



Indagini di Customer Satisfaction

I Marmi Torlonia. Collezionare Capolavori

Musei Capitolini - Villa Caffarelli

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Analisi del trend 2020-2021
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto ai Musei Capitolini
- Ha utilizzato la MIC Card per visitare la mostra
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa mostra ad un amico
- Con chi ha visitato la mostra
- Apprezzamento per la visita in solitaria e sensazioni tramesse
- 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. **236 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) dal **3 al 9 marzo 2021** presso **Villa Caffarelli**, il nuovo spazio espositivo dei **Musei Capitolini** (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali alla mostra nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 96%, un margine di errore di stima di $\pm 2,51\%$.

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 elevato, con una media di **2,85** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti della mostra maggiormente graditi emerge la **chiarezza del percorso di visita** (2,96).

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

Il **contenuto** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa delle priorità, ma anche quella più correlata al giudizio generale sulla mostra (pp. 17-19).

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti prevalgono quelli relativi ai **supporti informativi**, in particolare la richiesta di aumentarne il numero e la completezza delle informazioni fornite (88 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la quasi totalità da visitatori **romani** (88%), **pensionati** (45%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (80%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (66% sul campione totale degli intervistati).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra attraverso il "**passaparola**" (32%), "**articoli di stampa**" (31%) e "**internet**" (17%).

Risulta significativo che il *passaparola* prevalga soprattutto per i visitatori italiani (soprattutto coloro che giungono da fuori Roma), di età giovane 19-39 anni, diplomati, che vengono per la prima volta ai *Musei Capitolini*. Invece la *stampa* emerge per i turisti (sia italiani che stranieri), di età adulta oltre i 55 anni, con un titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori.

Infine a rispondere *internet* sono in particolare i visitatori romani, di età 40-54 anni, laureati, già stati in questo museo ed alcuni hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare.

Tabella riassuntiva

ics Mostra I Marmi Torlonia. Collezionare Capolavori Villa Caffarelli 2021	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Publicità (immagine mostra)	2,72	3,00	226	10	0,487	4%	74%	0%	98%
Contenuto della mostra	2,80	3,00	236	0	0,434	0%	81%	0%	99%
Pannelli e didascalie	2,24	2,00	231	5	0,780	2%	42%	3%	86%
Allestimento	2,61	3,00	235	1	0,598	0%	66%	1%	97%
Audioguida	2,54	3,00	48	188	0,771	80%	67%	4%	92%
Chiarezza percorso di visita	2,96	3,00	235	1	0,192	0%	96%	0%	100%
Giudizio generale mostra	2,85	3,00	231	5	0,371	2%	85%	0%	100%

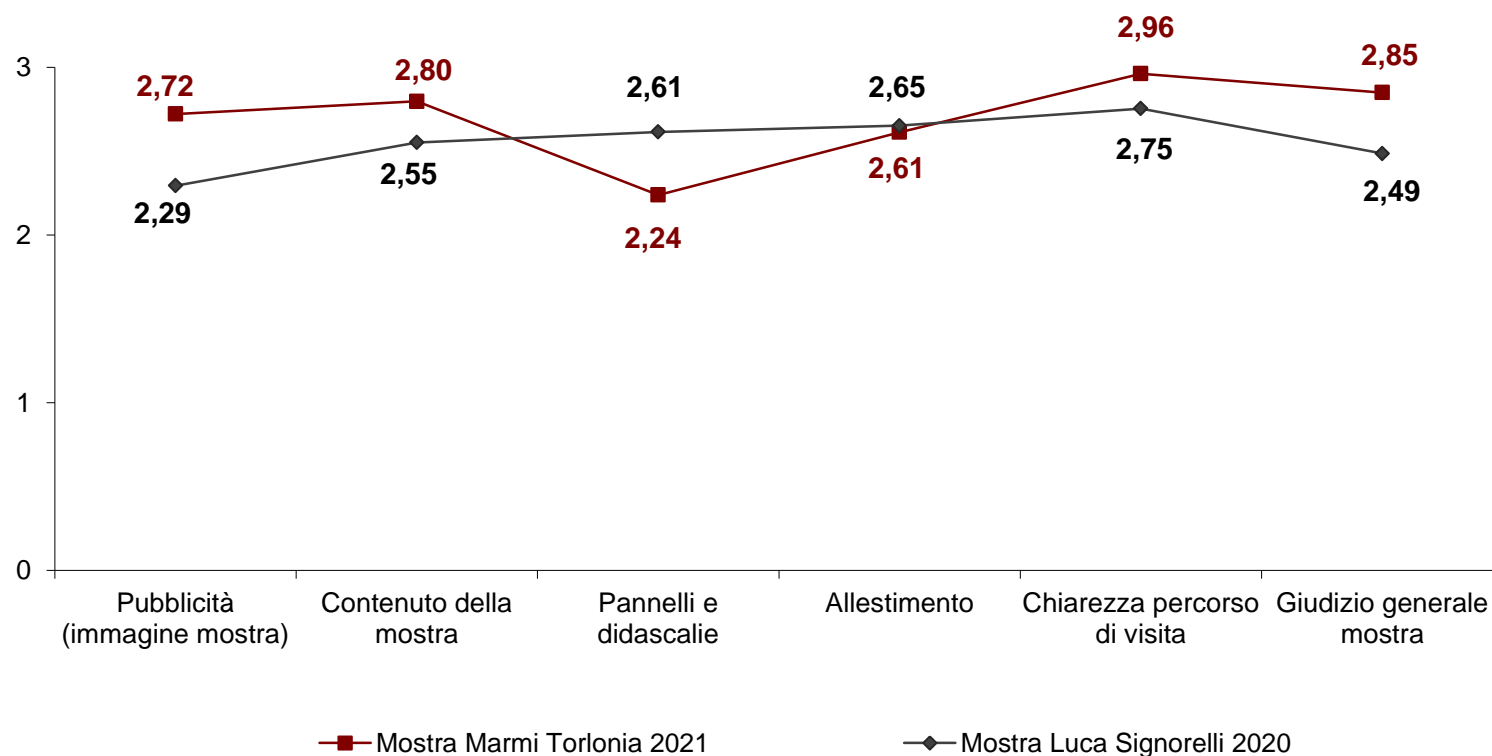
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,65).

Analisi del trend 2020-2021

Il grafico sottostante mostra l'analisi del trend rispetto all'indagine precedente effettuata lo scorso anno alla mostra "Luca Signorelli e Roma. Oblio e riscoperte" presso i Musei Capitolini.

Si evidenzia un aumento del livello di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto di indagine, ad eccezione dei supporti informativi (pannelli e didascalie) ed allestimento.

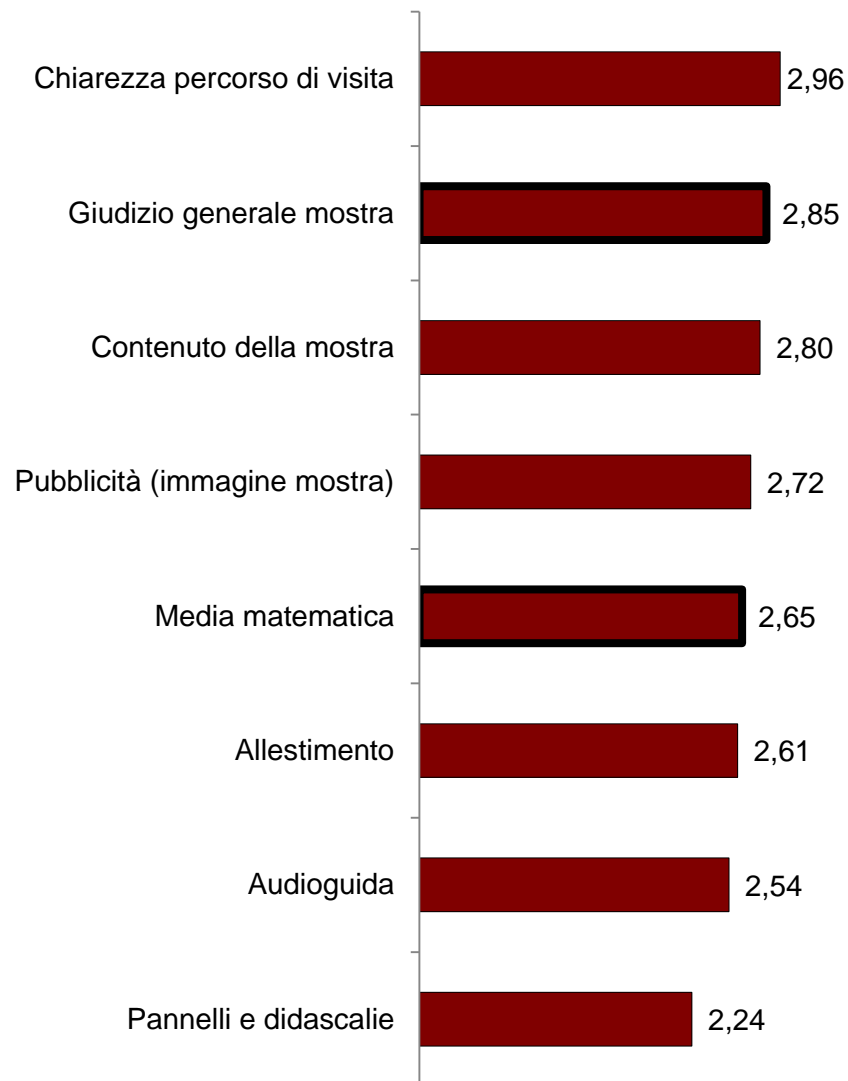


Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

L'aspetto maggiormente gradito è la **chiarezza del percorso di visita**.

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono nettamente superiori allo standard minimo di 2,20.

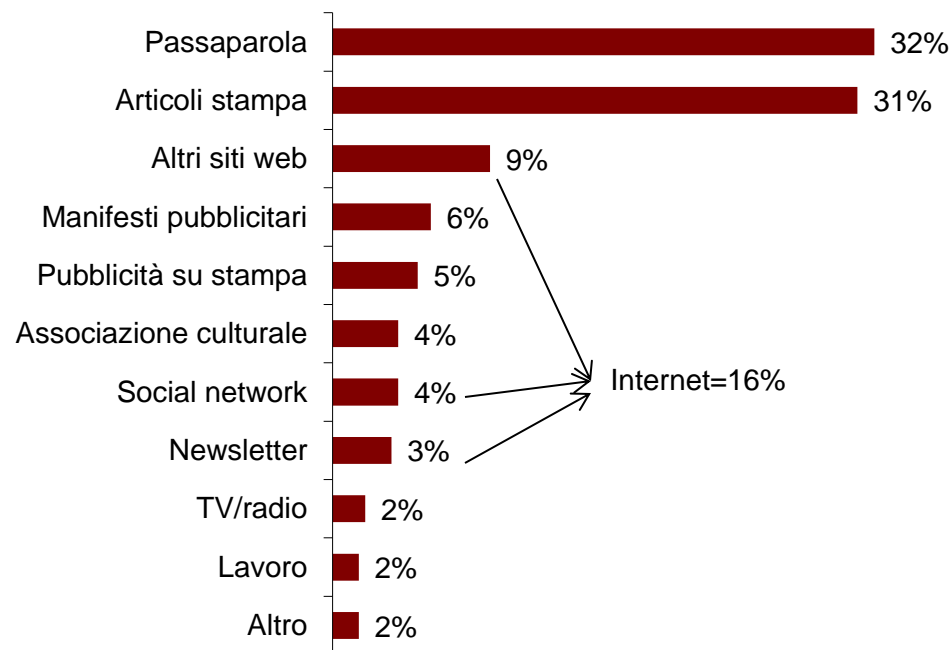


Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 32% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere di tale mostra attraverso il “**passaparola**” (in netto aumento dal 9% emerso per la mostra “*Luca Signorelli e Roma. Oblio e riscoperte*”), il 31% risponde “**articoli di stampa**” (14% nell’indagine precedente), mentre il 16% tramite “**internet**” (lo scorso anno la percentuale complessiva del canale web era pari al 20%).

Risulta significativo che il passaparola prevalga soprattutto per i visitatori italiani (soprattutto coloro che giungono da fuori Roma), di età giovane 19-39 anni, diplomati, che vengono per la prima volta ai *Musei Capitolini*. Invece la stampa emerge per i turisti (sia italiani che stranieri), di età adulta oltre i 55 anni, con un titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori.

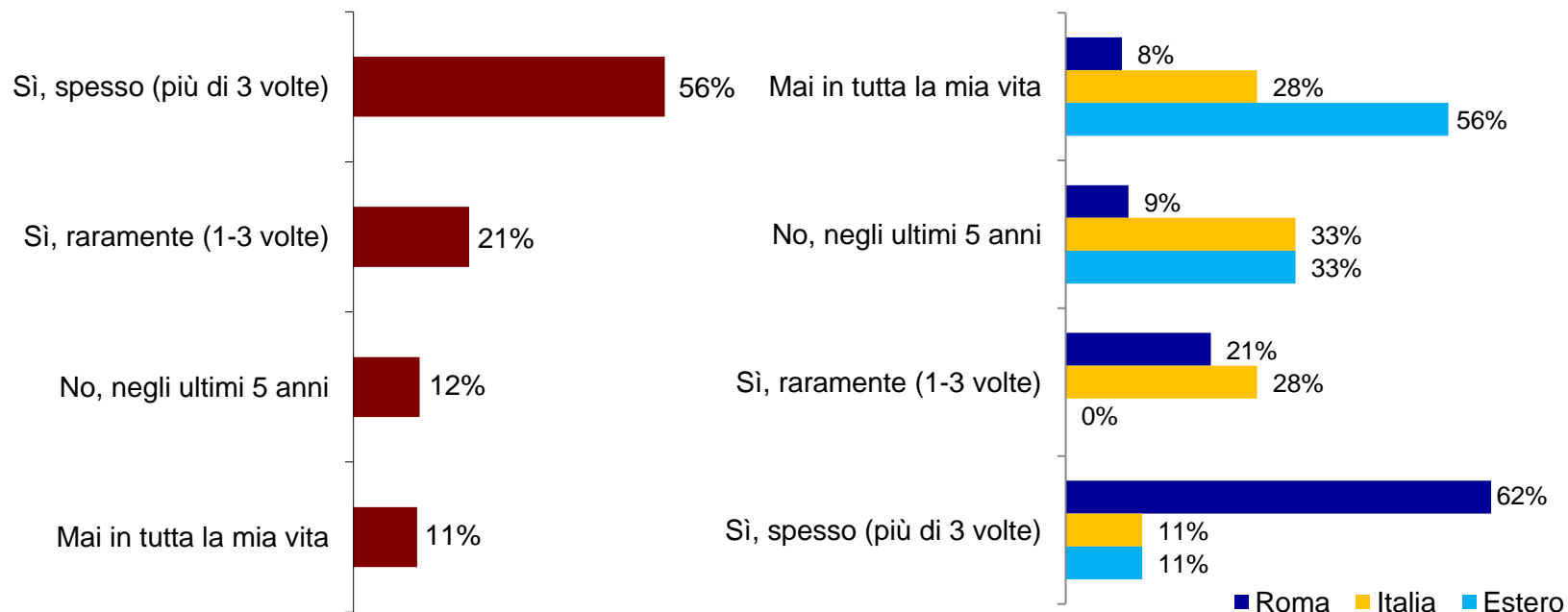
Infine a rispondere internet sono in particolare i visitatori romani, di età 40-54 anni, laureati, già stati in questo museo ed alcuni hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare.



Negli ultimi cinque anni è già stato ai Musei Capitolini

Ben il 77% degli intervistati dichiara di essere già stato ai *Musei Capitolini* (di cui il 56% **“più di tre volte”** e il 21% **“da una a tre volte”**); l’11% afferma di non esservi mai stato prima e il restante 12% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che la maggior parte dei nuovi visitatori siano turisti, in particolare quelli che giungono dall’estero (*cf.* grafico sottostante a destra), di età giovane 19-39 anni, diplomati, con un giudizio uguale alle aspettative e in generale molto soddisfatti, anche della fruizione della propria visita in solitaria. Invece ad essere già stati ai Musei Capitolini sono principalmente i romani, di età adulta al di sopra dei 45 anni, con un titolo di laurea o post laurea, molti hanno utilizzato la *MIC Card* per visitare la mostra, il loro giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti della propria visita alla mostra.



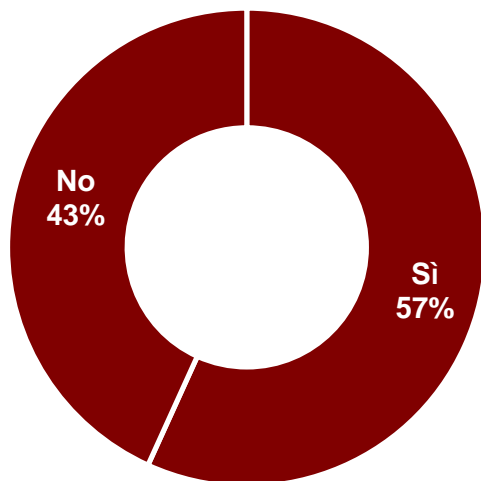
Ha utilizzato la **MIC Card** per visitare la mostra

Il 57% degli intervistati afferma di avere utilizzato la **MIC Card** per visitare la mostra temporanea, mentre il restante 43% non ne ha usufruito (*cf.* grafico in basso a sinistra).

Tra coloro che hanno risposto affermativamente a tale domanda, ben il 97% **già possedeva la card** e solo il 3% l'ha acquistata in occasione della mostra.

Come si rileva nella tabella sottostante, tra le motivazioni per cui gli intervistati non sono possessori della MIC Card, prevalgono le seguenti: **categorie che hanno già diritto all'ingresso gratuito nei musei (28%)**, **non sono residenti nell'Area Metropolitana di Roma (26%)**, **non ne erano a conoscenza (19%)**.

Risulta significativo che ad utilizzare tale card siano prevalentemente i romani, che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, molti di essi già stati ai *Musei Capitolini* e sono molto soddisfatti della mostra. Invece a non usufruire della card sono soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), diplomati, che vengono in questo museo per la prima volta e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.



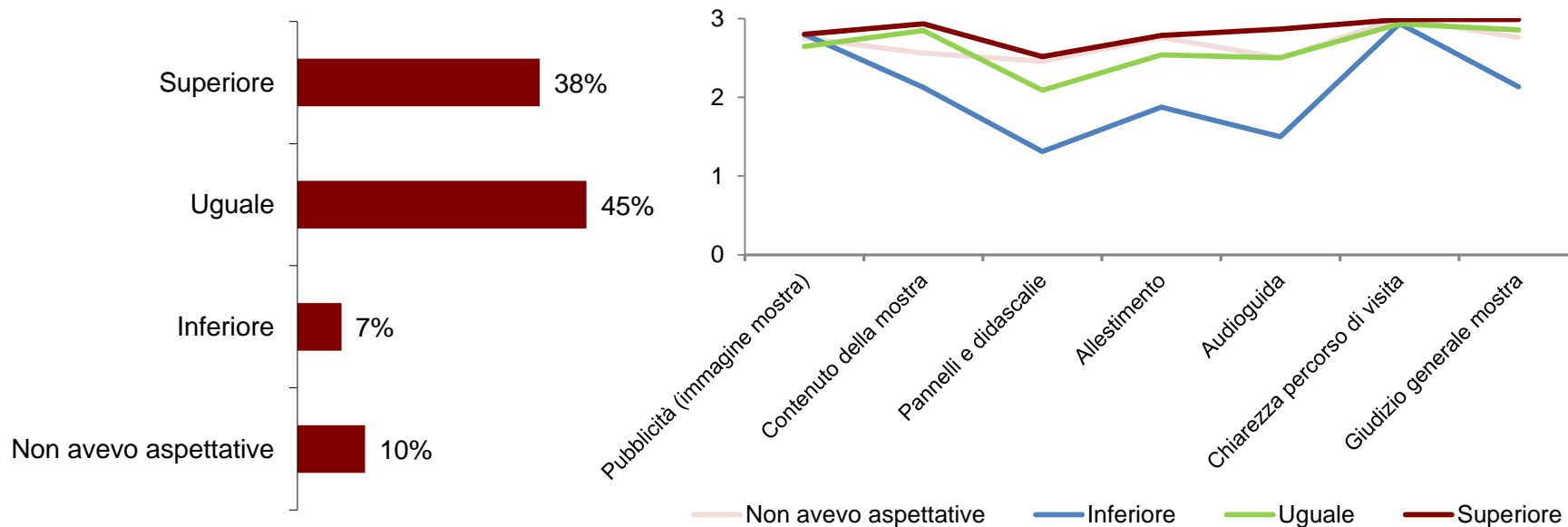
Motivazioni di non acquisto della MIC Card	n.	%
Categorie aventi già diritto alla gratuità	26	28%
Non residenti nell'Area Metropolitana di Roma	25	26%
Non conoscono la MIC Card	18	19%
Non interessati/mancanza di tempo libero	11	12%
La card non include la gratuità per gli spazi espositivi temporanei (solo biglietto ridotto)	11	12%
Altre motivazioni varie	3	3%

Giudizio rispetto alle aspettative

Il 45% sul campione totale afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 38% è superiore e per il restante 7% è inferiore. Il 10% degli intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita a questa mostra temporanea.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i nuovi visitatori, con un giudizio complessivo sulla mostra abbastanza soddisfacente. Invece ad avere un giudizio uguale alle proprie attese sono in particolare i visitatori già stati ai *Musei Capitolini*, che affermano di essere molto soddisfatti della mostra. Infine chi non ha aspettative a priori ha già visitato i *Musei Capitolini* ed è abbastanza soddisfatto dell'esperienza generale.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questa mostra 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 utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene della mostra temporanea che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari al **56%**.

Si evidenzia che il 34% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



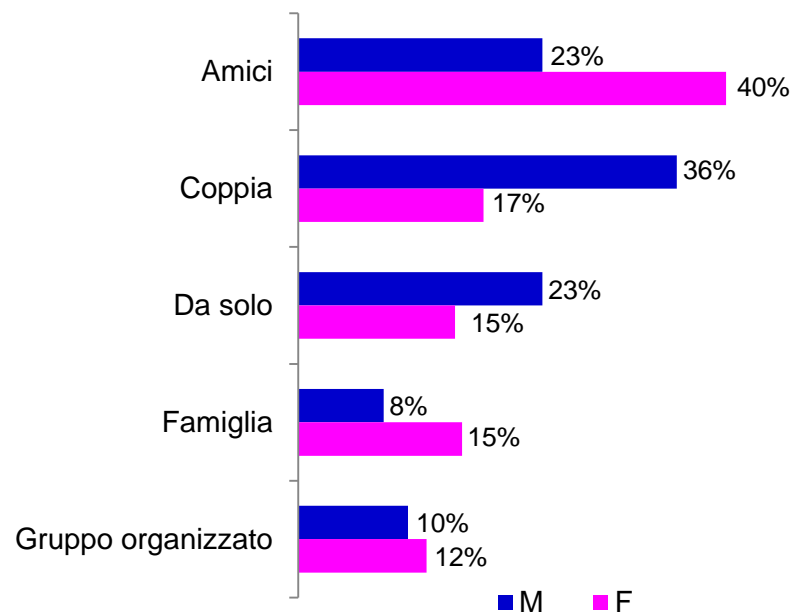
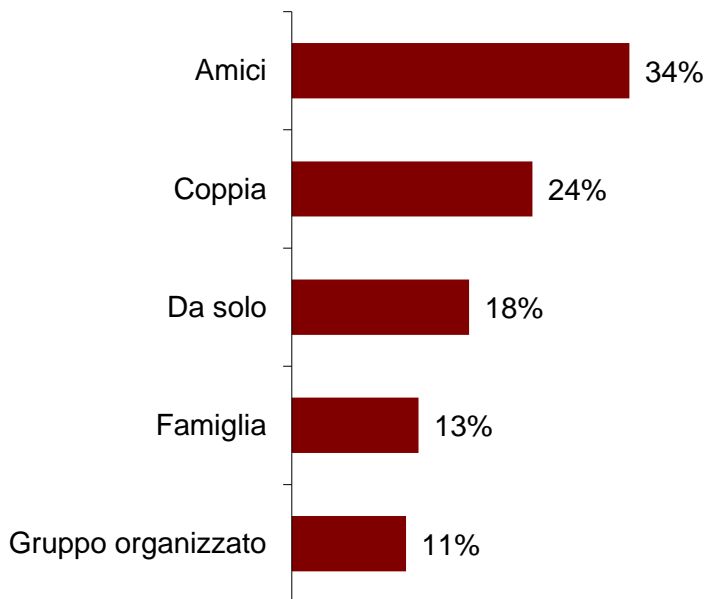
NET PROMOTER SCORE										
Mostra / Marmi Torlonia. Collezionare Capolavori – Villa Caffarelli 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	2	10	12	69	77	66
0%	0%	0%	0%	0%	1%	4%	5%	29%	33%	28%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI = 34%	PROMOTORI = 61%		
61%-5% = 56%										

Con chi ha visitato la mostra

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra in compagnia di **“amici”**, il 24% viene **“in coppia”**, il 18% **“da solo”**, il 13% con la propria **“famiglia”** e l’11% con un **“gruppo organizzato”**.

Risulta significativo che a venire con gli amici siano principalmente le donne (cfr. grafico in basso a destra), di età giovane 19-34 anni o adulta 45-74 anni, già state più volte ai *Musei Capitolini* e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatte. Invece a recarsi in coppia sono soprattutto gli uomini, di età adulta oltre i 55 anni, nuovi visitatori, molto soddisfatti della mostra mentre hanno apprezzato abbastanza la visita in solitaria.

A visitare la mostra da soli sono in prevalenza gli uomini, di età compresa tra i 35 e 44 anni, alcuni già stati in questo museo, con un giudizio generale abbastanza soddisfacente, hanno apprezzato molto la modalità di visita in solitaria.



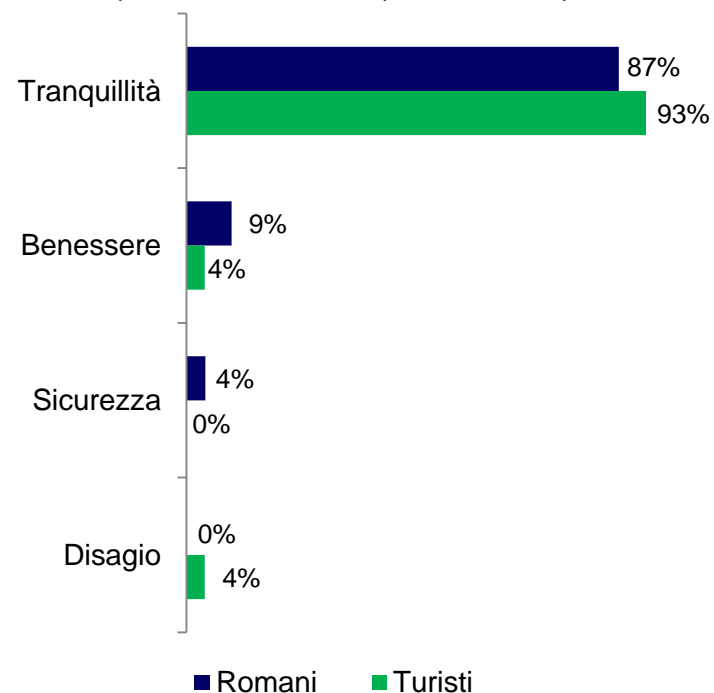
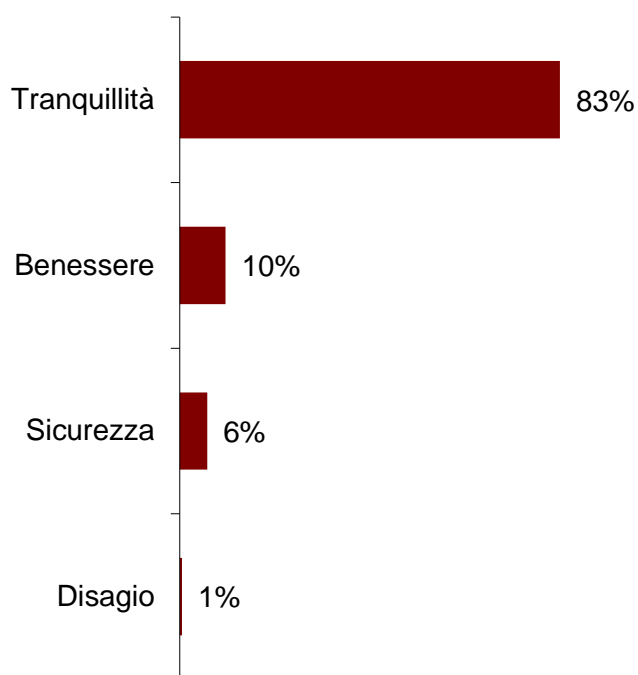
Apprezzamento per la visita in solitaria e sensazioni trasmesse

Alla domanda su quanto sia stata apprezzata la visita in solitaria ben il 96% risponde **molto** e il restante 4% abbastanza.

Invece sulle sensazioni trasmesse durante la visita in questa modalità controllata, ben l'83% degli intervistati dichiara di provare un senso di "**tranquillità**" (cfr. grafico in basso a sinistra), il 10% "benessere", il 6% "sicurezza" e solo un 1% prova "disagio".

Risulta significativo che a rispondere tranquillità siano soprattutto i turisti (cfr. grafico in basso a destra), nuovi visitatori, molto soddisfatti della loro visita in solitaria.

Invece a provare benessere e sicurezza sono principalmente i romani, già stati ai *Musei Capitolini*, che hanno apprezzato la visita molto (*sicurezza*) o abbastanza (*benessere*).



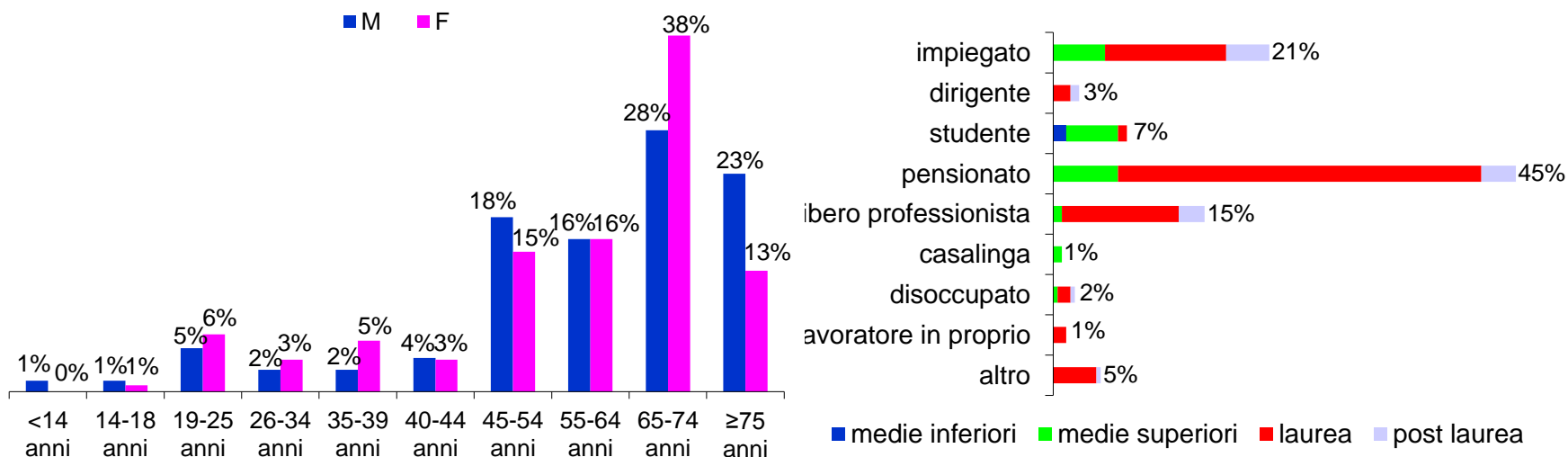
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** con il 63% sul totale (in aumento dal 50% della scorsa indagine), soprattutto nelle fasce di età giovane 19-39 anni e adulta 65-74 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce dei 45-54 anni ed oltre i 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (66%; in aumento rispetto al 58% della mostra precedente). Si evidenzia una flessione relativa alle fasce giovani dei 19-34 anni, che passano dal 26% all'8%.

L'80% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (nel 2020 la percentuale raggiungeva il 73%).

Rispetto alle categorie professionali prevalgono i **pensionati** (45%; erano il 33% per la mostra "Luca Signorelli e Roma. Oblio e riscoperte"). Aumentano gli impiegati (dal 13% al 21%) mentre diminuiscono i liberi professionisti (dal 21% al 15%) e gli studenti (dal 15% al 7%).

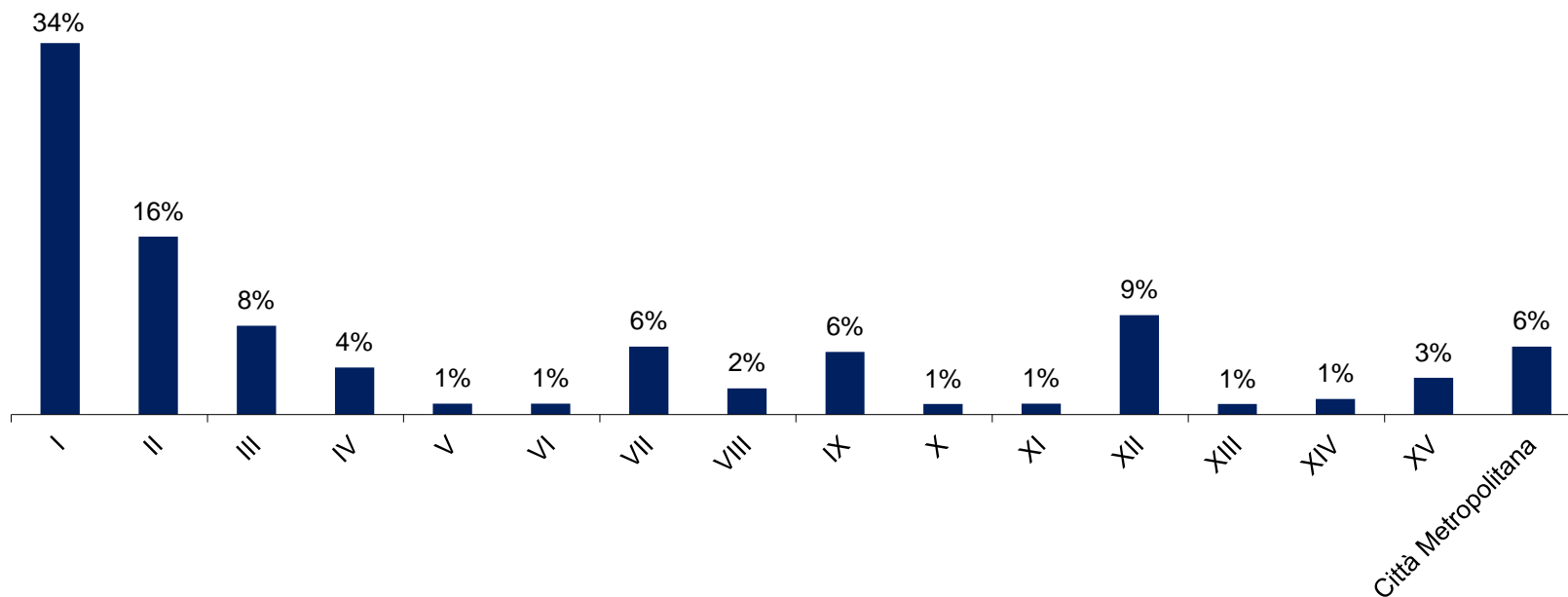
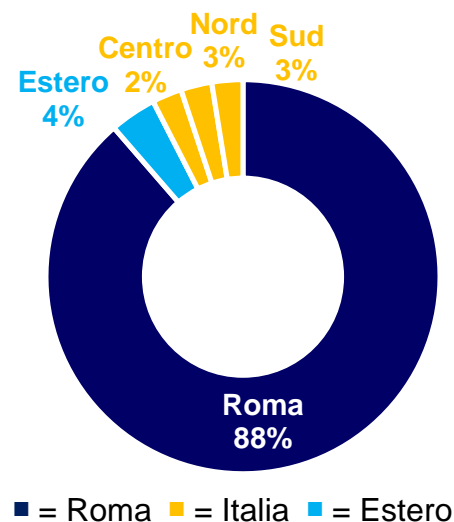


Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben l'88% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (raddoppiati rispetto al 42% emerso a gennaio 2020); l'8% giunge da **altre province italiane** (nella precedente indagine la percentuale era pari al 17%), mentre il restante 4% è rappresentato dai **turisti stranieri** (in netta discesa dal 42% per la mostra "*Luca Signorelli e Roma. Oblio e riscoperte*").

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

Come si denota nel grafico sottostante, tra i municipi di residenza dei romani intervistati prevale nettamente il **Municipio I** (34%).



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Pubblicità (immagine mostra)	Contenuto della mostra	Pannelli e didascalie	Allestimento	Audioguida	Chiarezza percorso di visita	Giudizio generale mostra
Pubblicità (immagine mostra)	1,000	0,031	0,123	0,126	0,036	,198**	0,066
Contenuto della mostra	0,031	1,000	,183**	0,032	0,138	,128*	,471**
Pannelli e didascalie	0,123	,183**	1,000	,272**	,532**	0,055	,281**
Allestimento	0,126	0,032	,272**	1,000	0,239	-0,053	,143*
Audioguida	0,036	0,138	,532**	0,239	1,000	0,062	0,006
Chiarezza percorso di visita	,198**	,128*	0,055	-0,053	0,062	1,000	0,042
Giudizio generale mostra	0,066	,471**	,281**	,143*	0,006	0,042	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 della mostra (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.

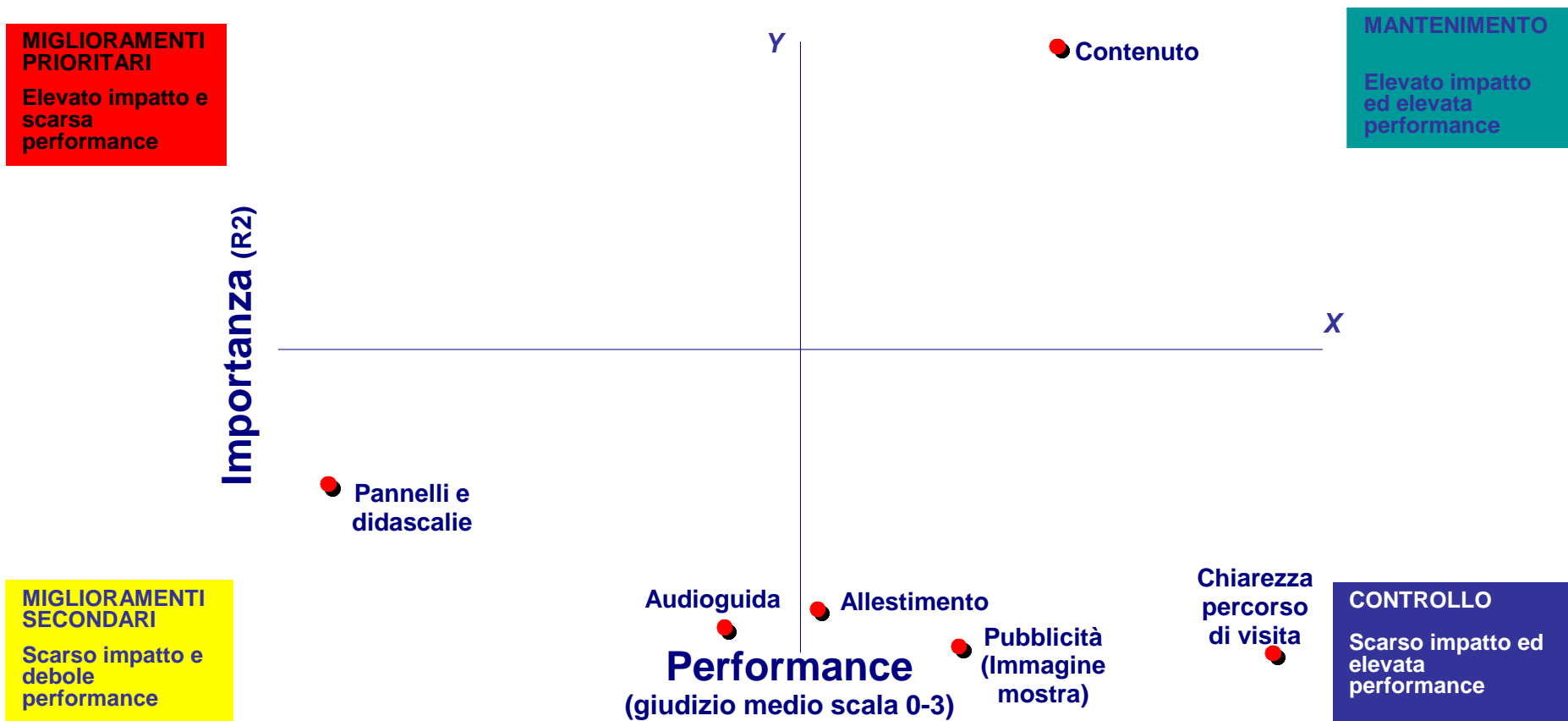
Per la mostra "***I Marmi Torlonia. Collezionare Capolavori***" la variabile che risulta più correlata al giudizio generale è il **contenuto**.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra "<i>I Marmi Torlonia. Collezionare Capolavori</i>"	
Contenuto della mostra	0,471
Apparato didattico (pannelli/didascalie)	0,281
Allestimento	0,143

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **contenuto** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante ed anche soddisfacente (quadrante in alto a destra). Nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale della mostra, 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

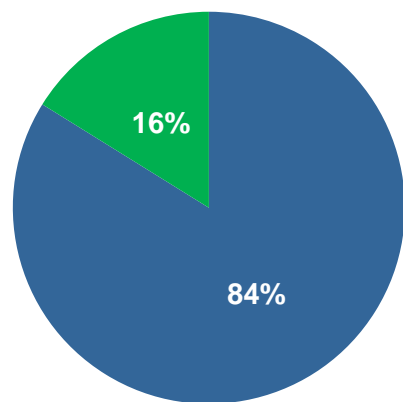
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (192 individui per il *Cluster 1* e 37 per il *Cluster 2*; n.7 casi mancanti).

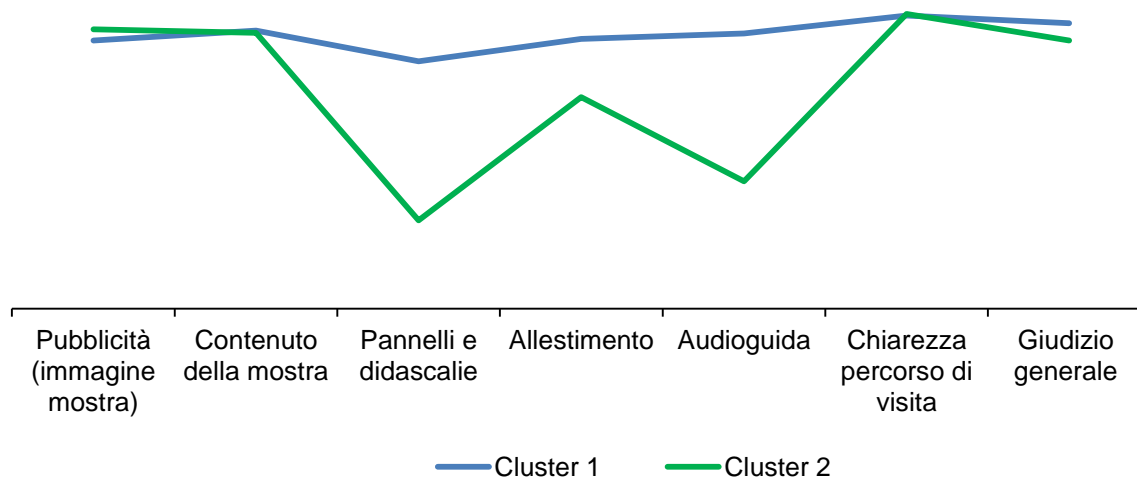
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età pari o superiore ai 65 anni, diplomati, pensionati, mai stati prima in questo museo o raramente, vengono a conoscenza della mostra tramite passaparola, internet ed associazioni culturali, il 58% di essi ha utilizzato la *MIC Card* per entrare ai *Musei Capitolini*, vi si recano da soli o con un gruppo organizzato, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, hanno provato una sensazione di "benessere" dalla visita ad ingresso contingentato.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne, di età 40-64 anni, con un titolo di laurea o post laurea, impiegati e liberi professionisti, già stati in questo museo, vengono a conoscenza della mostra attraverso stampa e pubblicità, la maggior parte di essi non ha utilizzato la *MIC Card* per entrare ai *Musei Capitolini*, vi si recano in coppia o con amici, giudizio uguale alle proprie attese, hanno provato una sensazione di "tranquillità" dalla visita ad ingresso contingentato.



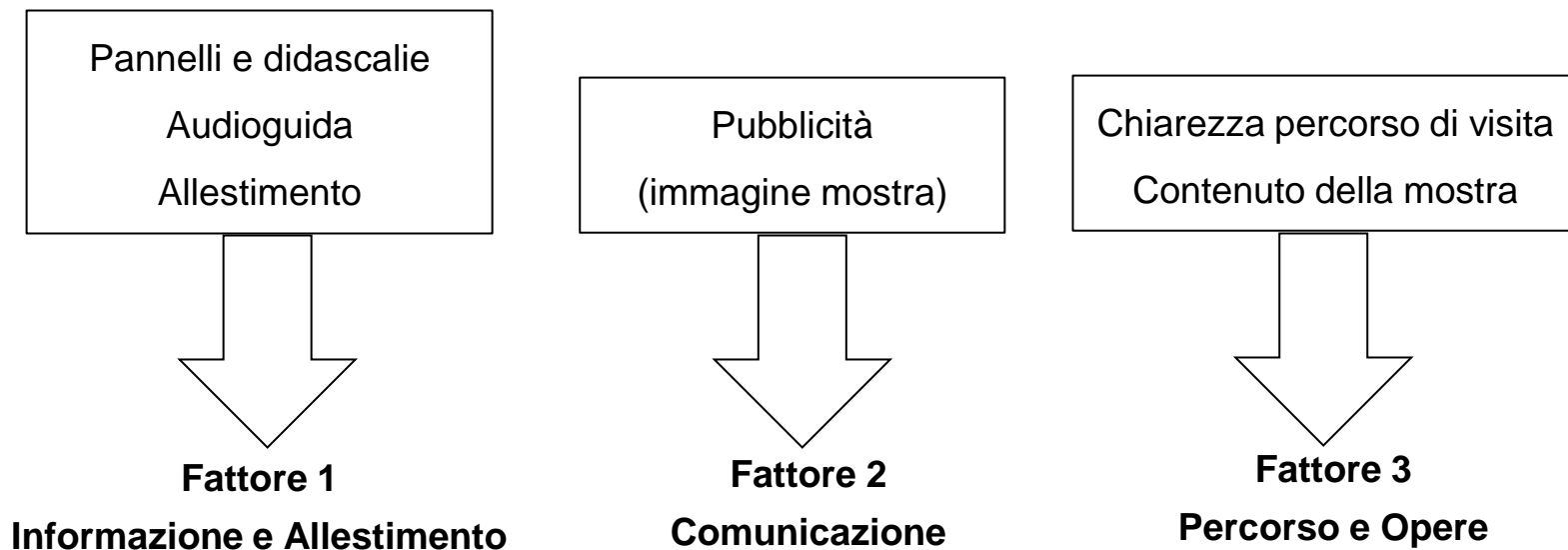
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

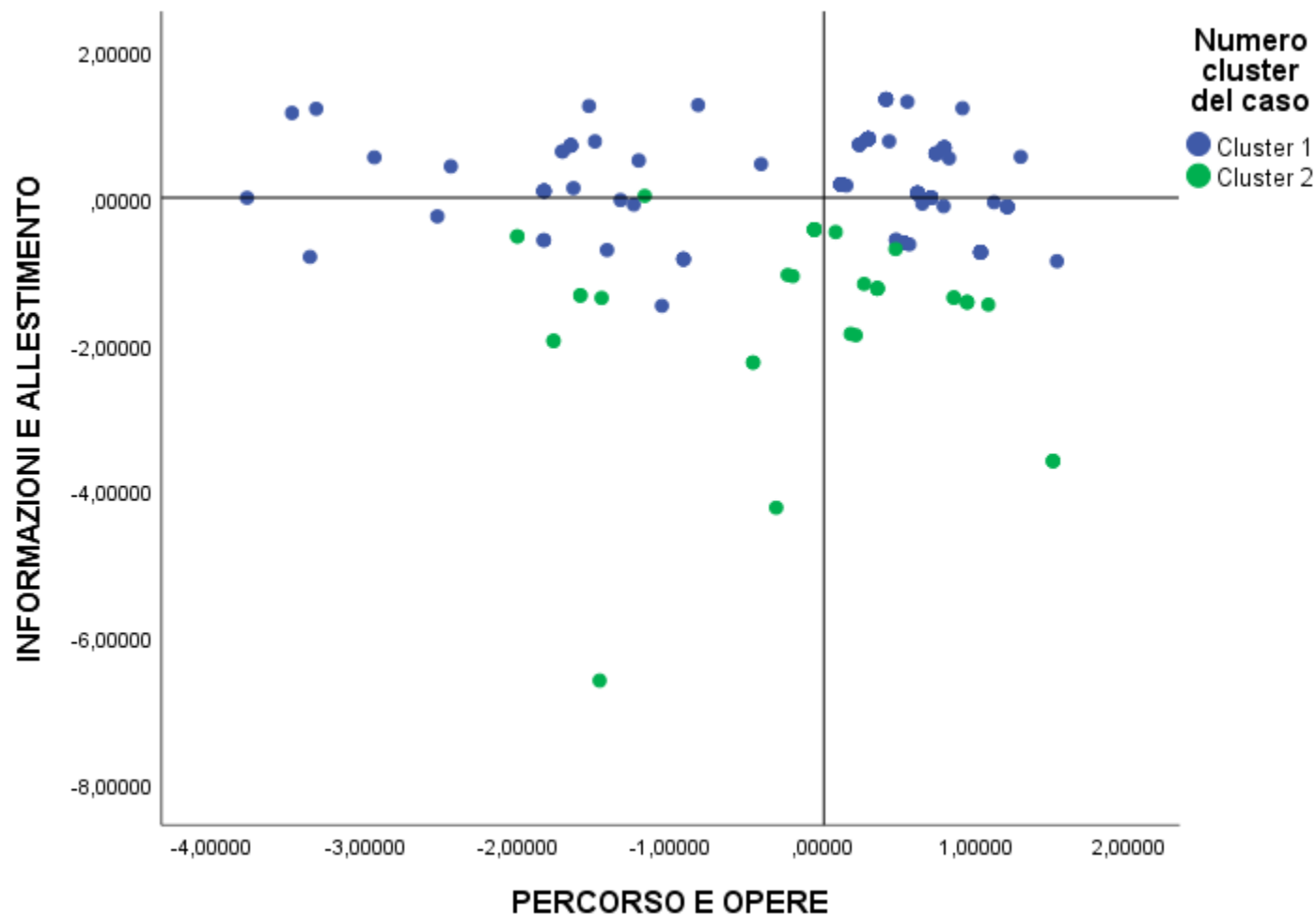
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media il Cluster 1 rileva un livello medio di soddisfazione più alto, in particolare sul Fattore 1 (*Informazioni e Allestimento*), mentre il Cluster 2 mostra una minore soddisfazione su entrambi i fattori.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 88**

ELOGI piacciono molto la mostra, l'allestimento, il depliant e il personale in sala. **Totale 4**

SUPPORTI INFORMATIVI da aumentare (39), con informazioni più dettagliate sulle opere (28), sulla loro provenienza (8) e sui restauri (5), altro (8). **Totale 88**

ALLESTIMENTO un po' angusto, troppe opere in spazi ristretti (24), non valorizza molto le opere esposte (7), cupo, non piacciono i colori (6), altro (10). **Totale 47**

CONTENUTO poche opere (10), il restauro fa sembrare i marmi artefatti (3), alcune opere poco conosciute (1). **Totale 14**

AUDIOGUIDA più ricca di contenuti (7), altro (4). **Totale 11**


ILLUMINAZIONE scarsa, più luce sulle opere. **Totale 9**

SEGNALETICA ESTERNA maggiori indicazioni per raggiungere la mostra dalla piazza. **Totale 5**

ALTRO. Totale 17

**TOTALE 191 SUGGERIMENTI
MOSTRA I MARMI TORLONIA.
COLLEZIONARE CAPOLAVORI**

Allegato 1 – Questionario



14 Ottobre 2020 – 29 Giugno 2021
Marmi Torlonia. Collezionare capolavori
 Musei Capitolini

DATA ___/___/___

1. Negli ultimi 5 anni è già venuto in questo museo?
 Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì, raramente (1-3 volte) Sì, spesso (più di 3 volte)

2. Ha utilizzato una card per entrare al museo oggi?
 Sì No

3. Come è venuto a conoscenza della mostra?

<input type="checkbox"/> articoli su stampa	<input type="checkbox"/> altri siti internet	<input type="checkbox"/> TV/radio
<input type="checkbox"/> pubblicità su stampa	<input type="checkbox"/> newsletter	<input type="checkbox"/> in biglietteria
<input type="checkbox"/> depliant-locandina	<input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti)	<input type="checkbox"/> social network (quale:.....)
<input type="checkbox"/> portale MiC-sito web museo	<input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari	<input type="checkbox"/> altro (specificare:.....)

Indichi per questi aspetti il suo livello medio di soddisfazione seguendo la scala sottostante:

Indichi per questi aspetti il suo livello medio di soddisfazione seguendo la scala sottostante:	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
4. Pubblicità (Immagine della mostra)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contenuto della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Apparato didattico (Pannelli e didascalie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Allestimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Audioguida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Chiarezza percorso di visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Giudizio generale della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Rispetto alle aspettative la mostra è:
 Superiore alle aspettative Uguale alle aspettative Inferiore alle aspettative Non avevo aspettative

12. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico/genitore?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<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"/>	

13. Con chi ha visitato la mostra?
 Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

14. In che misura ha apprezzato la visita in solitaria

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Molto	Abbastanza	Poco	Per niente

15. Quali sensazione le hanno trasmesso le misure di sicurezza messe in atto
 Tranquillità Disagio Sicurezza Apprensione Benessere Solitudine Altro

18. Aspetti da migliorare nessuno

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES

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 diploma superiore laurea specializzazione post laurea

Professione:

<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.....

Provenienza: Roma (Municipio/Zona:....) Italia Estero