



Indagini di Customer Satisfaction

Galleria d'Arte Moderna

*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 156 questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione dal 25 settembre al 4 novembre 2018 presso la Galleria d'Arte Moderna (gli intervistati rappresentano il 6% degli ingressi totali al museo nel periodo in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era in corso la seguente mostra temporanea: "*ROMA CITTÀ MODERNA. Da Nathan al Sessantotto*".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di $\pm 4,02\%$.

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 **2,66** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il personale, sia di biglietteria (2,91) che in sala (2,74), le opere della collezione (2,71), gli orari di apertura (2,70) e la pulizia del sito (2,69).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei posti a sedere (2,07). La segnaletica interna è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme al materiale informativo disponibile all'accoglienza e alla libreria, che però emergono tra i miglioramenti prioritari nella mappa (*cf.* pp. 17-19).

Tra i suggerimenti prevale la richiesta di migliorare la pulizia, soprattutto in prossimità dell'ingresso del museo (n. 8 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 62% da visitatori romani, impiegati/insegnanti e pensionati (28% per entrambe le categorie), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (62%), di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (56% sul campione totale).

Il 34% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite il canale web (di cui il 20% si riferisce al portale *MuseiinComune*), il 17% attraverso il "passaparola" e il 12% "passando per caso".

Risulta significativo che il portale MiC prevalga tra i romani, alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno. Il passaparola è predominante per i visitatori italiani, che vengono per la prima volta, in generale abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno. Infine ad avere scoperto tale museo passando per caso sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e quest'anno sono stati in più di tre musei.

Tabella riassuntiva

Galleria d'Arte Moderna 2018	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	2,41	3,00	131	25	0,732	16%	53%	2%	90%
Orari di apertura	2,70	3,00	143	13	0,531	8%	73%	0%	97%
Personale in biglietteria	2,91	3,00	149	7	0,306	4%	92%	0%	99%
Materiale all'accoglienza	2,33	3,00	137	19	0,796	12%	52%	1%	82%
Guardaroba	2,53	3,00	60	96	0,623	62%	60%	0%	93%
Opere della collezione	2,71	3,00	148	8	0,512	5%	74%	0%	97%
Supporti informativi	2,37	2,00	142	14	0,690	9%	47%	2%	92%
Personale in sala	2,74	3,00	135	21	0,457	13%	75%	0%	99%
Segnaletica interna	2,49	3,00	142	14	0,681	9%	58%	1%	92%
Posti a sedere	2,07	2,00	121	35	0,887	22%	39%	4%	73%
Pulizia del sito	2,69	3,00	140	16	0,610	10%	75%	2%	96%
Libreria	2,42	3,00	106	50	0,674	32%	51%	1%	92%
Esperienza complessiva	2,66	3,00	148	8	0,489	5%	67%	0%	99%

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

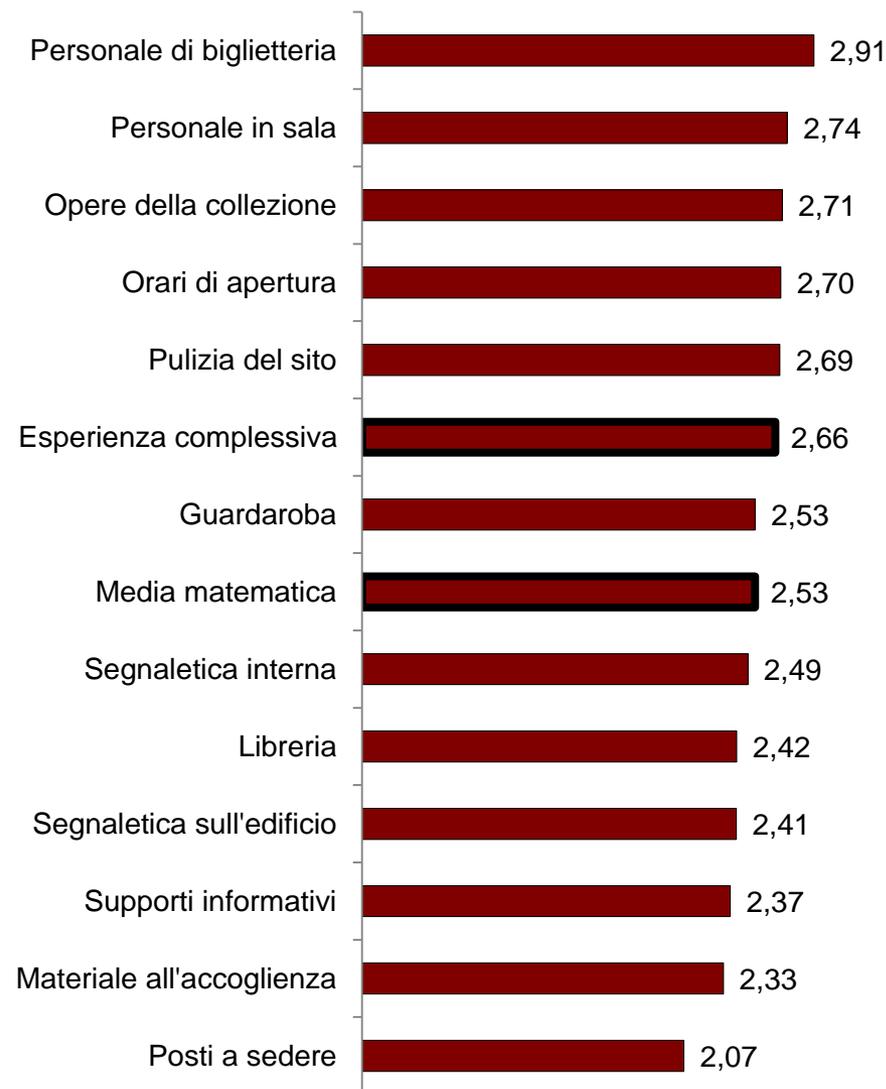
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,53).

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** (sia di **biglietteria** che **in sala**), le **opere della collezione**, gli **orari di apertura** e la **pulizia del sito**.

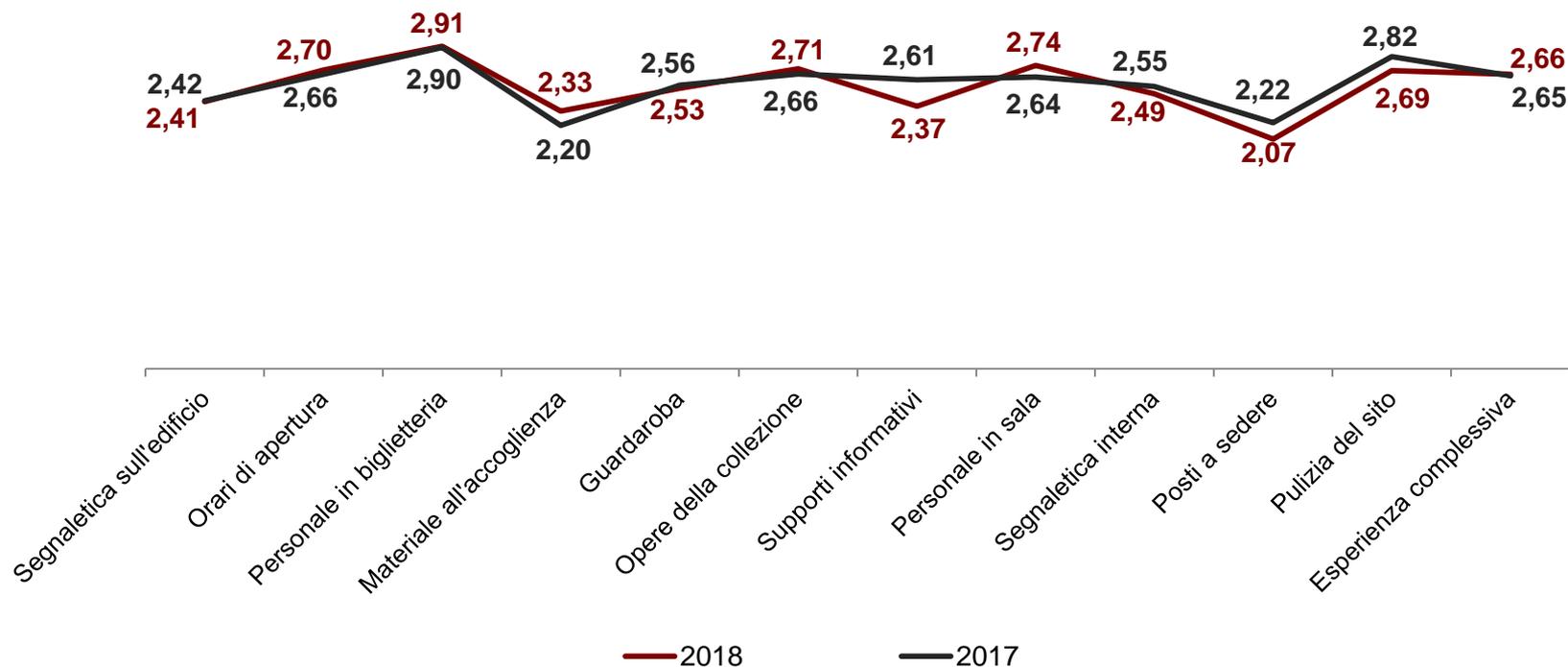
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei posti a sedere (2,07).



Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione in particolare sul materiale informativo disponibile all'accoglienza e sul personale in sala, mentre diminuisce sui supporti informativi, sui posti a sedere e sulla pulizia del sito, ma il giudizio medio scende al di sotto dello standard solo sui posti a sedere.

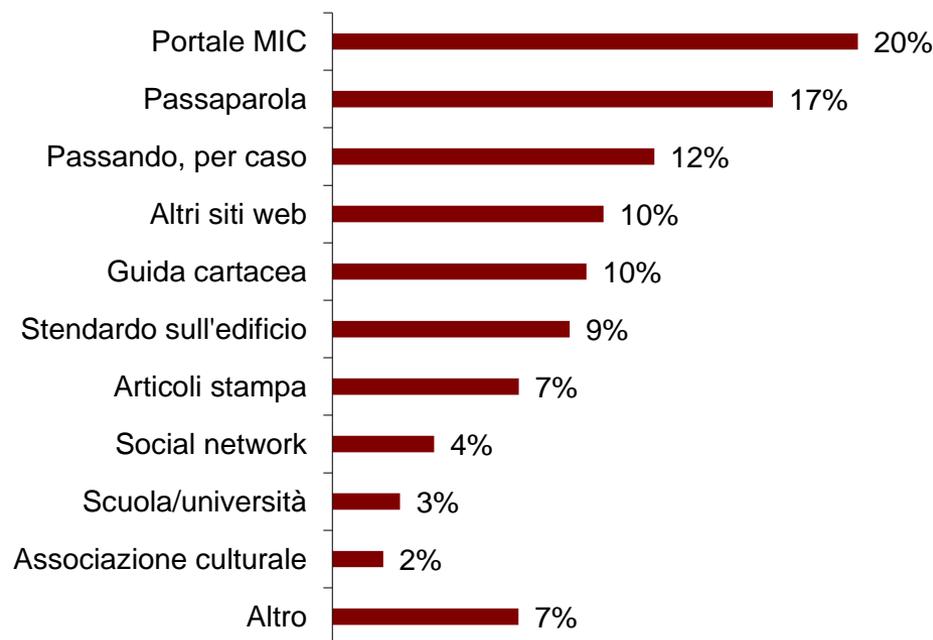


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 34% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “internet”, di cui ben il 20% tramite il “portale MiC” (in netto aumento dal 12% emerso nella precedente indagine), il 17% attraverso il “passaparola” (15% nel 2017) e il 12% “passando per caso” (lo scorso anno era 11%).

Risulta significativo che il portale MiC prevalga tra i romani, alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno. Invece il passaparola è predominante per i visitatori italiani, che vengono per la prima volta, in generale abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.

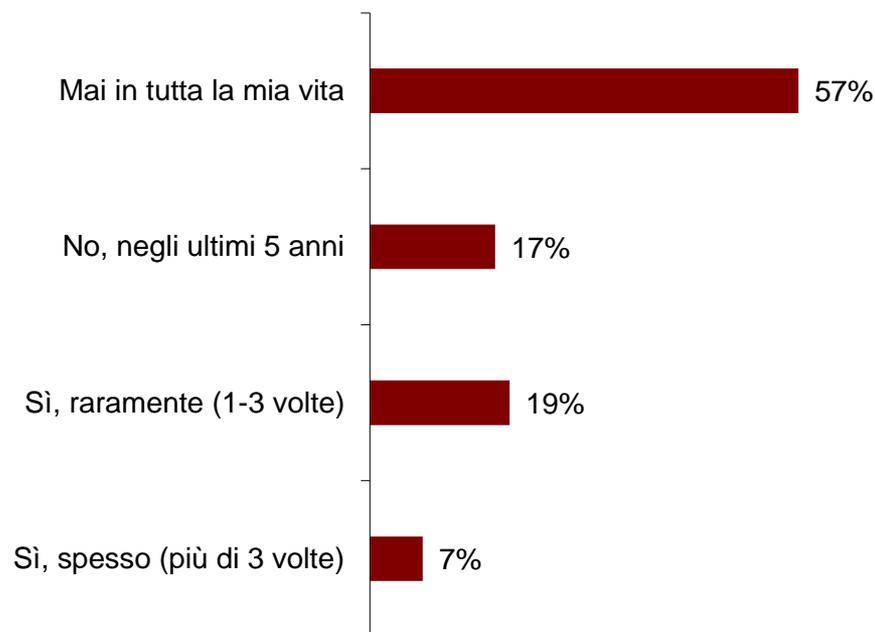
Infine ad avere scoperto tale museo passando per caso sono principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e quest'anno sono stati in più di tre musei.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 57% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima alla *Galleria d'Arte Moderna*, il 26% vi è già stato (di cui il 19% “da una a tre volte” e il 7% “più di tre volte”); il restante 17% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

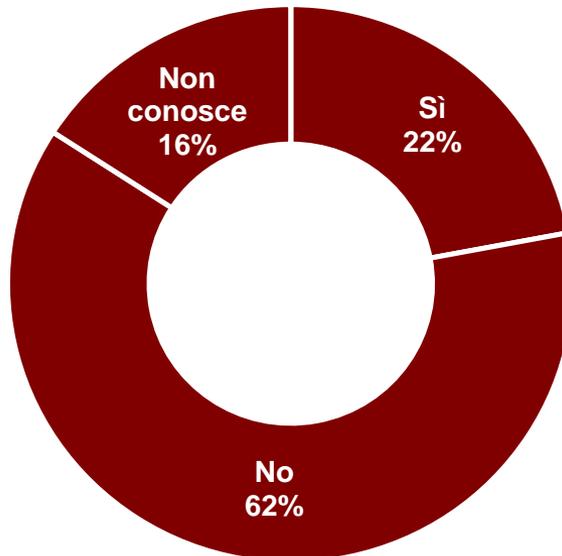
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che hanno un giudizio superiore alle proprie aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti, alcuni dei quali hanno utilizzato la card Roma Pass e sono stati in oltre tre musei nell'ultimo anno. Invece ad essere già stati alla *Galleria d'Arte Moderna* sono i visitatori che hanno un giudizio uguale alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti, non hanno usufruito della Roma Pass e hanno frequentato tra uno e tre musei in quest'ultimo anno.



Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo

Il 22% degli intervistati ha usufruito della card Roma Pass, il 62% afferma di conoscerla ma di non averla utilizzata per entrare al museo; il restante 16% non la conosce affatto.

Risulta significativo che ad utilizzare la Roma Pass siano in particolare i turisti, anche se l'80% di essi non l'ha utilizzata per entrare nel museo, in generale molto soddisfatti della loro esperienza. Invece a non conoscere tale card sono soprattutto i visitatori romani, che nel complesso si dichiarano abbastanza soddisfatti.



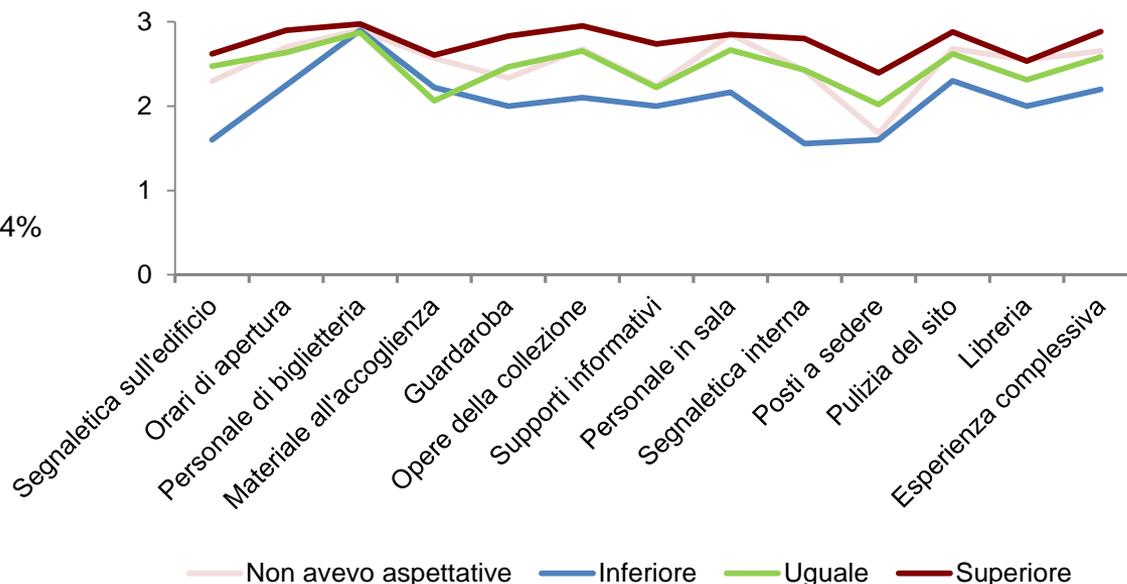
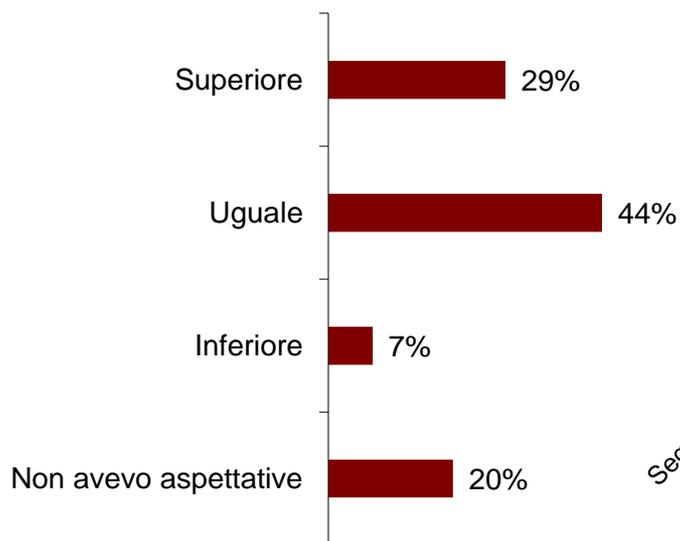
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 20% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita.

Il 44% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 29% è superiore, mentre per il restante 7% è inferiore alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto i nuovi visitatori, complessivamente molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle proprie attese principalmente per i visitatori che sono già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, in generale abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

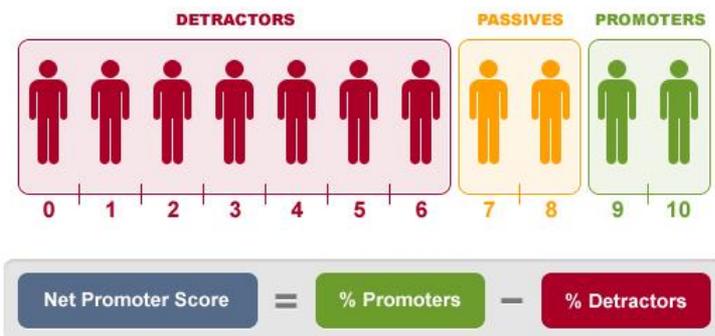
Come si denota dal grafico sottostante a destra, coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico in basso a destra).



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 la *Galleria d'Arte Moderna* è pari a **20%**; da evidenziare che il 44% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

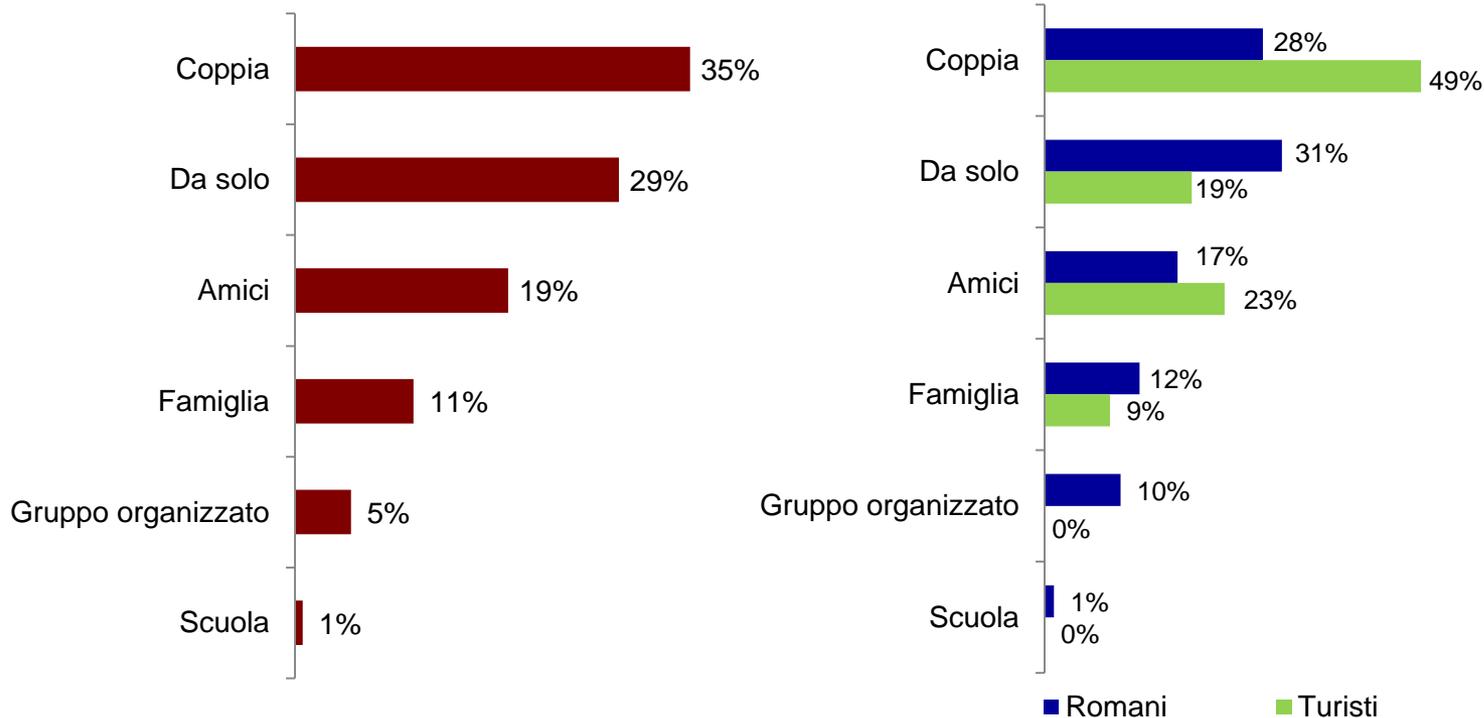


NET PROMOTER SCORE Galleria d'Arte Moderna 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	1	0	5	3	4	13	26	37	25	29
0%	1%	0%	3%	2%	3%	9%	18%	26%	18%	20%
DETRATTORI = 18%							PASSIVI = 44%		PROMOTORI = 38%	
38% - 18% = 20%										

Con chi ha visitato il museo

Il 35% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “in coppia”, il 29% vi si è recato “da solo”, il 19% insieme ad “amici”, l’11% lo ha visitato con la propria “famiglia” ed il 5% con un “gruppo organizzato”; il restante 1% risponde “scuola”.

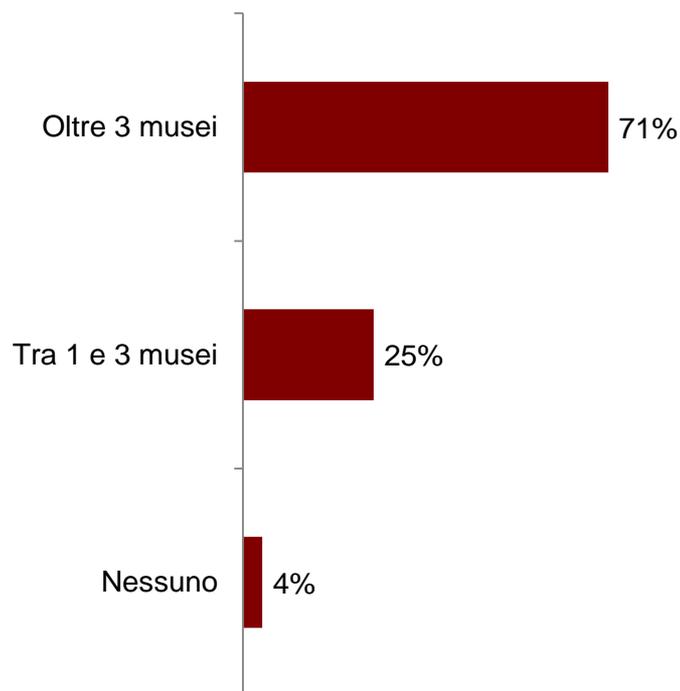
Risulta significativo che a venire in coppia siano in prevalenza i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti e hanno visitato tra uno e tre musei nell’ultimo anno. Invece a venire da soli sono principalmente i romani, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, nel complesso molto soddisfatti e in quest’ultimo anno sono stati in più di tre musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 71% degli intervistati dichiara di avere visitato “oltre tre musei” nell'ultimo anno, il 25% risponde “tra uno e tre musei” e solo il 4% afferma di non averne visitato “nessuno”.

Risulta significativo che ad aver visitato oltre tre musei nell'ultimo anno sono soprattutto i visitatori che si recano per la prima volta alla *Galleria d'Arte Moderna*, mentre tra coloro che sono stati in meno di tre musei, alcuni dichiarano di esservi già stati.



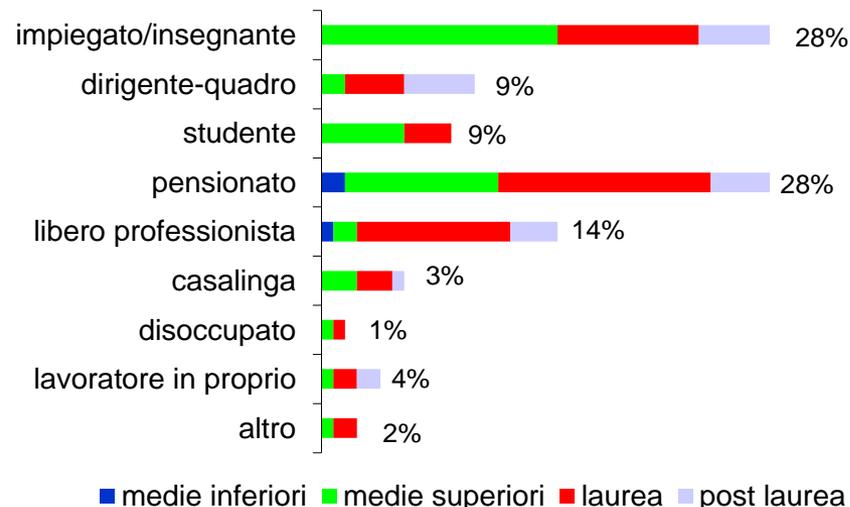
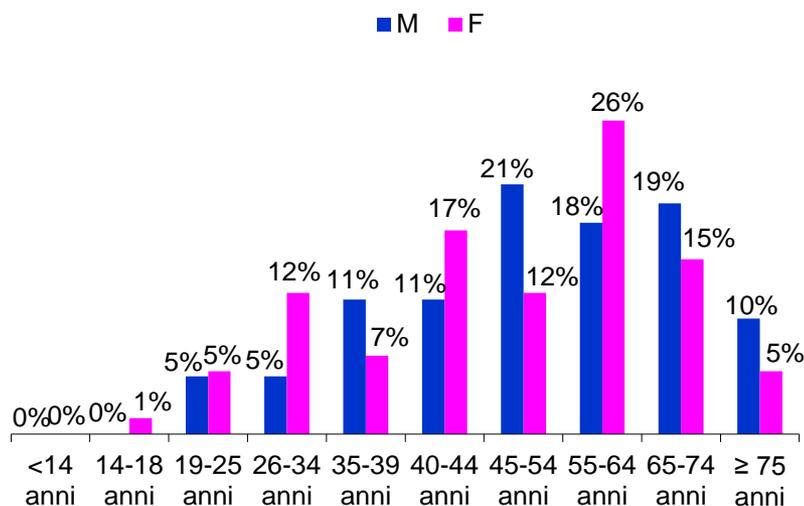
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il genere femminile (55%; era 59% nel 2017), soprattutto nelle fasce d'età dei 26-34 anni, 40-44 anni e 55-64 anni.

Le fasce più rappresentate invece sono quelle di età adulta comprese tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 56% sul totale degli intervistati (63% nell'indagine precedente).

Il 62% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (lo scorso anno tale percentuale era pari al 67%).

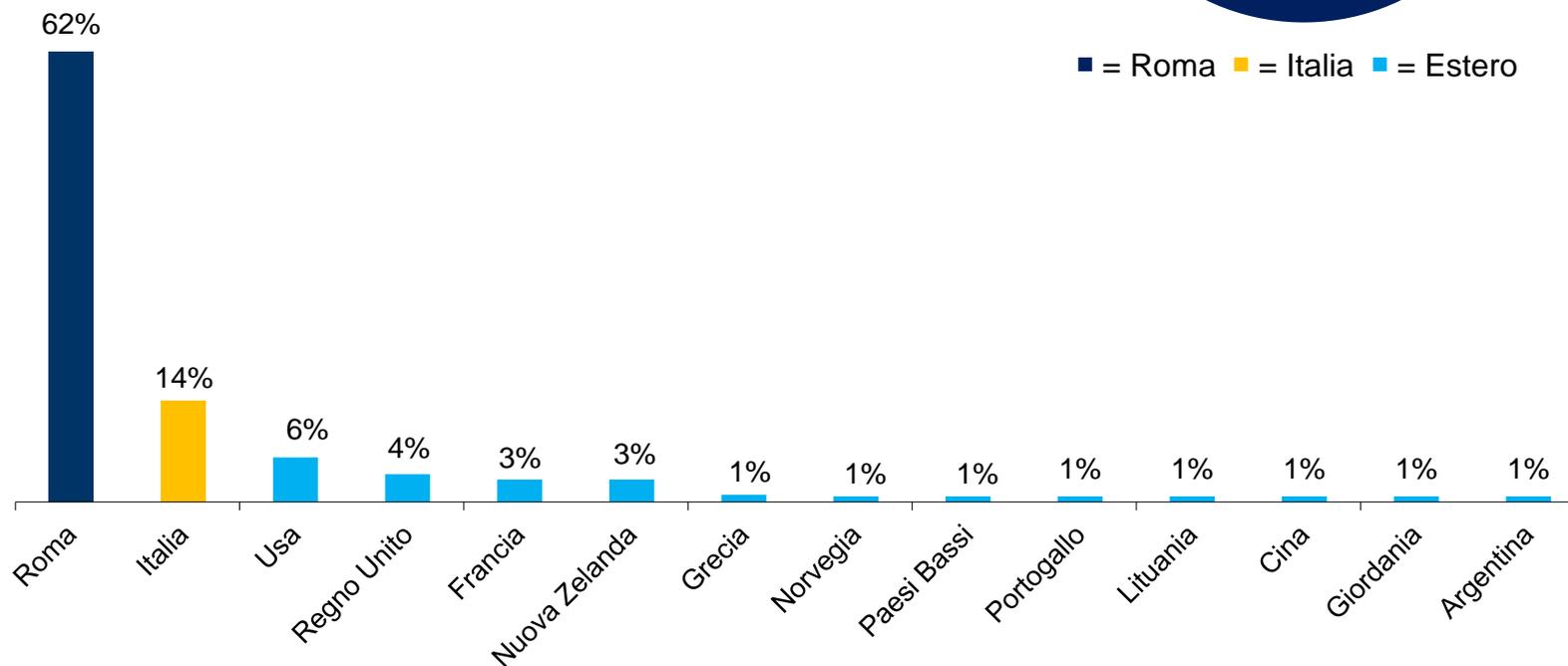
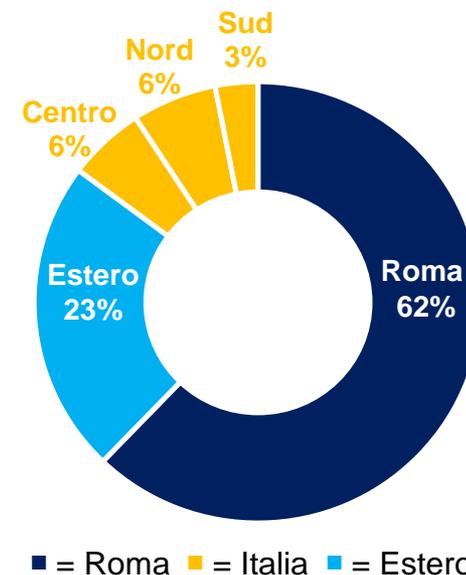
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli impiegati/insegnanti ed i pensionati col 28% (nella precedente indagine rappresentavano rispettivamente il 27% e il 23% degli intervistati), poi seguono i liberi professionisti (14%; stessa percentuale dello scorso anno). Invece si rileva una flessione della percentuale relativa ai dirigenti-quadri, che passano dal 15% al 9%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 62% del campione intervistato è costituito da visitatori romani (70% nell'indagine precedente), il 23% sono turisti stranieri (15% nel 2017), mentre coloro che giungono da altre province italiane rappresentano il 15% (stessa percentuale dello scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevale quella americana (6% sul totale degli stranieri); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



Correlazione 1/2

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

Galleria d'Arte Moderna 2018***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,348**	,124	-,124	,291*	,257**	,151	,160	,353**	,168	,124	,108	,260**
Orari di apertura	,348**	1,000	,464**	,272**	,182	,379**	,278**	,146	,258**	,191*	,253**	,291**	,439**
Personale di biglietteria	,124	,464**	1,000	,220*	,237	,217**	,150	,282**	,142	-,031	,144	,047	,171*
Materiale all'accoglienza	-,124	,272**	,220*	1,000	,566**	,273**	,351**	,296**	,292**	,214*	,369**	,653**	,532**
Guardaroba	,291*	,182	,237	,566**	1,000	,304*	,346*	,212	,387**	,454**	,279*	,458**	,292*
Opere della collezione	,257**	,379**	,217**	,273**	,304*	1,000	,377**	,378**	,438**	,117	,135	,216*	,437**
Supporti informativi	,151	,278**	,150	,351**	,346*	,377**	1,000	,193*	,498**	,509**	,345**	,285**	,434**
Personale in sala	,160	,146	,282**	,296**	,212	,378**	,193*	1,000	,276**	,117	,374**	,222*	,386**
Segnaletica interna	,353**	,258**	,142	,292**	,387**	,438**	,498**	,276**	1,000	,533**	,451**	,476**	,502**
Posti a sedere	,168	,191*	-,031	,214*	,454**	,117	,509**	,117	,533**	1,000	,466**	,370**	,370**
Pulizia del sito	,124	,253**	,144	,369**	,279*	,135	,345**	,374**	,451**	,466**	1,000	,485**	,439**
Libreria	,108	,291**	,047	,653**	,458**	,216*	,285**	,222*	,476**	,370**	,485**	1,000	,449**
Esperienza complessiva	,260**	,439**	,171*	,532**	,292*	,437**	,434**	,386**	,502**	,370**	,439**	,449**	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 la *Galleria d'Arte Moderna* il **materiale informativo disponibile all'accoglienza** e la **segnaletica interna** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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

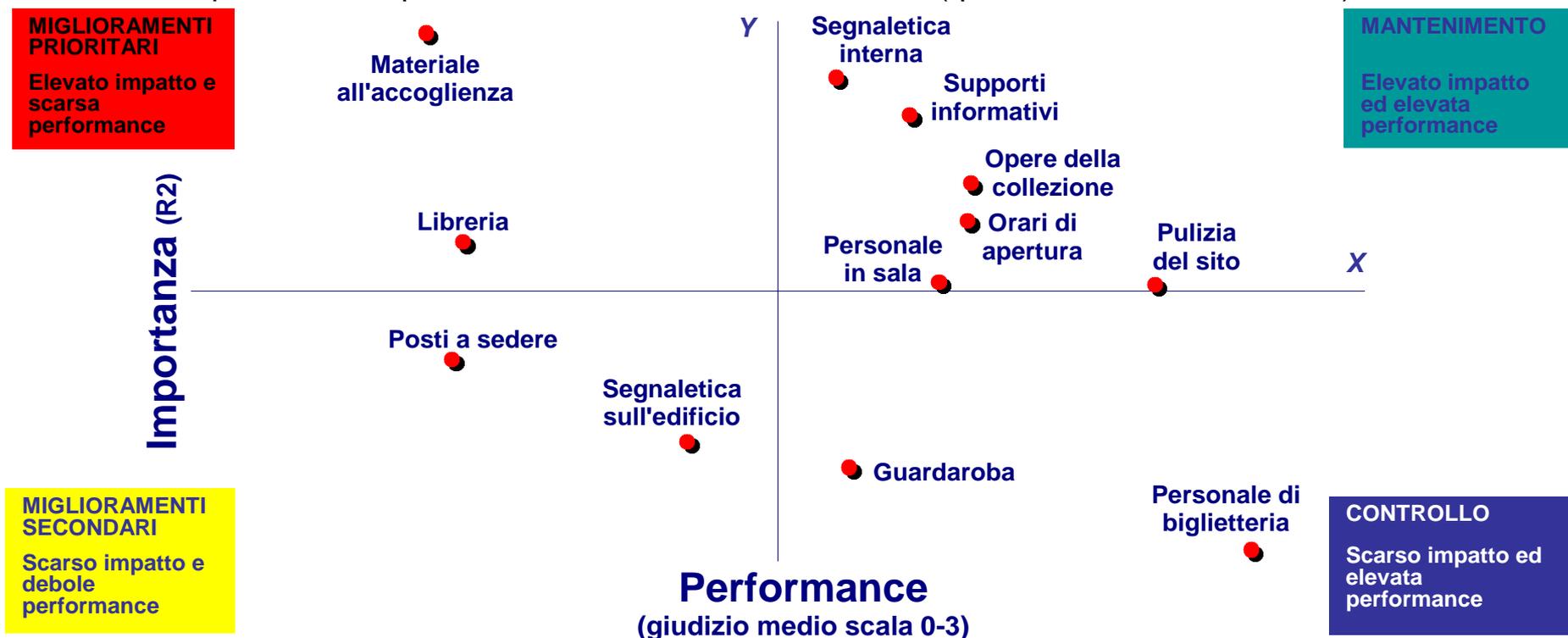
Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Galleria d'Arte Moderna - 2018</i>	
Materiale all'accoglienza	0,532
Segnaletica interna	0,502
Libreria	0,449
Orari di apertura	0,439
Pulizia del sito	0,439
Opere della collezione	0,437
Supporti informativi	0,434
Personale in sala	0,386
Posti a sedere	0,370
Guardaroba	0,292
Segnaletica sull'edificio	0,260
Personale di biglietteria	0,171

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **segnaletica interna** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche i **supporti informativi**, le **opere della collezione** e gli **orari di apertura** si posizionano nel quadrante in alto a destra, mentre il **personale in sala** e la **pulizia del sito** si collocano in una posizione *borderline*.

Il **materiale informativo all'accoglienza** e la **libreria** rappresentano le variabili oggetto d'indagine che emergono 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

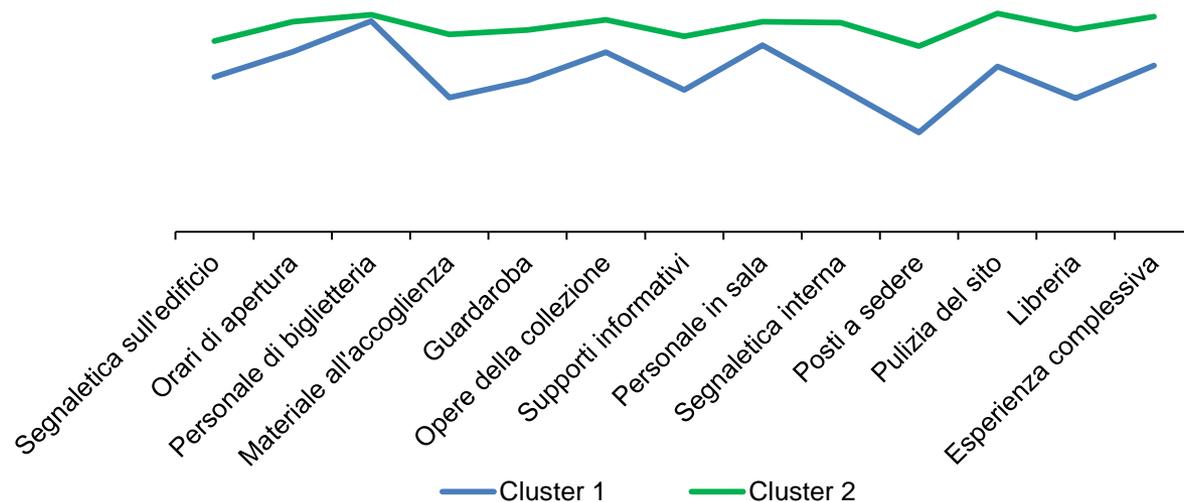
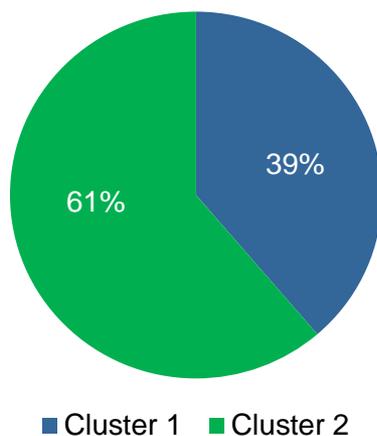
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (60 individui per il *Cluster 1* e 95 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 **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati.

Cluster 1 – Soddisfatti: turisti (in particolare stranieri), di età 35-44 e 65-74 anni, con un titolo di laurea, liberi professionisti e pensionati, scoprono il museo passando per caso o attraverso il passaparola, vengono con amici o la famiglia, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

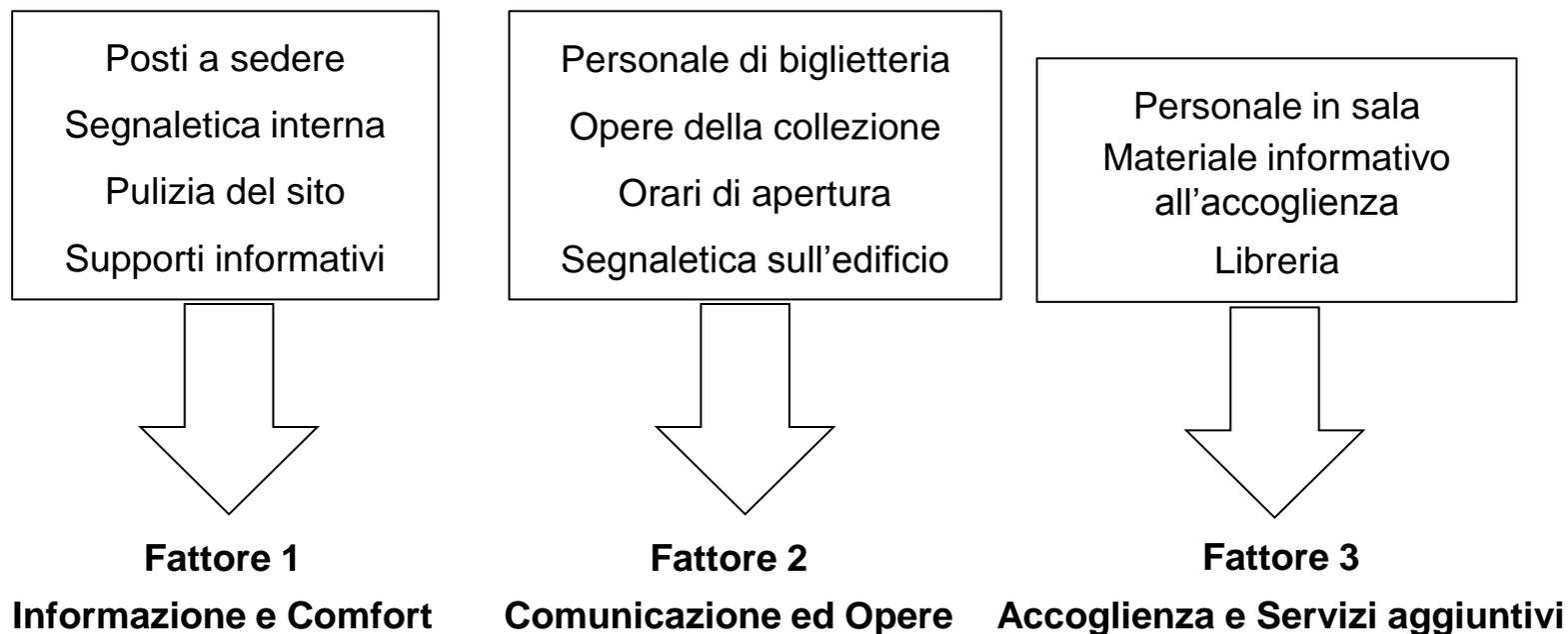
Cluster 2 – Deliziati: romani, di età 45-64 anni, con un titolo di diploma o post laurea, occupati dipendenti, scoprono il museo tramite internet (in particolare il portale MiC), vengono da soli o in coppia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

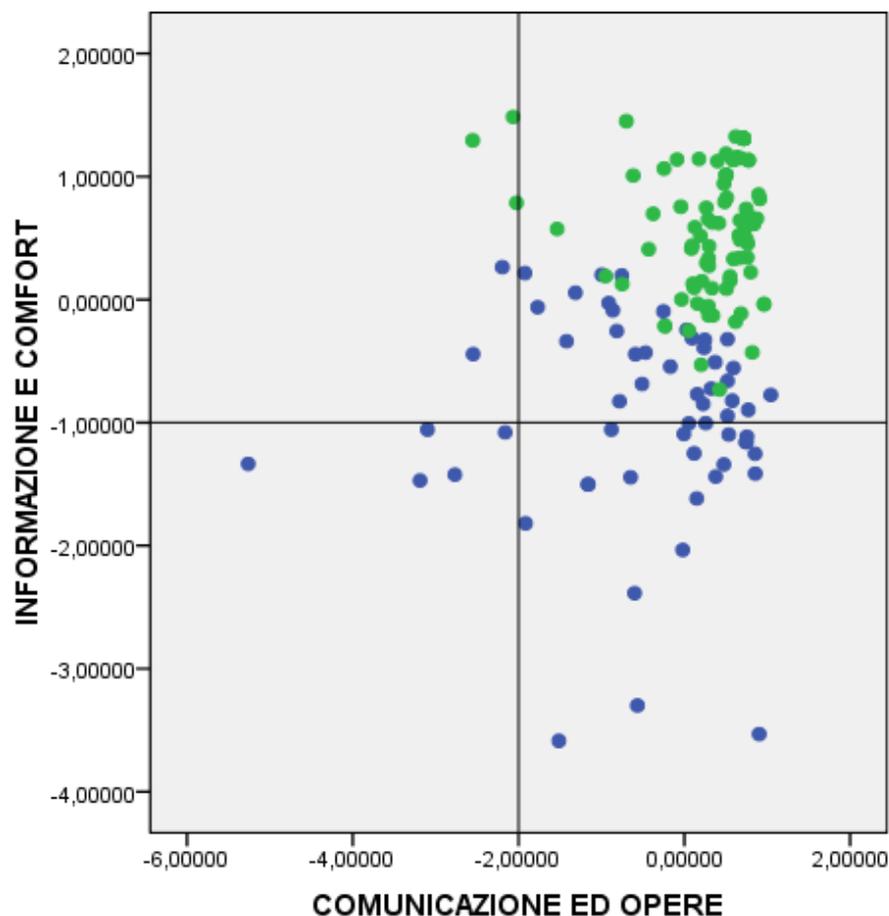
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e la libreria sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

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 2, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre per il Cluster 1 dei “Soddisfatti” si rileva una dispersione più evidente dei giudizi, in particolare sul Fattore 1 (*Informazione e Comfort*).



Cluster 1 Soddisfatti: turisti (in particolare stranieri), di età 35-44 e 65-74 anni, con un titolo di laurea, liberi professionisti e pensionati, scoprono il museo passando per caso o attraverso il passaparola, vengono con amici o la famiglia, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 Deliziati: romani, di età 45-64 anni, con un titolo di diploma o post laurea, occupati dipendenti, scoprono il museo tramite internet (in particolare il portale MiC), vengono da soli o in coppia, giudizio superiore alle aspettative, in generale molto soddisfatti, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 32**

ELOGI tutto bene, il museo piace molto. **Totale 2**

PULIZIA maggiore pulizia, soprattutto in prossimità dell'ingresso e delle scale. **Totale 8**

MATERIALE INFORMATIVO ALL'ACCOGLIENZA da aumentare, manca una mappa del museo. **Totale 5**

PUBBLICITÀ maggiore promozione del museo. **Totale 4**

COLLEZIONE da ampliare, più opere di arte contemporanea. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 33**

**TOTALE 54 SUGGERIMENTI
GALLERIA D'ARTE MODERNA**

Allegato 1: Fronte Questionario

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? <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>					
1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i>					
<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>					
2. Ha utilizzato la card Roma Pass per entrare nel museo? <i>Did you use the Roma Pass to enter in the museum?</i>					
<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>					
3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i>					
<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&relatives</i> <input type="checkbox"/> www.museincomune.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>					
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>					
	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. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Esperienza Museale nel suo complesso/ Overall Museum Experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i>					
<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>					

Allegato 1:

Retro Questionario

22. **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"/>											

23. **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.....*

24. **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*

25. **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)* _____