



Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini

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. **581** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) dal **14 al 18 ottobre** presso i **Musei Capitolini** (gli intervistati rappresentano il 5% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee "*I Colori dell'Antico. Marmi Santarelli ai Musei Capitolini*" e "*Statua colossale di Costantino*".

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 $\pm 1,59\%$.

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 ottimo, con una media di **2,79** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: gli **orari di apertura** (2,98), le **opere della collezione** (2,93), la **pulizia del sito** (2,86) e il **guardaroba** (2,80).

Le medie dei vari aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** (2,06).

Le **opere della collezione** rappresentano la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa delle priorità, ma anche quella più correlata al giudizio medio sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 18-20). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emerge la **segnaletica interna** (n. 167 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da turisti provenienti dall'**estero** (84% sul totale), **impiegati** (39%), con **titolo di laurea/post laurea** (64%), soprattutto di età adulta **45-74 anni** (47%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite "**altri siti web e canali social**" (29%); poi seguono "**passaparola**" (17%), "**scuola/università**" e "**guida cartacea/mappa di Roma**" (15% per entrambi).

È significativo che a rispondere *altri siti web e canali social* e *guida cartacea/mappa di Roma* siano in particolare i turisti stranieri, di età 19-39 anni e 40-54 anni, con titolo di laurea/post laurea, nuovi visitatori. Invece le voci *passaparola* e *scuola/università* emergono soprattutto per gli italiani, minorenni, con titolo di scuola media inferiore/superiore, alcuni già stati ai *Musei Capitolini*.

Tabella riassuntiva

<i>Musei Capitolini 2024</i>	Media	Mediana*	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,77	3,00	563	18	0,448	3%	78%	0%	99%
Orari di apertura	2,98	3,00	574	7	1,283	1%	93%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,78	3,00	479	102	0,494	18%	81%	1%	98%
Guardaroba	2,80	3,00	415	166	0,442	29%	81%	0%	99%
Opere della collezione	2,93	3,00	575	6	0,258	1%	93%	0%	100%
Supporti informativi	2,46	3,00	560	21	0,673	4%	55%	2%	93%
Supporti digitali	2,37	3,00	289	292	0,735	50%	51%	2%	88%
Personale in sala	2,78	3,00	460	121	0,478	21%	81%	0%	97%
Segnaletica interna	2,06	2,00	569	12	0,835	2%	34%	4%	76%
Pulizia del sito	2,86	3,00	578	3	0,417	1%	88%	0%	98%
Personale in libreria	2,77	3,00	185	396	0,433	68%	78%	0%	99%
Libreria	2,60	3,00	210	371	0,573	64%	63%	0%	97%
Caffetteria	2,56	3,00	195	386	0,618	66%	62%	1%	95%
Esperienza complessiva	2,79	3,00	578	3	0,447	1%	80%	0%	99%

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

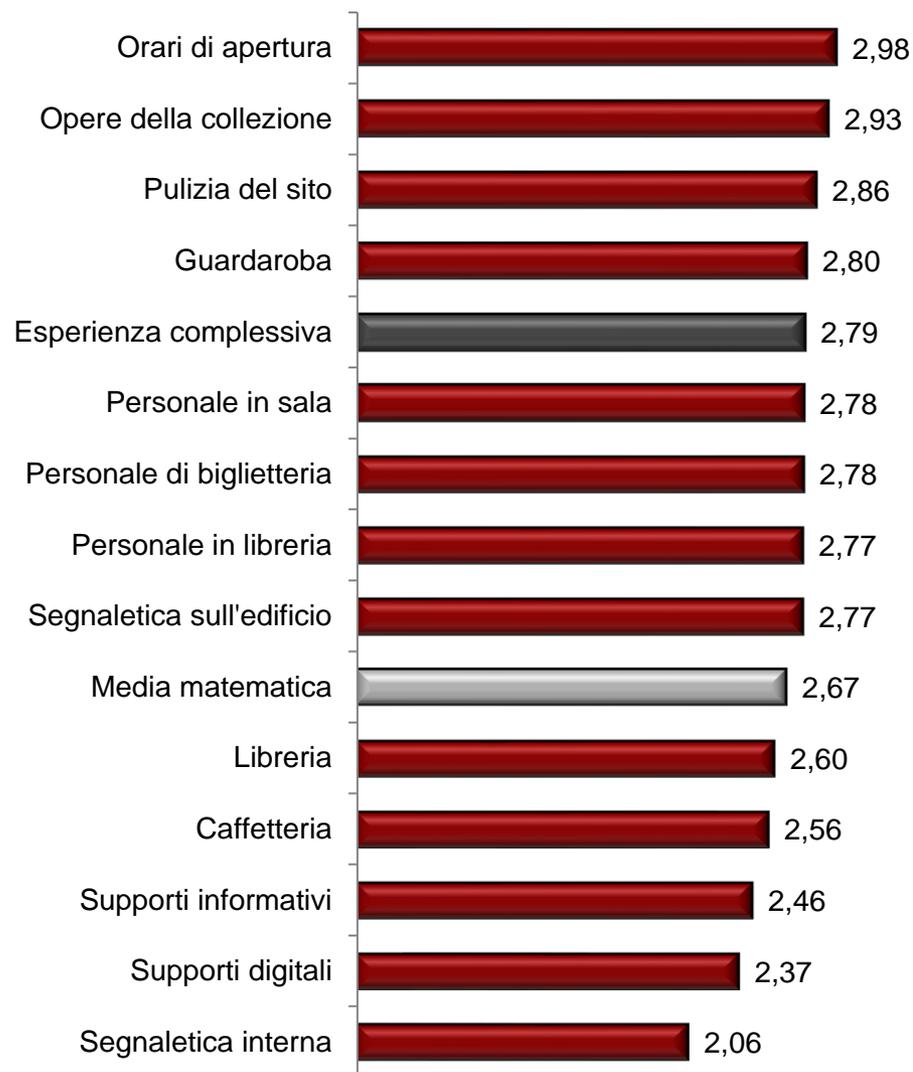
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,67).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: gli **orari di apertura**, le **opere della collezione**, la **pulizia del sito** e il **guardaroba**.

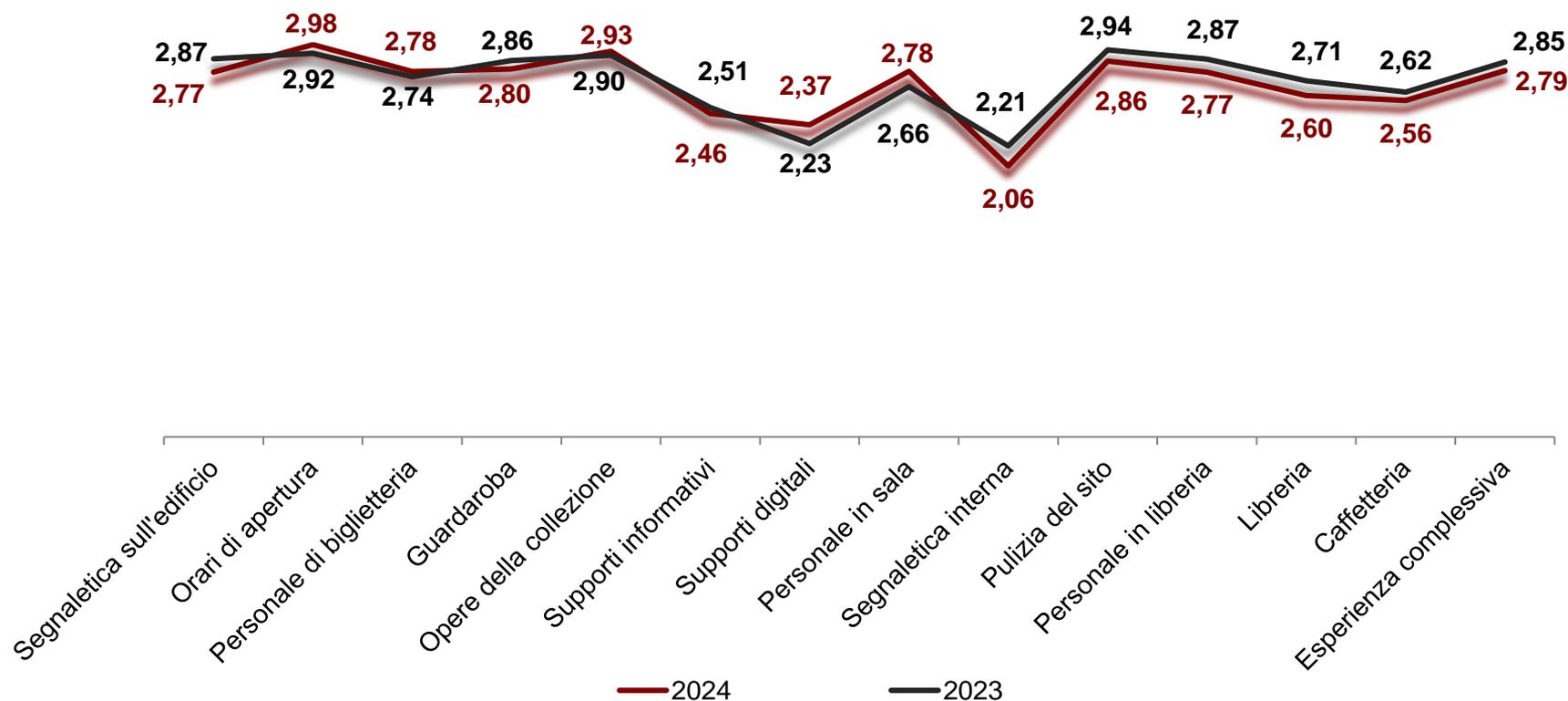
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna**.



Analisi del trend 2023-2024

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

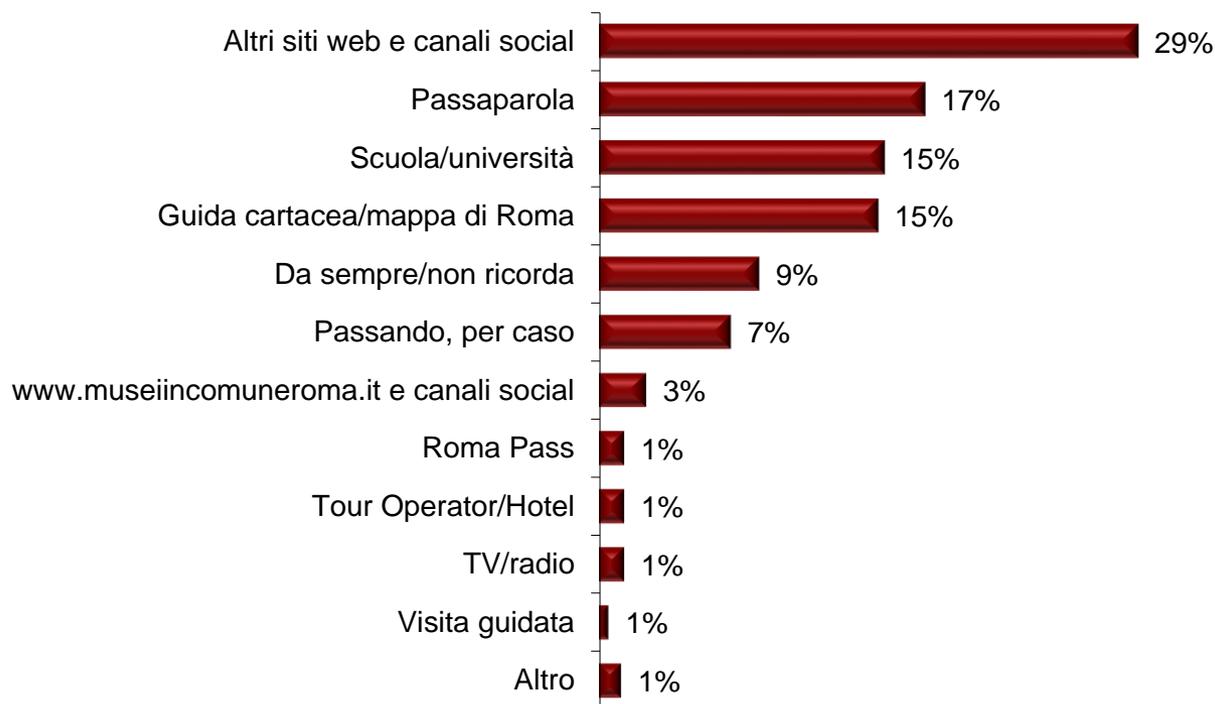
Si rileva un incremento della soddisfazione media sui seguenti aspetti: **orari di apertura, personale di biglietteria, opere della collezione, supporti digitali e personale in sala**. Sulle restanti variabili oggetto d'indagine si registra una flessione, in particolare sulla **segnaletica interna**, che scende, per questa indagine, al di sotto dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 29% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**altri siti web e canali social**”. Poi seguono “**passaparola**” (17%), “**scuola/università**” e “**guida cartacea/mappa di Roma**” (15% per entrambi).

È significativo che a rispondere altri siti web e canali social e guida cartacea/mappa di Roma siano in particolare i turisti stranieri, di età 19-39 anni e 40-54 anni, con titolo di laurea/post laurea, nuovi visitatori. Invece le voci passaparola e scuola/università emergono soprattutto per gli italiani, minorenni, con titolo di scuola media inferiore/superiore, alcuni già stati ai *Musei Capitolini*.

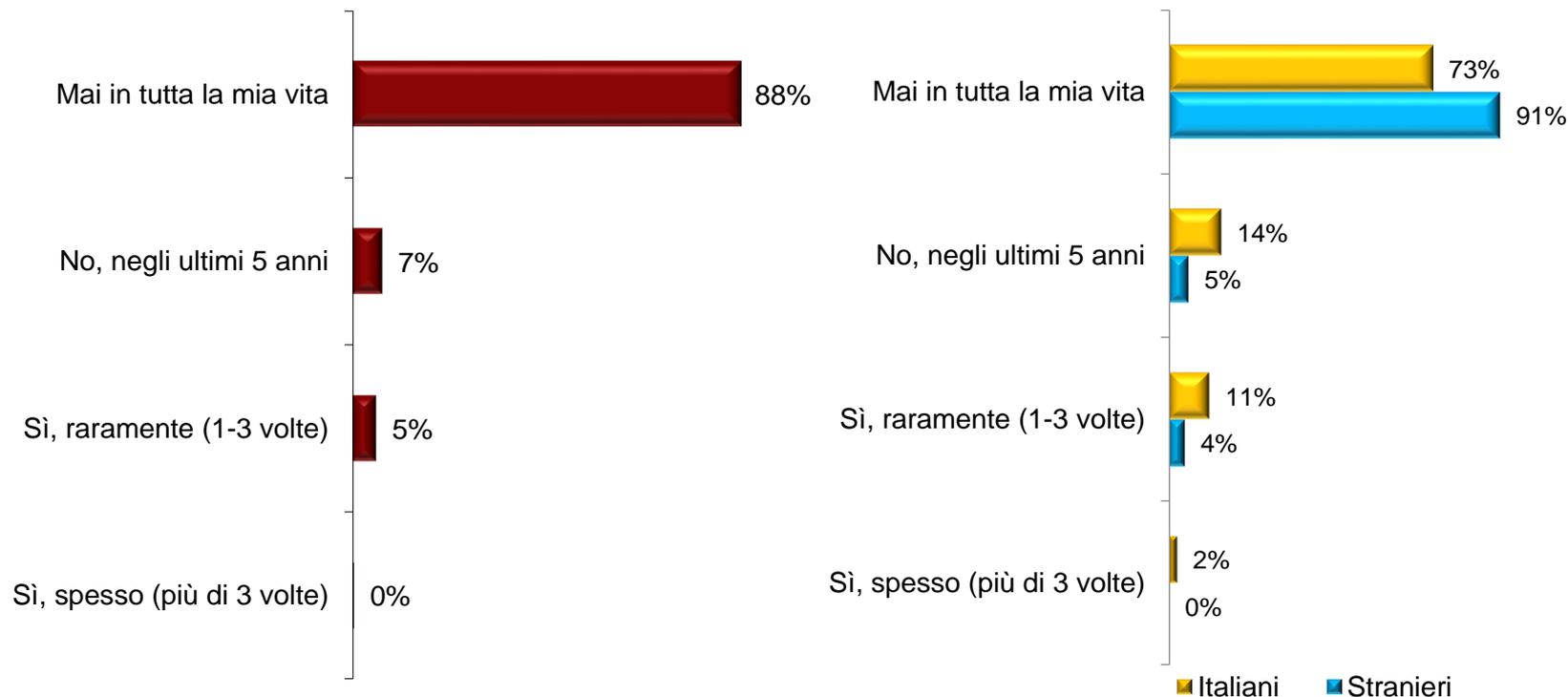


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben l'88% degli intervistati afferma di **non essere mai stato prima** ai *Musei Capitolini*, il 7% non vi si reca dagli ultimi cinque anni, mentre il restante il 5% vi è già stato (raramente "da una a tre volte").

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri (cfr. grafico sottostante a destra), appartenenti alle fasce di età 14-18 anni, 35-44 anni e 55-64 anni, con titolo di diploma, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

Invece ad avere già visto i Musei Capitolini sono prevalentemente i visitatori italiani, di età 19-34 anni e 45-54 anni, con titolo di laurea/post laurea e giudizio uguale alle proprie attese.

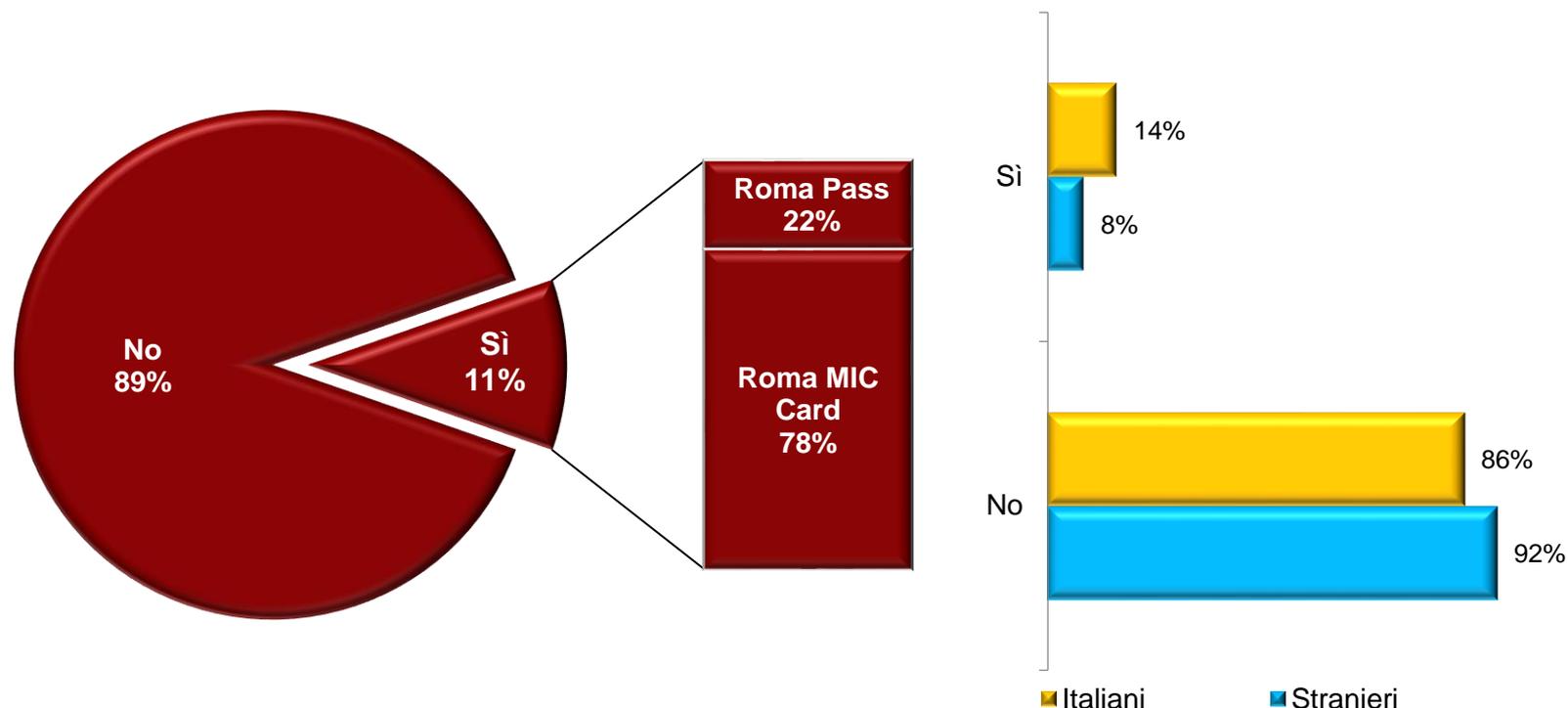


Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'89% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre il restante 11% ne ha usufruito (di cui il 78% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il 22% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano in prevalenza i visitatori italiani (cfr. grafico in basso a destra), che hanno un giudizio uguale alle aspettative.

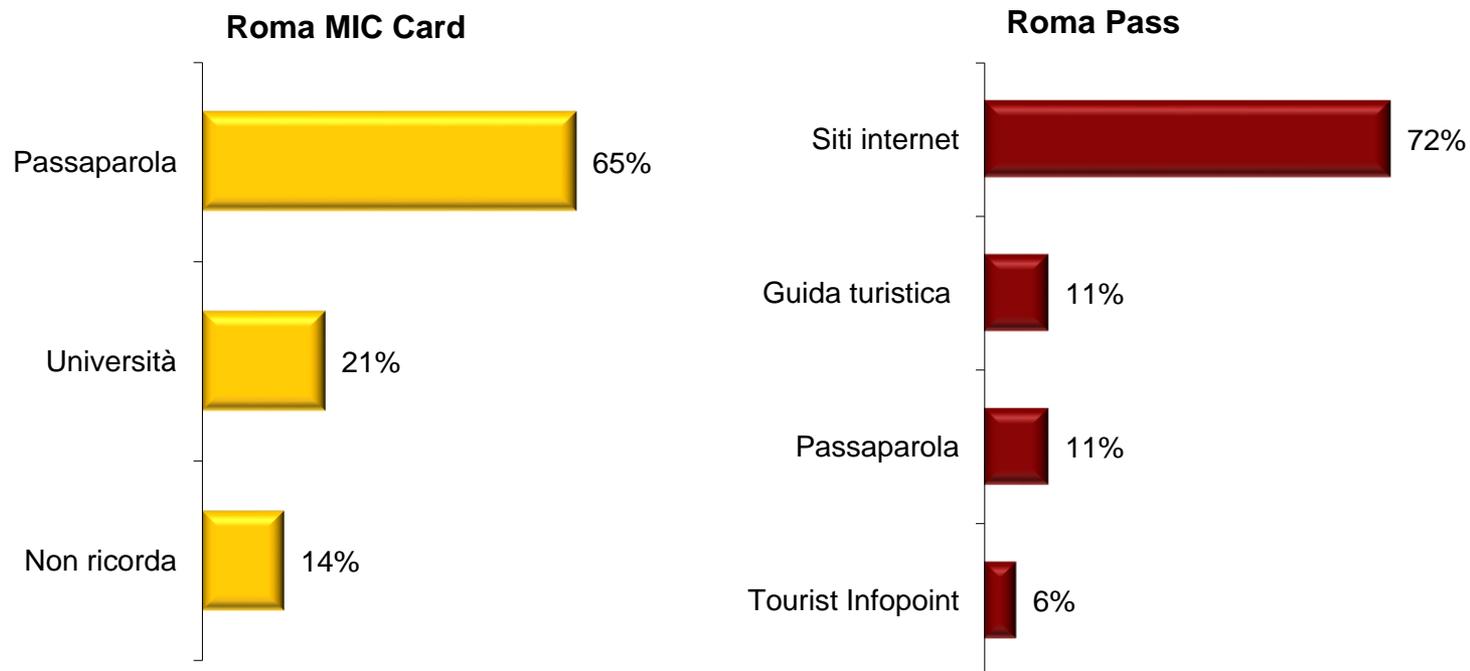
Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare ai *Musei Capitolini*, sono principalmente i visitatori stranieri, il cui giudizio è superiore alle proprie attese o ne sono privi.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (11% sul totale degli intervistati, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono le voci “**passaparola**” (65%) e “**università**” (21%), mentre il 14% “**non ricorda**”.

Invece per la card *Roma Pass* prevalgono le seguenti risposte: **siti internet** (72%), **guida turistica** (11%), **passaparola** (11%) e **Tourist Infopoint** (6%).

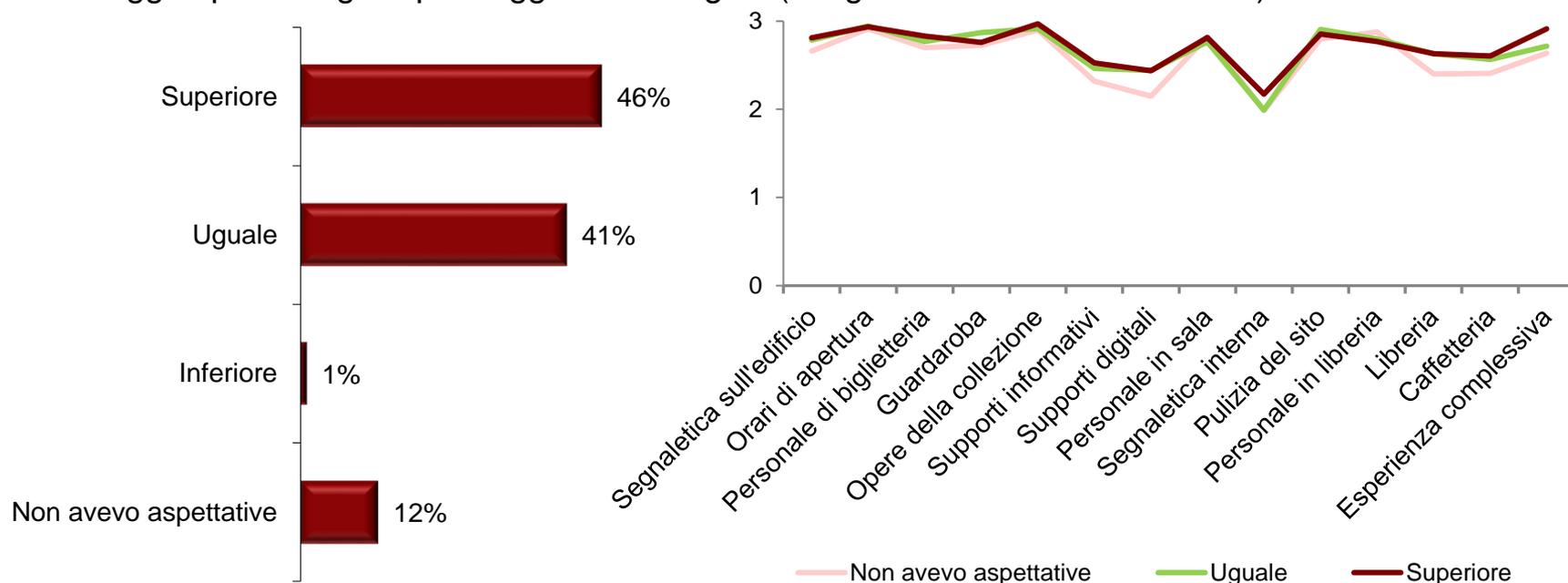


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 46% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie aspettative**, per il 41% è uguale, mentre solo un 1% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie attese. Il 12% del campione infine afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano in particolare i turisti stranieri, con titolo di laurea/post laurea, non hanno utilizzato una card per accedere ai *Musei Capitolini* e hanno visitato vari musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori italiani, diplomati, che hanno usufruito di una card e in quest'ultimo anno sono stati in meno 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).

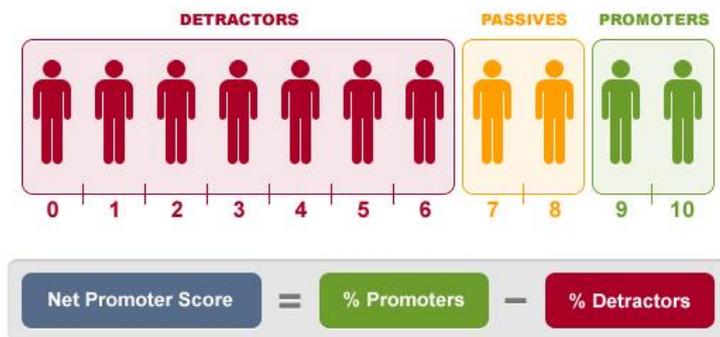


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 i *Musei Capitolini* è pari al **62%**.

Il 38% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece nessun intervistato rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6); ciò è indice di un elevato gradimento del museo visitato.

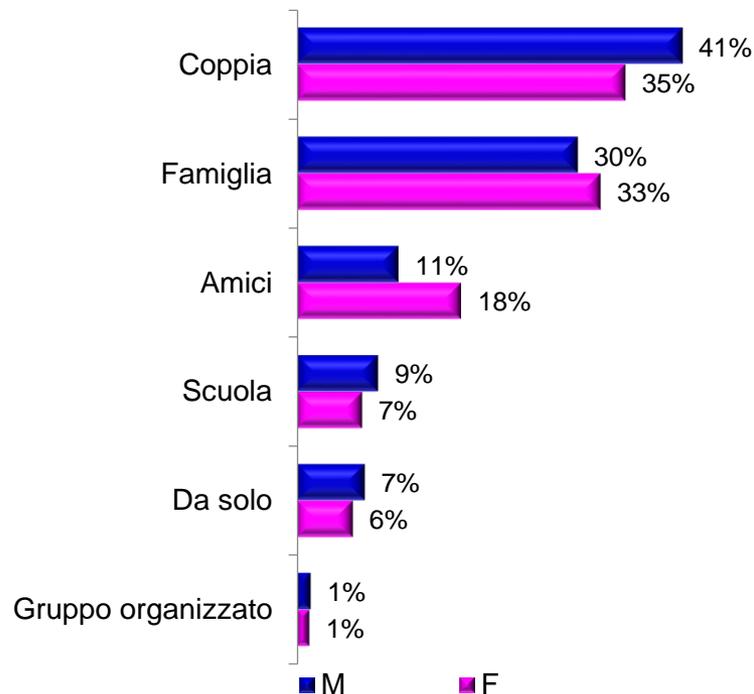
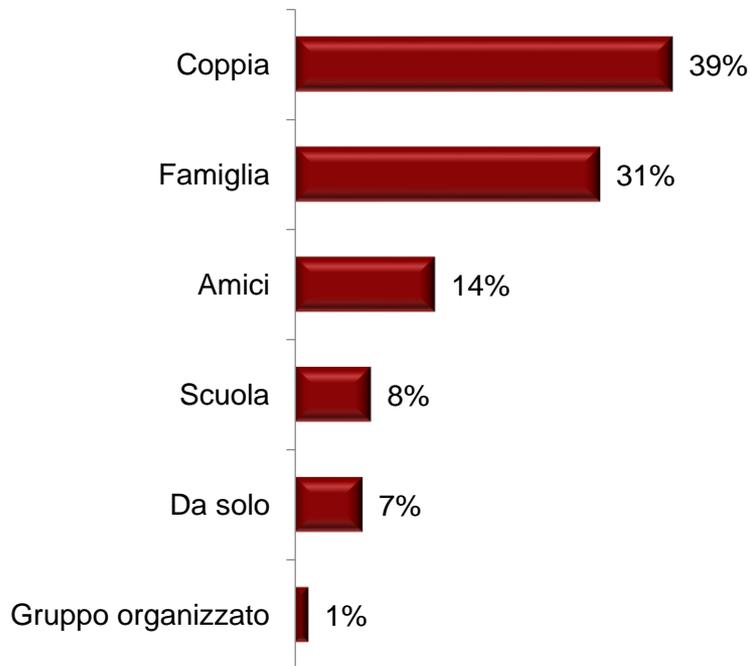


NET PROMOTER SCORE <i>Musei Capitolini</i> 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	0	2	1	37	183	143	214
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	32%	25%	37%
DETRACTORI = 0%							PASSIVI = 38%	PROMOTORI = 62%		
62%-0%=62%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 31% viene con la propria **“famiglia”**, il 14% insieme ad **“amici”**, l’8% con la **“scuola”**, il 7% giunge **“da solo”** e il restante 1% con un **“gruppo organizzato”**.

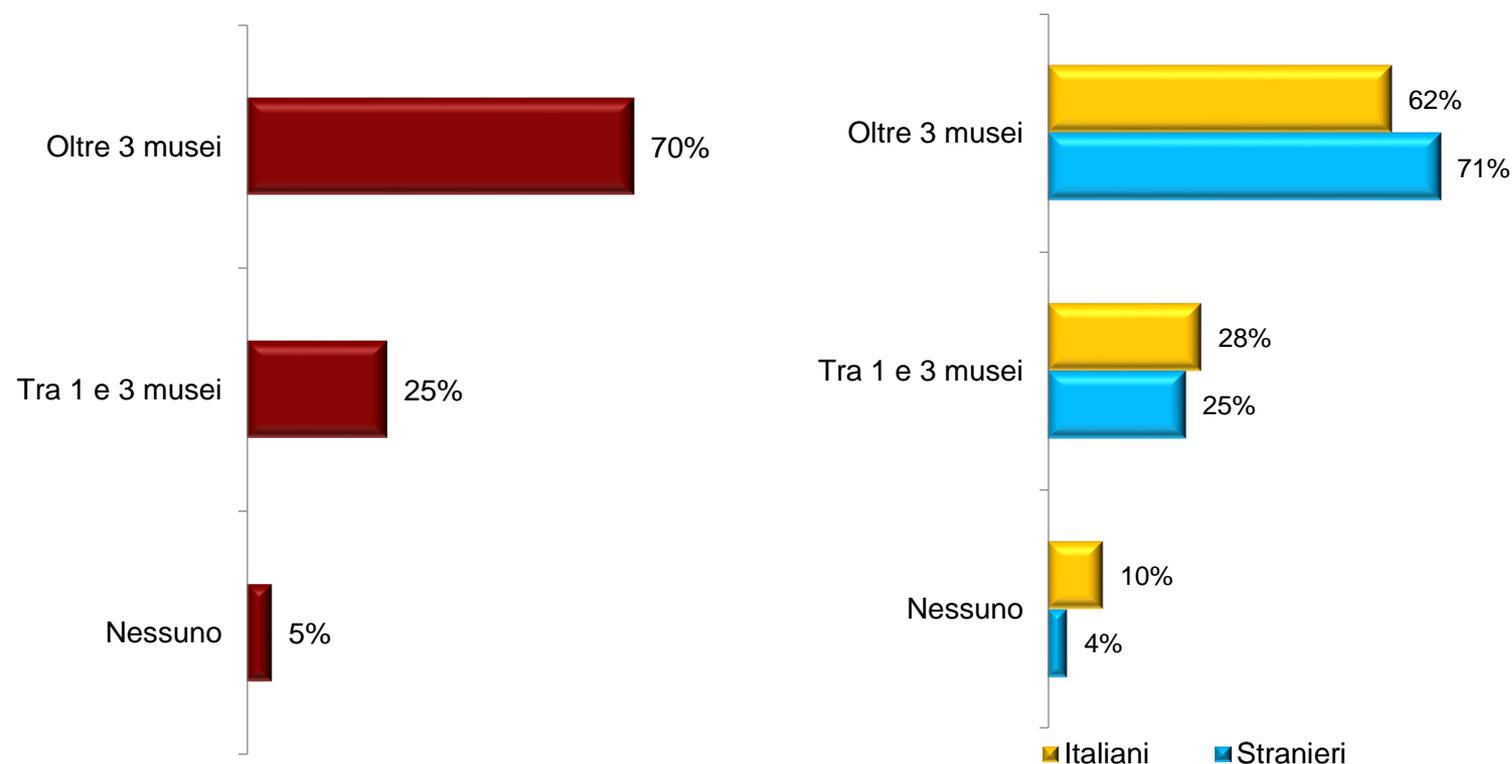
Risulta significativo che a visitare il museo in coppia siano in prevalenza gli uomini (*cfr.* grafico in basso a destra), di età 26-39 anni, italiani, in generale molto soddisfatti. A rispondere con la famiglia sono soprattutto donne, minorenni, di età 40-64 anni, residenti all’estero, abbastanza soddisfatte della loro esperienza ai *Musei Capitolini*. Invece a recarsi con amici sono in particolare donne, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 65-74 anni, italiane, nel complesso molto soddisfatte.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 70% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 25% risponde **“tra uno e tre musei”** e il 5% afferma di non aver visitato alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente gli italiani, privi di attese, in generale abbastanza soddisfatti.



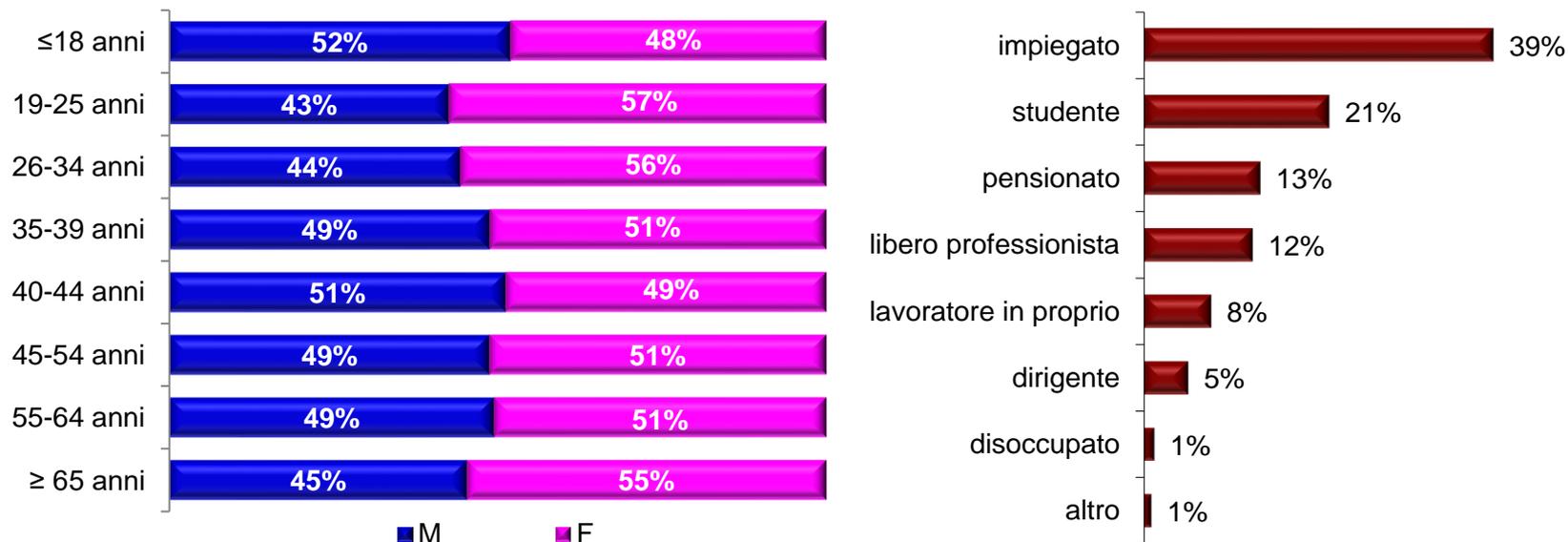
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Il 52% del campione appartiene al **genere femminile** (53% nel 2023), prevalente nelle fasce dei 19-39 anni e over 45 anni. Invece gli uomini emergono nelle restanti fasce (≤ 18 anni e 40-44 anni).

Anche quest'anno tra gli intervistati prevalgono i visitatori di età adulta **45-64 anni** (31%; lo scorso anno erano il 36%). In aumento i minorenni (da 6% a 13%), mentre scendono gli over 65 anni (da 23% a 13%) e resta invariata al 23% la percentuale delle fasce 19-34 anni.

Il 64% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea/post laurea** (69% nell'indagine precedente).

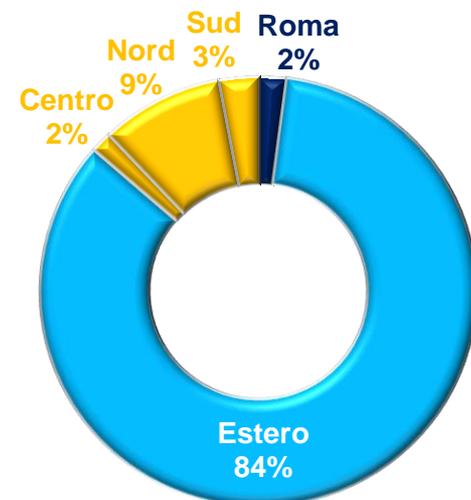
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (39%; erano il 35% nel 2023); seguono gli studenti (in aumento da 16% a 21%) e i pensionati (scendono da 24% a 13%).



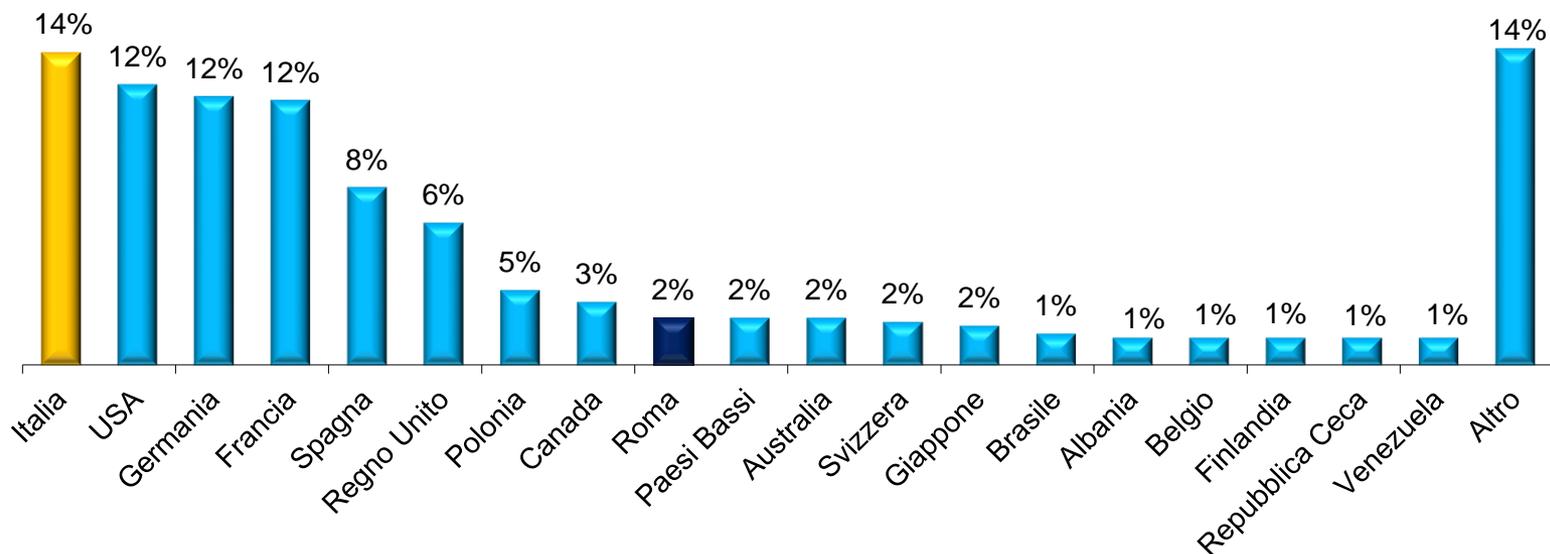
Analisi socio-demografica (provenienza)

Ben l'84% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (89% nella precedente indagine), il 14% giunge da altre province italiane (10% nel 2023), mentre la percentuale dei romani resta pressoché invariata (passa da 1% a 2%).

Tra le nazionalità estere prevalgono la **statunitense**, la **tedesca** e la **francese** (ciascuna raggiunge una percentuale pari al 12% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza dei visitatori.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



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	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,346**	,351**	,246**	,184**	,212**	,198**	,212**	0,027	,169**	,254**	,194**	,211**	,182**
Orari di apertura	,346**	1,000	,285**	,322**	,132**	,155**	,200**	,284**	0,078	,313**	,380**	,366**	,332**	,203**
Personale di biglietteria	,351**	,285**	1,000	,200**	,179**	,275**	,317**	,347**	,260**	,268**	,224**	,236**	,397**	,213**
Guardaroba	,246**	,322**	,200**	1,000	,205**	,311**	,184**	,326**	0,083	,204**	,618**	,566**	,470**	,204**
Opere della collezione	,184**	,132**	,179**	,205**	1,000	,233**	,333**	,183**	0,069	,179**	,360**	,336**	0,102	,379**
Supporti informativi	,212**	,155**	,275**	,311**	,233**	1,000	,624**	,244**	,304**	,270**	,374**	,311**	,264**	,311**
Supporti digitali	,198**	,200**	,317**	,184**	,333**	,624**	1,000	,305**	,218**	,296**	,343**	,248**	,285**	,228**
Personale in sala	,212**	,284**	,347**	,326**	,183**	,244**	,305**	1,000	,286**	,229**	,354**	,271**	,307**	,163**
Segnaletica interna	0,027	0,078	,260**	0,083	0,069	,304**	,218**	,286**	1,000	,331**	,197**	0,121	,285**	,229**
Pulizia del sito	,169**	,313**	,268**	,204**	,179**	,270**	,296**	,229**	,331**	1,000	,345**	,302**	,444**	,270**
Personale in libreria	,254**	,380**	,224**	,618**	,360**	,374**	,343**	,354**	,197**	,345**	1,000	,759**	,528**	,219**
Libreria	,194**	,366**	,236**	,566**	,336**	,311**	,248**	,271**	0,121	,302**	,759**	1,000	,593**	,278**
Caffetteria	,211**	,332**	,397**	,470**	0,102	,264**	,285**	,307**	,285**	,444**	,528**	,593**	1,000	,356**
Esperienza complessiva	,182**	,203**	,213**	,204**	,379**	,311**	,228**	,163**	,229**	,270**	,219**	,278**	,356**	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 sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

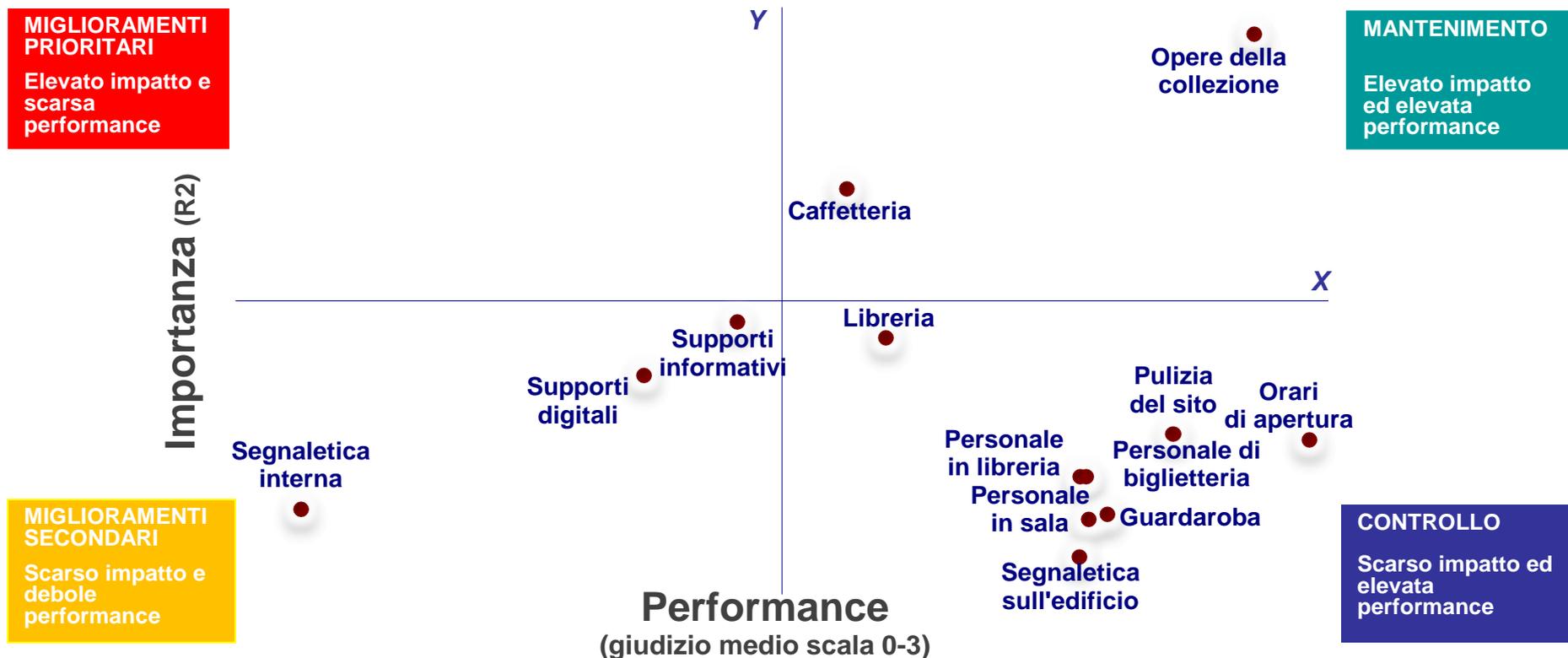
Per i *Musei Capitolini* le **opere della collezione** e la **caffetteria** (il 34% degli intervistati ha risposto su tale servizio) sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,356
Caffetteria	0,379
Supporti informativi	0,311
Libreria	0,278
Pulizia del sito	0,270
Segnaletica interna	0,229
Supporti digitali	0,228
Personale in libreria	0,219
Personale di biglietteria	0,213
Guardaroba	0,204
Orari di apertura	0,203
Segnaletica sull'edificio	0,182
Personale in sala	0,163

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa (quadrante in alto a destra), insieme alla **caffetteria**, seppure quest'ultimo abbia 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.

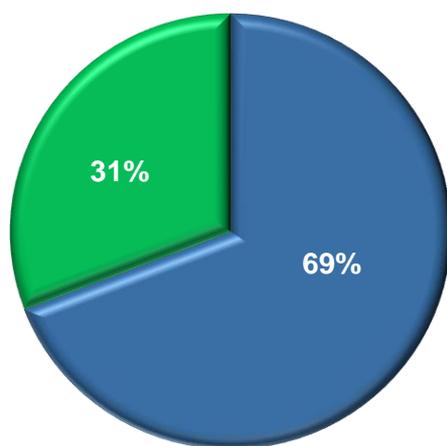
Cluster Analysis

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

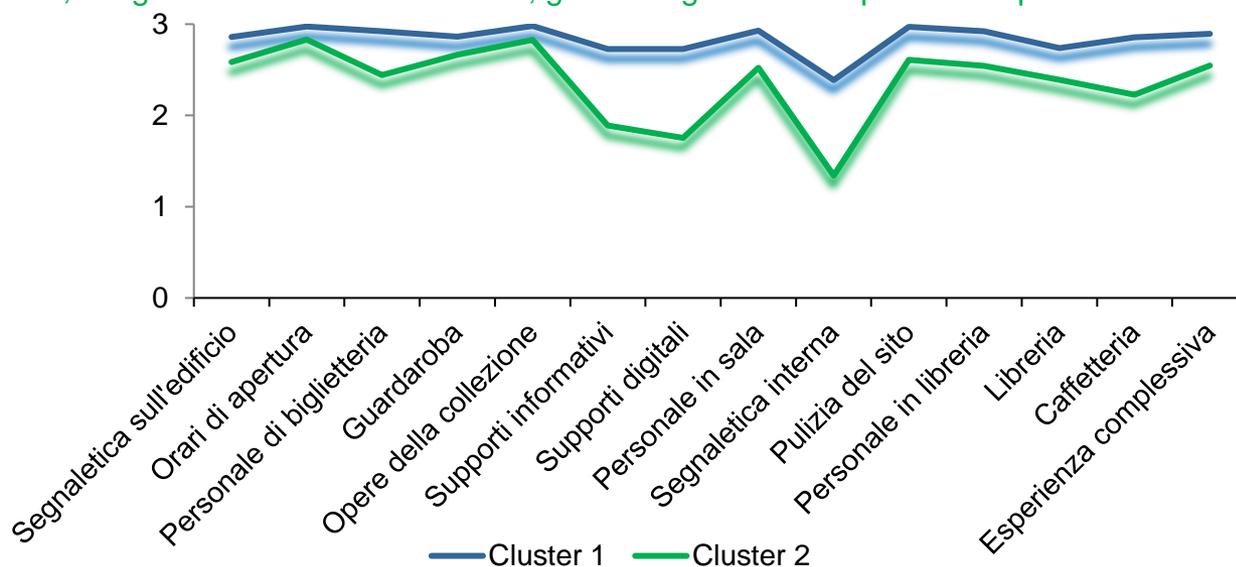
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (402 individui per il *Cluster 1* e 179 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che la 1° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto soddisfatti: in prevalenza turisti stranieri; di età 19-34 anni e ≥65 anni; diplomati; impiegati e pensionati; scoprono il museo tramite passaparola e passando per caso; vengono in coppia, con la propria famiglia o amici, giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza visitatori italiani; minorenni e di età 45-54 anni; con titolo di scuola media inferiore o laurea; studenti e liberi professionisti; scoprono il museo tramite scuola/università, portale www.museiincomuneroma.it e social; vengono con la scuola o da soli; giudizio uguale alle aspettative o privi di attese.



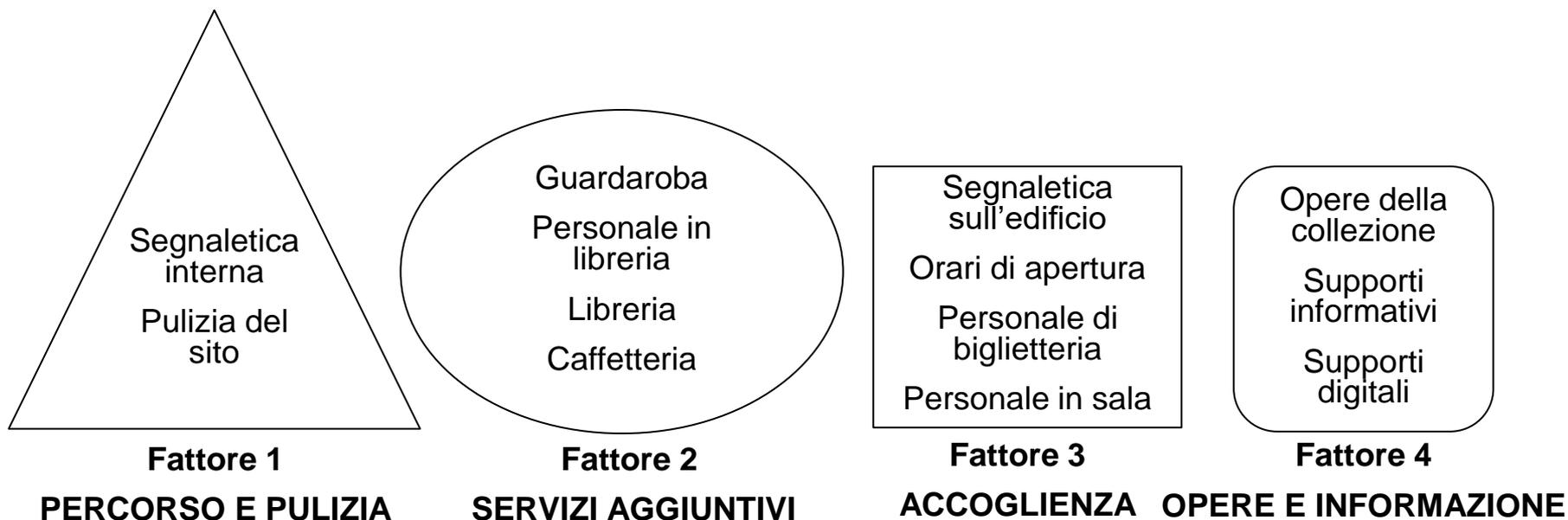
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

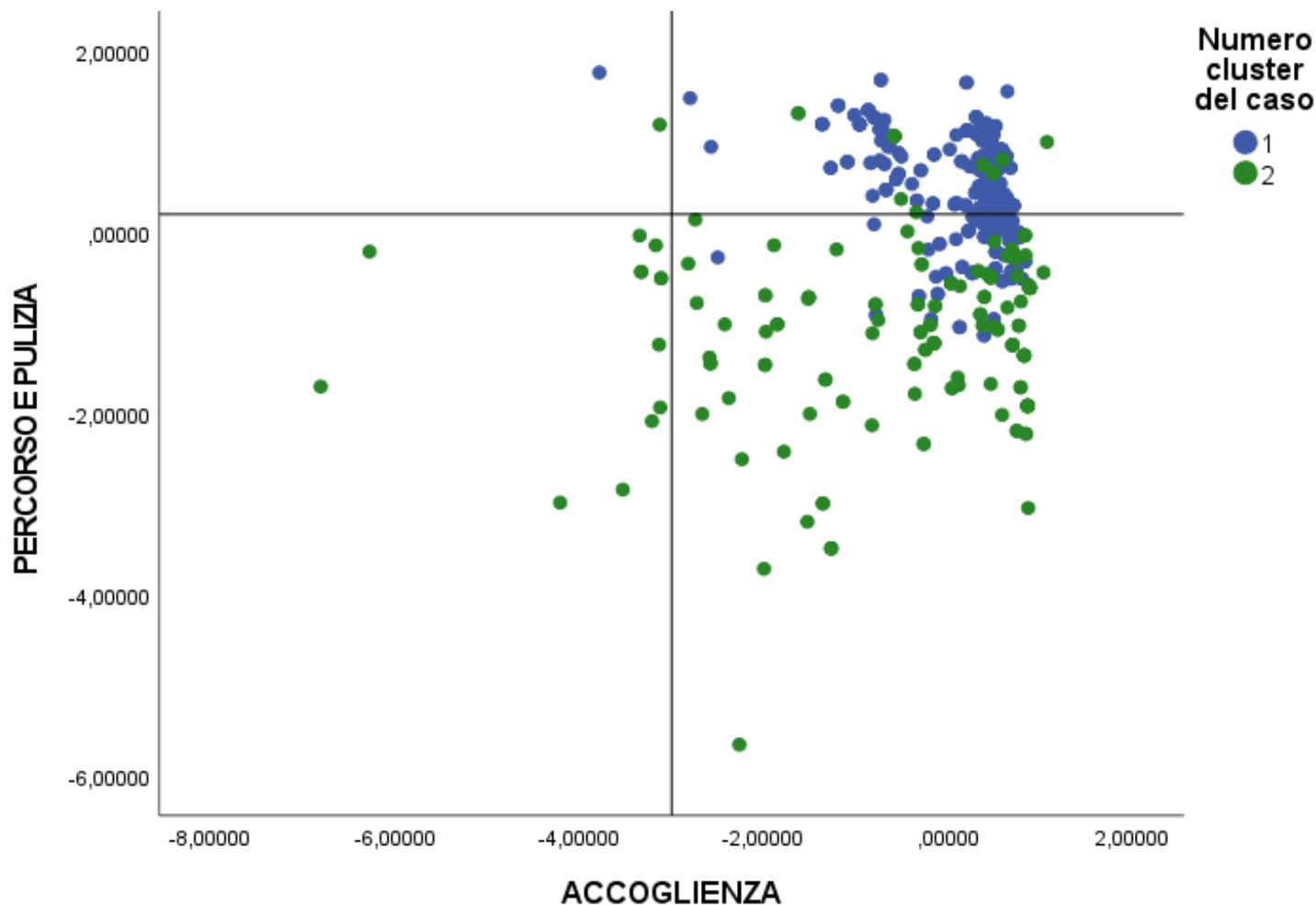
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 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 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Percorso e Pulizia*).



Suggerimenti (1/2)

NIENTE da migliorare. **Totale 314**

ELOGI museo bellissimo (6); personale in sala molto gentile (3). **Totale 9**

SEGNALETICA INTERNA confusa, poco chiara (86); più indicazioni sui vari servizi disponibili e sulle sale espositive (44); manca una mappa (19); sarebbero utili delle frecce direzionali sul percorso da seguire (18). **Totale 167**

SUPPORTI INFORMATIVI tradotti in altre lingue (15); su tutte le opere, manca un'introduzione in ogni sala (9); pannelli lunghi e noiosi (9); carenti, più informazioni e aneddoti (8); altro (3). **Totale 44**

SUPPORTI DIGITALI da aumentare, più video (15); anche in altre lingue (5); alzare il volume (4). **Totale 24**

PERCORSO poco chiaro, confuso (14); breve con le opere principali (7). **Totale 21**

COMUNICAZIONE più informazioni sul dépliant, manca una mappa cartacea (18); altro (2). **Totale 20**

POSTI A SEDERE da aggiungere. **Totale 17**

SERVIZI IGIENICI maggiore pulizia (9); altro (2). **Totale 11**

Suggerimenti (2/2)

SITO WEB acquisto online difficoltoso (4); da migliorare (3); altro (2). **Totale 9**

BIGLIETTERIA maggiore cortesia (4); avvisare della disponibilità di noleggiare le videoguide e possibilità di pagare con carta di credito (4). **Totale 8**

DIDATTICA possibilità di visita guidata sul posto (4); altro (2). **Totale 6**

VIDEOGUIDA trovare un'alternativa al deposito del documento; rendere più visibili i numeri.
Totale 5

ALTRO. Totale 17

TOTALE 349 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"/>
Personale in libreria	<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 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:.....