



Indagini di Customer Satisfaction

Museo Civico di Zoologia

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 27/11/2018*

Zètema
progetto cultura

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 2017-2018
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la card Roma Pass 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 122 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 25 settembre al 27 ottobre 2018 presso il Museo Civico di Zoologia (gli intervistati rappresentano il 7% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell'88%, un margine di errore di stima di $\pm 5,79\%$.

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 2018, 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 buono, con una media di **2,55** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 97%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono personale di biglietteria (2,95), gli orari di apertura (2,88), le opere della collezione (2,62) e la segnaletica sull'edificio (2,61).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei supporti digitali e dei posti a sedere (media di 1,92 per entrambi).

La segnaletica interna e la pulizia del sito sono le variabili ritenute in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19), insieme ai supporti digitali, che invece emergono tra i possibili miglioramenti prioritari nella mappa.

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti vi sono i supporti informativi, che dovrebbero essere tradotti in altre lingue e più esaustivi (n. 11 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 93% da romani, impiegati/insegnanti (38%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (59%), soprattutto di età adulta compresa tra i 35 e 54 anni (57% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo attraverso il passaparola (29% sul totale degli intervistati), poi segue il canale web (23%). È significativo che il passaparola prevalga per coloro che hanno un giudizio uguale alle aspettative, non conoscono la card Roma Pass, in generale si ritengono molto soddisfatti e hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno. Invece il canale web è predominante per chi ha un giudizio superiore alle attese, non ha usufruito della Roma Pass, è molto o abbastanza soddisfatto della propria esperienza e nell'ultimo anno è stato in vari musei.

Tabella riassuntiva

Museo Civico di Zoologia 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	2,61	3,00	116	6	0,720	5%	72%	3%	93%
Orari di apertura	2,88	3,00	120	2	0,322	2%	88%	0%	100%
Personale in biglietteria	2,95	3,00	122	0	0,217	0%	95%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,52	3,00	113	9	0,656	7%	61%	0%	91%
Opere della collezione	2,62	3,00	117	5	0,489	4%	62%	0%	100%
Supporti informativi	2,28	2,00	114	8	0,815	7%	48%	3%	82%
Supporti digitali	1,92	2,00	111	11	1,001	9%	35%	11%	68%
Segnaletica interna	2,25	2,00	118	4	0,753	3%	42%	2%	85%
Posti a sedere	1,92	2,00	107	15	0,902	12%	30%	7%	68%
Pulizia del sito	2,35	3,00	119	3	0,809	2%	53%	3%	86%
Libreria	2,29	2,00	94	28	0,771	23%	45%	3%	87%
Esperienza complessiva	2,55	3,00	116	6	0,549	5%	58%	0%	97%

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

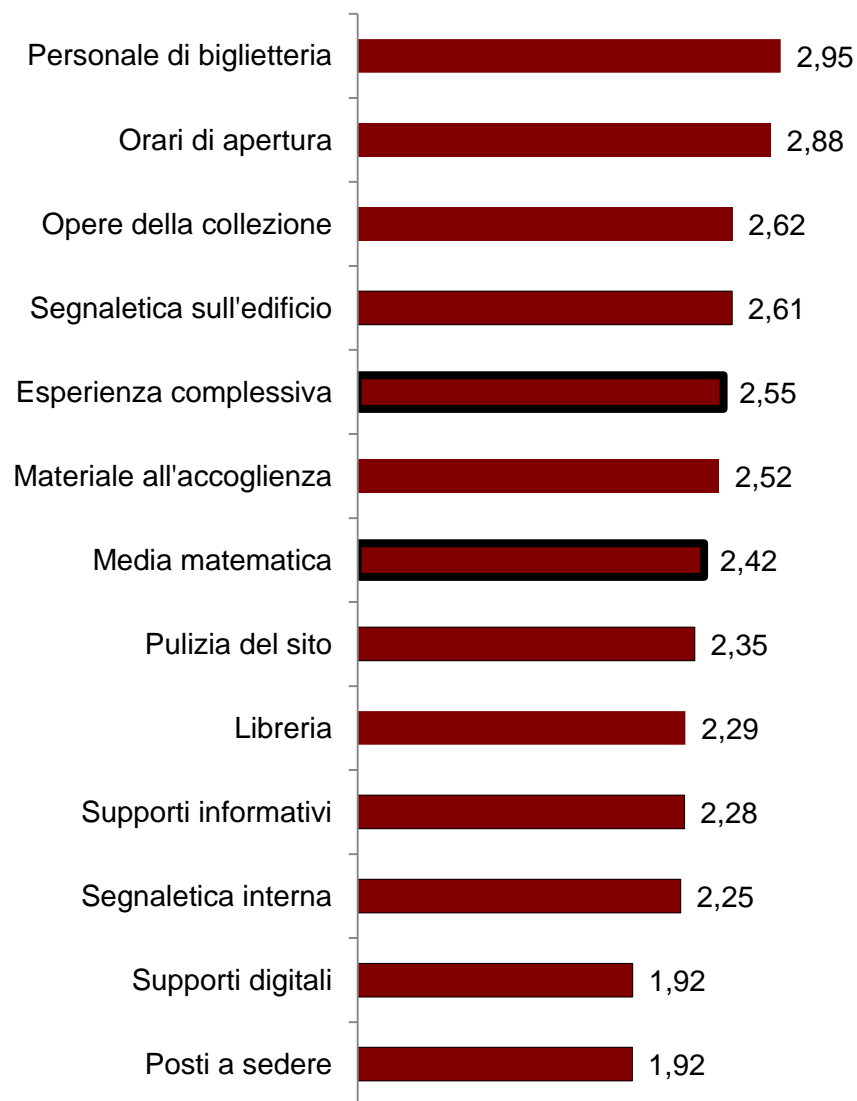
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,42).

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**, gli **orari di apertura**, le **opere della collezione** e la **segnaletica sull'edificio**.

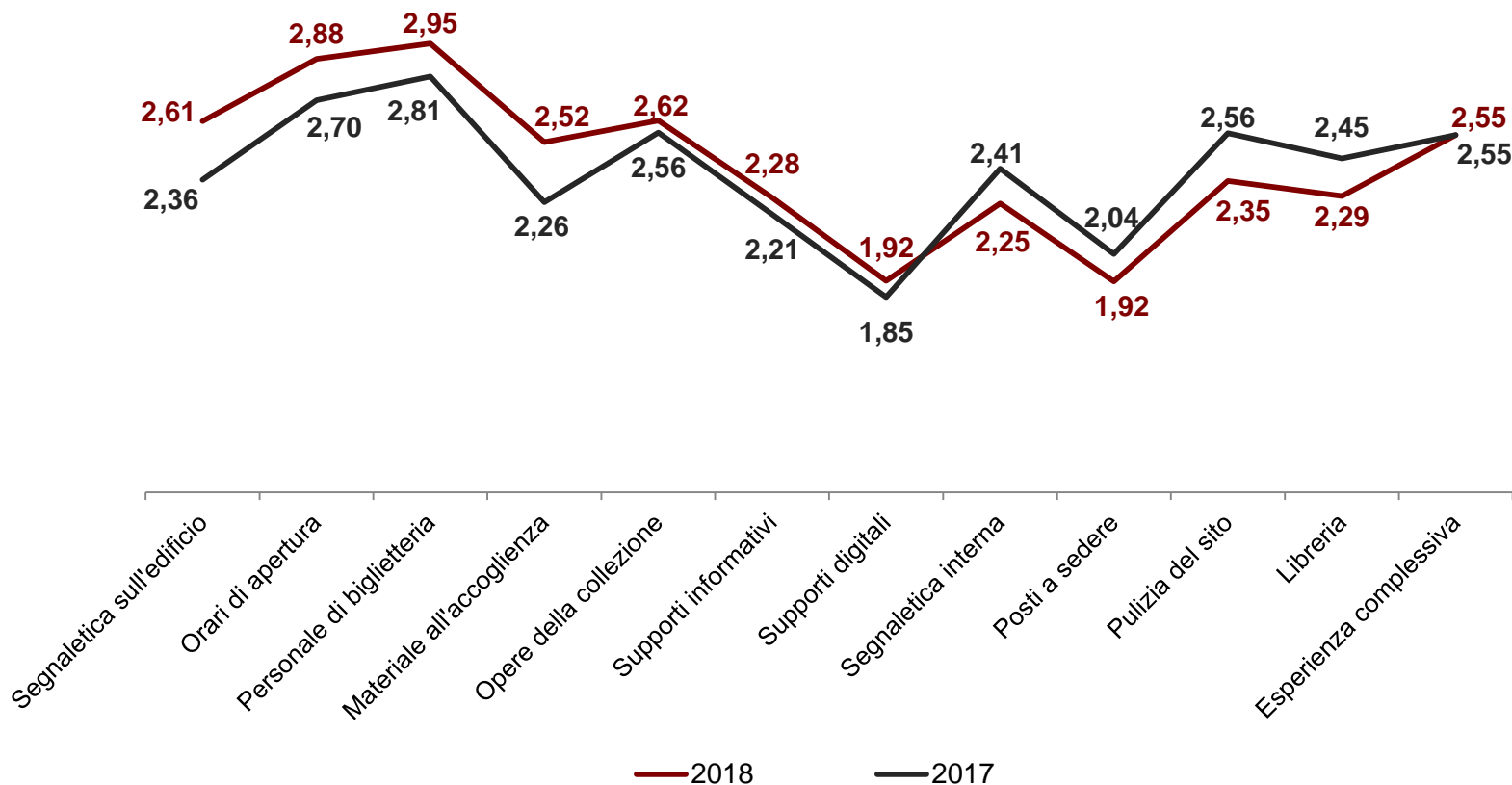
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione dei supporti digitali e dei posti a sedere (media di 1,92 per entrambe le variabili).



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se si registra uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

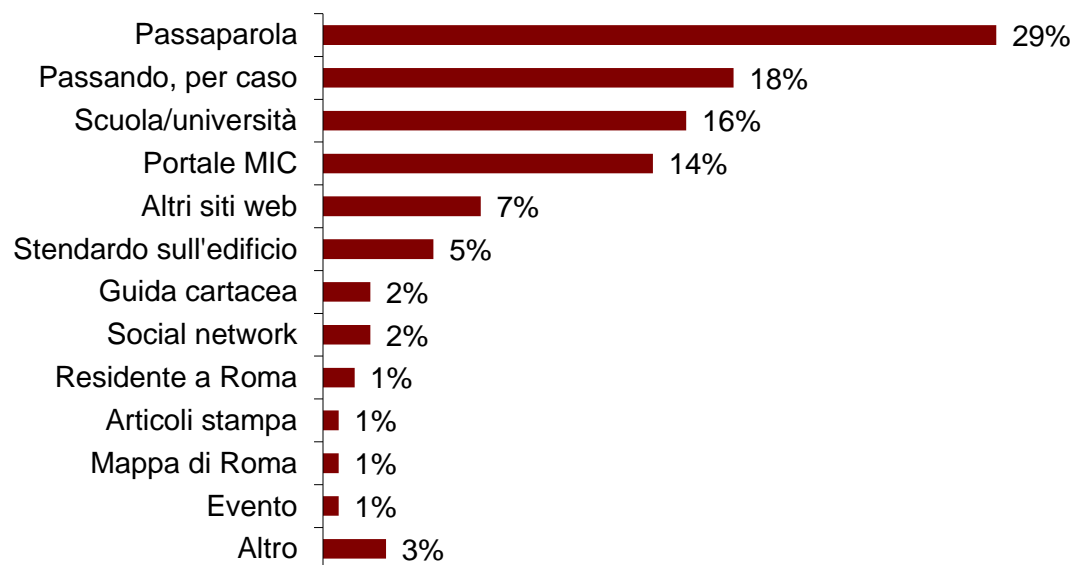
In aumento il livello medio di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti, in particolare sulla segnaletica sull'edificio, sugli orari e sul materiale informativo all'accoglienza. Invece si rileva una flessione sulla segnaletica interna, sui posti a sedere, sulla pulizia del sito e sulla libreria.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 29% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo con il “passaparola” (in aumento dal 25% emerso nel 2017), mentre il 23% lo ha scoperto attraverso “internet”, di cui il 14% tramite il portale *MiC* (nell’indagine precedente la percentuale complessiva era pari al 36%). Rispetto allo scorso anno sale la percentuale relativa a “passando per caso”, che passa da 12% a 18%.

È significativo che il passaparola prevalga per coloro che hanno un giudizio uguale alle aspettative, non conoscono la card Roma Pass, in generale si ritengono molto soddisfatti e hanno visitato oltre tre musei nell’ultimo anno. Il canale web è predominante per chi ha un giudizio superiore alle attese, non ha usufruito della Roma Pass, è molto o abbastanza soddisfatto della propria esperienza e nell’ultimo anno è stato in vari musei. Invece ad avere saputo della mostra passando per caso sono principalmente i visitatori privi di aspettative, alcuni dei quali hanno utilizzato la Roma Pass per entrare al *Museo Civico di Zoologia*, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 49% degli intervistati dichiara di essere già stato al *Museo Civico di Zoologia* (di cui il 45% “da una a tre volte” e il 4% “più di tre volte”); il 31% afferma di non esservi mai stato prima e il restante 20% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

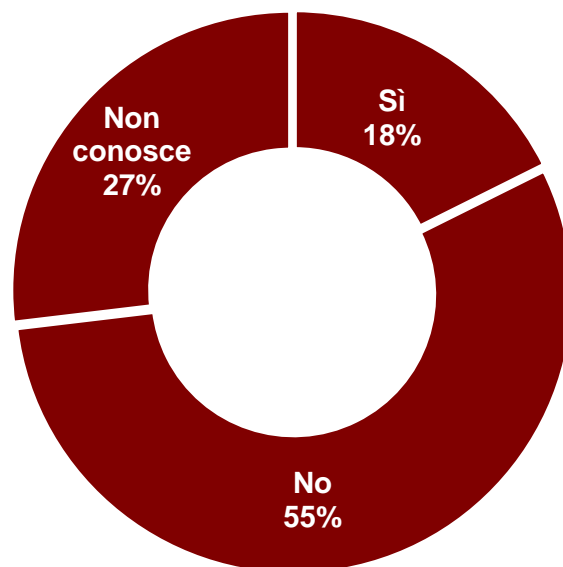
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cfr.* grafico sottostante a destra), in generale molto soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad essere già stati al *Museo Civico di Zoologia* sono in prevalenza i romani, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei in quest’ultimo anno.



Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 18% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 55% afferma di conoscerla ma di non averla utilizzata per entrare al museo, mentre il 27% non la conosce affatto.

Risulta significativo che ad utilizzare la Roma Pass siano soprattutto i visitatori molto soddisfatti, mentre a non averne usufruito sono principalmente coloro che si dichiarano abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

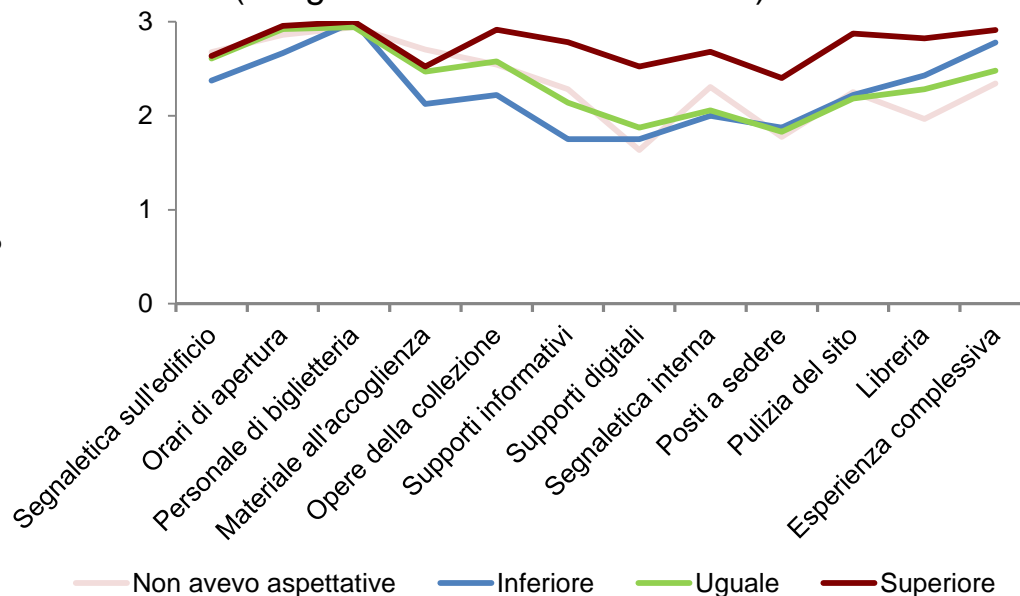
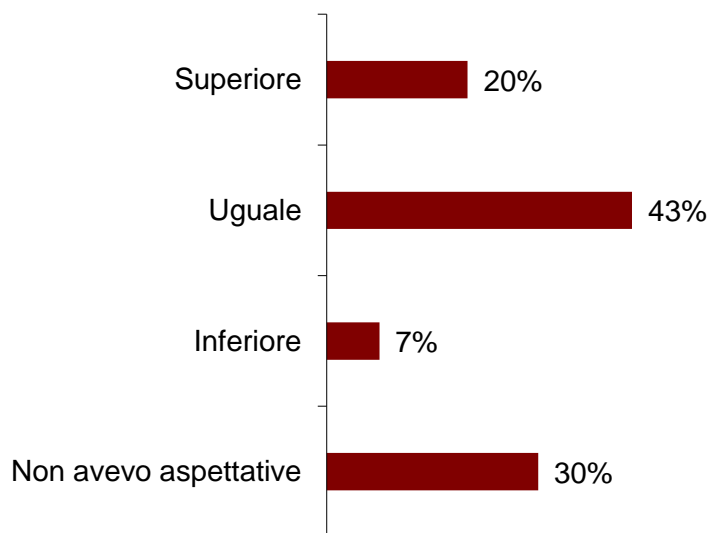


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 30% dei visitatori intervistati ritiene di non avere aspettative prima della visita, mentre il 43% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 20% è superiore e solo per il restante 7% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i visitatori diplomati o laureati, in generale molto soddisfatti, che hanno frequentato oltre musei nell'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle attese principalmente per coloro che hanno conseguito un titolo di diploma inferiore o superiore, nel complesso abbastanza soddisfatti e hanno visitato altri musei in quest'ultimo anno. Infine ad essere privo di aspettative è in particolare chi si ritiene abbastanza soddisfatto della propria esperienza complessiva e ha frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno.

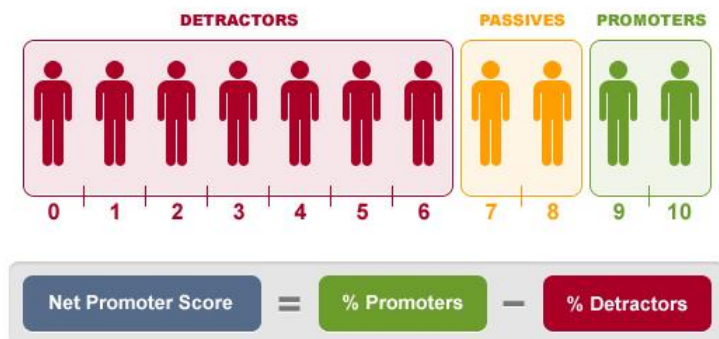
Coloro che dichiarano di avere un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti, tranne che sul materiale (*cf.* grafico sottostante a destra).



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 Civico di Zoologia* è pari a **18%**; il 58% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

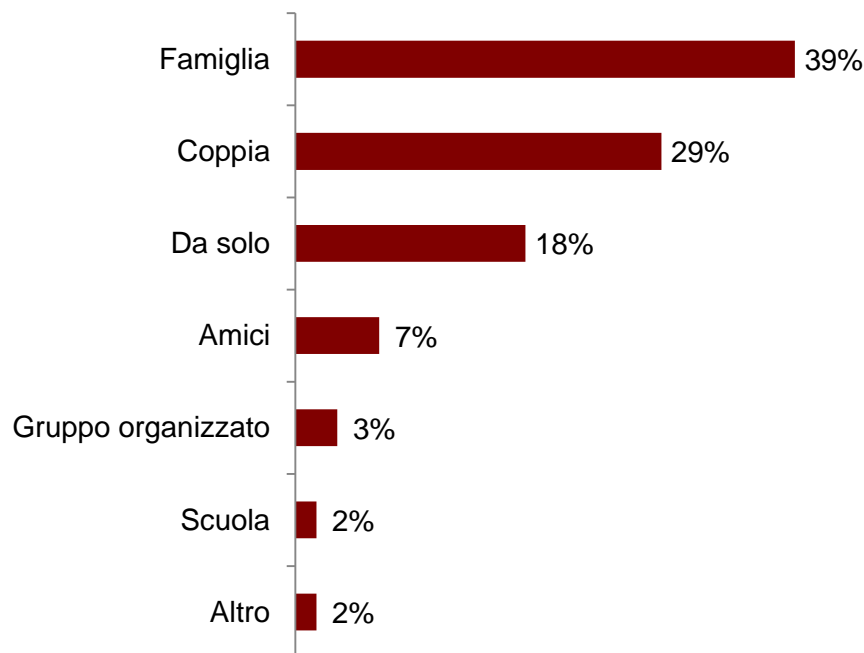


NET PROMOTER SCORE Museo Civico di Zoologia 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	1	3	4	6	25	46	22	15
0%	0%	0%	1%	3%	3%	5%	20%	38%	18%	12%
DETRATTORI= 12%							PASSIVI = 58%		PROMOTORI = 30%	
30% - 12% = 18%										

Con chi ha visitato il museo

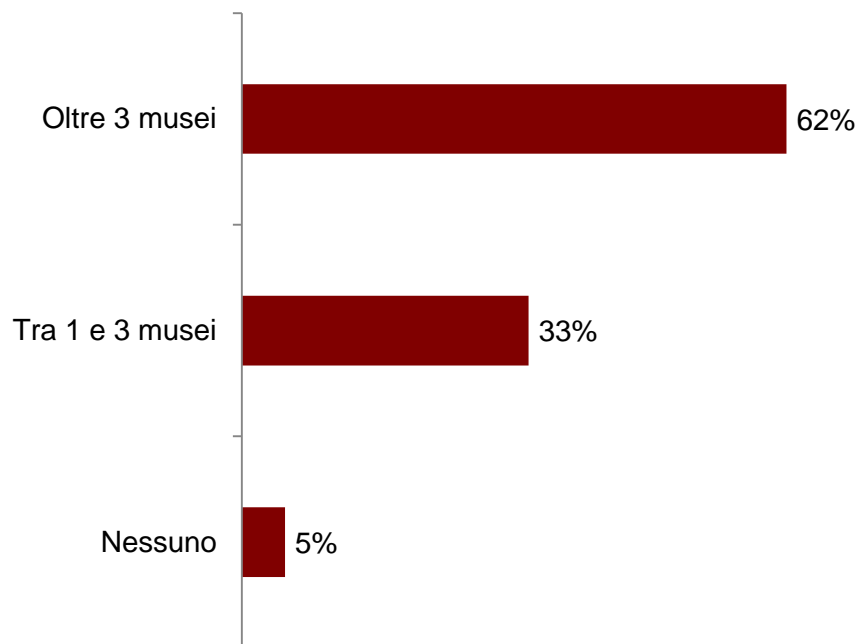
Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con la "famiglia", il 29% vi si è recato in "coppia", il 18% è venuto "da solo", il 7% insieme ad "amici", il 3% con un "gruppo organizzato", il 2% con la "scuola" e il restante 2% risponde "altro".

Risulta significativo che a visitare il museo con la propria famiglia siano prevalentemente i nuovi visitatori, che hanno un giudizio superiore alle aspettative e si ritengono molto soddisfatti. Invece a venire in coppia sono soprattutto coloro che già sono stati al *Museo Civico di Zoologia*, con un giudizio uguale alle proprie attese e molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Infine visitano da soli il museo in particolare coloro che vi si recano per la prima volta, hanno un giudizio uguale alle aspettative ed in generale affermano di essere abbastanza soddisfatti.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 62% degli intervistati dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 33% risponde “tra uno e tre musei” e il restante 5% afferma di non essere stato in alcun museo. Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che affermano di avere aspettative sul *Museo Civico di Zoologia* e si ritengono molto soddisfatti. Invece ad essere stati in meno di tre musei sono principalmente i visitatori privi di attese a priori, nel complesso molto soddisfatti della loro esperienza.



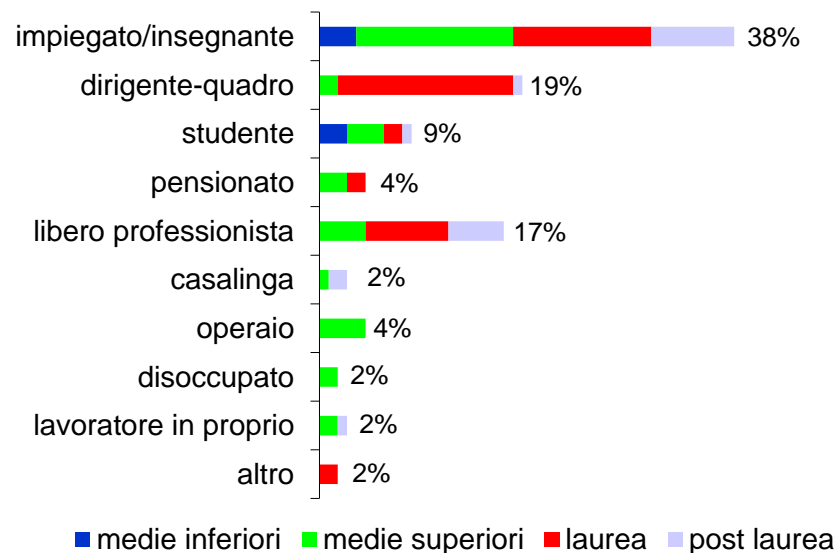
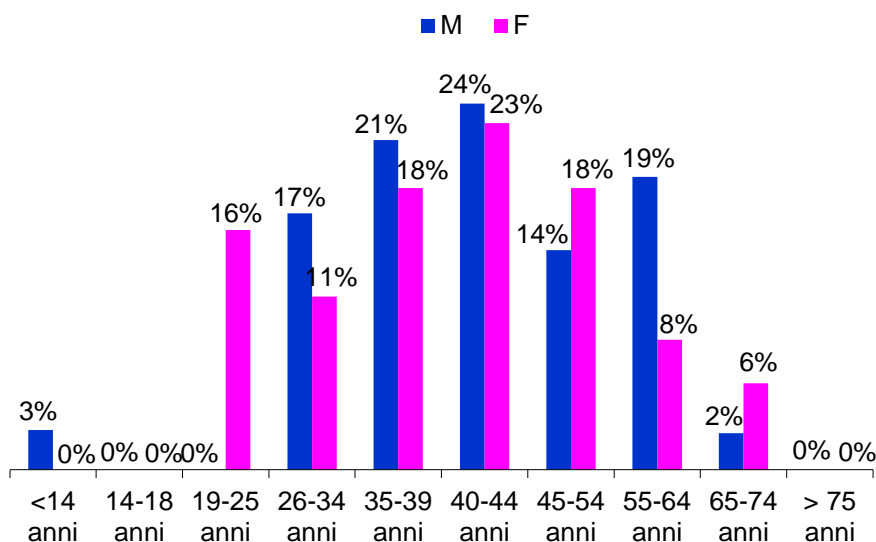
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il genere femminile col 63% (56% nel 2017), soprattutto nelle fasce 19-25 anni e 45-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle comprese tra i 35 e 54 anni, che raggiungono complessivamente il 57% sul totale degli intervistati (nel 2017 erano pari al 54%).

Il 59% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (nell'indagine precedente la percentuale raggiungeva il 50%).

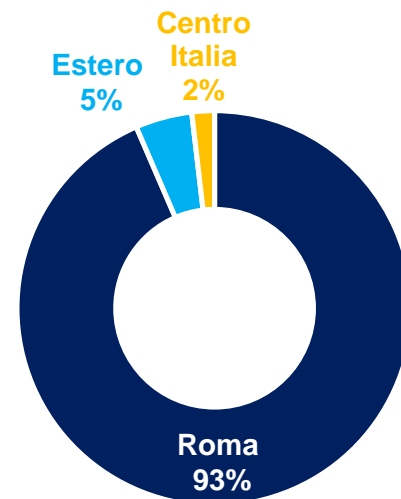
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli impiegati/insegnanti (38%; in aumento rispetto al 27% emerso nel 2017). In aumento i dirigenti-quadri (da 8% a 19%), mentre sono in calo gli studenti (dal 24% della scorsa indagine al 9% di quella attuale). La percentuale dei liberi professionisti passa dal 21% al 17%.



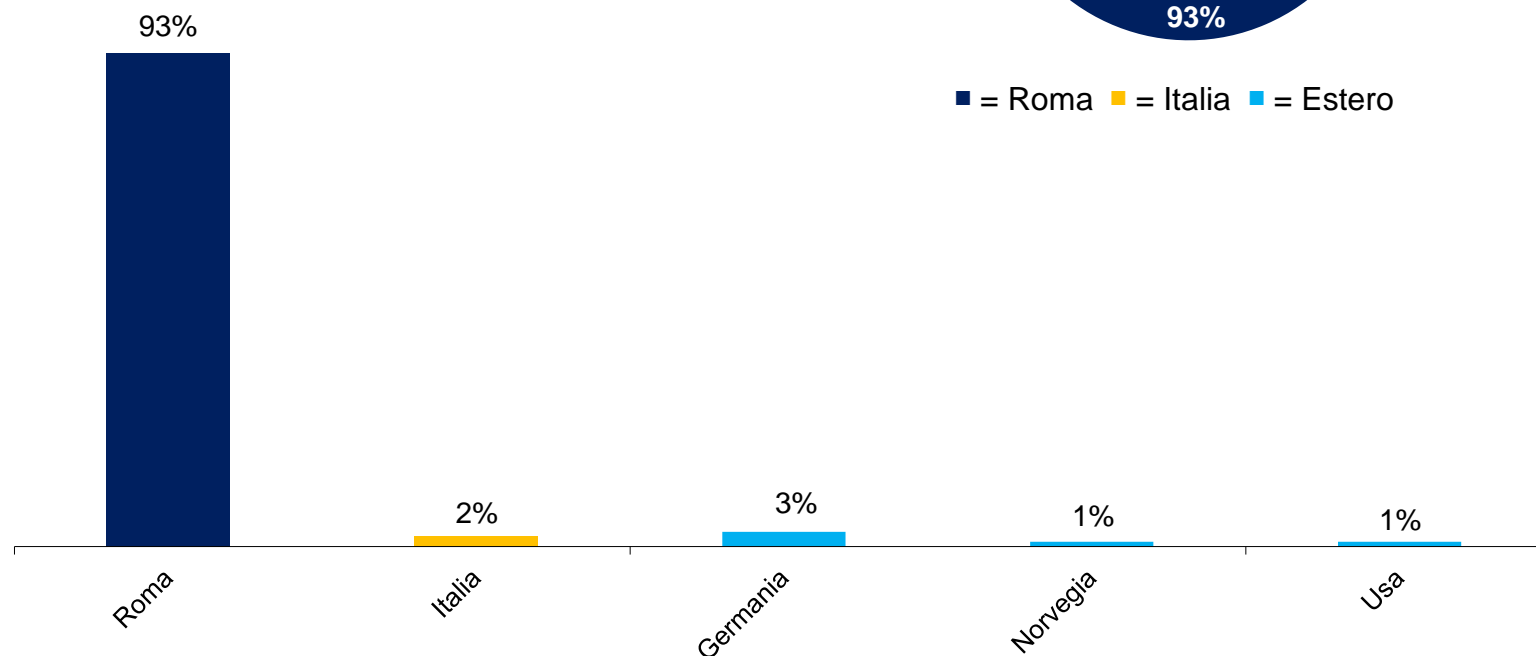
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 93% del campione intervistato è costituito da visitatori romani (82% nella precedente indagine), il 5% sono i turisti stranieri (in discesa dal 10% emerso lo scorso anno), mentre il restante il 2% giunge da altre città italiane (8% nel 2017).

Per ulteriori dettagli sulla provenienza estera si rimanda al grafico sottostante.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Museo Civico di Zoologia 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,591**	,407**	,402**	0,054	,352**	,246**	,229*	0,156	-0,047	-0,058	0,005
Orari di apertura	,591**	1,000	,512**	,216*	0,051	,228*	0,151	0,074	0,077	0,039	0,156	0,045
Personale in biglietteria	,407**	,512**	1,000	,310**	-0,025	,209*	0,136	0,097	0,165	0,014	0,010	0,030
Materiale all'accoglienza	,402**	,216*	,310**	1,000	0,055	,340**	,395**	,384**	,274**	0,140	0,171	0,043
Opere della collezione	0,054	0,051	-0,025	0,055	1,000	,497**	,343**	,411**	0,094	,525**	,481**	,425**
Supporti informativi	,352**	,228*	,209*	,340**	,497**	1,000	,604**	,606**	,344**	,424**	,379**	,380**
Supporti digitali	,246**	0,151	0,136	,395**	,343**	,604**	1,000	,584**	,584**	,429**	,460**	,455**
Segnaletica interna	,229*	0,074	0,097	,384**	,411**	,606**	,584**	1,000	,476**	,579**	,539**	,516**
Posti a sedere	0,156	0,077	0,165	,274**	0,094	,344**	,584**	,476**	1,000	,372**	,392**	,337**
Pulizia del sito	-0,047	0,039	0,014	0,140	,525**	,424**	,429**	,579**	,372**	1,000	,691**	,520**
Libreria	-0,058	0,156	0,010	0,171	,481**	,379**	,460**	,539**	,392**	,691**	1,000	,440**
Esperienza complessiva	0,005	0,045	0,030	0,043	,425**	,380**	,455**	,516**	,337**	,520**	,440**	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).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Museo Civico di Zoologia* la **pulizia del sito** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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

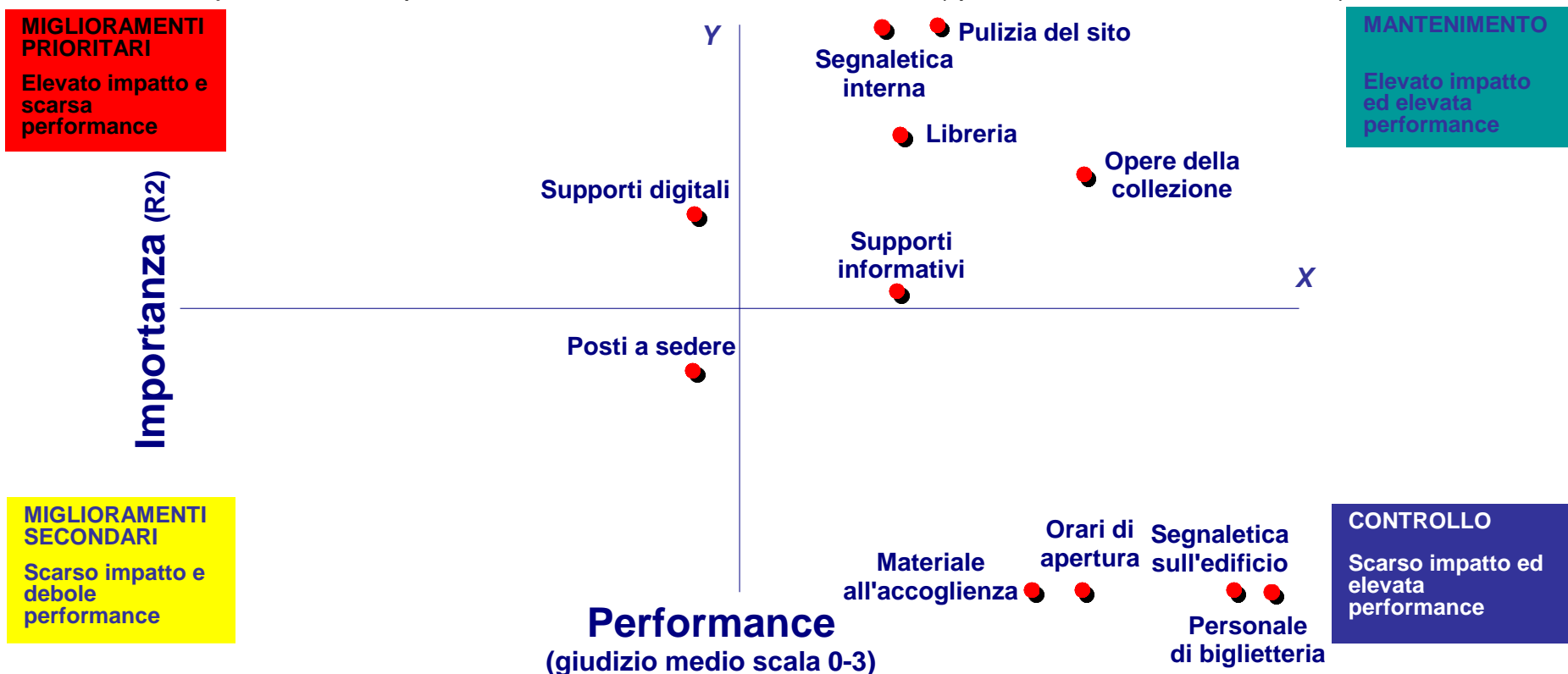
Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva Museo Civico di Zoologia - 2018	
Pulizia del sito	0,520
Segnaletica interna	0,516
Supporti digitali	0,455
Libreria	0,440
Opere della collezione	0,425
Supporti informativi	0,380
Posti a sedere	0,337

Mapa delle priorità (Regressione lineare)

La **segnaletica interna** e la **pulizia del sito** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche la **libreria**, le **opere della collezione** e i **supporti informativi** si collocano nel quadrante in alto a destra.

I **supporti digitali** rappresentano l'unica variabile oggetto d'indagine ad emergere tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece 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

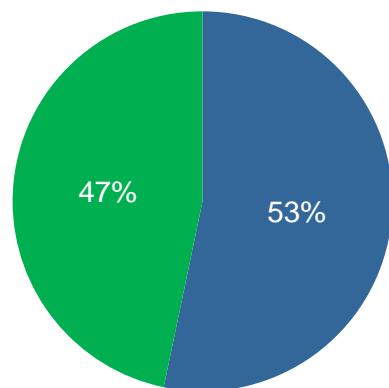
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (65 individui per il *Cluster 1* e 57 per il *Cluster 2*).

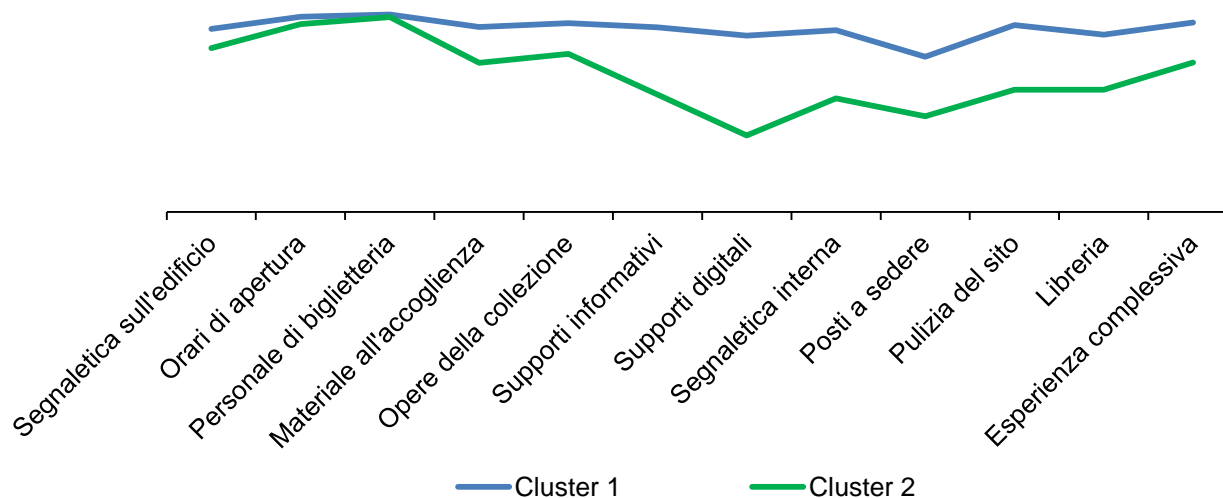
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Deliziati** hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Deliziati: in prevalenza donne, minorenni e di età 40-54 e 65-74 anni, con un titolo di scuola media inferiore e superiore, vengono a conoscenza del museo soprattutto tramite internet e passaparola, vengono in coppia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 – Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età 26-39 e 55-64 anni, con un titolo di laurea e specializzazione post laurea, vengono a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e scuola/università, vengono da soli, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.



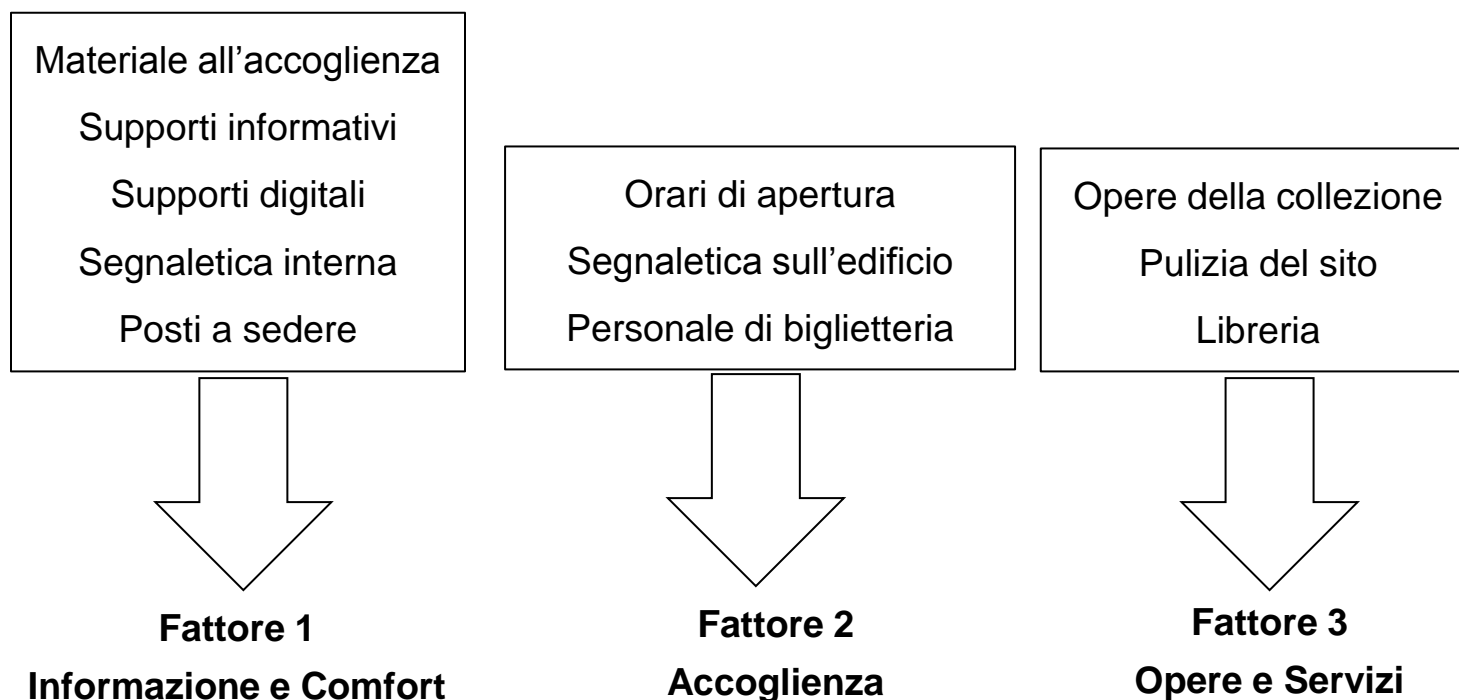
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

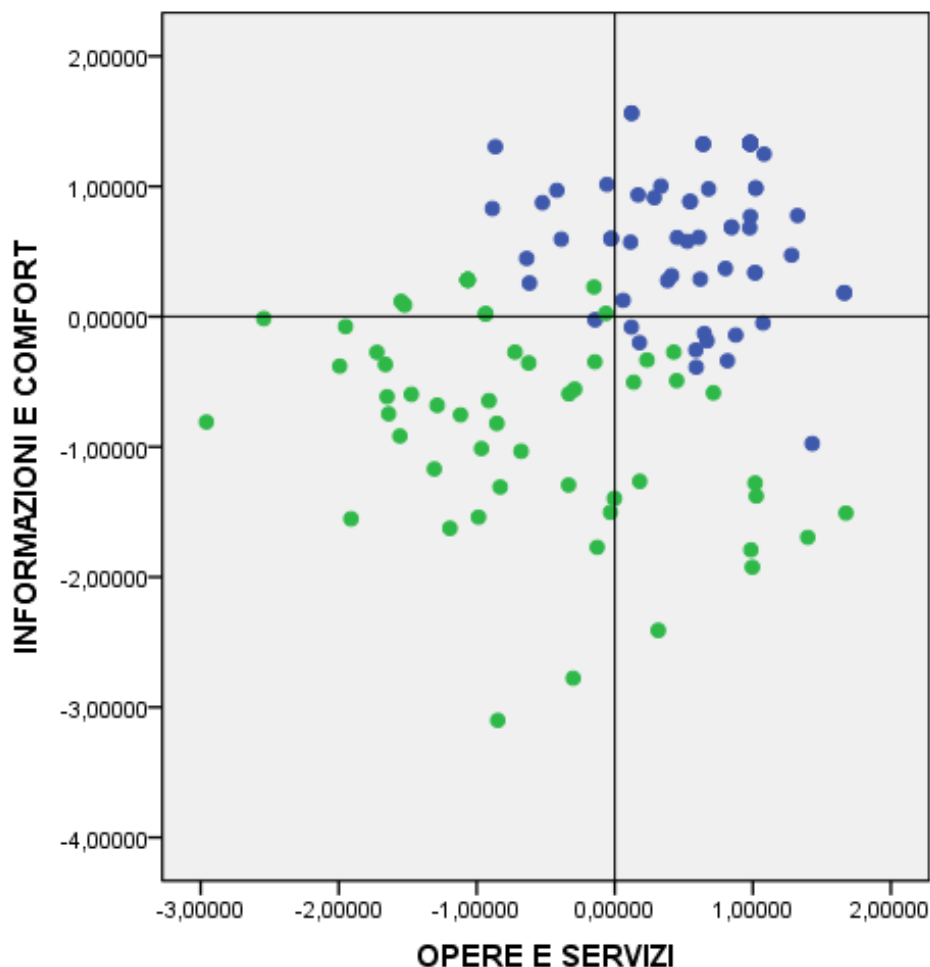
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione generale su entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul fattore 1 (“*Informazione e Comfort*”).



Cluster 1 *Deliziati*: in prevalenza donne, minorenni e di età 40-54 e 65-74 anni, con un titolo di scuola media inferiore e superiore, vengono a conoscenza del museo soprattutto tramite internet e passaparola, vengono in coppia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 *Soddisfatti*: in prevalenza uomini, di età 26-39 e 55-64 anni, con un titolo di laurea e specializzazione post laurea, vengono a conoscenza del museo soprattutto passando per caso e scuola/università, vengono da soli, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 71**

SUPPORTI INFORMATIVI maggiori traduzioni in inglese (5), altro (6). **Totale 11**

SUPPORTI DIGITALI da aggiornare, più materiale interattivo. **Totale 5**

ALLESTIMENTO rinnovare l'esposizione, manca progettualità lineare nelle sale. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 10**

**TOTALE 31 SUGGERIMENTI
MUSEO CIVICO DI ZOOLOGIA**

Allegato 1: Fronte Questionario

MUSEO/MUSEUM:	DATA/DATE: / /	ORA/HOUR: / /			
<p>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? <i>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?</i></p>					
<p>1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i> <input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? <i>Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i> <input type="checkbox"/> Non la conosco/ <i>I don't know it</i></p>					
<p>3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&relatives</i> <input type="checkbox"/> www.museiincome.it-sito del museo/ <i>museum website</i> <input type="checkbox"/> scuola-università/ <i>school or university</i> <input type="checkbox"/> altri siti internet/ <i>other websites.....</i> <input type="checkbox"/> social network <input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio/ <i>banner on the building</i> <input type="checkbox"/> guida turistica/ <i>guide book</i> <input type="checkbox"/> passando per caso/ <i>passing by</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other.....</i></p>					
<p>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></p>					
	Non utilizzato <i>Not used</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>
4. Segnaletica sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Personale di biglietteria/ <i>Ticket office staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Materiale informativo all'accoglienza/ <i>Leaflets in the ticket office</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Videoguida/ <i>videoguide</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools and captions</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Supporti digitali/ <i>digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p>20. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i> <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

Allegato 1:

Retro Questionario

21. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?
 How likely is it that you would recommend this museum to a friend, according to the scale 0-10?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

22. Con chi ha visitato il museo? / Who did you come to visit this museum with?

Da solo/ By myself Gruppo organizzato/ Group Tour Coppia/ Partner-Companion Amici/ Friends

Famiglia/ Family Scuola/ School Altro/ Other.....

23. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?

Nessuno/ None Tra 1 e 3 musei / 1-3 museums Oltre 3 musei / More than 3 museums

24. Aspetti da migliorare/ Features to improve niente/ nothing

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:

Età/Age: <14 14-18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55-64 65-74 75 e più/ 75 and more

Sesso/Gender: Uomo/ Man Donna/ Woman

Titolo di studio/Education: scuola dell'obbligo/ primary school diploma superiore/ high school

laurea/ degree specializzazione post laurea/ postgraduate

Professione/Job:

impiegato-insegnante/employee-teacher casalinga/housewife

dirigente-direttivo-quadro /manager-executive operaio/workman

studente/student non occupato-in cerca di prima di occupazione/ unemployed-first job seeker

pensionato/retired lavoratore in proprio/self-employed

libero professionista-imprenditore/freelance-businessman

altro/other _____

Provenienza/Provenance: Roma/ Rome

Altra provincia italiana/ Other Italian province (specify) _____

Altra nazionalità/ Other nationality (specify) _____