



---

Indagini di Customer Satisfaction

***Napoleone e il mito di Roma.***

Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Analisi del trend 2018-2021
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto ai Mercati di Traiano
- 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)
- Suggestimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **181 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) dal **26 aprile** al **2 maggio 2021** presso i **Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali** (gli intervistati rappresentano il 19% degli ingressi totali al museo 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 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,73\%$ .

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 **2,55** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti della mostra maggiormente graditi emergono i **pannelli e didascalie** (2,61) e l'**allestimento** (2,61).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard di 2,20, mentre i **supporti digitali** raggiungono un valore medio pari allo standard minimo.

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 al **percorso**, che risulta confuso e dispersivo (35 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da visitatori **romani** (71%), **impiegati** (32%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (63%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (49% sul campione totale degli intervistati).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra attraverso "**internet**" (40%), poi seguono "**passaparola**" (16%), "**entrando nel museo/in biglietteria**" e "**stampa**" (12%).

Risulta significativo che *altri siti web*, il *passaparola* e la *stampa* prevalgano soprattutto per i romani, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni (*passaparola*), 40-64 anni (*altri siti web*) ed oltre i 55 anni (*stampa*), con giudizio superiore alle aspettative e in generale molto soddisfatti. Invece il portale *www.museiincomuneroma.it* emerge per i visitatori italiani, di età adulta 40-54 anni, con giudizio uguale alle aspettative e nel complesso abbastanza soddisfatti.

Infine a rispondere *entrando nel museo/in biglietteria* sono in particolare i turisti, di età giovane 19-34 anni, privi di attese e molto soddisfatti della loro esperienza.

## Tabella riassuntiva

<b>ics Mostra Napoleone e il mito di Roma Mercati di Traiano 2021</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana*</b>	<b>Risposte valide</b>	<b>Risposte mancanti</b>	<b>Deviazione standard**</b>	<b>Servizio non utilizzato</b>	<b>Molto soddisfatti</b>	<b>Per niente soddisfatti</b>	<b>Molto+ Abbastanza soddisfatti</b>
Publicità (immagine mostra)	2,33	2,00	174	7	0,621	4%	40%	1%	94%
Contenuto della mostra	2,50	3,00	181	0	0,647	0%	56%	2%	95%
Pannelli e didascalie	2,61	3,00	180	1	0,639	1%	67%	2%	95%
Allestimento	2,61	3,00	180	1	0,544	1%	63%	0%	97%
Supporti digitali	2,20	2,00	132	49	0,718	27%	36%	2%	87%
Chiarezza percorso di visita	2,27	2,00	181	0	0,688	0%	39%	2%	90%
<b>Giudizio generale mostra</b>	<b>2,55</b>	<b>3,00</b>	<b>178</b>	<b>3</b>	<b>0,647</b>	<b>2%</b>	<b>62%</b>	<b>2%</b>	<b>95%</b>

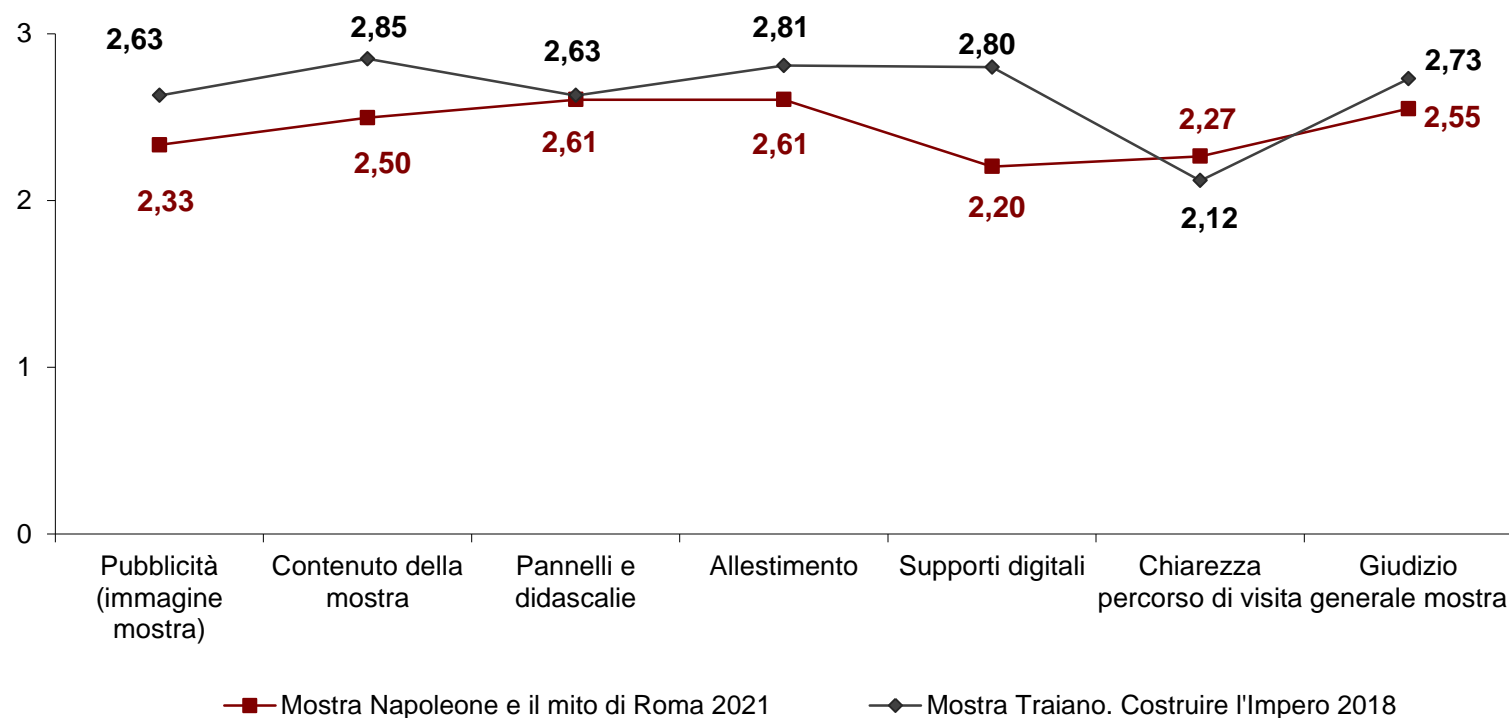
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,42).

## Analisi del trend 2018-2021

Il grafico sottostante mostra l'analisi del trend rispetto all'indagine precedente effettuata nel 2018 alla mostra "*Traiano. Costruire l'Impero, creare l'Europa*".

In generale si evidenzia una flessione del livello di soddisfazione sui vari aspetti oggetto di indagine, ad eccezione della chiarezza del percorso di visita, la cui media supera lo standard minimo di 2,20.

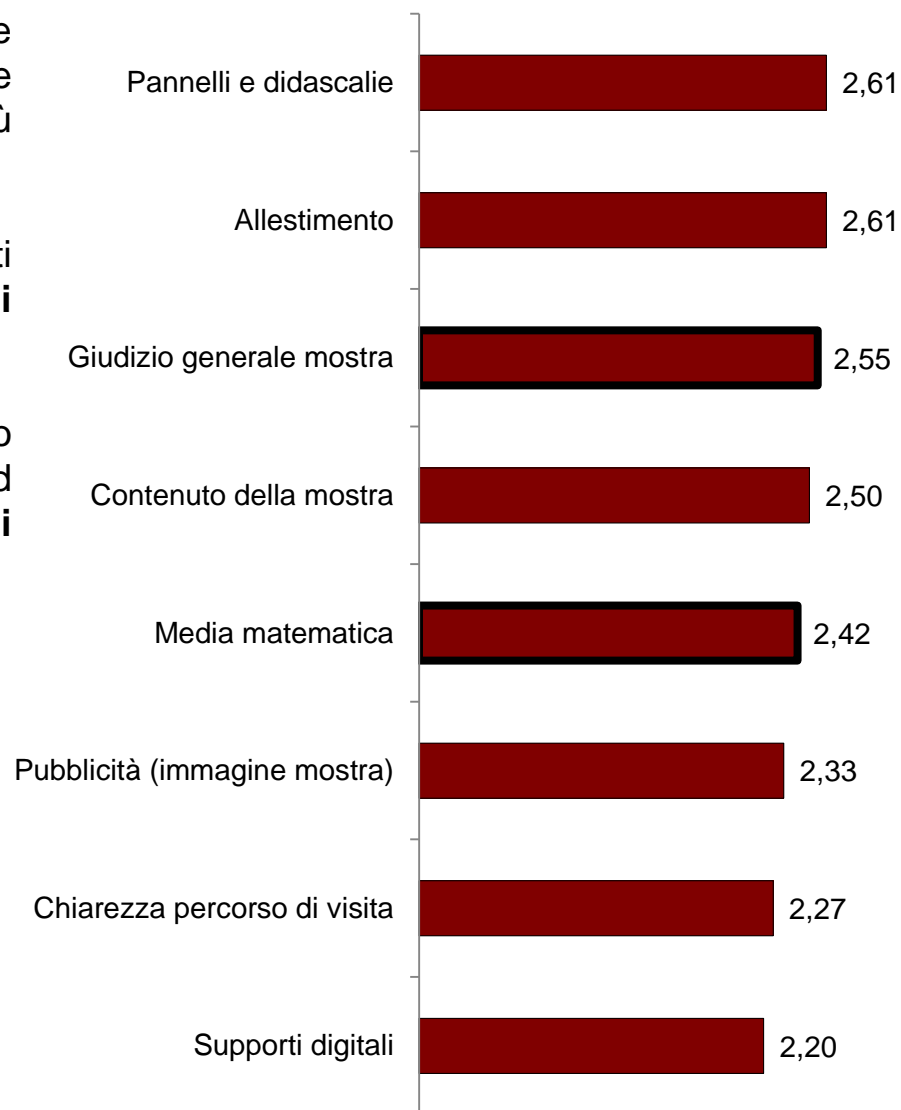


## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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 emergono i supporti informativi (**pannelli e didascalie**) e l'**allestimento**.

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono superiori allo standard minimo di 2,20; solo i **supporti digitali** raggiungono un valore pari ad esso.

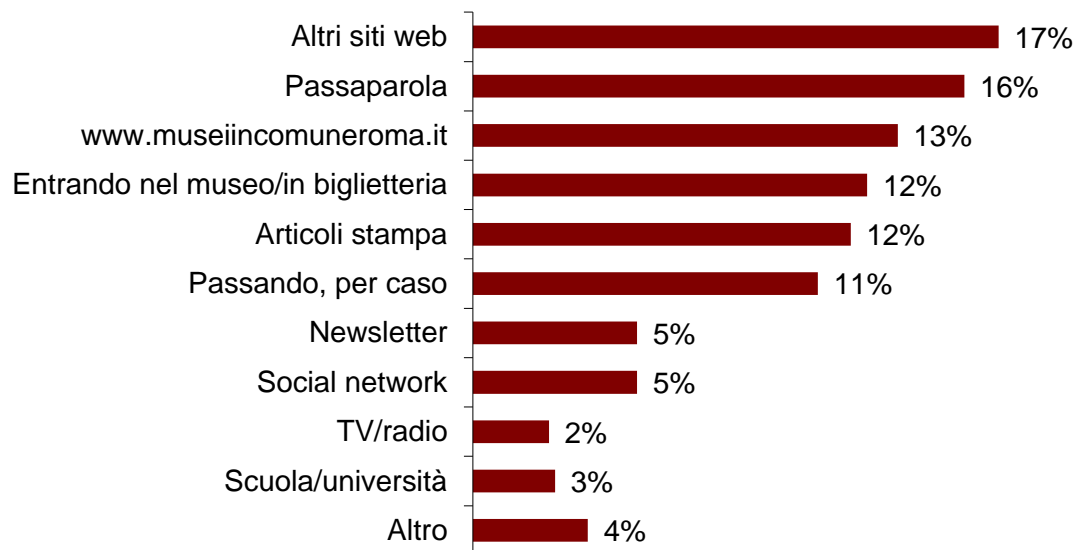


## Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 40% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere di tale mostra attraverso “**internet**” (di cui il 17% risponde “**altri siti web**”, il 13% “**www.museiincomuneroma.it**”, un 5% “**newsletter**” e un 5% “**social network**”; la percentuale complessiva del canale web per la precedente mostra *Traiano. Costruire l’Impero, creare l’Europa* era pari al 13%). Il 16% risponde “**passaparola**” (9% nel 2018), mentre il 12% risponde “**entrando nel museo/in biglietteria**” (46% per la precedente esposizione temporanea).

Risulta significativo che altri siti web, il passaparola e la stampa prevalgano soprattutto per i romani, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni (*passaparola*), 40-64 anni (*altri siti web*) ed oltre i 55 anni (*stampa*), con giudizio superiore alle aspettative e in generale molto soddisfatti. Invece il portale www.museiincomuneroma.it emerge per i visitatori italiani, di età adulta 40-54 anni, con giudizio uguale alle aspettative e nel complesso abbastanza soddisfatti.

Infine a rispondere entrando nel museo/in biglietteria sono in particolare i turisti, di età giovane 19-34 anni, privi di attese e molto soddisfatti della loro esperienza.

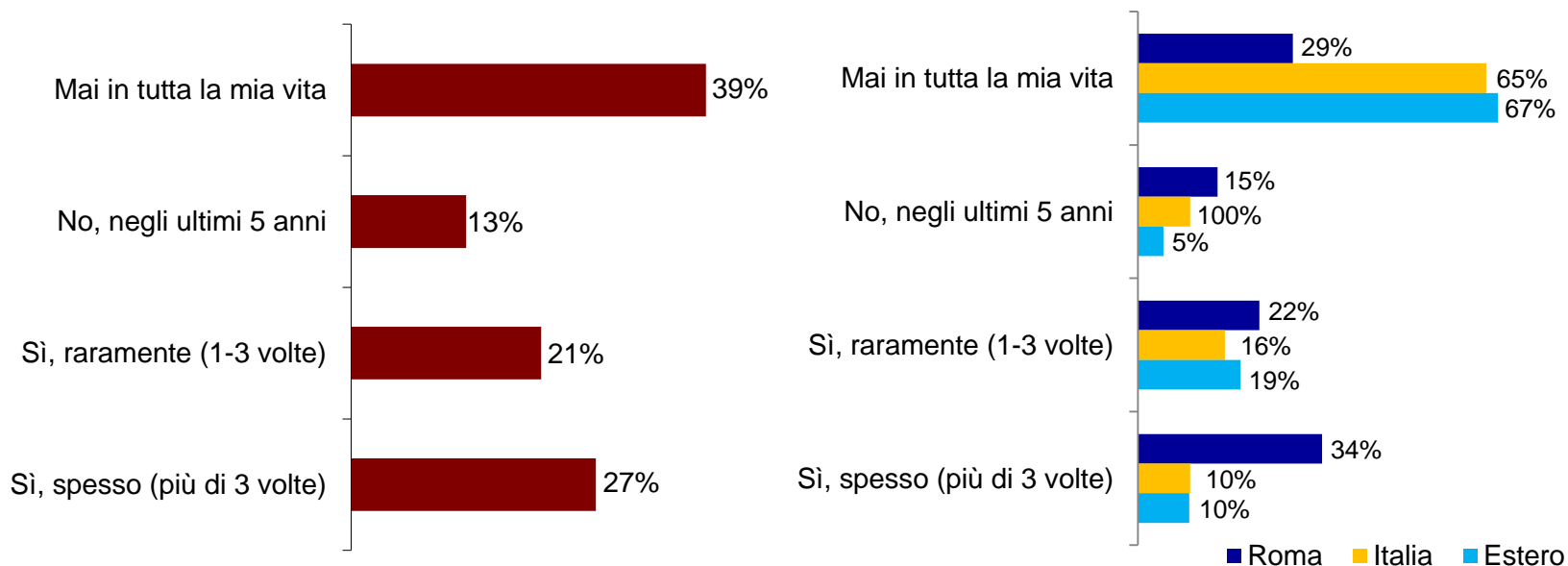




## Negli ultimi cinque anni è già stato ai Mercati di Traiano

Il 48% degli intervistati dichiara di essere già stato ai *Mercati di Traiano* (di cui il 27% “**più di tre volte**” e il 21% “**da una a tre volte**”); il 39% afferma di non esservi mai stato prima e il restante 13% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che la maggior parte dei nuovi visitatori siano turisti, italiani e stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), diplomati, privi di aspettative e in generale abbastanza soddisfatti, anche della fruizione della propria visita in solitaria. Invece ad essere già stati ai Mercati di Traiano sono principalmente i romani, laureati, molti hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare al museo, il loro giudizio è superiore o uguale alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della propria visita alla mostra e della modalità ad ingresso contingentato.



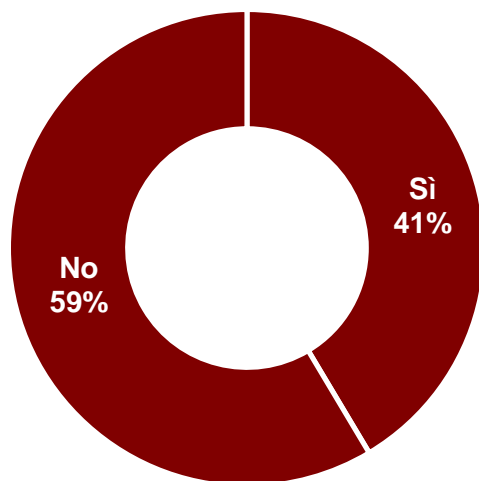
## Ha utilizzato la **MIC Card** per visitare la mostra

Il 59% degli intervistati afferma di non avere usufruito della **MIC Card** per visitare tale mostra temporanea, mentre il restante 41% l'ha utilizzata (*cfr.* grafico in basso a sinistra).

Tra coloro che hanno risposto affermativamente a tale domanda, ben l'81% **già possedeva la card**, mentre il 19% 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: **non sono residenti nell'Area Metropolitana di Roma** (37%), **non la conoscono** (32%), hanno usufruito dell'**ingresso gratuito la prima domenica del mese** (15%), **hanno già diritto a gratuità** (13%).

Risulta significativo che ad utilizzare tale card siano prevalentemente uomini, che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, molti di essi già stati ai *Mercati di Traiano*. Invece a non usufruire della card sono in particolare le donne, diplomate, che vengono per la prima volta in questo museo.



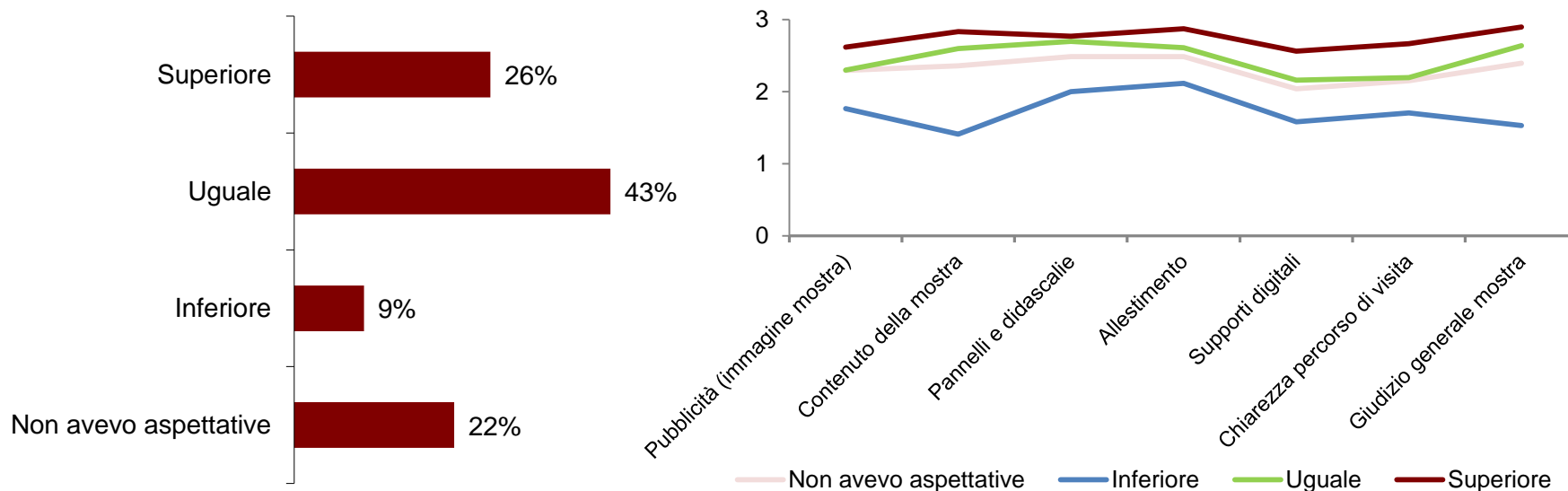
Motivazioni di non acquisto della MIC Card	n.	%
Non residente a Roma	36	37%
Non la conoscevo	31	32%
Ingresso gratuito per la prima domenica del mese	14	15%
Categorie aventi diritto a gratuità	13	13%
Card scaduta, da rinnovare, intenzione di acquistarla	1	1%
Altro	2	2%

## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 43% sul campione totale afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 26% è superiore e per il restante 9% è inferiore. Il 22% degli intervistati dichiara di non avere aspettative a priori prima della visita a tale mostra temporanea.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto i turisti, nuovi visitatori, appartenenti alle fasce di età 19-25 anni e 40-54 anni. Invece ad avere un giudizio uguale o inferiore alle proprie attese sono in particolare i visitatori romani, già stati ai *Mercati di Traiano*, di età 26-39 anni o al di sopra dei 55 anni.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (cfr. 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 **23%**.

Si evidenzia che oltre la metà del campione (53% sul totale) rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



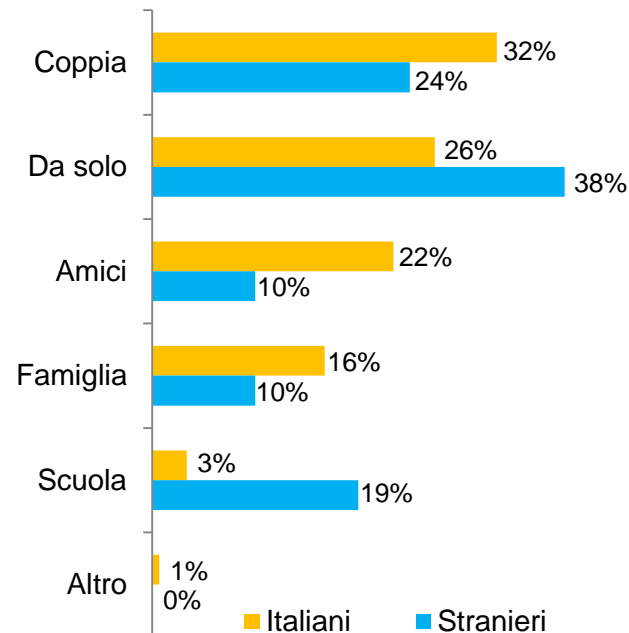
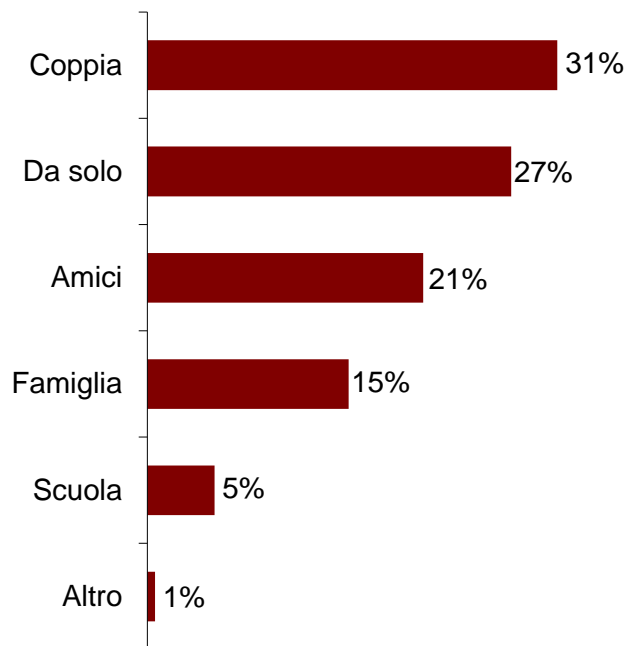
NET PROMOTER SCORE										
Mostra <i>Napoleone e il mito di Roma</i> - Mercati di Traiano 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0	1	1	1	4	12	27	69	40	25
1%	0%	1%	1%	1%	2%	6%	15%	38%	22%	13%
<b>DETRATTORI = 12%</b>							<b>PASSIVI = 53%</b>	<b>PROMOTORI = 35%</b>		
<b>35%-12% = 23%</b>										

## Con chi ha visitato la mostra

Il 31% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra **“in coppia”**, il 27% **“da solo”**, il 21% viene in compagnia di **“amici”**, il 15% con la **“famiglia”**, il 5% con la **“scuola”**, mentre il restante 1% risponde **“altro”**.

Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i visitatori italiani (*cfr.* grafico in basso a destra), inclusi i romani possessori di *MIC Card*, di età adulta 55-74 anni, diplomati, che nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi da soli sono soprattutto i turisti stranieri, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 40-54 anni, con titolo post laurea, in generale molto o abbastanza soddisfatti della mostra.

Infine a visitare la mostra con amici sono in prevalenza gli italiani, di età giovane 19-39 anni, laureati, con un giudizio generale molto soddisfacente, anche sulla modalità di visita in solitaria.



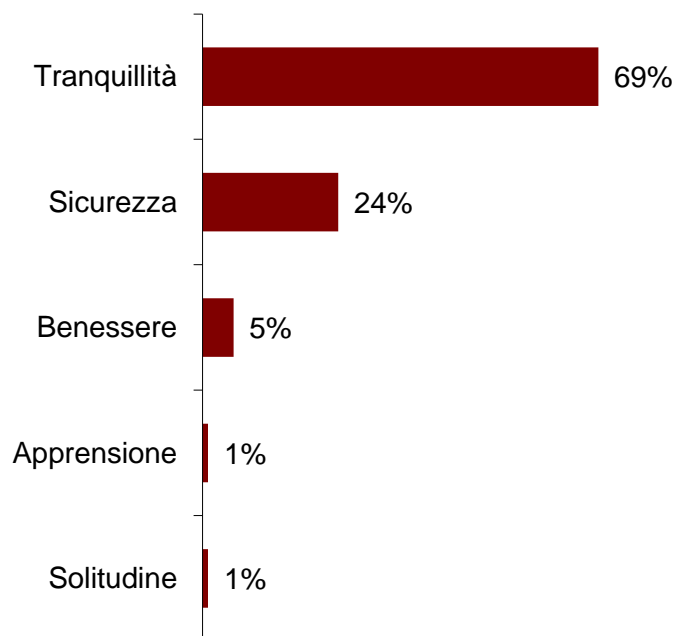
## Apprezzamento per la visita in solitaria e sensazioni trasmesse

Alla domanda su quanto sia stata apprezzata la visita in solitaria l'84% risponde **molto**, il 15% abbastanza e solo un 1% si dichiara poco soddisfatto, mentre nessuno lo è per niente.

Invece sulle sensazioni trasmesse durante la visita in questa modalità controllata, il 69% degli intervistati dichiara di provare un senso di "**tranquillità**" (*cf.* grafico in basso a sinistra), il 24% risponde "sicurezza" e il 5% "benessere", solo un 1% "apprensione" e un 1% "solitudine".

Risulta significativo che a rispondere tranquillità siano soprattutto coloro che si ritengono molto soddisfatti della mostra e della loro visita in solitaria.

Invece a provare sicurezza sono principalmente i visitatori che hanno apprezzato la mostra e la modalità ad ingresso contingentato a fasce orarie.



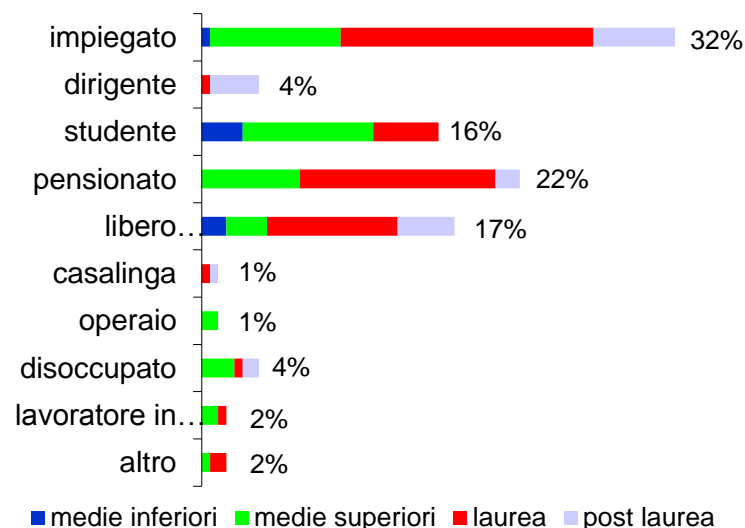
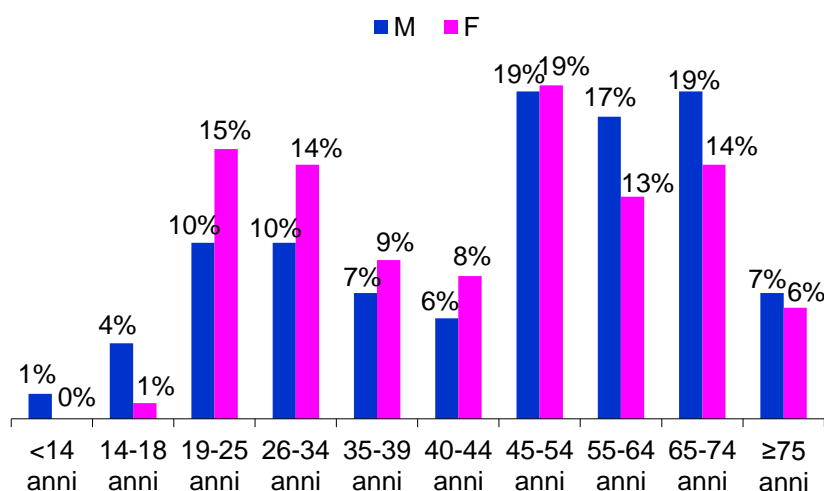
## Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** con il 61% sul totale (in aumento dal 51% della scorsa indagine), soprattutto nelle fasce di età 19-44 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce adulte al di sopra dei 45anni.

Anche in questa indagine le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (49%; stessa percentuale emersa nell'indagine alla mostra precedente). Si evidenzia un incremento dei giovani fino ai 25 anni, che passano dal 16% al 21%.

Il 63% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (nel 2018 la percentuale era pari al 61%).

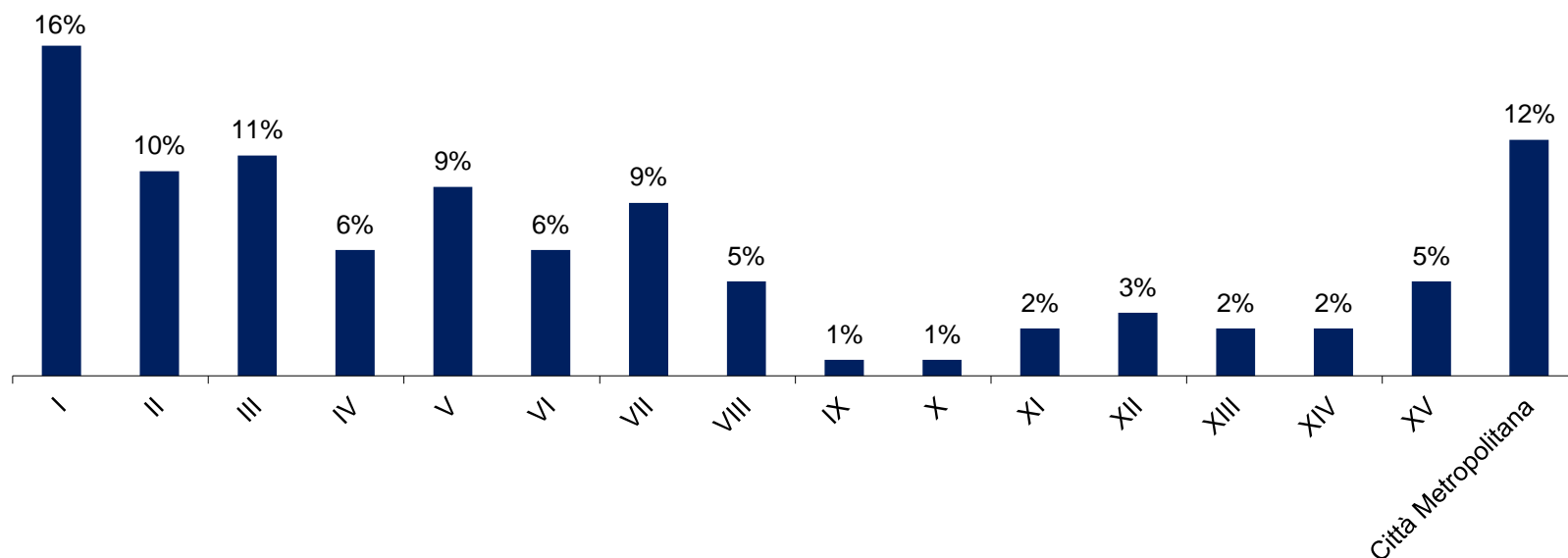
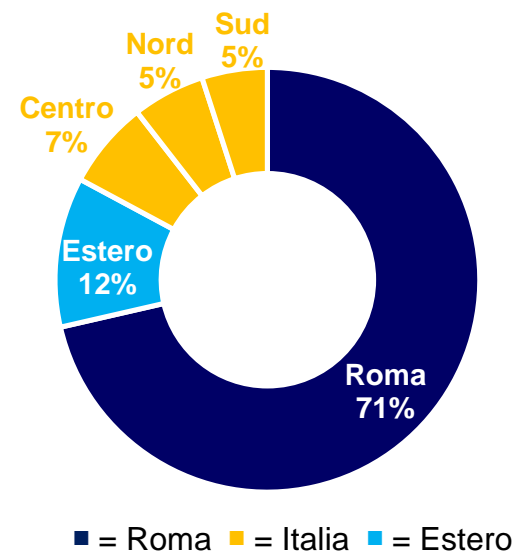
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (32%), che sono in aumento rispetto al 23% della mostra "*Traiano. Costruire l'Impero, creare l'Europa*". Poi seguono i pensionati (in aumento dal 20% della precedente indagine al 22%) e i liberi professionisti (in discesa dal 22% al 17%), mentre gli studenti calano dal 20% al 16%:



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben il 71% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (10% nella precedente mostra); il 17% giunge da **altre province italiane** (nella scorsa indagine la percentuale era pari al 16%), mentre il restante 12% è rappresentato dai **turisti stranieri** (in netto calo dal 74% per la mostra “*Traiano. Costruire l'impero, creare l'Europa*”). 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 il **Municipio I** (16%), ma è alta anche la percentuale relativa alla **Città Metropolitana** (12%).





## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i>***</b>	Pubblicità (immagine mostra)	Contenuto della mostra	Pannelli e didascalie	Allestimento	Supporti digitali	Chiarezza percorso di visita	Giudizio generale mostra
Pubblicità (immagine mostra)	1,000	,513**	,368**	,367**	,340**	,331**	,452**
Contenuto della mostra	,513**	1,000	,441**	,447**	,353**	,378**	,743**
Pannelli e didascalie	,368**	,441**	1,000	,472**	,436**	,427**	,457**
Allestimento	,367**	,447**	,472**	1,000	,364**	,336**	,495**
Supporti digitali	,340**	,353**	,436**	,364**	1,000	,322**	,357**
Chiarezza percorso di visita	,331**	,378**	,427**	,336**	,322**	1,000	,437**
Giudizio generale mostra	,452**	,743**	,457**	,495**	,357**	,437**	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).

Per la mostra “*Napoleone e il mito di Roma*” la variabile che risulta più correlata al giudizio generale è il **contenuto**.

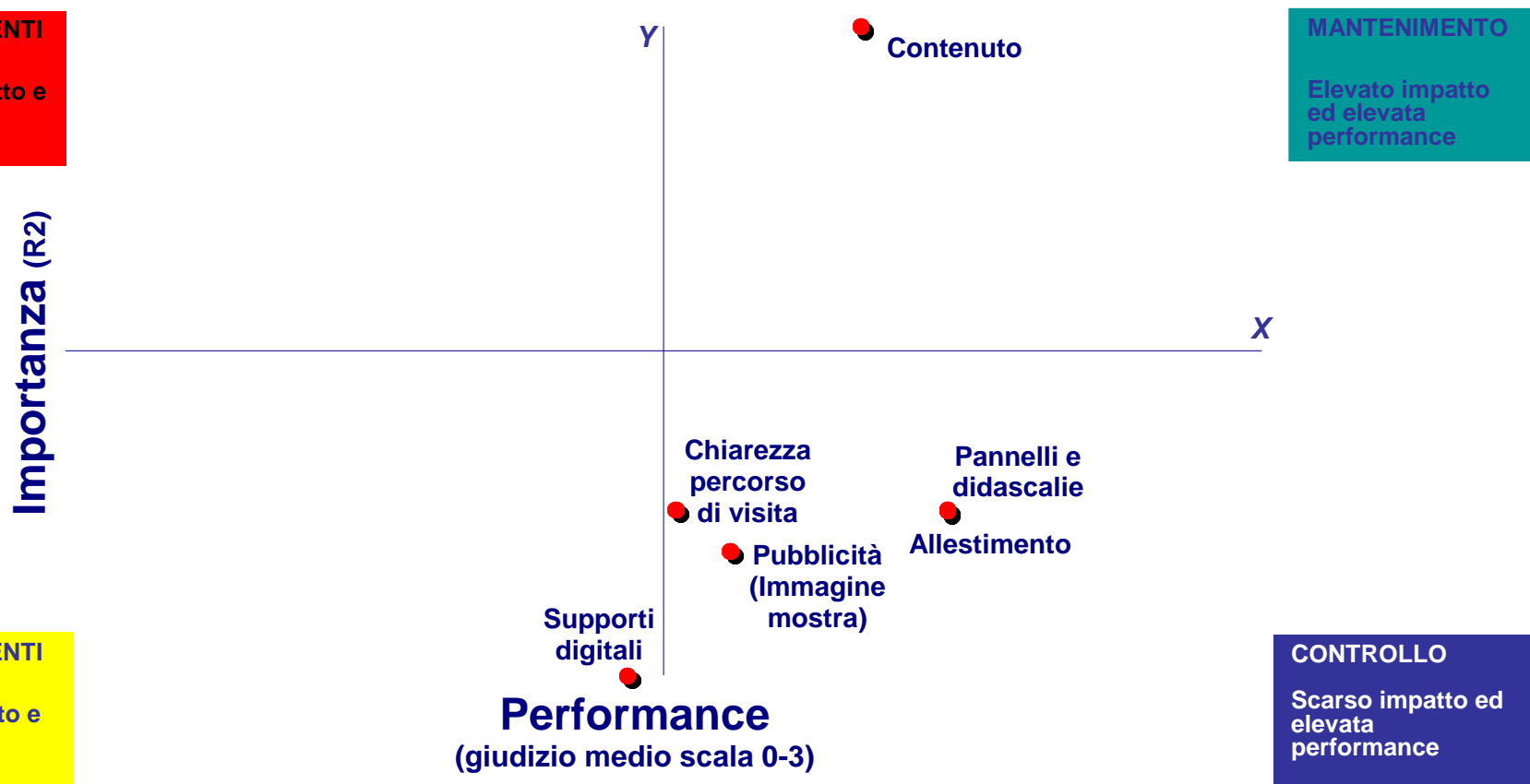
Nessuna delle variabili indagate ha un’incidenza negativa sul giudizio generale.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra “ <i>Napoleone e il mito di Roma</i> ”	
Contenuto della mostra	0,743
Allestimento	0,495
Pannelli e didascalie	0,457
Pubblicità (immagine mostra)	0,452
Chiarezza percorso di visita	0,437
Supporti digitali	0,357

## 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

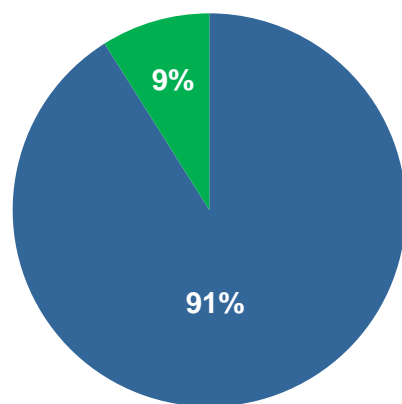
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (163 individui per il *Cluster 1* e 16 per il *Cluster 2*; n.2 casi mancanti).

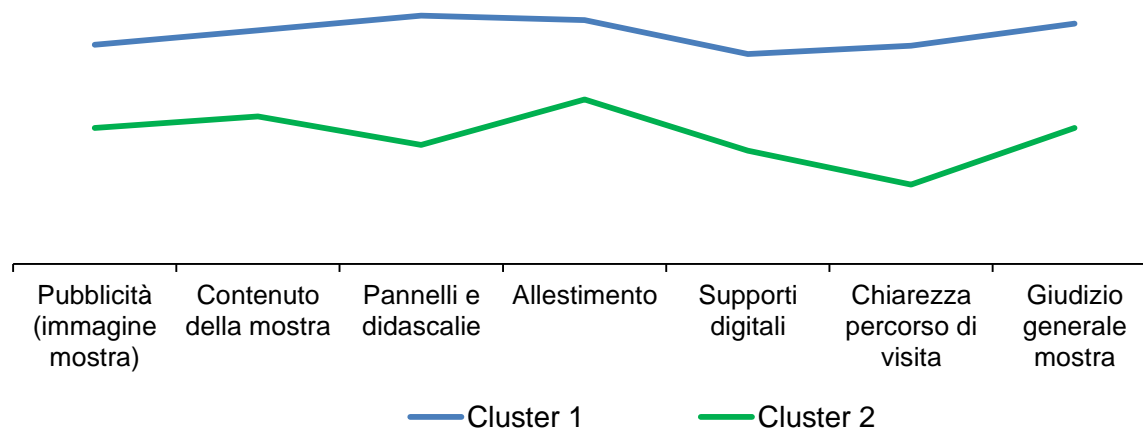
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su ognuno degli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza donne, di età 19-34 anni e 55-74 anni, laureati, studenti e liberi professionisti, italiani (inclusi i romani), alcuni già stati in questo museo, vengono a conoscenza della mostra tramite il portale [www.museiincomuneroma.it](http://www.museiincomuneroma.it) e la newsletter, vi si recano da soli o con amici, giudizio superiore o uguale alle aspettative, molto soddisfatti della visita ad ingresso contingentato, hanno provato una sensazione di "tranquillità".

**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza uomini di età 35-44 anni e over 75 anni, con un titolo di diploma o post laurea, impiegati e pensionati, stranieri, nuovi visitatori, vengono a conoscenza della mostra attraverso altri siti internet e social network oppure entrando al museo/in biglietteria, vi si recano in coppia o con la famiglia, privi di aspettative, abbastanza soddisfatti della visita ad ingresso contingentato, hanno provato una sensazione di "sicurezza".



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## **Suggerimenti**

**NIENTE** da suggerire. **Totale 116**

**ELOGI** sull'organizzazione della mostra (5) ed il personale in sala (2). **Totale 7**

---

**PERCORSO** confuso, dispersivo, da migliorare (35), prevedere dei percorsi didattici adatti ai bambini e ragazzi (3). **Totale 38**

**CONTENUTO** più opere e reperti storici (8), altro (7). **Totale 15**

**SUPPORTI DIGITALI** più video e supporti multimediali (13), altro (1). **Totale 14**

**SUPPORTI INFORMATIVI** maggiori approfondimenti e contestualizzazione (5), altro (3). **Totale 8**

**ALTRO**. **Totale 15**

**TOTALE 90 SUGGERIMENTI  
MOSTRA NAPOLEONE E IL MITO DI ROMA  
MERCATI DI TRAIANO MUSEO DEI FORI IMPERIALI**

## Allegato 1 – Questionario

4 Febbraio 2021 – 30 Maggio 2021  
*Napoleone e il mito di Roma*  
 Mercati di Traiano

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"/> passando, per caso
<input type="checkbox"/> pubblicità su stampa	<input type="checkbox"/> newsletter	<input type="checkbox"/> in biglietteria	<input type="checkbox"/> scuola/università
<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:	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. Supporti digitali	<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  
                                           

---

**13. Con chi ha visitato la mostra?**  
 Da solo     Gruppo organizzato     Coppia     Amici     Famiglia     Scuola     Altro.....  
Molto    Abbastanza    Poco    Per niente

---

**14. In che misura ha apprezzato la visita in solitaria**               

---

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

---

**16. 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