



Indagini di Customer Satisfaction

Galleria d'Arte Moderna

29 Settembre – 6 Ottobre 2020

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 2019-2020
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card 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 **116** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 29 settembre al 6 ottobre** presso la **Galleria d'Arte Moderna** (gli intervistati rappresentano il 35% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano presenti le mostre temporanee “*Shepard Fairey. 3 decades of dissent*”, “*Sten Lex. Rinascita*” e “*#DomaniInArte*”.

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 2,56\%$.

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 2020, 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 **2,81** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (2,97), il **personale di biglietteria** (2,96) e il **personale in sala** (2,84).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Il **guardaroba** e le **opere della collezione** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma solo la collezione risulta quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 18-20). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti digitali** (n. 12 suggerimenti) ed i **supporti informativi** (n. 12 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **residenti a Roma** (73% sul totale), **impiegati** e **pensionati** (28% per entrambe le categorie), in possesso di un titolo di **laurea** o **post laurea** (68%), di età adulta compresa tra i **45** e **74 anni** (53% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza del museo attraverso **internet** (33%); poi seguono il **passaparola** (24%) e la **mostra temporanea** (10%), in corso durante l'indagine di *customer satisfaction*.

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso internet siano soprattutto i visitatori di età 19-34 anni (*social*) o 45-64 anni (*altri siti web*), mai stati in questo museo, con un giudizio superiore alle attese, hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece il passaparola emerge principalmente tra i giovani di età 19-34 anni e gli adulti over 65 anni, alcuni dei quali hanno già visitato la *Galleria d'Arte Moderna*, il loro giudizio è uguale alle proprie aspettative, hanno visto più di tre musei nell'ultimo anno e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza. La mostra prevale per chi appartiene alla fascia dei 45-54 anni, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle attese, non hanno visitato altri musei e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.

Tabella riassuntiva

Galleria d'Arte Moderna 2020	Media	Mediana*	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,48	3,00	109	7	0,647	6%	56%	0%	92%
Orari di apertura	2,77	3,00	116	0	0,424	0%	77%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,96	3,00	115	1	0,205	1%	96%	0%	100%
Guardaroba	2,80	3,00	50	66	0,404	56%	80%	0%	100%
Opere della collezione	2,77	3,00	112	4	0,445	3%	78%	0%	99%
Supporti informativi	2,77	3,00	116	0	0,482	0%	78%	1%	99%
Supporti digitali	2,58	3,00	104	12	0,496	10%	58%	0%	100%
Personale in sala	2,84	3,00	74	42	0,371	36%	84%	0%	100%
Segnaletica interna	2,78	3,00	115	1	0,474	1%	81%	0%	97%
Posti a sedere	2,67	3,00	92	24	0,576	21%	73%	0%	95%
Pulizia del sito	2,97	3,00	113	3	0,161	3%	97%	0%	100%
Libreria	2,40	2,00	77	39	0,613	33%	47%	0%	94%
Esperienza complessiva	2,81	3,00	113	3	0,418	3%	81%	0%	99%

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

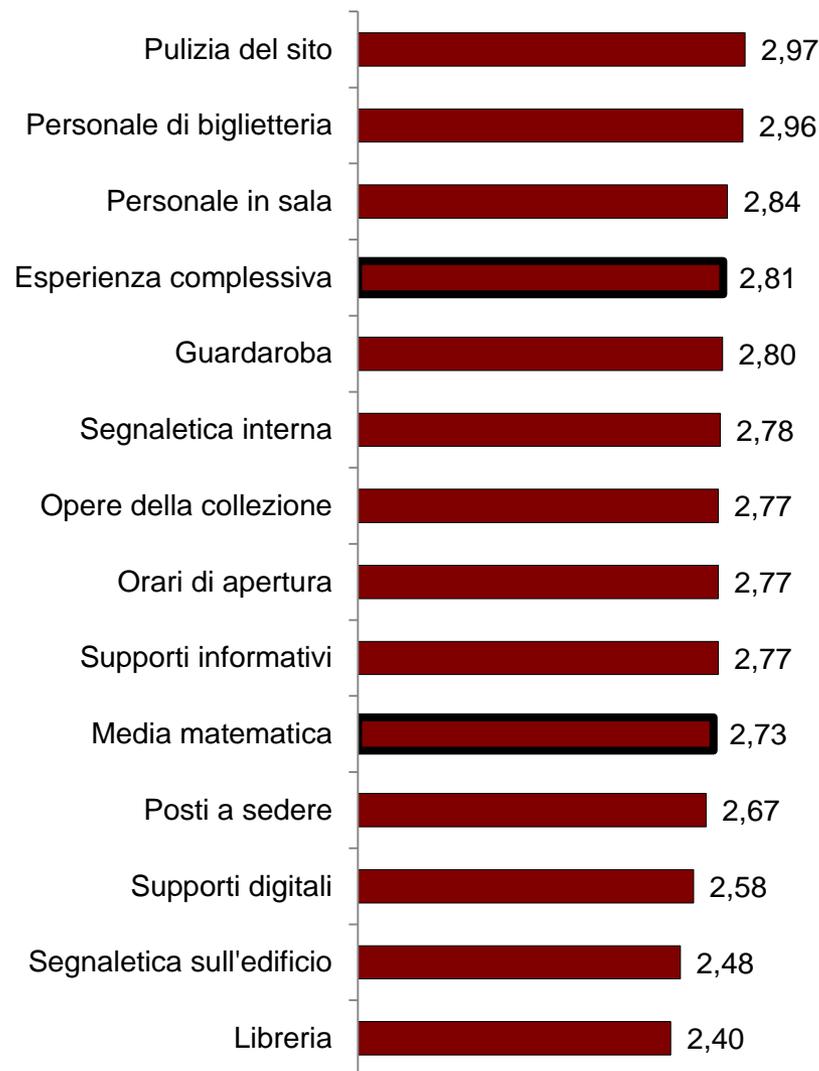
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,73).

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 la **pulizia del sito**, il **personale di biglietteria** e **in sala**.

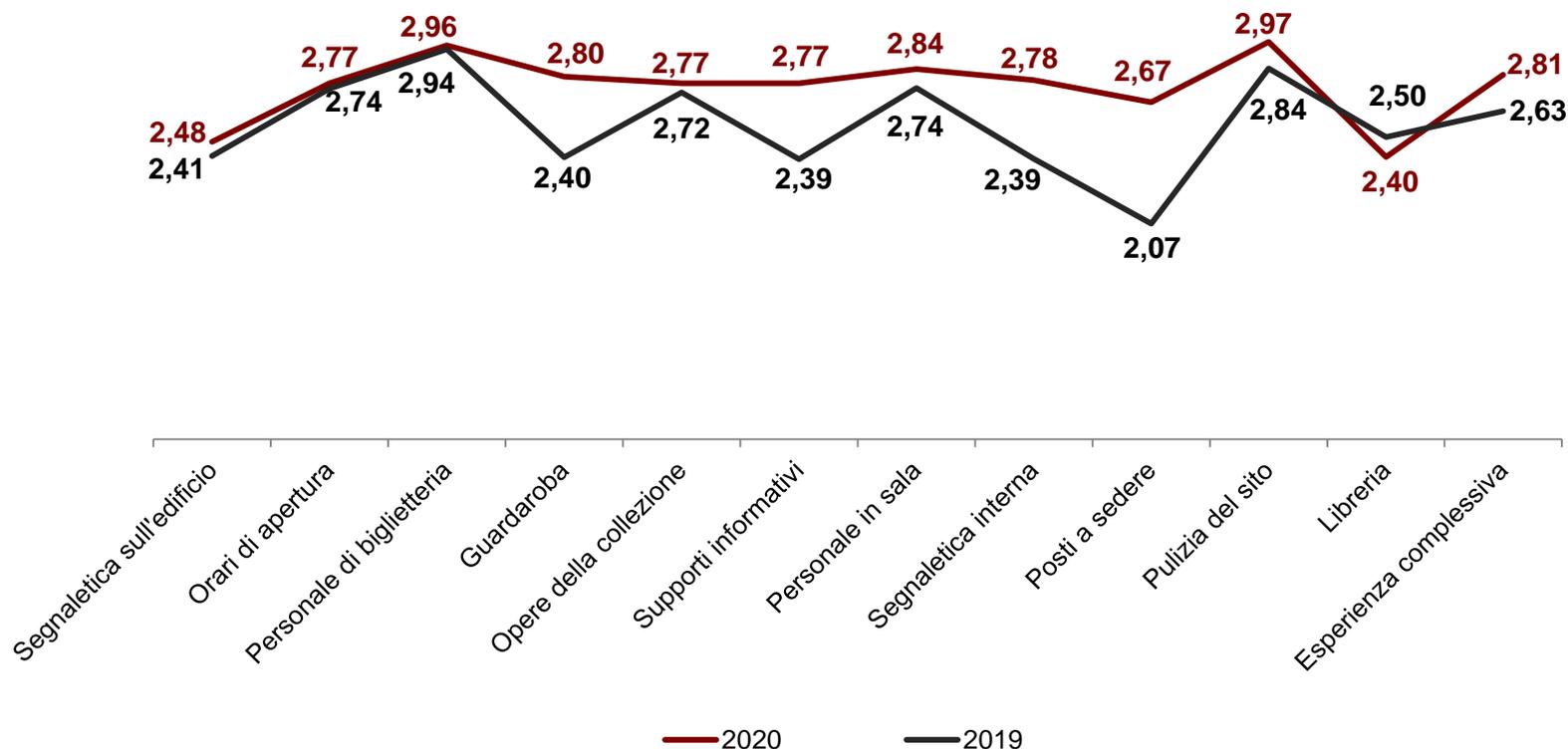
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2019-2020

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto lineare, anche se si rileva uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

Si registra un aumento generale del livello medio di soddisfazione, in particolar modo sui seguenti aspetti: guardaroba, supporti informativi, segnaletica interna e posti a sedere. Invece si rileva una lieve flessione sulla libreria, seppure la media resti superiore allo standard minimo di 2,20 (si evidenzia che il 67% degli intervistati ha usufruito di tale servizio).

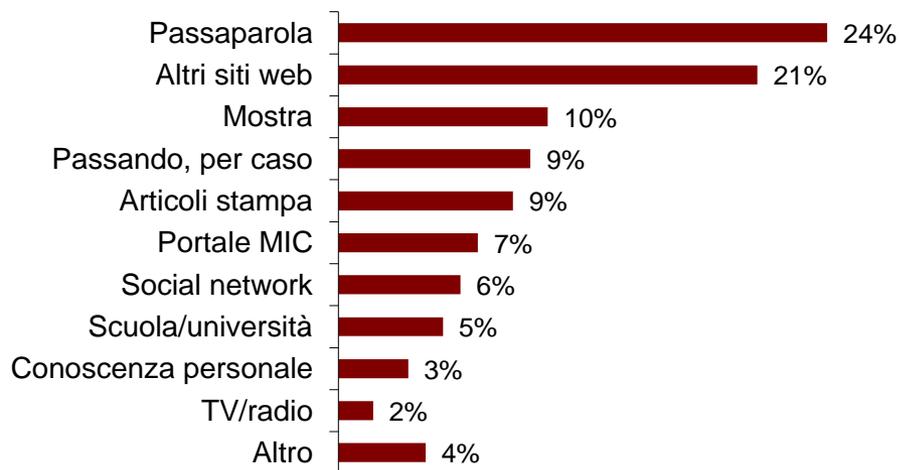


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 34% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**internet**” (di cui il 21% si riferisce ad “**altri siti internet**”, il 7% attraverso il “**portale MIC**” e il **6%** tramite “**social network**”; nel 2019 la percentuale complessiva del canale web era pari al 33% sul totale degli intervistati). Il 24% risponde “**passaparola**” (in calo dal 31% emerso nell’indagine precedente) e il 10% ha scoperto questo museo attraverso la “**mostra**” (10%; voce non presente lo scorso anno).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso internet siano soprattutto i visitatori di età 19-34 anni (*social*) o 45-64 anni (*altri siti web*), mai stati in questo museo, con un giudizio superiore alle attese, hanno frequentato meno di tre musei nell’ultimo anno e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece il passaparola emerge principalmente tra i giovani di età 19-34 anni e gli adulti over 65 anni, alcuni dei quali hanno già visitato la *Galleria d’Arte Moderna*, il loro giudizio è uguale alle proprie aspettative, hanno visto più di tre musei nell’ultimo anno e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza.

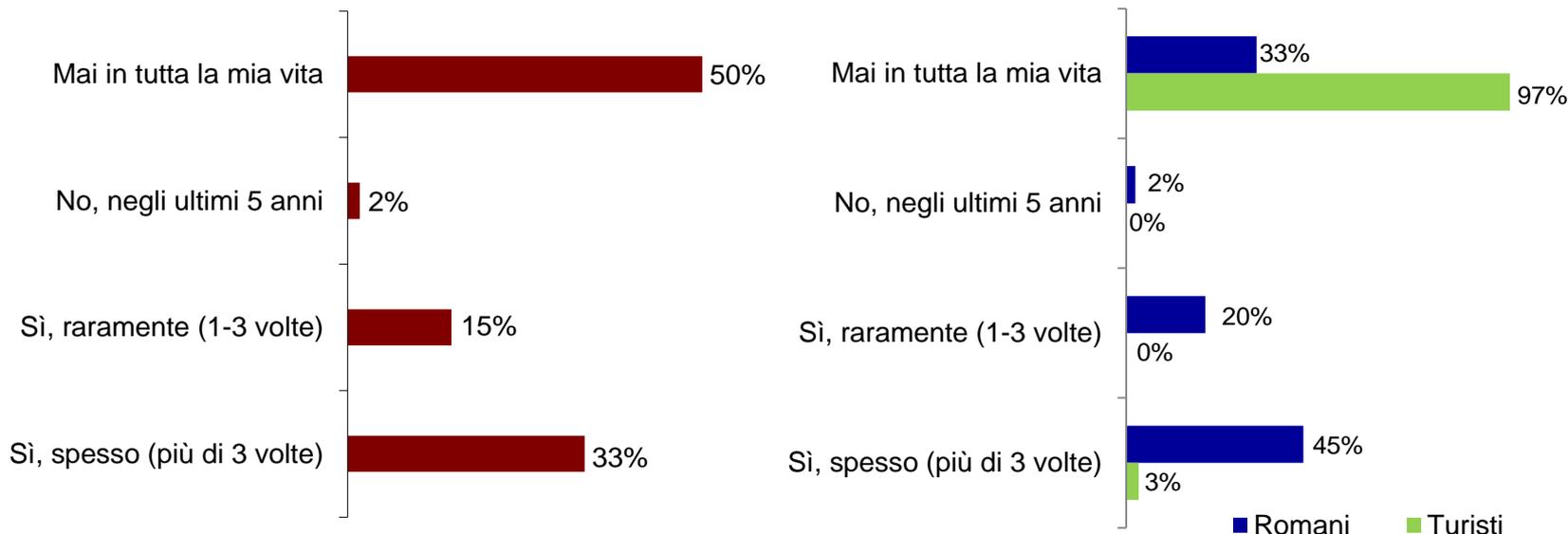
La mostra prevale per chi appartiene alla fascia dei 45-54 anni, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle attese, non hanno visitato altri musei e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La metà del campione intervistato (50% sul totale) afferma di non essere mai stato prima alla *Galleria d'Arte Moderna*, il 48% vi è già stato (di cui il 33% **“più di tre volte”** e il 15% **“da una a tre volte”**) ed il restante 2% non vi si è recato negli cinque anni.

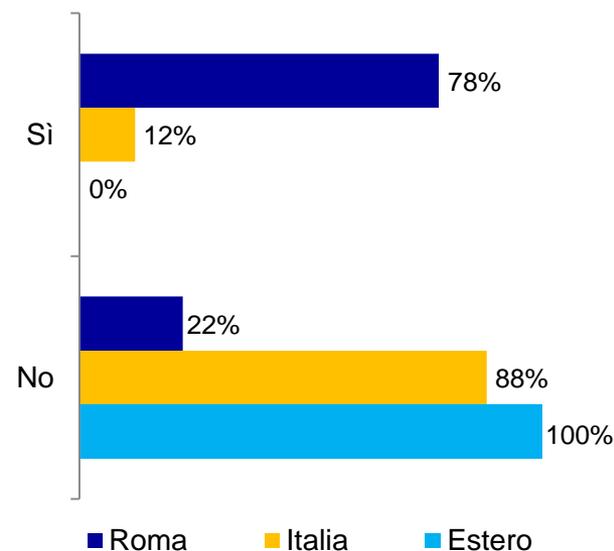
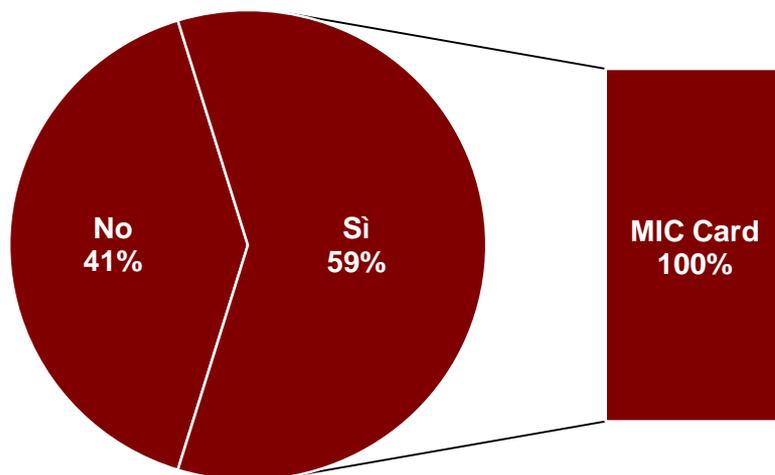
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), prevalentemente italiani, di età giovane inferiore ai 39 anni, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, con un giudizio superiore alle aspettative, non hanno visitato altri musei nell'ultimo anno e in generale sono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visto la *Galleria d'Arte Moderna* sono prevalentemente i visitatori romani, adulti oltre i 40 anni, alcuni hanno utilizzato la *MIC Card* per accedere, il loro giudizio è uguale alle proprie attese, hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 59% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (la totalità di essi si riferisce alla **MIC Card**), mentre il 41% afferma di non averne utilizzata alcuna card.

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), che sono già stati in questo museo, con un giudizio superiore o uguale alle aspettative e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Galleria d'Arte Moderna*, sono principalmente i turisti (in prevalenza stranieri), che vi si recano la prima volta, non hanno aspettative a priori e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.



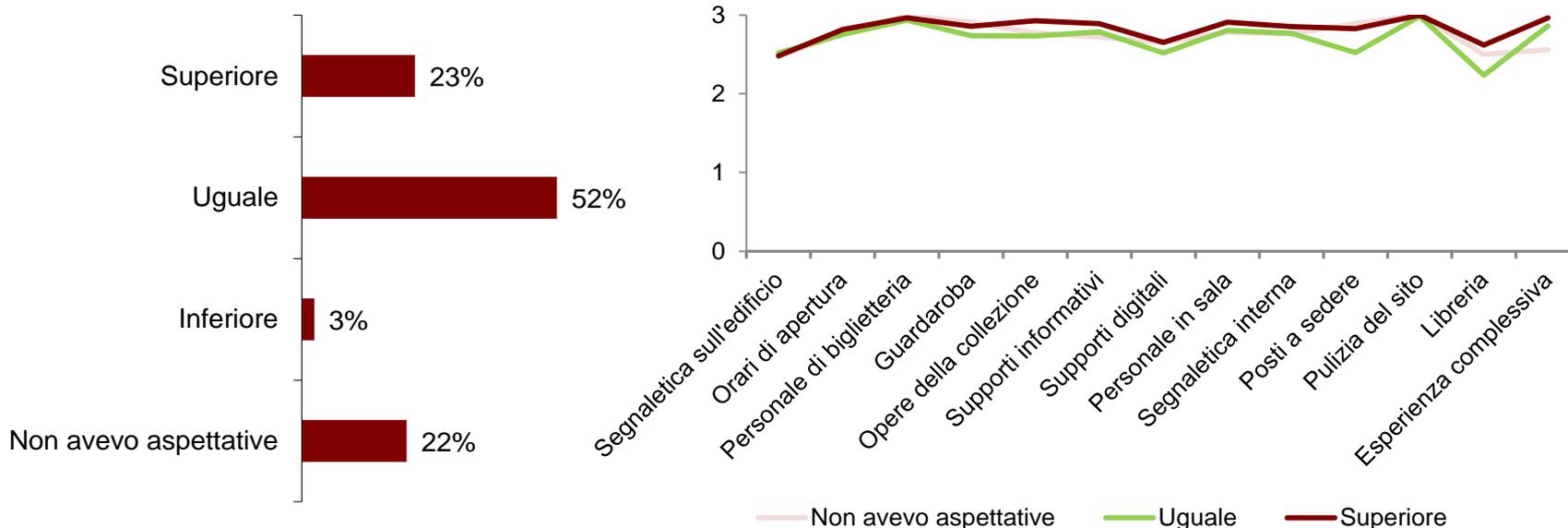
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 52% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 23% è superiore e solo il restante 3% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative.

Il 22% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita,

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle attese siano in particolare i romani, che hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare e si ritengono molto soddisfatti. Ma chi ha un giudizio superiore alle aspettative è laureato e non ha mai visitato il museo, mentre il giudizio è uguale alle attese soprattutto per i visitatori diplomati, che sono già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*. Invece a non avere aspettative sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, con un diploma di scuola media superiore, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare e in generale sono abbastanza soddisfatti.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



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**, ovvero gli 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 *Galleria d'Arte Moderna* è pari al **53%**; si evidenzia che il 39% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



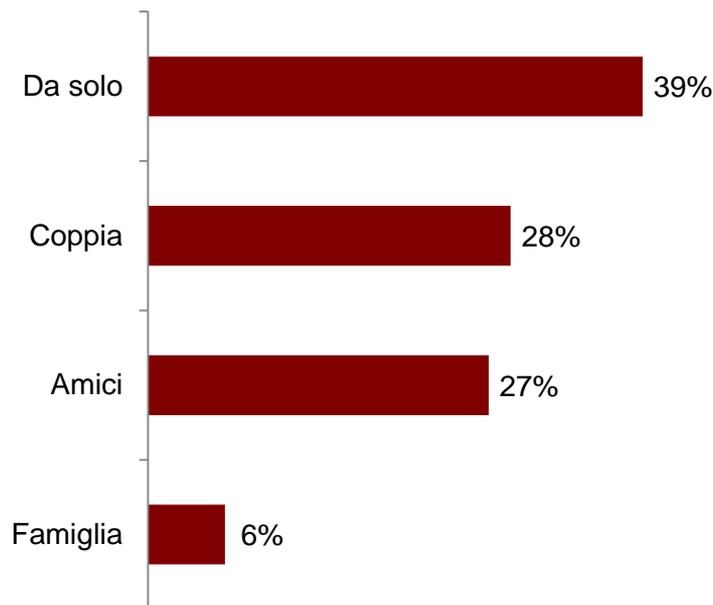
NET PROMOTER SCORE <i>Galleria d'Arte Moderna 2020</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	0	1	2	7	38	26	41
0%	0%	0%	1%	0%	1%	2%	6%	33%	22%	35%
DETRATTORI = 4%							PASSIVI = 39%	PROMOTORI = 57%		
57% - 4% = 53%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “**da solo**”, il 28% in “**coppia**”, il 27% in compagnia di “**amici**” ed il restante 6% con la propria “**famiglia**”.

Risulta significativo che a venire da soli siano in prevalenza coloro che appartengono alle fasce di età compresa tra i 40 e 54 anni, con un giudizio superiore alle attese, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. A visitare la *Galleria d'Arte Moderna in coppia* sono soprattutto i giovani di età 26-34 anni e gli adulti 55-64 anni, che hanno un giudizio uguale alle proprie aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece a recarsi con gli amici sono in particolare i visitatori giovani di età 19-25 anni e adulti over 65 anni, senza aspettative a priori, il cui giudizio complessivo è abbastanza soddisfacente.

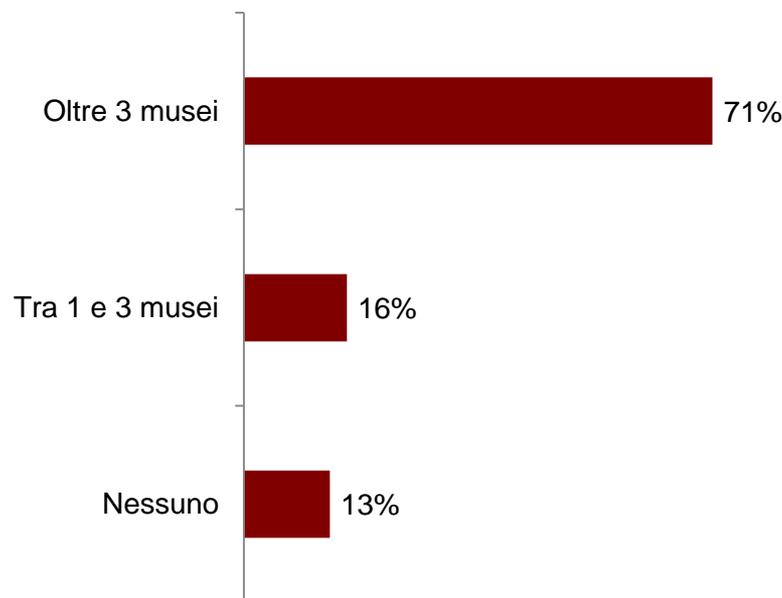
Infine visitano il museo con la famiglia gli adulti al di sopra dei 65 anni, che rilasciano un giudizio superiore alle attese e sono molto soddisfatti della loro esperienza in questo museo.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 71% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 16% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il restante 13% “**nessuno**”.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno già visitato la *Galleria d'Arte Moderna* e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i nuovi visitatori, il cui giudizio generale è abbastanza soddisfacente.



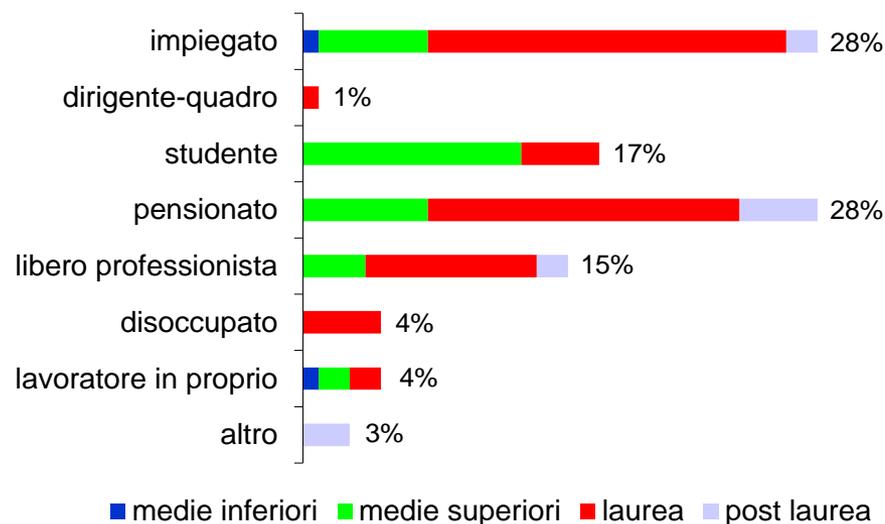
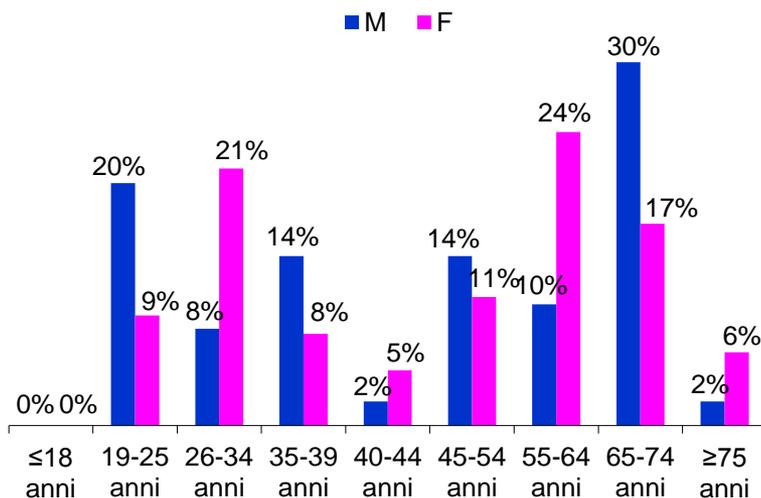
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (57%; lo scorso anno le donne rappresentavano il 66% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 26-34 anni e 55-64 anni. Invece gli uomini emergono in particolare nelle fasce dei 19-25 anni, 35-39 anni e 65-74 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle adulte comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 53% sul totale del campione intervistato (60% nel 2019).

Il 68% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (71% nell'indagine precedente).

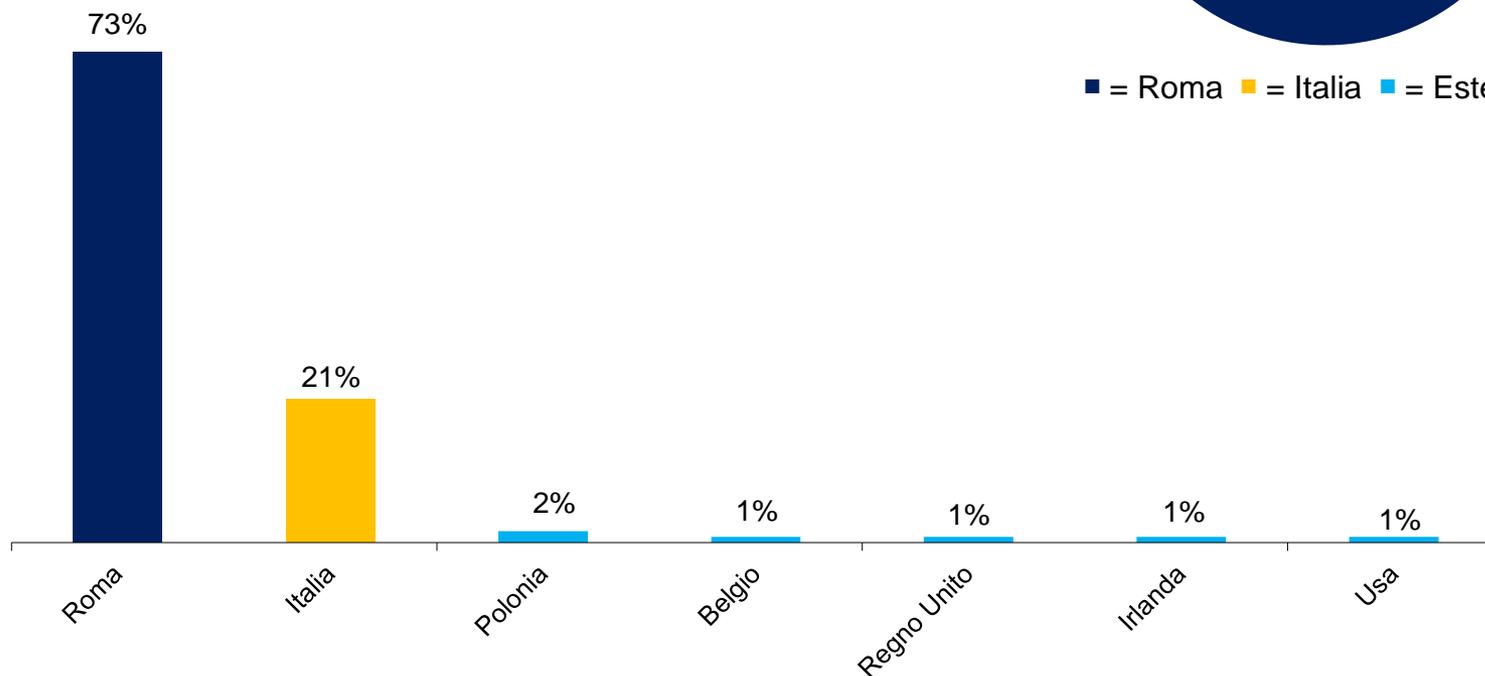
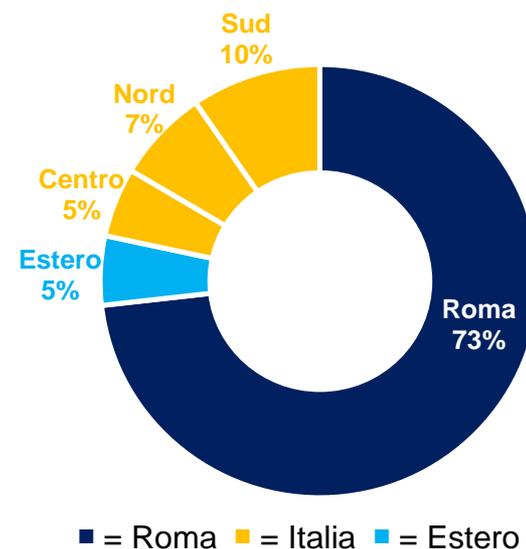
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** e i **pensionati**, entrambi col 28% sul totale (nella scorsa indagine erano rispettivamente il 31% e il 27%), seguono gli studenti (in discesa dal 27% nel 2019 al 17%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 73% del campione intervistato è costituito da visitatori **romani** (66% nell'indagine precedente), mentre coloro che giungono da **altre province italiane** aumentano dal 14% della scorsa indagine al 22%. Rispetto allo scorso anno sono in netta discesa i **turisti stranieri**, che passano dal 20% emerso nel 2019 al 5% nel 2020.

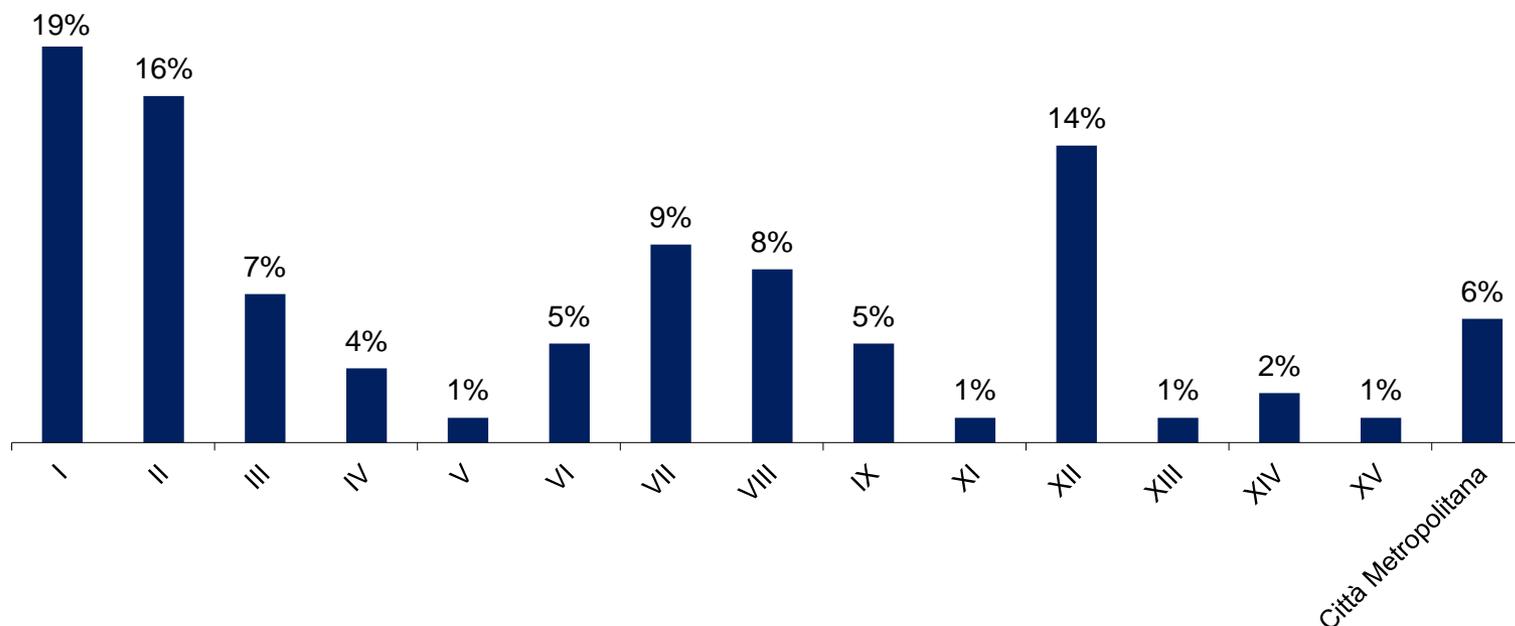
Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sulla provenienza estera.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani, risulta che a prevalere siano soprattutto quelli centrali, ovvero i **Municipi I e II** (rispettivamente 19% e 16% sul totale). Segue il **Municipio XII** (14%), ma si rileva una ripartizione piuttosto diversificata, che denota una buona frequentazione del museo da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città, incluse quelle periferiche.

Per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante.



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Galleria d'Arte Moderna	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,309**	0,008	0,038	-0,150	,310**	,307**	0,192	0,112	0,209	,259**	0,115	-0,026
Orari di apertura	,309**	1,000	0,089	0,109	-0,054	0,105	0,070	,243*	-0,117	0,092	0,166	-0,075	0,070
Personale di biglietteria	0,008	0,089	1,000	0,151	,295**	-0,112	0,131	,398**	0,001	,215*	-0,032	0,077	0,006
Guardaroba	0,038	0,109	0,151	1,000	0,148	0,055	-0,059	,349*	-0,084	,347*	0,169	0,243	0,201
Opere della collezione	-0,150	-0,054	,295**	0,148	1,000	-0,012	0,088	0,134	0,015	0,061	0,074	0,214	,259**
Supporti informativi	,310**	0,105	-0,112	0,055	-0,012	1,000	0,126	0,003	0,013	-0,098	0,043	0,213	0,068
Supporti digitali	,307**	0,070	0,131	-0,059	0,088	0,126	1,000	0,030	0,009	,286**	,207*	,283*	-0,016
Personale in sala	0,192	,243*	,398**	,349*	0,134	0,003	0,030	1,000	0,060	,300*	-0,089	0,058	0,199
Segnaletica interna	0,112	-0,117	0,001	-0,084	0,015	0,013	0,009	0,060	1,000	0,100	0,060	-0,058	0,017
Posti a sedere	0,209	0,092	,215*	,347*	0,061	-0,098	,286**	,300*	0,100	1,000	0,073	,528**	-0,124
Pulizia del sito	,259**	0,166	-0,032	0,169	0,074	0,043	,207*	-0,089	0,060	0,073	1,000	0,036	0,091
Libreria	0,115	-0,075	0,077	0,243	0,214	0,213	,283*	0,058	-0,058	,528**	0,036	1,000	0,212
Esperienza complessiva	-0,026	0,070	0,006	0,201	,259**	0,068	-0,016	0,199	0,017	-0,124	0,091	0,212	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.

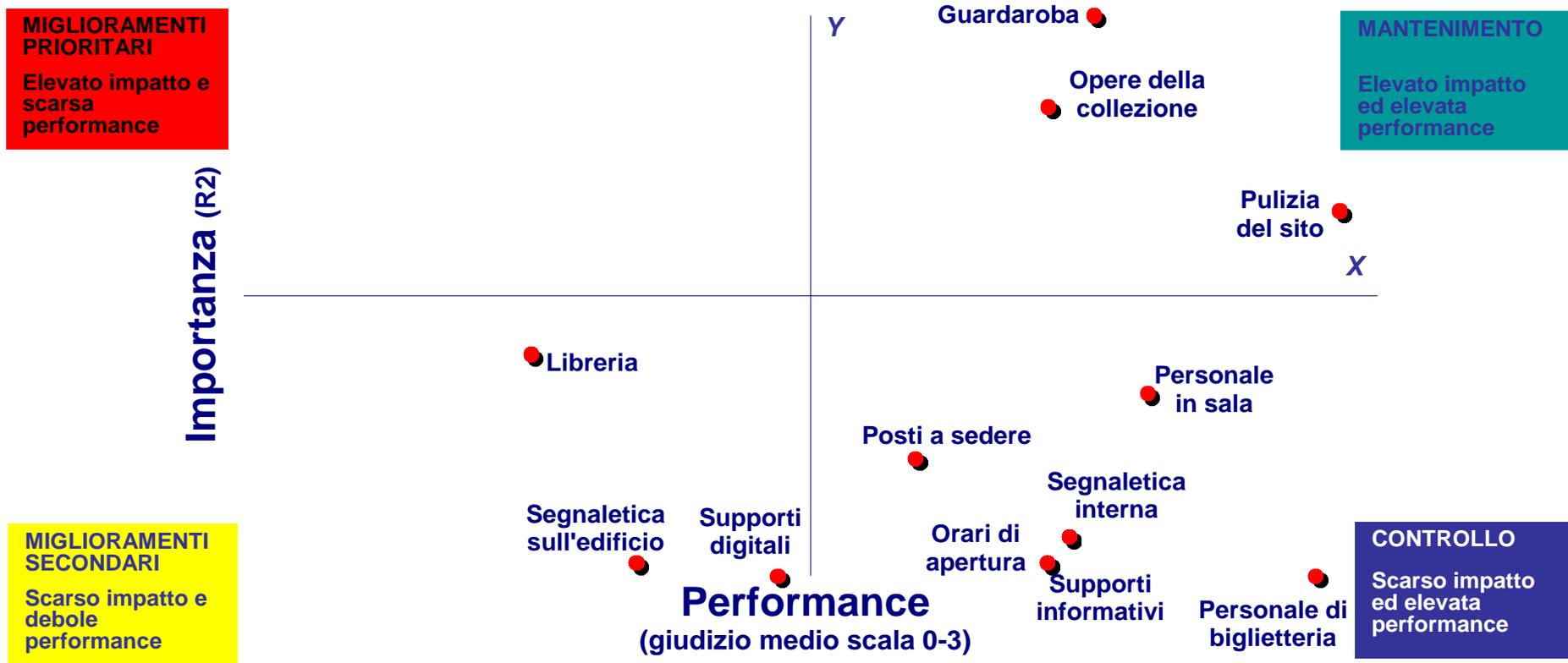
Per la *Galleria d'Arte Moderna* le **opere della collezione** sono l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Galleria d'Arte Moderna - 2020</i>	
Opere della collezione	0,259

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba** e le **opere della collezione** sono gli aspetti più importanti e soddisfacenti, ma anche la **pulizia del sito** si posiziona nel quadrante in alto a destra. 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.

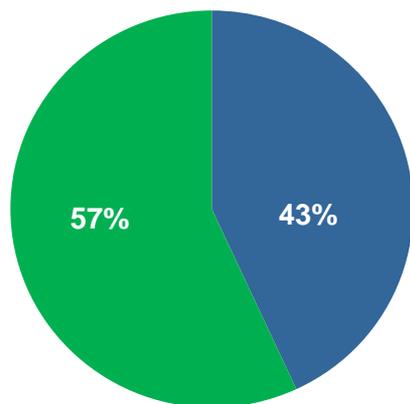
Cluster Analysis

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

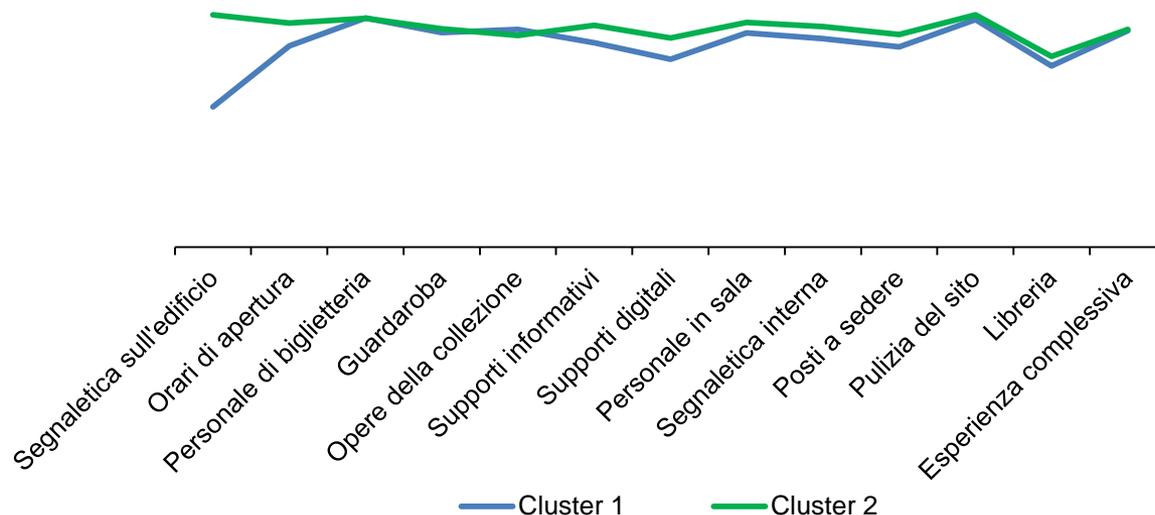
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (50 individui per il *Cluster 1* e 66 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che la 2° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza donne, residenti a Roma, di età 26-34 anni e 55-64 anni, in possesso di un titolo di laurea o post laurea, liberi professionisti e pensionati, alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, scoprono il museo attraverso internet o per la mostra temporanea in corso, utilizzano la MIC Card per entrare, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative oppure ne sono privi.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini, turisti, di età 19-25 anni e 35-39 anni, diplomati, studenti e impiegati, nuovi visitatori, scoprono il museo tramite il passaparola, non usufruiscono di una card per accedere, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative.



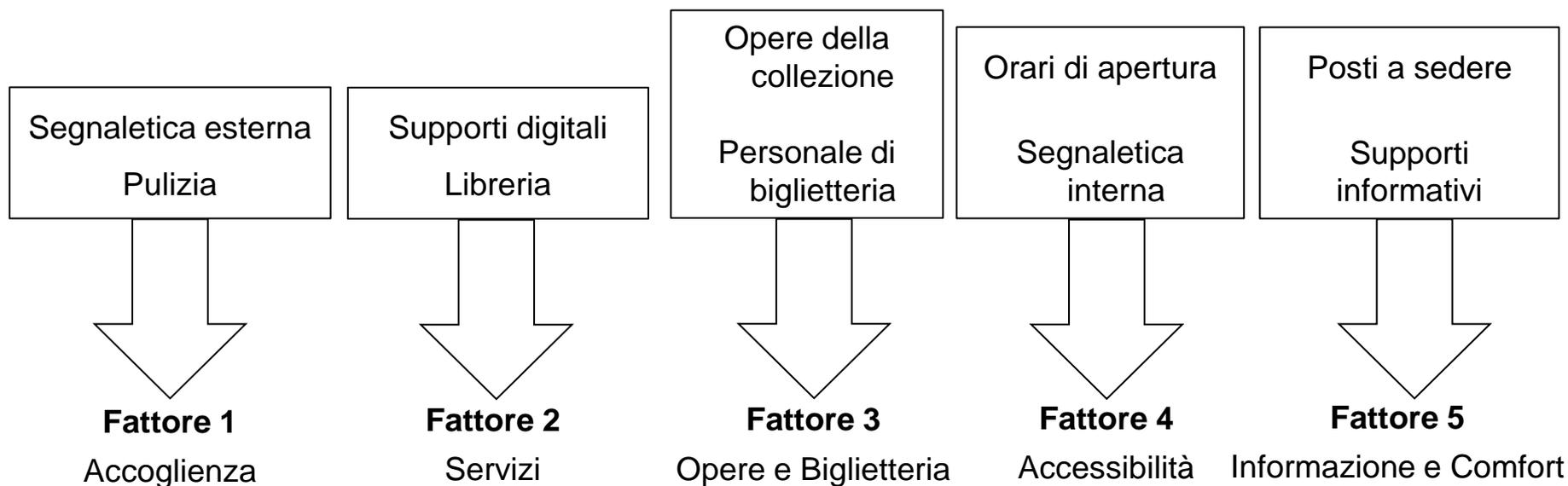
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

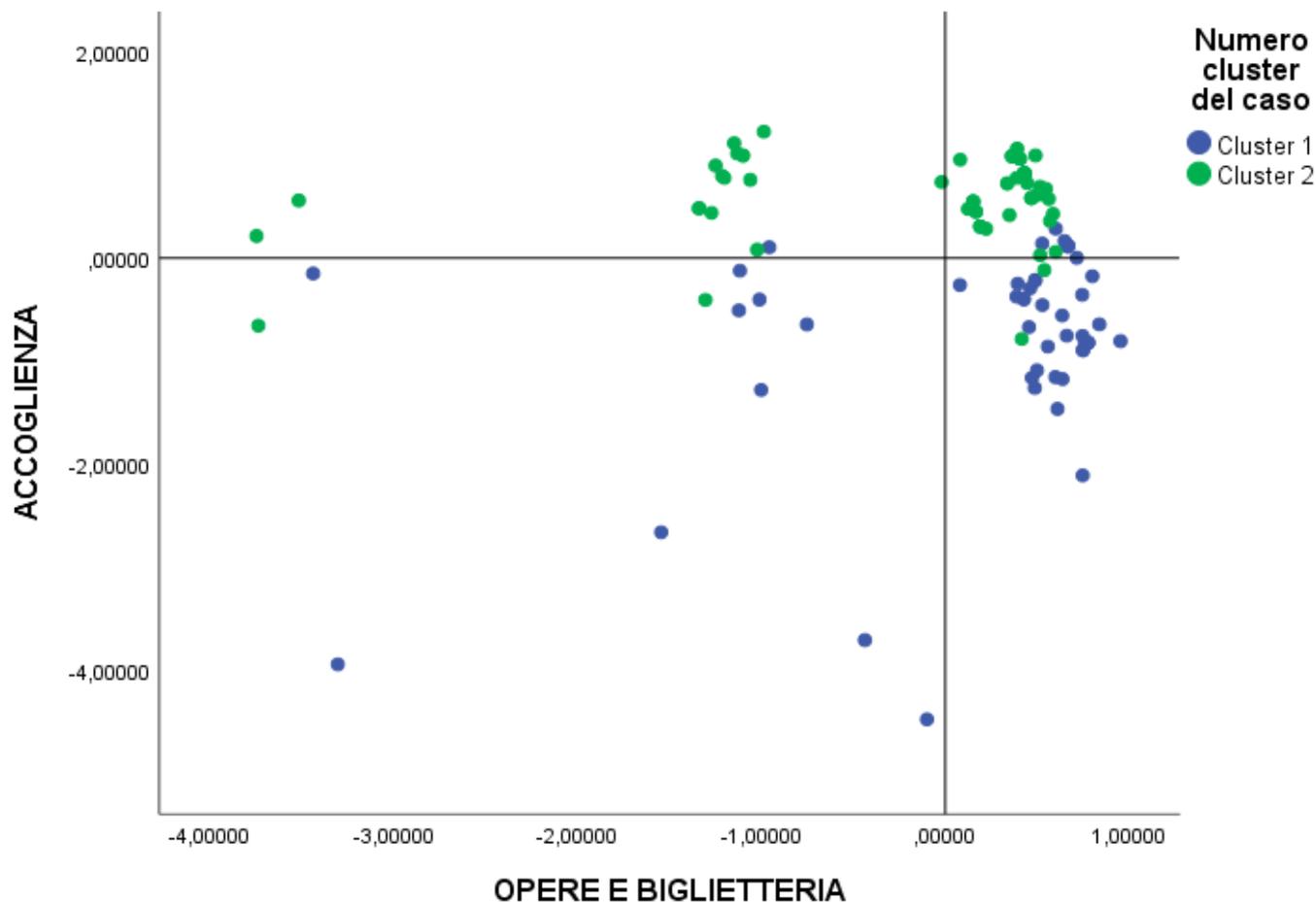
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e il personale in sala sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 5 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione soprattutto sul Fattore 1 (*Accoglienza*), mentre il Cluster 1 evidenzia una maggiore dispersività sui giudizi medi rilasciati dai visitatori intervistati.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 65**

ELOGI sulla mostra (4), bellissimo il museo e la collezione (2). **Totale 6**

SUPPORTI DIGITALI mancano i sottotitoli in italiano nel video (6), malfunzionamento di uno schermo (2), proiezione in una sala più grande (2), abbassare il volume (2). **Totale 12**

SUPPORTI INFORMATIVI pannelli troppo lunghi (6), ingrandire il carattere delle didascalie perché sono poco leggibili (3), altro (3). **Totale 12**

ESTERNO poco curato e presenza di impalcature (5), panchine per l'area esterna (1). **Totale 6**

COLLEZIONE poche opere in esposizione (4), più pittura e meno scultura (1). **Totale 5**

ALLESTIMENTO carente, sculture non valorizzate. **Totale 3**

MATERIALE INFORMATIVO all'accoglienza mancano depliant e/o locandine. **Totale 3**

ORARIO aperture serali, posticipare la chiusura. **Totale 3**

ALTRO. Totale 14

**TOTALE 58 SUGGERIMENTI
GALLERIA D'ARTE MODERNA**

Allegato 1a: Questionario (fronte)

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? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></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 una card per entrare nel museo? <i>Did you use any card to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> (quale?/which? <input type="checkbox"/> ROMA PASS <input type="checkbox"/> MIC CARD) <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i></p>					
<p>3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i></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. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 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"/>
10. Supporti digitali/ <i>Digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Esperienza Museale nel suo complesso/ <i>Overall Museum Experience</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>19. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></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 1b: Questionario (retro)

20. Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with? <input type="checkbox"/> Da solo/ <i>By myself</i> <input type="checkbox"/> Gruppo organizzato/ <i>Group Tour</i> <input type="checkbox"/> Coppia/ <i>Partner-Companion</i> <input type="checkbox"/> Amici/ <i>Friends</i> <input type="checkbox"/> Famiglia/ <i>Family</i> <input type="checkbox"/> Scuola/ <i>School</i> <input type="checkbox"/> Altro/ <i>Other</i>	
21. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited? <input type="checkbox"/> Nessuno/ <i>None</i> <input type="checkbox"/> Tra 1 e 3 musei / <i>1-3 museums</i> <input type="checkbox"/> Oltre 3 musei / <i>More than 3 museums</i>	
22. Aspetti da migliorare/ Features to improve <input type="checkbox"/> niente/ <i>nothing</i> _____ _____ _____	
DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:	
Età/ Age: <input type="checkbox"/> <14 <input type="checkbox"/> 14 -18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55- 64 <input type="checkbox"/> 65-74 <input type="checkbox"/> 75 e più/ <i>75 and more</i>	
Sesso/ Gender: <input type="checkbox"/> Uomo/ <i>Man</i> <input type="checkbox"/> Donna/ <i>Woman</i>	
Titolo di studio/ Education: <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo/ <i>primary school</i> <input type="checkbox"/> diploma superiore/ <i>high school</i> <input type="checkbox"/> laurea/ <i>degree</i> <input type="checkbox"/> specializzazione post laurea/ <i>postgraduate</i>	
Professione/ Job: <input type="checkbox"/> impiegato/ <i>employee</i> <input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i> <input type="checkbox"/> dirigente-direttivo-quadro / <i>manager-executive</i> <input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i> <input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i> <input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i> <input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i> <input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i> <input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other</i> _____	
Provenienza/ Provenance: <input type="checkbox"/> Roma/ <i>Rome</i> <input type="checkbox"/> Altra provincia italiana/ <i>Other Italian province (specify)</i> _____ <input type="checkbox"/> Altra nazionalità/ <i>Other nationality (specify)</i> _____	