



Indagini di Customer Satisfaction

Museo dell'Ara Pacis

20–26 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 **111** questionari somministrati attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care col metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 20 al 26 ottobre** presso il **Museo dell'Ara Pacis** (gli intervistati rappresentano il 32% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui si è svolta l'indagine). Durante l'indagine era in corso la mostra temporanea "*Romaison 2020. Roma, una maison straordinaria: archivi e produzioni dei laboratori di Costume*".

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, 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 molto buono, con una media di **2,65** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **guardaroba** (3,00), il **personale di biglietteria** (2,99), la **pulizia del sito** (2,98), i **posti a sedere** (2,96), il **personale in sala** (2,95) e la **segnaletica interna** (2,95).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti ritenuti più importanti nella mappa delle priorità, ma anche quelli più correlati all'esperienza complessiva (*cf.* pp.18-20). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono **le opere della collezione** (n. 20 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 40% da **turisti italiani**, **impiegati** (25%), **liberi professionisti** (22%) e **studenti** (21%), in possesso di un titolo di **laurea** o **post laurea** (66%), appartenenti soprattutto alla fascia di età giovane compresa tra i **19** e **34 anni** (40%), mentre gli adulti di età **55-64 anni** raggiungono il 36% del campione totale.

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui i visitatori vengono a conoscenza del museo, emergono **scuola/università** (33%), **guida cartacea** (31%) e **passaparola** (20%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso *scuola/università* siano soprattutto i visitatori romani, alcuni già stati al *Museo dell'Ara Pacis*, possessori di *MIC Card*, con un giudizio superiore alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.

Invece la *guida cartacea* e il *passaparola* prevalgono principalmente tra i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi visitatori, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, il cui giudizio è uguale alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Tabella riassuntiva

<i>Museo dell'Ara Pacis 2020</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,76	3,00	111	0	0,431	0%	76%	0%	100%
Orari di apertura	2,85	3,00	110	1	0,354	1%	85%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,99	3,00	109	2	0,096	2%	99%	0%	100%
Guardaroba	3,00	3,00	13	98	0,000	88%	100%	0%	100%
Opere della collezione	2,70	3,00	111	0	0,515	0%	72%	1%	99%
Supporti informativi	2,72	3,00	106	5	0,512	5%	74%	1%	99%
Supporti digitali	2,68	3,00	81	30	0,544	27%	70%	1%	99%
Personale in sala	2,95	3,00	77	34	0,223	31%	95%	0%	100%
Segnaletica interna	2,95	3,00	111	0	0,227	0%	95%	0%	100%
Posti a sedere	2,96	3,00	111	0	0,231	0%	97%	0%	99%
Pulizia del sito	2,98	3,00	111	0	0,134	0%	98%	0%	100%
Libreria	2,64	3,00	33	78	0,603	70%	70%	0%	94%
Esperienza complessiva	2,65	3,00	110	1	0,549	1%	68%	1%	98%

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

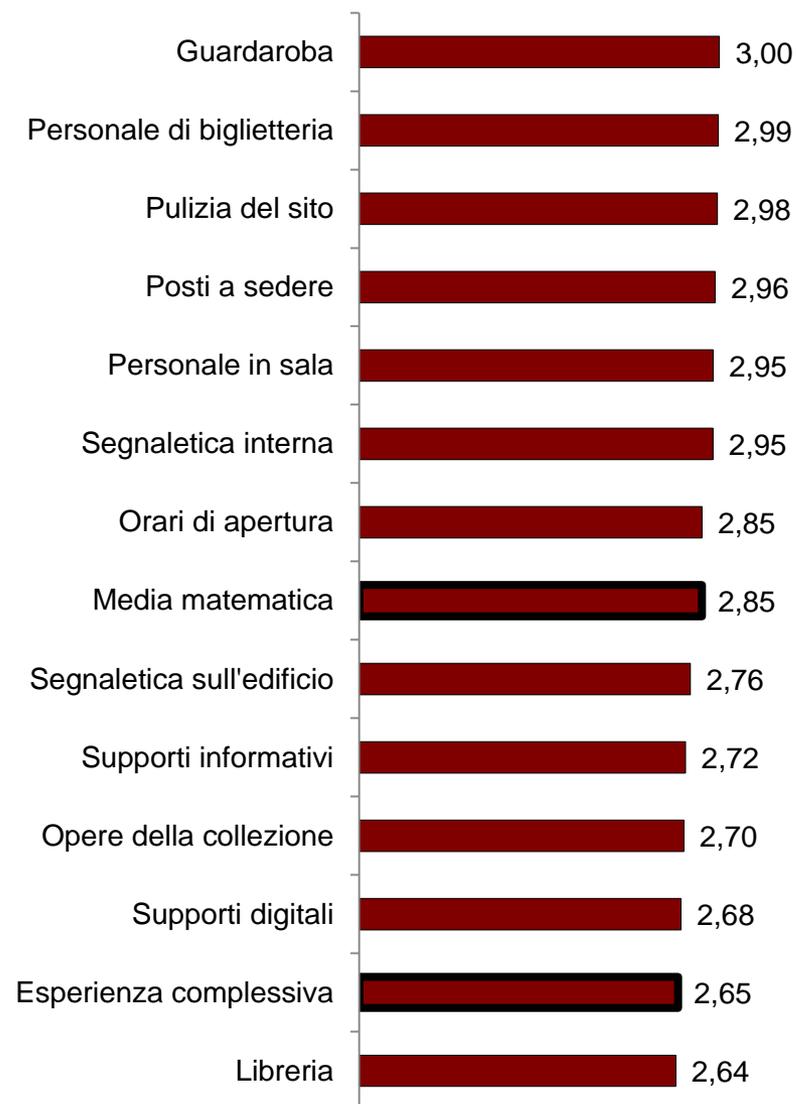
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,85).

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 il **guardaroba**, il **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito**, i **posti a sedere**, il **personale in sala**, la **segnaletica interna** e gli **orari di apertura**.

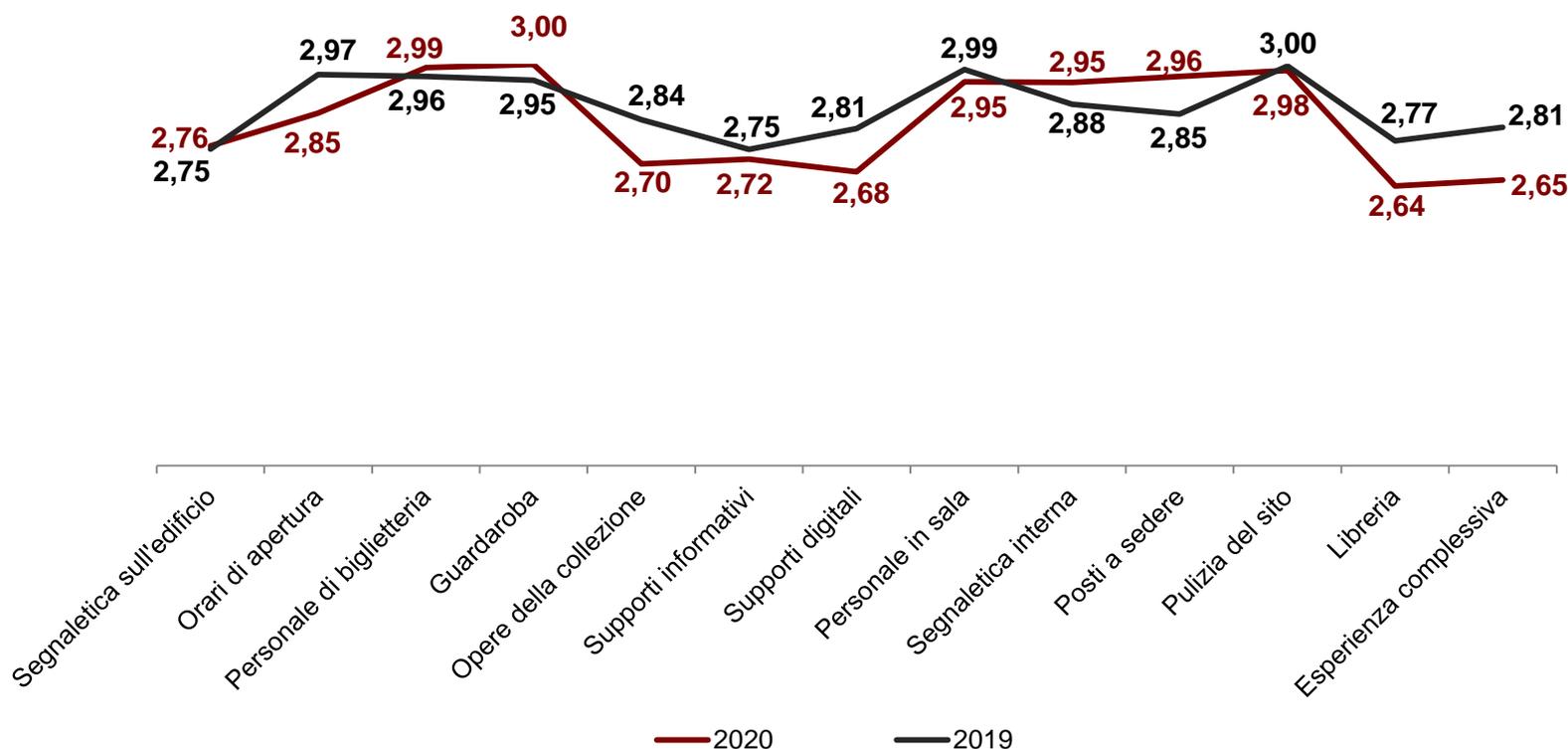
Tutte le medie sono nettamente al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2019-2020

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

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione sui seguenti aspetti: personale di biglietteria, guardaroba, segnaletica interna e posti a sedere. In discesa le restanti medie, in particolare quelle relative agli orari di apertura, alle opere della collezione, ai supporti digitali e alla libreria (il 30% degli intervistati ha usufruito di tale servizio); subisce una flessione anche l'esperienza complessiva, ma il valore medio resta nettamente superiore allo standard di 2,20.

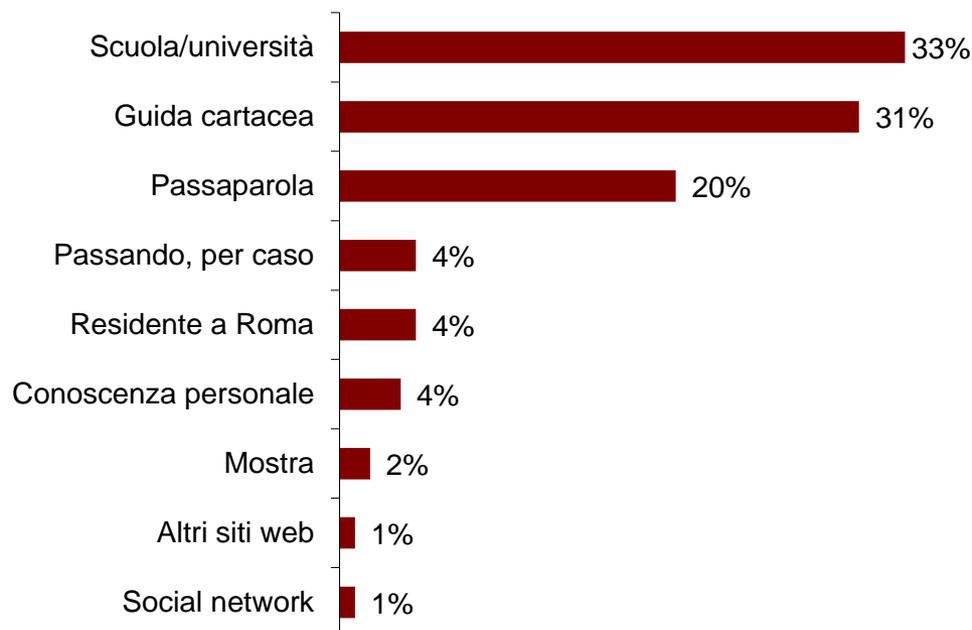


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 33% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**scuola/università**” (nel 2019 era il 37%), il 31% attraverso la “**guida cartacea**” (in netto aumento dall’11% dello scorso anno), mentre il “**passaparola**” rappresenta il 20% sul totale degli intervistati (percentuale invariata rispetto all’indagine precedente).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso scuola/università siano soprattutto i visitatori romani, alcuni già stati al *Museo dell'Ara Pacis*, possessori di *MIC Card*, con un giudizio superiore alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.

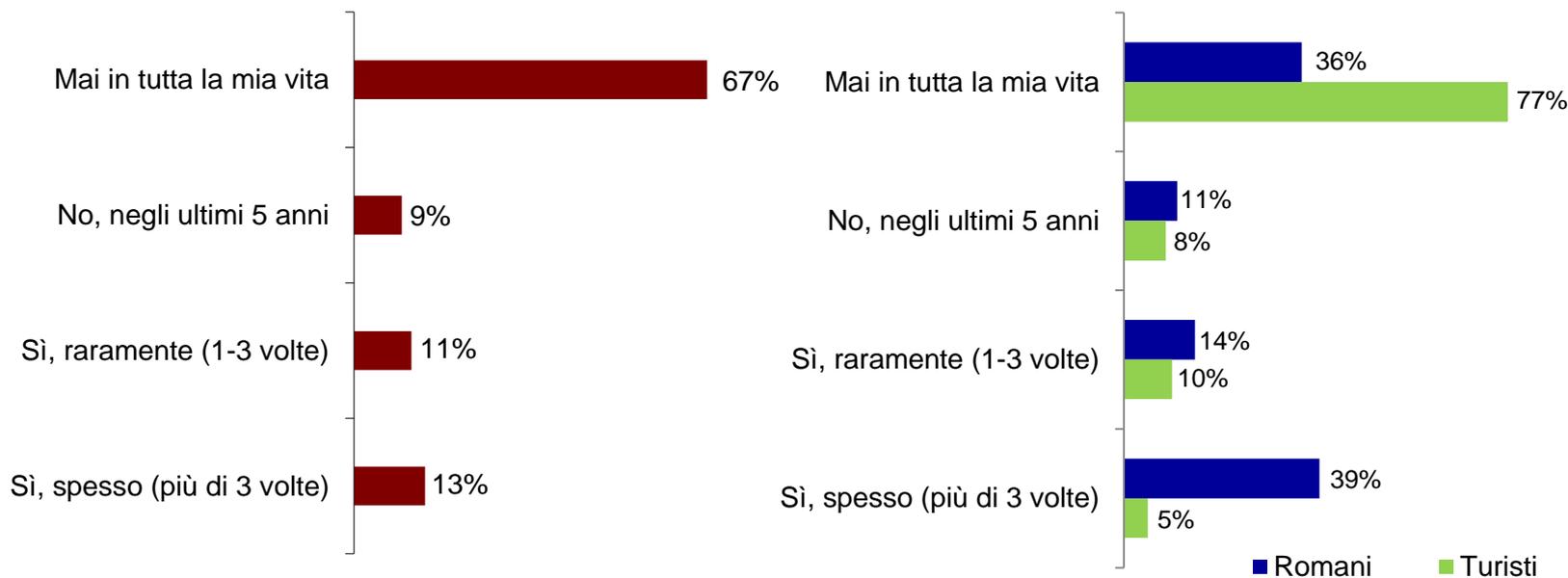
Invece la guida cartacea e il passaparola emergono principalmente tra i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi visitatori, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, il cui giudizio è uguale alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 67% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima al *Museo dell'Ara Pacis*, il 24% vi è già stato (il 13% afferma **“più di tre volte”** e l'11% **“da una a tre volte”**), mentre il 9% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

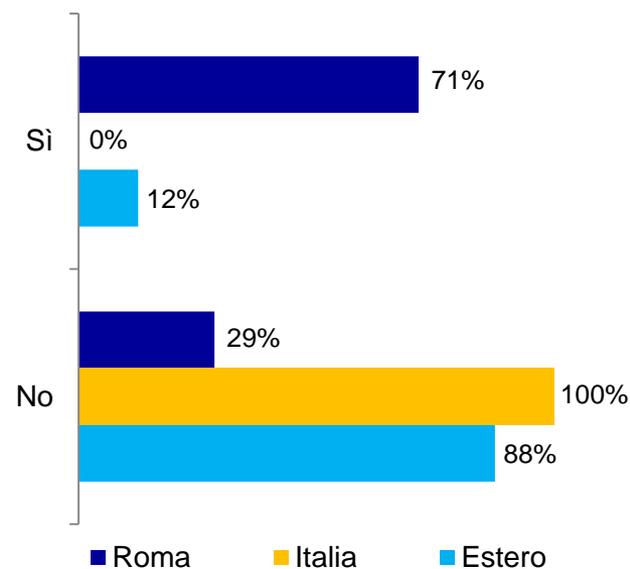
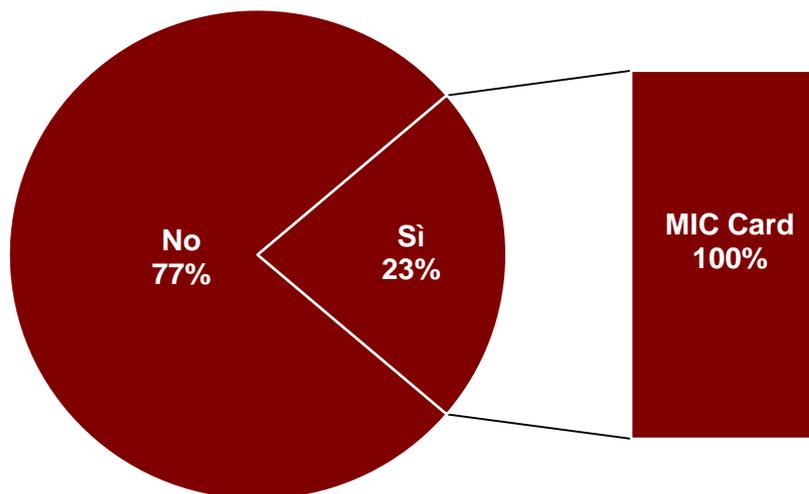
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), di età giovane 14-39 anni, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare nel museo, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visitato il Museo dell'Ara Pacis sono prevalentemente i visitatori romani, la maggior parte dei quali ha utilizzato la *MIC Card*, il loro giudizio è uguale alle attese e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 77% del campione non ha usufruito di alcuna card per entrare nel museo, mentre l'ha utilizzata il 23% degli intervistati (la cui totalità di essi si riferisce alla **MIC Card**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), alcuni già stati in questo museo, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece a non avere usufruito di alcuna card per accedere al *Museo dell'Ara Pacis* sono principalmente i turisti, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle attese o ne sono privi, hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno.



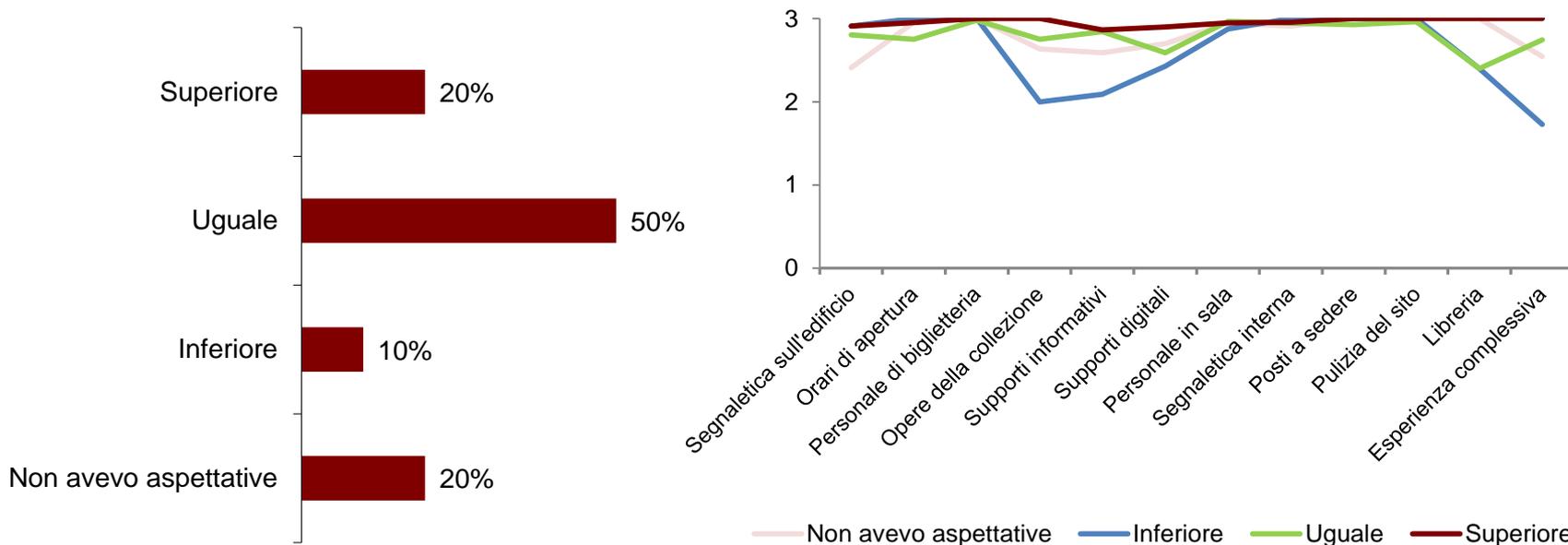
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 50% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 20% è superiore, mentre il 10% ritiene tale museo inferiore alle proprie aspettative; il 20% degli intervistati non ha aspettative prima di visitare il museo.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle aspettative siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), alcuni già stati in questo museo, hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno e in generale si ritengono molto soddisfatti.

Invece ad avere un giudizio inferiore alle attese o ad esserne privi, sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, che hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.

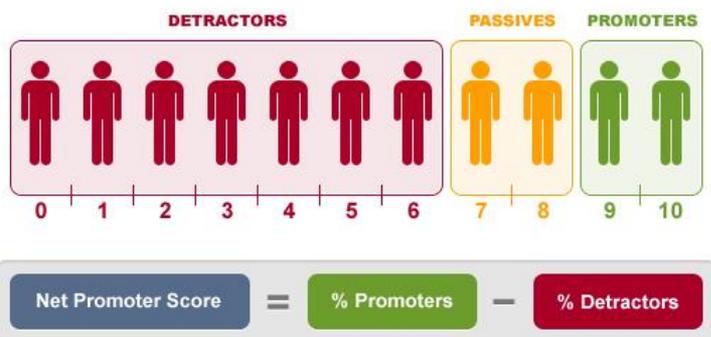
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative risultano i più soddisfatti su ogni aspetto oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



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.

La percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo dell'Ara Pacis* è pari al **48%**; si rileva che il 41% del campione totale rilascia una valutazione compresa tra 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori".



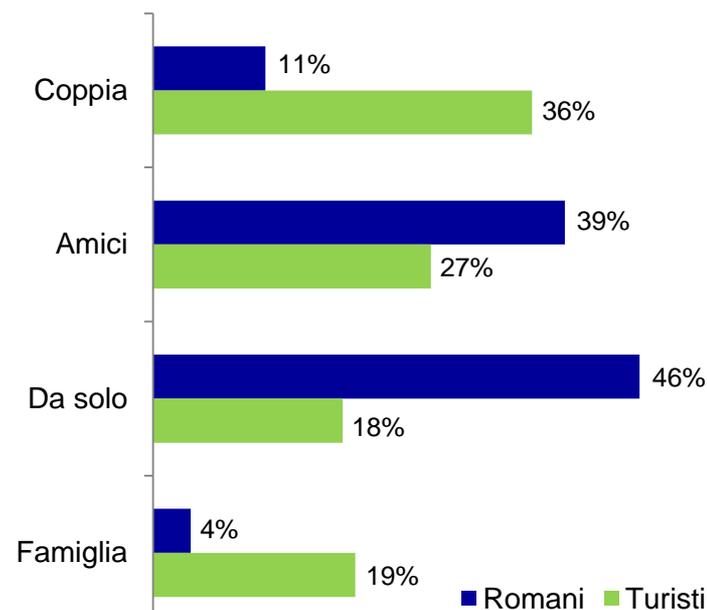
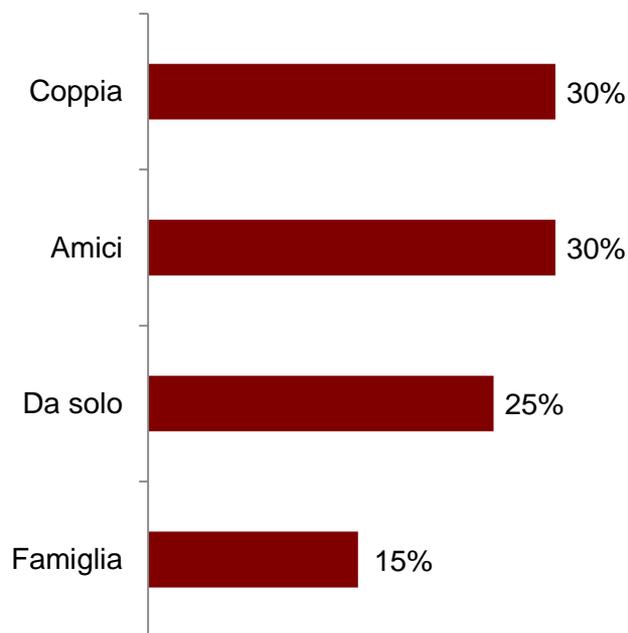
NET PROMOTER SCORE Museo dell'Ara Pacis 2020										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	2	3	7	38	26	34
0%	0%	0%	0%	1%	2%	3%	6%	34%	23%	31%
DETRATTORI = 6%							PASSIVI = 40%	PROMOTORI = 54%		
54% - 6% = 48%										

Con chi ha visitato il museo

Un 30% degli intervistati dichiara di essere entrato nel museo in “**coppia**” e un 30% in compagnia di “**amici**”, il 25% lo ha visitato “**da solo**”, mentre il 15% vi si è recato con la propria “**famiglia**”.

Risulta significativo che a venire con amici o da soli siano soprattutto i residenti a Roma (cfr. grafico in basso a destra), con un giudizio superiore alle aspettative, possessori di *MIC Card*. Ma coloro che vi si recano da soli sono frequentatori abituali di questo museo, con un titolo di laurea o post laurea, invece chi viene con amici, è diplomato e non ha mai visitato il museo.

A recarsi in coppia o con la famiglia sono principalmente i turisti, nuovi visitatori, che non hanno utilizzato una card per entrare, diplomati (*famiglia*) o laureati (*coppia*). Chi si reca in coppia ha un giudizio uguale alle attese o ne è privo, mentre a venire con la famiglia sono soprattutto coloro che hanno un giudizio inferiore alle proprie aspettative.

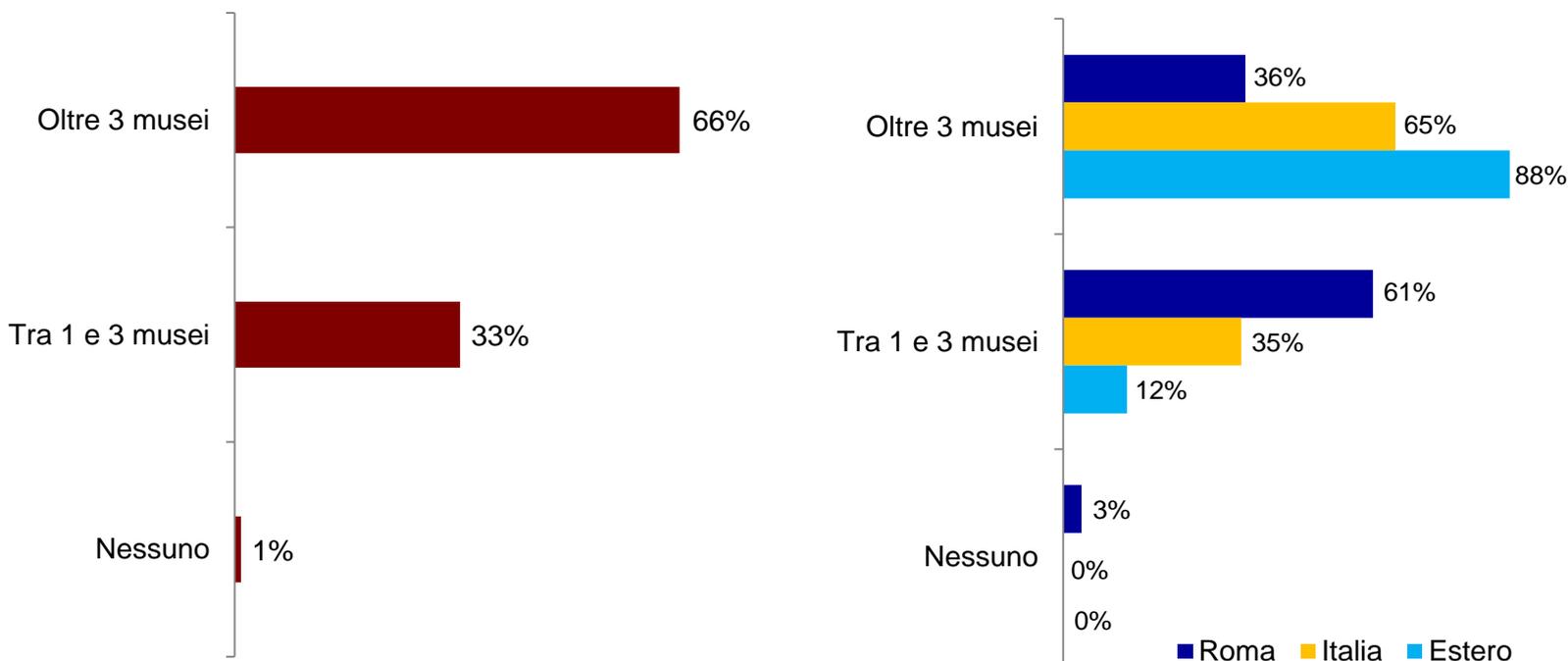


Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 66% degli intervistati afferma di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 33% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre coloro che dichiarano di non essere stati **“in nessun museo”** rappresentano solo l'1% del campione.

Risulta significativo che ad avere visitato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), con un titolo di laurea o post laurea, che non hanno utilizzato alcuna card per accedere al museo.

Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i cittadini romani, diplomati, che sono entrati al *Museo dell'Ara Pacis* con la *MIC Card*.



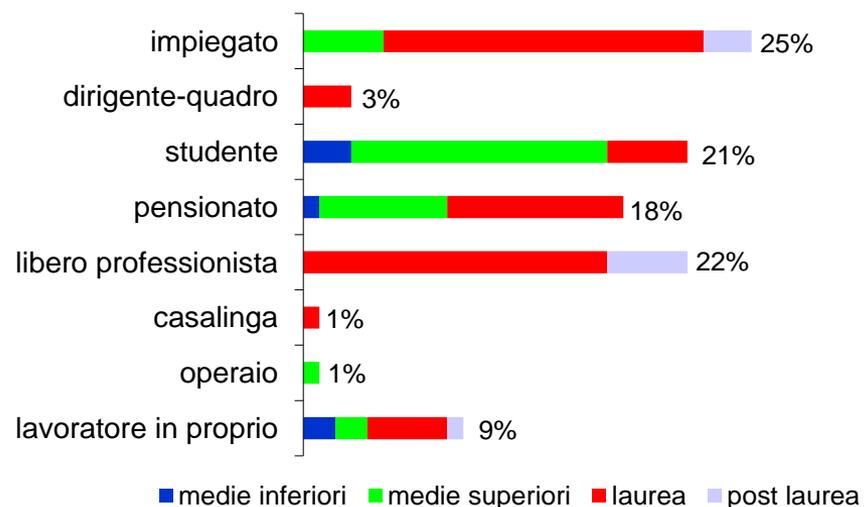
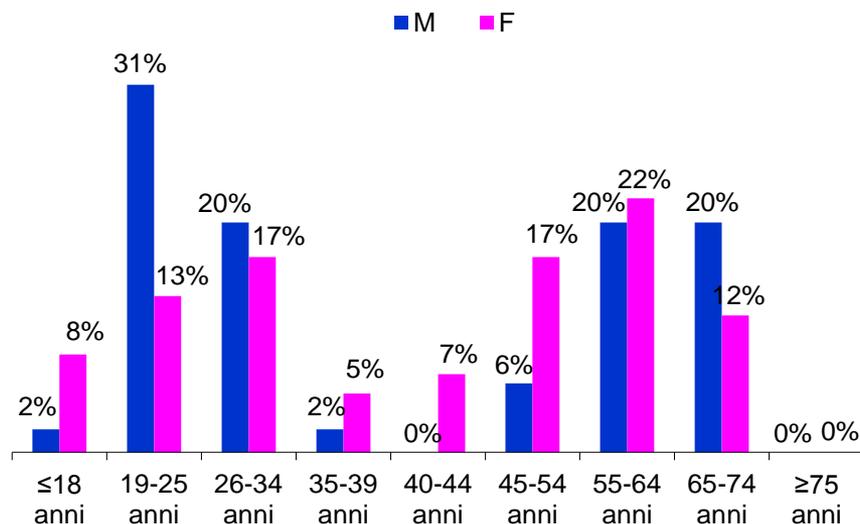
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** (54%; nel 2019 era il 55% sul totale), soprattutto tra i visitatori minorenni e di età 35-64 anni. Invece il genere maschile è predominante nelle fasce dei 19-34 anni e 65-74 anni.

Per tale indagine le fasce d'età più rappresentate sono quelle giovani comprese tra i **19 e 34 anni**, che costituiscono il 40% sul totale (28% nella scorsa indagine). Aumentano anche gli adulti di età 55-64 anni, che raggiungono il 36% (erano il 25% nel 2019).

Il 66% afferma di avere conseguito un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (in aumento dal 57% emerso nell'indagine precedente).

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati**, che rappresentano il 25% (lo scorso anno erano il 22%). In aumento i liberi professionisti, che passano dall'11% al 22%, mentre sono in calo gli studenti (dal 34% del 2019 al 21%).

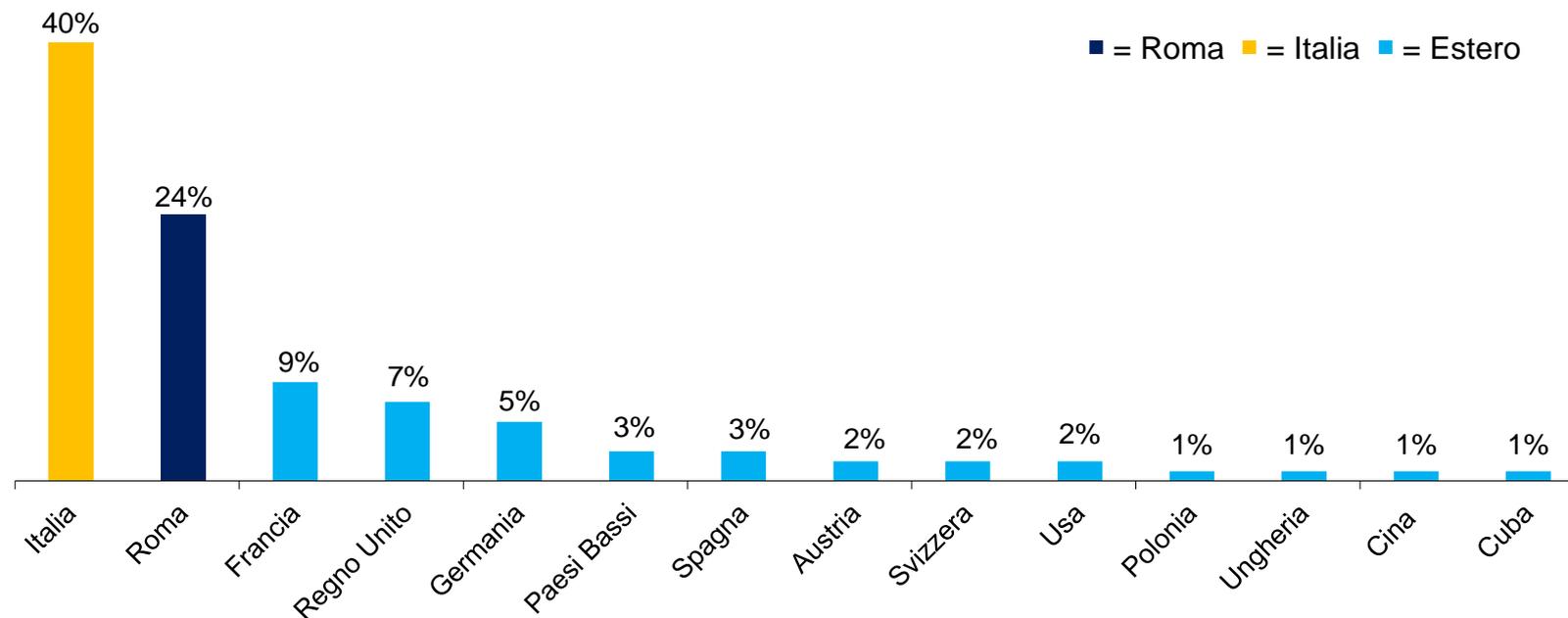
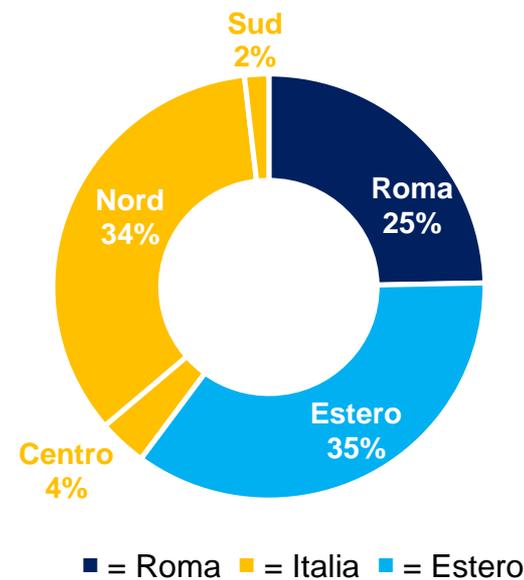


Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 40% del campione intervistato giunge da **altre province italiane** (in netto aumento dal 12% emerso nell'indagine precedente), il 35% sono **turisti stranieri** (nel 2019 erano l'81% sul totale), mentre quest'anno i **residenti a Roma** aumentano notevolmente dal 7% al 25%.

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

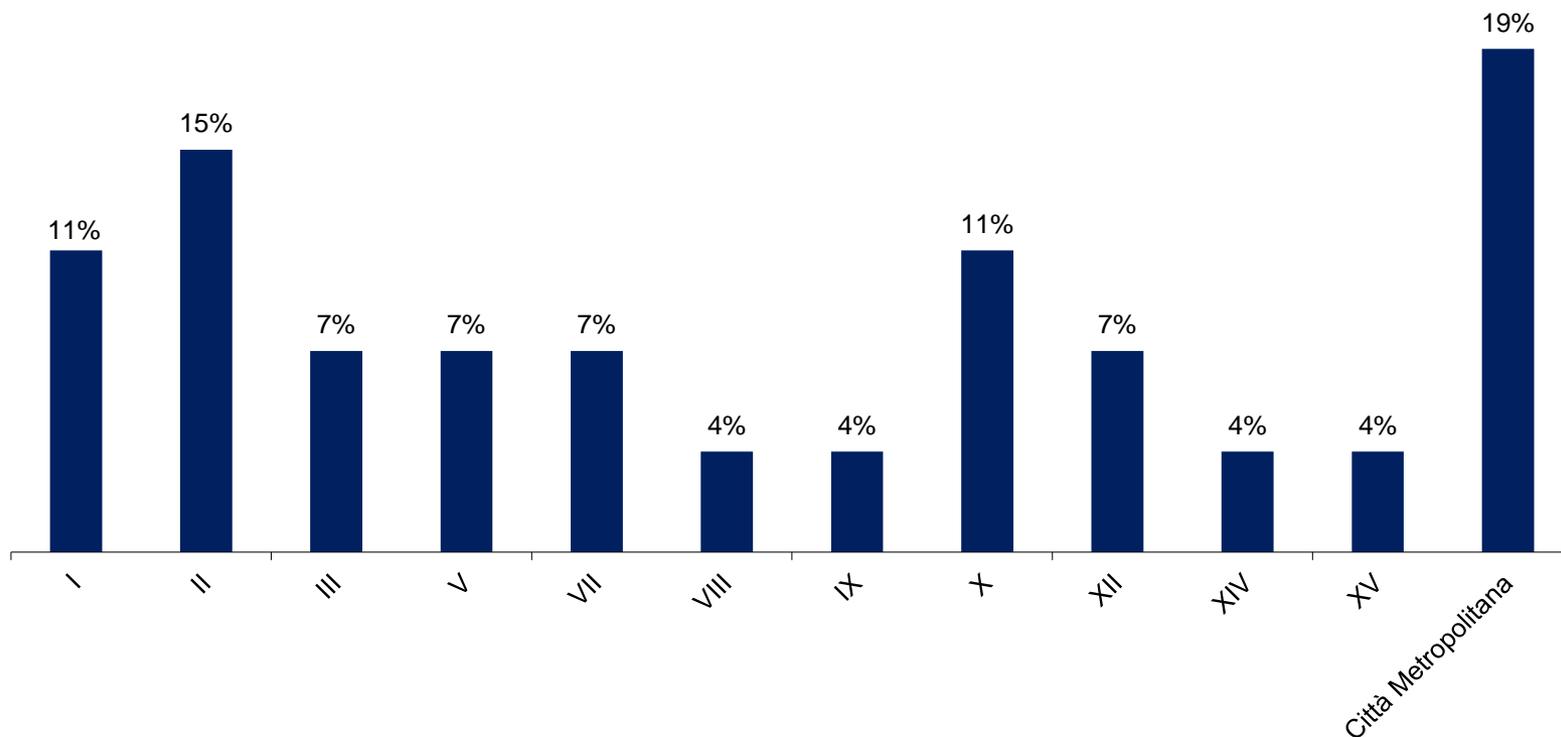
Tra le nazionalità straniere, prevalgono quella **francese** (9%) e **inglese** (7%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Ben il 19% dei romani intervistati è residente nell'Area della **Città Metropolitana**; ciò evidenzia che a frequentare tale museo siano anche i cittadini che risiedono al di fuori del territorio di Roma Capitale, che ad oggi possono usufruire della *MIC Card*.

Tra i municipi di residenza emerge il **Municipio II** (15%), poi seguono i **Municipi I e X** (11% per entrambi).



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco. Il guardaroba non è stato inserito nella tabella sottostante poiché il coefficiente di correlazione è nullo.

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	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	0,184	0,168	0,064	0,185	0,202	0,073	,236*	0,162	,239*	-0,297	,202*
Orari di apertura	0,184	1,000	,232*	0,025	-0,048	,230*	,278*	0,128	,406**	,330**	,431*	-0,013
Personale di biglietteria	0,168	,232*	1,000	0,158	0,164	0,169	,490**	,399**	-0,016	-0,013	-	0,141
Opere della collezione	0,064	0,025	0,158	1,000	,507**	0,176	0,143	0,027	0,018	0,065	0,257	,667**
Supporti informativi	0,185	-0,048	0,164	,507**	1,000	,312**	,340**	,311**	0,024	0,073	0,029	,564**
Supporti digitali	0,202	,230*	0,169	0,176	,312**	1,000	,349**	,277*	0,069	0,069	0,010	,282*
Personale in sala	0,073	,278*	,490**	0,143	,340**	,349**	1,000	,369**	-0,047	-0,038	-	0,202
Segnaletica interna	,236*	0,128	,399**	0,027	,311**	,277*	,369**	1,000	-0,040	-0,032	-	0,173
Posti a sedere	0,162	,406**	-0,016	0,018	0,024	0,069	-0,047	-0,040	1,000	,805**	,358*	0,118
Pulizia del sito	,239*	,330**	-0,013	0,065	0,073	0,069	-0,038	-0,032	,805**	1,000	-	,193*
Libreria	-0,297	,431*	-	0,257	0,029	0,010	-	-	,358*	-	1,000	0,229
Esperienza complessiva	,202*	-0,013	0,141	,667**	,564**	,282*	0,202	0,173	0,118	,193*	0,229	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.

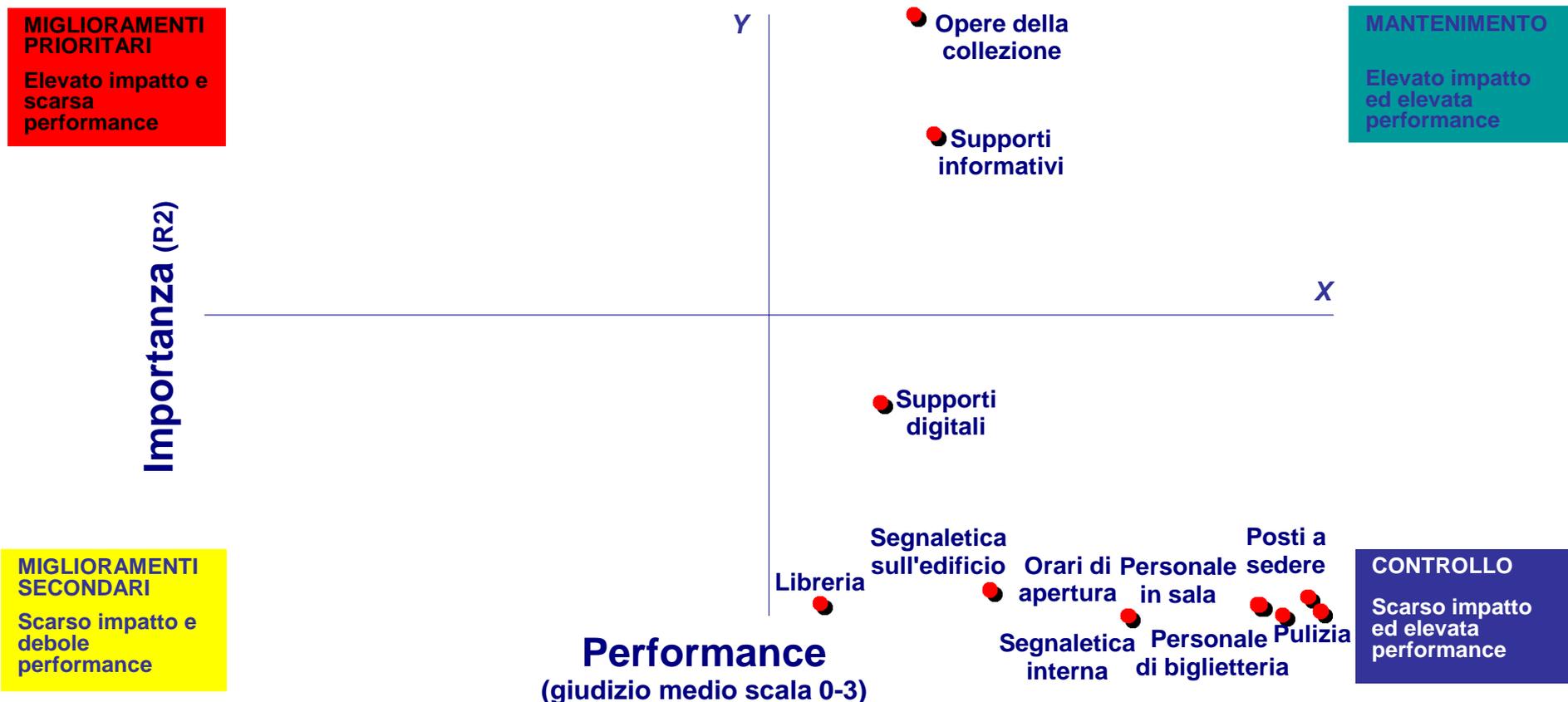
Per il *Museo dell'Ara Pacis* le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,667
Supporti informativi	0,564
Supporti digitali	0,282
Segnaletica sull'edificio	0,202
Pulizia del sito	0,193

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche i **supporti informativi** si posizionano 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

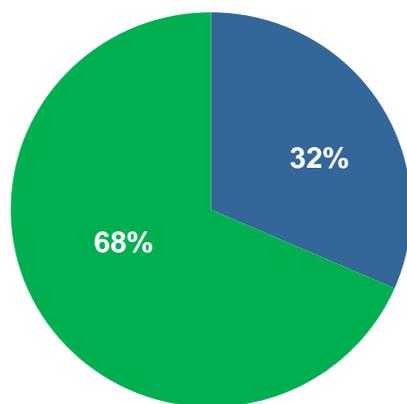
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (35 individui per il *Cluster 1* e 76 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

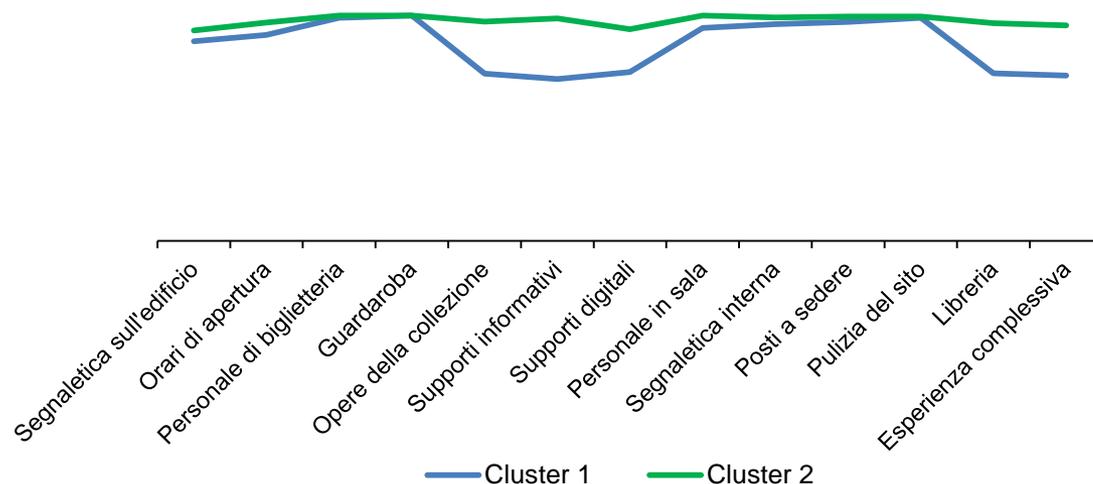
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** hanno un giudizio tendenzialmente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza donne, stranieri, minorenni o di età 55-64 anni, in possesso di un titolo di scuola media inferiore/superiore, studenti, liberi professionisti e pensionati, nuovi visitatori, scoprono il museo passando per caso e tramite la guida turistica cartacea, vi si recano con amici o famiglia, giudizio inferiore alle attese o ne sono privi, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini, italiani (inclusi i romani), di età 19-34 anni, con titolo di laurea/post laurea, impiegati e lavoratori in proprio, alcuni già stati al *Museo dell'Ara Pacis*, scoprono il museo tramite scuola/università, vi si recano da soli o in coppia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno.



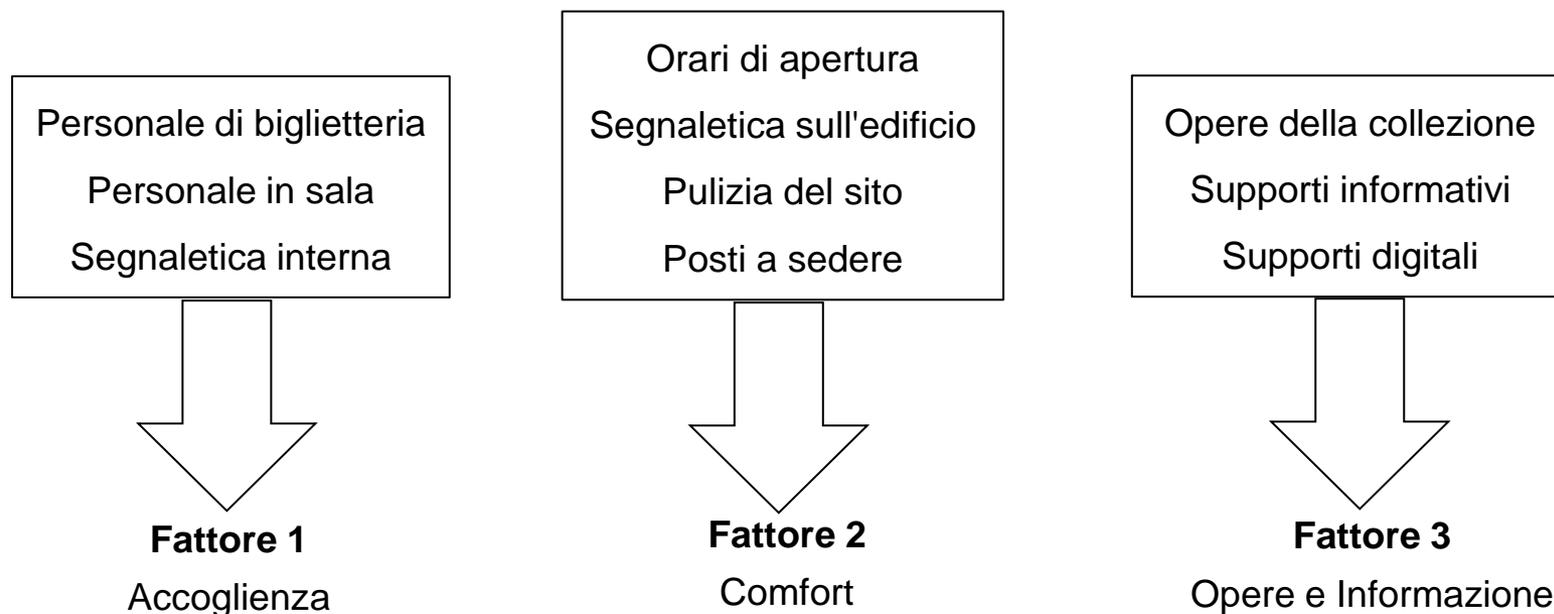
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

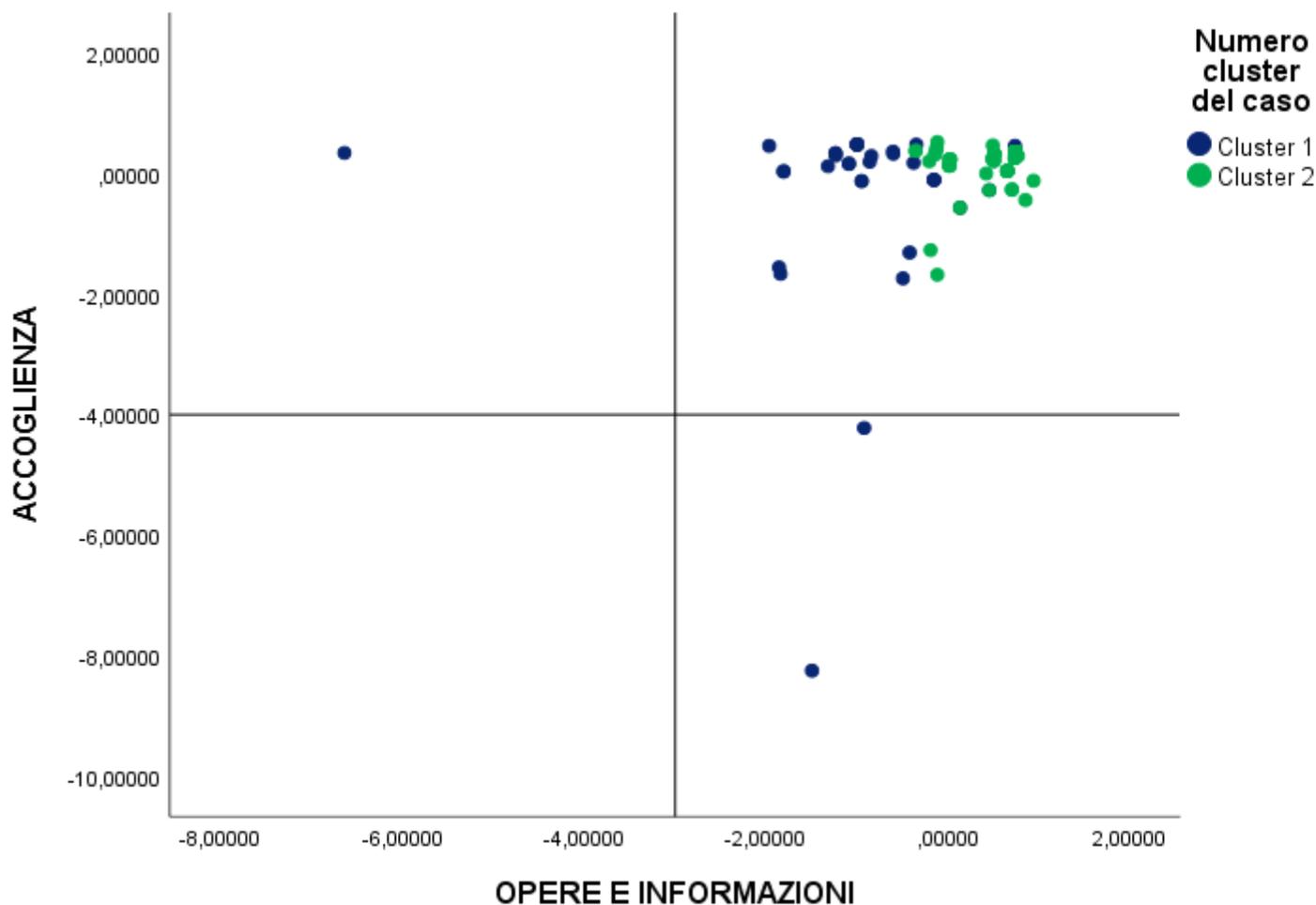
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e la libreria sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 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 su entrambi i fattori considerati.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 55**

ELOGI bellissimo museo. **Totale 2**

COLLEZIONE scarsa rispetto al costo del biglietto d'ingresso (16), da ampliare anche nella parte inferiore del museo in assenza di mostre temporanee (4). **Totale 20**

SUPPORTI DIGITALI più supporti multimediali (13), altro (1). **Totale 14**

ORARIO posticipare la chiusura. **Totale 7**

SUPPORTI INFORMATIVI pannelli troppo lunghi (2), più informazioni sui fregi (2) e sulla figura di Augusto (1). **Totale 5**

TEMPERATURA troppo caldo all'interno del museo. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 17**

**TOTALE 67 SUGGERIMENTI
MUSEO DELL'ARA PACIS**

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> _____	