



Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini

27–29 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 **104** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 27 al 29 ottobre** presso i **Musei Capitolini** (gli intervistati rappresentano il 14% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano in corso le seguenti mostre temporanee: *"I Marmi Torlonia. Collezionare Capolavori"*, *"Lockdown Italia, visto dalla Stampa Estera"* e *"Il tempo di Caravaggio. Capolavori della collezione di Roberto Longhi"*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 1,86\%$.

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 elevato, con una media di **2,89** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (2,99), il **guardaroba** (2,98) e le **opere della collezione** (2,93).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. Gli **orari di apertura** e il **personale in sala** sono le variabili con maggiore correlazione rispetto all'esperienza complessiva, elevato impatto e performance nella mappa, ma il coefficiente di importanza più elevato è in assoluto quello relativo ai **supporti informativi**, che rappresentano un possibile miglioramento prioritario, nonostante la media di soddisfazione sia ben superiore allo standard minimo di 2,20 (*cf.* pp. 18-20).

Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emerge la **segnaletica interna** (n. 26 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in buona parte da **residenti a Roma** (42% sul totale), **impiegati** (29%) e **pensionati** (18%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (67%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (56% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono le percentuali di coloro che vengono a conoscenza del museo attraverso il **passaparola** (23%), la **scuola/università** (21%) e la **guida turistica cartacea** (20%).

È significativo che il *passaparola* sia predominante tra i visitatori italiani, di età giovane fino a 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, nuovi visitatori, in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei, privi di aspettative, con un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente.

Tabella riassuntiva

<i>Musei Capitolini 2020</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,67	3,00	102	2	0,722	2%	77%	4%	93%
Orari di apertura	2,86	3,00	103	1	0,397	1%	88%	0%	98%
Personale di biglietteria	2,74	3,00	84	20	0,540	19%	79%	0%	95%
Guardaroba	2,98	3,00	48	56	0,144	54%	98%	0%	100%
Opere della collezione	2,93	3,00	103	1	0,253	1%	93%	0%	100%
Supporti informativi	2,52	3,00	101	3	0,626	3%	59%	0%	93%
Supporti digitali	2,60	3,00	20	84	0,503	81%	60%	0%	100%
Personale in sala	2,62	3,00	90	14	0,592	13%	67%	1%	97%
Segnaletica interna	2,22	2,00	103	1	0,727	1%	40%	0%	83%
Posti a sedere	2,21	3,00	71	33	0,955	32%	55%	3%	69%
Pulizia del sito	2,99	3,00	103	1	0,099	1%	99%	0%	100%
Personale in libreria	2,89	3,00	35	69	0,323	66%	89%	0%	100%
Libreria	2,74	3,00	39	65	0,442	63%	74%	0%	100%
Caffetteria	2,68	3,00	47	57	0,594	55%	72%	2%	98%
Esperienza complessiva	2,89	3,00	104	0	0,309	0%	89%	0%	100%

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

**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,69).

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 **guardaroba** e le **opere della collezione**.

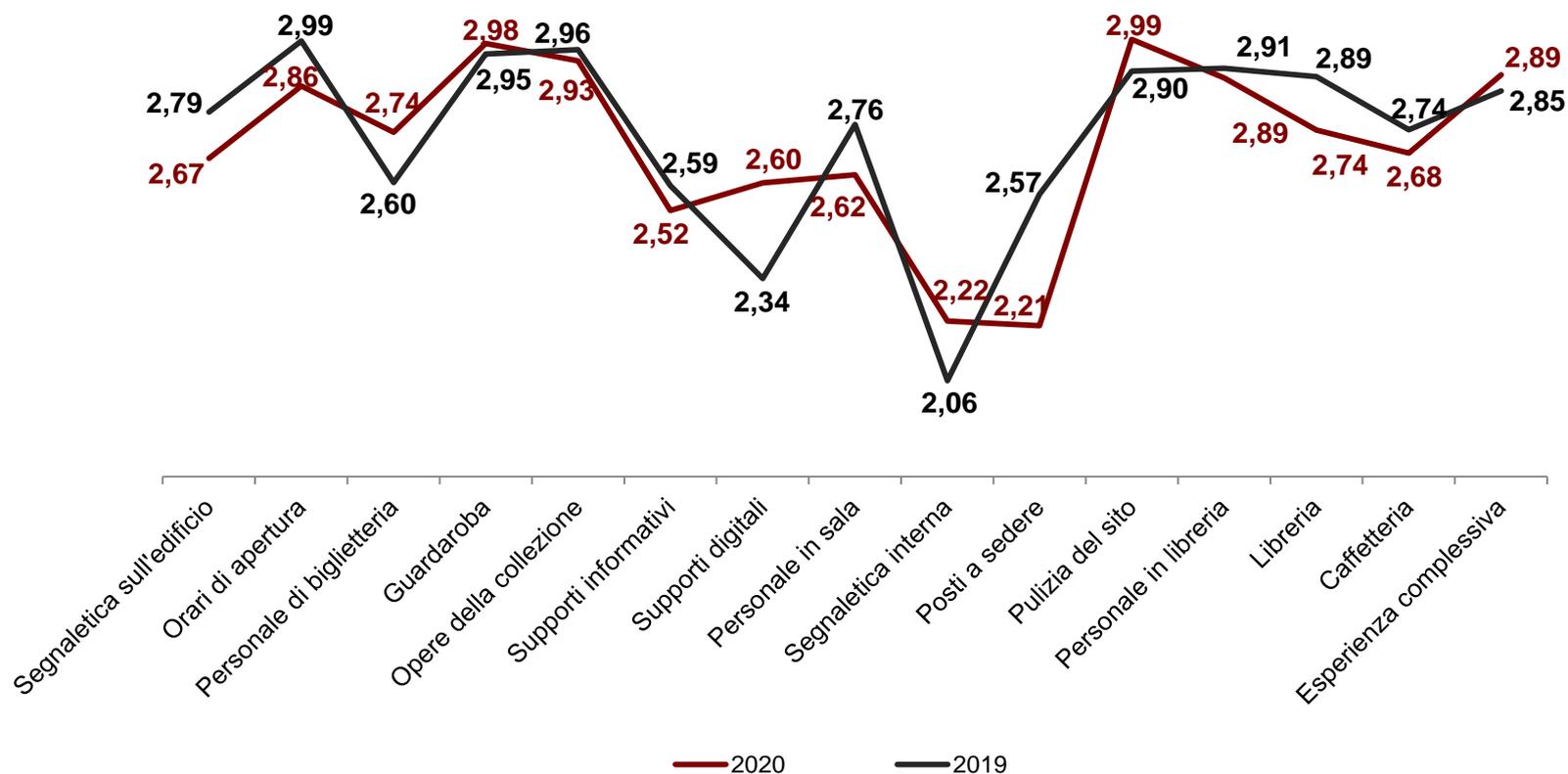
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20; la **segnaletica interna** e i **posti a sedere** sono le uniche variabili che raggiungono un valore medio quasi pari allo standard.



Analisi del trend 2019-2020

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza lineare, ma con uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione in particolar modo per il personale di biglietteria e i supporti digitali, mentre si denota una flessione soprattutto delle medie relative alla segnaletica sull'edificio e ai posti a sedere. La segnaletica interna sale di poco al di sopra dello standard di 2,20.

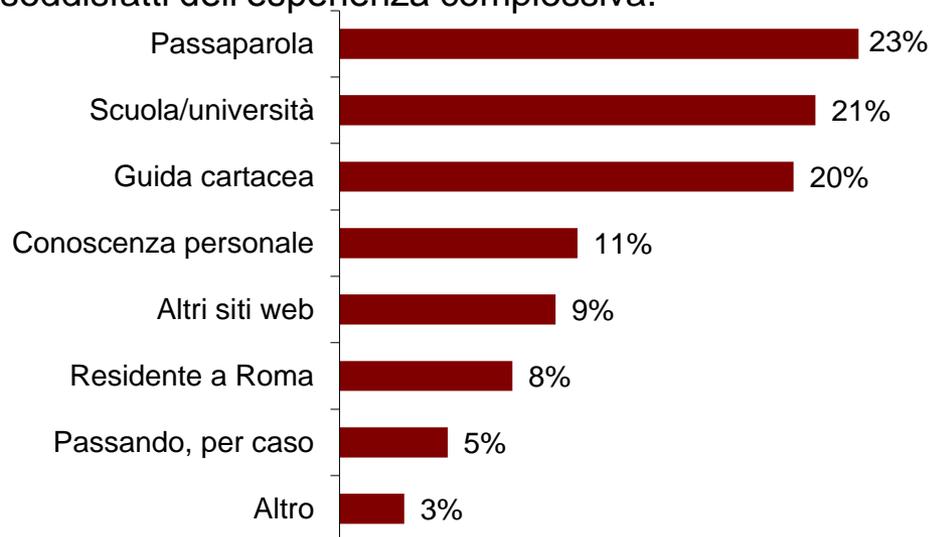


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 23% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite il “**passaparola**” (nel 2019 era pari al 17%), il 21% risponde “**scuola/università**” (in aumento dal 10% emerso nell’indagine precedente) ed il 20% attraverso la “**guida cartacea**” (lo scorso anno era pari al 28%). La percentuale di “**internet**” scende dal 19% al 9%.

È significativo che il passaparola sia predominante tra i visitatori italiani, di età giovane fino a 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, nuovi visitatori, in quest’ultimo anno sono stati in più di tre musei, privi di aspettative, con un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente. La voce scuola/università emerge per i cittadini romani, di età 26-39 anni ed oltre i 65 anni, diplomati, alcuni già stati ai *Musei Capitolini*, hanno frequentato meno di tre musei nell’ultimo anno, il loro giudizio è uguale alle aspettative e in generale sono molto soddisfatti.

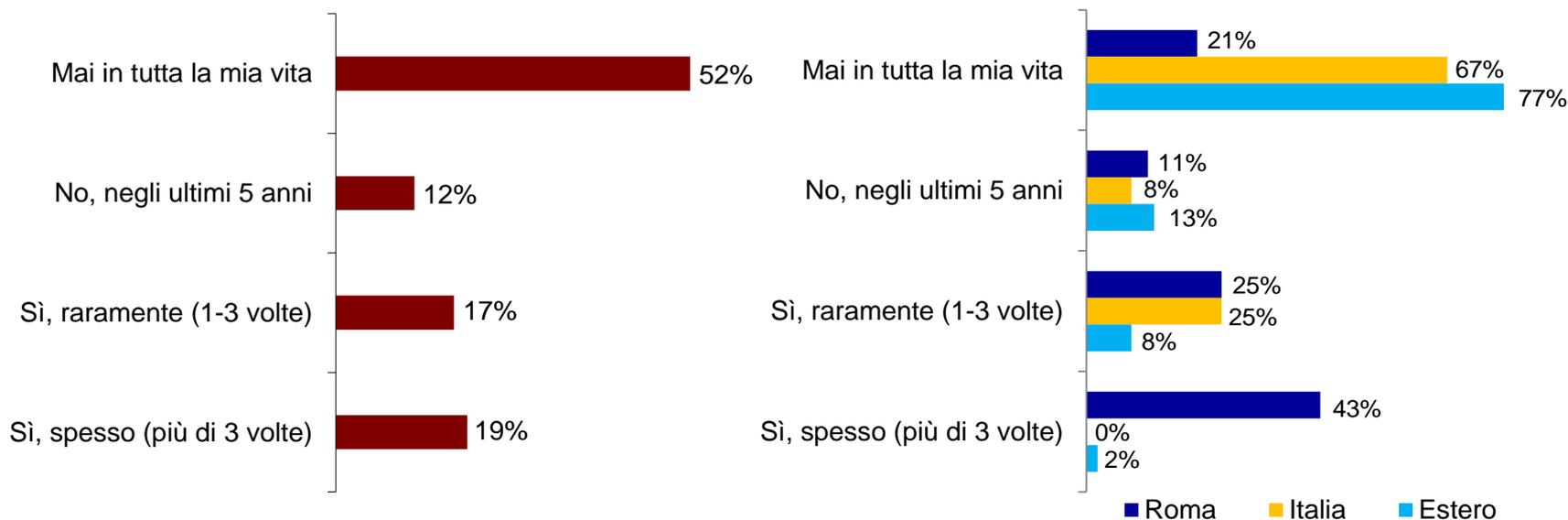
Invece la guida turistica cartacea prevale tra i turisti (soprattutto stranieri), di età adulta 45-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, mai stati in questo museo, in quest’ultimo anno hanno frequentato meno di tre musei, con un giudizio superiore alle attese e si ritengono molto soddisfatti dell’esperienza complessiva.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 52% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima ai *Musei Capitolini*, il 36% li ha già visitati (il 19% afferma “**più di tre volte**” ed il 17% “**da una a tre volte**”), mentre il restante 12% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

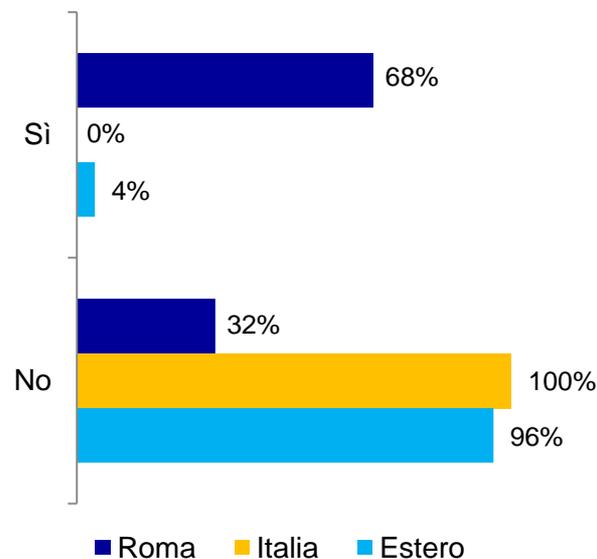
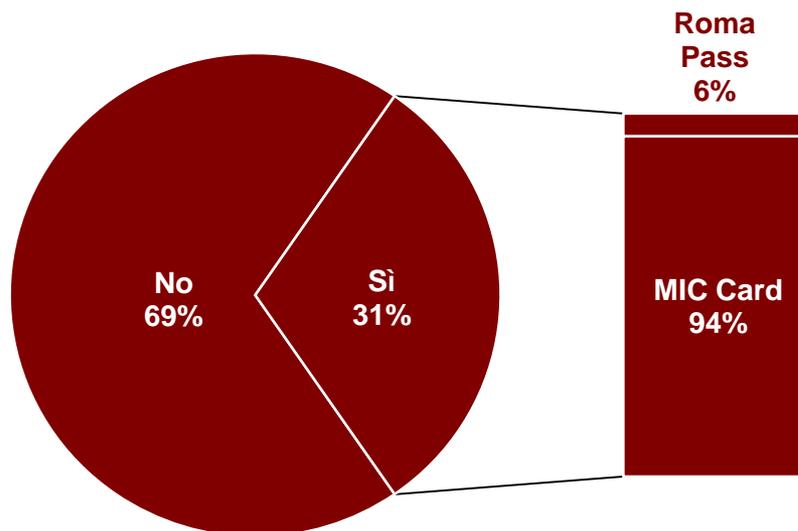
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), di età giovane fino ai 39 anni, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad essere già stati ai Musei Capitolini sono prevalentemente i visitatori italiani (in particolare i cittadini romani), di età adulta oltre i 45 anni, la maggior parte di essi ha utilizzato la *MIC Card*, il loro giudizio è uguale alle attese e hanno frequentato più di tre musei in quest’ultimo anno.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 69% del campione non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre ne ha usufruito il 31% degli intervistati (di cui il 94% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 6% alla **Roma Pass**; cfr. grafico in basso a sinistra).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (cfr. grafico sottostante a destra), molti già stati in questo museo, con un giudizio uguale alle aspettative, sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece a non aver usufruito di alcuna card per entrare ai *Musei Capitolini* sono principalmente i turisti, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

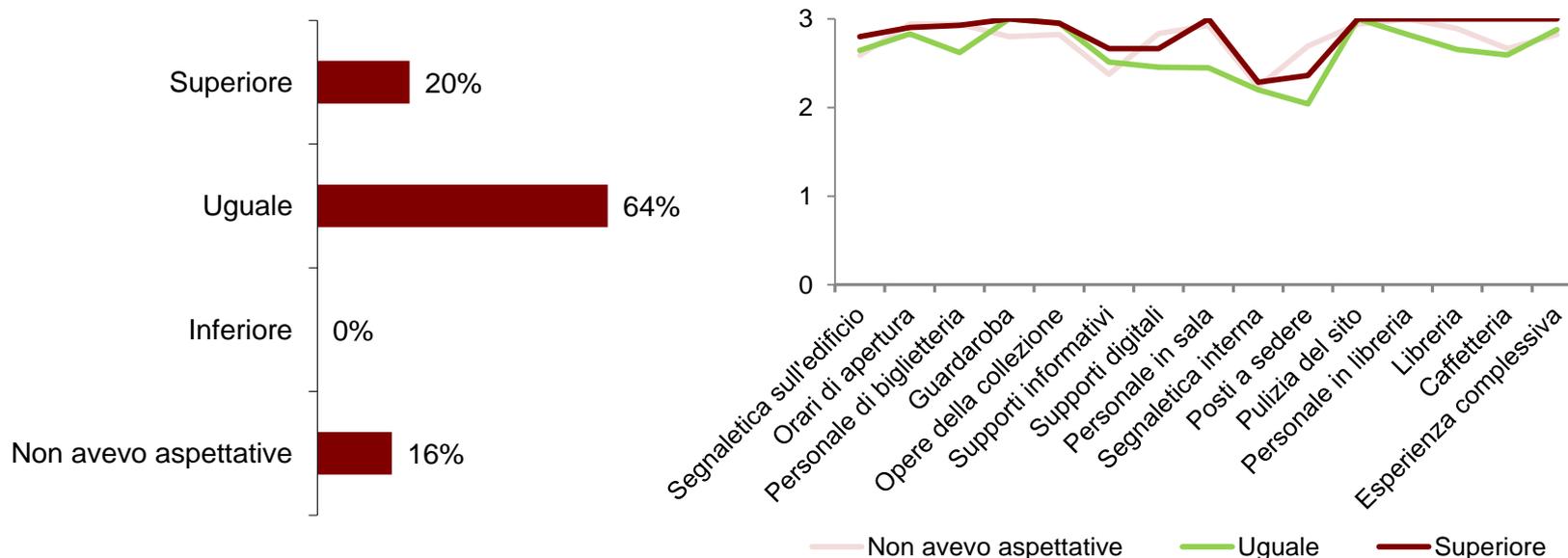


Giudizio rispetto alle aspettative

Più della metà degli intervistati (64% sul totale) dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 20% è superiore, mentre nessuno ritiene questo museo inferiore alle proprie aspettative. Il 16% afferma di non avere attese a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i turisti italiani, nuovi visitatori, che hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i romani che hanno già visitato il museo, sono stati in più di tre musei in quest'ultimo anno e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. A non aver aspettative prima della visita sono soprattutto gli stranieri, mai stati ai *Musei Capitolini*, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno e sono complessivamente abbastanza soddisfatti.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative risultano i più soddisfatti sulla maggior parte degli 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 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.

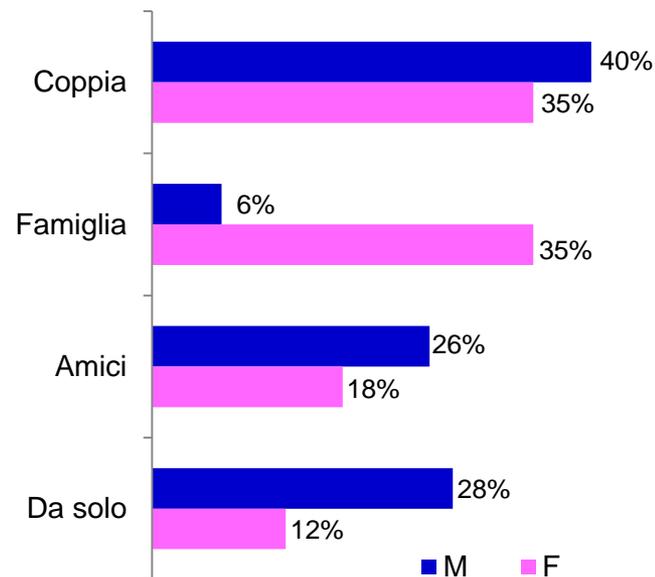
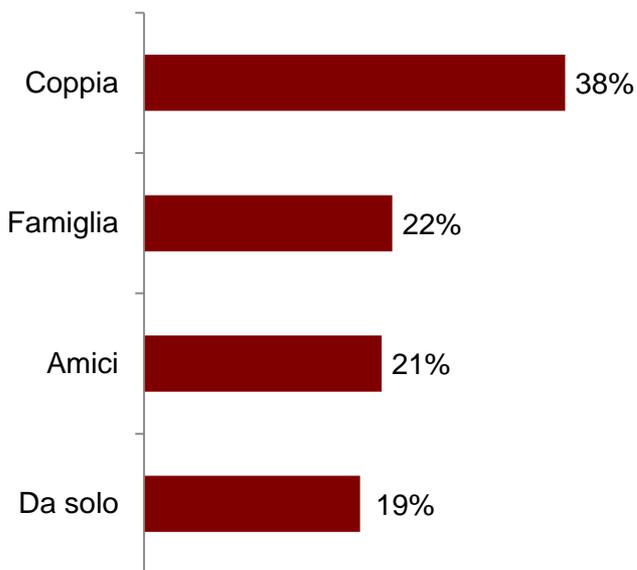
In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà i *Musei Capitolini* è pari al **69%**; si evidenzia che nessun visitatore intervistato rientra nella percentuale dei “*detrattori*”, ovvero coloro che rilasciano una valutazione da 0 a 6.



NET PROMOTER SCORE <i>Musei Capitolini 2020</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	3	29	21	51
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	28%	20%	49%
DETRATTORI = 0%							PASSIVI = 31%		PROMOTORI = 69%	
69% - 0% = 69%										

Con chi ha visitato il museo

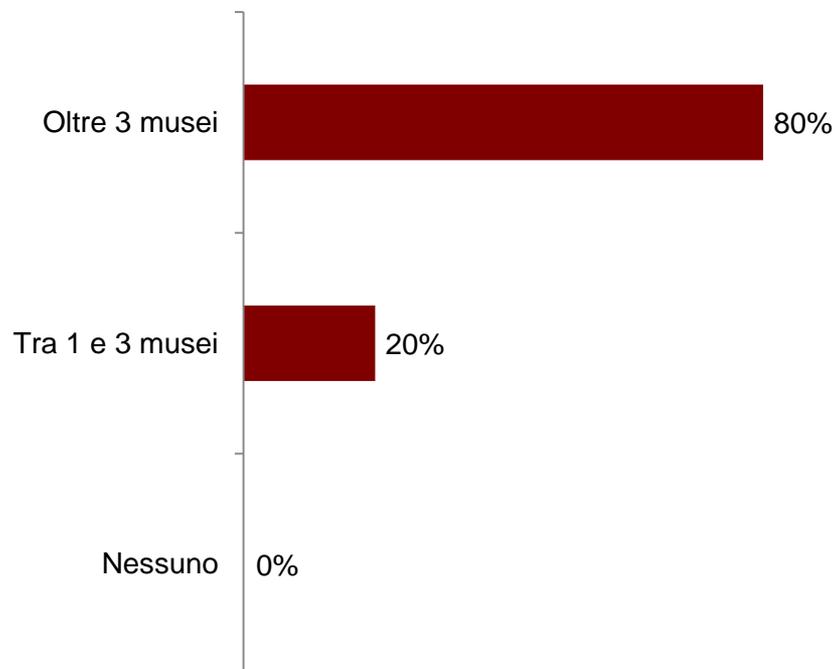
Il 38% degli intervistati dichiara di avere visitato il museo in “**coppia**”, il 22% in compagnia della propria “**famiglia**”, il 21% è venuto con “**amici**”, mentre il restante 19% vi si è recato “**da solo**”. Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto gli uomini (*cfr.* grafico sottostante a destra), stranieri, di età giovane 19-39 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, che hanno visitato più di tre musei nell’ultimo anno e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza. A recarsi con la famiglia sono principalmente le donne, residenti a Roma o all’estero, minorenni e di età 35-44 anni, con un diploma di scuola media inferiore/superiore, che hanno frequentato meno di tre musei e nel complesso sono molto soddisfatte. Invece coloro che sono andati ai *Musei Capitolini* da soli o con amici sono principalmente uomini, italiani (inclusi i romani), di età 44-64 anni (*da soli*) ed over 65 anni (*amici*), diplomati o laureati, che sono stati in meno di tre musei nell’ultimo anno e in generale si dichiarano molto (*da soli*) o abbastanza (*amici*) soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'80% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 20% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre nessuno afferma di non essere stato in altri musei.

Risulta significativo che ad avere visitato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno un giudizio superiore o uguale alle aspettative e nel complesso sono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei, sono prevalentemente i visitatori senza attese a priori, molto soddisfatti della loro esperienza ai *Musei Capitolini*.



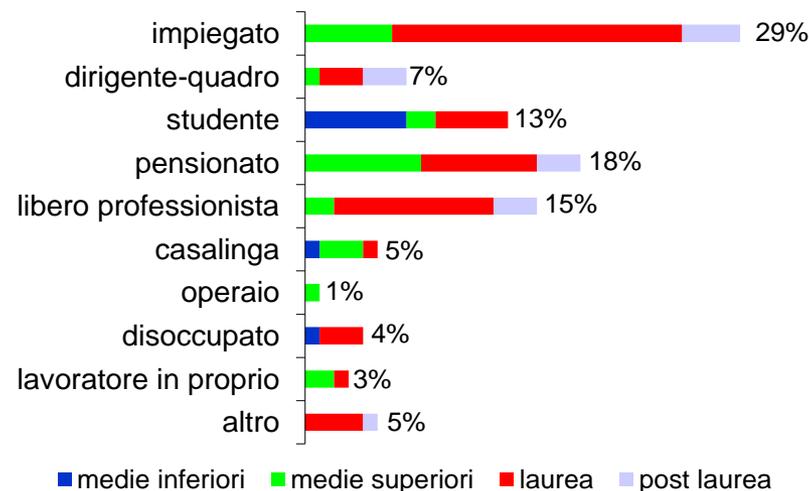
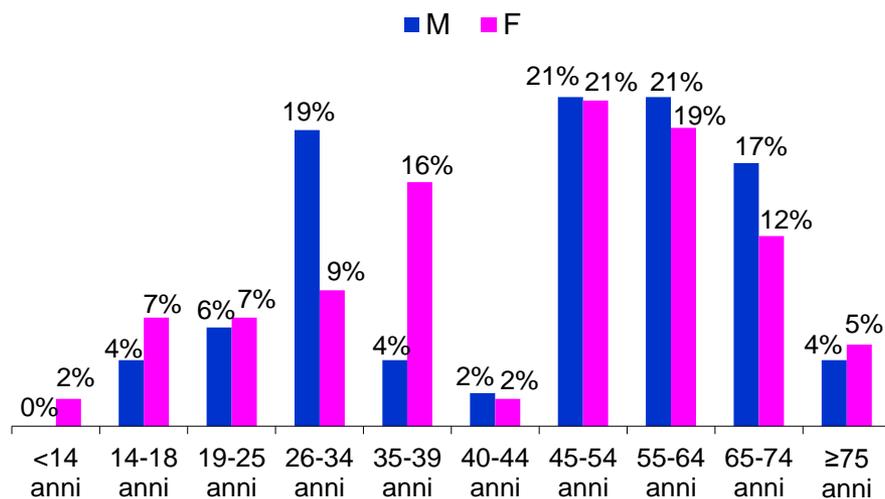
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (55% sul totale; in lieve discesa dal 58% emerso lo scorso anno), soprattutto tra i giovani di età fino ai 25 anni e 35-39 anni. Invece il genere maschile è predominante in particolare nella fascia dei 26-34 anni.

Le fasce d'età più rappresentate restano quelle adulte comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 56% sul totale del campione intervistato (42% lo scorso anno). I giovani di età **19-34 anni** rappresentano il 20% del campione (in calo dal 26% dell'indagine precedente).

Il 67% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (61% nel 2019).

Rispetto alle categorie professionali, in tale indagine si registra un aumento degli **impiegati**, che passano dal 24% al 29%, mentre diminuiscono notevolmente gli studenti (dal 23% al 13%) e lievemente anche i pensionati (dal 20% al 18%).



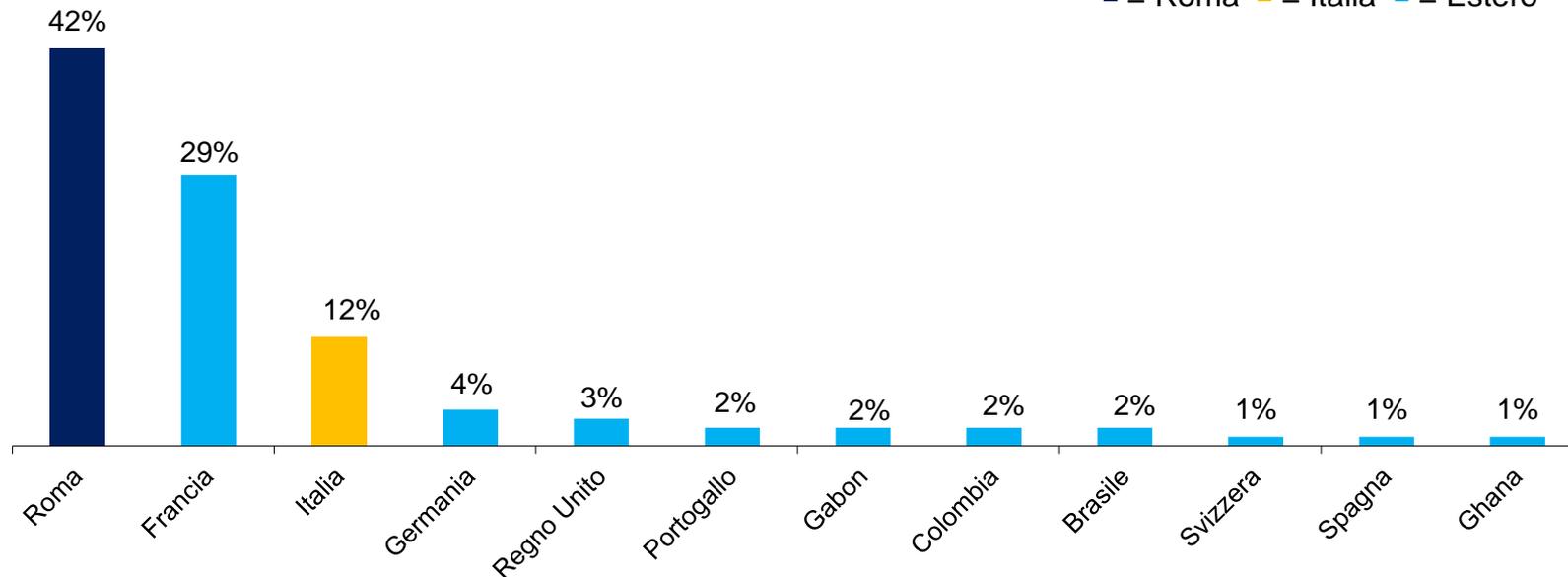
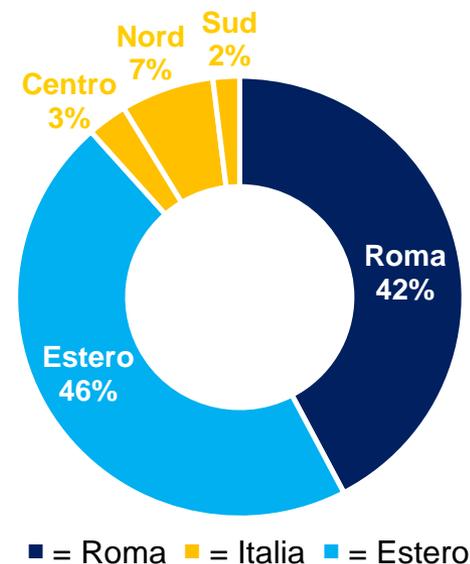
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 42% del campione è costituito da **cittadini romani** (in netto aumento dal 10% intervistato nell'indagine precedente), mentre il 46% proviene dall'**estero** (percentuale dimezzata dall'83% emerso nel 2019); chi giunge da altre **province italiane** passa dal 7% dello scorso anno al 12%.

La variazione della provenienza del target intervistato è dovuta al periodo di emergenza a causa del Covid-19.

Tra le nazionalità prevale nettamente quella **francese** (29% sul totale dei turisti stranieri intervistati).

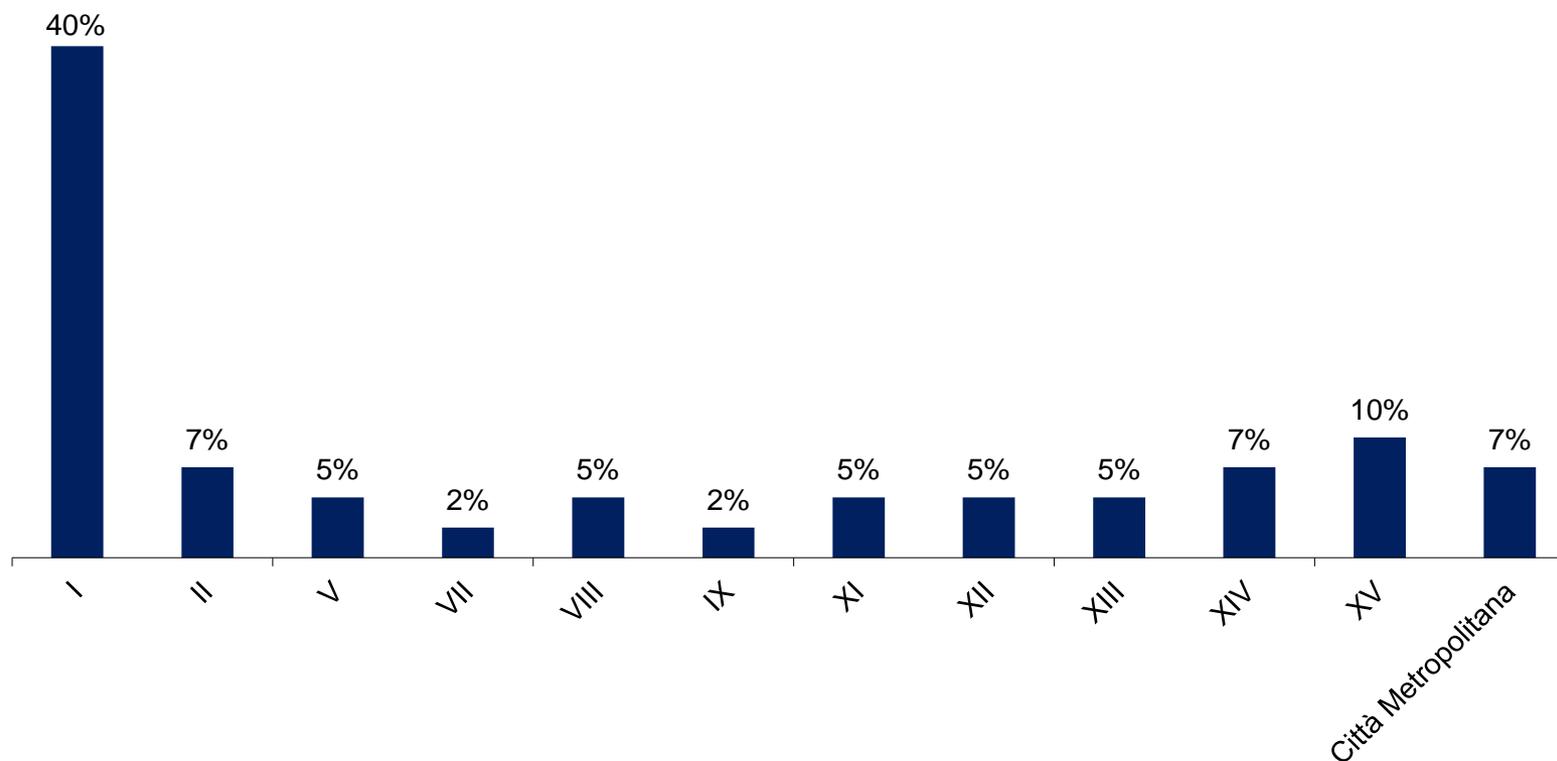
Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta che a prevalere sia nettamente il **Municipio I** (lo stesso dei *Musei Capitolini*), che raggiunge ben il 40% sul totale.

Il grafico sottostante illustra in dettaglio tutti i municipi di appartenenza dei residenti a Roma, che sono stati intervistati per tale indagine.



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	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	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,122	-0,002	,387**	0,042	0,047	-0,021	0,101	0,178	-0,077	-0,054	-0,104	-0,100	-0,050	0,135
Orari di apertura	0,122	1,000	0,192	-0,050	-0,099	0,002	-0,187	0,195	-0,157	0,121	-0,036	0,110	0,302	0,145	,270**
Personale di biglietteria	-0,002	0,192	1,000	0,288	0,102	-0,092	0,299	,686**	0,073	0,176	-0,058	0,106	,598**	0,059	-0,002
Guardaroba	,387**	-0,050	0,288	1,000	,427**	0,121	.	0,195	0,006	-0,220	-0,021	-0,111	0,418	.	-0,038
Opere della collezione	0,042	-0,099	0,102	,427**	1,000	0,177	.	0,181	0,142	0,005	-0,027	-0,088	0,271	0,219	0,156
Supporti informativi	0,047	0,002	-0,092	0,121	0,177	1,000	,739**	0,185	0,161	0,177	0,105	-,372*	-0,194	0,053	,233*
Supporti digitali	-0,021	-0,187	0,299	.	.	,739**	1,000	,612**	0,275	-0,293	.	-0,209	-0,228	.	0,068
Personale in sala	0,101	0,195	,686**	0,195	0,181	0,185	,612**	1,000	,339**	,276*	-0,074	0,048	,463**	0,005	,246*
Segnaletica interna	0,178	-0,157	0,073	0,006	0,142	0,161	0,275	,339**	1,000	,552**	0,042	-0,041	,326*	0,244	0,059
Posti a sedere	-0,077	0,121	0,176	-0,220	0,005	0,177	-0,293	,276*	,552**	1,000	0,055	0,175	,590**	,575**	0,048
Pulizia del sito	-0,054	-0,036	-0,058	-0,021	-0,027	0,105	.	-0,074	0,042	0,055	1,000	-0,062	-0,095	-0,091	-0,034
Personale in libreria	-0,104	0,110	0,106	-0,111	-0,088	-,372*	-0,209	0,048	-0,041	0,175	-0,062	1,000	,398*	-0,091	0,110
Libreria	-0,100	0,302	,598**	0,418	0,271	-0,194	-0,228	,463**	,326*	,590**	-0,095	,398*	1,000	,991**	-0,050
Caffetteria	-0,050	0,145	0,059	.	0,219	0,053	.	0,005	0,244	,575**	-0,091	-0,091	,991**	1,000	0,042
Esperienza complessiva	0,135	,270**	-0,002	-0,038	0,156	,233*	0,068	,246*	0,059	0,048	-0,034	0,110	-0,050	0,042	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.

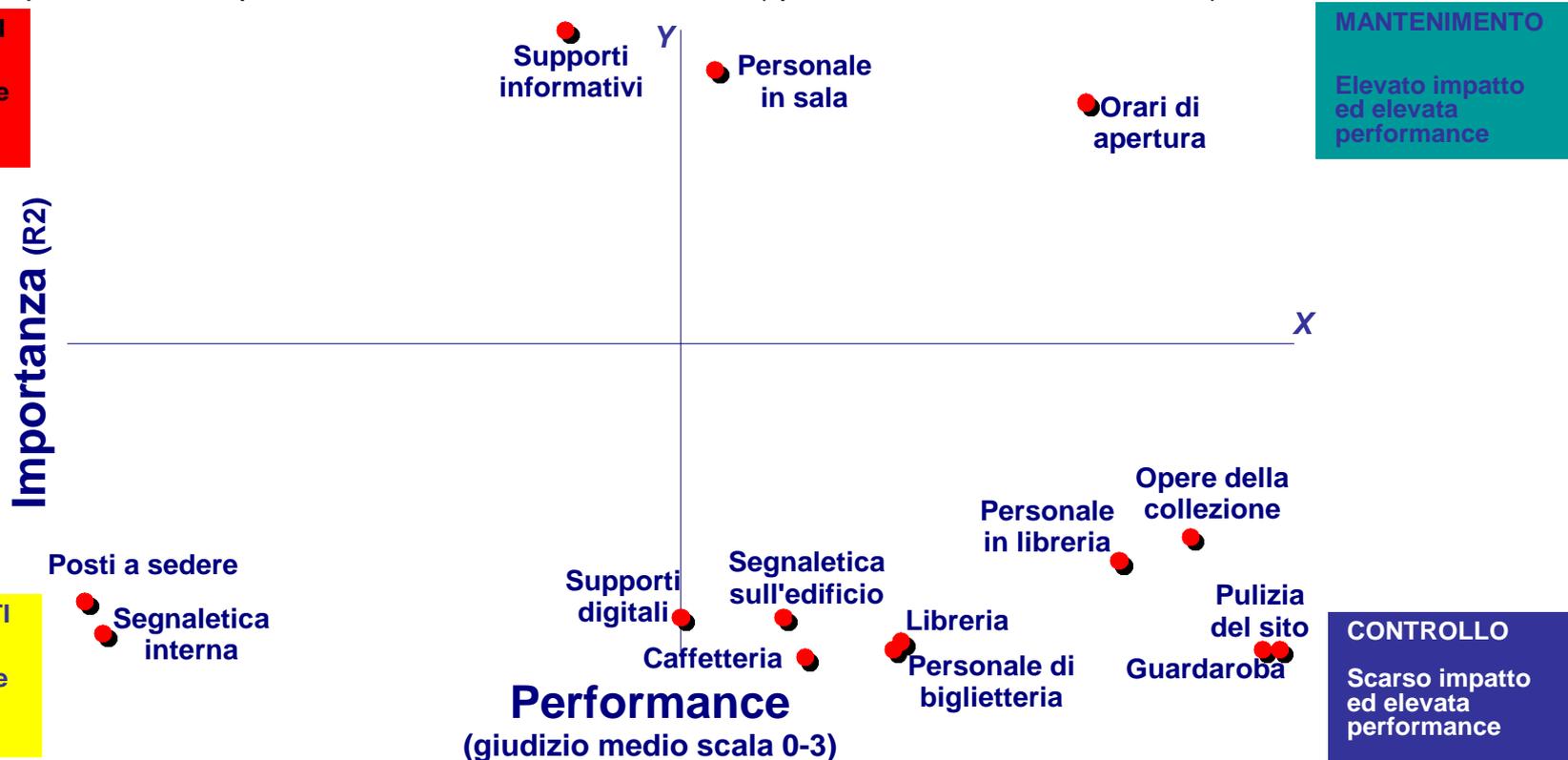
Per i *Musei Capitolini* gli **orari di apertura** e il **personale in sala** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Orari di apertura	0,270
Personale in sala	0,246
Supporti informativi	0,233

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Gli **orari di apertura** e il **personale in sala** si posizionano tra gli aspetti con maggiore impatto ed elevata performance (quadrante in alto a destra), ma il coefficiente di importanza più elevato è in assoluto quello relativo ai **supporti informativi**, che rappresentano un possibile miglioramento prioritario (quadrante in alto a sinistra), nonostante la media di soddisfazione sia ben superiore allo standard di 2,20

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

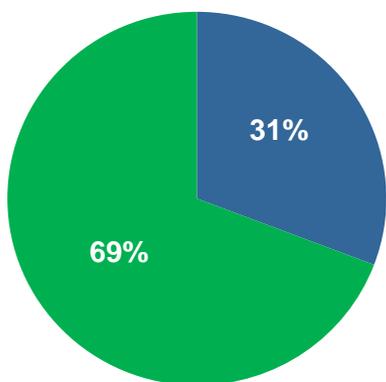
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (32 individui per il *Cluster 1* e 72 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

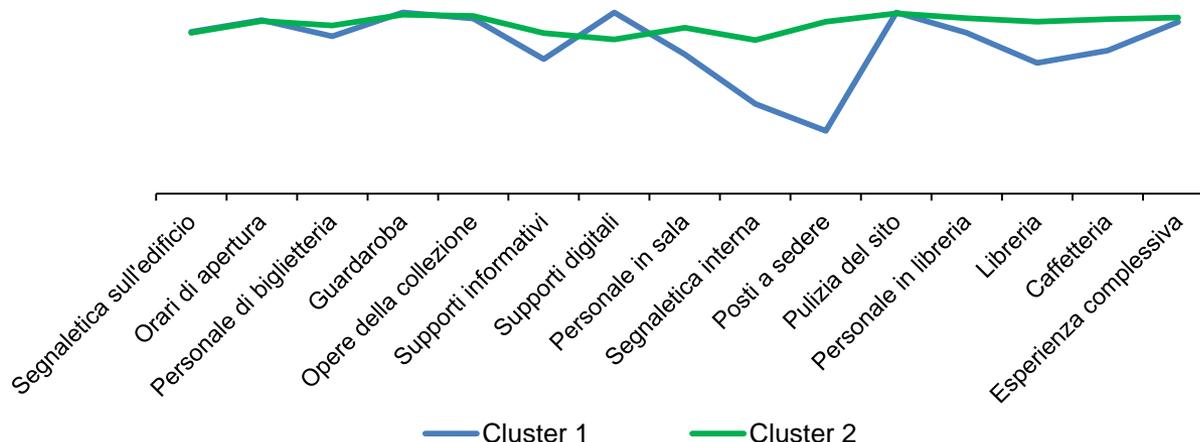
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più basso sui vari aspetti indagati, soprattutto sulla segnaletica interna e sui posti a sedere (cfr. grafico in basso a destra).

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini, italiani (soprattutto romani), di età 45-54 anni e oltre i 65 anni, diplomati, impiegati e liberi professionisti, metà di essi già stati ai *Musei Capitolini*, scoprono il museo tramite scuola/università e passaparola, vi si recano in coppia o con amici, i romani hanno utilizzato la MIC Card per entrare, sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne, stranieri, di età giovane fino ai 39 anni e 55-64 anni, con titolo di laurea o post laurea, studenti e pensionati, nuovi visitatori, scoprono il museo tramite guida turistica cartacea e internet, vi si recano da soli o in famiglia, non hanno utilizzato alcuna card per accedere ai *Musei Capitolini*, sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



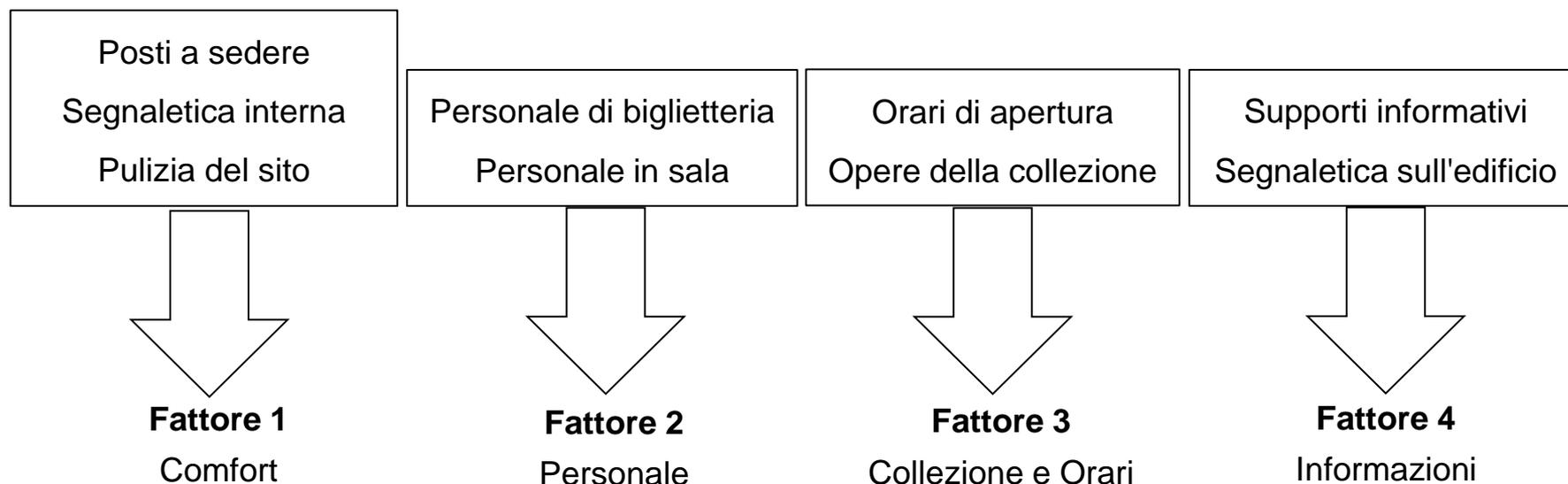
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

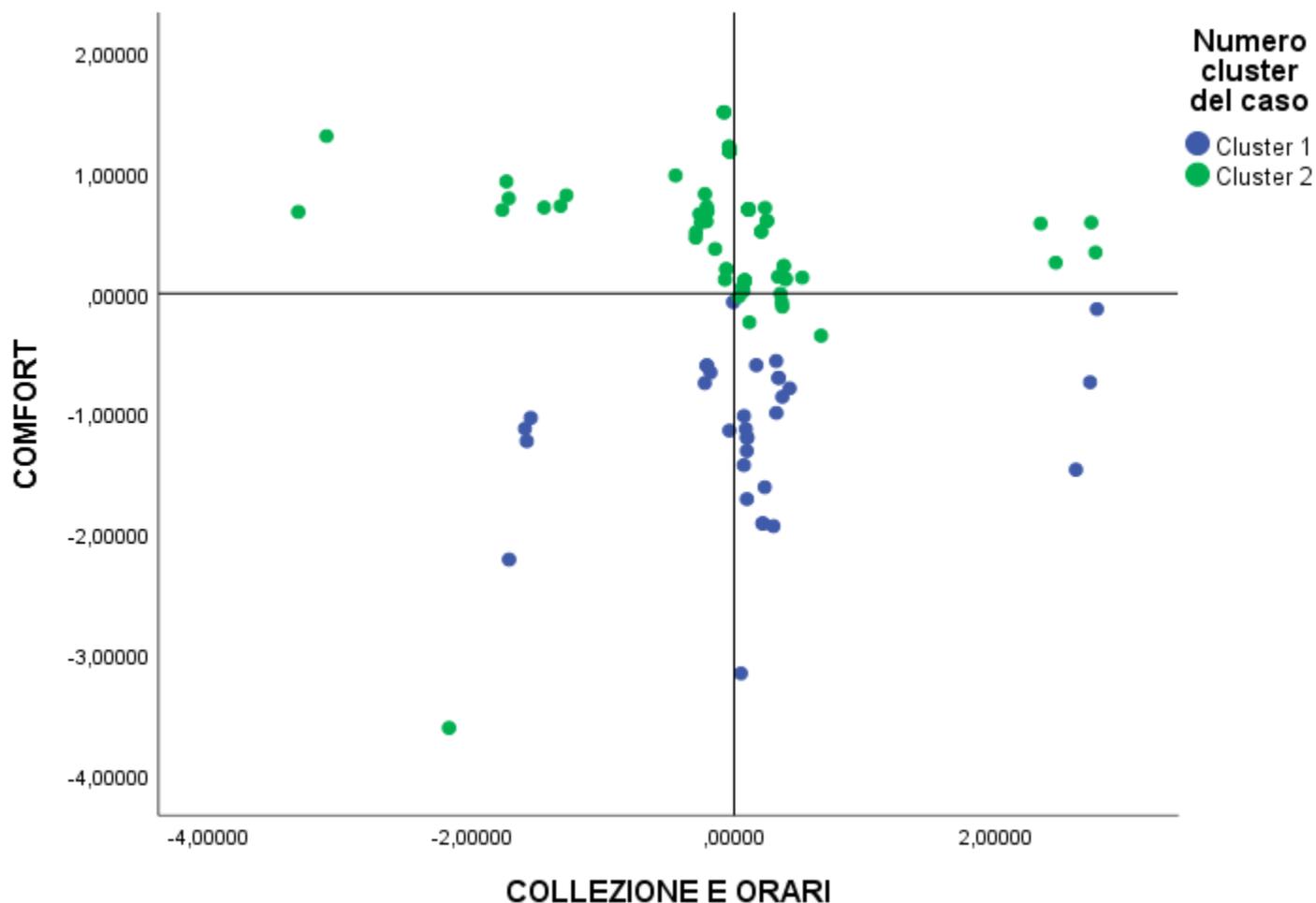
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, i supporti digitali, il personale in libreria, la libreria e la caffetteria sono stati esclusi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

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 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 (*Comfort*) rispetto al Cluster 1 che gradisce meno entrambi i fattori considerati.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 36**

SEGNALETICA INTERNA poco chiara, da migliorare (21), altro (5). **Totale 26**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni e dettagli sulle opere e sale espositive (13), traduzione in più lingue (4), altro (5). **Totale 22**

ASSISTENZA IN SALA personale al telefono, non tutti parlano le lingue straniere, potrebbero dare maggiori informazioni ai visitatori (6), altro (3). **Totale 9**

PERCORSO confuso, poco chiaro. **Totale 5**

POSTI A SEDERE da aumentare. **Totale 5**

ORARIO si potrebbe estendere. **Totale 4**

SEGNALETICA ESTERNA poco visibile per biglietteria e ingresso museo. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 10**

**TOTALE 85 SUGGERIMENTI
MUSEI CAPITOLINI**

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.museiincome.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> _____	