

Indagini di Customer Satisfaction

Museo dell'Ara Pacis

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 2024-2025
- 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 amici/parenti
- 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. **412** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 22 al 26 settembre** presso il **Museo dell'Ara Pacis** (gli intervistati rappresentano il 33% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

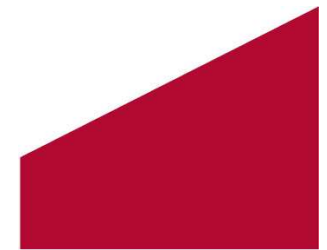
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 1,35\%$.

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 2025, 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 **2,67** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono gli **orari di apertura** (2,99), la **pulizia del sito** (2,96), il **personale in sala** (2,86) e **di biglietteria** (2,85), la **segnaletica sull'edificio** (2,83) e **interna** (2,79) e le **opere della collezione** (2,74).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.

Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva.

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti digitali** (n. 51 suggerimenti) e **informativi** (n. 43 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **turisti stranieri** (75% sul totale), **studenti** (32%) e **impiegati** (29%), con titolo di **laurea/post laurea** (49%), soprattutto di età **45-74 anni** (39% sul totale). Inoltre, si evidenzia che le fasce dei giovani fino ai 25 anni raggiungono il 35% sul totale.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite **scuola/università** (36%); seguono **passando, per caso** (17%) e **passaparola** (14%).

È significativo che a rispondere *scuola/università* siano soprattutto i residenti a Roma, minorenni, con titolo di scuola media inferiore/superiore, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

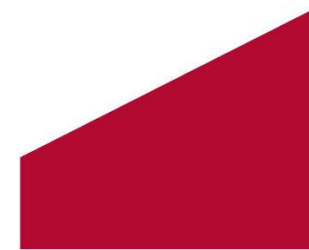


Tabella riassuntiva

Museo dell'Ara Pacis 2025	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,83	3,00	408	4	0,421	85%	0%	98%
Orari di apertura	2,99	3,00	400	12	0,122	99%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,85	3,00	363	49	0,354	85%	0%	100%
Guardaroba	2,70	3,00	184	228	0,496	71%	0%	98%
Opere della collezione	2,74	3,00	409	3	0,467	75%	0%	99%
Supporti informativi	2,46	2,00	372	40	0,570	50%	0%	96%
Supporti digitali	2,56	3,00	313	99	0,581	60%	0%	96%
Personale in sala	2,86	3,00	357	55	0,358	86%	0%	100%
Segnaletica interna	2,79	3,00	406	6	0,433	80%	0%	99%
Pulizia del sito	2,96	3,00	412	0	0,217	97%	0%	100%
Libreria	2,36	2,00	196	216	0,531	38%	0%	97%
Esperienza complessiva	2,67	3,00	412	0	0,516	69%	0%	98%

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

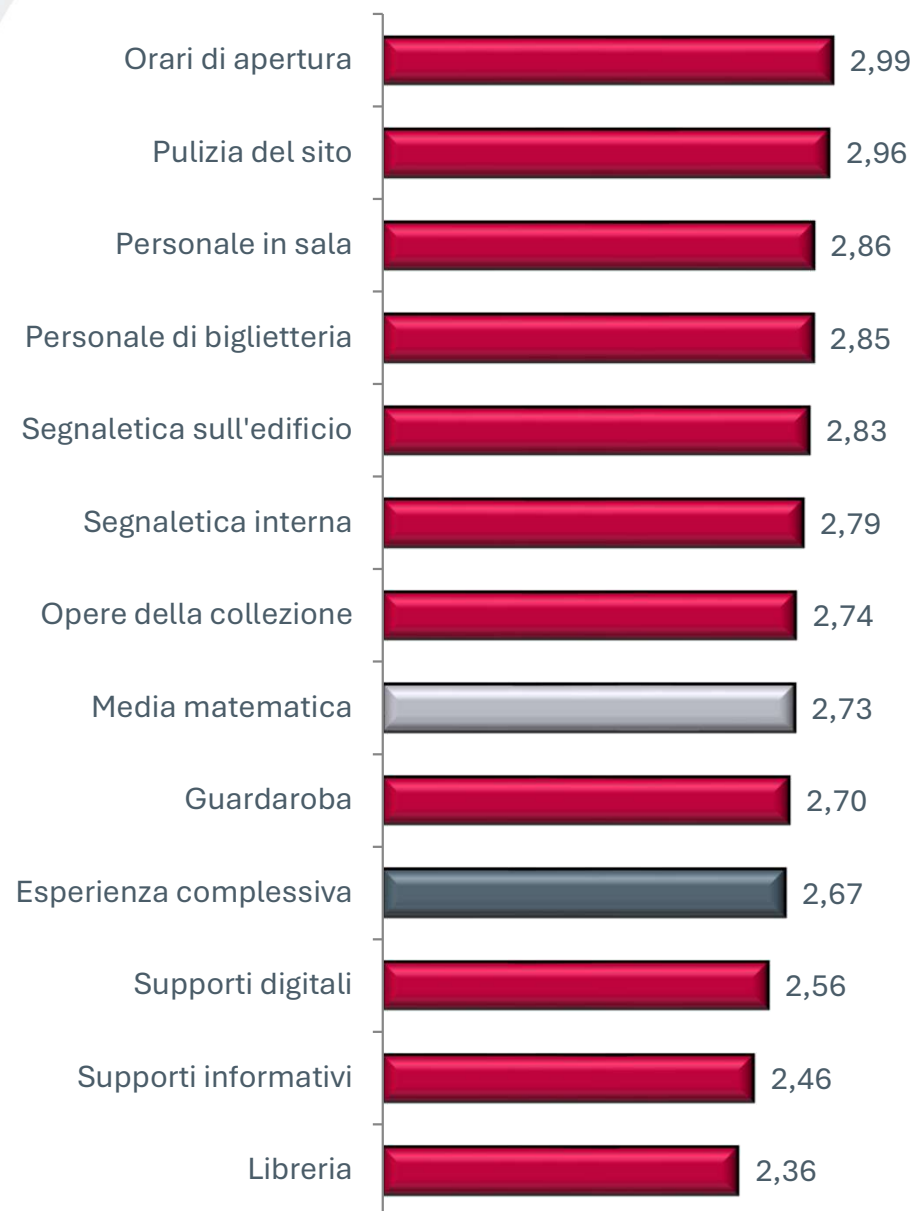
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,73).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Tra gli aspetti maggiormente graditi emergono gli **orari di apertura**, la **pulizia del sito**, il **personale (in sala e di biglietteria)**, la **segnaletica (sull'edificio e interna)**, le **opere della collezione**.

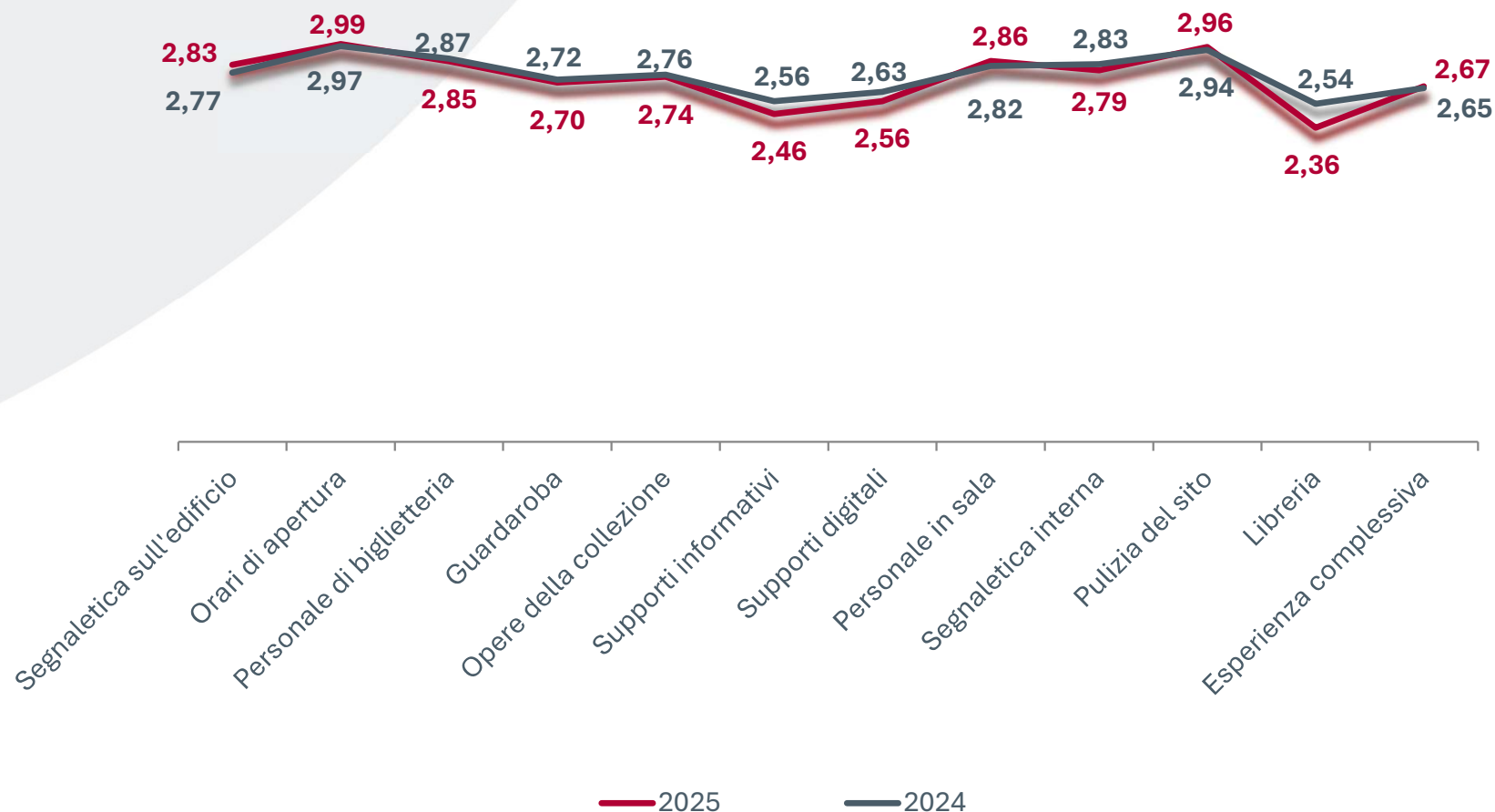
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2024-2025

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta piuttosto costante e lineare.

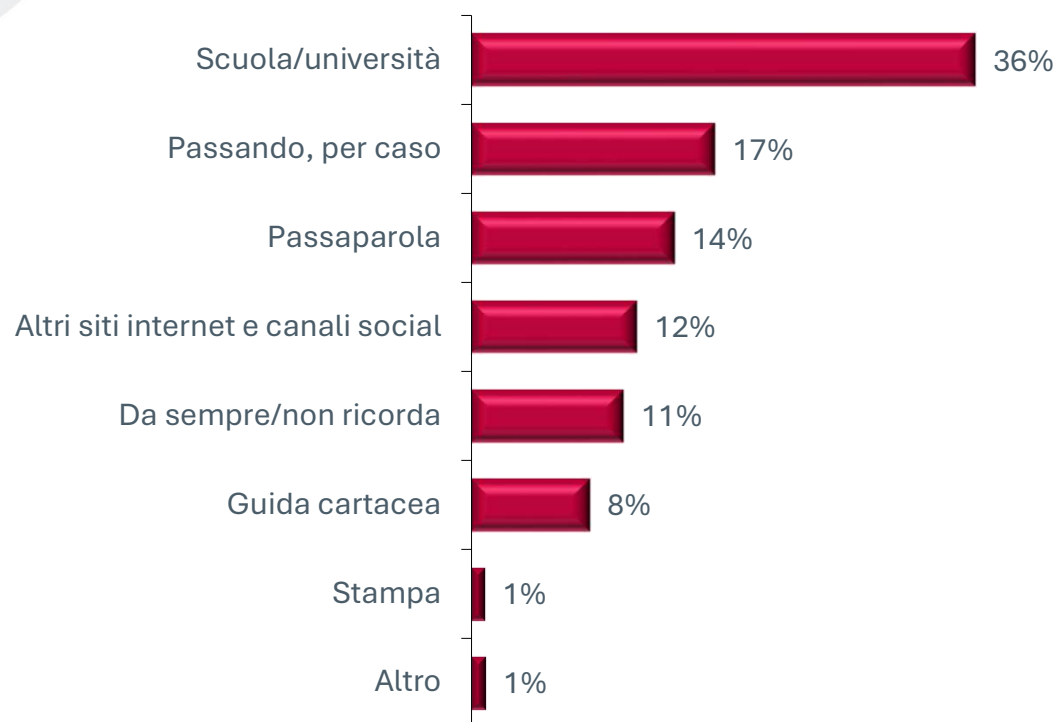
Si evidenzia un lieve decremento della soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine, mentre le medie aumentano sulle seguenti variabili: **segnaletica sull'edificio**, **orari di apertura**, **personale in sala**, **pulizia del sito** ed **esperienza complessiva**.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 36% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo attraverso “**scuola/università**”; poi seguono le voci “**passando, per caso**” (17%) e “**passaparola**” (14%).

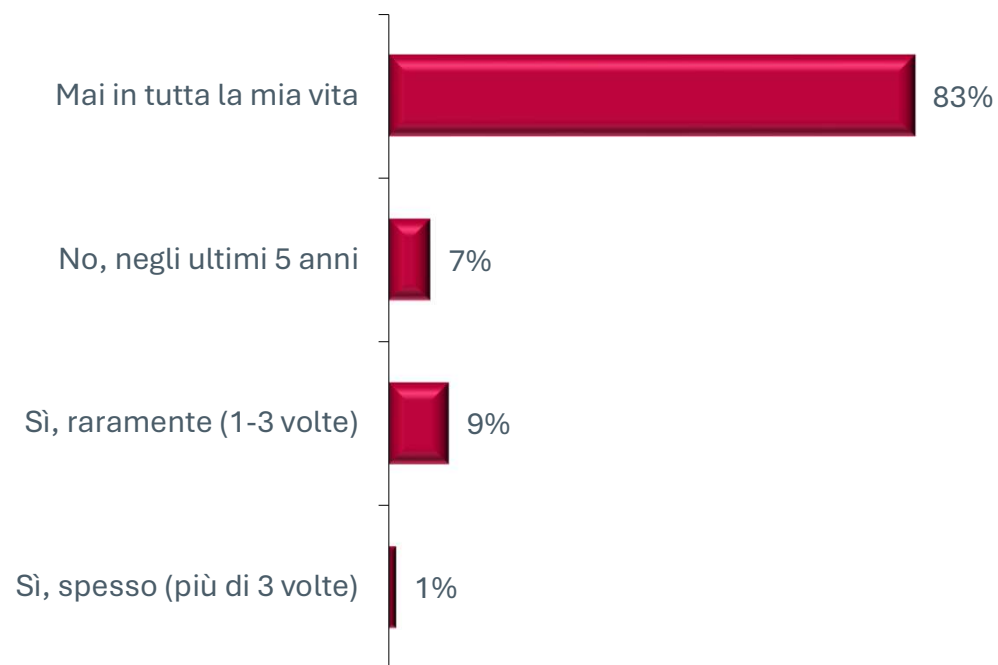
È significativo che a rispondere scuola/università siano soprattutto i residenti a Roma, minorenni, con titolo di scuola media inferiore/superiore, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti. La voce passando, per caso prevale per i turisti stranieri, di età 26-39 anni, laureati, privi di aspettative, nel complesso abbastanza soddisfatti. Infine, il passaparola emerge per i turisti (sia italiani che stranieri), di età 55-74 anni, con titolo di laurea/post laurea, il loro giudizio è uguale alle aspettative e sono molto soddisfatti della loro esperienza.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Solo il 10% degli intervistati dichiara **di essere già stato** al *Museo dell'Ara Pacis* (di questi il 9% “*raramente, da una a tre volte*” e l’1% “*spesso, più di tre volte*”), mentre ben l’83% vi si è recato per la prima volta e il restante 7% non vi è stato negli ultimi cinque anni.

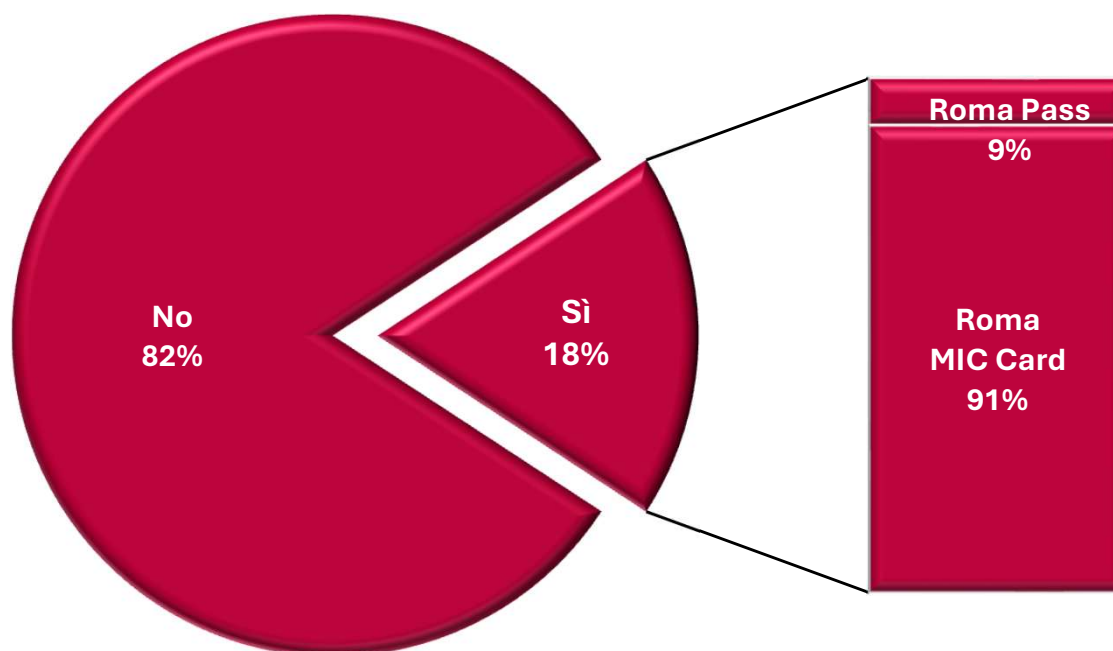
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza i turisti stranieri, minorenni e di età 26-44 anni, privi di aspettative e non hanno utilizzato alcuna card per entrare. Invece ad essere già stati al museo sono principalmente i visitatori italiani, di età 19-25 anni e over 45 anni, con giudizio superiore o uguale alle proprie attese e alcuni di essi hanno utilizzato la *Roma MIC Card* per accedere al museo.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'82% degli intervistati non ha utilizzato alcuna card per entrare nel museo, mentre il restante 18% ne ha usufruito (di cui il 91% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il 9% alla **Roma Pass**).

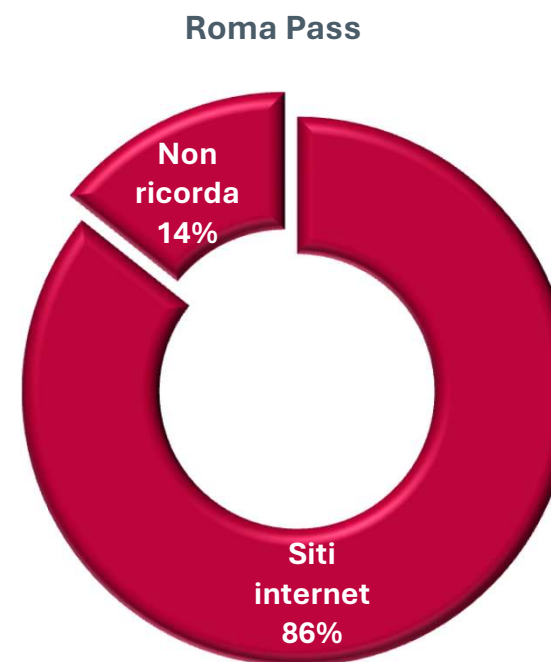
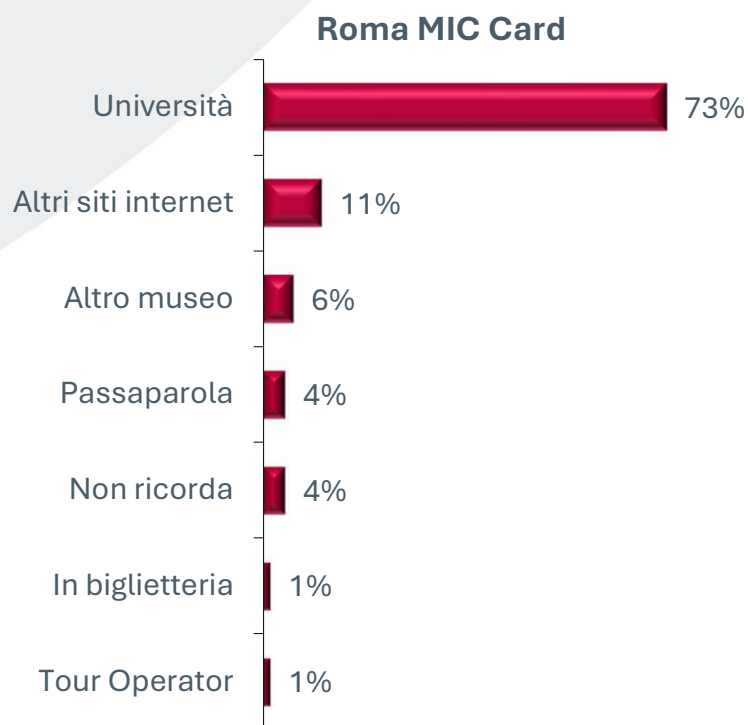
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i romani, di età 19-25 anni, diplomati, alcuni già stati al *Museo dell'Ara Pacis*, il loro giudizio è uguale alle aspettative e hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere usufruito di alcuna card sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), di età adulta over 45 anni, con titolo di laurea/post laurea, nuovi visitatori, che hanno un giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi e in quest'ultimo anno sono 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 (18% sul campione totale, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emerge in particolare la voce “**università**” (73%).

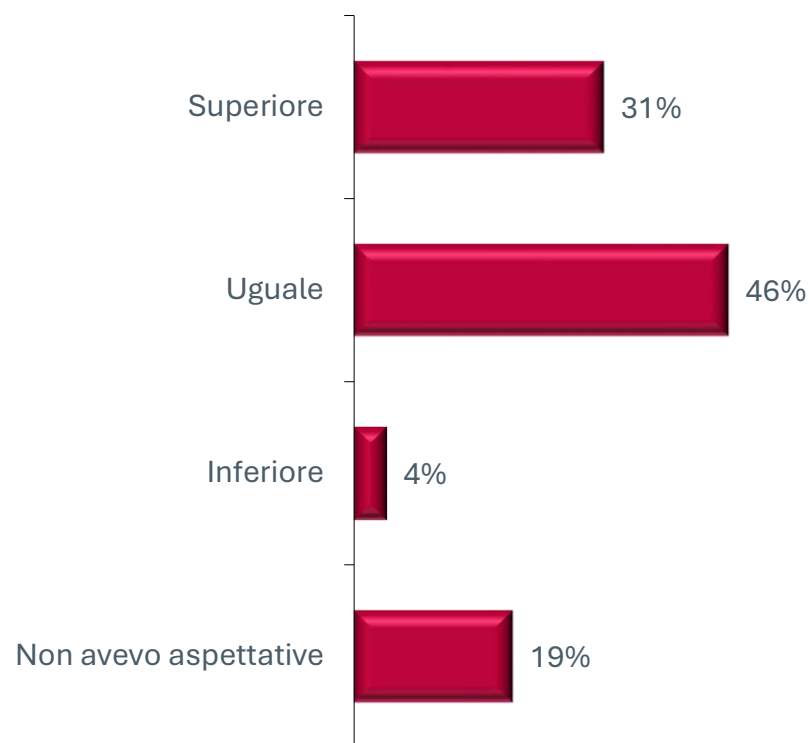
Invece per la card *Roma Pass* le risposte rilasciate sono le seguenti: **siti internet** (86%) e **non ricorda** (14%).



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 46% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 31% è superiore, mentre solo il 4% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 19% del campione afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano in particolare i turisti, nuovi visitatori, che hanno frequentato più di tre musei nell'ultimo anno e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono soprattutto i residenti a Roma, già stati al *Museo dell'Ara Pacis*, hanno visto tra uno e tre musei negli ultimi dodici mesi, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

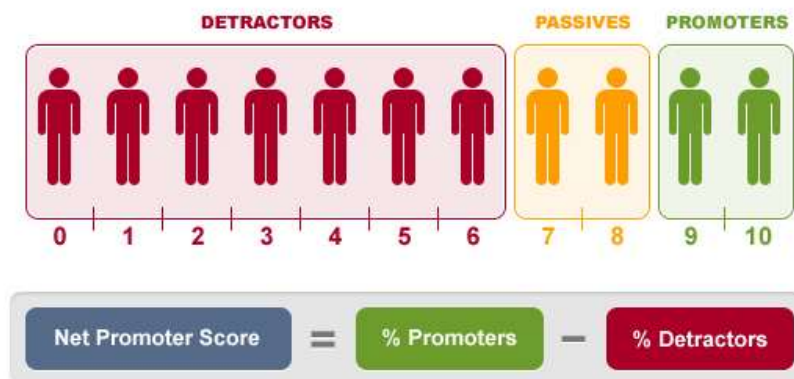


Consiglierebbe questo museo ad amici/parenti

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10 - e i **detrattori**, ovvero utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà questo museo è pari al **41%**.

Inoltre, si evidenzia che ben il 51% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 4% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

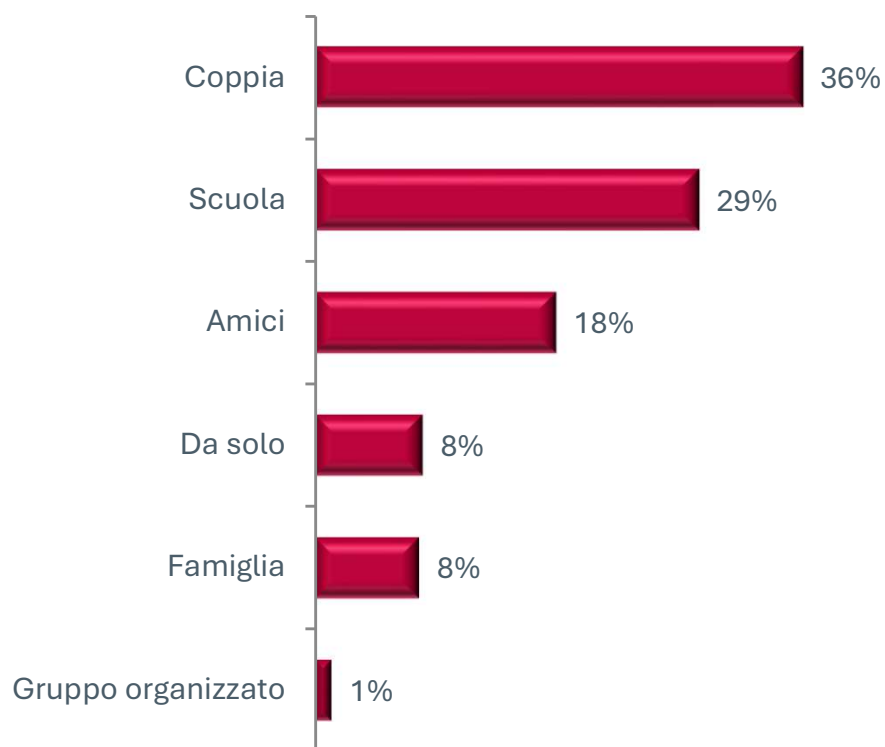


NET PROMOTER SCORE										
Museo dell'Ara Pacis 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	5	12	64	146	108	77
0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%	16%	35%	26%	19%
DETRATTORI = 4%							PASSIVI= 51%		PROMOTORI= 45%	
45%-4%=41%										

Con chi ha visitato il museo

Il 36% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 29% con la “**scuola**”, il 18% insieme agli “**amici**”, un 8% risponde “**da solo**” e con la propria “**famiglia**” mentre il restante 1% ha scelto un “**gruppo organizzato**”.

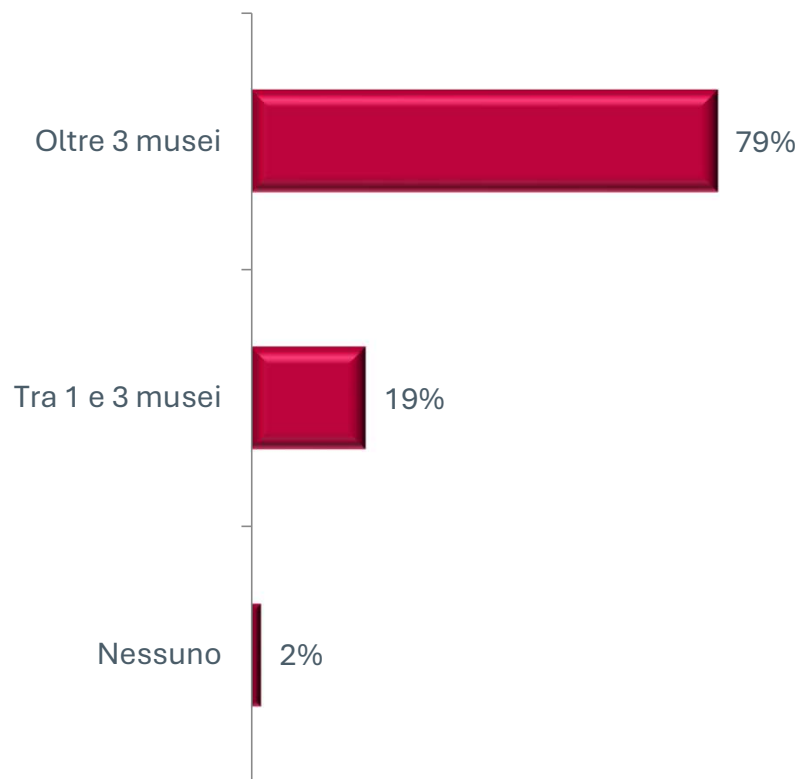
Risulta significativo che a visitare il museo in coppia siano stati in particolare i turisti italiani, appartenenti alle fasce di età 26-39 anni e 45-54 anni, nuovi visitatori, con titolo di laurea/post laurea, che hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece a venire con la scuola sono in prevalenza i romani oppure i turisti stranieri, di età giovane fino ai 25 anni, alcuni già stati in questo museo (residenti a Roma), con titolo di scuola media/superiore, che affermano di essere stati in più di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 79% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 19% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il restante 2% afferma di non essere stato quest'anno in alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie attese, nel complesso molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono in prevalenza i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), privi di aspettative, abbastanza soddisfatti della loro esperienza al *Museo dell'Ara Pacis*.



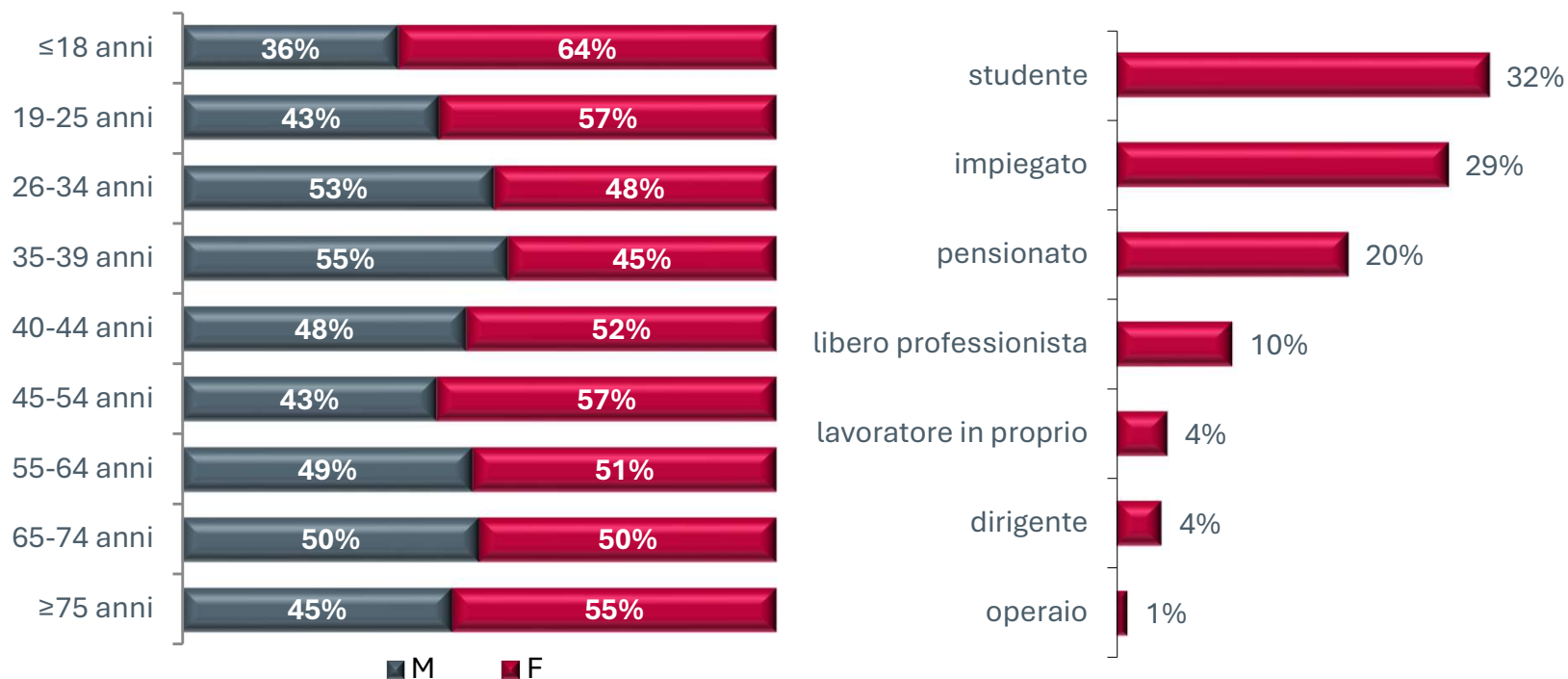
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 54% del campione appartiene al **genere femminile**, soprattutto nelle fasce dei minori di 25 anni e al di sopra dei 40 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 26-39 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **45-74 anni**, che raggiungono complessivamente il 39% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia che le fasce dei **giovani fino ai 25 anni** raggiungono il 35% sul totale.

Il 49% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea/post laurea**.

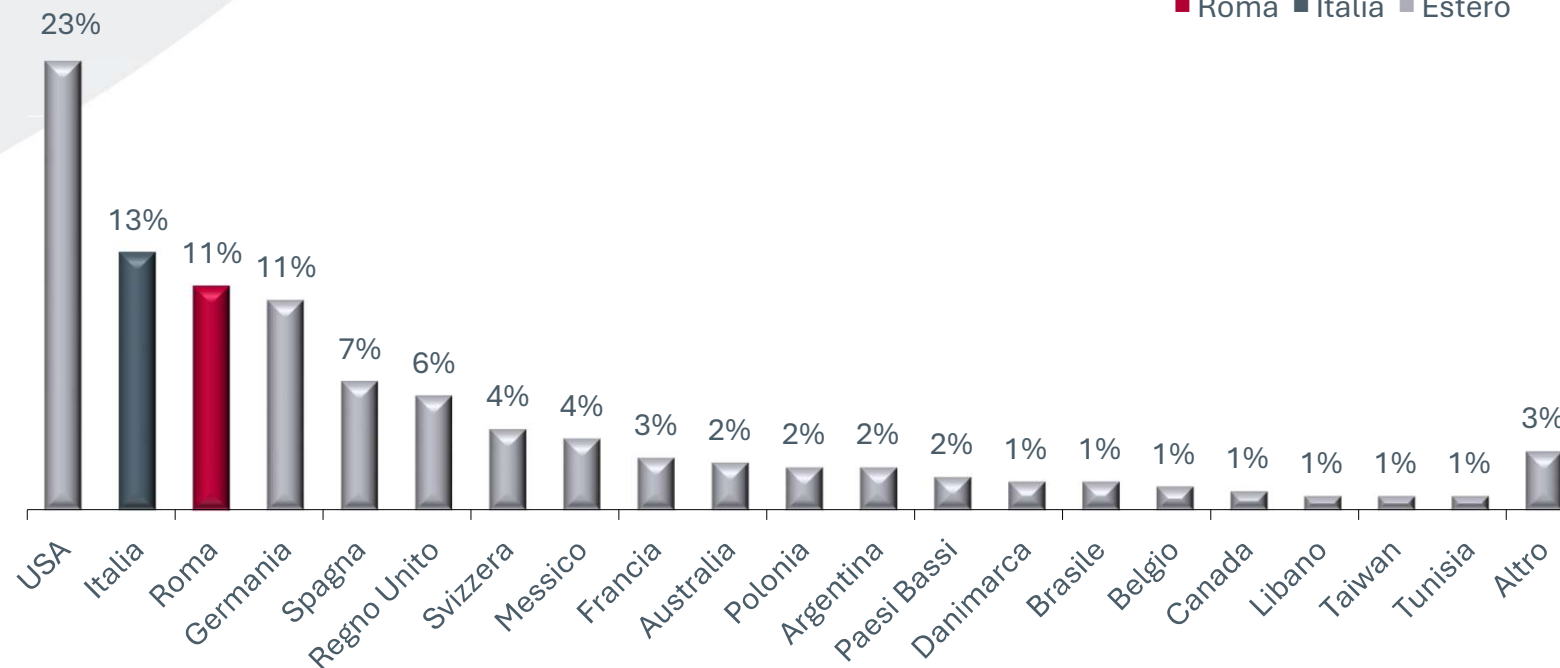
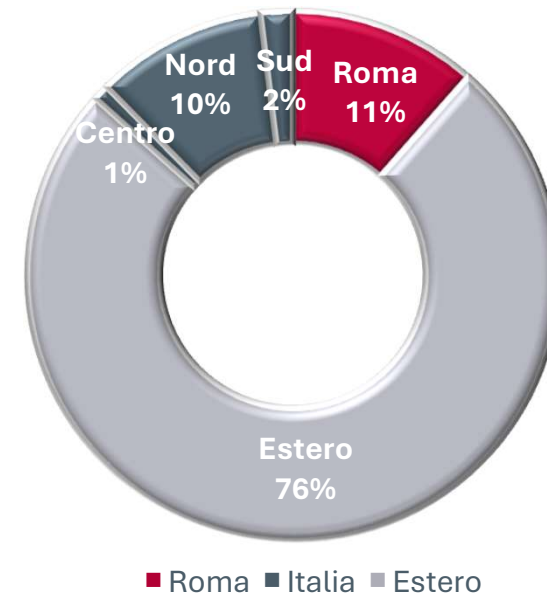
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **studenti** (32%) e gli **impiegati** (29%); seguono i pensionati (20%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 76% degli intervistati è costituito da visitatori che giungono dall'**estero**, mentre il 13% sono i turisti italiani (di cui il 10% giunge dal *Nord Italia*, il 2% dal *Sud* e l'1% dal *Centro*) e il restante 11% è costituito da romani.

Tra le nazionalità estere prevale nettamente la **statunitense** (23% sul totale degli intervistati), seguita da quella **tedesca** (11%); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza dei visitatori.



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	,139**	,213**	,374**	0,084	,142**	-0,016	,138**	0,072	,401**	,258**	,250**
Orari di apertura	,139**	1,000	,139**	-	0,023	-0,006	-,115*	,156**	-0,061	-0,023	-0,009	-0,083
Personale di biglietteria	,213**	,139**	1,000	0,091	,114*	,192**	-0,050	,266**	0,073	,159**	-0,014	,184**
Guardaroba	,374**	-	0,091	1,000	,421**	,346**	,484**	,283**	,181*	,363**	0,152	,298**
Opere della collezione	0,084	0,023	,114*	,421**	1,000	,262**	,333**	,199**	,152**	,136**	,185**	,561**
Supporti informativi	,142**	-0,006	,192**	,346**	,262**	1,000	,441**	,146**	,152**	,208**	,433**	,418**
Supporti digitali	-0,016	-,115*	-0,050	,484**	,333**	,441**	1,000	0,081	-0,001	0,082	,216**	,332**
Personale in sala	,138**	,156**	,266**	,283**	,199**	,146**	0,081	1,000	,232**	0,001	,171*	,206**
Segnaletica interna	0,072	-0,061	0,073	,181*	,152**	,152**	-0,001	,232**	1,000	0,044	,237**	,171**
Pulizia del sito	,401**	-0,023	,159**	,363**	,136**	,208**	0,082	0,001	0,044	1,000	0,117	,211**
Libreria	,258**	-0,009	-0,014	0,152	,185**	,433**	,216**	,171*	,237**	0,117	1,000	,391**
Esperienza complessiva	,250**	-0,083	,184**	,298**	,561**	,418**	,332**	,206**	,171**	,211**	,391**	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.

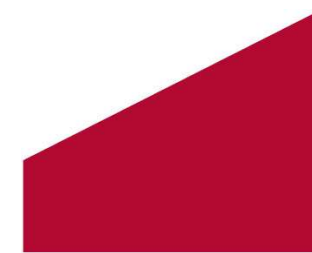
Correlazione 2/2

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 complessiva del museo (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Gli **orari di apertura** sono l'unica variabile non significativa rispetto all'esperienza complessiva, pertanto sono stati esclusi dalla tabella laterale.

Per il *Museo dell'Ara Pacis* le variabili che risultano più correlate al giudizio generale sono le **opere della collezione** e i **supporti informativi**.

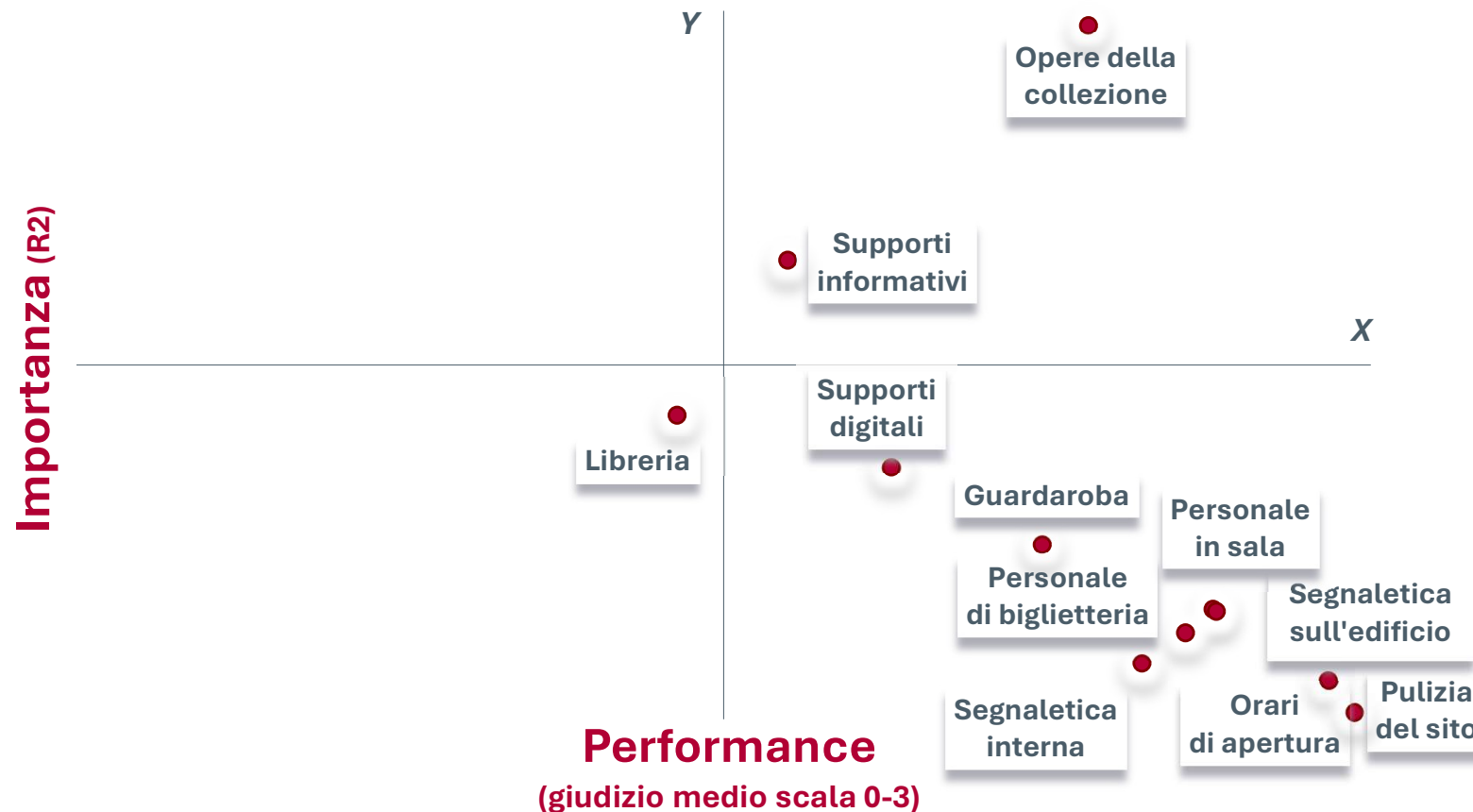
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Opere della collezione	0,561
Supporti informativi	0,418
Libreria	0,391
Supporti digitali	0,332
Guardaroba	0,298
Segnaletica sull'edificio	0,250
Pulizia del sito	0,211
Personale in sala	0,206
Personale di biglietteria	0,184
Segnaletica interna	0,171



Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa sottostante e si collocano nel quadrante in alto a destra, insieme ai **supporti informativi**, seppure quest'ultimi siano posizionati più in basso. Invece nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



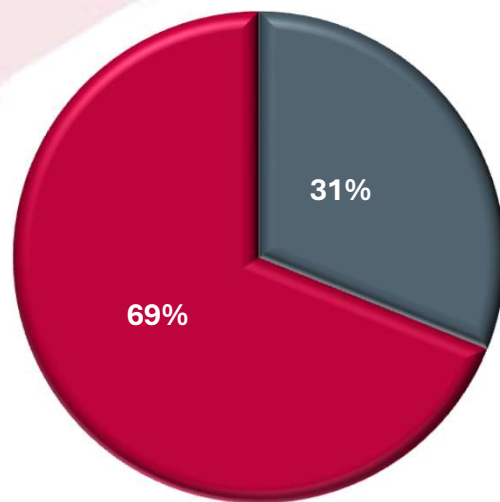
Cluster Analysis

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

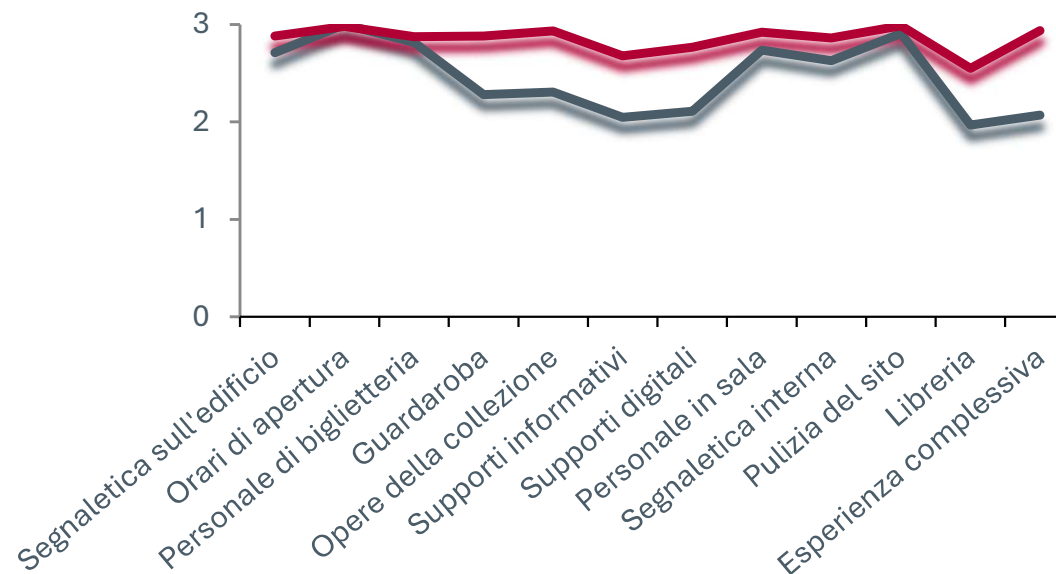
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**128** individui per il *Cluster 1* e **284** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: turisti italiani; di età inferiore ai 25 anni e 45-54 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; alcuni già stati al Museo dell'Ara Pacis; ne vengono a conoscenza tramite scuola/università, altri siti internet e passando, per caso; vi si recano soprattutto con la scuola o da soli; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale o inferiore alle aspettative.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: residenti a Roma e turisti stranieri; di età 26-44 anni e over 55 anni; laureati; impiegati e pensionati; nuovi visitatori; vengono a conoscenza del museo tramite passaparola e guide cartacee; vi si recano soprattutto in coppia, con amici o la propria famiglia; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

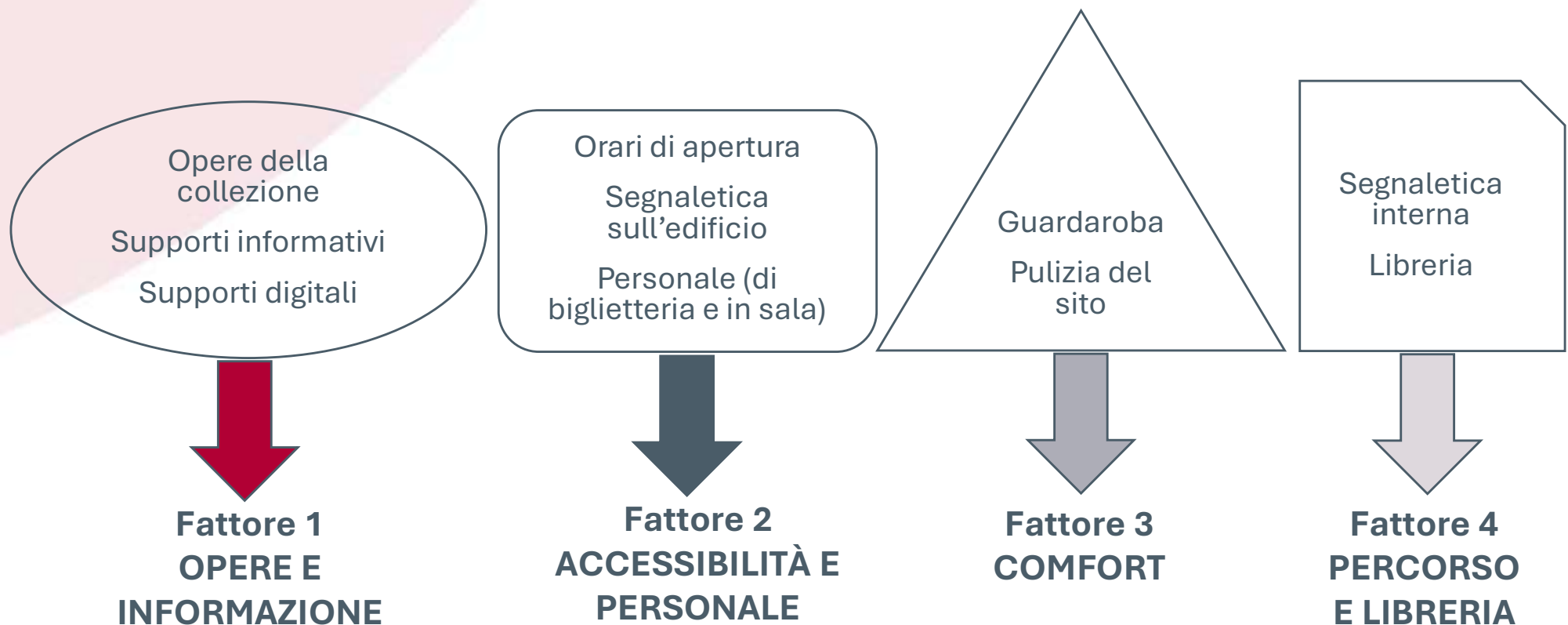


— Cluster 1 — Cluster 2

Analisi Fattoriale

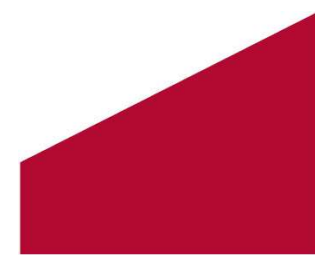
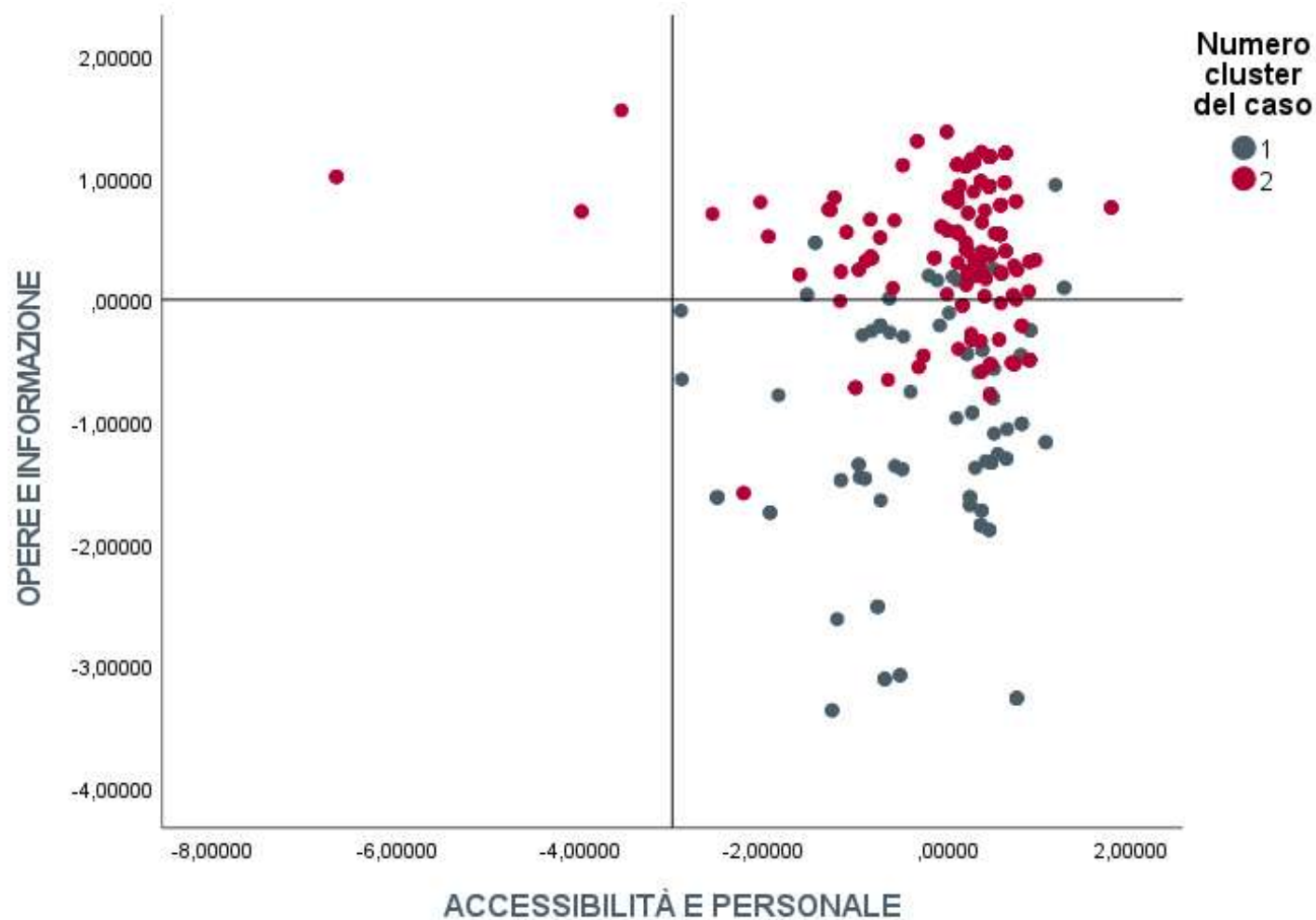
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 rileva una più ampia dispersività di giudizi, soprattutto sul Fattore 1 (“Opere e Informazione”).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 232**

ELOGI bellissimo museo (17); ottima l'audioguida (7); bella la struttura architettonica, piace l'edificio (5); altro (7). **Totale 36**

SUPPORTI DIGITALI più video, maggiore interattività (36); tradotti anche in altre lingue (9); altro (6). **Totale 51**

SUPPORTI INFORMATIVI maggiori dettagli, ad es. sulla famiglia e sull'altare (17); tradotti anche in altre lingue (12); informazioni più chiare e posizionate accanto alle opere (8); da aumentare (6). **Totale 43**

BIGLIETTO troppo caro, anche rispetto a quello che si può vedere (34); più sconti per gli over 75 (7). **Totale 41**

COLLEZIONE da incrementare, più opere e cose da vedere. **Totale 23**

EVENTO organizzare di nuovo "*L'Ara com'era*". **Totale 10**

SEGNALETICA ESTERNA ingresso non riconoscibile. **Totale 8**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare soprattutto per i servizi igienici e il video introduttivo. **Totale 8**

DIDATTICA limitare l'ingresso a più gruppi in contemporanea (4); altro (1). **Totale 5**

ALTRO. **Totale 23**

TOTALE 212 SUGGERIMENTI

Allegato 1 – Questionario (fronte)

Questionario
Indagine Sistema Musei in Comune

Customer Satisfaction
M ICS 20 ITA ING 2025

MUSEO/MUSEUM: _____ **DATA/DATE:** ___/___/___ **ORA/HOUR:** ___/___

Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?
Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? In the last five years, have you already visited this museum?

Mai in tutta la mia vita/ Never Sì, da 1 a 3 volte/ Yes, 1-3 times
 No, negli ultimi 5 anni/ Not in the last 5 years Sì, più di 3 volte/ Yes, more than 3 times

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Did you use any card to enter in the museum?

Sì/ Yes, I did (quale?/which? ROMA PASS ROMA MIC CARD) No/ No, I didn't

Se sì, come è venuto a conoscenza della card? If yes, how did you find out this card?.....

Come è venuto a conoscenza del museo? How did you find out this museum?

stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines) passaparola (amici/parenti)/ friends&relatives
 www.museiincomune.it-sito del museo e canali social/ museum website scuola-università/ school or university
 and social media guida turistica cartacea/ guide book
 altri siti e canali social/ other websites and social media mappa di Roma/ map of Rome
 passando per caso/ passing by mostra o evento/ exhibition or event
 affissioni pubblicitarie – schermi LED/ billboards–LED screens altro/ other (specificare/ specify.....)
 da sempre-non ricordo/ since forever-do not remember

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i>	Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i>	Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i>	Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i>	Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i>
Segnaletica-standardo sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria-accoglienza/ <i>Ticket office-welcome staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali/ <i>Digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale/ <i>Overall Museum Experience</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il museo è/ *With respect to your expectations, the museum is:*

Superiore alle aspettative/ *Higher than expectations* Uguale alle aspettative/ *Equal to the expectations*
 Inferiore alle aspettative/ *Lower than expectations* Senza aspettative/ *No expectations*



Zetema Progetto Cultura S.r.l.
Via Attilio Benigni, 59 - 00156 Roma
Tel 06 82077.1 / Fax 06 82077.105
info@zetema.it - direzione@pec.zetema.it

www.zetema.it