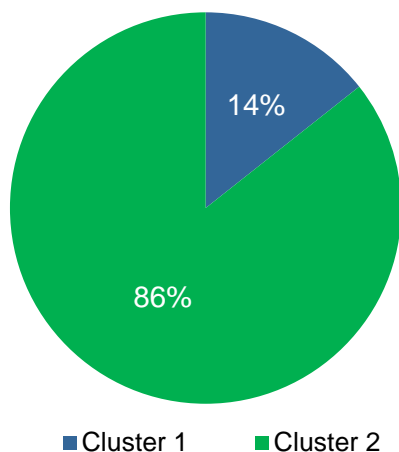
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (31 individui per il *Cluster 1* e 185 per il *Cluster 2*).

Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).

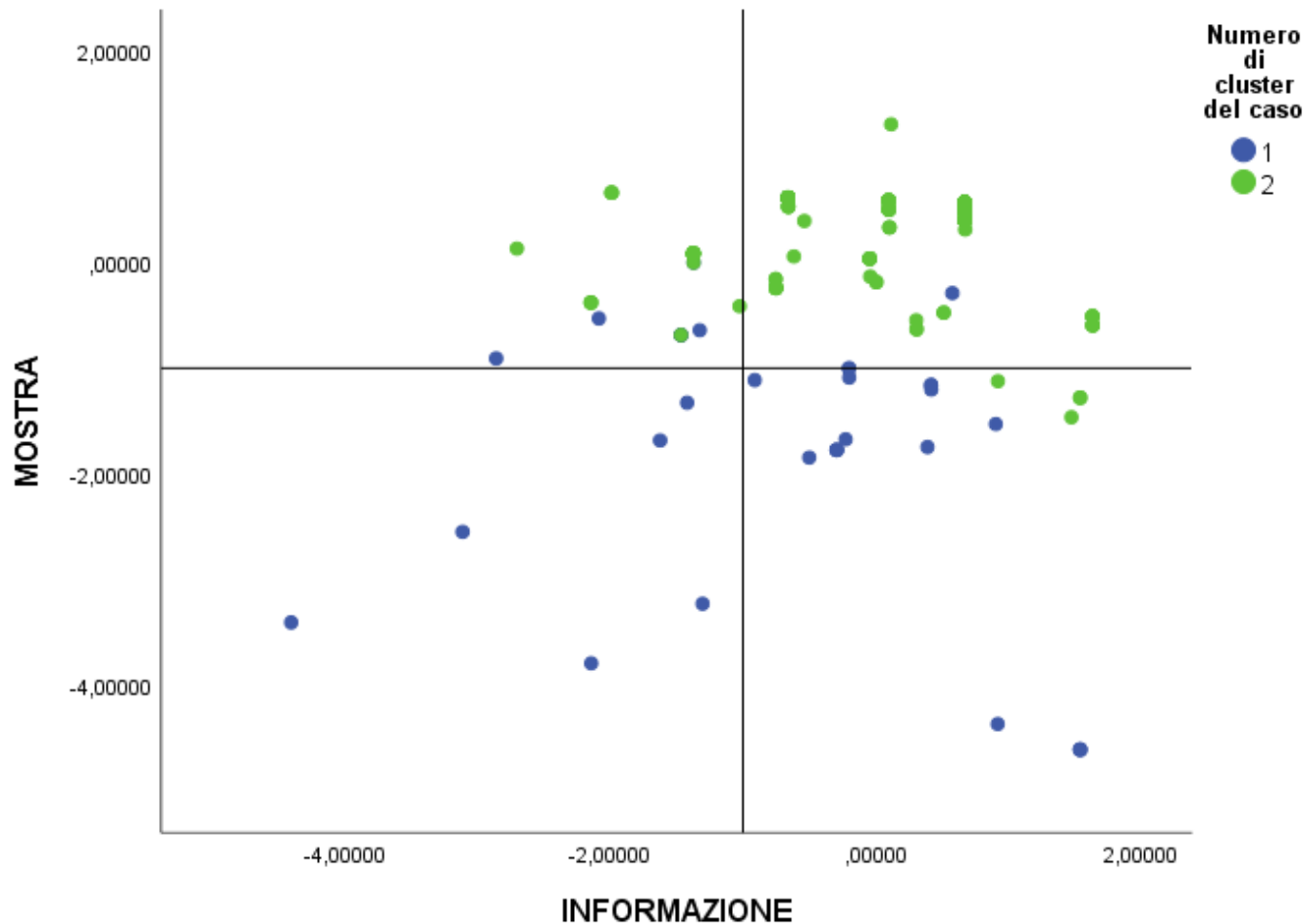
Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza romani, uomini, di età giovane 14-25 anni, con titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti, nuovi visitatori, non conoscono la card Roma Pass, vengono a sapere della mostra attraverso scuola/università ed internet, giungono con la scuola o da soli, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza turisti (soprattutto italiani), donne, di età adulta 45-74 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati/dipendenti, pensionati e liberi professionisti, alcuni già stati al Museo di Roma, conoscono la card Roma Pass, vengono a sapere della mostra per caso oppure tramite passaparola e pubblicità, giungono in coppia, con amici o famiglia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media il Cluster 2, ovvero quello dei “Molto Soddisfatti”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 degli “Abbastanza Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 1 (*Mostra*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 102**

ELOGI bellissima mostra. **Totale 3**

SUPPORTI INFORMATIVI didascalie imprecise, più approfondimenti ed informazioni sul contesto storico, politico e quotidiano (17), didascalie mal posizionate, non chiaro a quali foto si riferiscano (14), mancano dei riferimenti cronologici nelle didascalie (5), altro (6). **Totale 42**

SUPPORTI DIGITALI più filmati/video, maggiore interattività (13), sequenza video poco chiara, possibilità di scelta dei video da guardare (8), possibilità di regolare il volume dell'audio (5), i sottotitoli dovrebbero essere sia in inglese che in italiano (4), altro (4). **Totale 34**

CONTENUTO mostra un po' povera dal punto di vista dei contenuti (10), esporre più oggetti inerenti a quell'epoca (8), più foto (5), altro (5). **Totale 28**

COMUNICAZIONE immagine grafica migliorabile, non è corrispondente al contenuto della mostra (11), il titolo è fuorviante, fa pensare ad una mostra cinematografica (2). **Totale 13**

SEGNALETICA INTERNA da evidenziare per i servizi igienici (4), altro (3). **Totale 7**

ILLUMINAZIONE presenza di riflessi su alcune foto **Totale 5**

ALTRO. **Totale 23**

**TOTALE 152 SUGGERIMENTI
MOSTRA IL SORPASSO**

Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a rendere migliore l'organizzazione e la qualità dei nostri servizi di questa mostra temporanea.

1. Negli ultimi 5 anni è già venuto al Museo di Roma?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì, raramente (1-3 volte) Sì, spesso (oltre 3 volte)

2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? Sì No Non la conosco

3. Attraverso quale canale di comunicazione è venuto a conoscenza della mostra?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> pubblicità (indicare se stampa o affissione) |
| <input type="checkbox"/> www.museiincomune.it | <input type="checkbox"/> televisione/radio |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> scuola/università |
| <input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio | <input type="checkbox"/> social network |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> in biglietteria |
| <input type="checkbox"/> amici-parenti | <input type="checkbox"/> altro..... |

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala sottostante:

	Non utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
4. Pubblicità (Immagine della mostra)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contenuto della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Apparato didattico (Pannelli e didascalie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Allestimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Chiarezza percorso di visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Giudizio generale della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Rispetto alle aspettative, il suo giudizio sulla mostra è:	<input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative				
13. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico?	MINIMO <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10 MASSIMO				

14. Con chi ha visitato la mostra? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro

15. Aspetti da migliorare Nessuno

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI :

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 studi superiori laurea post laurea

Professione:

Provenienza: Roma Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....