



Indagini di Customer Satisfaction

Galleria d'Arte Moderna

28 Settembre – 5 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 2020-2021
- 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. **108** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 28 settembre al 5 ottobre** presso la **Galleria d'Arte Moderna** (gli intervistati rappresentano il 41% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano presenti le mostre temporanee "*Ciao Maschio*", "*Carole A. Feuerman*" e "*Nina Marocco. La rivoluzione degli eucalipti*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 2,65\%$. 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 buono, con una media di **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di biglietteria** e la **pulizia del sito** (3,00 per entrambi), il **guardaroba** (2,95), la **segnaletica sull'edificio** (2,91) e **interna** (2,90).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **libreria**, i **supporti digitali** e la **collezione** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 18-20). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti informativi** (n. 40 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da turisti provenienti dall'**estero** (42% sul totale), **impiegati** (24% del campione intervistato), in possesso di un titolo di **laurea** o **post laurea** (68%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (51% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza del museo attraverso **internet** (32%); seguono **passando, per caso** (28%), **conoscenza personale** (11%) e **passaparola** (9%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso *altri siti web* siano soprattutto i turisti italiani, di età 19-34 anni, diplomati, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative. Invece a rispondere *passando per caso* sono principalmente i visitatori stranieri, appartenenti alle fasce di età 35-39 anni e 45-64 anni, con un titolo di laurea o post laurea, che vengono per la prima volta alla *Galleria d'Arte Moderna*, privi di attese a priori.

Infine *conoscenza personale* e *passaparola* prevalgono tra i cittadini romani, laureati, molti di essi già stati in questo museo, ma nel primo caso sono giovani di 19-39 anni, mentre nel secondo caso sono adulti di età 65-74 anni.

Tabella riassuntiva

Galleria d'Arte Moderna 2021	Media	Mediana*	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,91	3,00	108	0	0,291	0%	91%	0%	100%
Orari di apertura	2,82	3,00	108	0	0,429	0%	84%	0%	98%
Personale di biglietteria	3,00	3,00	108	0	0,000	0%	100%	0%	100%
Guardaroba	2,95	3,00	20	88	0,224	81%	95%	0%	100%
Opere della collezione	2,48	3,00	105	3	0,590	3%	52%	0%	95%
Supporti informativi	2,43	3,00	108	0	0,659	0%	52%	0%	91%
Supporti digitali	2,52	3,00	56	52	0,539	48%	54%	0%	98%
Personale in sala	2,76	3,00	72	36	0,428	33%	76%	0%	100%
Segnaletica interna	2,90	3,00	108	0	0,360	0%	92%	0%	98%
Posti a sedere	2,79	3,00	108	0	0,411	0%	79%	0%	100%
Pulizia del sito	3,00	3,00	106	2	0,000	2%	100%	0%	100%
Libreria	2,60	3,00	43	65	0,583	60%	65%	0%	95%
Esperienza complessiva	2,51	3,00	106	2	0,590	2%	56%	0%	95%

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

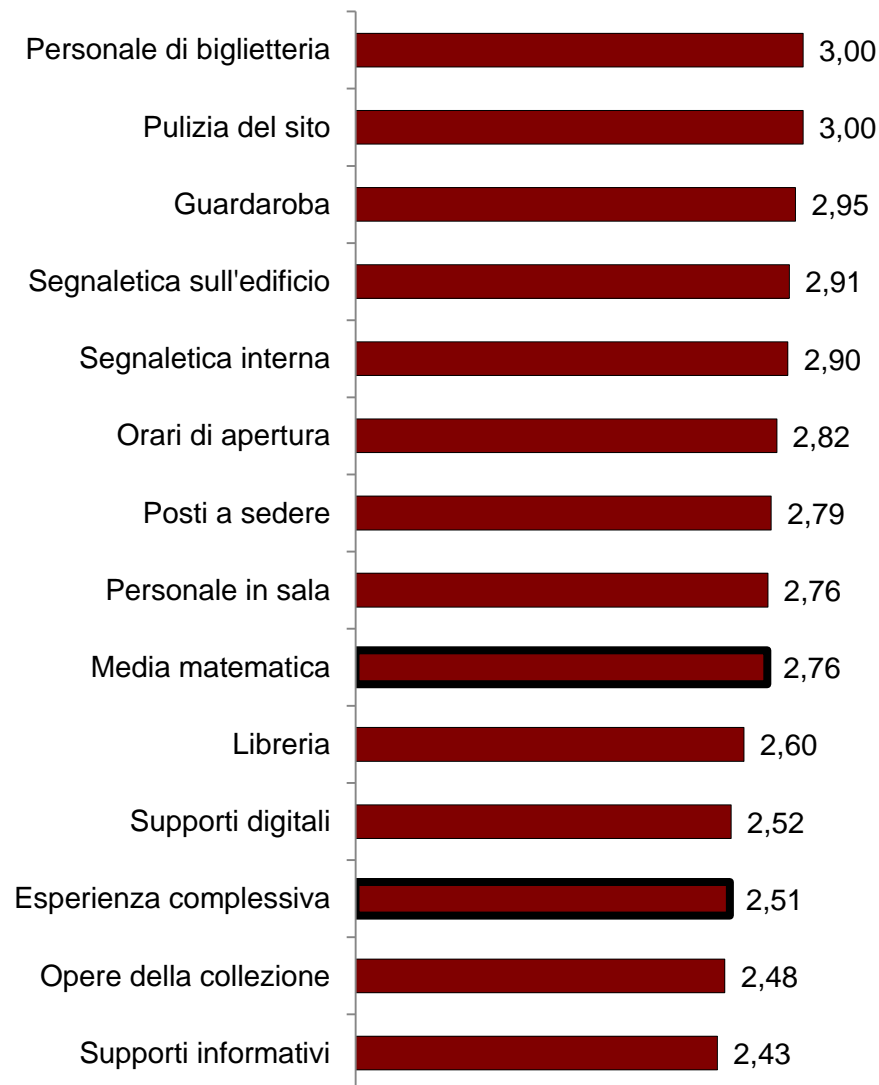
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,76).

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 **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito**, il **guardaroba**, la **segnaletica sull'edificio e interna**.

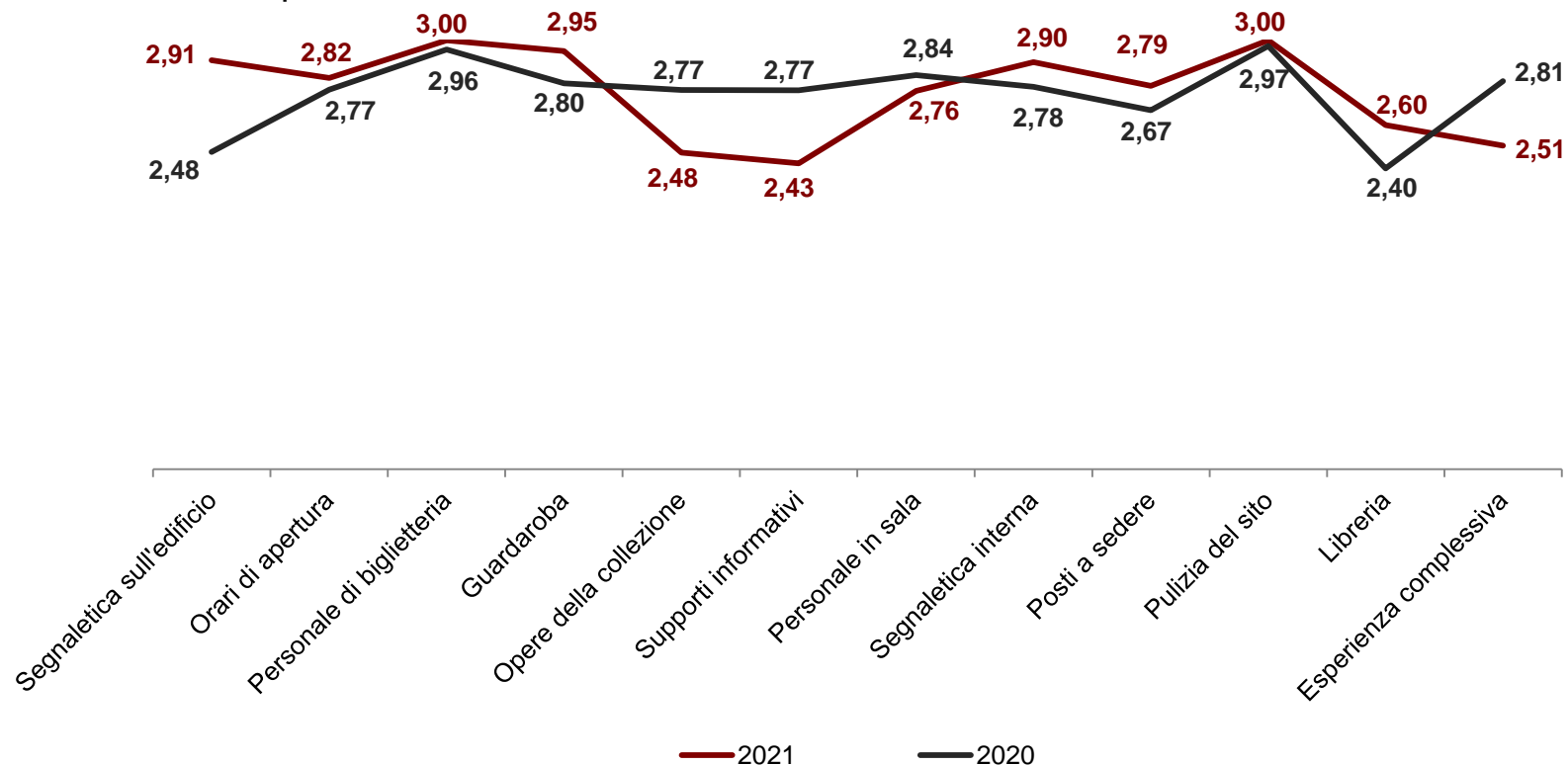
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2020-2021

Rispetto allo scorso anno il trend denota uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti (segnaletica sull'edificio, orari di apertura, personale di biglietteria, guardaroba, segnaletica interna, posti a sedere, pulizia del sito e libreria). Invece si rileva una flessione sui supporti informativi, sulle opere della collezione e sull'esperienza complessiva, ma le medie restano tutte ben al di sopra dello standard di 2,20.

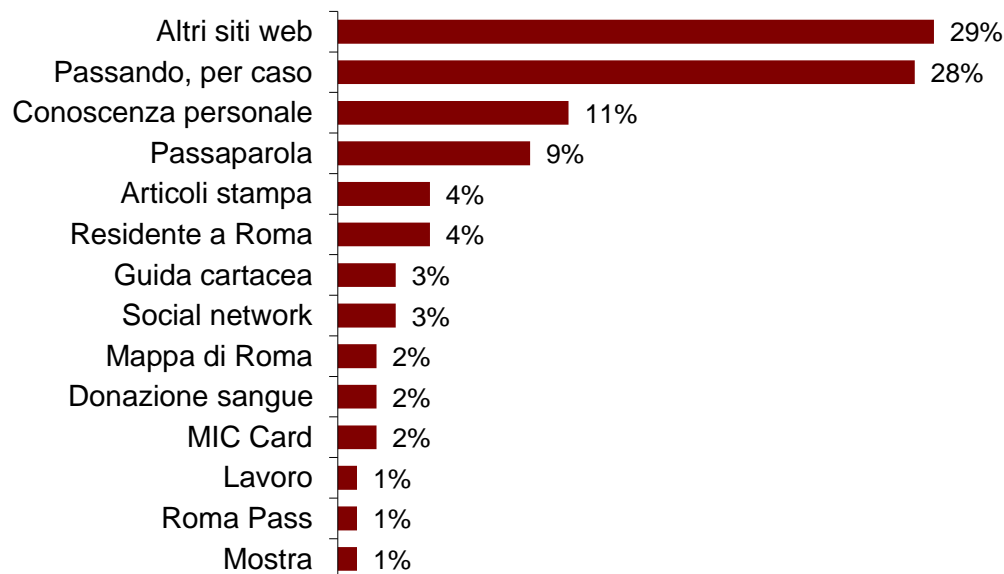


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 32% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite **“internet”** (nel 2020 la percentuale complessiva del canale web era pari al 34% sul totale degli intervistati). Il 28% risponde **“passando, per caso”** (in forte aumento dal 9% emerso nell'indagine precedente) e l'11% **“conoscenza personale”** (lo scorso anno era 3%). Il **“passaparola”** scende notevolmente dal 24% al 9%.

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso altri siti web siano soprattutto i turisti italiani, di età 19-34 anni, diplomati, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative. Invece a rispondere passando per caso sono principalmente i visitatori stranieri, appartenenti alle fasce di età 35-39 anni e 45-64 anni, con un titolo di laurea o post laurea, che vengono per la prima volta alla *Galleria d'Arte Moderna*, privi di attese a priori.

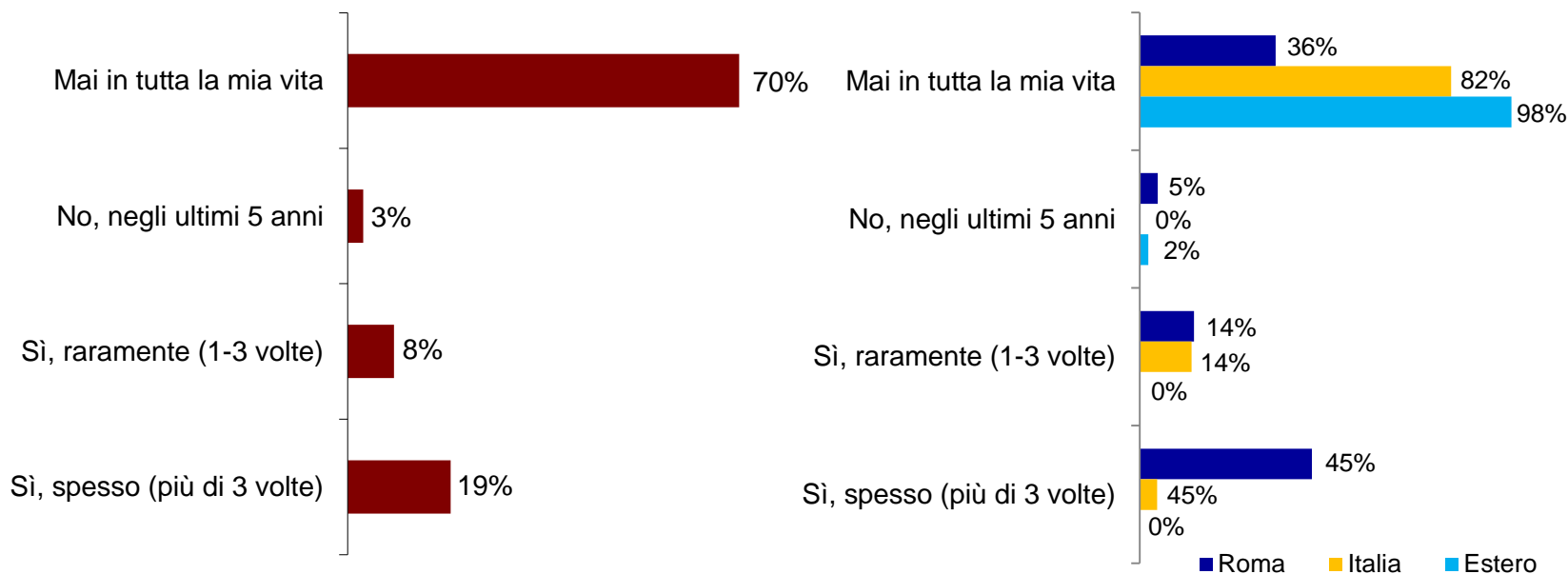
Infine conoscenza personale e passaparola prevalgono tra i cittadini romani, laureati, molti di essi già stati in questo museo, ma nel primo caso sono giovani di 19-39 anni, mentre nel secondo caso sono adulti di età 65-74 anni.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben il 70% degli intervistati afferma di **non essere mai stato prima** alla *Galleria d'Arte Moderna*, il 27% vi è già stato (di cui il 19% spesso “*più di tre volte*” e l’8% raramente “*da una a tre volte*”); il restante 3% non vi si reca dagli ultimi cinque anni.

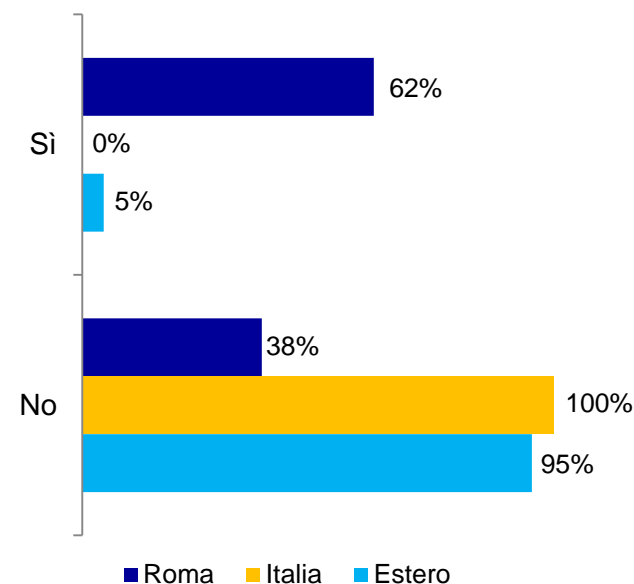
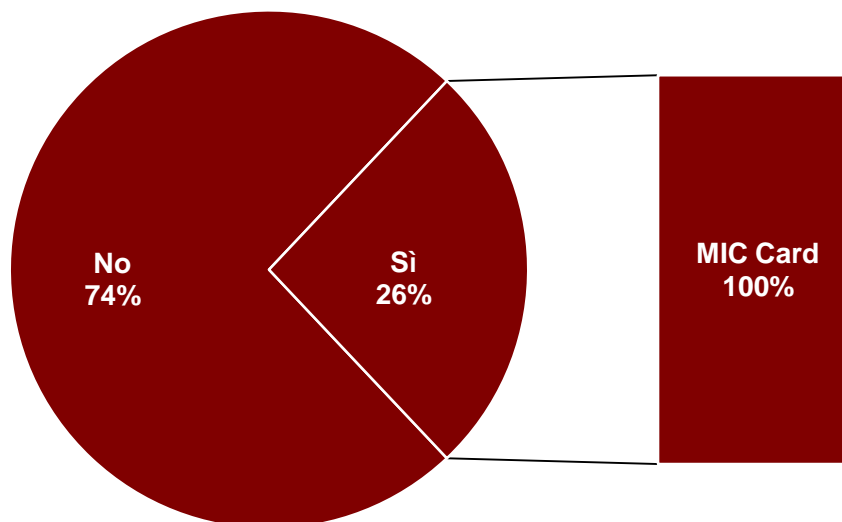
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, in prevalenza stranieri ((*cfr.* grafico sottostante a destra), di età 19-44 anni, con titolo di diploma superiore o post laurea, privi di aspettative e hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto la *Galleria d'Arte Moderna* sono prevalentemente i visitatori romani, di età adulta oltre i 45 anni, laureati, con giudizio superiore o uguale alle proprie attese e in quest’ultimo anno dichiarano di avere frequentato più di tre musei.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 74% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre il restante 26% ne ha usufruito e la totalità di essi si riferisce alla **MIC Card**.

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età adulta al di sopra dei 55 anni, che sono già stati in questo museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Galleria d'Arte Moderna*, sono principalmente i turisti (in prevalenza italiani), appartenenti alle fasce d'età 19-39 anni e 45-54 anni, nuovi visitatori.

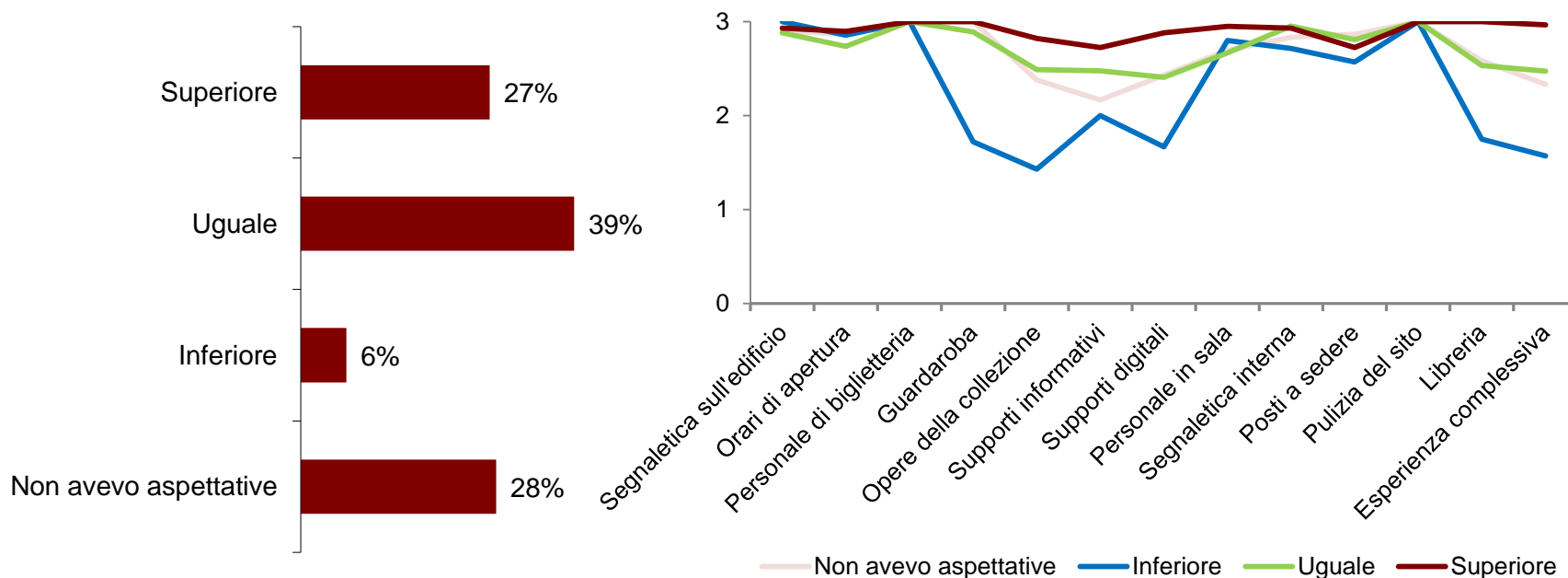


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 39% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 27% è superiore e solo il restante 6% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 28% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle attese siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna* e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza. Invece a non avere aspettative sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, che in generale dichiarano di essere abbastanza soddisfatti.

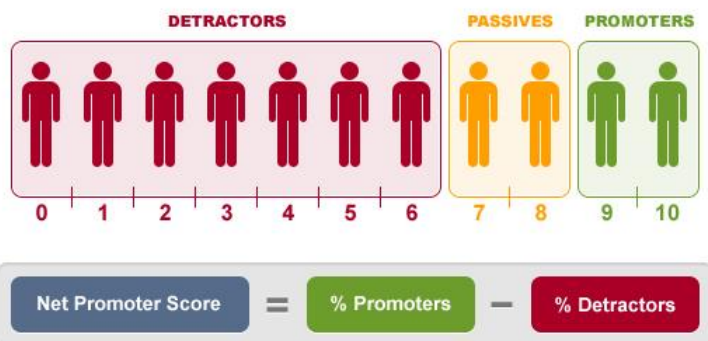
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questo museo ad un amico

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

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà la *Galleria d'Arte Moderna* è pari al **9%**; si evidenzia che il 59% del campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.

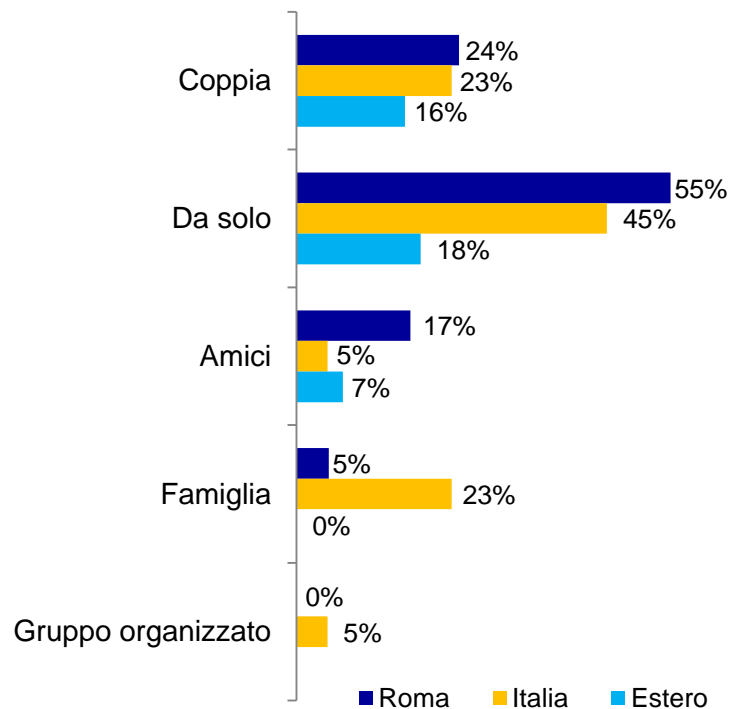
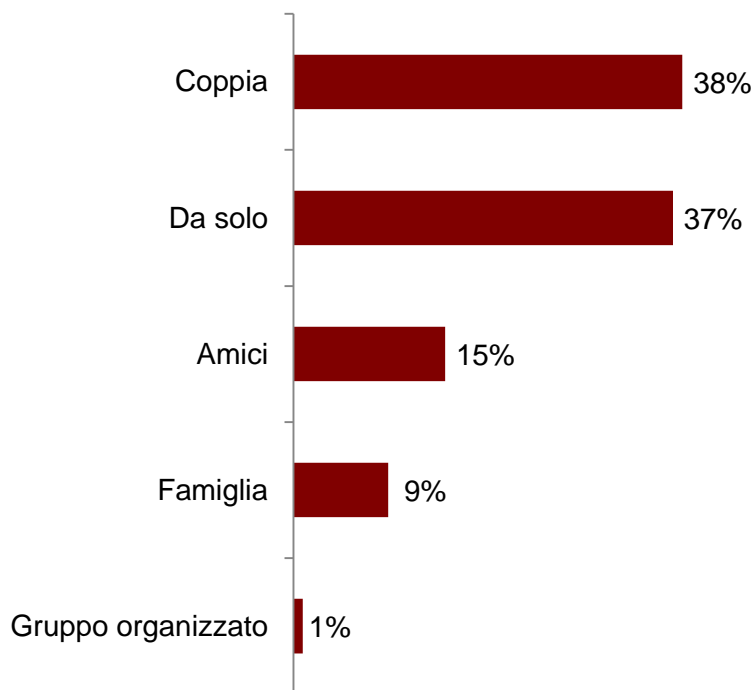


NET PROMOTER SCORE Galleria d'Arte Moderna 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	1	3	12	22	42	17	10
0%	0%	0%	1%	1%	3%	11%	20%	39%	16%	9%
DETRACTORI = 16%							PASSIVI = 59%	PROMOTORI = 25%		
25% - 16% = 9%										

Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo **“in coppia”**, il 37% visita il museo **“da solo”**, il 15% in compagnia di **“amici”** ed il 9% con la propria **“famiglia”**. Il restante 1% vi giunge con un **“gruppo organizzato”**.

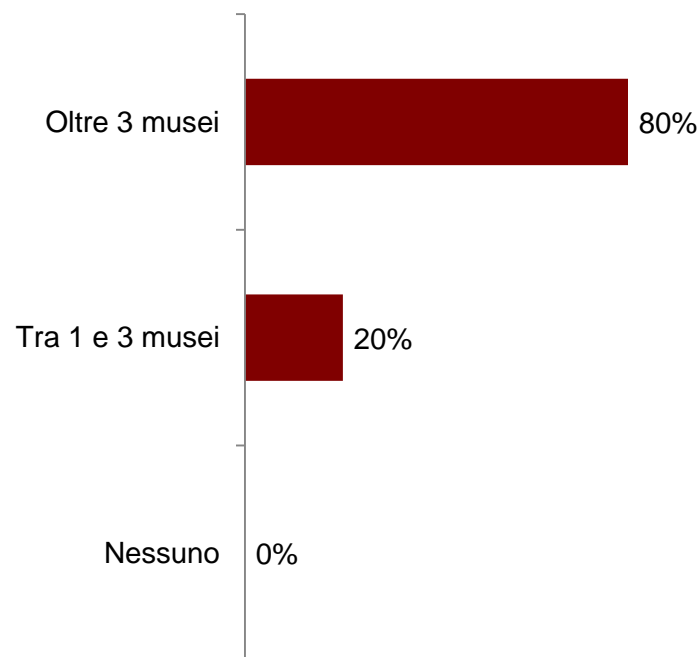
Come si evidenzia nel grafico sottostante a destra, risulta significativo che i romani intervistati siano andati alla *Galleria d'Arte Moderna* soprattutto in coppia, da soli o con amici. Invece chi giunge da altre province italiane predilige visitare tale museo con la propria famiglia o con un gruppo organizzato.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'80% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 20% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre nessuno dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i diplomati, che affermano di avere un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, il cui giudizio è uguale alle proprie attese.



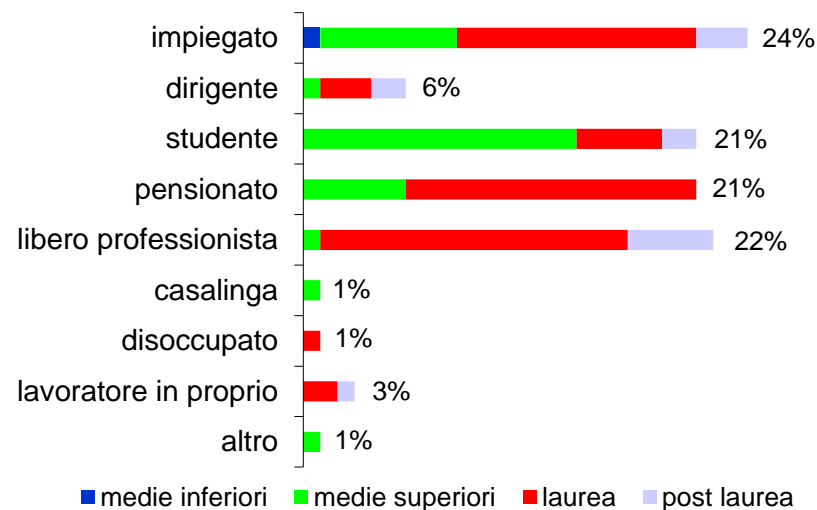
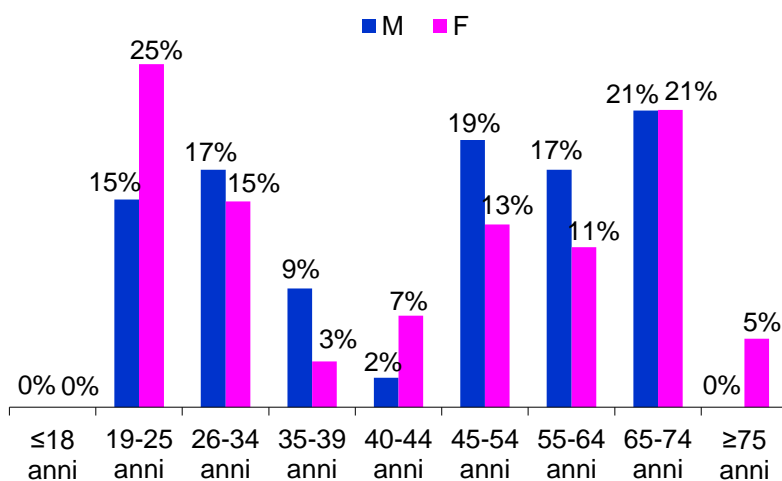
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (56%; lo scorso anno le donne rappresentavano il 56% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni ed oltre i 75 anni. Invece gli uomini emergono in particolare nelle fasce dei 45-64 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle adulte comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 51% sul totale del campione intervistato (53% nel 2020). Ma si evidenzia una maggiore presenza di giovani di età 19-34 anni, in aumento dal 29% al 36%.

Il 68% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (stessa percentuale emersa nella scorsa indagine).

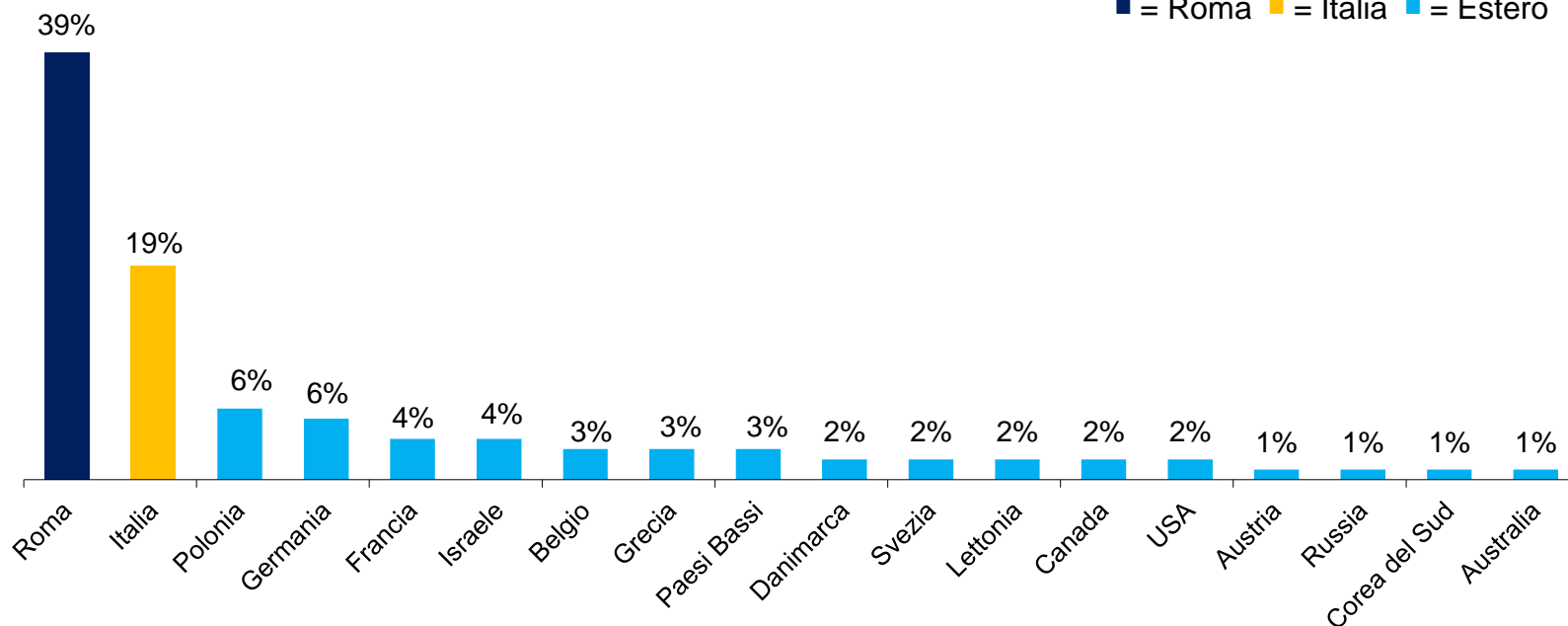
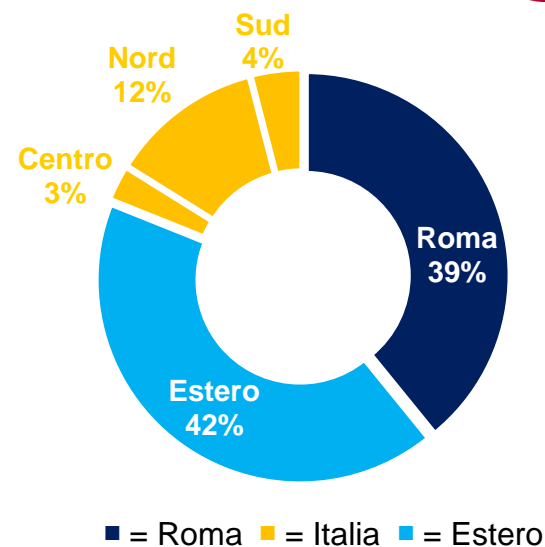
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli **impiegati**, col 24% sul totale (nella precedente indagine erano il 28%). Poi seguono i **liberi professionisti** (in aumento dal 15% al 22%), i **pensionati** (scendono dal 28% al 21%) e gli **studenti** (passano dal 17% al 21%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 42% del campione intervistato è costituito da turisti che provengono dall'**estero** (erano appena il 5% lo scorso anno). Rispetto all'indagine effettuata nel 2020, si registra una netta discesa dei visitatori **romani** (dal 73% al 39%), mentre coloro che giungono da **altre province italiane** passano dal 22% della scorsa indagine al 19%.

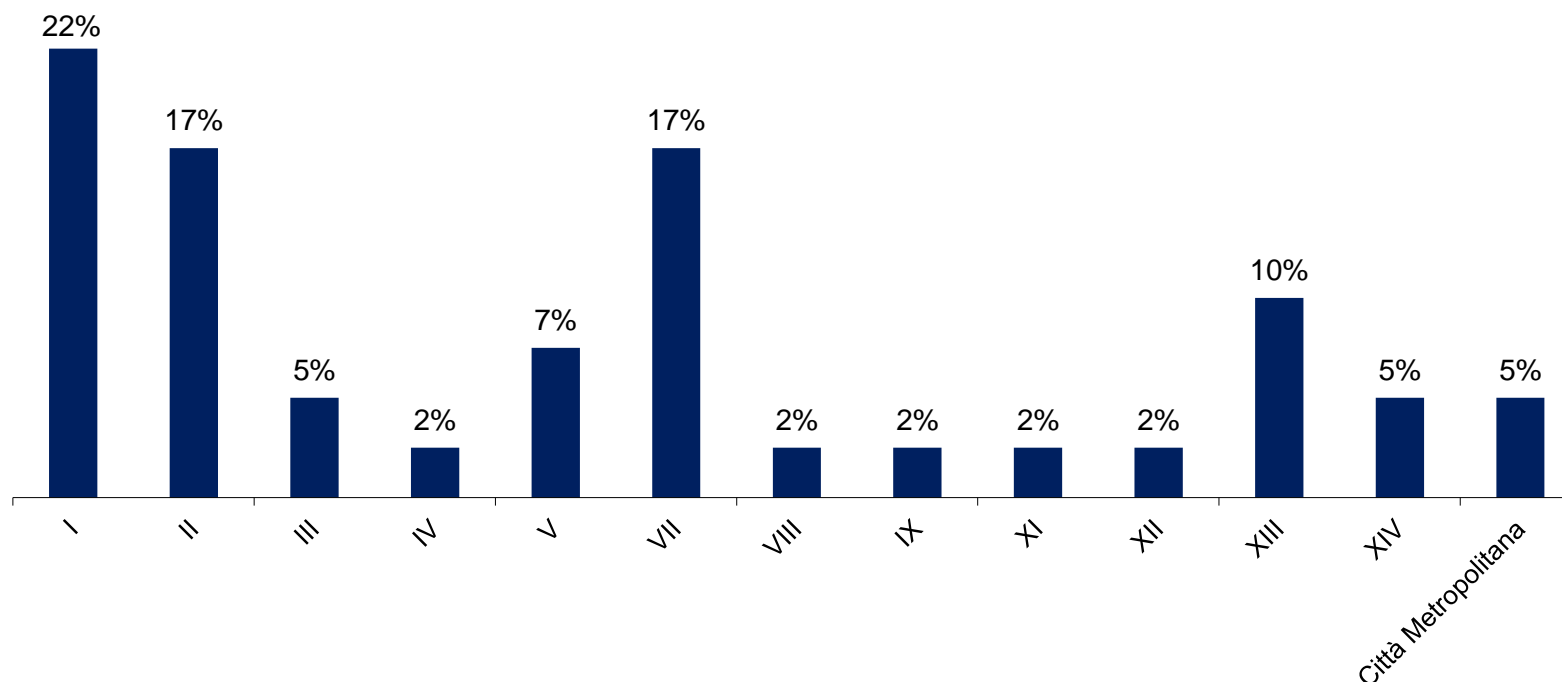
Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sulla provenienza estera.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto quelli centrali, ovvero i **Municipi I e II** (rispettivamente 22% e 17% sul totale). Prevale anche il **Municipio VII**, che raggiunge una percentuale pari al 17%, ma si rileva una ripartizione piuttosto diversificata, che denota una buona frequentazione del museo da parte dei cittadini che risiedono nelle varie zone della città, incluse quelle periferiche.

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



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,034	-0,053	0,000	-0,017	0,071	,428**	0,017	-0,088	0,107	0,082
Orari di apertura	0,034	1,000	-0,115	0,178	-0,136	0,228	-0,023	0,047	,221*	,357*	0,058
Guardaroba	-0,053	-0,115	1,000	0,350	-0,166	0,320	0,439	-0,053	-0,115	0,372	0,394
Opere della collezione	0,000	0,178	0,350	1,000	,232*	,530**	,334**	0,094	0,111	,467**	,429**
Supporti informativi	-0,017	-0,136	-0,166	,232*	1,000	,492**	0,081	0,170	,219*	0,265	,299**
Supporti digitali	0,071	0,228	0,320	,530**	,492**	1,000	0,112	0,008	0,214	,326*	,513**
Personale in sala	,428**	-0,023	0,439	,334**	0,081	0,112	1,000	0,187	0,151	,567**	0,127
Segnaletica interna	0,017	0,047	-0,053	0,094	0,170	0,008	0,187	1,000	0,171	,345*	0,177
Posti a sedere	-0,088	,221*	-0,115	0,111	,219*	0,214	0,151	0,171	1,000	,417**	0,007
Libreria	0,107	,357*	0,372	,467**	0,265	,326*	,567**	,345*	,417**	1,000	,562**
Esperienza complessiva	0,082	0,058	0,394	,429**	,299**	,513**	0,127	0,177	0,007	,562**	1,000

*** L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per la *Galleria d'Arte Moderna* la **libreria** e i **supporti digitali** sono l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

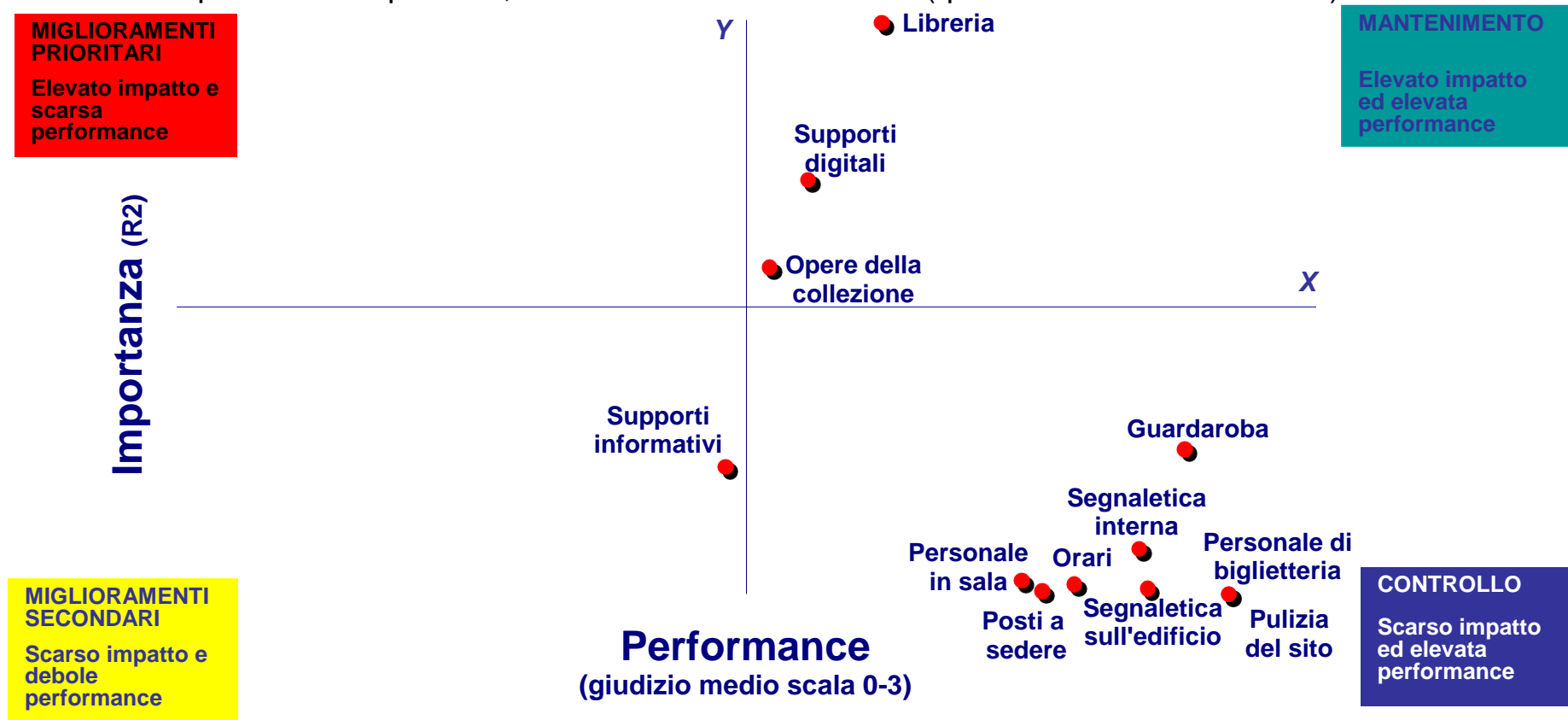
Invece il personale di biglietteria e la pulizia del sito, avendo raggiunto una media pari al valore massimo (3,00), hanno un coefficiente nullo e pertanto non sono presenti nella *slide* precedente.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Libreria	0,562
Supporti digitali	0,513
Opere della collezione	0,429
Supporti informativi	0,299

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **libreria** e i **supporti digitali** sono gli aspetti più importanti nella mappa, ma anche la **collezione** si posiziona nel quadrante in alto a destra. Non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

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



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

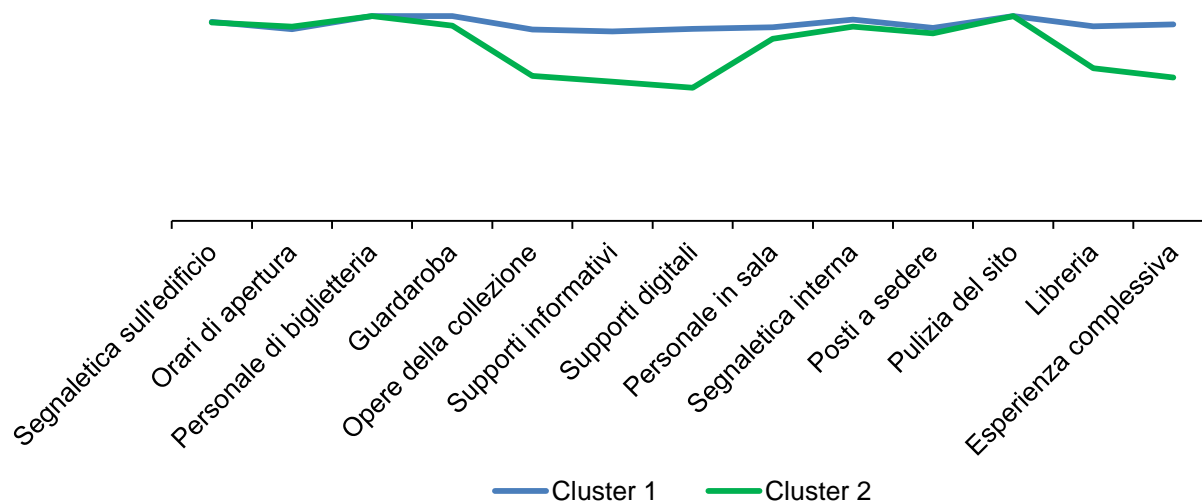
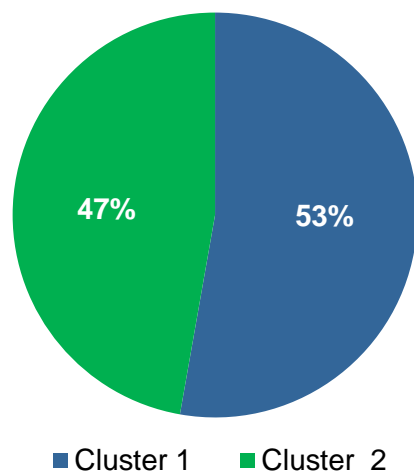
Cluster Analysis

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

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (57 individui per il *Cluster 1* e 51 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto su vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti a Roma o in altre province italiane; di età 19-34 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*; hanno utilizzato la MIC Card per entrare; scoprono il museo attraverso internet, conoscenza personale o tramite passaparola; giudizio superiore alle aspettative; visitano il museo con amici o famiglia; hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.

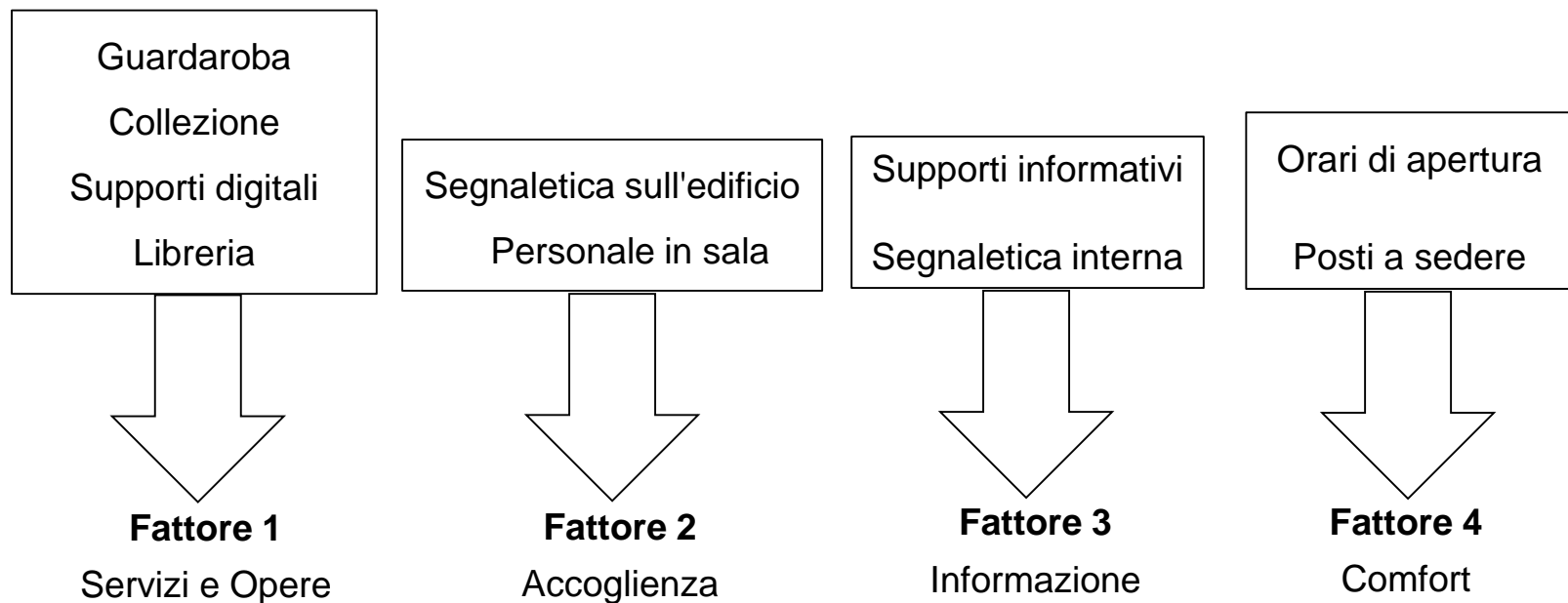
Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età 35-54 anni e over 65 anni; laureati; impiegati e pensionati; nuovi visitatori; non usufruiscono di una card per entrare; scoprono il museo passando per caso; giudizio uguale alle aspettative o privi di aspettative; vengono in coppia; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

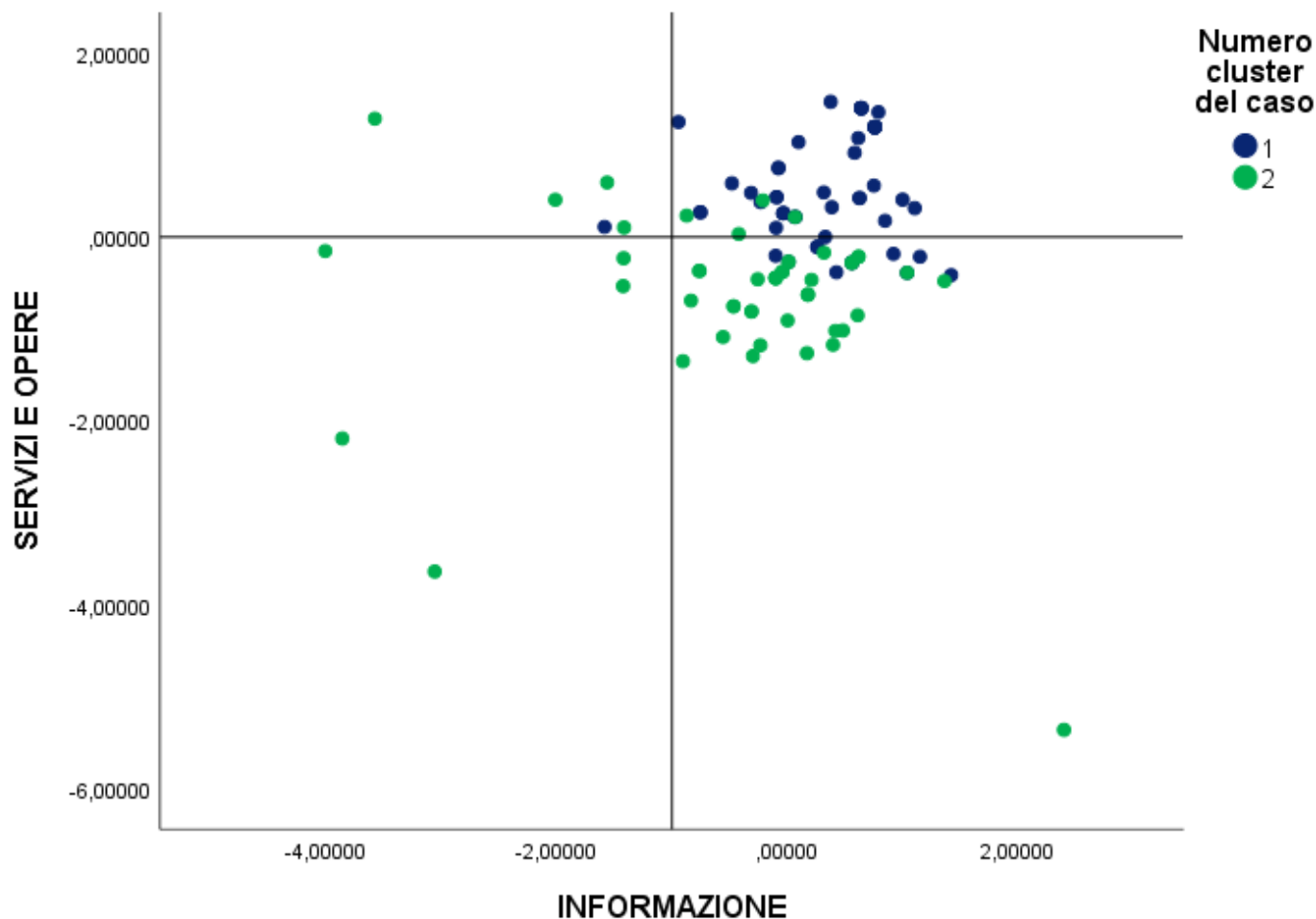
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il personale di biglietteria e la pulizia del sito sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi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

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 evidenzia una maggiore dispersività sui giudizi medi rilasciati dai visitatori intervistati, in particolare sul fattore 1 (*Servizi e Opere*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 47**

SUPPORTI INFORMATIVI tradurli tutti in inglese (31), anche in altre lingue (3), pannelli troppo lunghi (3), altro (3). **Totale 40**

ORARI posticipare la chiusura, soprattutto nel periodo estivo (7), altro (4). **Totale 11**

COLLEZIONE più opere da esporre. **Totale 7**

COMUNICAZIONE maggiore promozione del museo. **Totale 4**

SEGNALETICA INTERNA confusa, segnalare meglio le mostre temporanee. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 4**

**TOTALE 70 SUGGERIMENTI
GALLERIA D'ARTE MODERNA**

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
 www.museiincomuneroma.it amici/parenti social network
 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"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<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:.....