



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma in Trastevere

12 – 15 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 12 al 15 ottobre** presso il **Museo di Roma in Trastevere** (gli intervistati rappresentano il 15% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee *“Anni Interessanti. Momenti di vita italiana 1960 - 1975”*, *“GirovagArte. Fotografie di Samanta Sollima”* e *“XIII Premio PHOTO IILA – “V.A.S.! Vida, Agua, Salud”*.

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  $\pm 3,38\%$ .

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 molto buono, con una media di **2,65** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale di biglietteria** (2,84), la **pulizia del sito** (2,82) e gli **orari di apertura** (2,75).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. I **supporti informativi** rappresentano la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa ed è anche quella più correlata all'esperienza complessiva. Invece i **supporti digitali** rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari ed emergono tra i suggerimenti rilasciati, in cui si richiede di incrementare la parte multimediale (n. 9 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 58% da **cittadini romani, impiegati** (28%) e **pensionati** (22%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (51%), appartenenti alle fasce d'età dei **55-64 anni** (51% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo tramite la **MIC Card** (29%) oppure **passando, per caso** (13%).

È significativo che a rispondere *MIC Card* siano principalmente i cittadini romani, diplomati, molti di essi già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese. Invece *passando, per caso* prevale soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi.

## Tabella riassuntiva

Museo di Roma in Trastevere 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,38	3,00	130	0	0,729	0%	52%	1%	87%
Orari di apertura	2,75	3,00	130	0	0,432	0%	75%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,84	3,00	130	0	0,369	0%	84%	0%	100%
Guardaroba	2,57	3,00	89	41	0,520	32%	58%	0%	99%
Opere della collezione	2,55	3,00	130	0	0,544	0%	57%	0%	98%
Supporti informativi	2,54	3,00	130	0	0,599	0%	58%	1%	96%
Supporti digitali	2,26	2,00	114	16	0,717	12%	41%	1%	86%
Personale in sala	2,62	3,00	130	0	0,517	0%	64%	0%	98%
Segnaletica interna	2,46	3,00	127	3	0,664	2%	55%	1%	92%
Pulizia del sito	2,82	3,00	130	0	0,389	0%	82%	0%	100%
Libreria	2,46	3,00	78	52	0,618	40%	51%	1%	96%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,65</b>	<b>3,00</b>	<b>130</b>	<b>0</b>	<b>0,509</b>	<b>0%</b>	<b>67%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

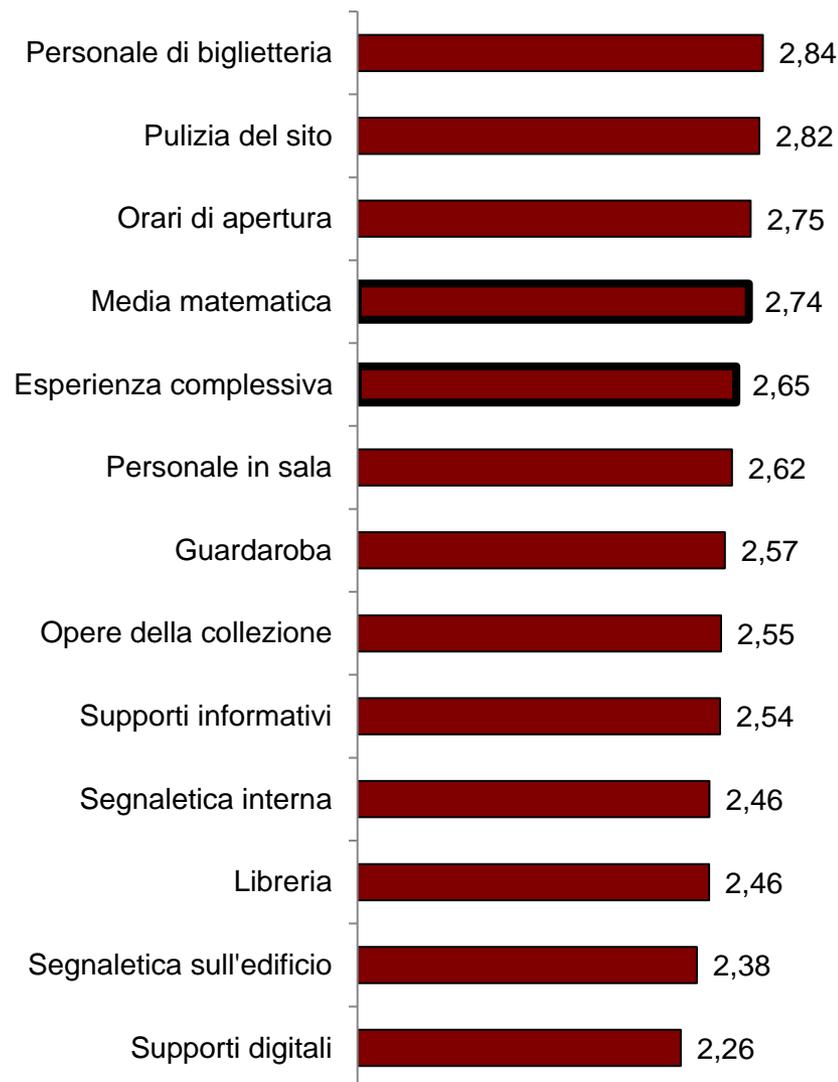
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,74).

## 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: il **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito** e gli **orari di apertura**.

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

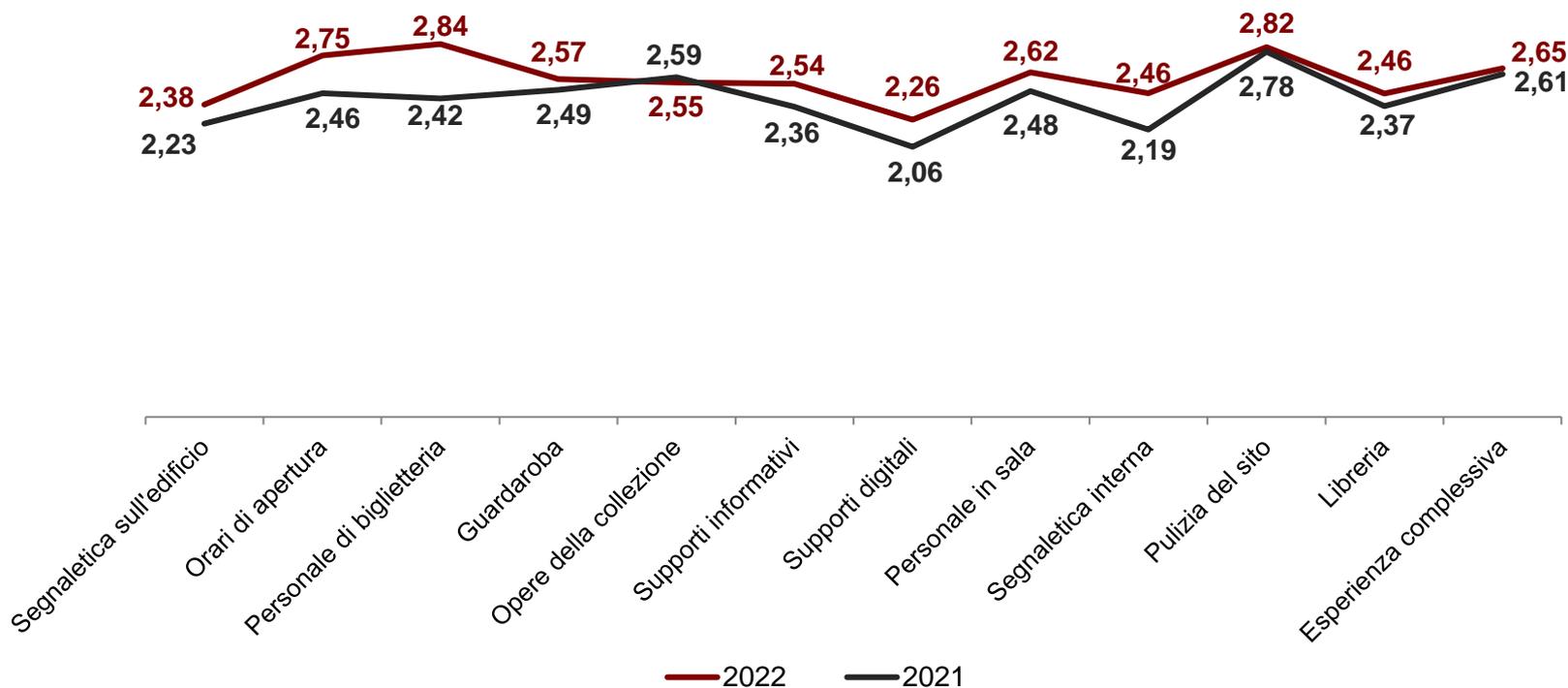


## Analisi del trend 2021-2022

Rispetto alla precedente indagine il trend risulta piuttosto costante e lineare, seppure con qualche lieve discrepanza.

Si registra un aumento generale del livello di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti, ad eccezione delle opere della collezione, il cui valore medio resta pressoché invariato, ma al di sopra dello standard minimo di 2,20 (scende da 2,59 a 2,55).

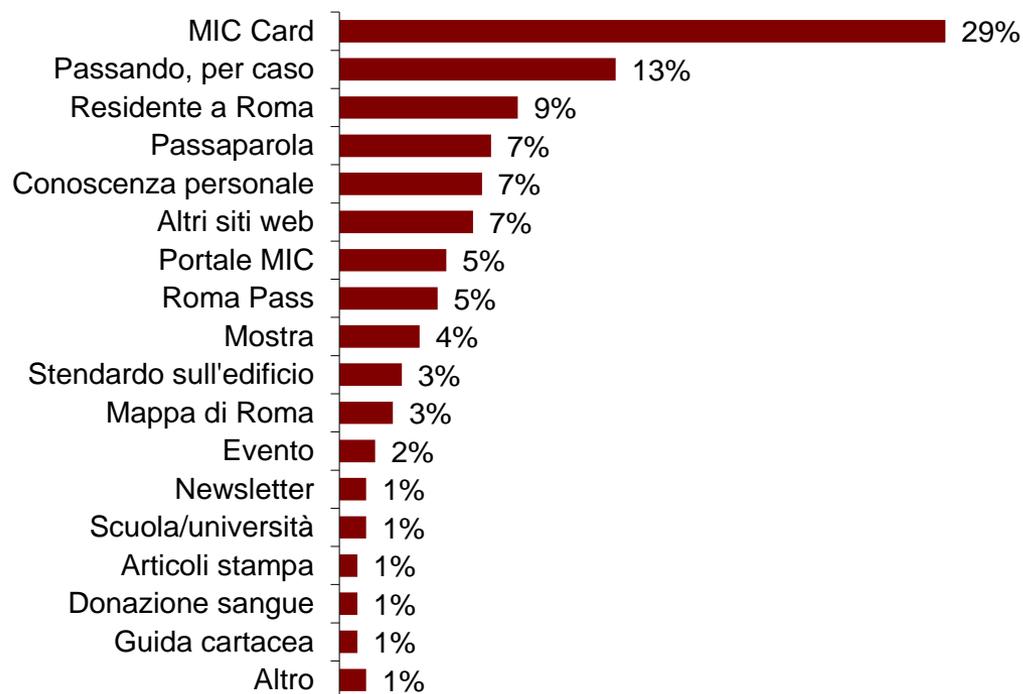
L'incremento maggiore viene rilevato sulle seguenti variabili: personale di biglietteria, orari di apertura, supporti digitali e segnaletica interna.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 29% del campione intervistato dichiara di essere venuto sapere del museo tramite la “**MIC Card**” (in netto aumento dall’1% emerso nel 2021), il 13% “**passando, per caso**” (stessa percentuale nel 2021), mentre il 9% risponde “**residente a Roma**” (nella precedente indagine era il 29%). In lieve discesa il “**passaparola**” (da 9% a 7%).

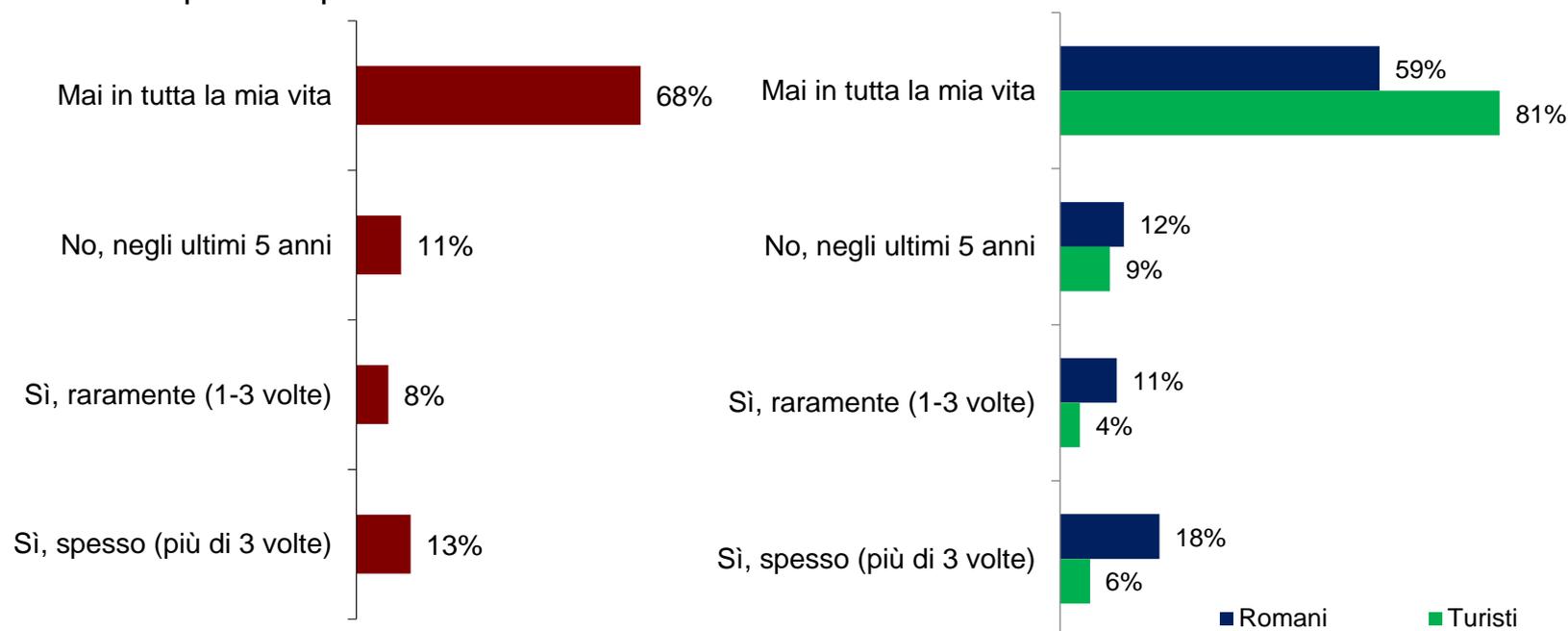
È significativo che a rispondere MIC Card siano principalmente i cittadini romani, diplomati, molti di essi già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese. Invece passando per caso prevale soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (68% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato prima** al *Museo di Roma in Trastevere*, il 21% già vi è stato (di cui il 13% spesso “*più di tre volte*” e l’8% raramente “*da una a tre volte*”), mentre il restante 11% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

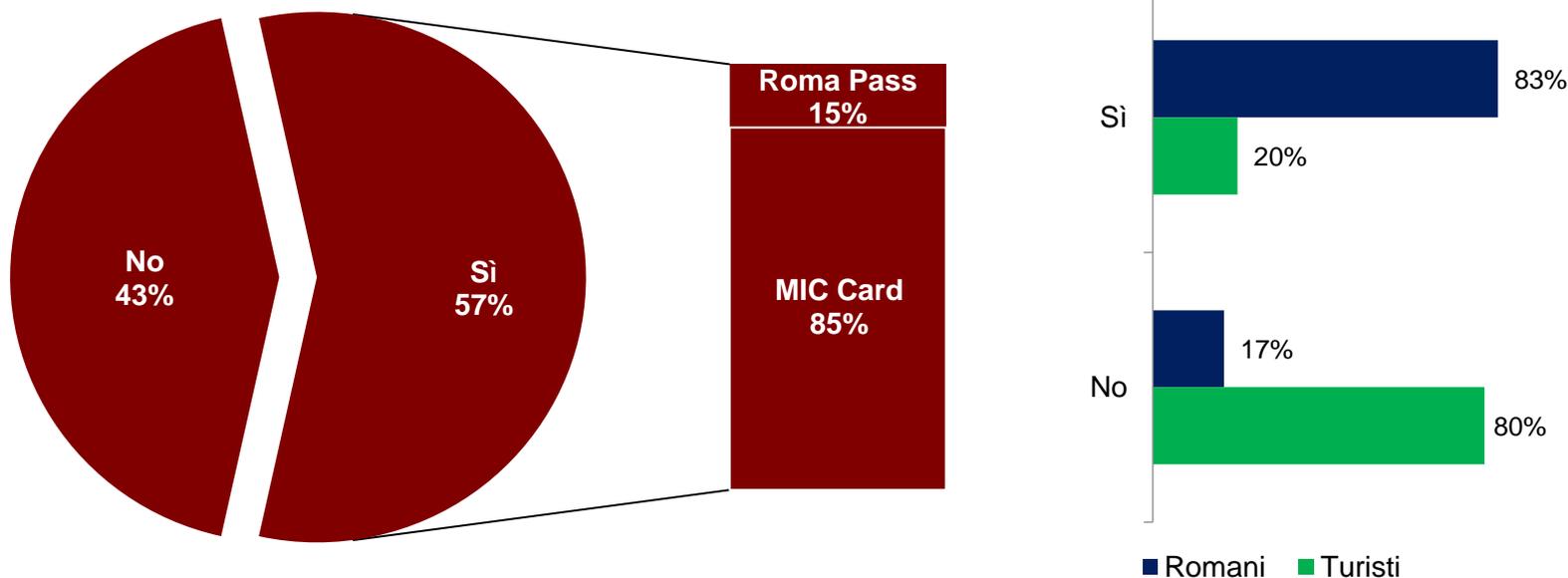
Come si denota dal grafico in basso a destra, risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), di età giovane 19-39 anni, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno visto meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo di Roma in Trastevere sono prevalentemente i cittadini romani, di età adulta 55-74 anni, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e in quest’ultimo anno hanno frequentato più di tre musei.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 57% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui ben l'85% si riferisce alla **MIC Card** e il 15% alla **Roma Pass**), mentre il 43% afferma di non averla utilizzata.

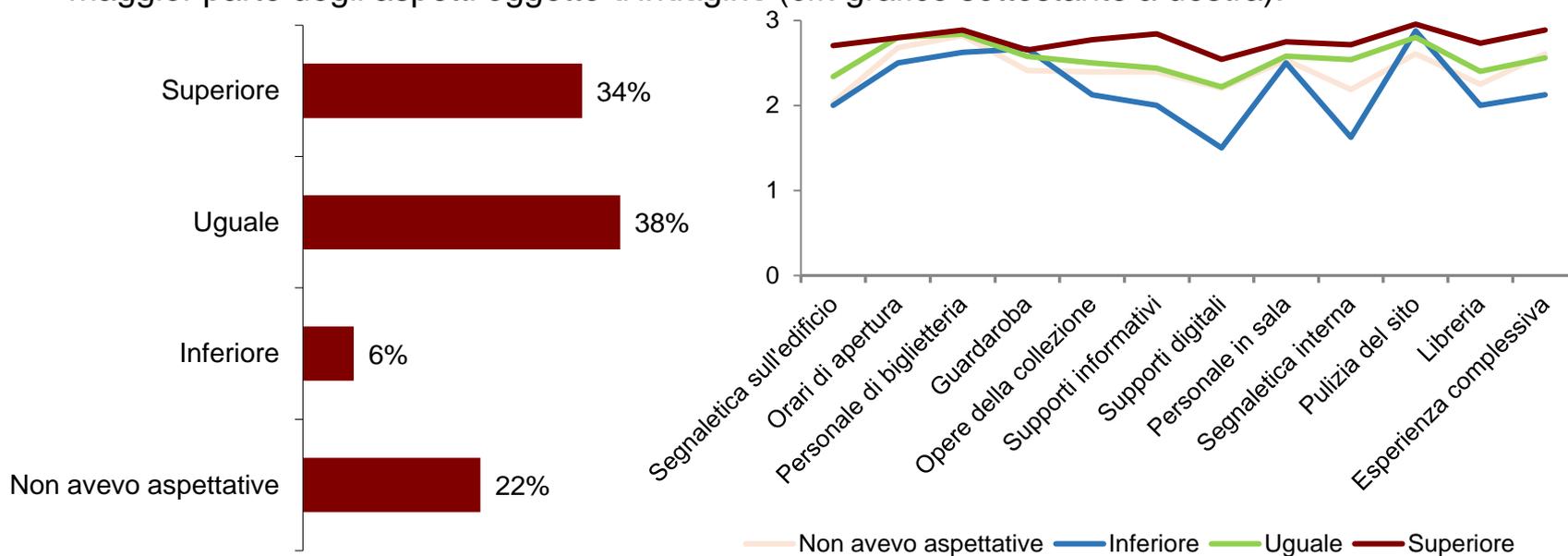
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (cfr. grafico in basso a destra), in prevalenza donne, molti di essi sono già stati in questo museo e hanno un giudizio uguale alle aspettative. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma in Trastevere*, sono principalmente i turisti, uomini, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 38% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 34% è superiore e per il 6% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 22% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i turisti italiani, di età 35-54 anni, in generale molto soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Ad avere un giudizio uguale alle attese sono in prevalenza i romani, appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 55-74 anni, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno. Ad essere privi di aspettative sono i visitatori stranieri, di età 19-34 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visto 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 **39%**.

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

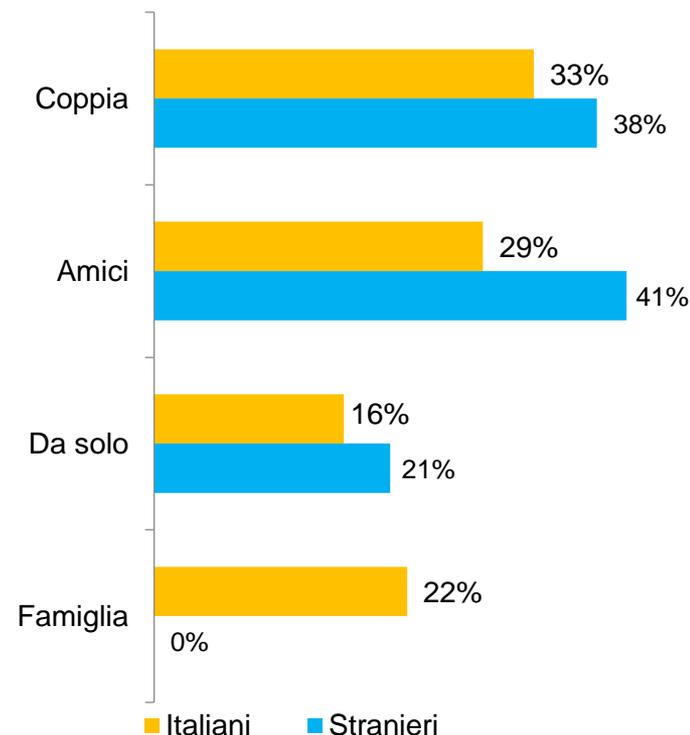
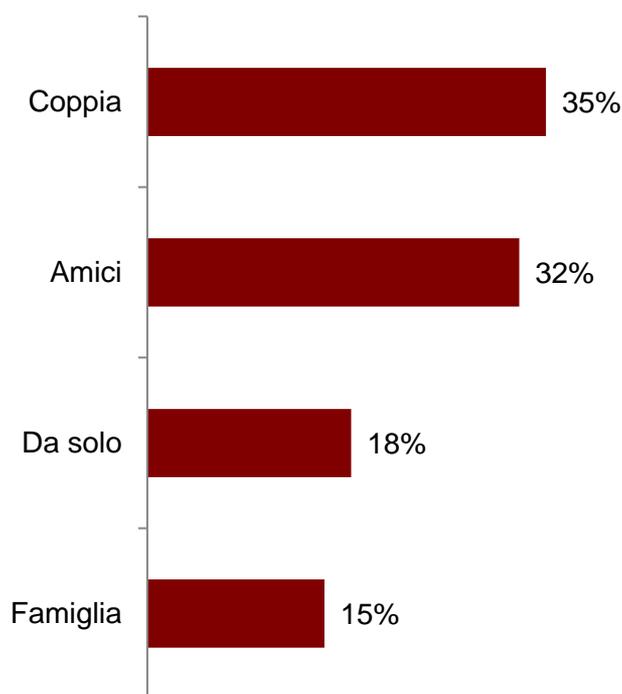


NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma in Trastevere 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	2	9	27	31	23	38
0%	0%	0%	0%	0%	1%	7%	21%	24%	18%	29%
<b>DETRACTORI = 8%</b>							<b>PASSIVI = 45%</b>		<b>PROMOTORI = 47%</b>	
<b>47% - 8% = 39%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 35% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 32% in compagnia di “**amici**”, il 18% “**da solo**” e il 15% insieme alla “**famiglia**”.

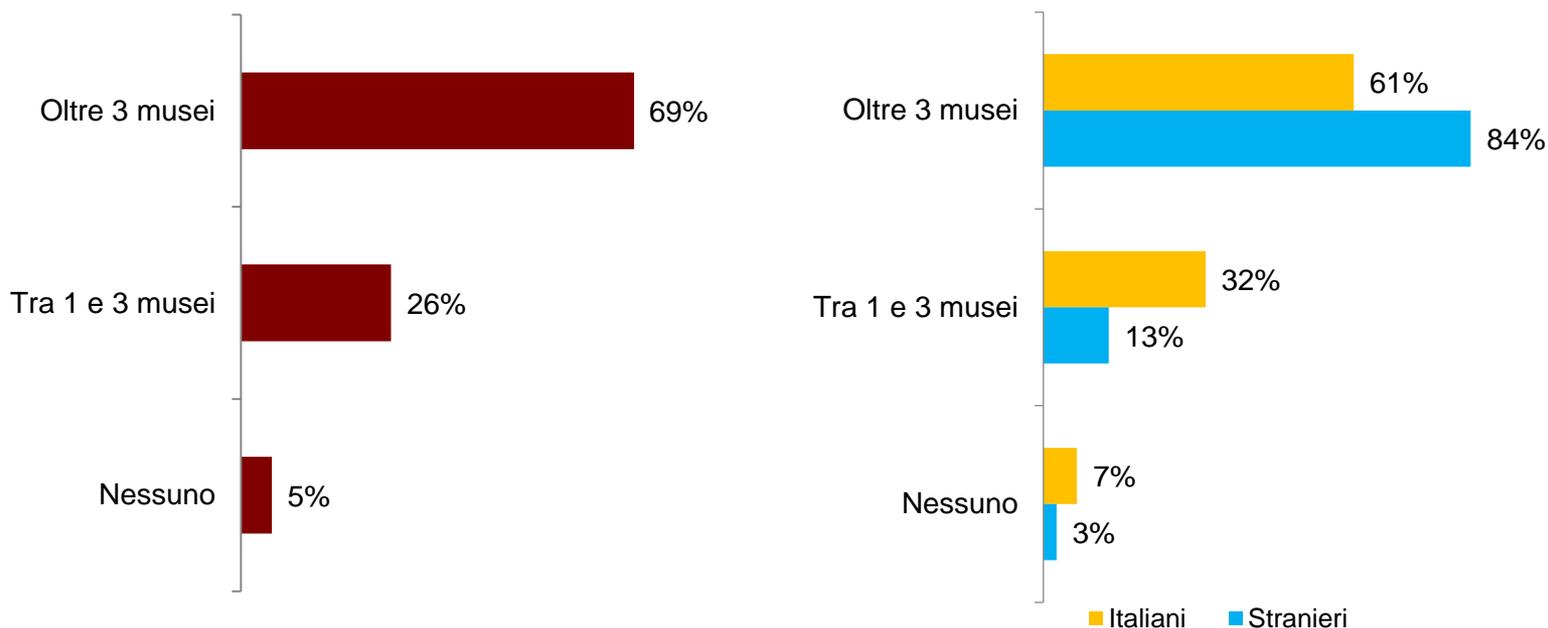
Risulta significativo che a venire in coppia o con amici siano principalmente i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), nuovi visitatori, appartenenti alle fasce di età 26-39 anni (*amici*) e 55-74 anni (*coppia*). Invece a recarsi al museo da soli sono in prevalenza i visitatori stranieri, ma anche una buona percentuale di italiani, di età 19-25 anni, alcuni già stati in questo museo. Infine a visitare il museo con la propria famiglia sono gli italiani (inclusi i romani), di età adulta 45-74 anni, che in passato hanno già frequentato il *Museo di Roma in Trastevere*.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 69% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 26% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 5% 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 turisti stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), con titolo di laurea o specializzazione post laurea, nel complesso molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori italiani, diplomati, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



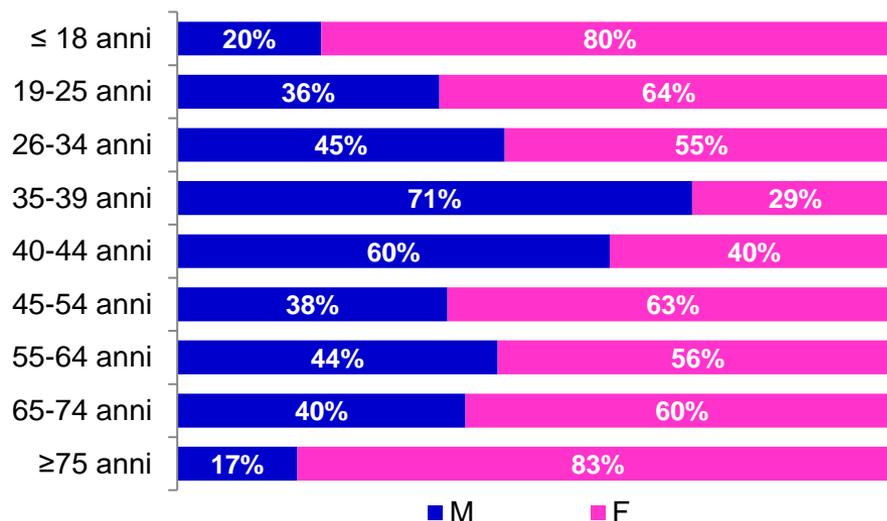
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (58%; nel 2021 era il 59% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età giovane fino ai 34 anni e adulta al di sopra di 45 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 35-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **55 e 64 anni** (51% sul totale; erano il 41% nell'indagine precedente). In netto aumento le fasce giovani dei 19-34 anni (da 9% a 25%), mentre diminuisce la percentuale delle fasce dei 40-54 anni (da 43% a 10%).

Il 51% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (in discesa dal 67% emerso nel 2021).

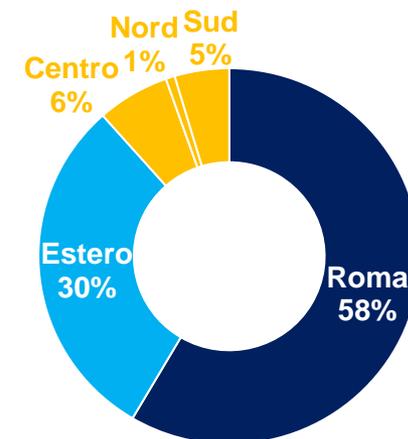
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (28%; nell'indagine precedente erano il 27%); poi seguono i pensionati (24%; erano il 22% nel 2021) e gli studenti (18%; in netto aumento dal 3% dello scorso anno).



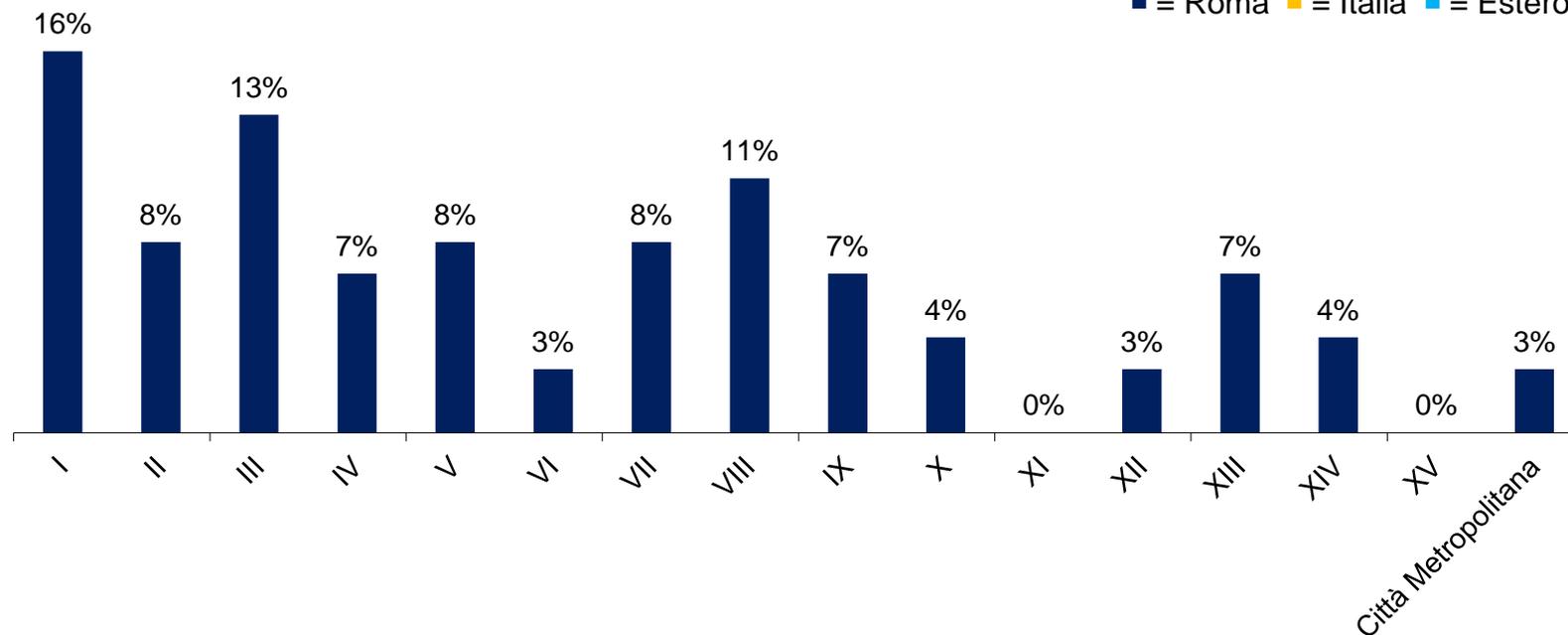
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 58% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (64% nell'indagine precedente); il 30% proviene dall'estero (in aumento dal 18% emerso nel 2021) e il 12% giunge da altre province italiane (lo scorso anno la percentuale era pari al 18%).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi I** (16%), **III** (13%) e **VIII** (11%).



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## 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	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,381**	,177*	,421**	,270**	,260**	,333**	,322**	,513**	,284**	,387**	,260**
Orari di apertura	,381**	1,000	,331**	0,159	,291**	,292**	,321**	,364**	,359**	,234**	,253*	,369**
Personale di biglietteria	,177*	,331**	1,000	,403**	,253**	,315**	,220*	,241**	,277**	0,061	,318**	,245**
Guardaroba	,421**	0,159	,403**	1,000	0,100	0,107	0,191	0,206	,441**	0,061	,266*	0,186
Opere della collezione	,270**	,291**	,253**	0,100	1,000	,464**	,431**	,299**	,309**	0,111	,313**	,467**
Supporti informativi	,260**	,292**	,315**	0,107	,464**	1,000	,586**	,359**	,418**	,265**	,522**	,529**
Supporti digitali	,333**	,321**	,220*	0,191	,431**	,586**	1,000	,349**	,560**	,296**	,506**	,475**
Personale in sala	,322**	,364**	,241**	0,206	,299**	,359**	,349**	1,000	,468**	,427**	,454**	,344**
Segnaletica interna	,513**	,359**	,277**	,441**	,309**	,418**	,560**	,468**	1,000	,194*	,587**	,462**
Pulizia del sito	,284**	,234**	0,061	0,061	0,111	,265**	,296**	,427**	,194*	1,000	,400**	,232**
Libreria	,387**	,253*	,318**	,266*	,313**	,522**	,506**	,454**	,587**	,400**	1,000	,447**
Esperienza complessiva	,260**	,369**	,245**	0,186	,467**	,529**	,475**	,344**	,462**	,232**	,447**	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).

Il guardaroba è l'unica variabile che non è risultata significativa rispetto all'esperienza complessiva ed è stata esclusa dalla tabella laterale.

Per il *Museo di Roma in Trastevere* i **supporti informativi e digitali**, le **opere della collezione** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

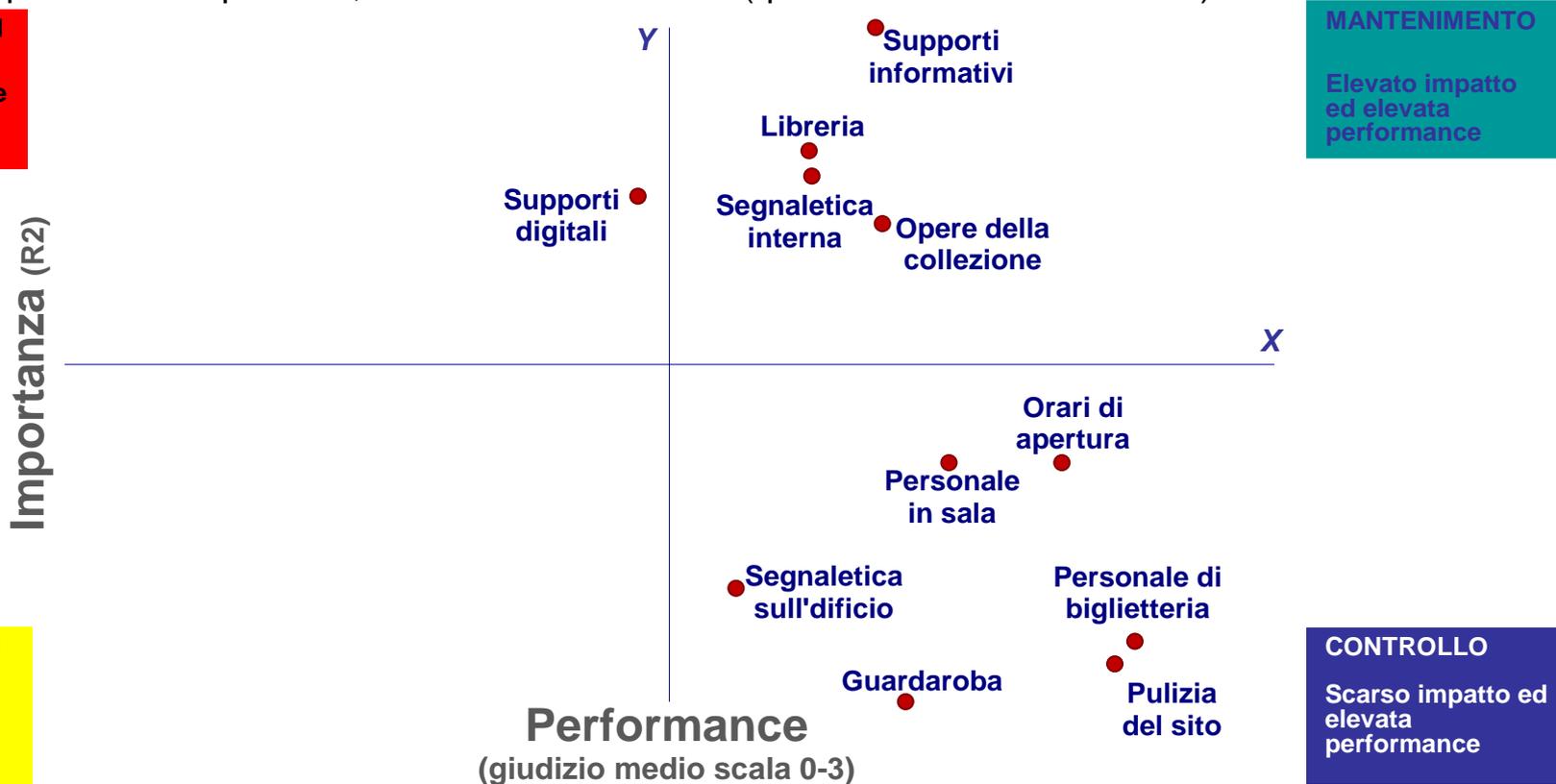
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Supporti informativi	0,529
Supporti digitali	0,475
Opere della collezione	0,467
Segnaletica interna	0,462
Libreria	0,447
Orari di apertura	0,369
Personale in sala	0,344
Segnaletica sull'edificio	0,260
Personale di biglietteria	0,245
Pulizia del sito	0,232

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche la **libreria**, la **segnaletica interna** e le **opere della collezione** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece i **supporti digitali** rientrano tra i possibili miglioramenti prioritari, seppure la loro media sia 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

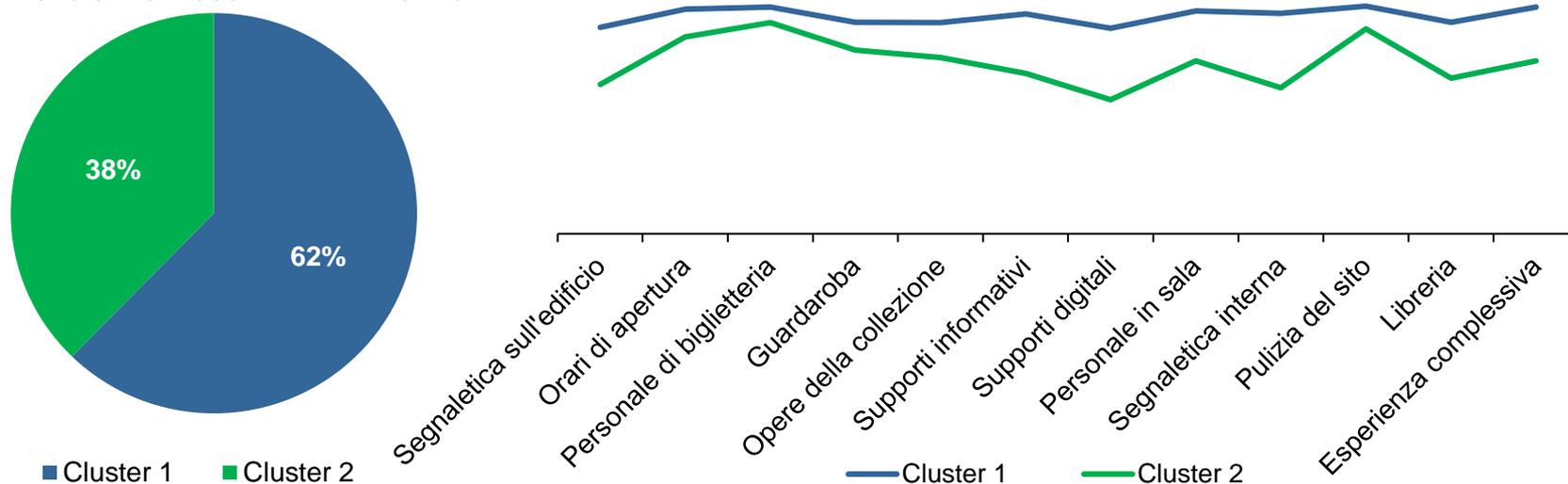
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (81 individui per il *Cluster 1* e 49 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 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti**: in prevalenza uomini; romani; di età 19-25 anni e oltre i 55 anni; diplomati; studenti e pensionati; alcuni già stati al Museo di Roma in Trastevere; scoprono il museo soprattutto tramite la MIC Card e passaparola; vengono in coppia o da soli; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

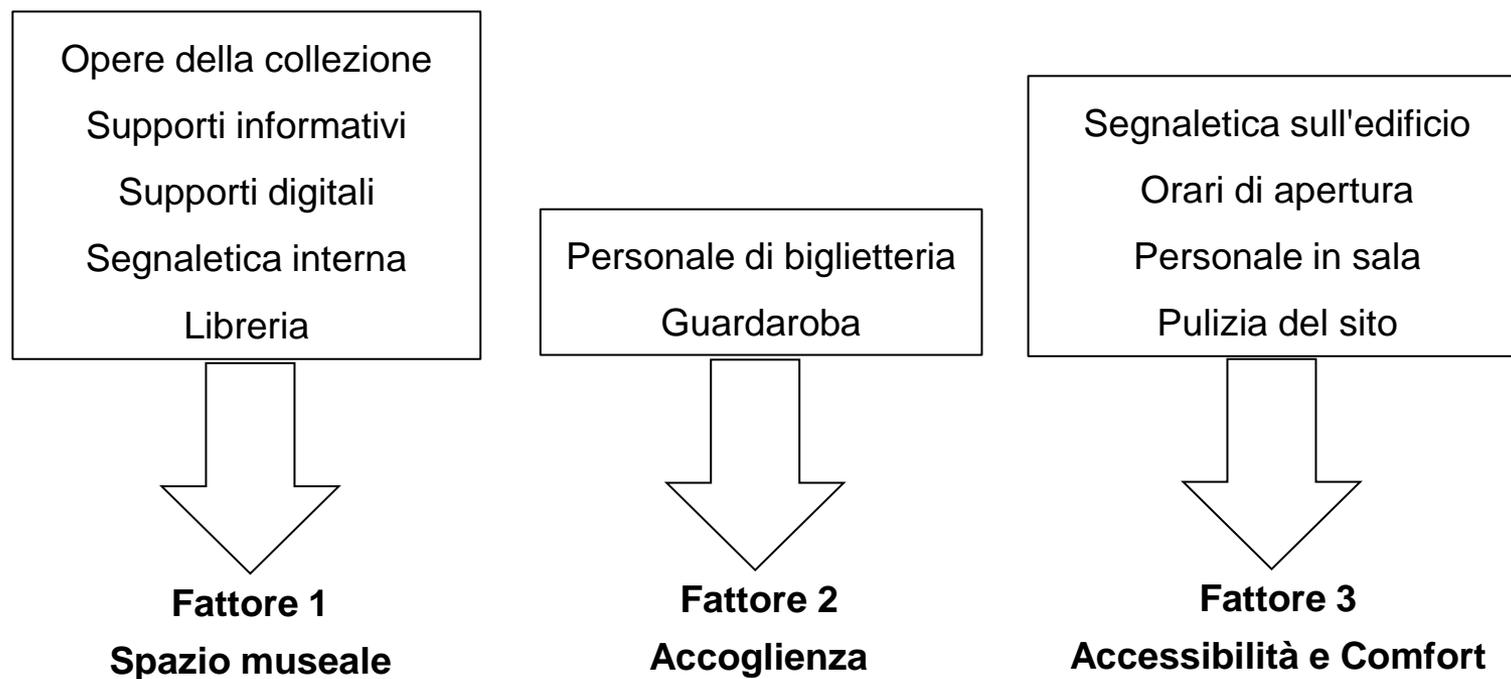
**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti**: in prevalenza donne; turisti; di età 26-34 anni e 40-54 anni; con titolo di laurea o post laurea; impiegati e liberi professionisti; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite internet e la Roma Pass; vengono con amici o con la propria famiglia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.



## Analisi Fattoriale

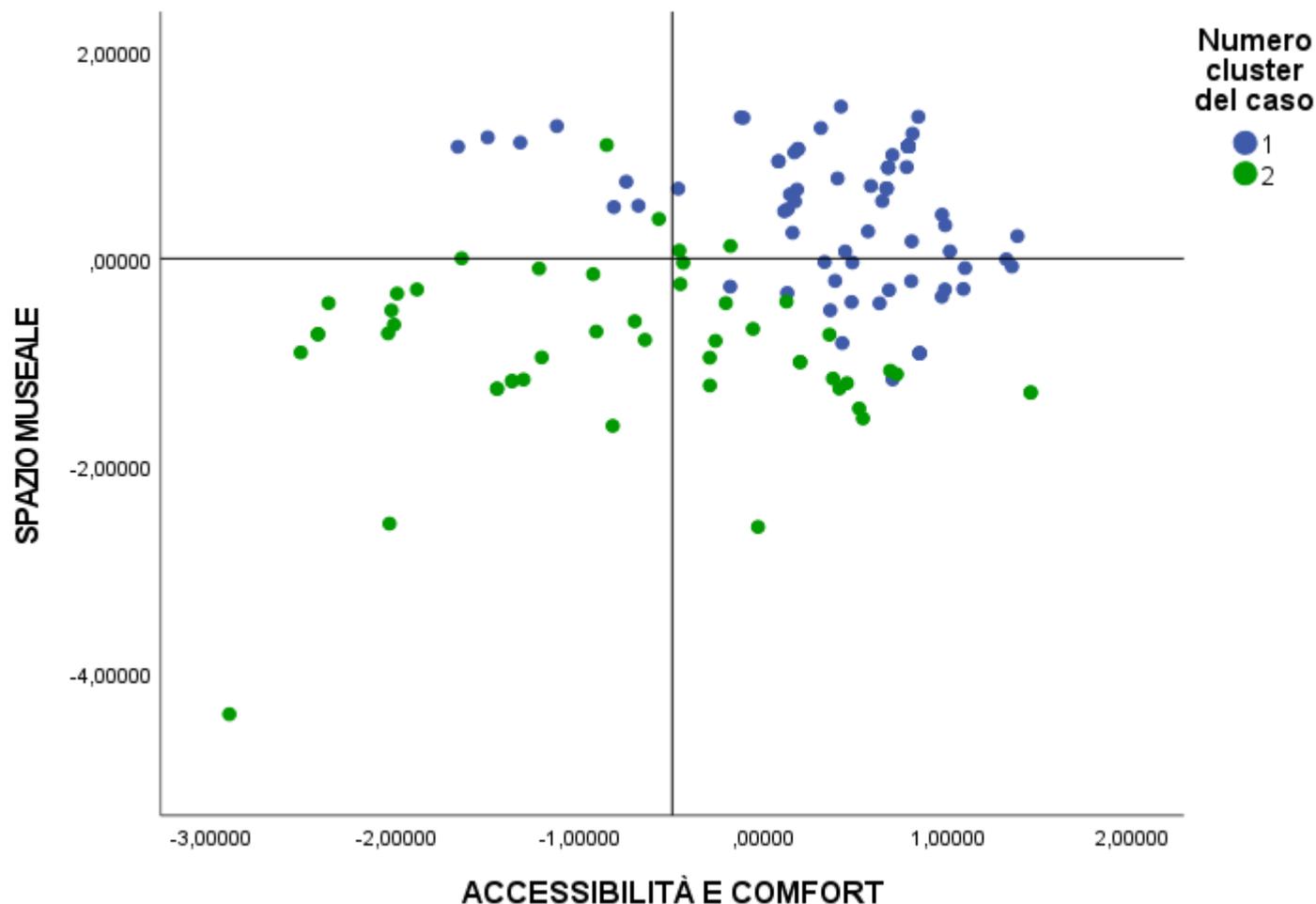
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 3 (*Accessibilità e Comfort*), che è stato meno gradito dal Cluster 2.



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 105**

---

**SUPPORTI DIGITALI** incrementare la parte multimediale con video, foto, musica (8), aggiungere sottotitoli. **Totale 9**

**SUPPORTI INFORMATIVI** didascalie posizionate troppo in basso e poco leggibili (4), più informazioni storiche. **Totale 5**

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

**CAFFETTERIA** manca. **Totale 4**

**ALTRO.** **Totale 6**

**TOTALE 28 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"/>
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:.....