



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

21 – 25 Ottobre 2022

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 2021-2022
- 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. **130 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 21 al 25 ottobre** presso il **Museo di Roma** (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee *“Roma Medievale. Il volto perduto della città”* e *“Quotidiana”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di $\pm 4,37\%$.

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 2022, 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 ottimo, con una media di **2,83** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono gli **orari di apertura** (2,93), il **guardaroba** (2,88), il **personale di biglietteria** (2,85) e la **caffetteria** (2,83).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dell'**audioguida** (1,33; servizio utilizzato solo dal 2% degli intervistati).

Il **guardaroba** (il 20% del campione ha risposto su tale servizio) rappresenta la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa ed è anche quella più correlata all'esperienza complessiva, insieme alle **opere della collezione** e alla **pulizia del sito**. Invece i **supporti informativi** sono in una posizione *borderline* e rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari.

Tra i suggerimenti rilasciati emergono i **supporti digitali** con la richiesta di incrementare la parte multimediale (n. 17 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 60% da **cittadini romani**, **impiegati** (33%) e **studenti** (31%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (55%), appartenenti alle fasce d'età dei **19-34 anni** e **40-64 anni** (rispettivamente 39% e 42% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo tramite **scuola/università** (32%); poi seguono **conoscenza personale** (16%) e **passando, per caso** (14%).

È significativo che a rispondere *scuola/università* e *conoscenza personale* siano principalmente i cittadini romani, appartenenti alle fasce di età 19-25 anni (*scuola/università*) e 26-39 anni (*conoscenza personale*), diplomati, alcuni già stati al Museo di Roma. Invece *passando per caso* prevale soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), di età 55-64 anni, che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea e vengono per la prima volta in questo museo.

Tabella riassuntiva

Museo di Roma 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,62	3,00	130	2	0,615	2%	67%	2%	96%
Orari di apertura	2,93	3,00	132	0	0,253	0%	93%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,85	3,00	131	1	0,382	1%	85%	0%	99%
Guardaroba	2,88	3,00	26	106	0,326	80%	88%	0%	100%
Opere della collezione	2,69	3,00	132	0	0,465	0%	69%	0%	100%
Audioguida	1,33	1,00	3	129	0,577	98%	0%	0%	33%
Supporti informativi	2,39	3,00	132	0	0,759	0%	54%	2%	88%
Supporti digitali	2,47	3,00	94	38	0,599	29%	51%	1%	97%
Personale in sala	2,82	3,00	130	2	0,383	2%	82%	0%	100%
Segnaletica interna	2,64	3,00	132	0	0,581	0%	70%	0%	95%
Pulizia del sito	2,81	3,00	131	1	0,466	1%	84%	0%	97%
Libreria	2,66	3,00	58	74	0,479	56%	66%	0%	100%
Caffetteria	2,83	3,00	66	66	0,376	50%	83%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,83	3,00	132	0	0,400	0%	83%	0%	99%

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

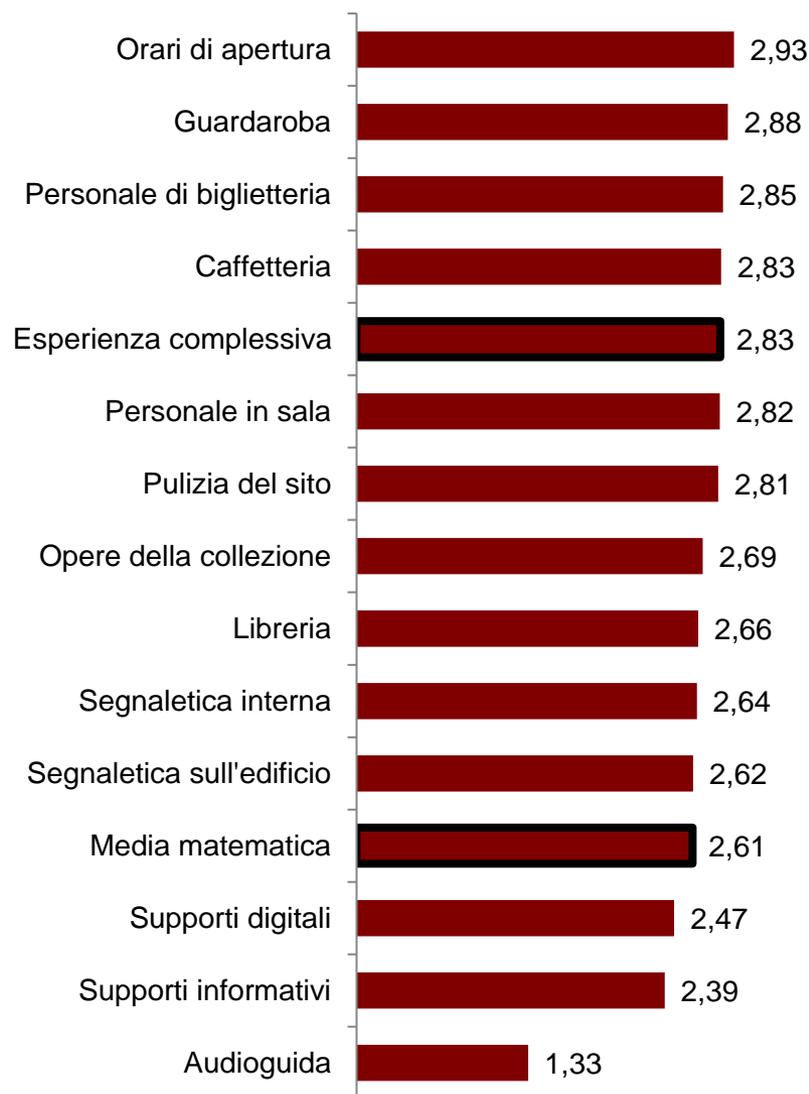
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,61).

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: gli **orari di apertura**, il **guardaroba**, il **personale di biglietteria** e la **caffetteria**.

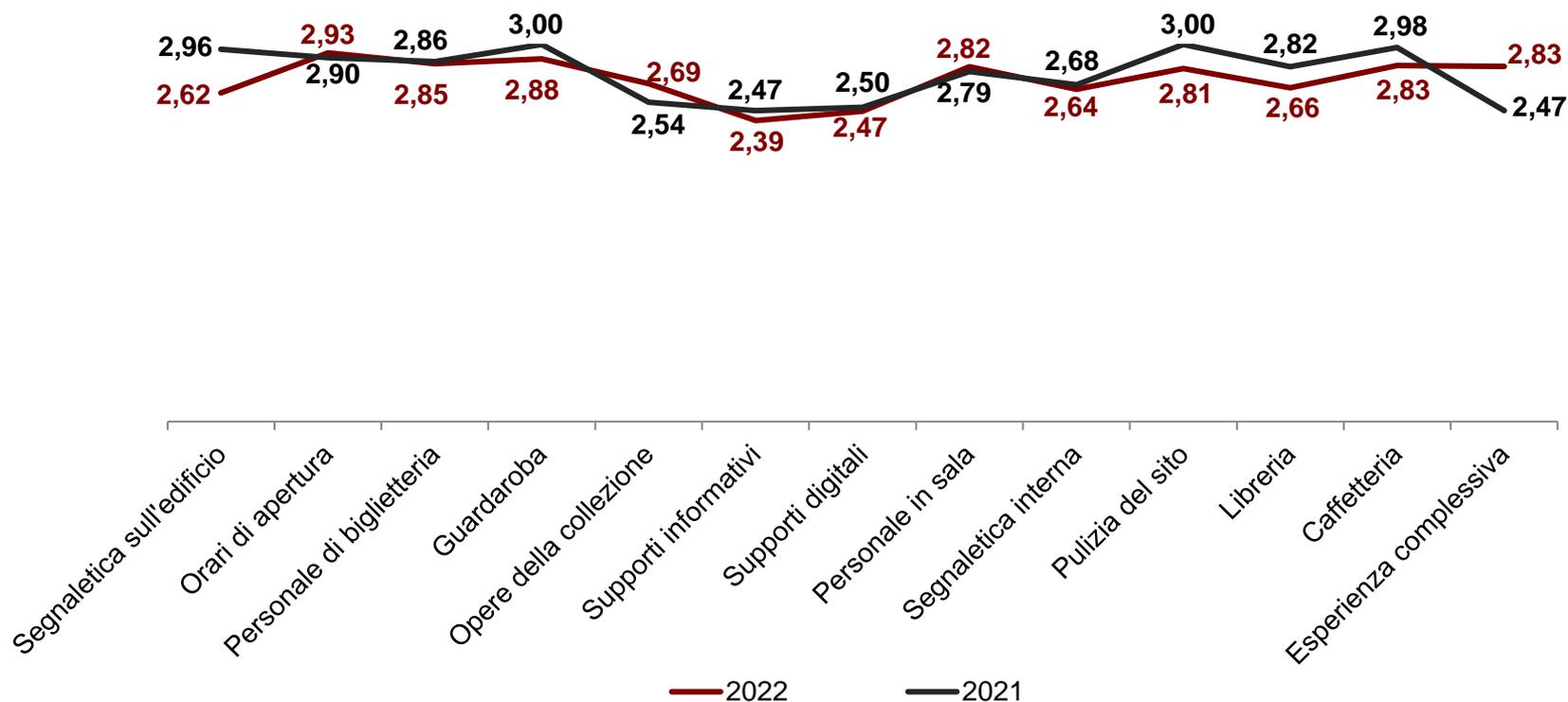
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dell'**audioguida** (è stata utilizzata solo dal 2% degli intervistati, pertanto il campione è esiguo e non rappresentativo).



Analisi del trend 2021-2022

Rispetto alla precedente indagine il trend risulta abbastanza costante e lineare, seppure con qualche discrepanza (l'audioguida è stata tolta dal grafico sottostante in quanto il giudizio medio non è paragonabile, essendo quest'anno non attendibile a livello statistico).

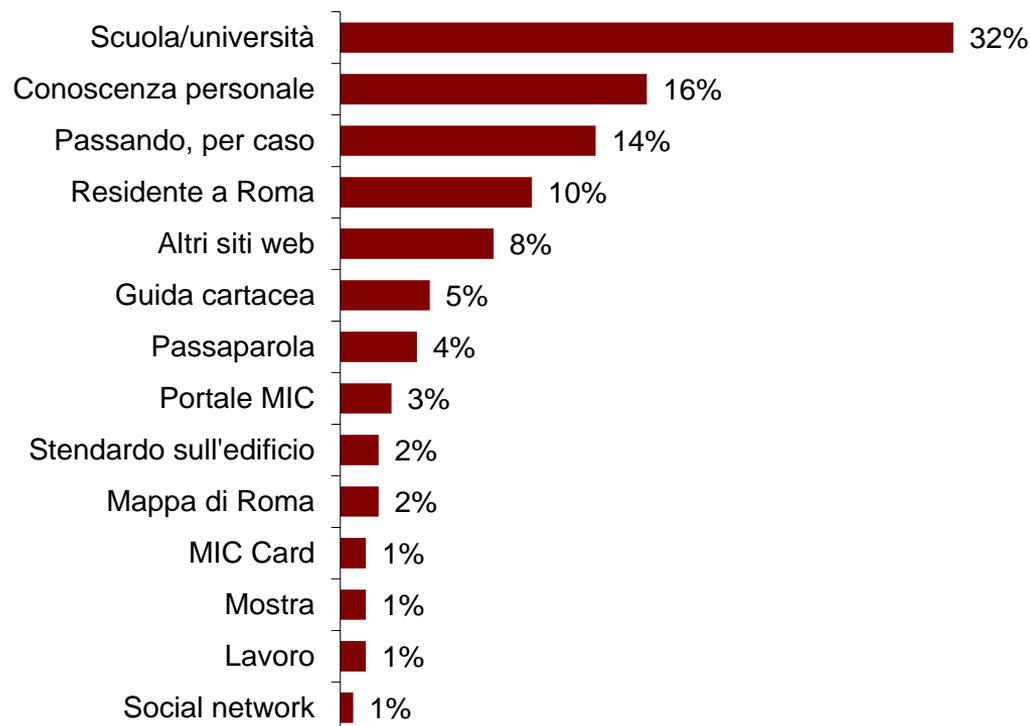
Si registra un decremento del livello medio di soddisfazione su vari aspetti, in particolare subiscono una flessione la segnaletica sull'edificio, la pulizia del sito, la libreria e la caffetteria, anche se i valori medi restano ben al di sopra dello standard di 2,20. Si rileva invece un aumento del gradimento soprattutto sulle opere della collezione e sull'esperienza complessiva.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 32% del campione intervistato dichiara di essere venuto sapere del museo tramite “**scuola/università**” (in netto aumento dall’1% emerso nel 2021), il 16% risponde “**conoscenza personale**” (7% nel 2021) e il 14% lo scopre “**passando, per caso**” (nella precedente indagine era il 34%).

È significativo che a rispondere scuola/università e conoscenza personale siano principalmente i cittadini romani, appartenenti alle fasce di età 19-25 anni (scuola/università) e 26-39 anni (conoscenza personale), diplomati, alcuni già stati al *Museo di Roma*. Invece passando per caso prevale soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), di età 55-64 anni, che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea e vengono per la prima volta in questo museo.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (63% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato prima** al *Museo di Roma*, il 36% già vi è stato (di cui il 32% raramente “*da una a tre volte*” e il 4% spesso “*più di tre volte*”), mentre solo l’1% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

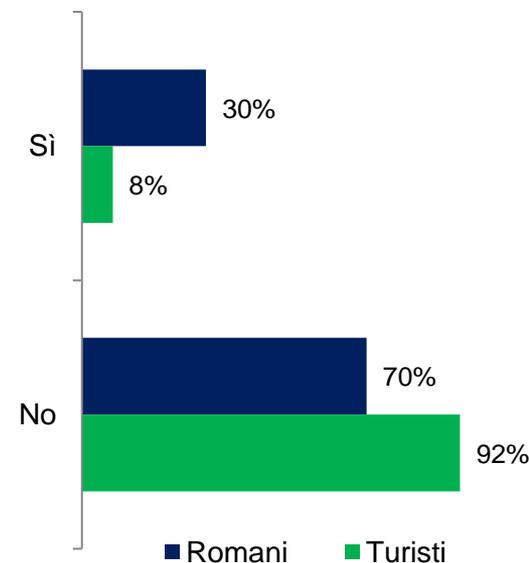
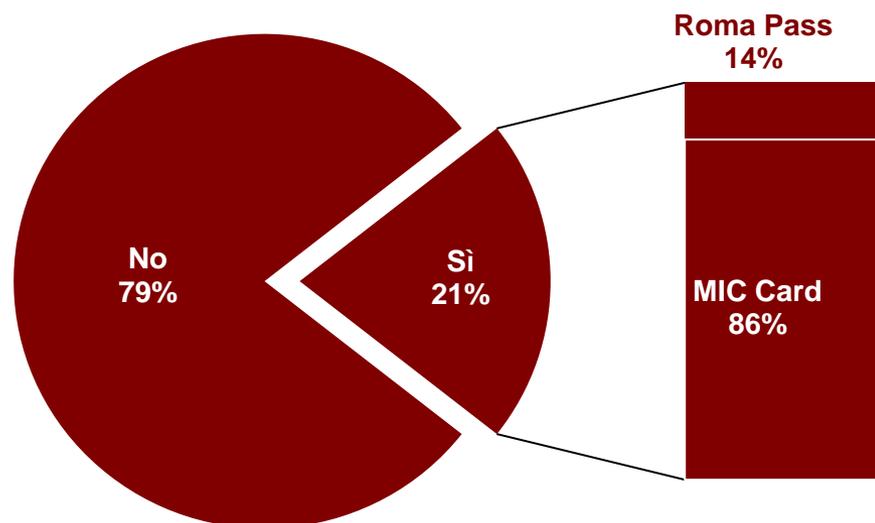
Come si denota dal grafico in basso a destra, risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), appartenenti alle fasce di età 35-39 anni e 45-64 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visto tra uno e tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo di Roma sono prevalentemente i cittadini romani, di età 19-25 anni e 40-44 anni, in generale molto soddisfatti e in quest’ultimo anno sono stati in più di tre musei.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 79% degli intervistati non ha usufruito di alcuna card per accedere al museo, mentre il 21% afferma di averla utilizzata (l'86% si riferisce alla **MIC Card** e il 14% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cf.* grafico in basso a destra), laureati, alcuni di essi già stati in questo museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma*, sono principalmente i turisti, diplomati, nuovi visitatori.

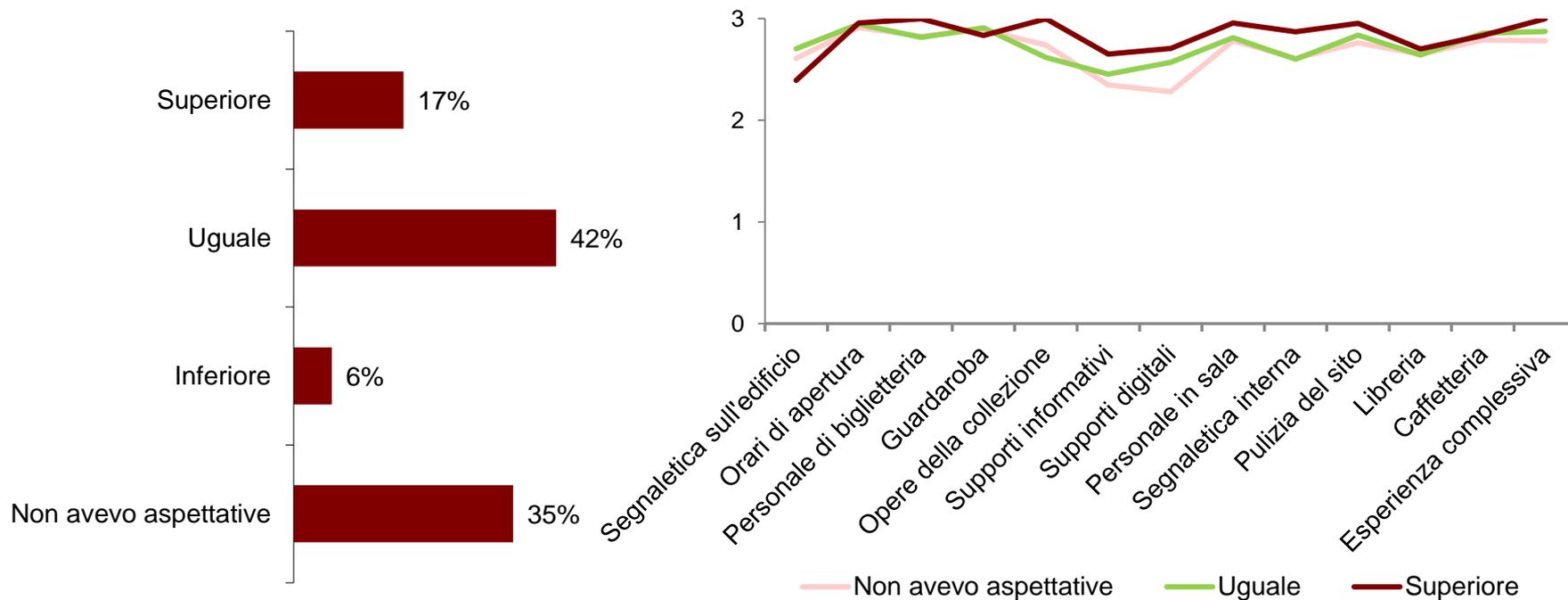


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 42% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 17% è superiore e per il 6% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 35% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano soprattutto coloro che dichiarano di avere frequentato tra uno tre musei in quest'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori che nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

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



Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti 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* è pari al **42%**.

Il 50% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 4% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



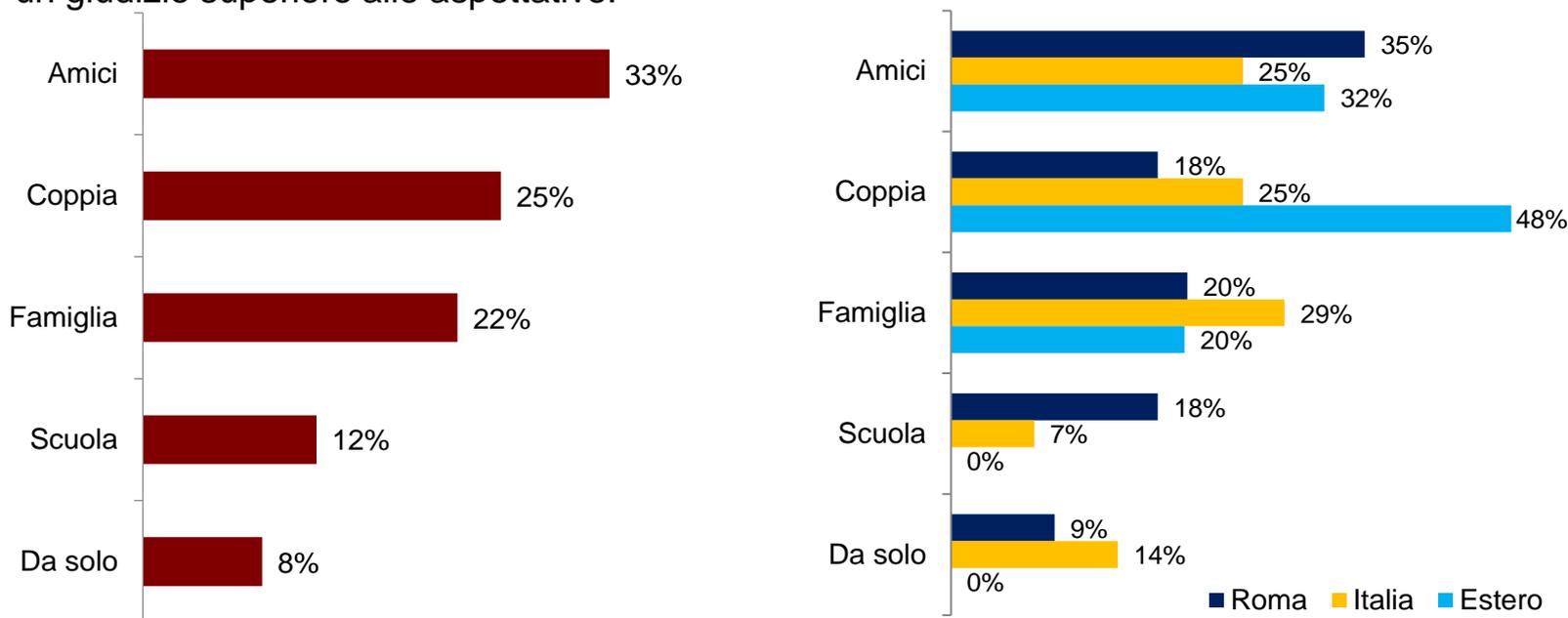
NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	5	23	43	32	29
0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	17%	33%	24%	22%
DETRATTORI = 4%							PASSIVI = 50%	PROMOTORI = 46%		
46% - 4% = 42%										

Con chi ha visitato il museo

Il 33% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 25% viene in “**coppia**”, il 22% con la propria “**famiglia**”, il 12% con la “**scuola**” e il restante 8% viene al museo “**da solo**”.

Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente i romani (*cf.* grafico in basso a destra), di età 26-39 anni, laureati, molti di essi vengono per la prima volta al *Museo di Roma* e il loro giudizio è superiore alle aspettative. Invece a recarsi al museo in coppia sono in prevalenza i turisti stranieri, di età 55-74 anni, che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle proprie attese o ne sono privi.

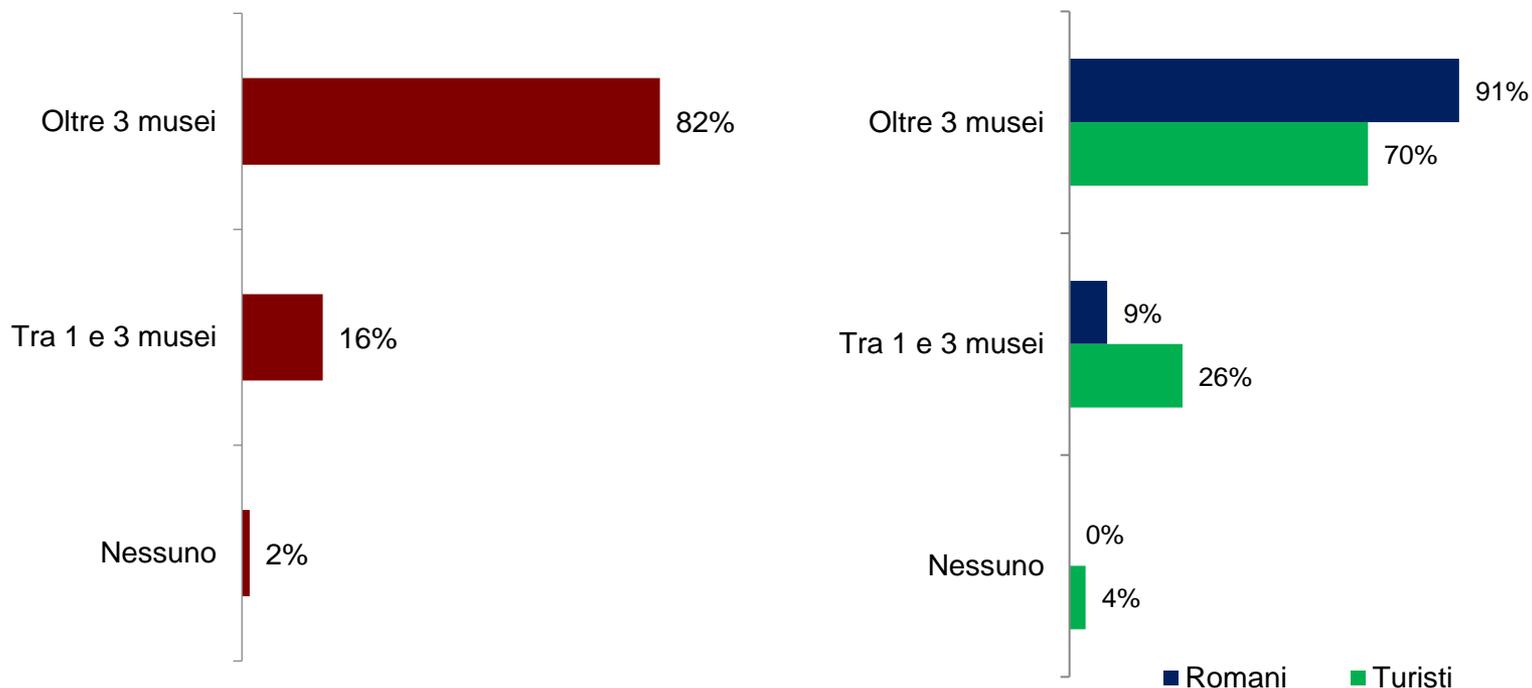
Infine a visitare il museo con la propria famiglia sono soprattutto i turisti italiani, minorenni o di età 40-54 anni, con titolo di diploma inferiore/superiore, alcuni già stati qui in passato e hanno un giudizio superiore alle aspettative.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'82% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 16% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 2% 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 romani (*cf.* grafico in basso a destra), nel complesso molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i turisti, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



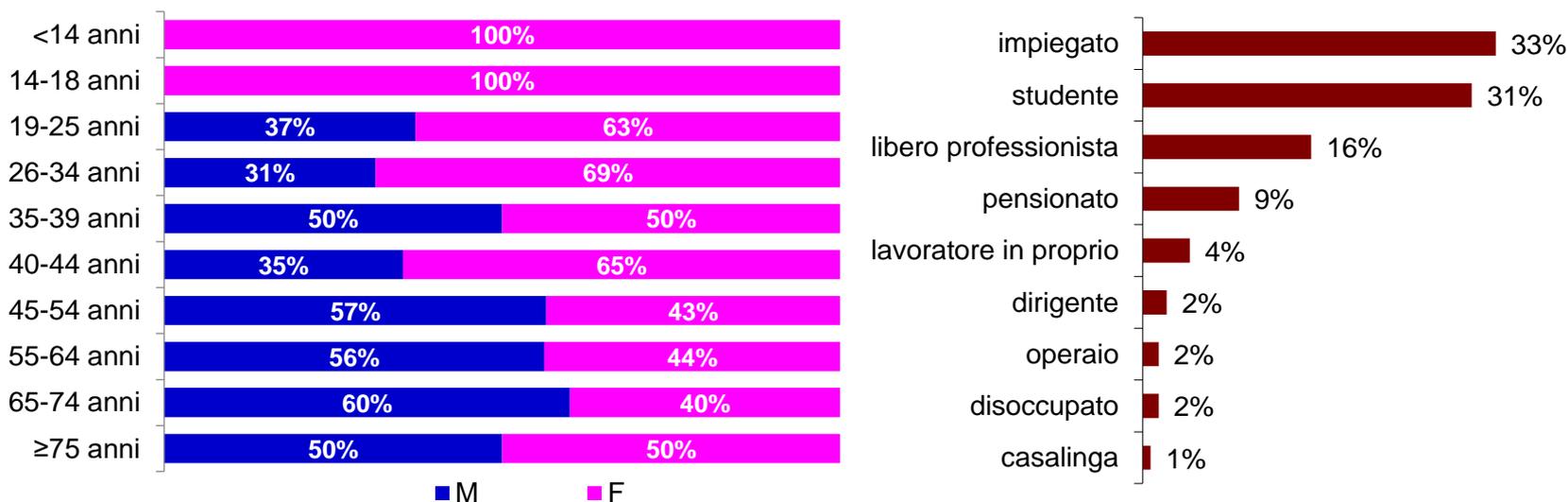
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (56%; nel 2021 era il 57% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età giovane fino ai 34 anni e nella fascia 40-44 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 45-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età giovane compresa tra i **19 e 34 anni** (39% sul totale; erano il 36% nell'indagine precedente) e le fasce d'età dei **40-64 anni**, che rappresentano il 42% del campione (41% nel 2021).

Il 55% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (in discesa dal 66% emerso nel 2021).

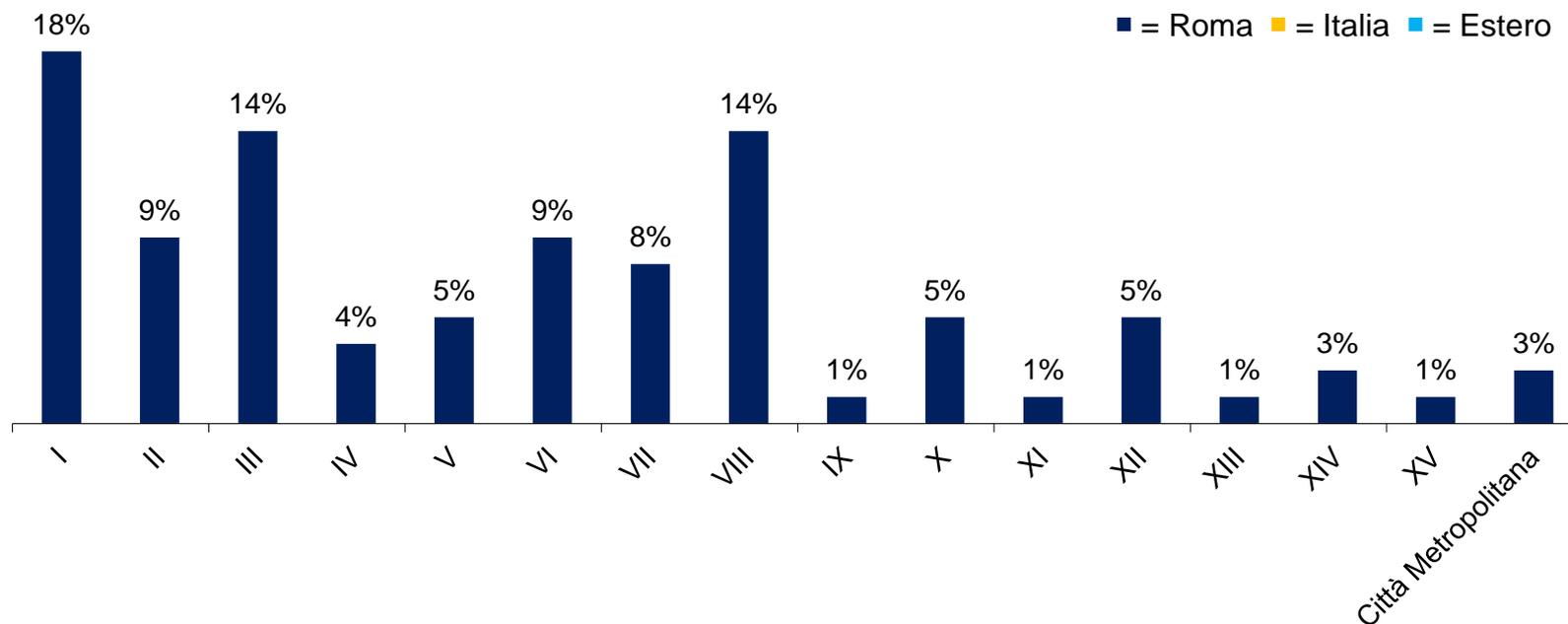
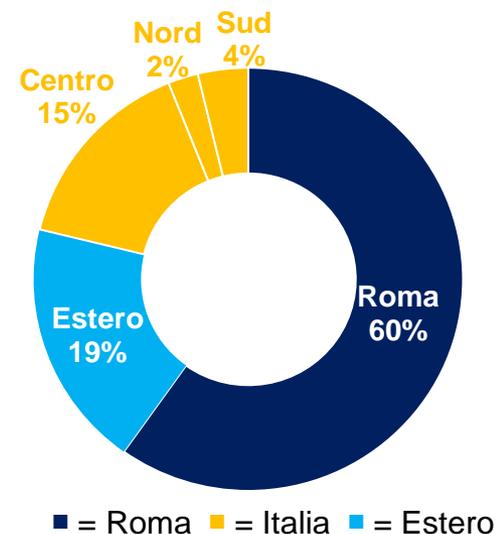
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (33%; nell'indagine precedente erano il 29%); poi seguono gli studenti (in aumento dal 22% al 31%), mentre diminuiscono i liberi professionisti (dal 25% al 16%) e i pensionati (dal 13% al 9%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 60% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (in netto aumento dal 21% emerso nell'indagine precedente); il 21% giunge da altre province italiane (13% nel 2021), mentre diminuisce notevolmente la percentuale di chi proviene dall'estero (19% rispetto al 66% registrato nel 2021).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi I** (18%), **III** e **VIII** (14% per ciascuno).



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,137	0,143	0,243	,256**	,209*	0,156	,236**	,334**	,279**	,351**	,433**	,174*
Orari di apertura	0,137	1,000	0,143	-0,104	0,013	0,090	-0,003	0,112	0,108	-0,026	-0,185	-0,055	0,039
Personale di biglietteria	0,143	0,143	1,000	-0,075	0,100	0,078	0,051	,382**	,174*	,178*	0,251	-0,144	,175*
Guardaroba	0,243	-0,104	-0,075	1,000	0,374	0,100	-0,055	-0,104	0,052	0,242	,671*	-0,108	,513**
Opere della collezione	,256**	0,013	0,100	0,374	1,000	,357**	,229*	0,163	0,127	0,161	0,208	0,038	,404**
Supporti informativi	,209*	0,090	0,078	0,100	,357**	1,000	,689**	0,171	0,154	0,072	0,038	,296*	,407**
Supporti digitali	0,156	-0,003	0,051	-0,055	,229*	,689**	1,000	,263*	0,119	0,051	0,110	0,067	,343**
Personale in sala	,236**	0,112	,382**	-0,104	0,163	0,171	,263*	1,000	,238**	,511**	0,149	0,053	,280**
Segnaletica interna	,334**	0,108	,174*	0,052	0,127	0,154	0,119	,238**	1,000	,234**	0,184	0,237	,281**
Pulizia del sito	,279**	-0,026	,178*	0,242	0,161	0,072	0,051	,511**	,234**	1,000	,345**	0,088	,268**
Libreria	,351**	-0,185	0,251	,671*	0,208	0,038	0,110	0,149	0,184	,345**	1,000	0,267	,269*
Caffetteria	,433**	-0,055	-0,144	-0,108	0,038	,296*	0,067	0,053	0,237	0,088	0,267	1,000	0,057
Esperienza complessiva	,174*	0,039	,175*	,513**	,404**	,407**	,343**	,280**	,281**	,268**	,269*	0,057	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).

Gli orari di apertura e la caffetteria non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva e sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Museo di Roma* il **guardaroba** (servizio utilizzato dal 20% degli intervistati), i **supporti informativi** e le **opere della collezione** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

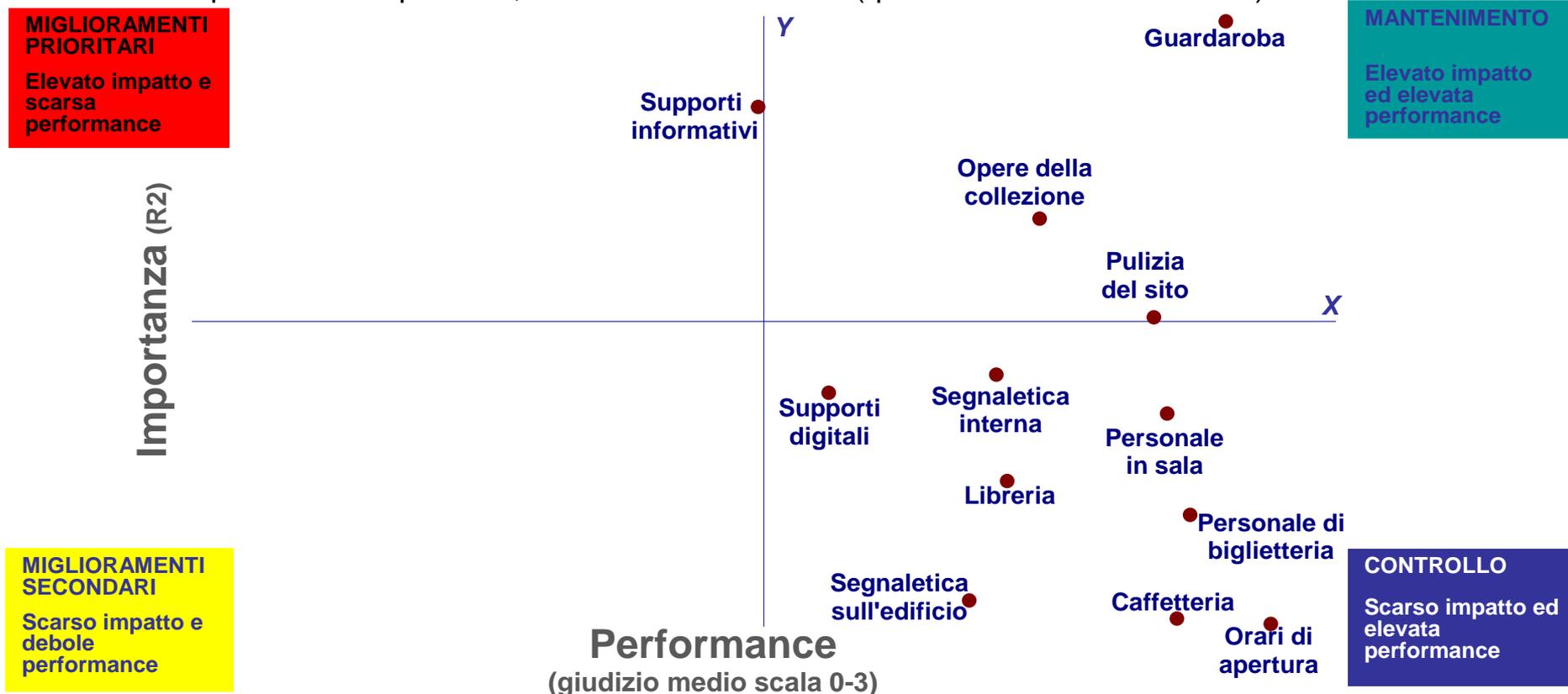
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Guardaroba	0,513
Supporti informativi	0,407
Opere della collezione	0,404
Supporti digitali	0,343
Segnaletica interna	0,281
Personale in sala	0,280
Libreria	0,269
Pulizia del sito	0,268
Personale di biglietteria	0,175
Segnaletica sull'edificio	0,174

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba**, le **opere della collezione** e la **pulizia del sito** rappresentano gli aspetti in assoluto più importanti nella mappa, posizionandosi nel quadrante in alto a destra. Invece i **supporti informativi** rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari, seppure siano in una posizione *borderline* e la loro media al di sopra dello standard minimo di 2,20.

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



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

Cluster Analysis

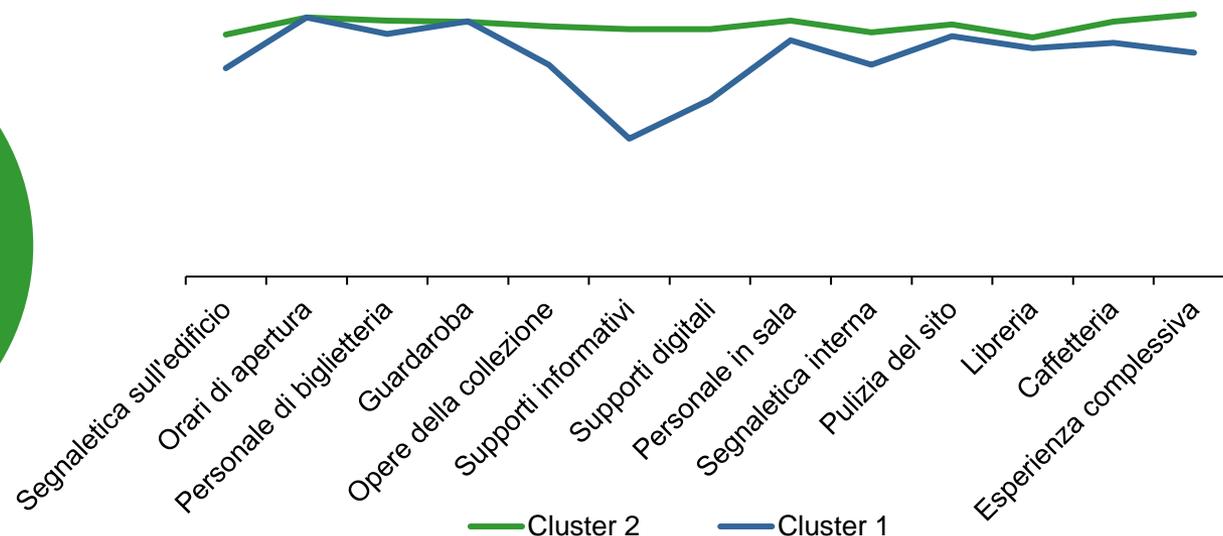
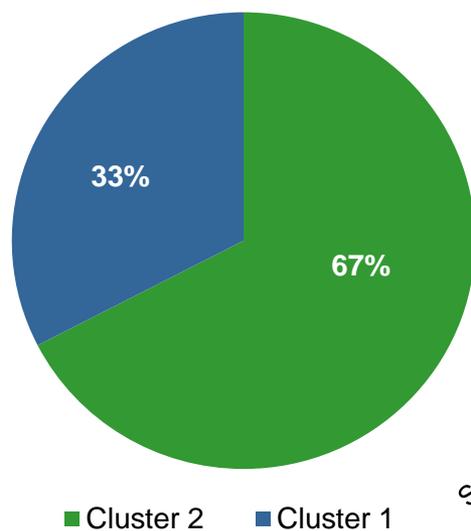
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (43 per il *Cluster 1* e 89 individui 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 uomini; italiani (inclusi i romani); di età 19-34 anni e 55-74 anni; laureati; studenti e liberi professionisti; scoprono il museo soprattutto tramite scuola/università e internet; vengono in coppia o da soli; privi di aspettative a priori; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

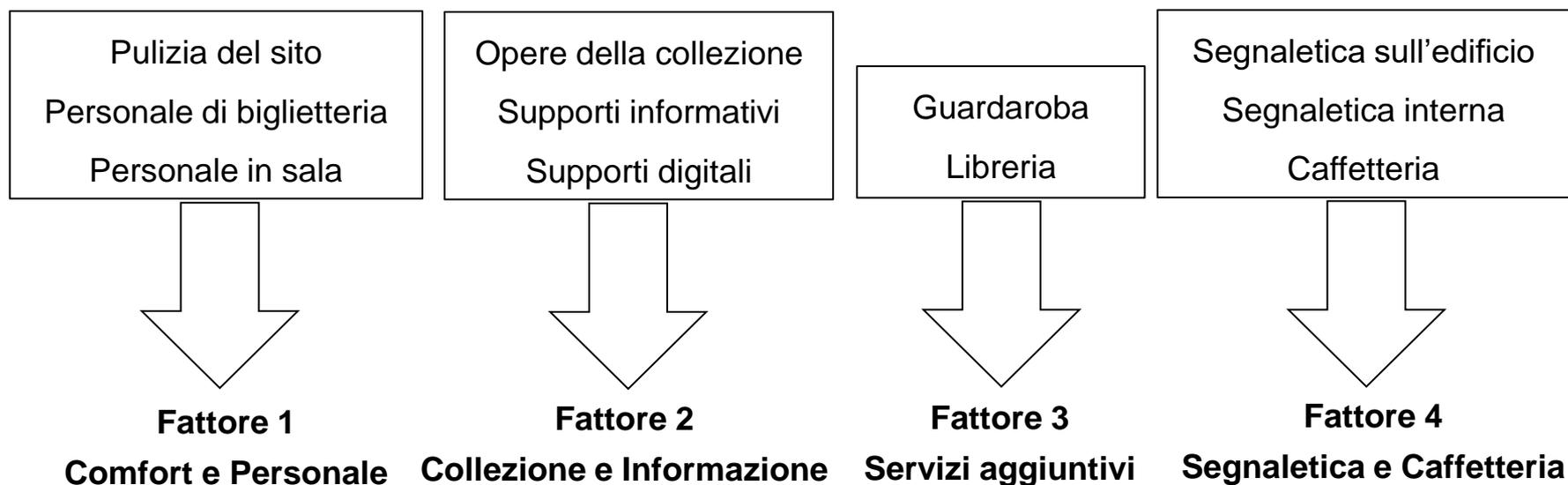
Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; stranieri; di età 35-54 anni; diplomati; impiegati; scoprono il museo passando, per caso; vengono con la propria famiglia; giudizio superiore o uguale alle aspettative; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

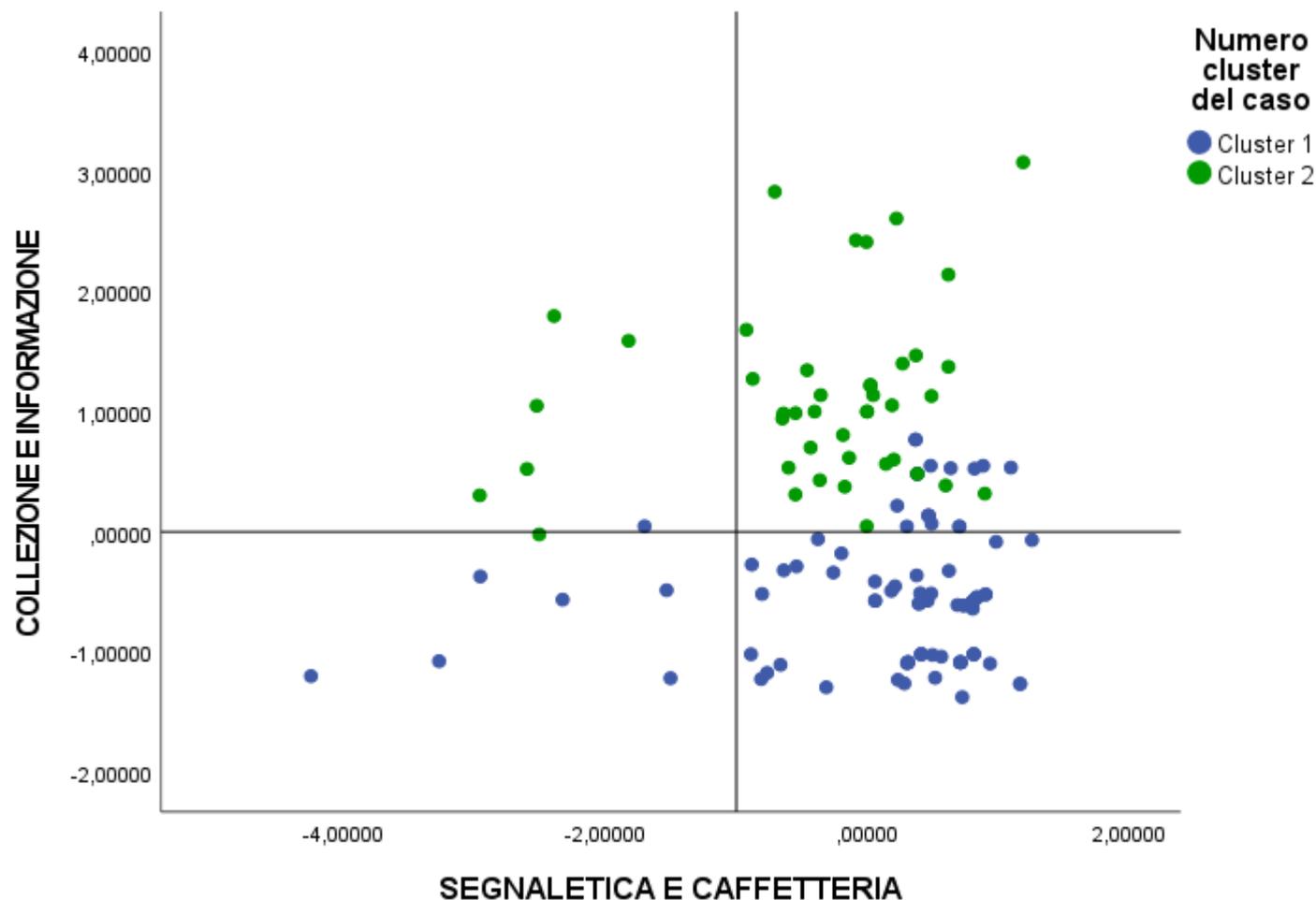
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (gli orari di apertura sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

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, in particolare sul Fattore 2 (*Collezione e Informazione*), che è stato meno gradito dal Cluster 1.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 85**

ELOGI bellissimo museo (1), personale molto gentile (1). **Totale 2**

SUPPORTI DIGITALI incrementare e migliorare la parte video (7); creare percorsi multimediali (7); arricchire i contenuti video di curiosità e storie (3). **Totale 17**

SUPPORTI INFORMATIVI tradotti in più lingue (4); rinnovare didascalie e pannelli (3); maggiore contestualizzazione (2); illuminare meglio le didascalie (2); più aneddoti e curiosità (2). **Totale 13**

PERCORSO più chiaro e meno dispersivo. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 11**

TOTALE 45 SUGGERIMENTI
Museo di Roma

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) standardo 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"/>
Audioguida	<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"/>
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"/>
Caffetteria	<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:.....