



Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia - Casino Nobile

5 - 10 Ottobre 2021

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 2019-2021
- 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 n. **135 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 5 al 10 ottobre** presso il **Casino Nobile di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 21% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea: *“Katy Castellucci. La Scuola Romana e oltre”*.

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 $\pm 3,69\%$.

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 2021, 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 **2,79** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (2,93), gli **orari di apertura** (2,90), le **opere della collezione** (2,89) e il **personale di biglietteria** (2,81).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.

I **supporti informativi** sono l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche quello più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme all'**audioguida** e al **personale di biglietteria** (cfr. pp. 18-20).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sui **posti a sedere** (n. 7 suggerimenti) e sulla **segnaletica esterna** (n. 7 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 54% da cittadini **romani, impiegati** (43%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (84%), di età adulta compresa tra i **45 e 64 anni** (42% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi viene a sapere del museo perché è **residente a Roma** (23%); poi seguono **mappa di Roma** (15%) e **conoscenza personale** (13%).

È significativo che la risposta *residente a Roma* sia prevalente soprattutto per coloro che sono già stati in questo museo, nel complesso si ritengono molto soddisfatti, il loro giudizio è uguale alle aspettative e hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. La *mappa di Roma* emerge in particolare per i turisti stranieri, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a rispondere *conoscenza personale* sono principalmente coloro che giungono da altre province italiane, vengono per la prima volta al *Casino Nobile*, abbastanza soddisfatti della loro esperienza, con giudizio uguale alle aspettative e hanno visto meno di tre musei nell'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Casino Nobile di Villa Torlonia - 2021	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,71	3,00	135	0	0,633	0%	80%	1%	92%
Orari di apertura	2,90	3,00	135	0	0,320	0%	91%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,81	3,00	135	0	0,465	0%	84%	0%	97%
Guardaroba	2,55	3,00	11	124	0,522	95%	55%	0%	100%
Opere della collezione	2,89	3,00	131	4	0,334	3%	90%	0%	99%
Audioguida	2,57	3,00	14	121	0,756	93%	71%	0%	86%
Supporti informativi	2,73	3,00	122	13	0,561	10%	78%	1%	96%
Supporti digitali	2,47	3,00	32	103	0,671	79%	56%	0%	91%
Personale in sala	2,76	3,00	124	11	0,500	8%	79%	0%	97%
Segnaletica interna	2,72	3,00	133	2	0,527	2%	76%	0%	96%
Posti a sedere	2,57	3,00	23	112	0,728	86%	70%	0%	87%
Pulizia del sito	2,93	3,00	132	3	0,253	2%	93%	0%	100%
Libreria	2,76	3,00	91	44	0,479	34%	78%	0%	98%
Esperienza complessiva	2,79	3,00	135	0	0,442	0%	81%	0%	99%

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

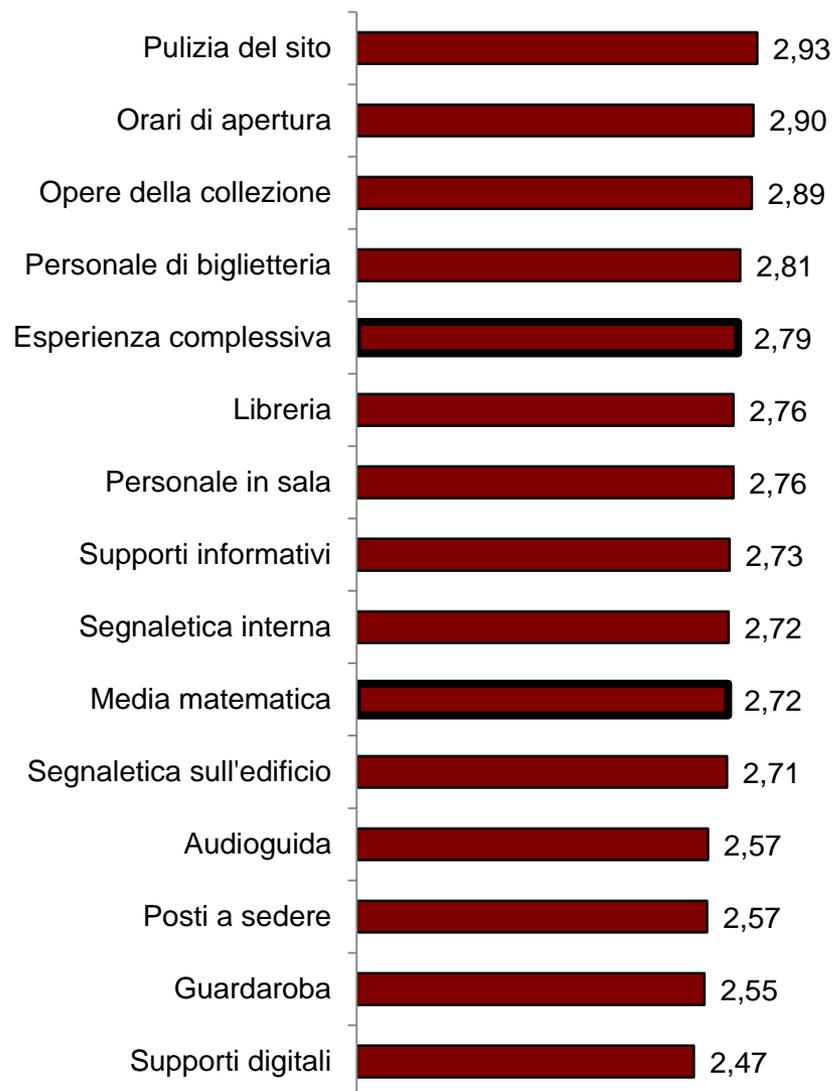
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,72).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: la **pulizia del sito**, gli **orari di apertura**, le **opere della collezione** e il **personale di biglietteria**.

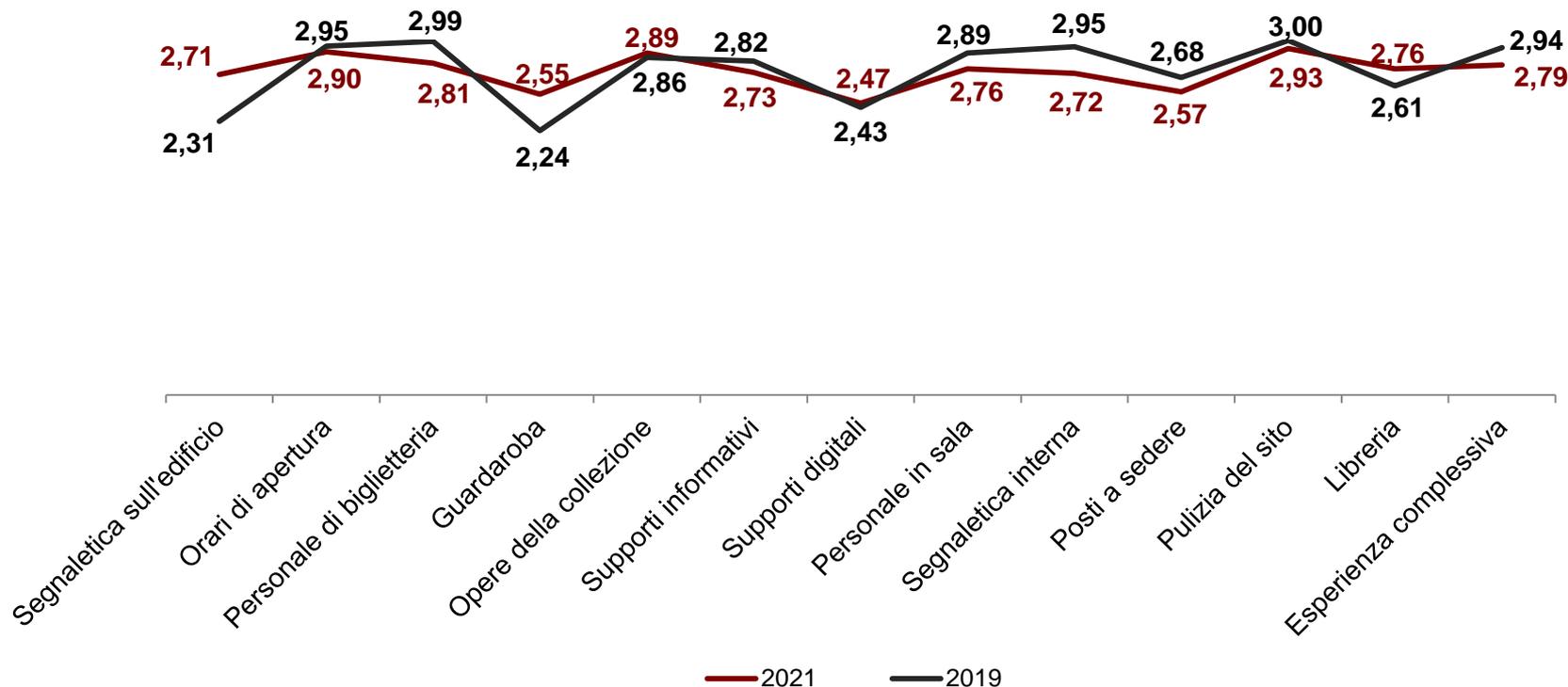
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2019-2021

Rispetto alla precedente indagine realizzata nel 2019^(*), il trend risulta abbastanza lineare, seppure con qualche discrepanza.

Si evidenzia un aumento significativo del livello medio di soddisfazione relativo alla segnaletica sull'edificio, al guardaroba e alla libreria. Invece si registra una flessione sui restanti aspetti oggetto d'indagine, anche se le medie restano nettamente superiori allo standard di 2,20.

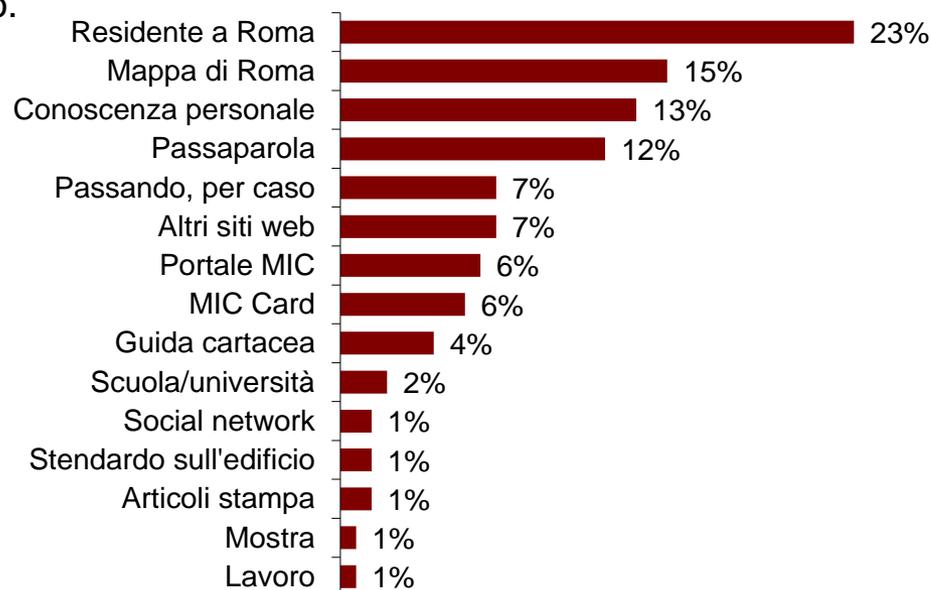


^(*)Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.

Come è venuto a conoscenza del museo

Il 23% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo in quanto **“residente a Roma”** (era 7% nel 2019), mentre il 15% risponde **“mappa di Roma”** (in netto aumento dall’1% emerso nell’indagine precedente) e il 13% **“conoscenza personale”** (in lieve discesa dal 15% nel 2019). Invece il **“passaparola”** diminuisce dal 20% al 12%.

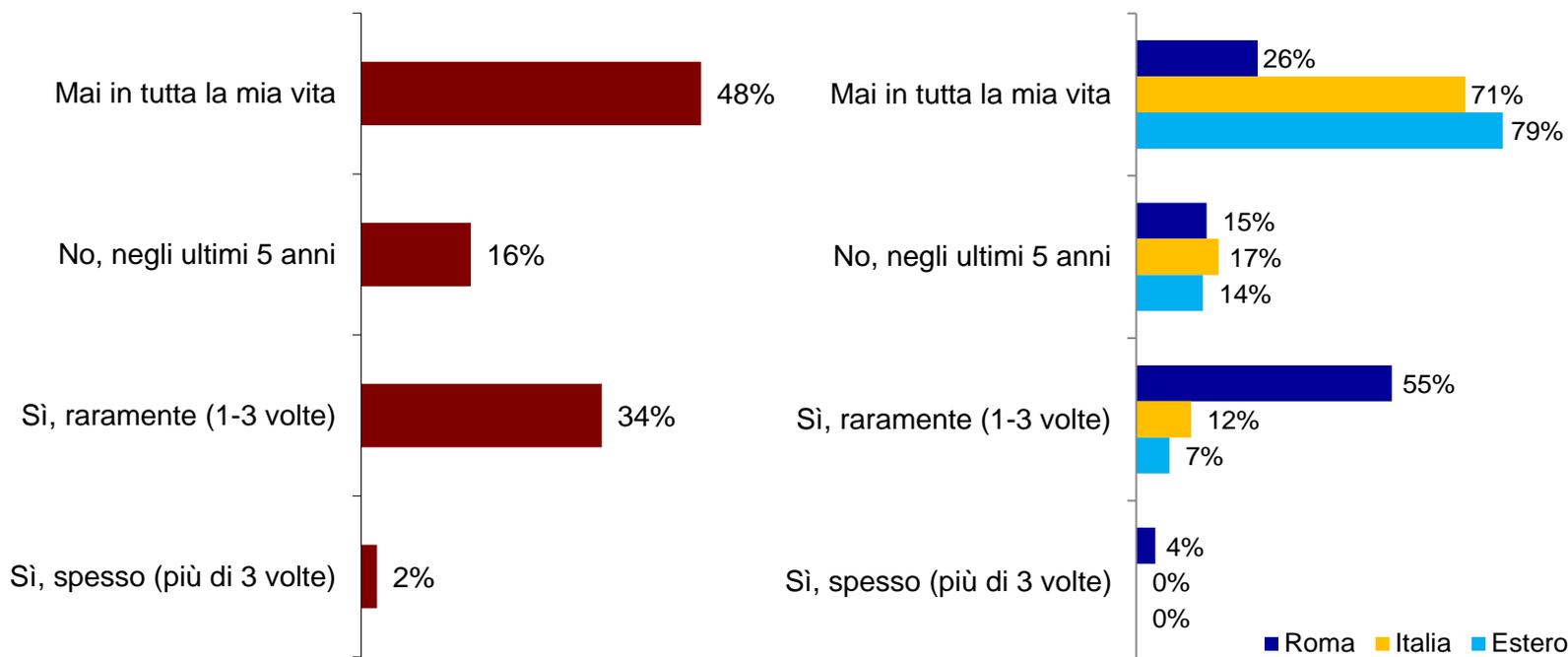
È significativo che la risposta residente a Roma sia prevalente soprattutto per coloro che sono già stati in questo museo, nel complesso si ritengono molto soddisfatti, il loro giudizio è uguale alle aspettative e hanno visitato tra uno e tre musei nell’ultimo anno. La mappa di Roma emerge in particolare per i turisti stranieri, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e sono stati in più di tre musei nell’ultimo anno. Invece a rispondere conoscenza personale sono principalmente coloro che giungono da altre province italiane, vengono per la prima volta al *Casino Nobile*, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva, con un giudizio uguale alle aspettative e hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 48% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** al *Casino Nobile di Villa Torlonia*, il 36% l'ha già visitato (di cui il 34% “*da una a tre volte*” e il 2% “*più di tre volte*”), mentre il restante 16% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

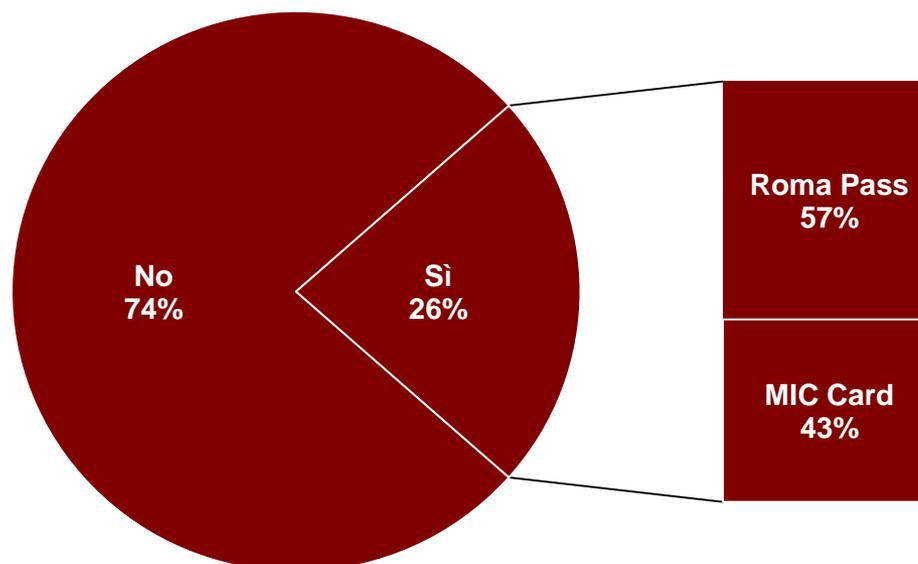
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, che hanno frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno. Invece ad avere già visto il *Casino Nobile* sono prevalentemente i visitatori romani, con un giudizio uguale alle proprie attese e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 74% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 26% afferma di averla utilizzata (di cui il 57% si riferisce alla **Roma Pass** e il restante 43% alla **MIC Card**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori che in generale dichiarano di essere abbastanza soddisfatti, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie aspettative e hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Casino Nobile* sono in particolare coloro che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza, privi di attese e hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno.

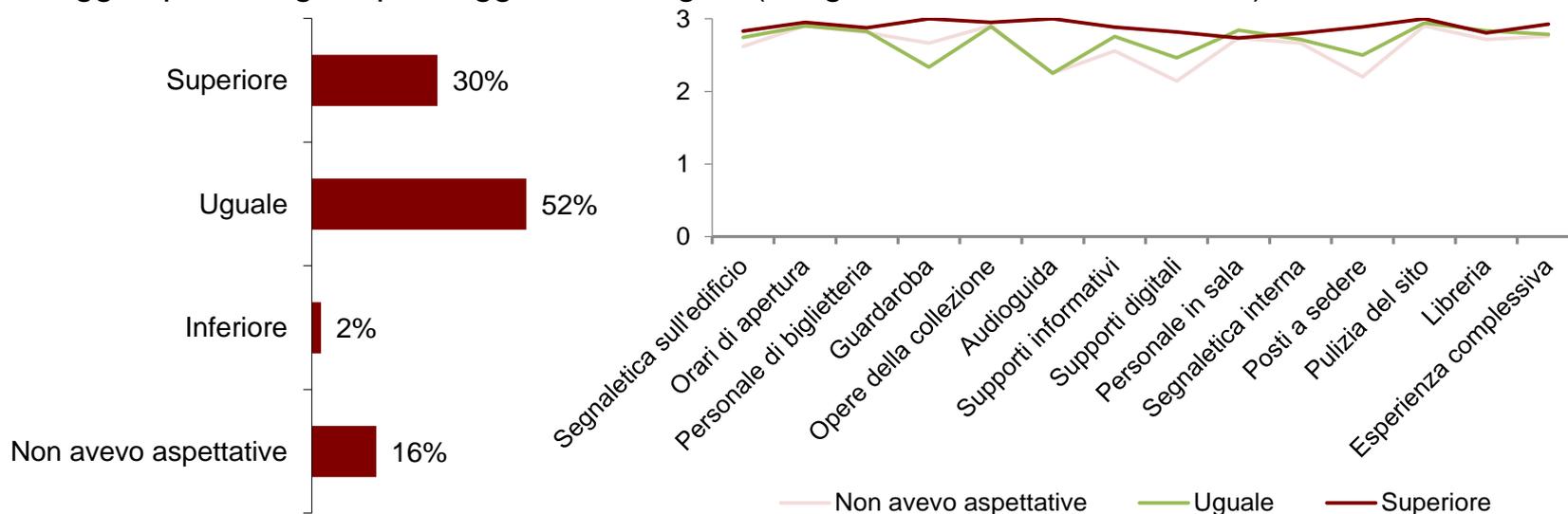


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 52% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 30% è superiore, mentre solo per il 2% risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 16% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i turisti italiani, che vengono per la prima volta al *Casino Nobile*, nel complesso si ritengono molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori romani, alcuni già stati in questo museo, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno visto meno di tre musei in quest'ultimo anno. Infine ad essere privi di aspettative sono in particolare i turisti stranieri, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato vari musei nell'ultimo anno.

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

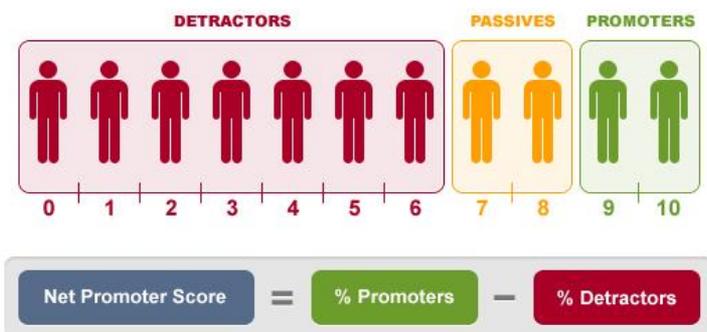


Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Casino Nobile* è pari a **58%**.

Il 32% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 5% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

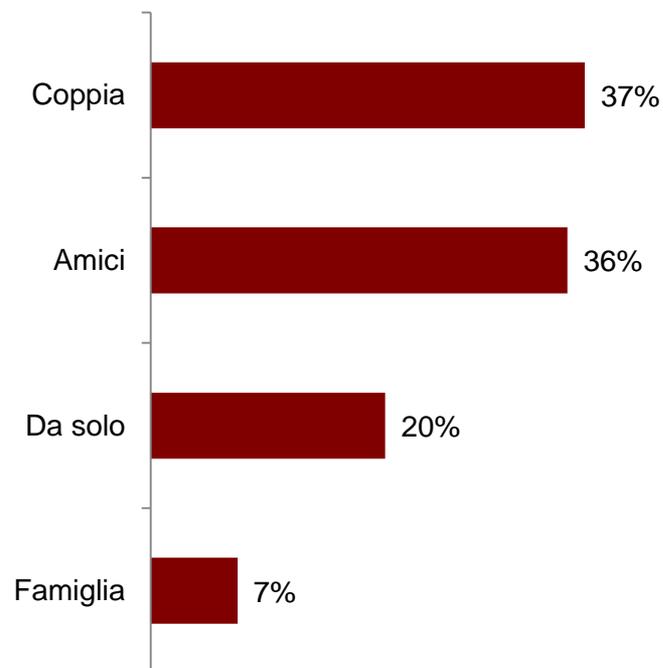


NET PROMOTER SCORE										
Musei di Villa Torlonia – Casino Nobile 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	1	4	11	33	39	46
0%	0%	0%	0%	1%	1%	3%	8%	24%	29%	34%
DETRACTORI = 5%							PASSIVI = 32%	PROMOTORI = 63%		
63%-5%=58%										

Con chi ha visitato il museo

Il 37% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 36% in compagnia di “**amici**”, il 20% viene “**da solo**” e il restante 7% insieme alla propria “**famiglia**”.

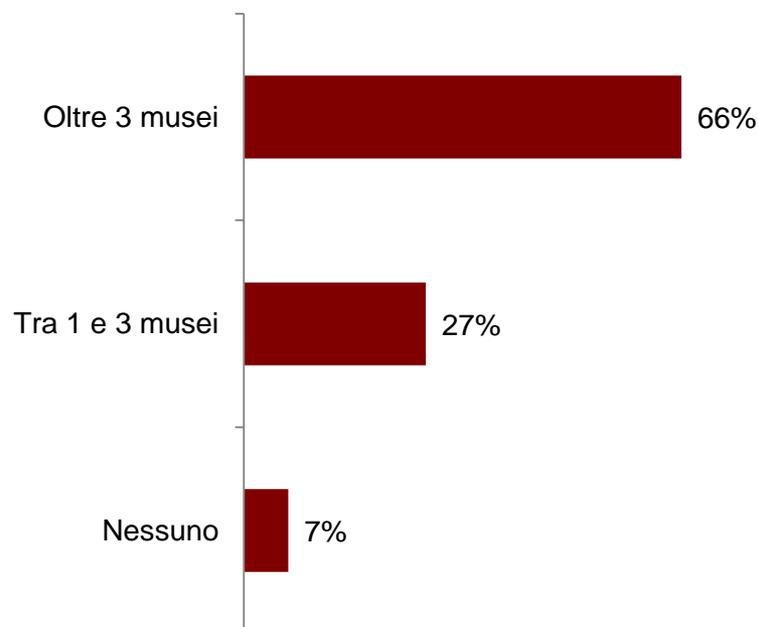
Risulta significativo che a venire in coppia o da soli siano soprattutto i visitatori che appartengono alle fasce di età 35-44 anni (*coppia*) oppure 19-25 anni e 45-64 anni (*da soli*), che hanno utilizzato una card per accedere al museo (in particolare la *MIC Card*). Invece a recarsi al museo con amici o con la famiglia sono principalmente i giovani fino 34 anni (*amici*) o adulti al di sopra dei 45 anni (*famiglia*), la maggior parte di essi non ha utilizzato alcuna card per entrare al *Casino Nobile*.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 66% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 27% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il 7% afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori di età giovane fino ai 34 anni o adulta 45-64 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare in questo museo e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente coloro che appartengono alle fasce di età dei 35-44 anni ed oltre i 65 anni, che accedono al *Casino Nobile* con una card e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.



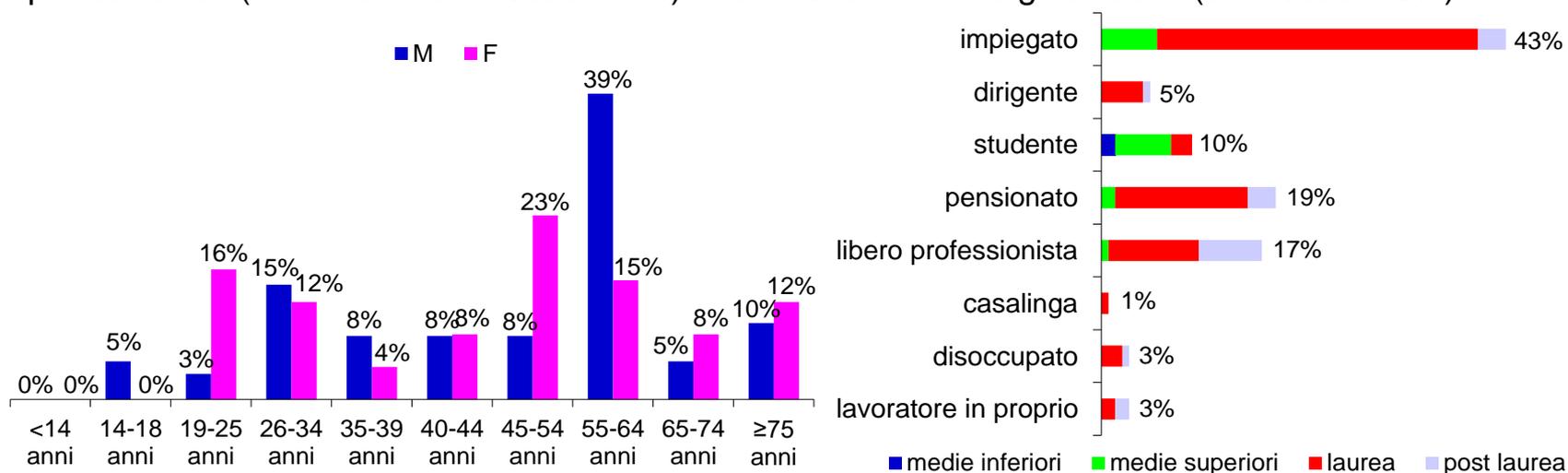
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; stessa percentuale del 2019), soprattutto nelle fasce d'età 19-25 anni, 45-54 anni e al di sopra dei 65 anni. Invece gli uomini emergono in particolare nelle fasce di età 26-39 anni e 55-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **45-64 anni**, che raggiungono complessivamente il 42% sul totale degli intervistati (in netto aumento dal 31% emerso nel 2019). Inoltre si registra un lieve decremento della fascia 19-34 anni (da 27% a 24%), mentre diminuisce notevolmente quella dei 65-74 anni (da 26% a 7%).

L'84% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (68% nell'indagine precedente).

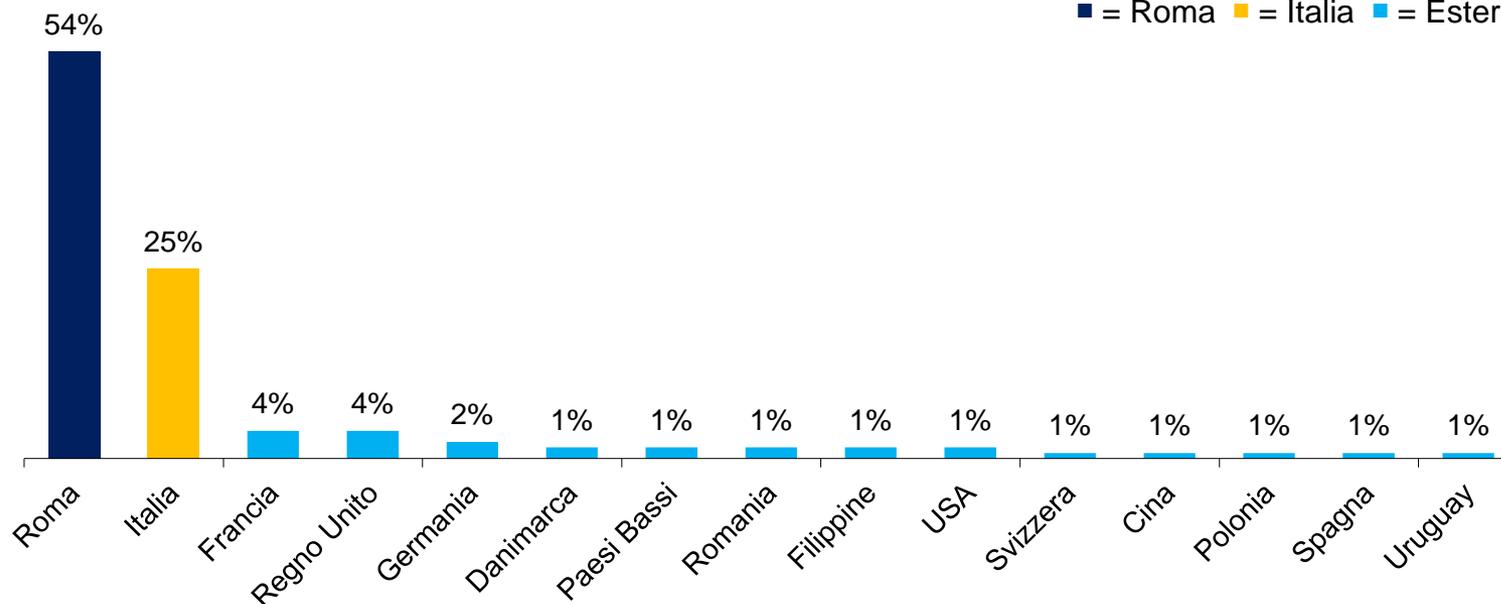
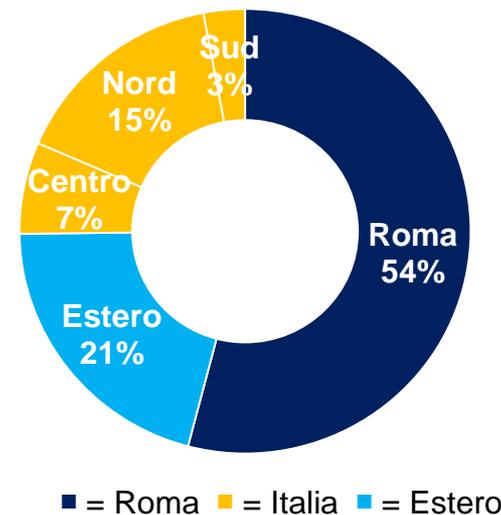
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (43%; in netto aumento dal 18% dell'indagine precedente); poi seguono i pensionati (19%; nel 2019 erano il 31%) e i liberi professionisti (in aumento dal 15% al 17%). Inoltre si dimezzano gli studenti (dal 20% al 10%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 54% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani** (in netto aumento dal 33% emerso nel 2019); il 25% giunge da altre province italiane (29% nell'indagine precedente) e il 21% proviene dall'estero (in calo dal 38% nel 2019).

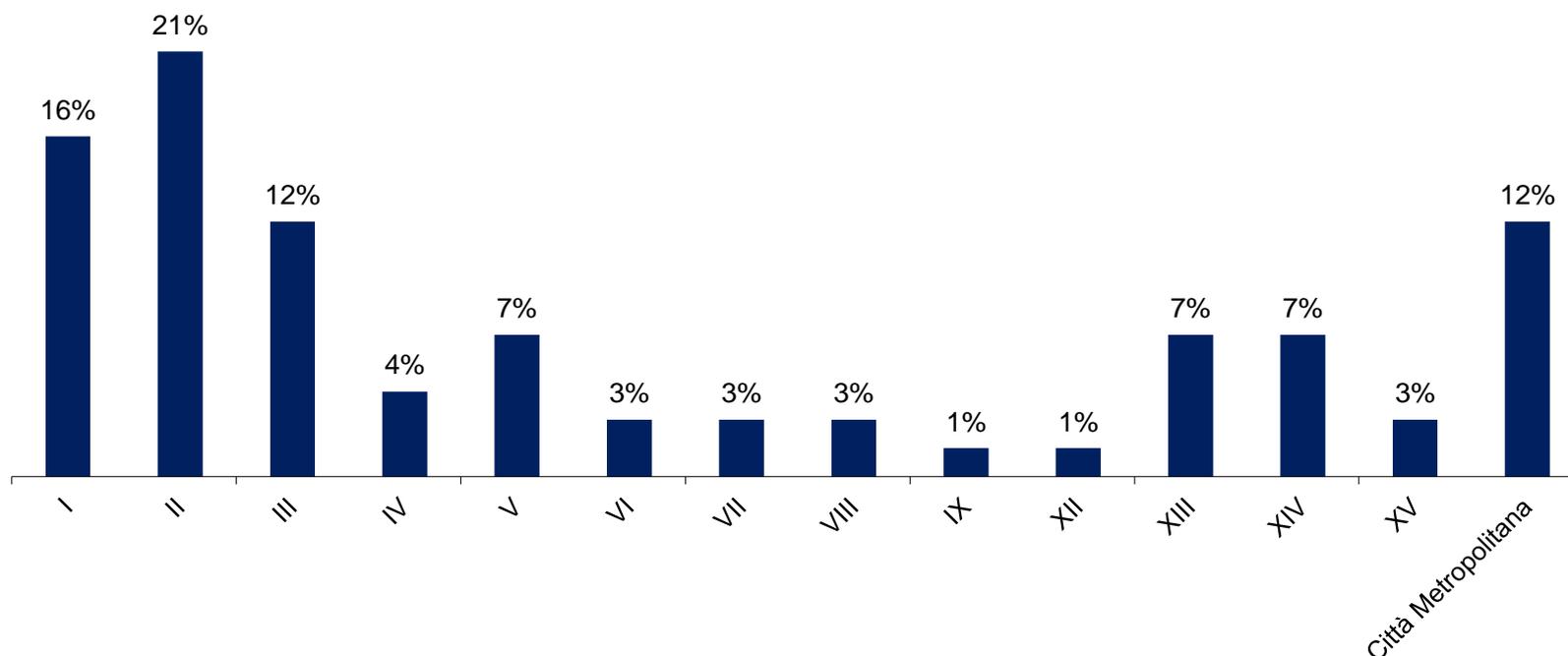
Tra le nazionalità estere prevalgono la **francese** e l'**inglese** (entrambe raggiungono una percentuale pari al 4%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere nettamente il **Municipio II** (21% sul totale; il municipio di appartenenza del museo), seguito dal **Municipio I**, che raggiunge una percentuale pari al 16%, ma si evidenzia una buona presenza anche di chi risiede nella **Città Metropolitana** (12%).

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



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco. Il guardaroba è stato escluso nella tabella sottostante poiché non è risultato significativo per tale analisi.

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Opere della collezione	Audioguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,560**	,485**	,197*	,871**	,533**	0,156	,367**	,404**	0,281	,586**	,419**	,481**
Orari di apertura	,560**	1,000	,427**	,369**	0,127	,538**	0,348	,211*	,378**	0,312	,443**	,428**	,575**
Personale di biglietteria	,485**	,427**	1,000	,298**	,837**	,411**	,543**	,604**	,350**	,661**	,374**	,525**	,613**
Opere della collezione	,197*	,369**	,298**	1,000	-0,157	,290**	0,008	0,079	0,143	0,373	,495**	,337**	,403**
Audioguida	,871**	0,127	,837**	-0,157	1,000	,722**	0,707	,986**	,718**	0,866	,764**	0,332	,720**
Supporti informativi	,533**	,538**	,411**	,290**	,722**	1,000	,444*	,388**	,334**	0,070	,546**	,450**	,632**
Supporti digitali	0,156	0,348	,543**	0,008	0,707	,444*	1,000	0,265	,520**	,754**	0,328	0,000	,465**
Personale in sala	,367**	,211*	,604**	0,079	,986**	,388**	0,265	1,000	,255**	0,256	,374**	,636**	,483**
Segnaletica interna	,404**	,378**	,350**	0,143	,718**	,334**	,520**	,255**	1,000	,470*	,407**	0,046	,380**
Posti a sedere	0,281	0,312	,661**	0,373	0,866	0,070	,754**	0,256	,470*	1,000	0,258	0,049	,578**
Pulizia del sito	,586**	,443**	,374**	,495**	,764**	,546**	0,328	,374**	,407**	0,258	1,000	,377**	,577**
Libreria	,419**	,428**	,525**	,337**	0,332	,450**	0,000	,636**	0,046	0,049	,377**	1,000	,558**
Esperienza complessiva	,481**	,575**	,613**	,403**	,720**	,632**	,465**	,483**	,380**	,578**	,577**	,558**	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.

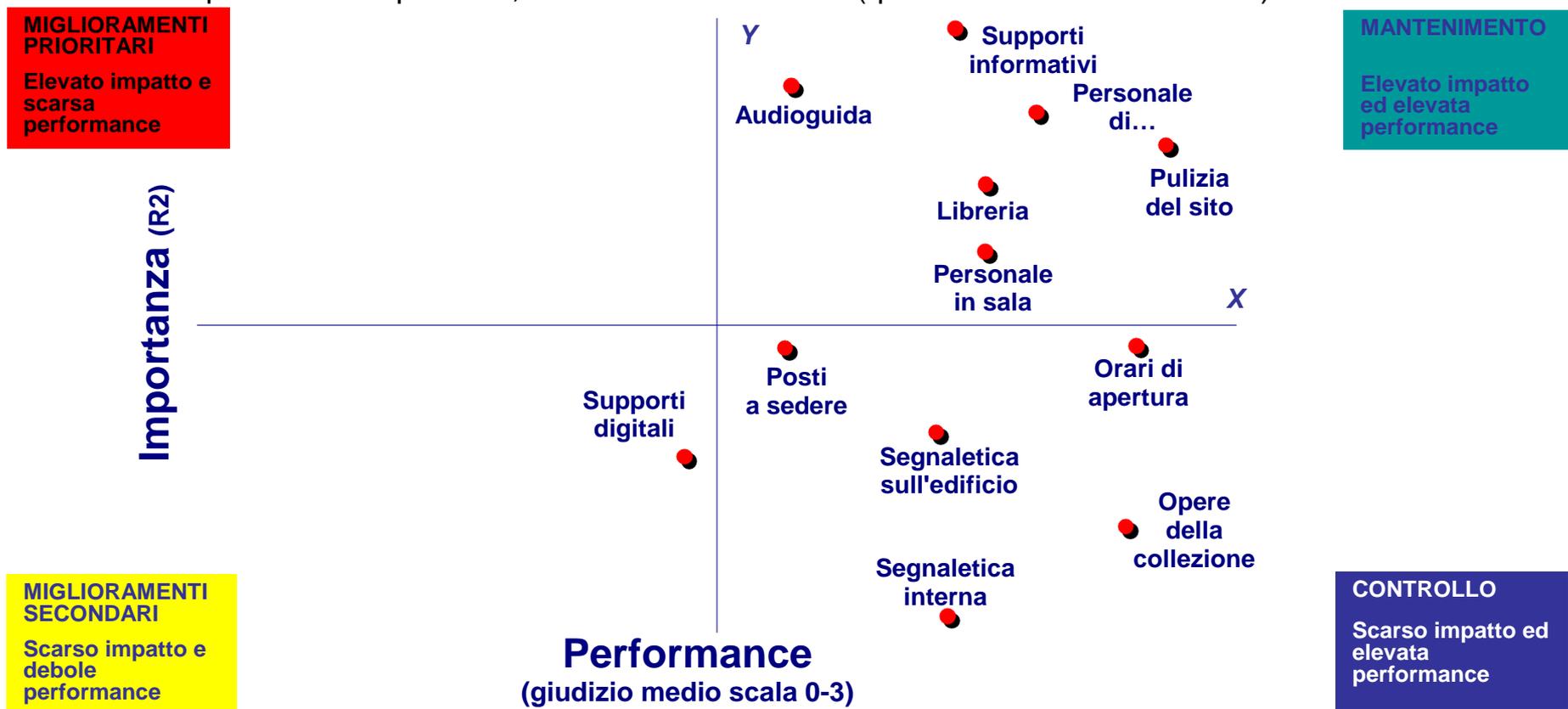
Per *Musei di Villa Torlonia – Casino Nobile* l'**audioguida** (anche se tale servizio è stato utilizzato dal 7% degli intervistati), i **supporti informativi** ed il **personale di biglietteria** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Audioguida	0,720
Supporti informativi	0,632
Personale di biglietteria	0,613
Posti a sedere	0,578
Pulizia del sito	0,577
Orari di apertura	0,575
Libreria	0,558
Personale in sala	0,483
Segnaletica sull'edificio	0,481
Supporti digitali	0,465
Opere della collezione	0,403
Segnaletica interna	0,380

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra, dove vi sono anche l'**audioguida**, il **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito**, la **libreria** e il **personale in sala**, seppure più in basso. Nessuna variabile emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano 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.

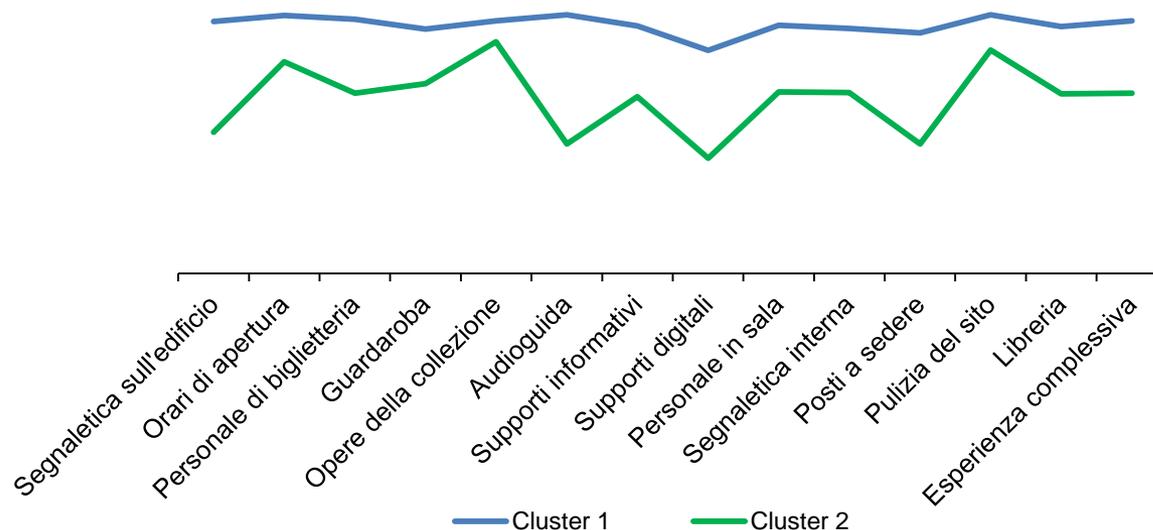
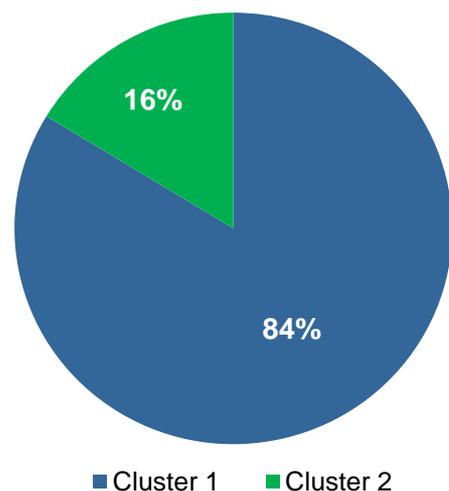
Cluster Analysis

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 (113 individui per il *Cluster 1* e 22 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 i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; stranieri; di età adulta 45-64 anni e ≥75 anni; laureati; liberi professionisti e pensionati; nuovi visitatori; scoprono il museo con la mappa di Roma e il passaparola; vengono in coppia, con amici/famiglia; giudizio superiore o uguale alle aspettative; sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno.

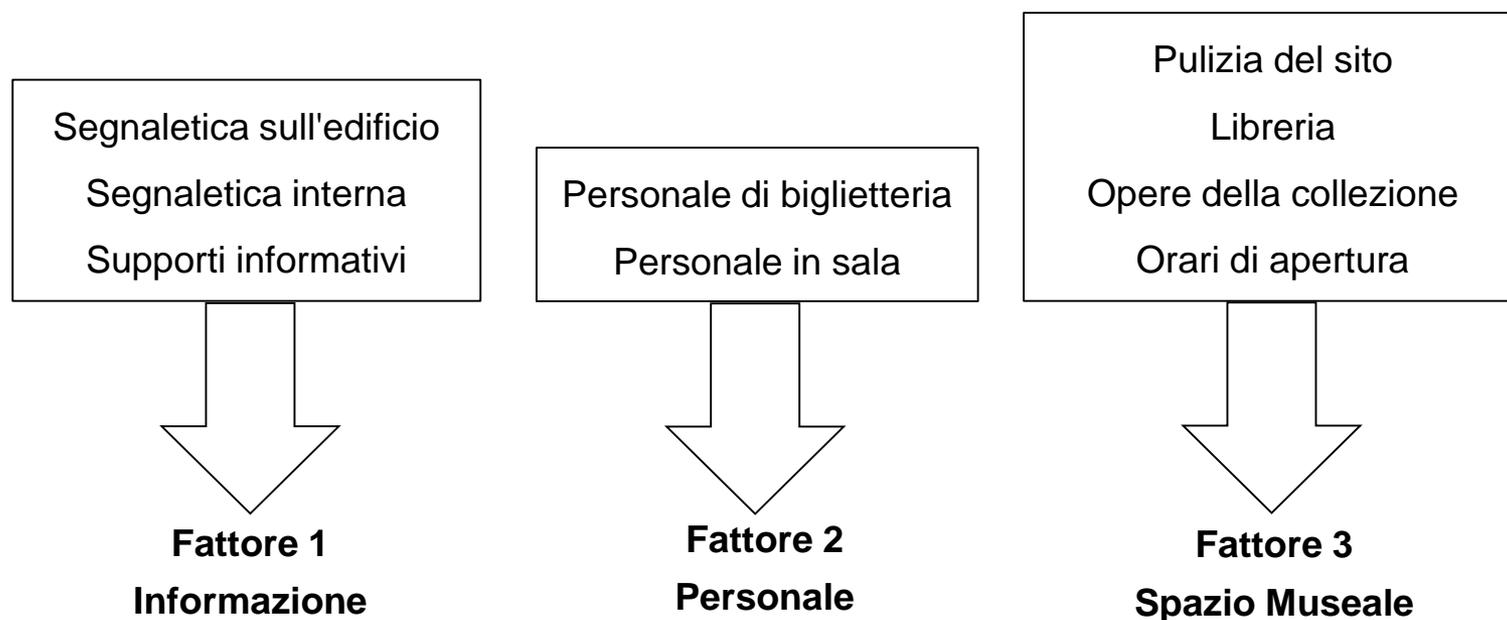
Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; italiani (inclusi residenti a Roma); di età 19-34 e 65-74 anni; diplomati; studenti e impiegati; alcuni già stati al *Casino Nobile*; scoprono il museo tramite internet e conoscenza personale; vengono da soli; privi di aspettative; sono stati in meno di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

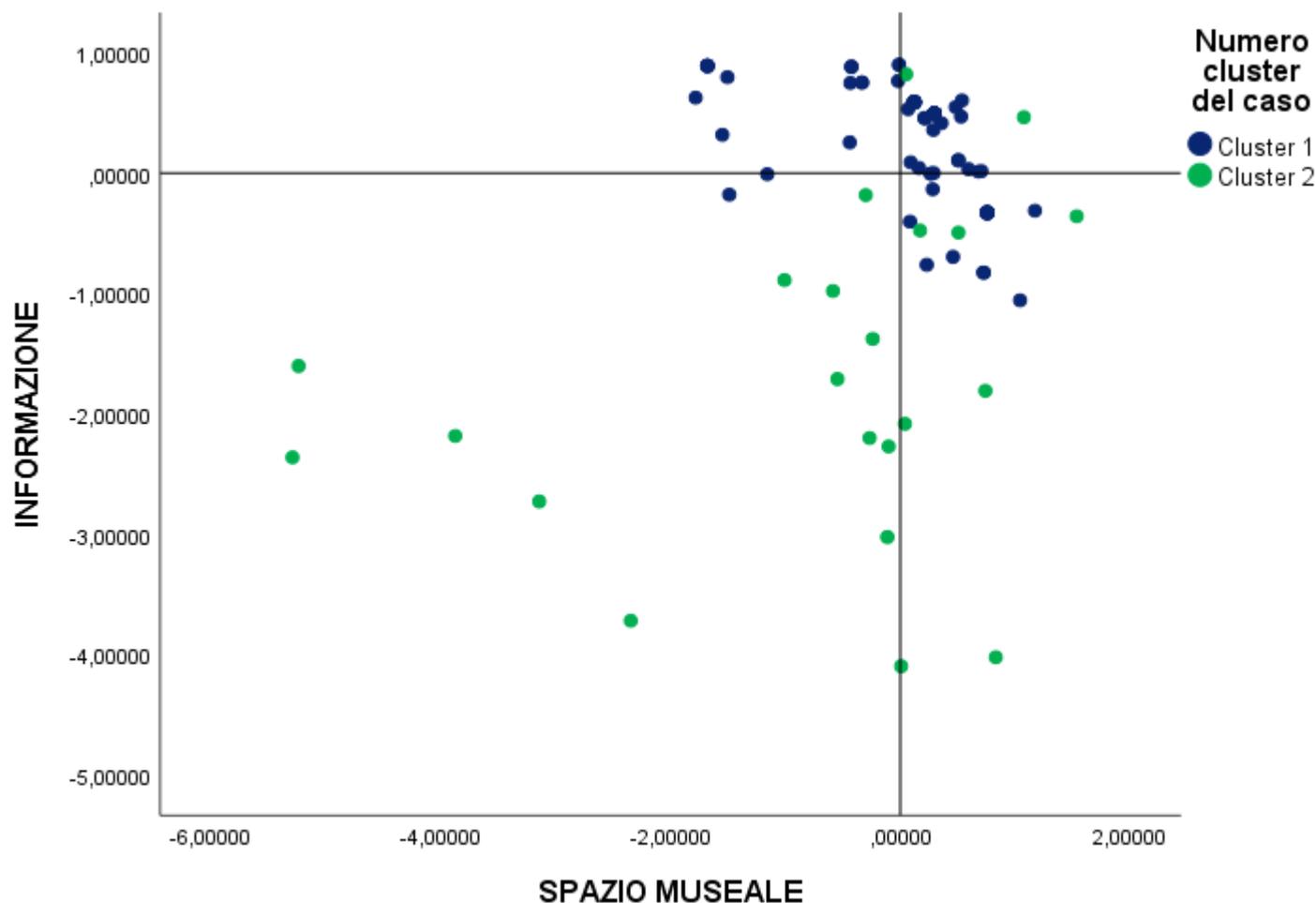
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, l'audioguida, i supporti digitali e i posti a sedere sono stati esclusi poiché non sono risultati 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 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Informazione*), che risulta meno gradito dal Cluster 2.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 109**

ELOGIO una cosa positiva è l'ambiente in cui è inserito il museo (il parco). **Totale 1**

POSTI A SEDERE da aumentare. **Totale 7**

SEGNALETICA ESTERNA poco chiara, da migliorare per la biglietteria. **Totale 7**

BIGLIETTERIA unica è scomoda, bisogna entrare per fare il biglietto e poi riuscire per recarsi alla *Casina delle Civette*, specificare la possibilità del biglietto integrato. **Totale 5**

SUPPORTI INFORMATIVI aumentare le didascalie, maggiori dettagli e ingrandire il carattere. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 10**

TOTALE 33 SUGGERIMENTI
MUSEI DI VILLA TORLONIA – CASINO NOBILE

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì da 1 a 3 volte Sì più di 3 volte

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (quale? Roma Pass MIC Card) No

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste) stendardo sull'edificio scuola-università social network
 www.museiincomuneroma.it amici/parenti altri siti internet scuola-università altro.....

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>				
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>				
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>				
Guardaroba	<input type="checkbox"/>				
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>				
Audioguida	<input type="checkbox"/>				
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>				
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>				
Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>				
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>				
Posti a sedere	<input type="checkbox"/>				
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>				
Libreria	<input type="checkbox"/>				
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>				

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è: Superiore Uguale Inferiore Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? Nessuno Tra 1 e 3 musei Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare _____

DATI PERSONALI : Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥75 Genere: M F

Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista casalinga operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....