



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma in Trastevere

19 – 23 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. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 19 al 23 ottobre** presso il **Museo di Roma in Trastevere** (gli intervistati rappresentano l'11% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare abbastanza adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 4,29\%$.

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 **2,61** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (2,78), le **opere della collezione** (2,59), il **guardaroba** (2,49), il **personale in sala** (2,48), gli **orari di apertura** (2,46) e il **personale di biglietteria** (2,42).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** (2,19) e dei **supporti digitali** (2,06).

Il **personale di biglietteria** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa ed è anche quella più correlata all'esperienza complessiva. Invece i **supporti informativi** e la **segnaletica** (sia **interna** che **sull'edificio**) rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari.

Anche tra i suggerimenti prevalgono le richieste per migliorare i **supporti informativi** (n. 7 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 64% da **cittadini romani, impiegati** (27%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (67%), appartenenti alle fasce d'età **45-64 anni** (55% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo perché **residenti a Roma** (29%) oppure per **conoscenza personale** (19%) e **passando per caso** (13%).

È significativo che a rispondere residente a Roma e conoscenza personale siano principalmente i cittadini romani, molti di essi già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei. Invece passando per caso prevale soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), nuovi visitatori, che non hanno utilizzato alcuna card e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Museo di Roma in Trastevere 2021	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,23	2,00	99	1	0,568	1%	29%	1%	95%
Orari di apertura	2,46	2,00	99	1	0,521	1%	47%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,42	2,00	99	1	0,517	1%	43%	0%	99%
Guardaroba	2,49	3,00	47	53	0,547	53%	51%	0%	98%
Opere della collezione	2,59	3,00	97	3	0,591	3%	64%	0%	95%
Supporti informativi	2,36	2,00	97	3	0,544	3%	39%	0%	97%
Supporti digitali	2,06	2,00	52	48	0,752	48%	29%	2%	79%
Personale in sala	2,48	3,00	50	50	0,580	50%	52%	0%	96%
Segnaletica interna	2,19	2,00	96	4	0,654	4%	32%	0%	86%
Posti a sedere	2,23	2,00	65	35	0,580	35%	31%	0%	92%
Pulizia del sito	2,78	3,00	100	0	0,416	0%	78%	0%	100%
Libreria	2,37	2,00	52	48	0,525	48%	38%	0%	98%
Esperienza complessiva	2,61	3,00	100	0	0,530	0%	63%	0%	98%

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

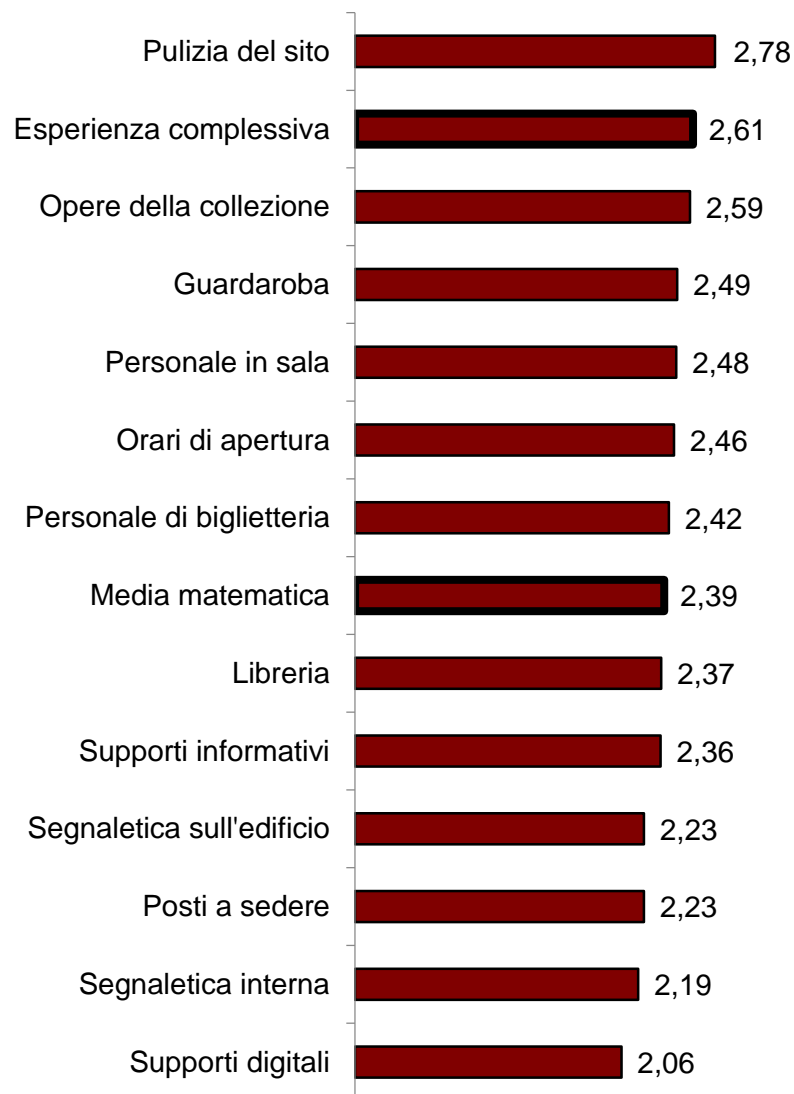
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,39).

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**, le **opere della collezione**, il **guardaroba**, il **personale in sala**, gli **orari di apertura** e il **personale di biglietteria**.

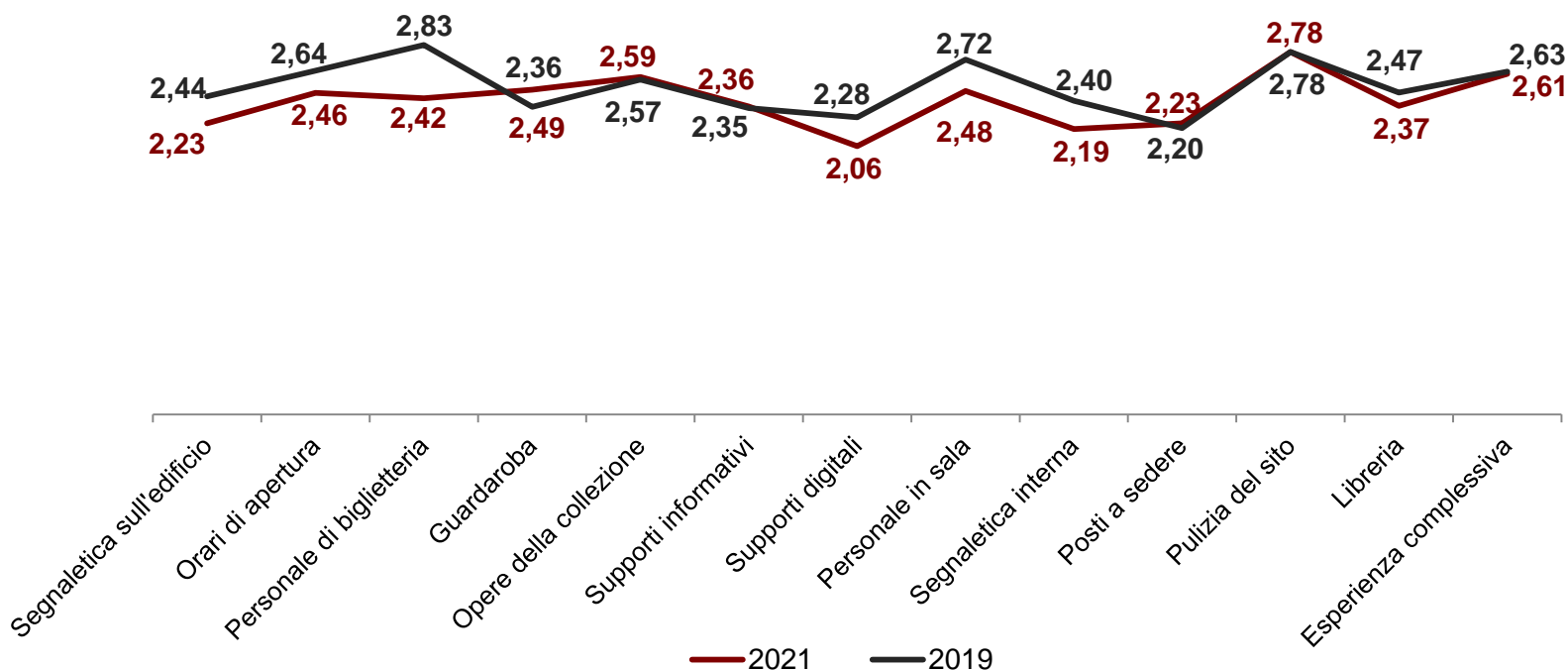
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** e dei **supporti digitali**.



Analisi del trend 2019-2021

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

Si registra un lieve aumento del livello di soddisfazione sulle opere della collezione, sui supporti informativi e sui posti a sedere. La media della pulizia del sito resta invariata, mentre scendono i valori dei restanti aspetti oggetto d'indagine, ma solo i supporti digitali e la segnaletica interna sono al di sotto dello standard di 2,20.

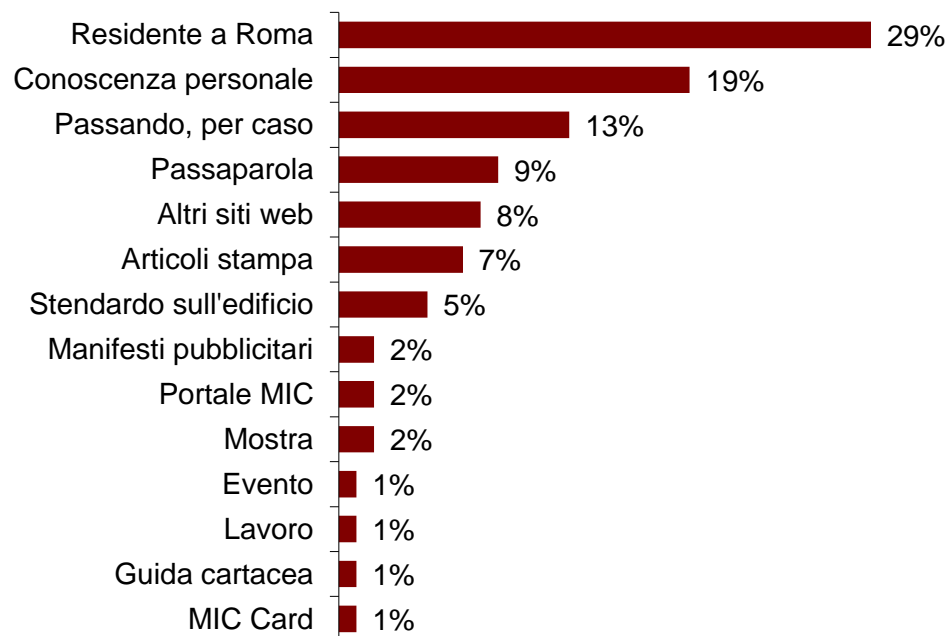


^(*)Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.

Come è venuto a conoscenza del museo

Il 29% del campione intervistato dichiara di essere venuto sapere del museo poiché è **“residente a Roma”** (in netto aumento dal 2% nel 2019), il 19% per **“conoscenza personale”** (voce non emersa nella precedente indagine) e il 13% **“passando, per caso”** (26% nel 2019). La percentuale del **“passaparola”** scende dal 20% al 9%, mentre quella di **“altri siti web”** passa da 9% a 8%.

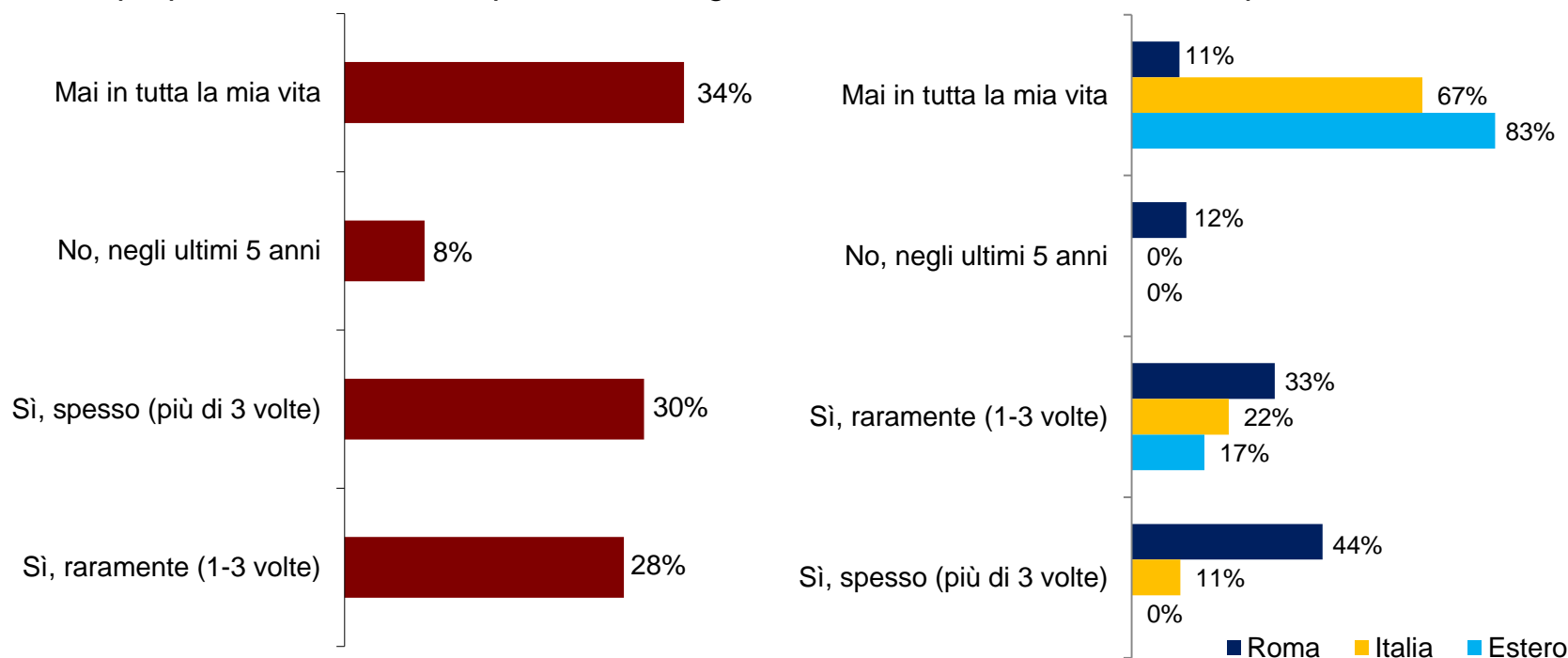
È significativo che a rispondere residente a Roma e conoscenza personale siano principalmente i cittadini romani, molti di essi già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei. Invece passando per caso prevale soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), nuovi visitatori, che non hanno utilizzato alcuna card e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (58% sul campione totale) dichiara di essere già stato al Museo di Roma in Trastevere (di cui il 30% spesso “**più di tre volte**” e il 28% raramente “**da una a tre volte**”), mentre il 34% non vi è mai stato prima e il restante 8% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

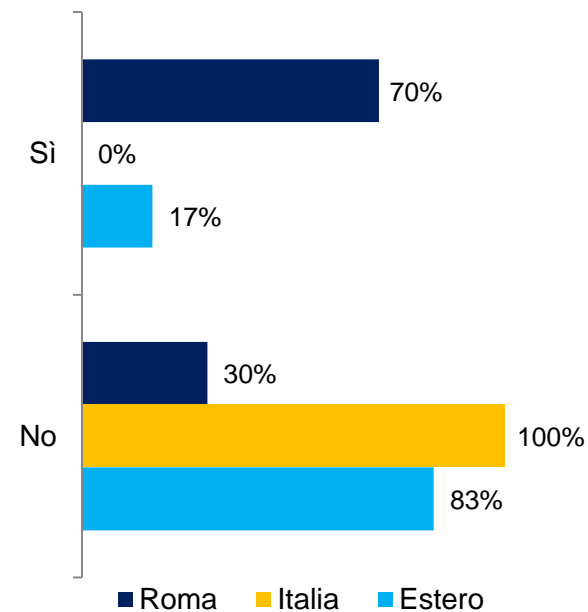
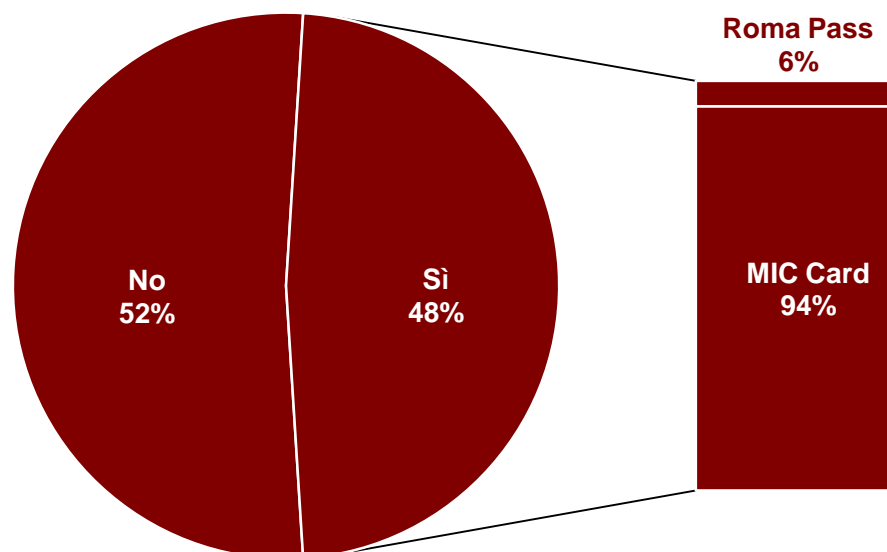
Come si denota dal grafico in basso a destra, risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (in prevalenza stranieri), con un titolo di laurea o post laurea, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere già visto il Museo di Roma in Trastevere sono prevalentemente i cittadini romani, diplomati, con un giudizio uguale alle proprie attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 48% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui ben il 94% si riferisce alla **MIC Card** e il 6% alla **Roma Pass**), mentre il 52% afferma di non averla utilizzata.

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani, in prevalenza donne, molti di essi sono già stati in questo museo e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma in Trastevere*, sono principalmente i turisti, uomini, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti.

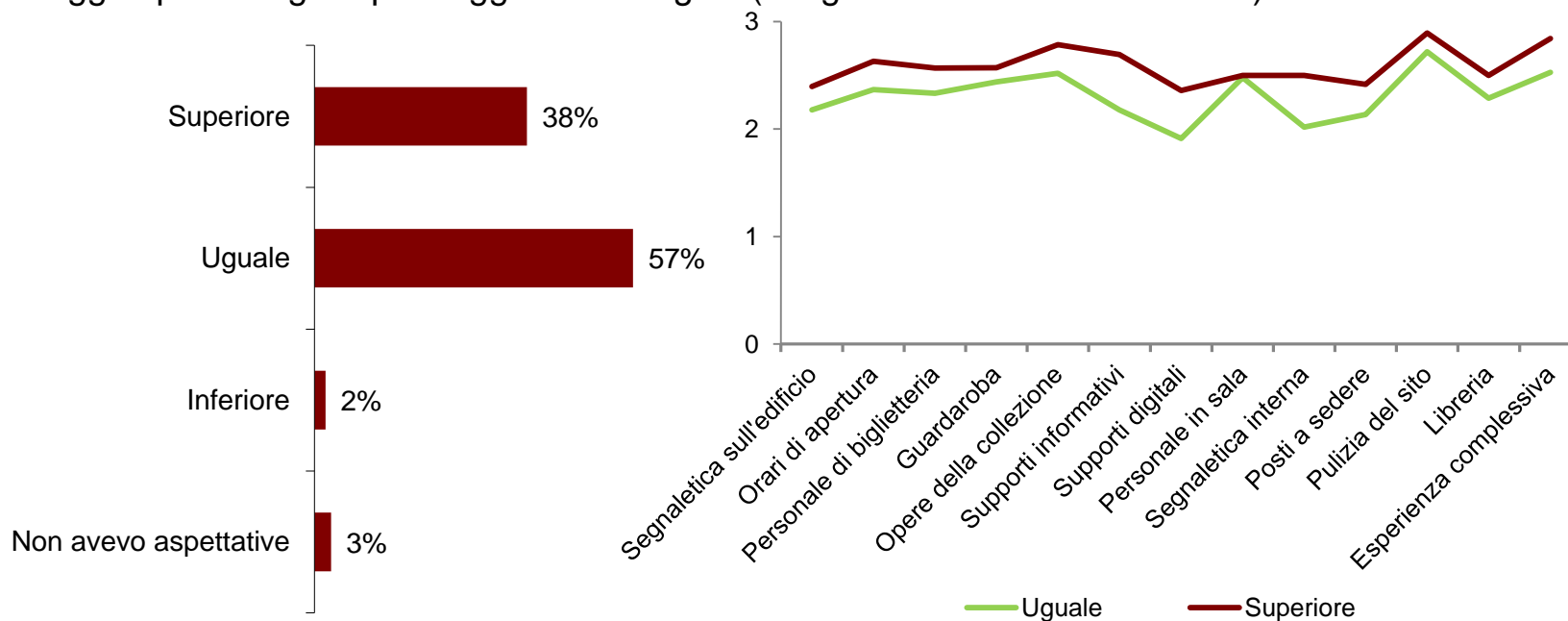


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 57% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 38% è superiore e solo per il 2% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 3% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i turisti, nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono in prevalenza i romani, molti di essi già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno.

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** - 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 il *Museo di Roma in Trastevere* è pari al **41%**.

Il 45% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 2% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

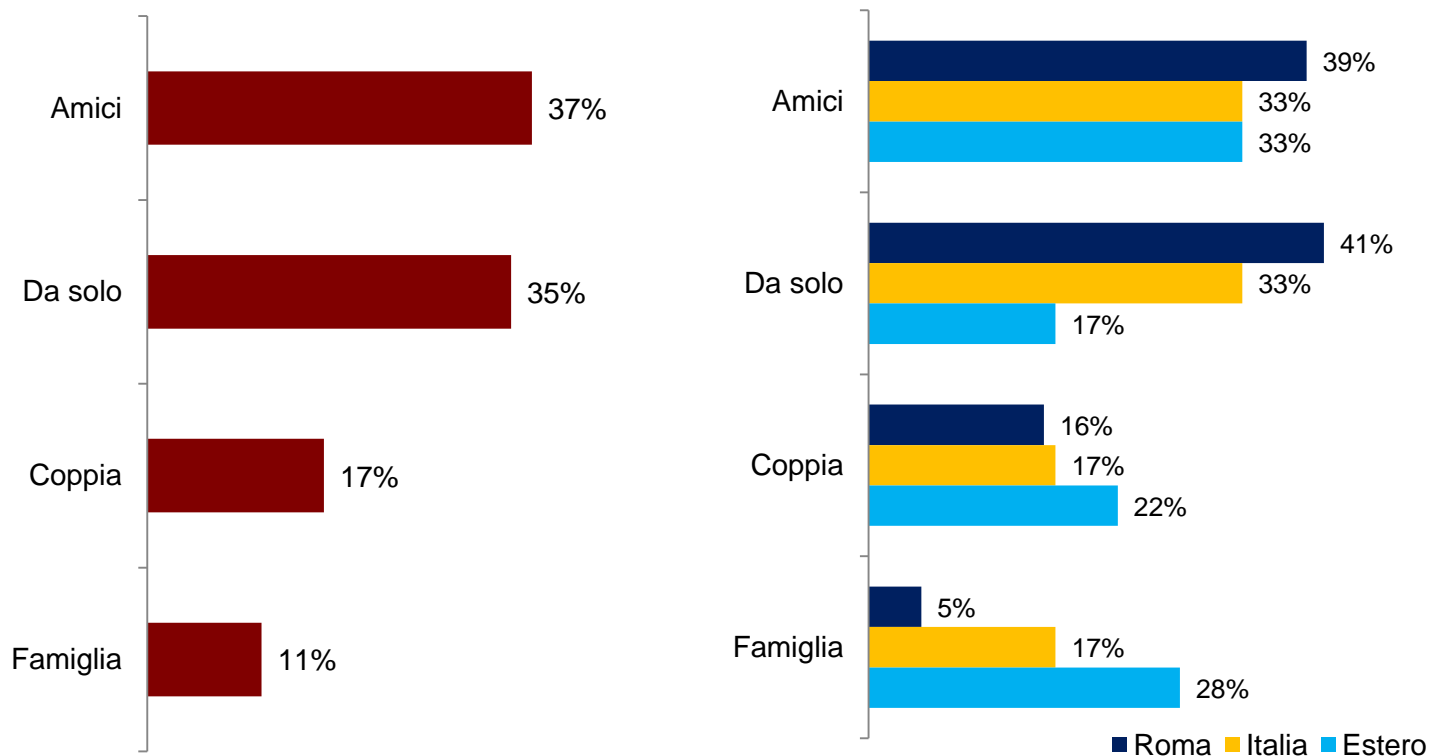


NET PROMOTER SCORE										
<i>Museo di Roma in Trastevere 2021</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	1	0	28	27	12	31
0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	28%	27%	12%	31%
DETRACTORI = 2%							PASSIVI = 45%		PROMOTORI = 43%	
43% - 2% = 41%										

Con chi ha visitato il museo

Il 37% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 35% “**da solo**”, il 17% viene in “**coppia**” e l’11% insieme alla “**famiglia**”.

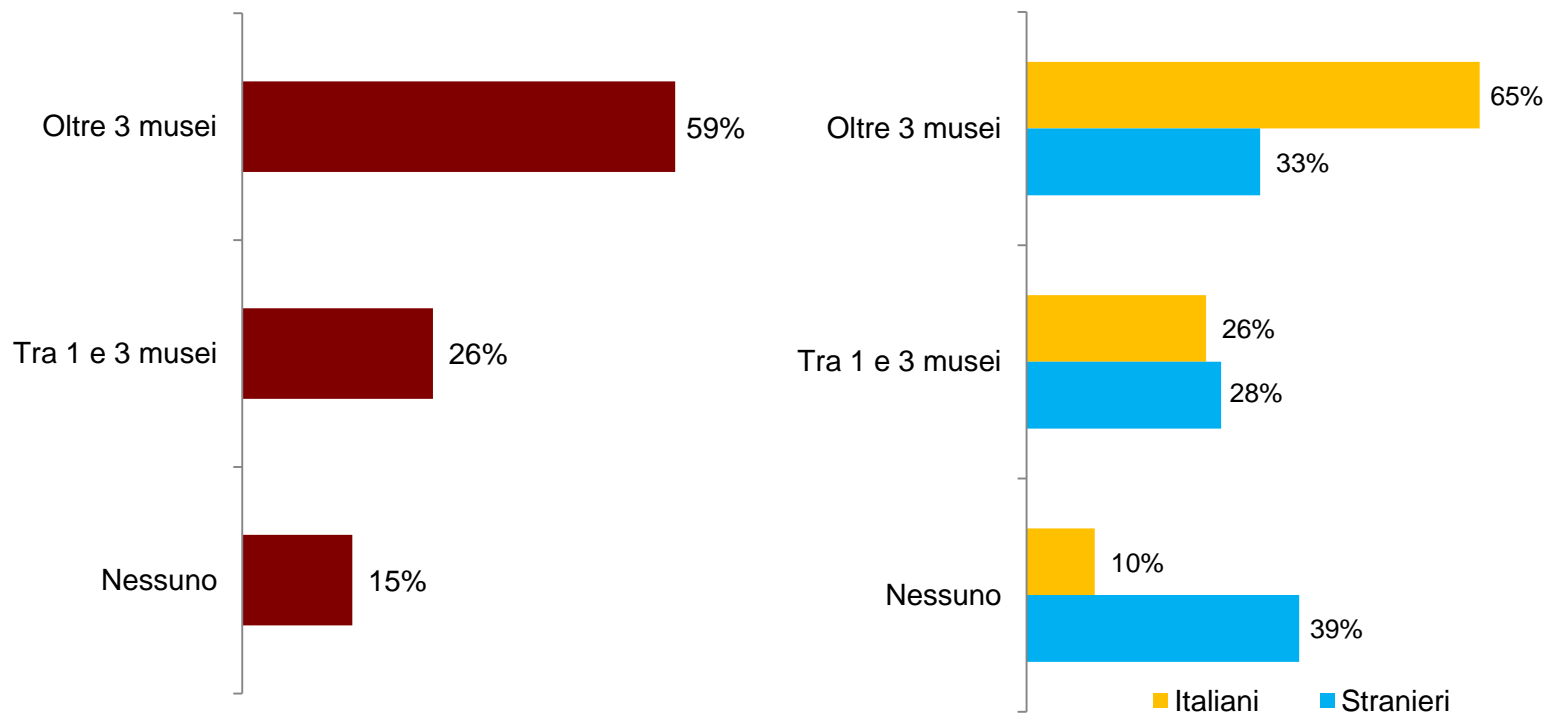
Risulta significativo che a venire con amici o da soli siano principalmente i visitatori romani, molti di essi hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare al museo, ma nel primo caso sono diplomati (*amici*) e nel secondo laureati (*da soli*). Invece a recarsi al museo in coppia o con la famiglia sono in prevalenza i turisti stranieri, con un titolo di laurea o post laurea, che non hanno usufruito di alcuna card per visitare il *Museo di Roma in Trastevere*.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 59% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 26% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 15% 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 visitatori italiani (*cf.* grafico in basso a destra), alcuni già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, con un giudizio uguale alle proprie attese. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i turisti stranieri, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi.



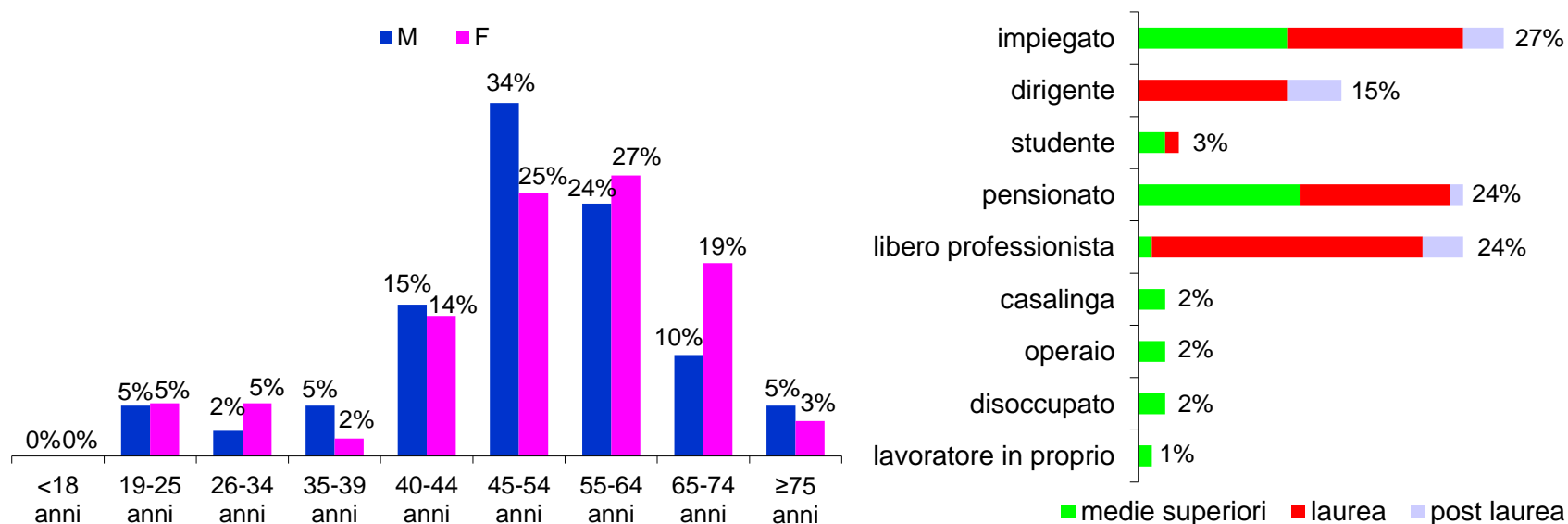
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (59%; nel 2019 era il 60% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 55-74 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 35-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **45 e 64 anni** (55% sul totale; erano il 50% nell'indagine precedente).

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

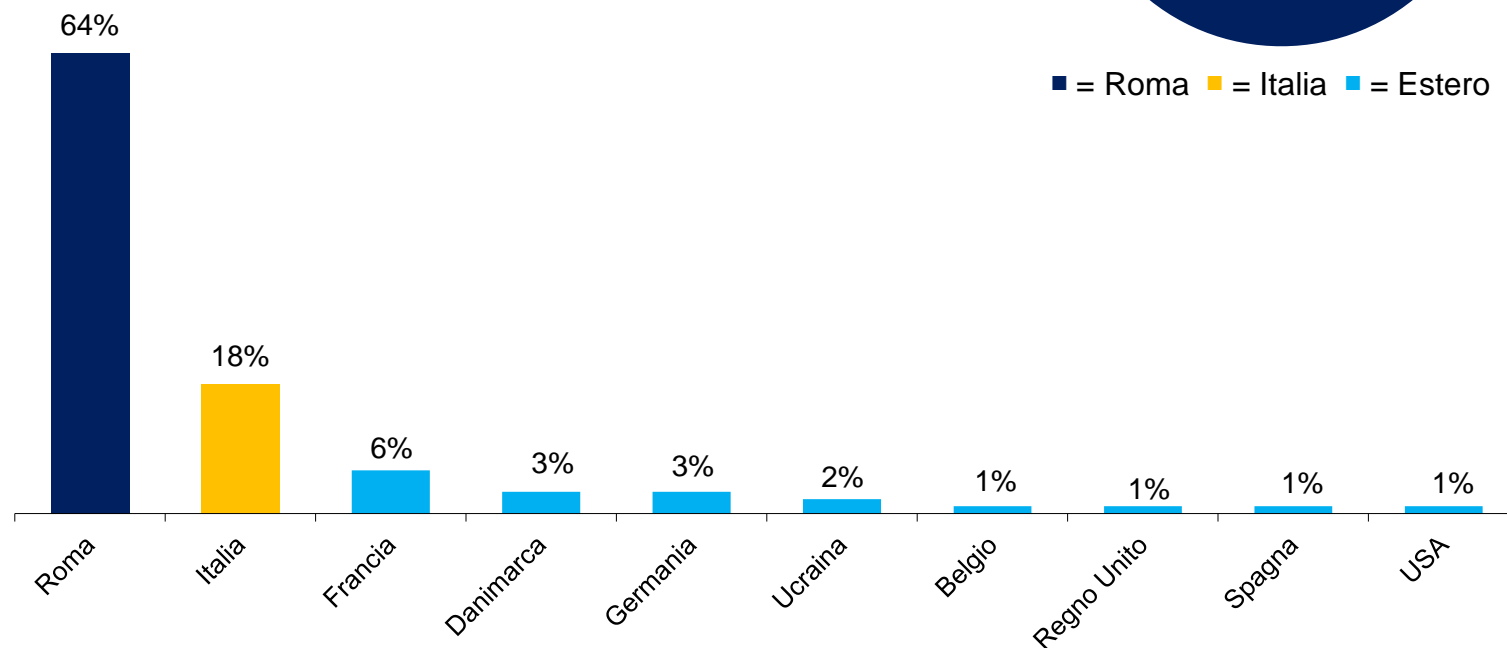
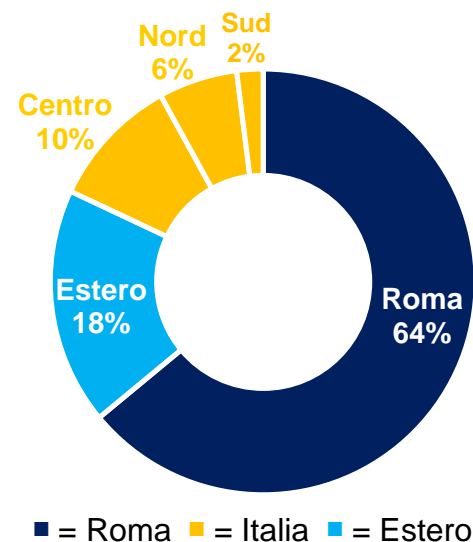
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (27%; in discesa dal 35% dell'indagine scorsa); poi seguono i pensionati (24%; erano il 17% nel 2019) e i liberi professionisti (24%; la percentuale era pari al 23% nel 2019).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 64% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (82% nell'indagine precedente); un 18% proviene dall'estero (14% nel 2019) ed un ulteriore 18% giunge da altre province italiane (in netto aumento dal 4% emerso nel 2019).

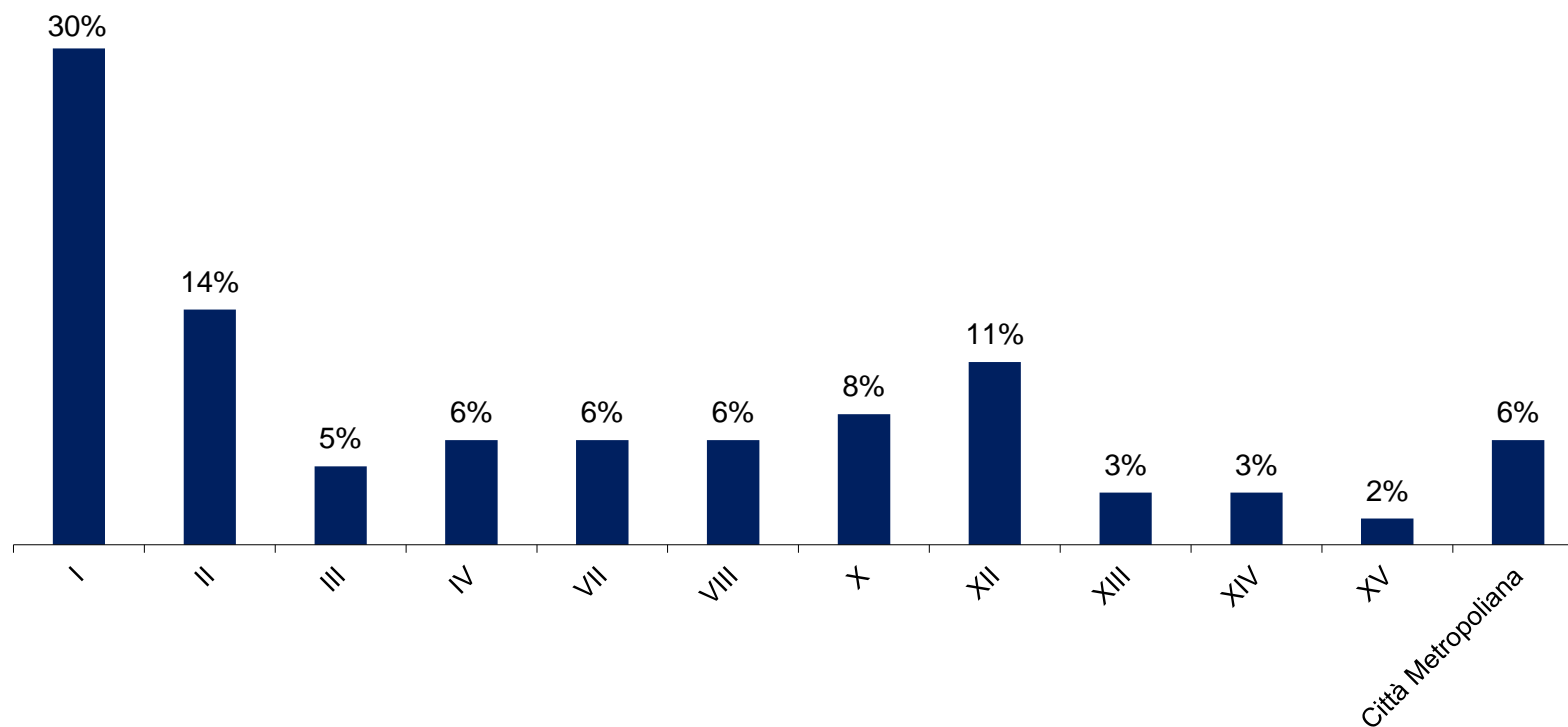
Tra le nazionalità estere prevale quella **francese** (6%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere nettamente il **Municipio I** (30% sul totale; è il municipio di appartenenza del museo). Seguono i **Municipi II** e **XII**, che raggiungono rispettivamente una percentuale pari a 14% e 11% .

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 <i>Rho di Spearman</i> ***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,278**	,333**	0,225	,262**	,332**	,299*	,402**	,408**	,418**	0,102	0,223	,381**
Orari di apertura	,278**	1,000	,648**	,382**	0,187	,636**	,285*	,384**	,522**	0,181	-0,007	,498**	,364**
Personale di biglietteria	,333**	,648**	1,000	,415**	,397**	,579**	0,223	,562**	,591**	0,222	0,096	,414**	,555**
Guardaroba	0,225	,382**	,415**	1,000	0,236	,499**	,417*	,510**	,485**	,516**	0,195	0,346	,409**
Opere della collezione	,262**	0,187	,397**	0,236	1,000	,337**	0,264	,290*	,297**	,433**	,379**	,397**	,400**
Supporti informativi	,332**	,636**	,579**	,499**	,337**	1,000	,528**	0,222	,539**	,309*	0,183	,405**	,516**
Supporti digitali	,299*	,285*	0,223	,417*	0,264	,528**	1,000	0,188	,365**	,331*	0,120	0,294	,300*
Personale in sala	,402**	,384**	,562**	,510**	,290*	0,222	0,188	1,000	,464**	,388*	,289*	0,221	,443**
Segnaletica interna	,408**	,522**	,591**	,485**	,297**	,539**	,365**	,464**	1,000	,460**	0,139	,371**	,473**
Posti a sedere	,418**	0,181	0,222	,516**	,433**	,309*	,331*	,388*	,460**	1,000	,252*	,486**	0,244
Pulizia del sito	0,102	- 0,007	0,096	0,195	,379**	0,183	0,120	,289*	0,139	,252*	1,000	,277*	,229*
Libreria	0,223	,498**	,414**	0,346	,397**	,405**	0,294	0,221	,371**	,486**	,277*	1,000	0,235
Esperienza complessiva	,381**	,364**	,555**	,409**	,400**	,516**	,300*	,443**	,473**	0,244	,229*	0,235	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 di Roma in Trastevere* il **personale di biglietteria**, i **supporti informativi** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

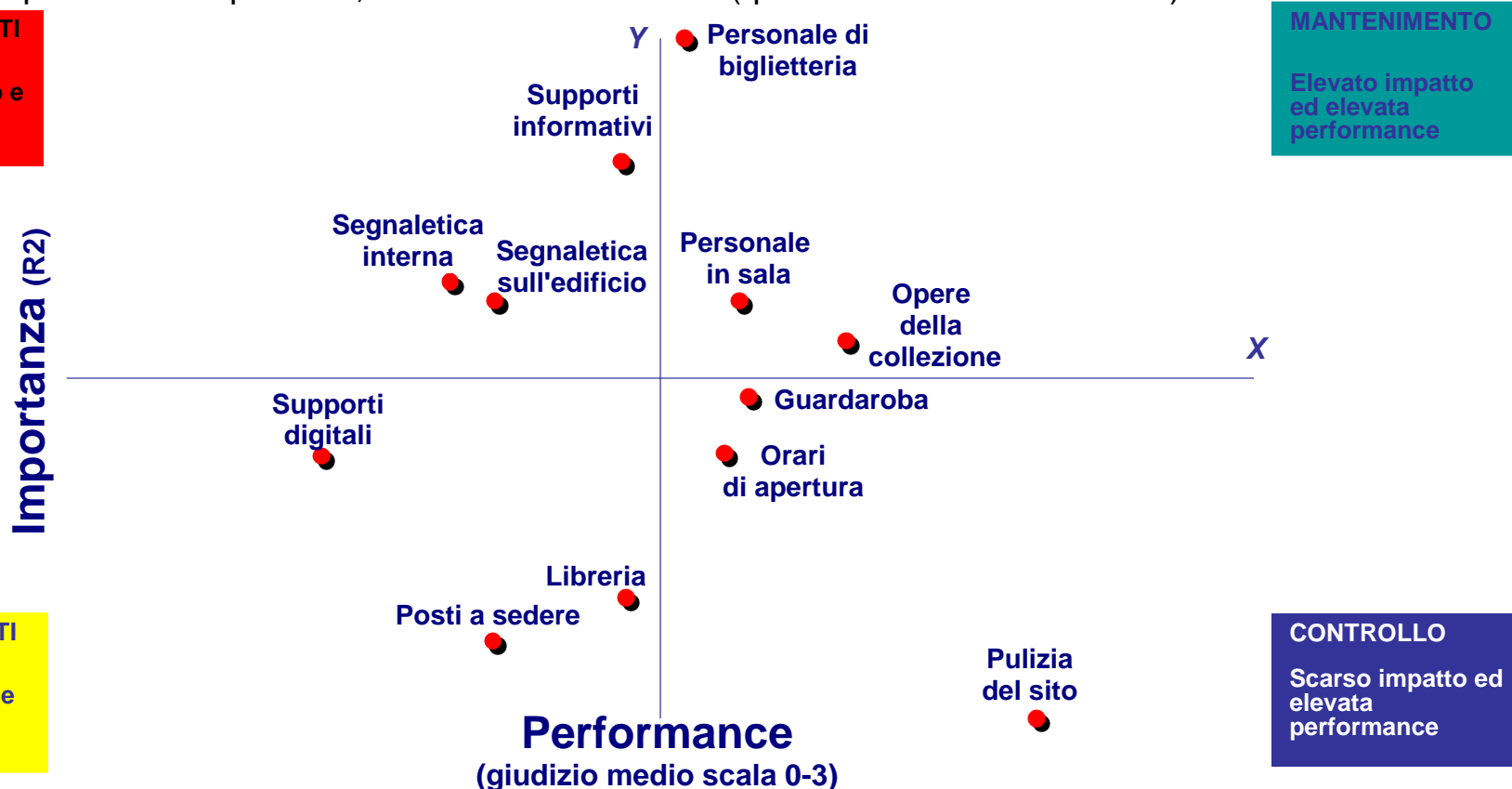
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Personale di biglietteria	0,555
Supporti informativi	0,516
Segnaletica interna	0,473
Personale in sala	0,443
Guardaroba	0,409
Opere della collezione	0,400
Segnaletica sull'edificio	0,381
Orari di apertura	0,364
Supporti digitali	0,300
Pulizia del sito	0,229

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale di biglietteria** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche il **personale in sala** e le **opere della collezione** si posizionano nel quadrante in alto a destra, seppure più in basso. Invece i **supporti informativi** e la **segnaletica** (sia **interna** che **sull'edificio**) rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari.

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

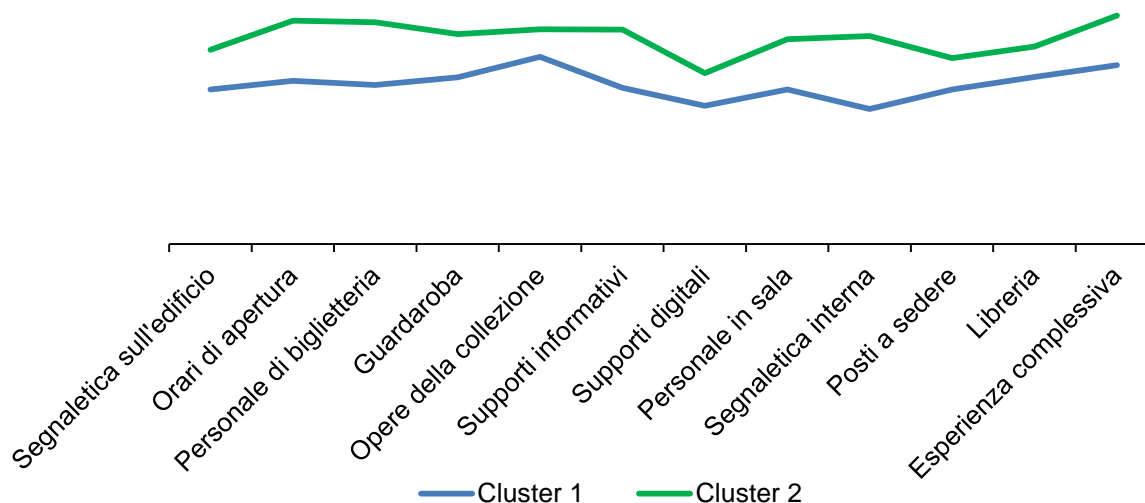
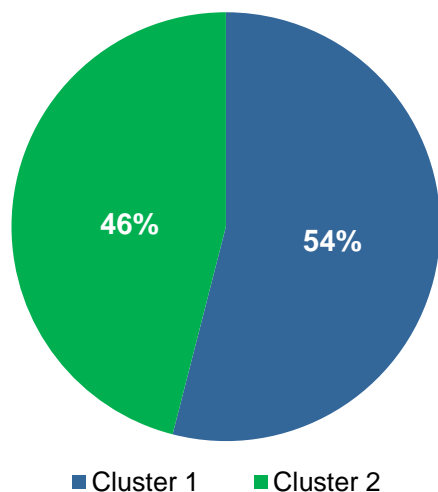
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (54 individui per il *Cluster 1* e 46 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** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza turisti stranieri; di età 40-44 anni e 55-64 anni; diplomati; impiegati e dirigenti; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite internet e passaparola; vengono da soli o in coppia; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

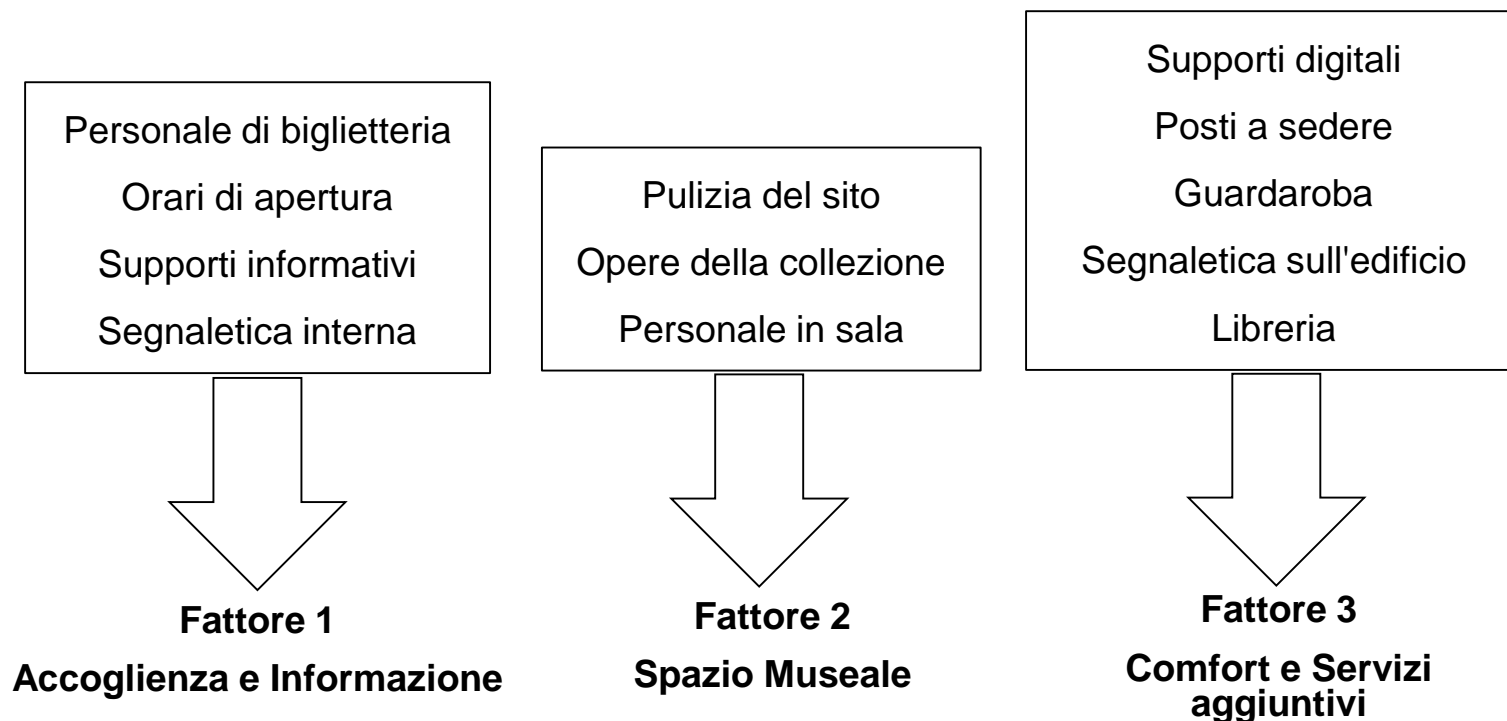
Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza italiani; di età 26-34 anni, 45-54 anni e al di sopra dei 65 anni; con titolo di laurea o post laurea; liberi professionisti e pensionati; alcuni già stati al Museo di Roma in Trastevere; scoprono il museo soprattutto passando per caso o per conoscenza personale (romani); vengono con amici o la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

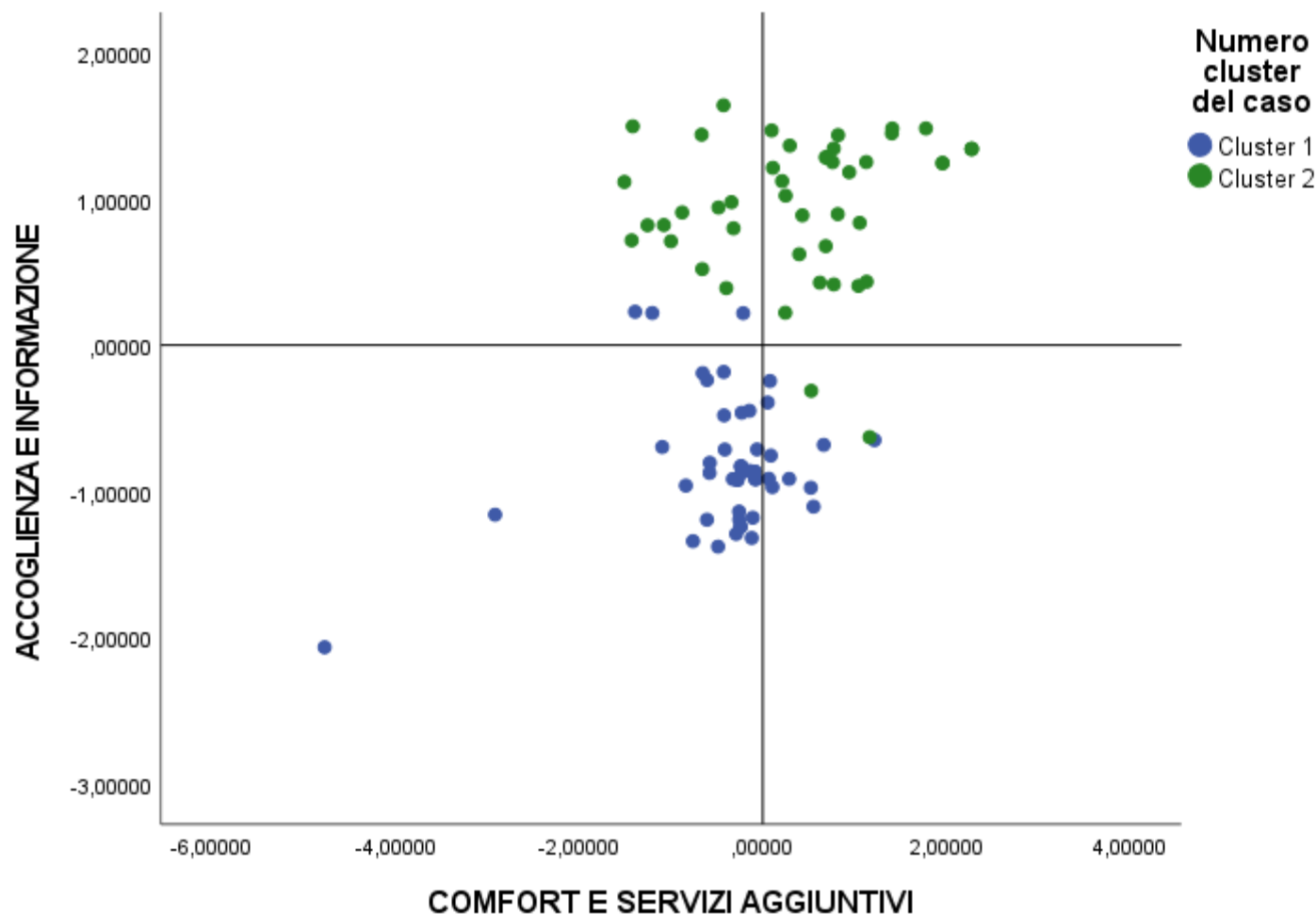
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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, in particolare sul Fattore 1 (*Accoglienza e Informazione*), che è stato meno gradito dal Cluster 1.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 69**

SUPPORTI INFORMATIVI alcuni sono difficili da leggere (4); più pannelli tradotti anche in altre lingue (3). **Totale 7**

SEGNALETICA INTERNA indicazioni poco chiare sul percorso da seguire. **Totale 6**

CAFFETTERIA manca. **Totale 4**

ACCOGLIENZA code per il controllo accessi, separare le file tra chi deve acquistare il biglietto d'ingresso e chi possiede la *MIC Card*. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 16**

TOTALE 37 SUGGERIMENTI
Museo di Roma in Trastevere

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 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:.....