



Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia - Casino Nobile

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 2023-2024
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Come è venuto a conoscenza della card
- 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 2 al 5 ottobre** presso il **Casino Nobile di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 18% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 2,42\%$.

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 2024, 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 **2,82** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di biglietteria** (2,97), la **segnaletica interna** (2,92), il **guardaroba** (2,90), la **segnaletica sull'edificio** (2,84) e gli **orari di apertura** (2,82).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. I **supporti digitali**, i **supporti informativi** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa, ma anche quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 18-20). Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sui **posti a sedere** (n. 13 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 43% da cittadini **romani**, **impiegati** (47%), **laureati** (57%), appartenenti alle fasce di età **35-54 anni** (52% sul totale degli intervistati).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi viene a sapere del museo tramite **www.museiincomuneroma.it e canali social** (28%), poi seguono le voci **passaparola** (21%) e **altri siti web e canali social** (19%).

È significativo che *www.museiincomuneroma.it e canali social* sia la risposta prevalente soprattutto per coloro che giungono da altre province italiane, non hanno utilizzato alcuna card per accedere al *Casino Nobile*, in generale molto soddisfatti. Il *passaparola* emerge in particolare per i visitatori residenti a Roma, alcuni di essi sono entrati con la *Roma MIC Card* e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece a rispondere *altri siti web e canali social* sono principalmente i turisti stranieri, che non hanno usufruito di una card per visitare tale museo e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

Tabella riassuntiva

Casino Nobile di Villa Torlonia - 2024	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,84	3,00	130	0	0,390	0%	85%	0%	99%
Orari di apertura	2,82	3,00	129	1	0,404	1%	83%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,97	3,00	130	0	0,173	0%	97%	0%	100%
Guardaroba	2,90	3,00	86	44	0,308	34%	90%	0%	100%
Opere della collezione	2,75	3,00	130	0	0,471	0%	76%	0%	98%
Supporti informativi	2,80	3,00	130	0	0,456	0%	82%	0%	98%
Supporti digitali	2,78	3,00	129	1	0,519	1%	82%	0%	98%
Personale in sala	2,81	3,00	129	1	0,434	1%	82%	0%	98%
Segnaletica interna	2,92	3,00	130	0	0,306	0%	92%	0%	99%
Pulizia del sito	2,80	3,00	130	0	0,519	0%	85%	0%	94%
Libreria	2,27	2,00	26	104	0,604	80%	34%	0%	92%
Esperienza complessiva	2,82	3,00	130	0	0,409	0%	82%	0%	99%

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

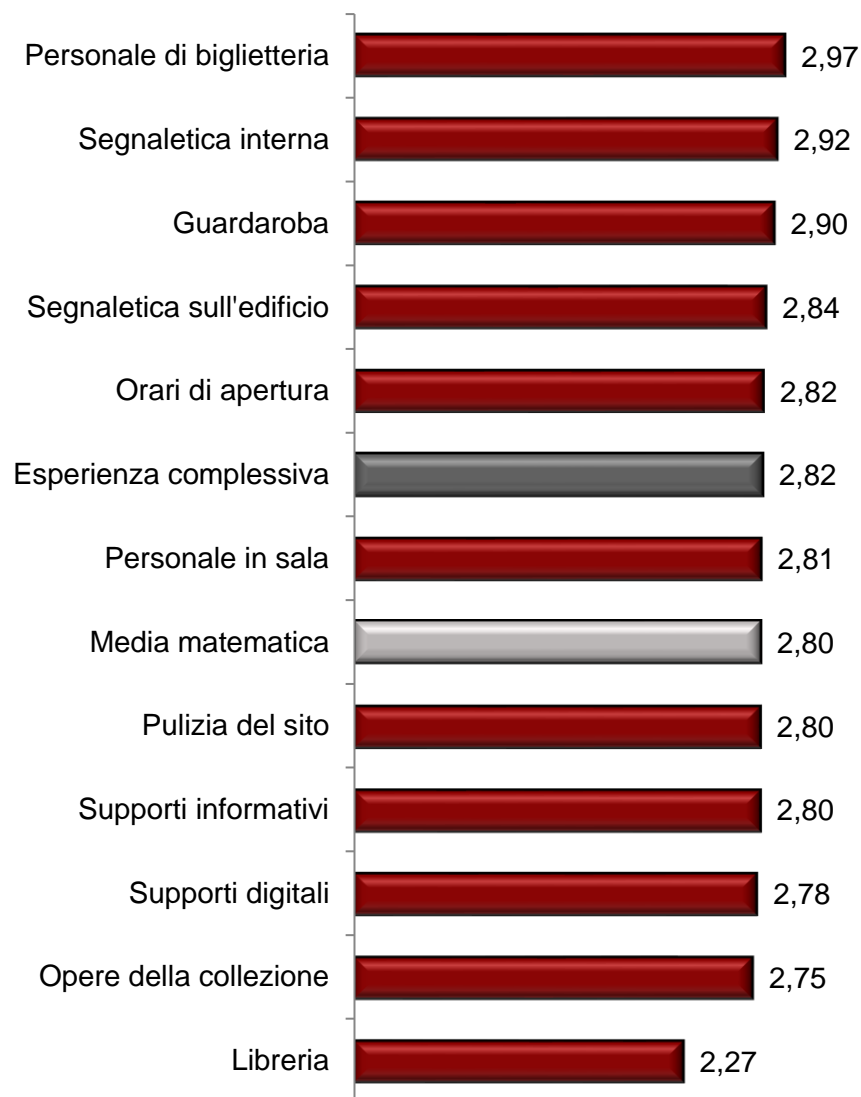
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,79).

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 **segnaletica interna**, il **guardaroba** (utilizzato dal 66% degli intervistati), la **segnaletica sull'edificio** e gli **orari di apertura**.

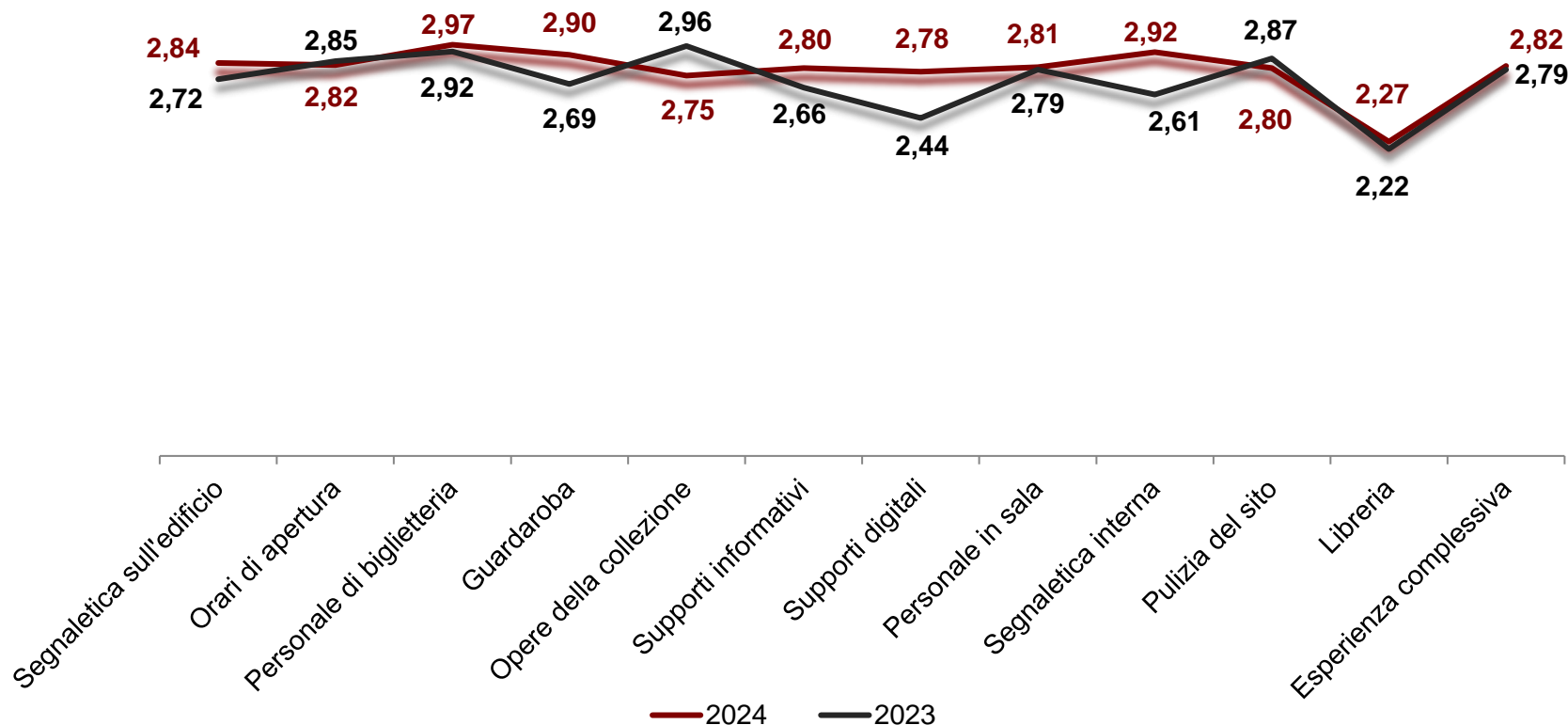
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2023-2024

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

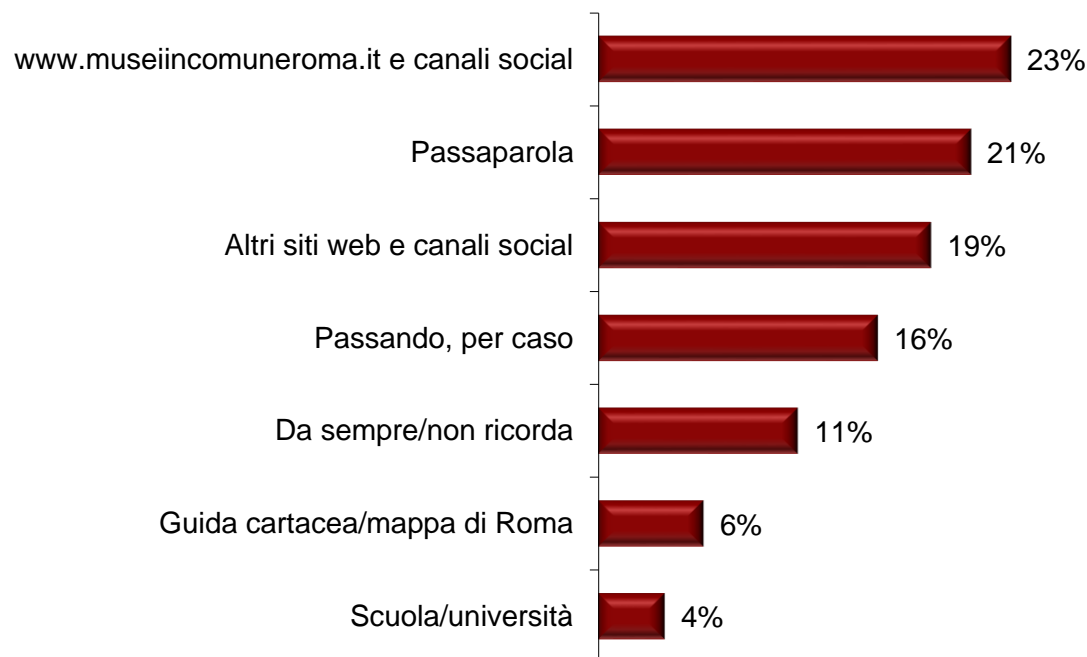
Si evidenzia un incremento generale del livello medio di soddisfazione, in particolare sul **guardaroba**, sui **supporti digitali** e sulla **segnaletica interna**. Invece scendono le medie relative ai seguenti aspetti: **orari di apertura**, **opere della collezione** e **pulizia del sito** (tutti i valori restano ben al di sopra dello standard di 2,20).



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 23% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere del museo tramite “**www.museiincomuneroma.it e canali social**”, mentre il 21% risponde “**passaparola**” e il 19% “**altri siti web e canali social**”.

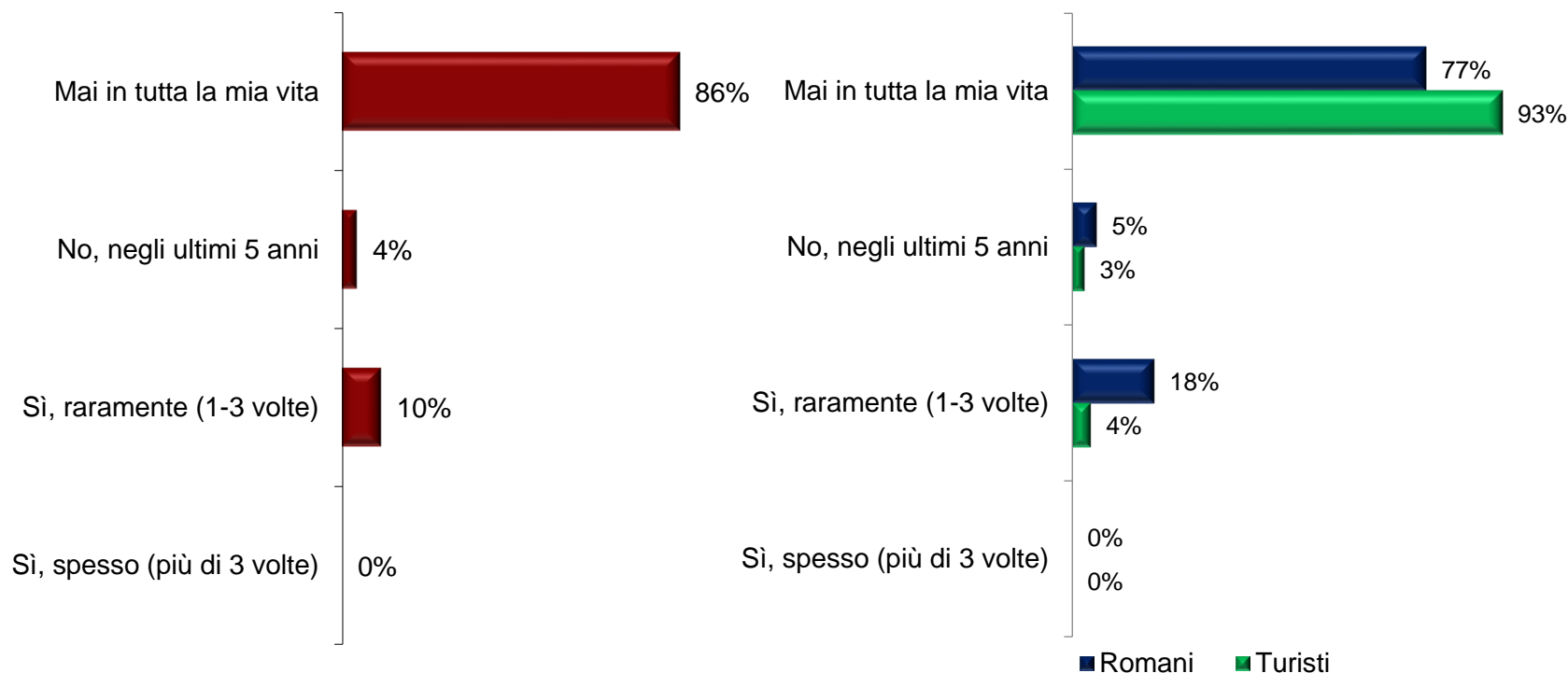
È significativo che www.museiincomuneroma.it e canali social sia la risposta prevalente soprattutto per coloro che giungono da altre province italiane, non hanno utilizzato alcuna card per accedere al *Casino Nobile*, in generale molto soddisfatti. Il passaparola emerge in particolare per i visitatori residenti a Roma, alcuni di essi sono entrati con la *Roma MIC Card* e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece a rispondere altri siti web e canali social sono principalmente i turisti stranieri, che non hanno usufruito di una card per visitare tale museo e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben l'86% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** al *Casino Nobile di Villa Torlonia*, il 10% l'ha già visitato (raramente “*da una a tre volte*”), mentre il restante 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

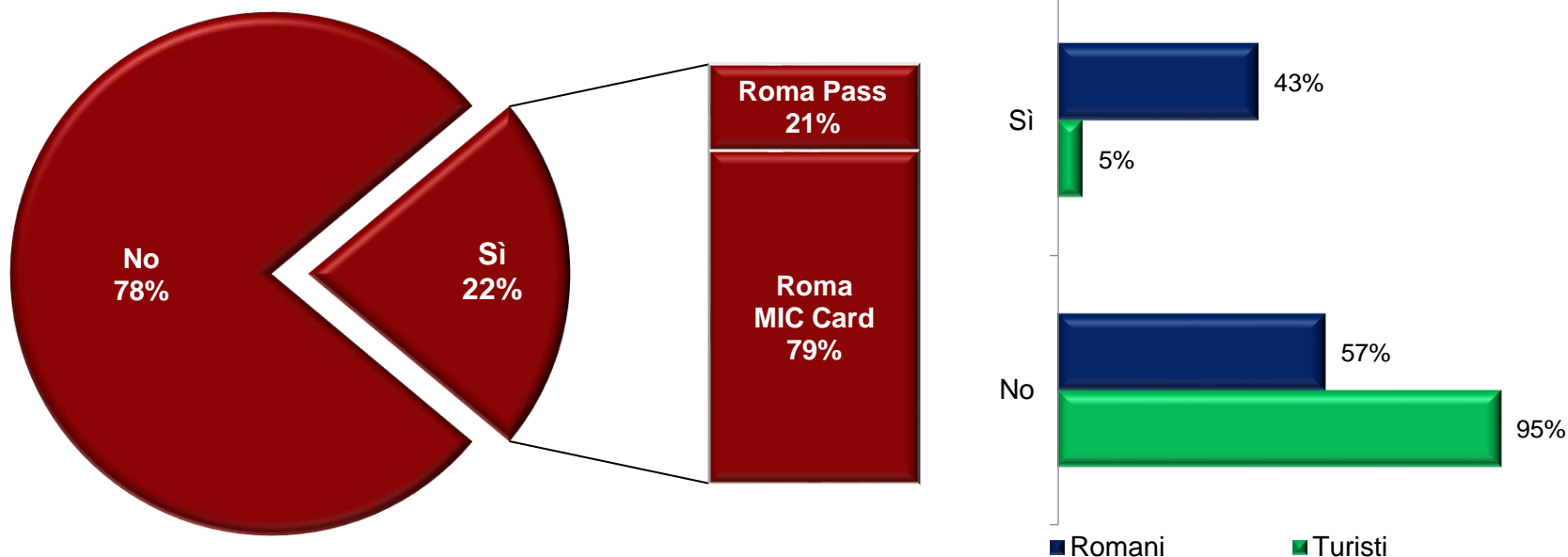
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cfr.* grafico in basso a destra), di età 35-54 anni, in generale abbastanza soddisfatti e non hanno utilizzato una card per entrare. Invece ad essere già stati al *Casino Nobile* sono principalmente i romani, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 65-74 anni, molto soddisfatti della loro esperienza e alcuni hanno usufruito della *Roma MIC Card* per visitare tale museo.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 78% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 22% afferma di averla utilizzata (di cui il 79% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il restante 21% alla **Roma Pass**).

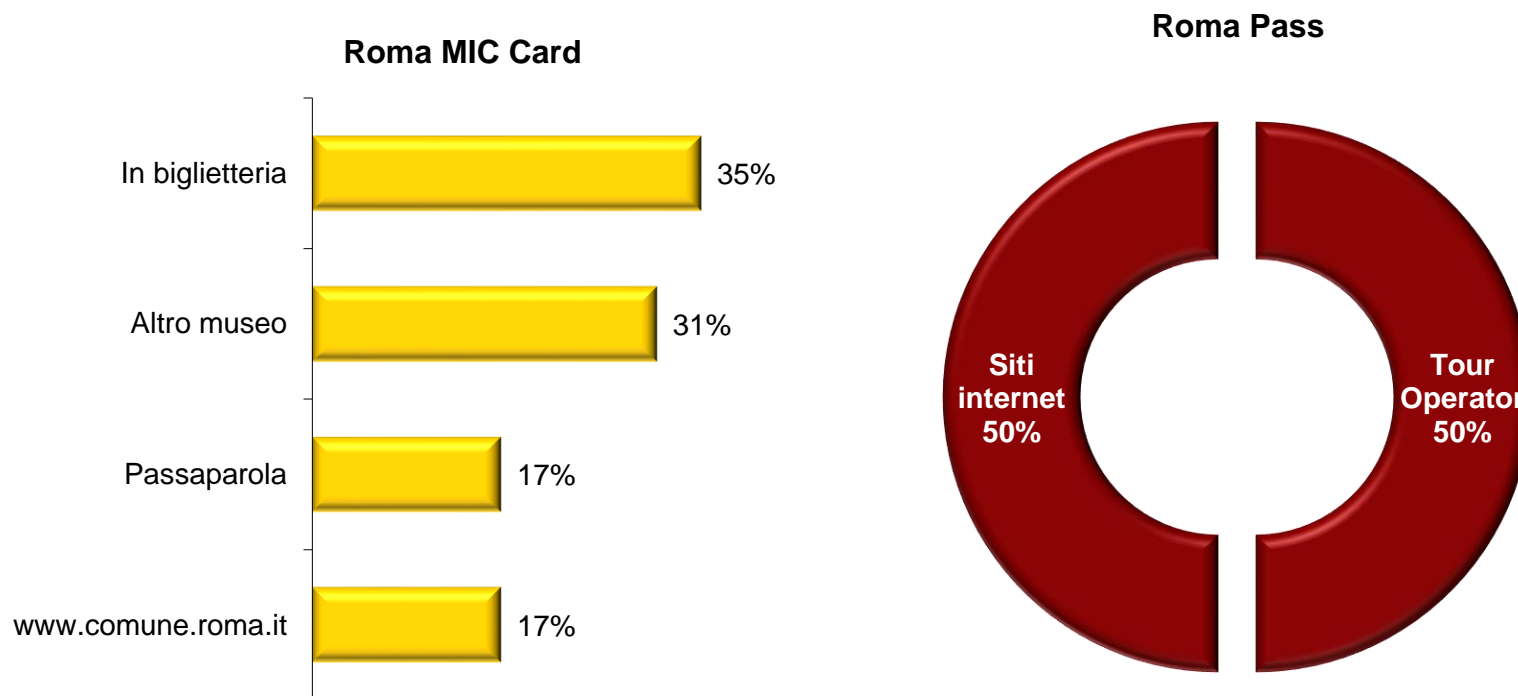
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Casino Nobile* sono in particolare i turisti, in generale molto soddisfatti e in quest'ultimo anno affermano di essere stati in meno di tre musei.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (22% sul campione totale, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono in particolare le voci “**in biglietteria**” (35%) e “**altro museo**” (31%).

Invece per la card *Roma Pass* prevalgono le seguenti risposte: **siti internet** (50%) e **Tour Operator** (50%).

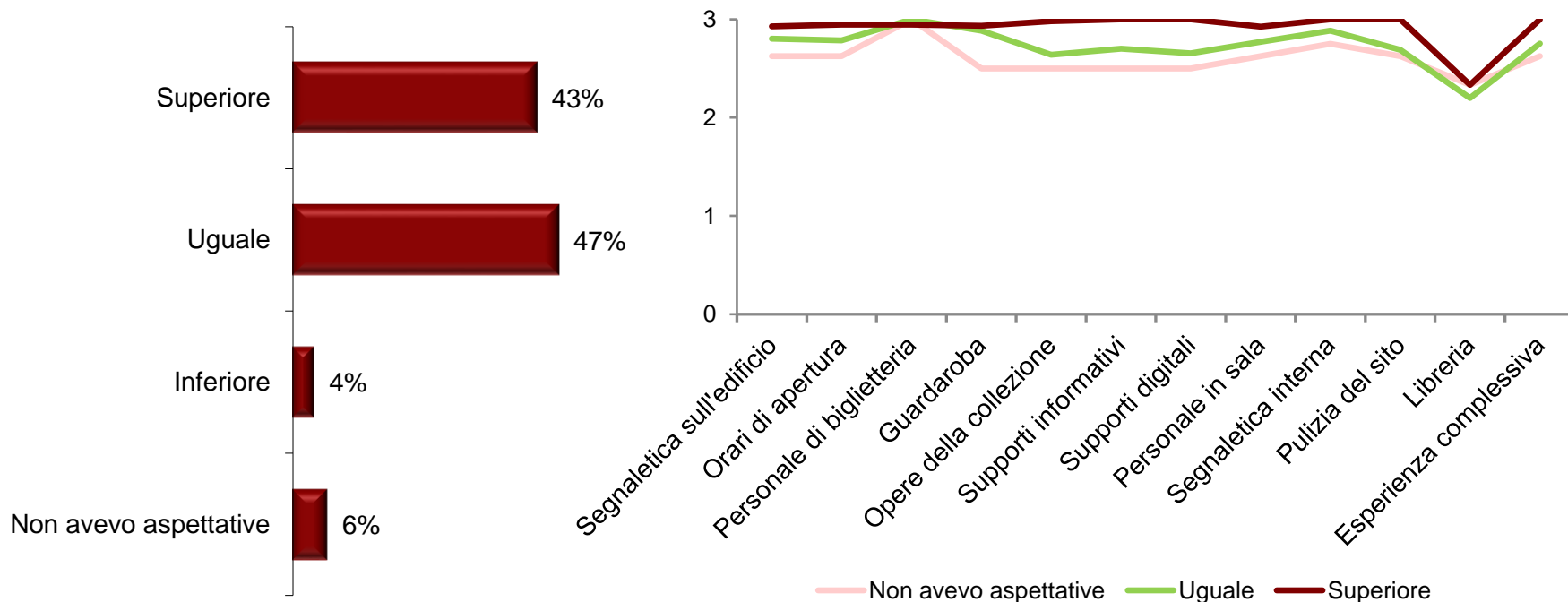


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 47% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 43% è superiore, mentre solo il 4% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 6% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i turisti, in generale molto soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori romani, nel complesso abbastanza soddisfatti, che in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari 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 *Casino Nobile* è pari al **60%**.

Il 32% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 4% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

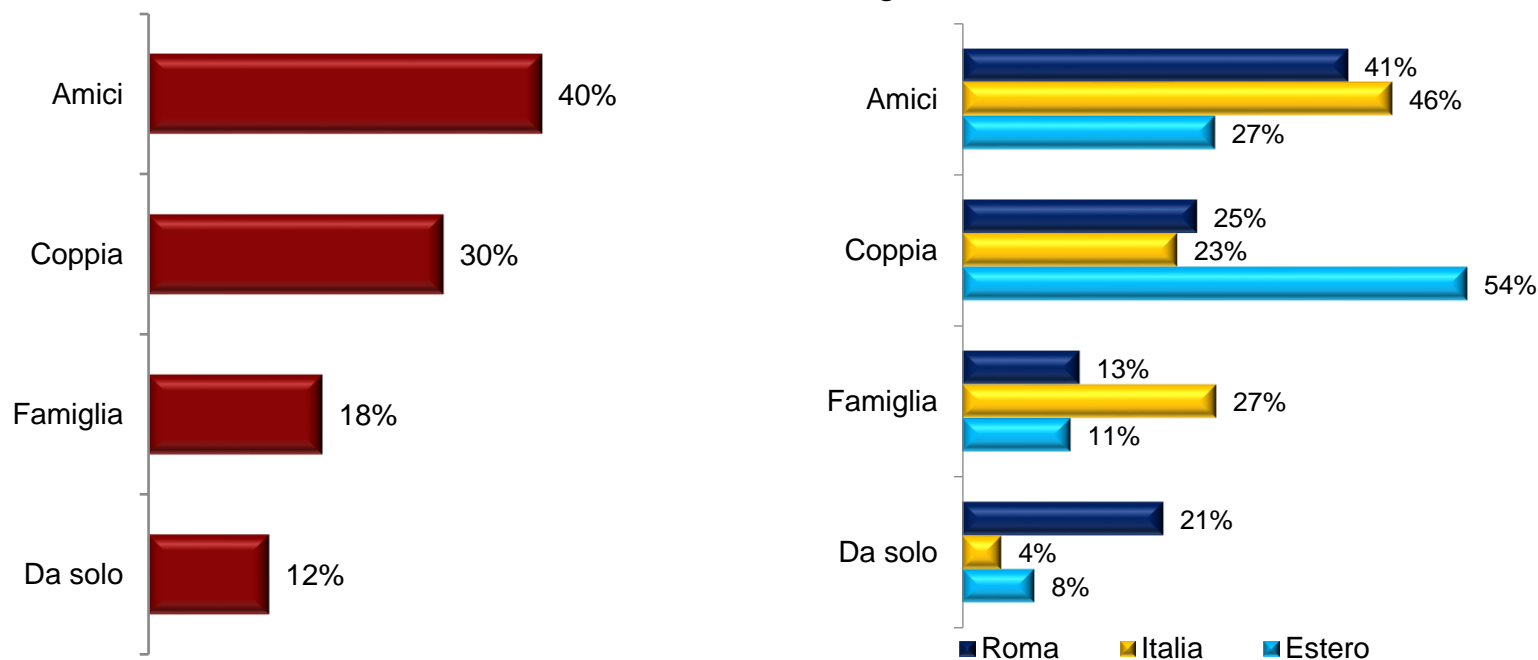


NET PROMOTER SCORE Casino Nobile 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	3	11	16	45	8
0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	13%	19%	54%	10%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI = 32%	PROMOTORI = 64%		
64%-4%=60%										

Con chi ha visitato il museo

Il 40% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 30% in “**coppia**”, il 18% viene con la propria “**famiglia**” e il restante 12% “**da solo**”.

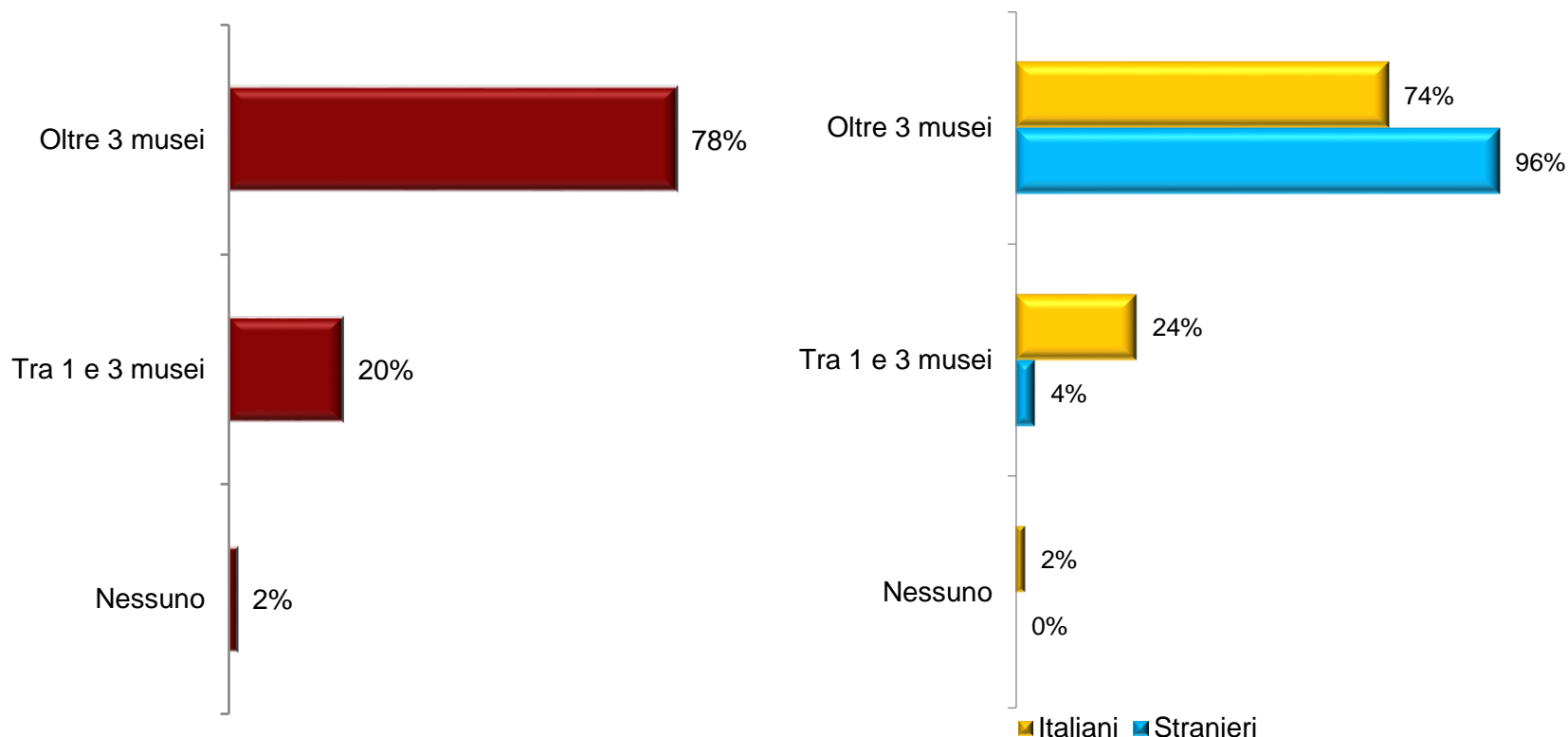
Risulta significativo che a venire con amici siano soprattutto coloro che giungono da altre province italiane, diplomati, nel complesso abbastanza soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei. A rispondere in coppia sono in prevalenza i turisti stranieri, laureati, in generale abbastanza soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno. Invece a recarsi al *Casino Nobile* con la propria famiglia sono principalmente i visitatori italiani, con titolo di scuola media inferiore/superiore, molto soddisfatti della loro esperienza e hanno visto meno di tre musei nell'ultimo anno. Infine vengono da soli in particolare i romani, laureati, molto soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 78% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 20% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 2% afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), laureati, appartenenti alle fasce di età 26-34 anni e 40-64 anni. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori italiani, diplomati, di età inferiore ai 25 anni, 35-39 anni e 65-74 anni.



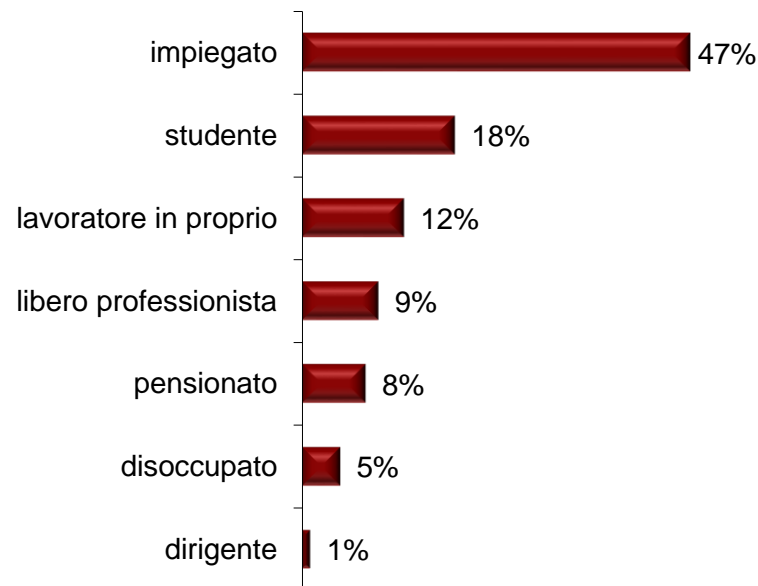
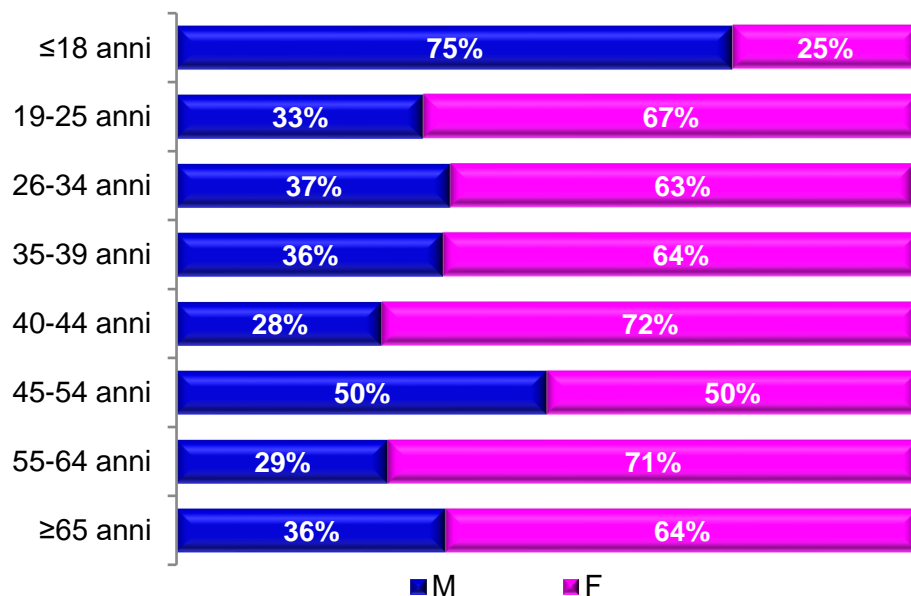
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (62%; era 54% nel 2023), soprattutto nelle fasce dei 19-44 anni e over 55 anni. Invece gli uomini emergono nella fascia dei minorenni.

Si registra un aumento delle fasce di età compresa tra i **35 e 54 anni** (da 42% a 52%). Inoltre, si evidenzia una flessione delle fasce più giovani di età ≤ 25 anni (da 21% a 17%) e adulte al di sopra dei 65 anni (da 16% a 8%).

Il 57% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea** (37% nell'indagine precedente).

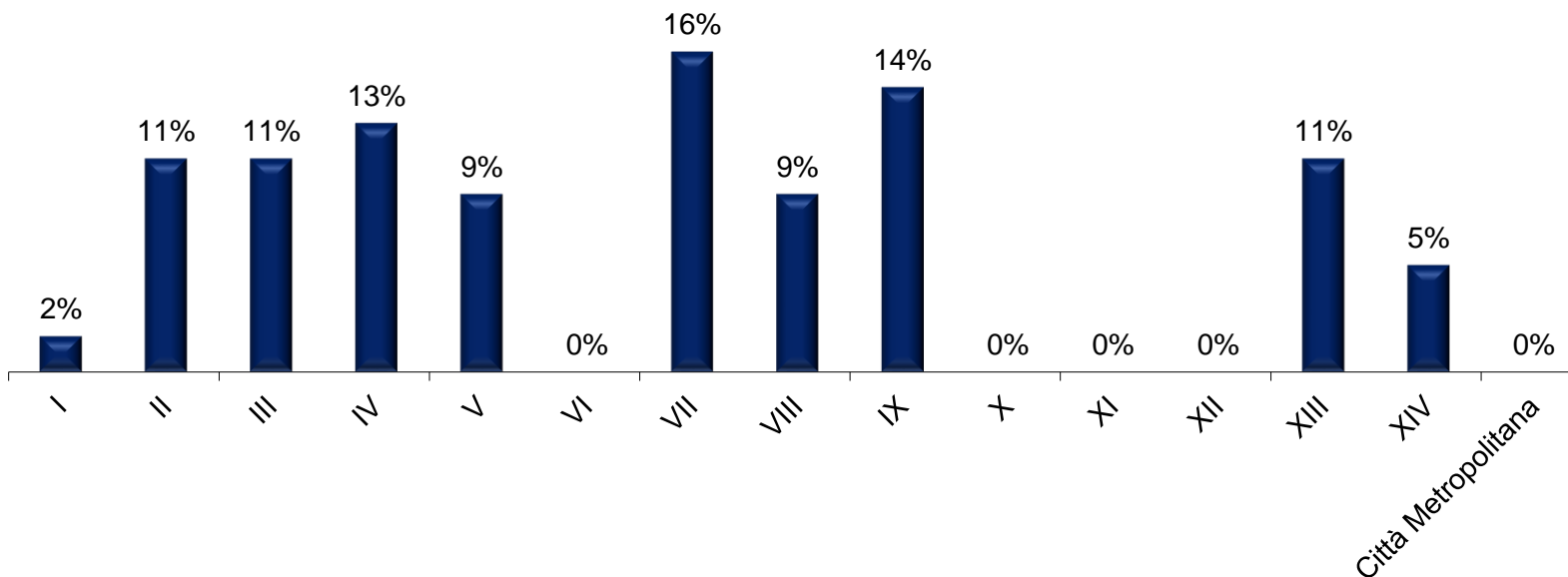
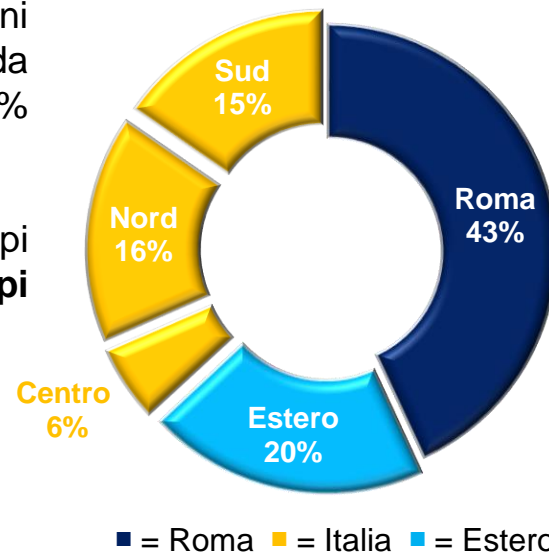
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (47%; nel 2023 erano il 37%); seguono gli **studenti** che passano dal 21% al 18%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 43% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani** (69% nell'indagine precedente); il 37% giunge da altre province italiane (20% nel 2023) e il restante 20% dall'estero (in aumento dall'11% nella scorsa indagine).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi VII** (16%), **IX** (14%) e **IV** (13%).



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	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,590**	0,047	,741**	,517**	,696**	,791**	,693**	,434**	,732**	0,172	,691**
Orari di apertura	,590**	1,000	,411**	,544**	,481**	,650**	,688**	,762**	,494**	,751**	0,132	,708**
Personale di biglietteria	0,047	,411**	1,000	-	0,003	0,031	0,028	,376**	0,114	0,045	-0,027	0,033
Guardaroba	,741**	,544**	-	1,000	,531**	,665**	,716**	,801**	,402**	,870**	0,356	,665**
Opere della collezione	,517**	,481**	0,003	,531**	1,000	,560**	,697**	,560**	,388**	,649**	0,212	,741**
Supporti informativi	,696**	,650**	0,031	,665**	,560**	1,000	,851**	,744**	,558**	,830**	0,286	,794**
Supporti digitali	,791**	,688**	0,028	,716**	,697**	,851**	1,000	,798**	,470**	,885**	0,329	,897**
Personale in sala	,693**	,762**	,376**	,801**	,560**	,744**	,798**	1,000	,475**	,838**	0,384	,741**
Segnaletica interna	,434**	,494**	0,114	,402**	,388**	,558**	,470**	,475**	1,000	,558**	0,154	,481**
Pulizia del sito	,732**	,751**	0,045	,870**	,649**	,830**	,885**	,838**	,558**	1,000	0,240	,837**
Libreria	0,172	0,132	-0,027	0,356	0,212	0,286	0,329	0,384	0,154	0,240	1,000	0,279
Esperienza complessiva	,691**	,708**	0,033	,665**	,741**	,794**	,897**	,741**	,481**	,837**	0,279	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).

Tutte le variabili non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

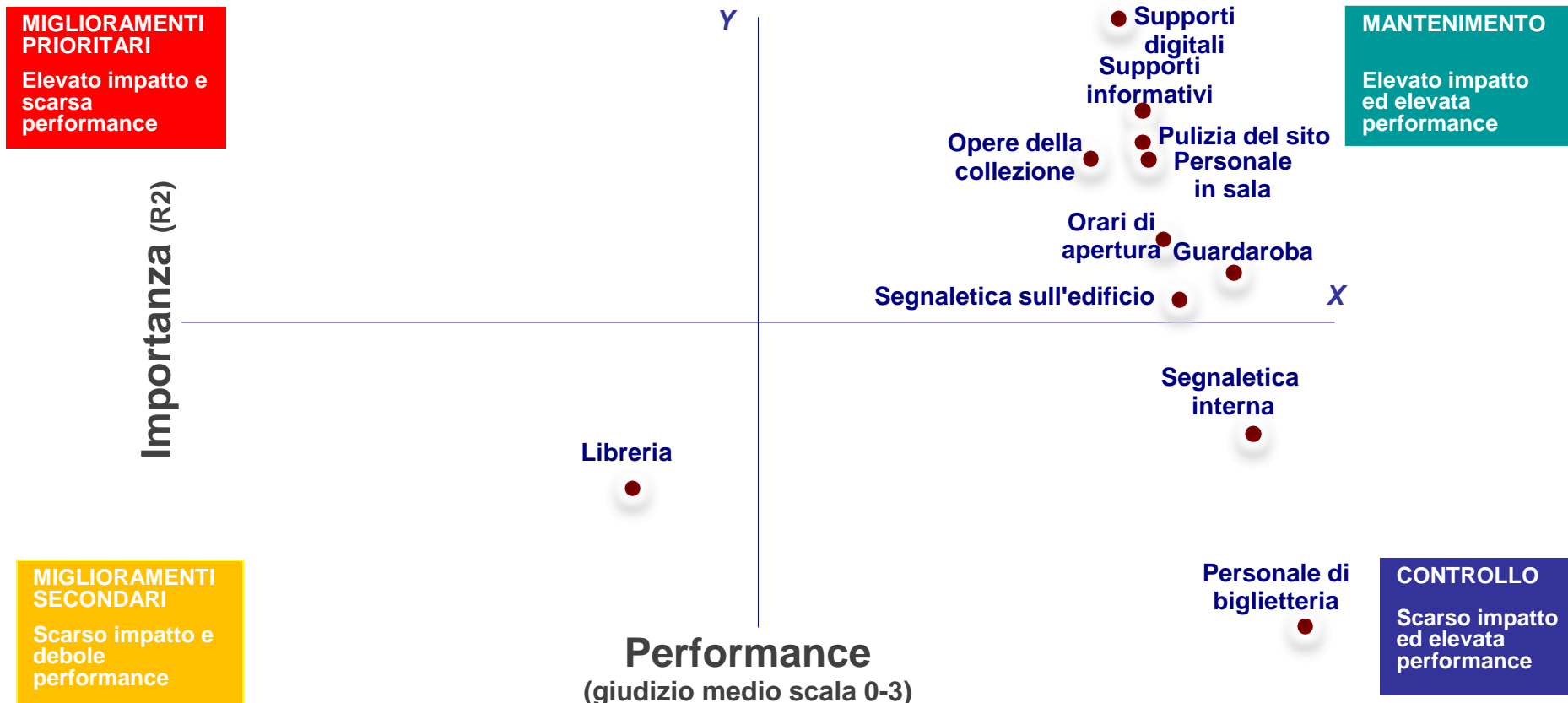
Per il *Casino Nobile* i **supporti digitali**, la **pulizia del sito** e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Supporti digitali	0,897
Pulizia del sito	0,837
Supporti informativi	0,794
Opere della collezione	0,741
Personale in sala	0,741
Orari di apertura	0,708
Segnaletica sull'edificio	0,691
Guardaroba	0,665
Segnaletica interna	0,481
Libreria	0,279

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti digitali e informativi** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme alla maggior parte delle altre variabili oggetto d'indagine, che però hanno un coefficiente di importanza inferiore. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

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



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

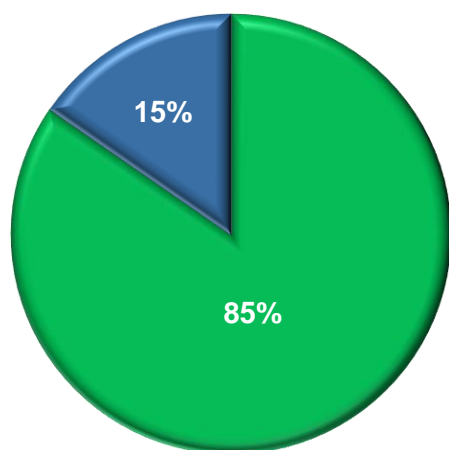
Cluster Analysis

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

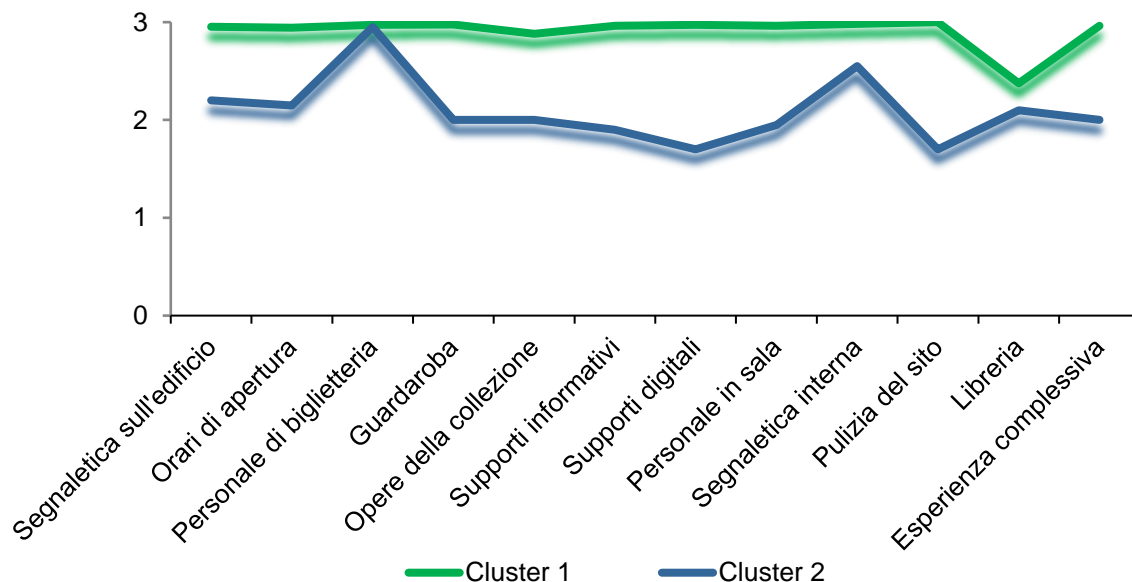
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (110 individui per il *Cluster 1* e 20 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti; di età ≤ 25 anni e 35-54 anni; studenti e lavoratori in proprio; scoprono il museo tramite internet (incluso il portale www.museiincomuneroma.it); vengono con gli amici o la propria famiglia; giudizio superiore alle attese.

Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza donne; residenti a Roma; di età 26-34 anni e over 55 anni; impiegati e pensionati; non ricordano come hanno scoperto il museo o rispondono passando, per caso; vengono in coppia; giudizio uguale alle attese.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

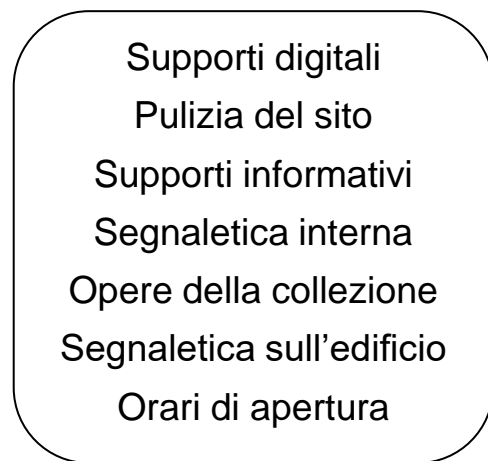


— Cluster 1 — Cluster 2

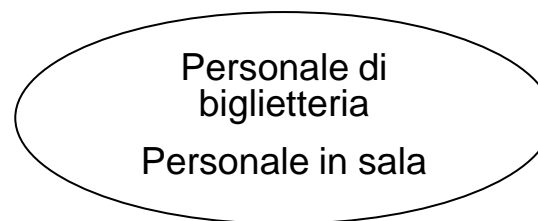
Analisi Fattoriale

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 (la libreria è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



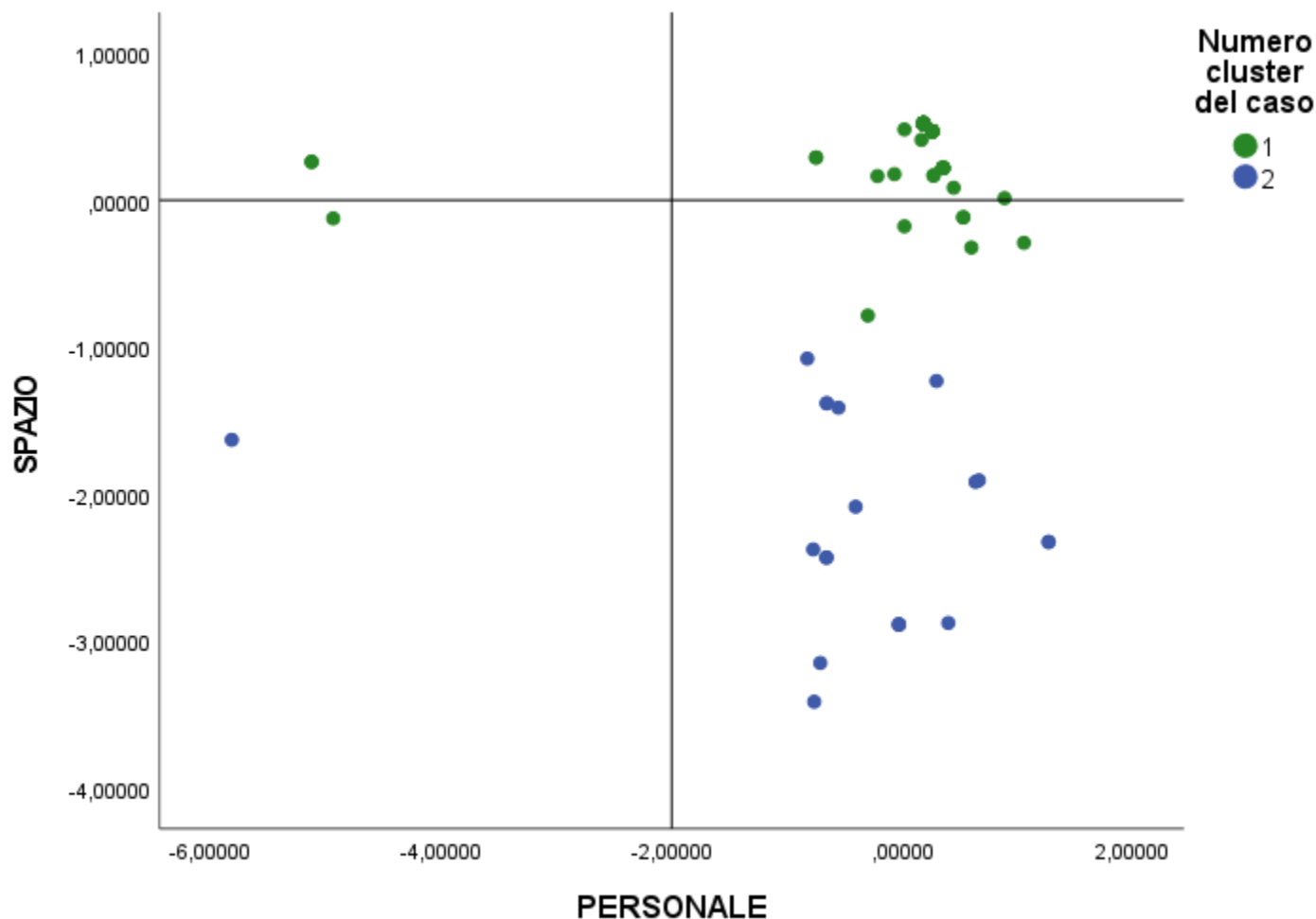
Fattore 1
SPAZIO



Fattore 2
PERSONALE

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, soprattutto sul Fattore 1 (*Spazio*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 68**

ELOGIO museo bellissimo. **Totale 1**

POSTI A SEDERE da aggiungere. **Totale 13**

SEGNALETICA ESTERNA aumentare le indicazioni nel parco, aggiungere una mappa all'ingresso così da raggiungere facilmente tutti i siti. **Totale 11**

SUPPORTI INFORMATIVI più aneddoti e curiosità (7); altro (3). **Totale 10**

PERCORSO manca un percorso interno. **Totale 7**

SUPPORTI DIGITALI da aumentare, più video. **Totale 4**

ORARI da uniformare per tutti i siti della Villa. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 22**

TOTALE 71 SUGGERIMENTI

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 Roma MIC Card) No

Se sì, come è venuto a conoscenza della card?.....

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

stampa (quotidiani/riviste) passando, per caso social e portale museiincomuneroma.it
 altri siti web e canali social passaparola (amici/parenti) affissioni pubblicitarie-schermi LED
 mostra o evento guida turistica/mappa di Roma da sempre/non ricordo altro (specificare:.....)

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 Altro Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....