



---

Indagini di Customer Satisfaction

**Roma Pass**

Giugno – Luglio 2020

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Tipologia di card acquistata
- Per quale motivo è venuto a Roma
- Struttura ricettiva e permanenza media
- Come è venuto a conoscenza della card Roma Pass
- Motivazione di acquisto
- Ha usato questo tipo di card in altre città
- Utilizzo sito [www.romapass.it](http://www.romapass.it) e mailbox [info@romapass.it](mailto:info@romapass.it)
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe la card Roma Pass ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Ha intenzione di fare un viaggio, scelta meta e durata
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (*Cluster Analysis*)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **910** questionari somministrati attraverso il metodo **CAWI** (*Computer assisted web interviewing*) **dal 15 giugno al 15 luglio 2020** agli utenti che hanno utilizzato la card **Roma Pass** nel corso dell'anno precedente (il campione rappresenta il 7,4% sul totale delle email a cui è stato inviato il form online).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione del 92%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,76\%$ .

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 sui vari servizi erogati da *Zètema Progetto Cultura* è pari a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale degli utenti intervistati è molto buono, con una media di **2,48** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **93%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sulla card *Roma Pass* sono quelli relativi alla **facilità di acquisto online** (2,64) e alla **praticità di utilizzo** (2,61).

Tutte le medie delle variabili oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **varietà dei servizi inclusi** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa (insieme alla **praticità di utilizzo** e alla **convenienza del prezzo**), ma anche quello più correlato al giudizio complessivo sulla card (*cfr.* pp. 18-20).

Tra i suggerimenti prevale la richiesta di una maggiore praticità di utilizzo della card (n. 33 suggerimenti) e ampliare i musei/siti archeologici inseriti nel circuito (n. 28 suggerimenti).

Il profilo degli utenti intervistati è costituito per la maggior parte da **turisti stranieri** (91%), **impiegati** (56%), in possesso di un **titolo di laurea** o **post laurea** (79%), appartenenti soprattutto alle fasce di età compresa tra i **19 e 39 anni** (58%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale nettamente il **canale web**, che raggiunge complessivamente il 76% sul totale delle risposte rilasciate (di cui il 38% si riferisce a *www.romapass.it*, il 24% *altri siti internet*, il 9% *social network* e il 5% *www.turismoroma.it*).

Risulta significativo che il sito www.romapass.it prevalga per gli uomini di età 26-44 anni, molto soddisfatti della facilità di acquisto online e della convenienza del prezzo. Invece a rispondere altri siti internet sono soprattutto gli uomini, appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 45-54 anni, che gradiscono molto la facilità di acquisto online e abbastanza la convenienza del prezzo. Infine il passaparola è predominante per le donne, di età giovane 19-34 anni o adulta 55-64 anni, nel complesso abbastanza soddisfatte sia dell'acquisto online che del prezzo.

## Tabella riassuntiva

<i>Roma Pass 2020</i>	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Facilità acquisto online	2,64	3,00	906	4	0,606	0%	70%	1%	95%
Convenienza prezzo	2,34	2,00	906	4	0,668	0%	44%	1%	91%
Praticità di utilizzo	2,61	3,00	903	7	0,670	1%	69%	2%	93%
Varietà servizi inclusi	2,35	2,00	906	4	0,705	0%	46%	2%	90%
Durata di utilizzo	2,36	2,00	904	6	0,700	1%	48%	1%	89%
<b>Giudizio complessivo</b>	<b>2,48</b>	<b>3,00</b>	<b>910</b>	<b>0</b>	<b>0,676</b>	<b>0%</b>	<b>56%</b>	<b>2%</b>	<b>93%</b>

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

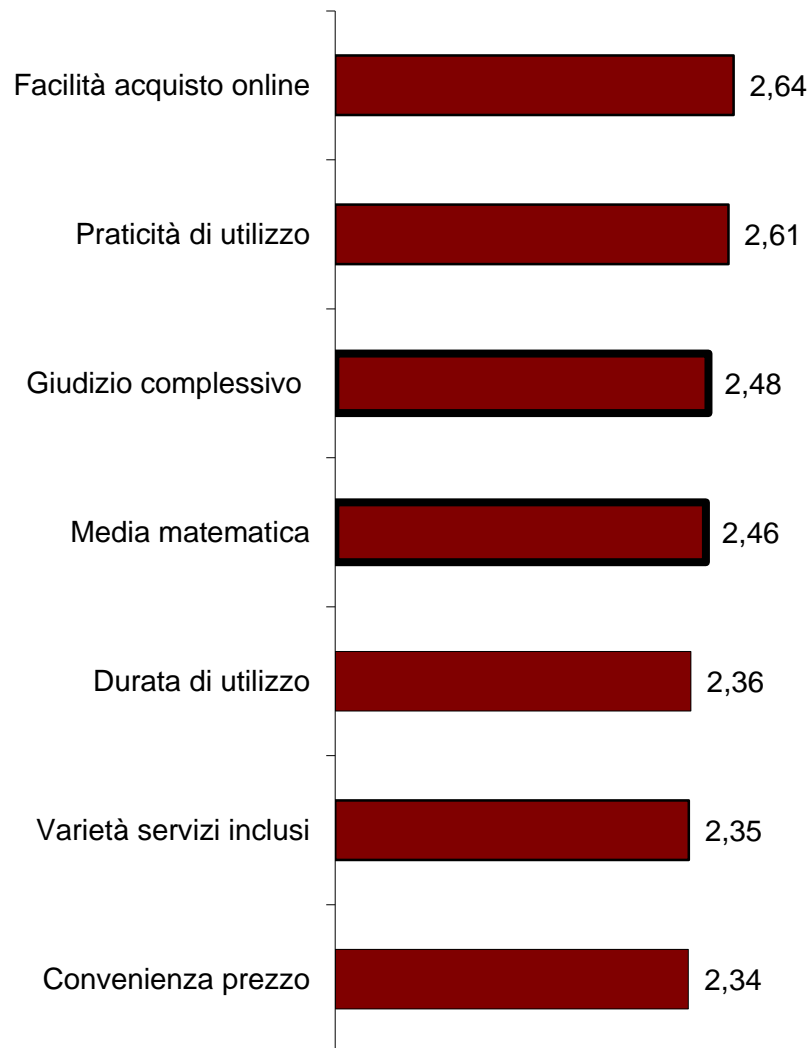
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,46).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Gli aspetti maggiormente graditi sono i seguenti: **facilità di acquisto online** e **praticità di utilizzo**.

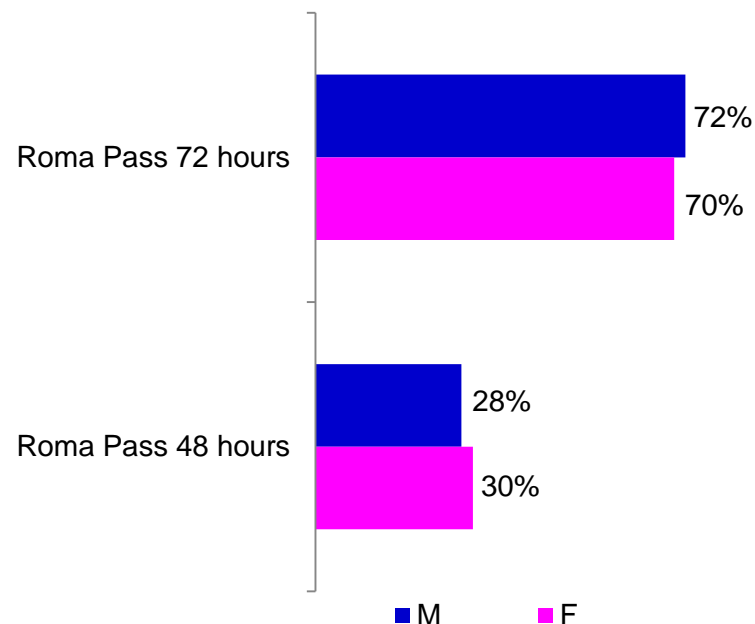
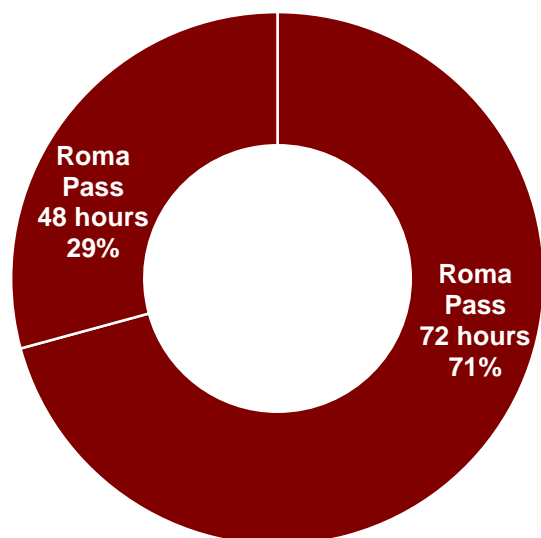
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Tipologia di card acquistata

Il 71% sul totale afferma di avere acquistato la card **Roma Pass 72 hours**, mentre il restante 29% ha preferito la **Roma Pass 48 hours**.

Risulta significativo che la Roma Pass 72 hours prevalga per una percentuale leggermente più alta di uomini (*cf.* grafico in basso a destra), che dichiarano di apprezzare molto la card in generale e la sua praticità di utilizzo, ma anche di avere acquistato delle card turistiche in altre città. Invece la Roma Pass 48 hours è predominante tra le donne, che hanno un giudizio abbastanza soddisfacente e buona parte di esse afferma di non avere utilizzato altre card turistiche di questo tipo.

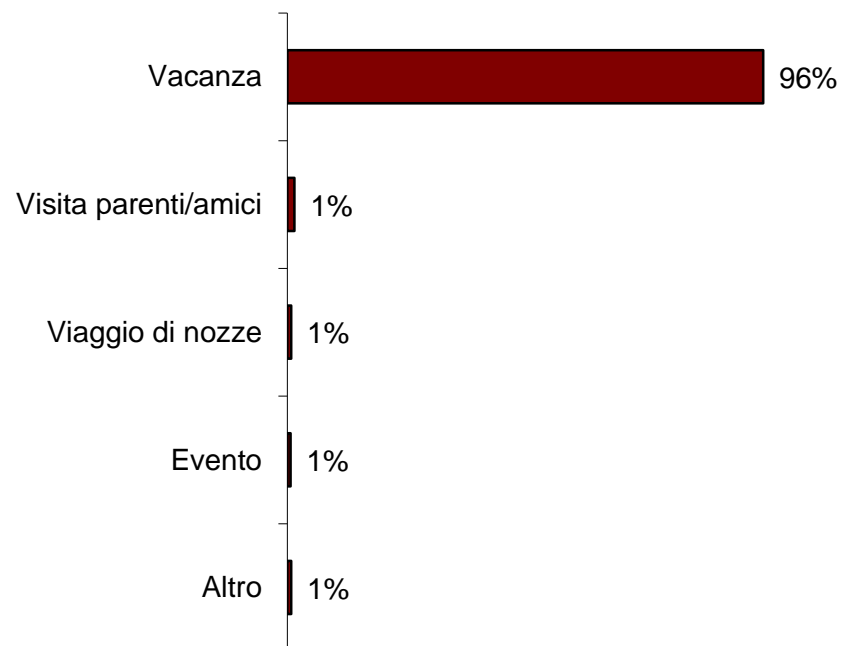


## Per quale motivo è venuto a Roma

La quasi totalità del campione (96% sul totale) dichiara di essere venuto a Roma per **vacanza**, il restante 4% risponde per le seguenti motivazioni: **visita a parenti/amici** (1%), in **viaggio di nozze** (1%), per partecipare ad un **evento** (1%) o **altro** (1%).

Risulta significativo che la vacanza sia la motivazione prevalente soprattutto per i turisti stranieri, che hanno un giudizio complessivo molto soddisfacente sulla card e sulla sua durata di utilizzo, mentre sono abbastanza soddisfatti della facilità di acquisto online.

Invece le altre motivazioni emergono in particolare per i fruitori italiani, equamente suddivisi tra chi si ritiene molto o abbastanza soddisfatto della *Roma Pass* e dei vari aspetti oggetto d'indagine.



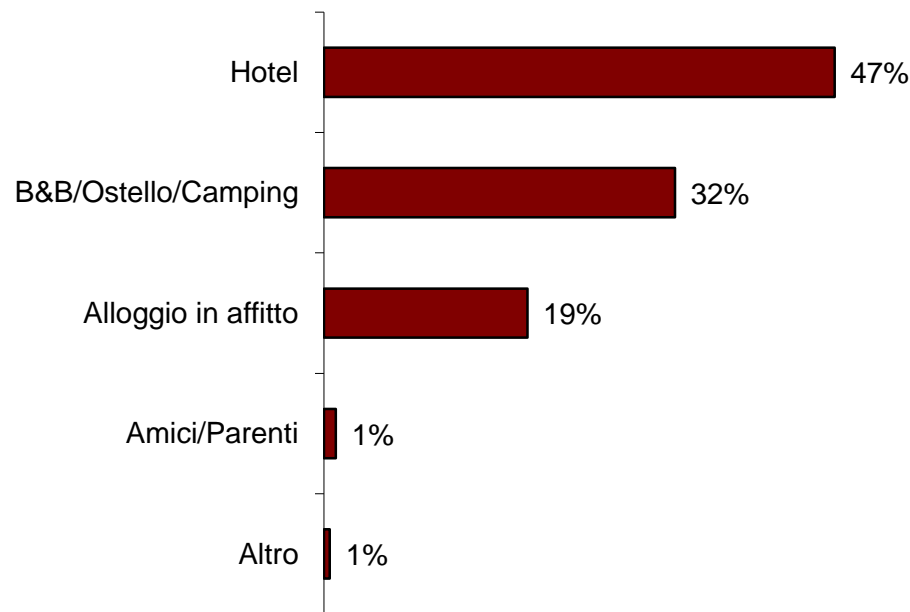


## Struttura ricettiva e permanenza media

Il 47% dei turisti intervistati dichiara di avere scelto le **strutture alberghiere** (di cui il 53% alloggia in hotel a 3 stelle e il 33% in hotel a 4 stelle). Il 32% ha prenotato delle **strutture extra-alberghiere (B&B, Ostelli, Camping)**, il 19% afferma di prediligere **alloggi in affitto**, mentre un 1% preferisce pernottare presso **amici/parenti** e il restante 1% risponde **altro**.

Inoltre è stato richiesto di indicare il numero di pernottamenti a Roma e la permanenza media risulta pari a circa 4 notti (**4,07 notti**).

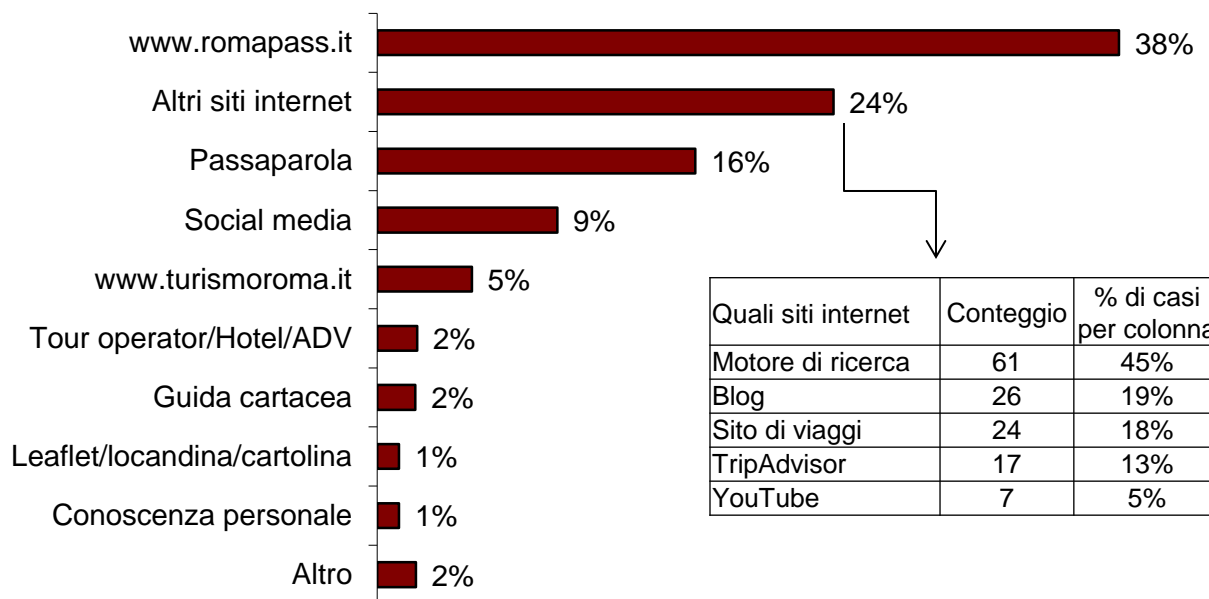
Risulta significativo che le strutture alberghiere siano la risposta prevalente tra gli uomini, di età adulta al di sopra dei 45 anni, possessori della card *Roma Pass 48 hours* e nel complesso molto soddisfatti. Invece le strutture extra-alberghiere e alloggi in affitto emergono per le donne, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni (*B&B, Ostelli, Camping*) e 35-44 anni (*alloggi in affitto*), che hanno acquistato soprattutto la *Roma Pass 72 hours*, in generale abbastanza soddisfatte.



## Come è venuto a conoscenza della card Roma Pass

Il 38% di chi ha compilato il form online dichiara di essere venuto a conoscenza della card *Roma Pass* attraverso il sito **www.romapass.it**, il 24% risponde **altri siti internet** (di cui il 45% indica i **motori di ricerca**; cfr. tabella sottostante), il 16% tramite il **passaparola**, il 9% coi **social media** e il 5% visitando il portale **www.turismoroma.it**.

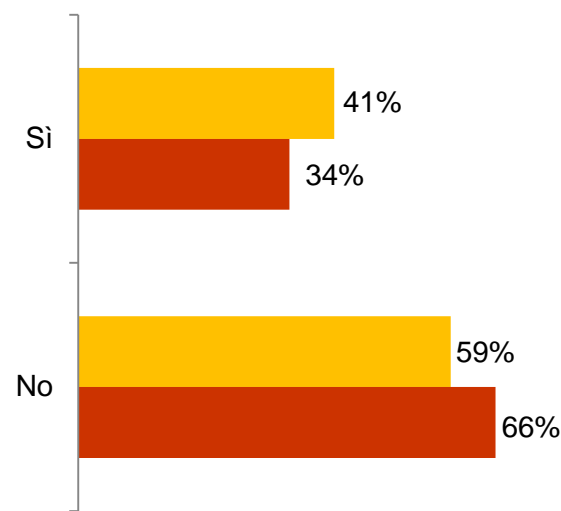
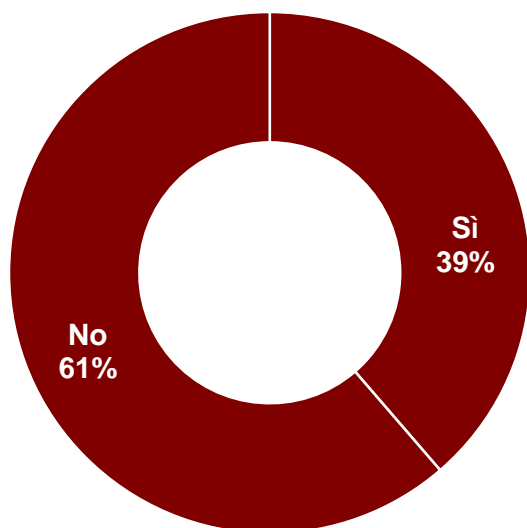
Risulta significativo che il sito www.romapass.it prevalga per gli uomini di età 26-44 anni, molto soddisfatti della facilità di acquisto online e della convenienza del prezzo. Anche a rispondere altri siti internet sono soprattutto gli uomini, appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 45-54 anni, che gradiscono molto la facilità di acquisto online e abbastanza la convenienza del prezzo. Invece il passaparola è il mezzo di comunicazione predominante per le donne, di età giovane 19-34 anni o adulta 55-64 anni, nel complesso abbastanza soddisfatte sia sull'acquisto online che sul prezzo.



## Ha usato questo tipo di card in altre città

Il 61% sul campione totale afferma di **non avere usato questo tipo di card turistiche in altre città**, mentre il restante 39% risponde positivamente a tale domanda (tra le città preferite emergono quelle straniere: **Parigi** e **Londra**, che raggiungono rispettivamente il 14% e il 12%).

Risulta significativo che ad avere già utilizzato altre card turistiche siano in prevalenza i possessori della *Roma Pass 72 hours* (cfr. grafico in basso a destra), di età adulta oltre i 40 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, giudizio uguale alle aspettative e hanno intenzione di fare un viaggio a seguito dell'emergenza del Covid-19. Invece a non avere usato questo tipo di card in altre città sono soprattutto i possessori della *Roma Pass 48 hours*, di età giovane 19-39 anni, diplomati o laureati, giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi, la maggior parte di essi dichiara di non voler programmare un viaggio a breve.

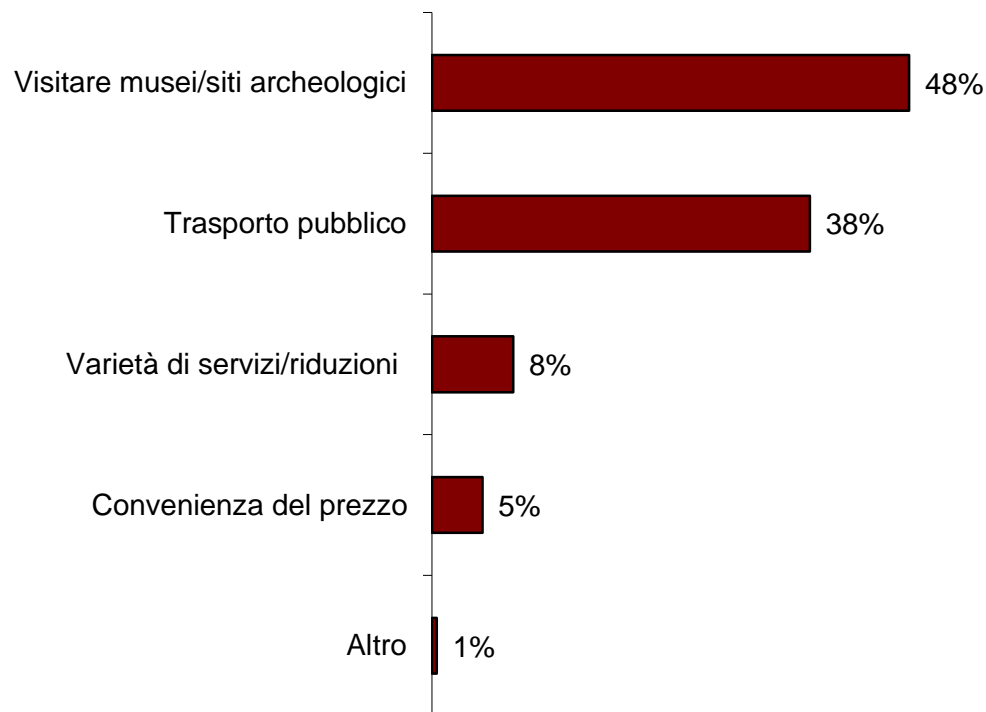


■ Roma Pass 72 hours ■ Roma Pass 48 hours

## Motivazione di acquisto

Il 48% del campione intervistato dichiara di avere acquistato la card per **visitare musei/siti archeologici**, il 38% la utilizza per il **trasporto pubblico**, l'8% per la **varietà di servizi e riduzioni riservate ai possessori**, il 5% per il **prezzo**, mentre il restante 1% risponde **altro**.

Risulta significativo che la visita a musei/monumenti archeologici sia la motivazione di acquisto predominante per i turisti stranieri, di età adulta al di sopra dei 44 anni. Invece le altre motivazioni (trasporto pubblico, varietà di servizi e riduzioni, convenienza del prezzo) sono prevalenti per i fruitori italiani, di età giovane 19-39 anni.



## Utilizzo sito [www.romapass.it](http://www.romapass.it) e mailbox [info@romapass.it](mailto:info@romapass.it)

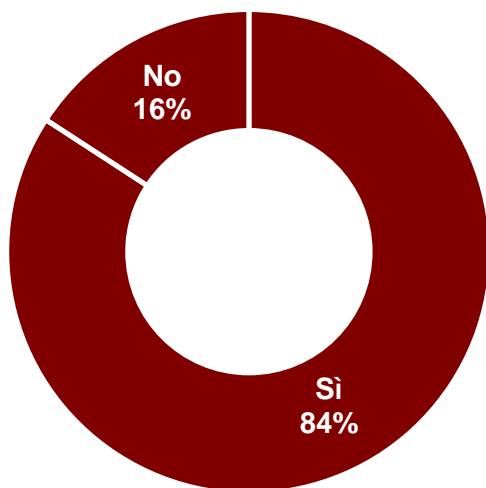
L'84% degli intervistati **ha navigato sul sito [www.romapass.it](http://www.romapass.it)** (in dettaglio le medie di soddisfazione sono: chiarezza e completezza delle informazioni – media di **2,41**; utilità delle FAQ – media di **2,34**; giudizio generale – media di **2,41**).

Risulta significativo che i fruitori del sito siano in prevalenza uomini, di età 19-39 anni, con titolo di laurea o post laurea, il cui giudizio è superiore alle aspettative.

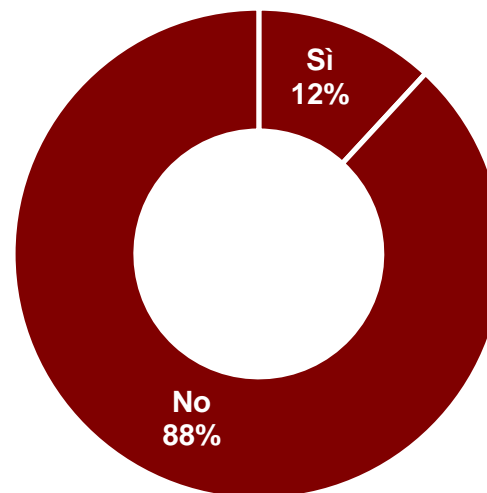
L'88% del campione totale dichiara di non avere utilizzato la **mailbox [info@romapass.it](mailto:info@romapass.it)**, mentre il restante 12% risponde positivamente (in dettaglio le medie di soddisfazione sono: cortesìa – media di **2,56**; completezza della risposta – media di **2,44**; tempi di risposta – media di **2,41**; giudizio generale – media di **2,48**).

Si rileva che la mailbox sia stata utilizzata soprattutto da coloro che hanno navigato sul sito [www.romapass.it](http://www.romapass.it) e dichiarano di avere un giudizio superiore alle proprie attese.

**www.romapass.it**



**info@romapass.it**

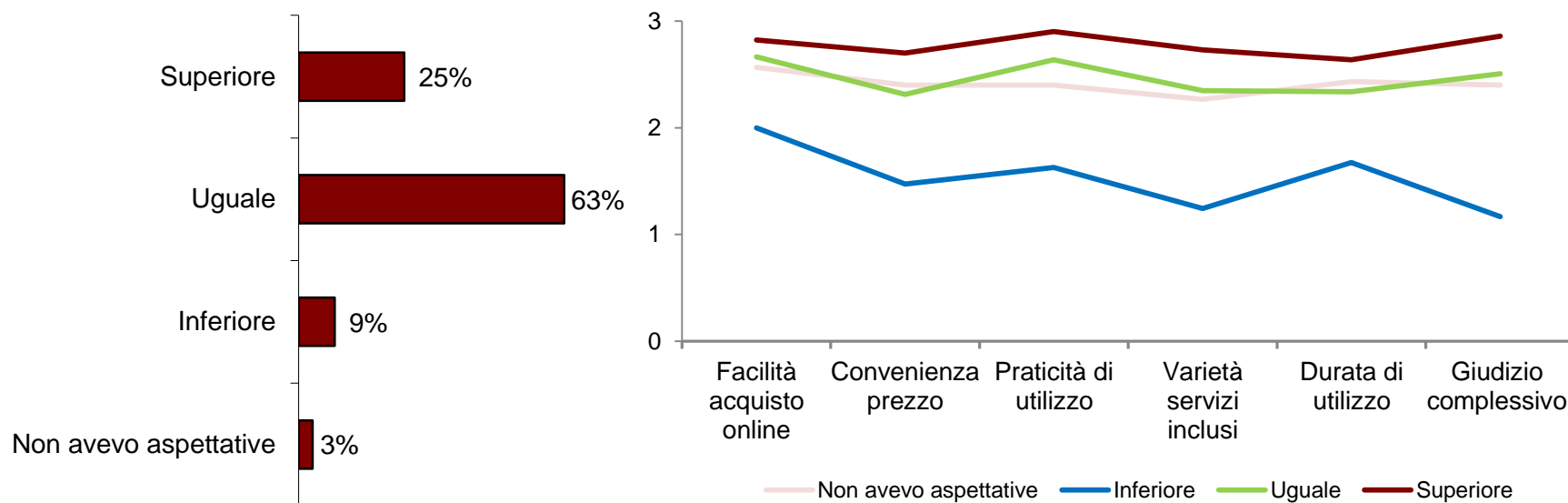


## Giudizio rispetto alle aspettative

Più della metà degli intervistati (63% sul totale) afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 25% è superiore, mentre il 9% ritiene la card inferiore alle proprie aspettative. Solo il 3% del campione afferma di non avere attese a priori.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese soprattutto per le donne, di età 19-25 anni e 35-39 anni, con un titolo di laurea o post laurea, che hanno navigato sul sito [www.romapass.it](http://www.romapass.it) e utilizzato la mailbox [info@romapass.it](mailto:info@romapass.it). Invece il giudizio è uguale alle proprie aspettative principalmente per gli uomini, appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 55-74 anni, diplomati, che non conoscono il sito web e la mailbox della *Roma Pass*.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative risultano i più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine, soprattutto sulla praticità di utilizzo (*cf.* grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe la card Roma Pass 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 prodotto che hanno utilizzato.

In questo caso la percentuale di utenti che consiglierà la card *Roma Pass* è pari al **53%**.

Inoltre si rileva che il 29% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



NET PROMOTER SCORE <i>Roma Pass 2020</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	4	4	7	11	26	27	75	183	179	377
0%	0%	0%	1%	2%	3%	3%	8%	21%	20%	42%
<b>DETRATTORI = 9%</b>							<b>PASSIVI = 29%</b>		<b>PROMOTORI = 62%</b>	
<b>62% - 9% = 53%</b>										

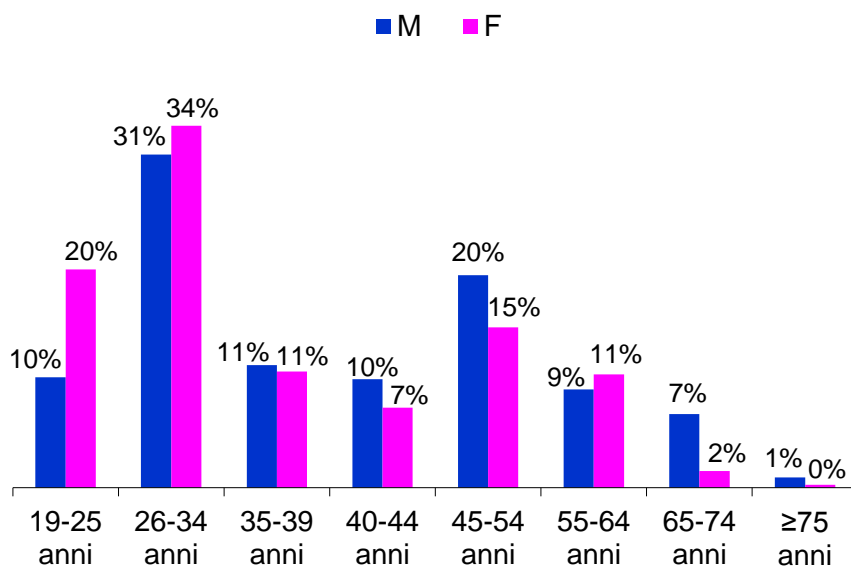
## Analisi socio-demografica: genere, età, istruzione, professione (1/2)

In tale survey emerge il **genere maschile**, che rappresenta il 57% sul totale degli intervistati, soprattutto nella fasce di età adulta dei 40-54 anni e al di sopra dei 65 anni. Invece le donne prevalgono tra i giovani di età 19-34 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle giovani comprese tra i **19 e 39 anni**, che raggiungono complessivamente il 58% sul totale degli intervistati.

Il 79% del campione totale dichiara di essere in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

Tra le categorie professionali prevalgono nettamente gli **impiegati** con una percentuale del 56% sul totale, poi seguono i **dirigenti** (14%), gli **studenti** e i **pensionati** (7% per entrambi).

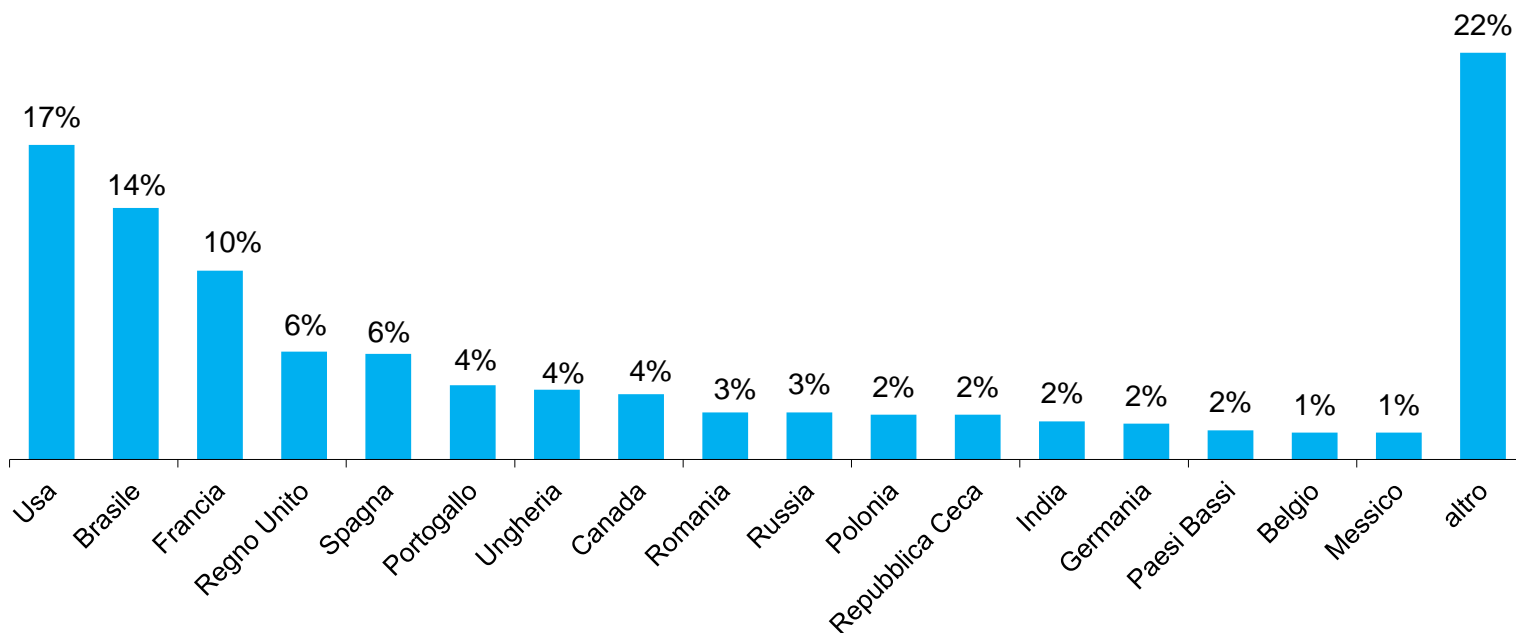
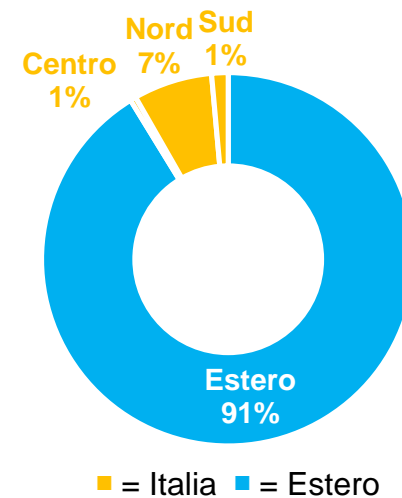




## Analisi socio-demografica: provenienza (2/2)

Ben il 91% degli intervistati che hanno acquistato la card *Roma Pass* nel 2019 è costituito da **turisti stranieri**, mentre il restante 9% da turisti italiani (il 7% risiede nelle province del Nord, un 1% al Centro e un ulteriore 1% al Sud).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense** (17%), seguita dalla brasiliana e dalla francese (rispettivamente 14% e 10%); si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sulla provenienza straniera.



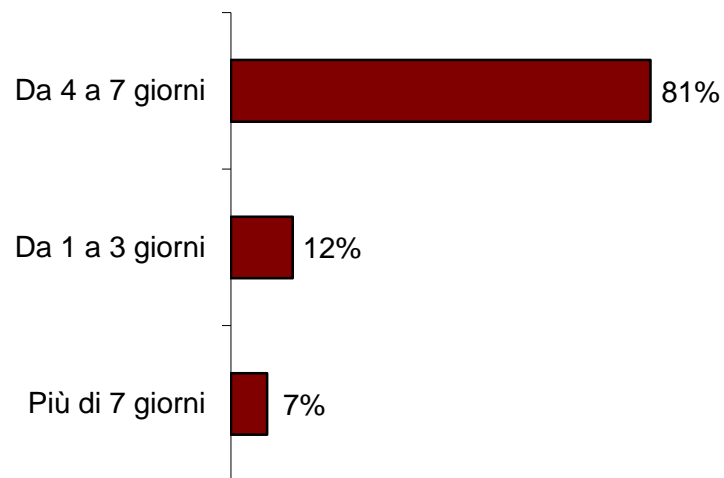
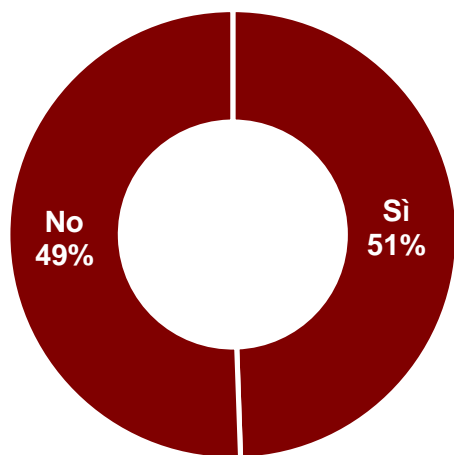
## Ha intenzione di fare un viaggio, scelta meta e durata media

Come si rileva dal grafico in basso a sinistra, il 51% del campione intervistato dichiara di avere **intenzione di fare un viaggio a seguito dell'emergenza del Covid-19** (di cui il 48% dal 2021 in poi, il 28% entro tre mesi e il restante 24% entro 6 mesi).

Tra le mete di viaggio preferite, il 53% sul totale risponde **città d'arte**, mentre il 42% predilige **mare/montagna** e il 5% **altro**.

Alla domanda sulla durata media del prossimo viaggio (cfr. grafico sottostante a destra), ben l'81% afferma che sarà **da 4 a 7 giorni**, il 12% **da 1 a 3 giorni** e solo il 7% **più di 7 giorni**.

Risulta significativo che ad avere intenzione di effettuare viaggi entro sei mesi siano soprattutto i turisti italiani, appartenenti alle fasce di età compresa tra i 19 e 44 anni, con un giudizio generale molto soddisfacente sulla card *Roma Pass*. Ma si evidenzia che siano le donne a prediligere le città d'arte, mentre gli uomini sono più propensi ad effettuare viaggi di relax al mare o in montagna.



## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman***</b>	Facilità acquisto online	Convenienza prezzo	Praticità di utilizzo	Varietà servizi inclusi	Durata di utilizzo	Giudizio complessivo
Facilità acquisto online	1,000	,409**	,392**	,385**	,324**	,475**
Convenienza prezzo	,409**	1,000	,413**	,551**	,455**	,594**
Praticità di utilizzo	,392**	,413**	1,000	,524**	,404**	,615**
Varietà servizi inclusi	,385**	,551**	,524**	1,000	,508**	,666**
Durata di utilizzo	,324**	,455**	,404**	,508**	1,000	,532**
Giudizio complessivo	,475**	,594**	,615**	,666**	,532**	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 complessiva (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

Gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sulla card *Roma Pass* sono la **varietà dei servizi inclusi** e la **praticità di utilizzo**.

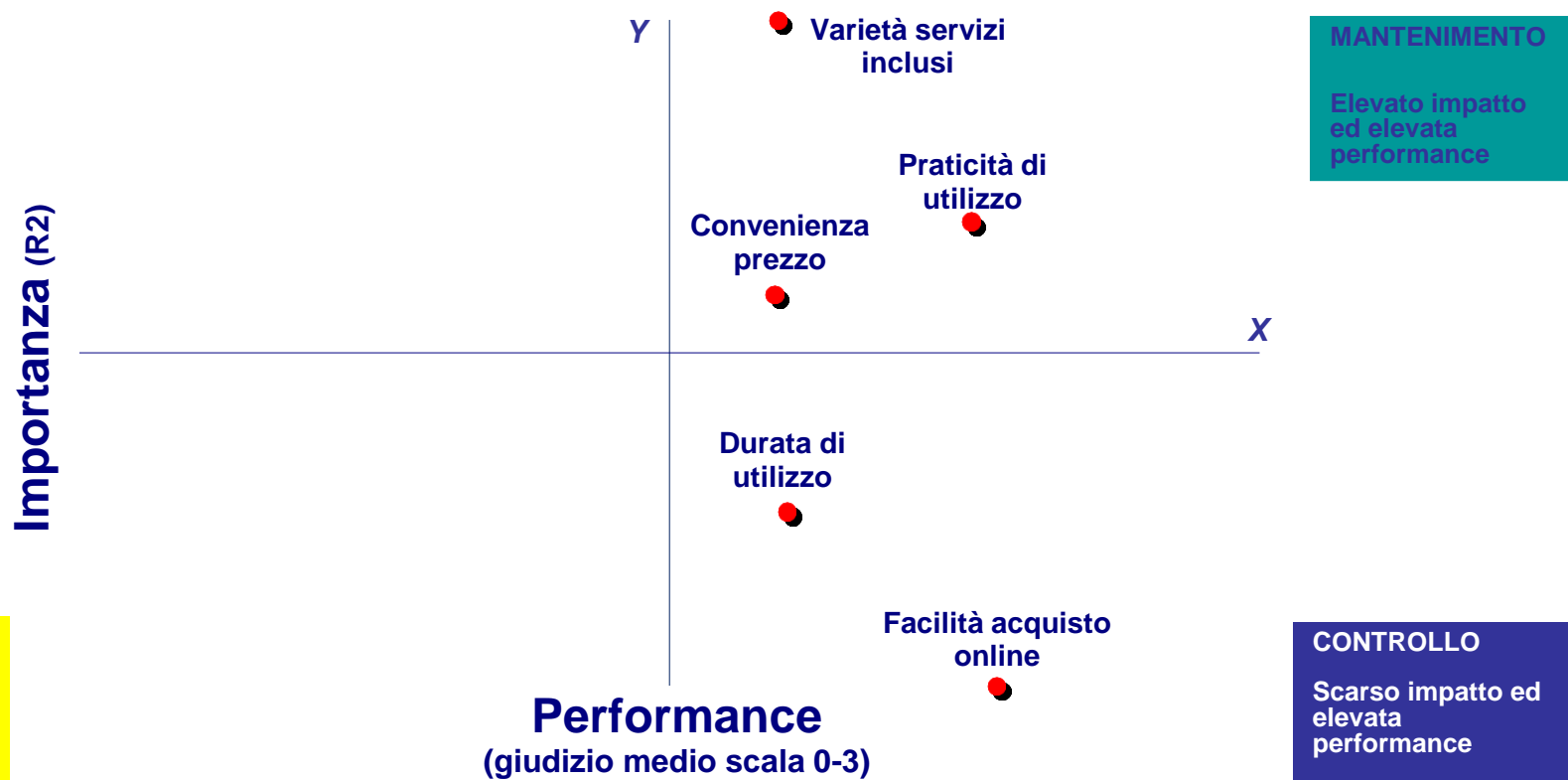
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale	
Varietà servizi inclusi	0,666
Praticità di utilizzo	0,615
Convenienza prezzo	0,594
Durata di utilizzo	0,532
Facilità acquisto online	0,475

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **varietà dei servizi inclusi** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche la **praticità di utilizzo** e la **convenienza del prezzo** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Non vi sono miglioramenti da ritenere prioritari (quadrante in alto a sinistra); ciò è indice di un alto livello di gradimento da parte degli intervistati su tutte le variabili oggetto d'indagine.

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

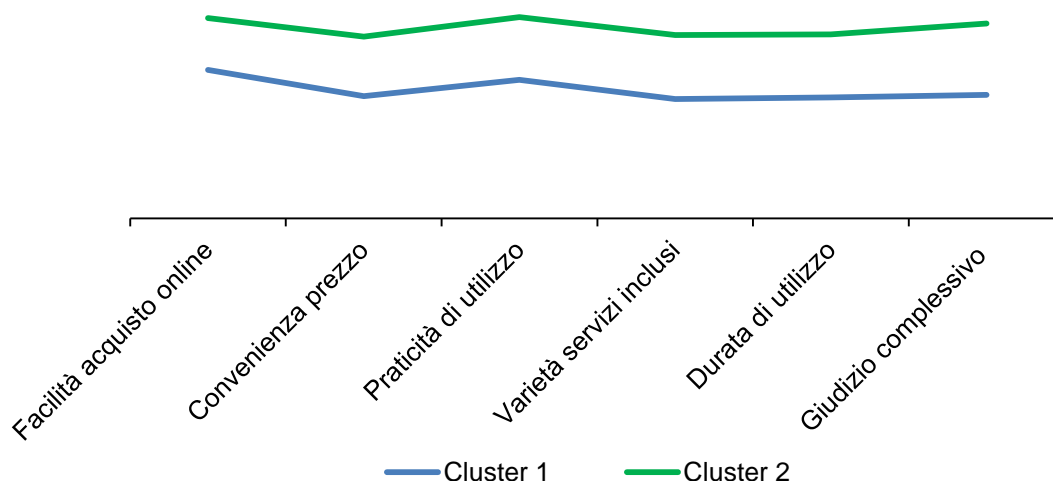
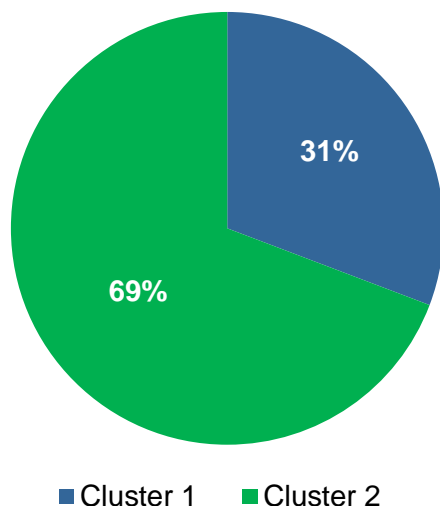
## Cluster Analysis

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 ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (280 individui per il *Cluster 1* e 630 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 nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).

**Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza uomini, residenti all'estero, dirigenti/manager, con un titolo di post laurea,, conoscono la *Roma Pass* attraverso il portale [www.turismoroma.it](http://www.turismoroma.it) e altri siti internet, la acquistano soprattutto per visitare musei e monumenti archeologici, giudizio uguale alle aspettative, il 44% di essi ha utilizzato questo tipo di card turistiche in altre città.

**Cluster 2 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza donne, residenti in altre province italiane, impiegati e liberi professionisti, diplomati e laureati, conoscono la *Roma Pass* tramite il sito [www.romapass.it](http://www.romapass.it) e il passaparola, la acquistano soprattutto per la varietà di servizi/riduzioni e il trasporto pubblico, giudizio superiore alle aspettative, il 64% di essi non ha utilizzato altre card turistiche in altre città.



## Elogi e suggerimenti

**ELOGI** utile e conveniente (16), esperienza magnifica, servizio eccellente (10), da riacquistare nei prossimi viaggi (6), facile da usare (4), eccellente il ritiro presso l'aeroporto (2). **Totale 38**

---

**PRATICITÀ NELL'UTILIZZO DELLA CARD** da migliorare, soprattutto per via dell'obbligo di prenotazione di alcuni siti/musei inclusi nella card (18), in particolare per il Colosseo (10), si potrebbe migliorare per il trasporto pubblico (5). **Totale 33**

**MUSEI E SITI ARCHEOLOGICI** da aumentare (15), includere di nuovo la Galleria Borghese (11), inserire i Musei Vaticani (2). **Totale 28**

**CONVENIENZA DEL PREZZO** da migliorare per i trasporti (11) e l'elenco dei siti inclusi (6), ridurre il costo della card (6). **Totale 23**

**RITIRO DELLA CARD** da migliorare le indicazioni dei punti di ritiro, soprattutto per il Tourist Infopoint della Stazione Termini (8), procedura obsoleta, non chiara (7), più punti di accoglienza ed ampliare l'orario per il ritiro (7). **Totale 22**

**SITO INTERNET** migliorare la chiarezza e completezza delle informazioni riportate sul sito ufficiale [www.romapass.it](http://www.romapass.it) (8), da migliorare l'interfaccia, la navigazione e le traduzioni in inglese (8). **Totale 16**

**DURATA DI UTILIZZO DELLA CARD** da aumentare (7), a 5-7 giorni (4), a 4 giorni (3). **Totale 14**

**VARIETÀ DEI SERVIZI INCLUSI** da ampliare per la ristorazione (5), strutture ricettive (3), trasporto (2), prenotazione siti archeologici (2). **Totale 12**

**DIGITALIZZAZIONE DELLA CARD** da implementare. **Totale 5**

**ALTRO. Totale 6**

**TOTALE 159 SUGGERIMENTI ROMA PASS**

## Allegato 1 – Questionario (fronte)

<b>SURVEY ROMA PASS 2020</b>				
1. <b>Quale tipo di card hai acquistato?</b> <input type="checkbox"/> Roma Pass 72 hours <input type="checkbox"/> Roma Pass 48 hours				
2. <b>Per quale motivo sei venuto a Roma?</b> <input type="checkbox"/> Vacanza <input type="checkbox"/> Visita parenti o amici <input type="checkbox"/> Viaggio di lavoro <input type="checkbox"/> Evento (specificare) <input type="checkbox"/> Altro (specificare)				
3. <b>Permanenza a Roma - Numero pernottamenti: quante notti?</b> _____				
4. <b>Struttura ricettiva in cui hai alloggiato:</b> <input type="checkbox"/> Hotel (specificare numero di stelle) <input type="checkbox"/> B&B/Ostello/Camping <input type="checkbox"/> Amici/Parenti <input type="checkbox"/> Alloggio in affitto <input type="checkbox"/> Altro (specificare.....)				
5. <b>Come sei venuto a conoscenza della card Roma Pass?</b> <input type="checkbox"/> www.romapass.it <input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti) <input type="checkbox"/> www.turismoroma.it <input type="checkbox"/> stampa (specificare quali giornali/riviste.....) <input type="checkbox"/> altri siti internet (specificare quale.....) <input type="checkbox"/> Tour Operator/ Agenzia di viaggio <input type="checkbox"/> social media (specificare quale.....) <input type="checkbox"/> Contact Center 060608 <input type="checkbox"/> leaflet/locandine/cartoline <input type="checkbox"/> l'ho ricevuta in regalo <input type="checkbox"/> fiere/congressi (specificare quale.....) <input type="checkbox"/> altro (specificare:.....)				
6. <b>Hai mai usato questo tipo di card turistiche in altre città?</b> <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No				
6a. <b>Se sì, in quali città in particolare ritieni sia stata più utile?</b> .....				
7. <b>Qual è il motivo principale che ti ha spinto ad acquistare la Roma Pass?</b> <input type="checkbox"/> Per visitare i musei/siti archeologici <input type="checkbox"/> Per il trasporto pubblico <input type="checkbox"/> Per il prezzo <input type="checkbox"/> Per la varietà di servizi con riduzioni riservati ai possessori della card <input type="checkbox"/> Altro (specificare:.....)				
<b>8. Quanto ti ritieni soddisfatto dei seguenti aspetti:</b>	<b>Molto Soddisfatto</b>	<b>Abbastanza Soddisfatto</b>	<b>Poco Soddisfatto</b>	<b>Per niente Soddisfatto</b>
a) Facilità di acquisto online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Convenienza del prezzo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Praticità nell'utilizzo della card	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Varietà dei servizi inclusi nella card	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Durata di utilizzo della card	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Giudizio complessivo Roma Pass	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. <b>Hai navigato sul sito www.romapass.it?</b> <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No <b>Se sì, come valuti i seguenti aspetti del sito internet:</b>				
a) Chiarezza e completezza delle informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Utilità delle FAQ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Giudizio generale <i>www.romapass.it</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. <b>Hai utilizzato la mailbox info@romapass.it?</b> <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No <b>Se sì, come valuti i seguenti aspetti:</b>				
a) Cortesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a) Completezza della risposta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Tempi di risposta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Giudizio generale servizio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. <b>Rispetto alle aspettative il tuo giudizio sulla card è:</b> <input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative				



## Allegato 1 – Questionario (retro)

<p><b>12. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggeriresti la card Roma Pass ad altre persone?</b></p> <p>MINIMO 0    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10    MASSIMO</p> <p style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/> </p>																				
<p><b>13. A seguito dell'emergenza del Covid-19, hai intenzione di fare un viaggio?</b> <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No</p> <p><b>13a. Se sì, quando vorresti organizzare il tuo viaggio?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Entro tre mesi    <input type="checkbox"/> Entro sei mesi    <input type="checkbox"/> Dal 2021 in poi</p> <p><b>13b. Che meta di viaggio sceglieresti?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Città d'arte    <input type="checkbox"/> Mare/Montagna    <input type="checkbox"/> Altro (specificare:.....)</p> <p><b>13c. Quale sarà la durata media del tuo prossimo viaggio?</b></p> <p><input type="checkbox"/> da 1 a 3 giorni    <input type="checkbox"/> da 4 a 7 giorni    <input type="checkbox"/> più di 7 giorni</p>																				
<p><b>14. Suggerimenti</b>    <input type="checkbox"/> Nessuno, va bene così</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>																				
<p><b>DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI</b></p> <p><b>Età:</b> <input type="checkbox"/> 18 -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</p> <p><b>Genere:</b> <input type="checkbox"/> Uomo    <input type="checkbox"/> Donna</p> <p><b>Titolo di studio:</b>    <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo    <input type="checkbox"/> diploma superiore    <input type="checkbox"/> laurea    <input type="checkbox"/> specializzazione post laurea</p> <p><b>Professione:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%;"><input type="checkbox"/> impiegato</td> <td style="width: 33%;"><input type="checkbox"/> pensionato</td> <td style="width: 33%;"><input type="checkbox"/> non occupato</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> dirigente-quadro</td> <td><input type="checkbox"/> libero professionista</td> <td><input type="checkbox"/> lavoratore in proprio</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> studente</td> <td><input type="checkbox"/> casalinga</td> <td><input type="checkbox"/> altro.....</td> </tr> </table> <p><b>Nazionalità</b></p> <p><input type="checkbox"/> Italiana (specificare Provincia e Comune:.....)</p> <p><input type="checkbox"/> Estera (specificare Paese e Città:.....)</p>												<input type="checkbox"/> impiegato	<input type="checkbox"/> pensionato	<input type="checkbox"/> non occupato	<input type="checkbox"/> dirigente-quadro	<input type="checkbox"/> libero professionista	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio	<input type="checkbox"/> studente	<input type="checkbox"/> casalinga	<input type="checkbox"/> altro.....
<input type="checkbox"/> impiegato	<input type="checkbox"/> pensionato	<input type="checkbox"/> non occupato																		
<input type="checkbox"/> dirigente-quadro	<input type="checkbox"/> libero professionista	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio																		
<input type="checkbox"/> studente	<input type="checkbox"/> casalinga	<input type="checkbox"/> altro.....																		