



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo Carlo Bilotti

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 08/01/2019*

**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
- 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 132 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* che autocompilazione dal 4 al 7 dicembre 2018 presso il *Museo Carlo Bilotti* (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano presenti le seguenti mostre temporanee: *"Balla a Villa Borghese"*, *"L'acqua di Taletè. Opere di José Molina"* e *"Bizhan Bassiri - Specchio Solare"*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 94%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,07\%$ .

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 **2,75** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la pulizia del sito (2,94), la segnaletica interna (2,78) e il personale in sala (2,78).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20 ad eccezione dei supporti digitali (2,13). Nessuno dei visitatori intervistati ha espresso un giudizio sulla caffetteria, per cui tale variabile è stata esclusa dall'elaborazione dei dati.

Le opere della collezione risultano essere l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente nella mappa, oltre che quello più correlato all'esperienza complessiva (*cf.* pp. 16-18). Tra i suggerimenti prevale la richiesta di migliorare i supporti informativi (n. 20 suggerimenti) e pubblicizzare di più il museo (n. 16 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 61% da cittadini romani, pensionati (43%) e liberi professionisti (16%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (62%), di età adulta oltre i 55 anni (65% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo tramite canale web (27% sul totale degli intervistati), seguono "passando, per caso" (22%) e "passaparola" (19%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso internet siano soprattutto i visitatori italiani, di età 35-44 anni, diplomati, nuovi visitatori e con un giudizio superiore alle aspettative. Invece coloro che lo scoprono passando per caso sono prevalentemente turisti stranieri, di età 26-34 anni, laureati o con una specializzazione post laurea, equamente ripartiti tra nuovi visitatori e chi vi si è già recato e non hanno attese a priori.

## Tabella riassuntiva

Museo Carlo Bilotti 2018	Media	Mediana	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,45	3,00	123	9	0,655	7%	54%	0%	91%
Orari di apertura	2,70	3,00	124	8	0,541	6%	73%	1%	98%
Personale di accoglienza	2,67	3,00	115	17	0,573	13%	71%	1%	97%
Materiale all'accoglienza	2,32	3,00	57	75	0,869	57%	54%	4%	81%
Guardaroba	2,70	3,00	44	88	0,553	67%	75%	0%	95%
Opere della collezione	2,59	3,00	127	5	0,568	4%	63%	0%	96%
Supporti informativi	2,61	3,00	122	10	0,567	8%	66%	0%	96%
Supporti digitali	2,13	2,00	61	71	0,885	54%	39%	7%	80%
Personale in sala	2,78	3,00	67	65	0,420	49%	78%	0%	100%
Segnaletica interna	2,78	3,00	124	8	0,487	6%	81%	0%	97%
Posti a sedere	2,64	3,00	109	23	0,631	17%	72%	1%	94%
Pulizia del sito	2,94	3,00	129	3	0,242	2%	94%	0%	100%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,75</b>	<b>3,00</b>	<b>122</b>	<b>10</b>	<b>0,503</b>	<b>8%</b>	<b>78%</b>	<b>1%</b>	<b>98%</b>

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

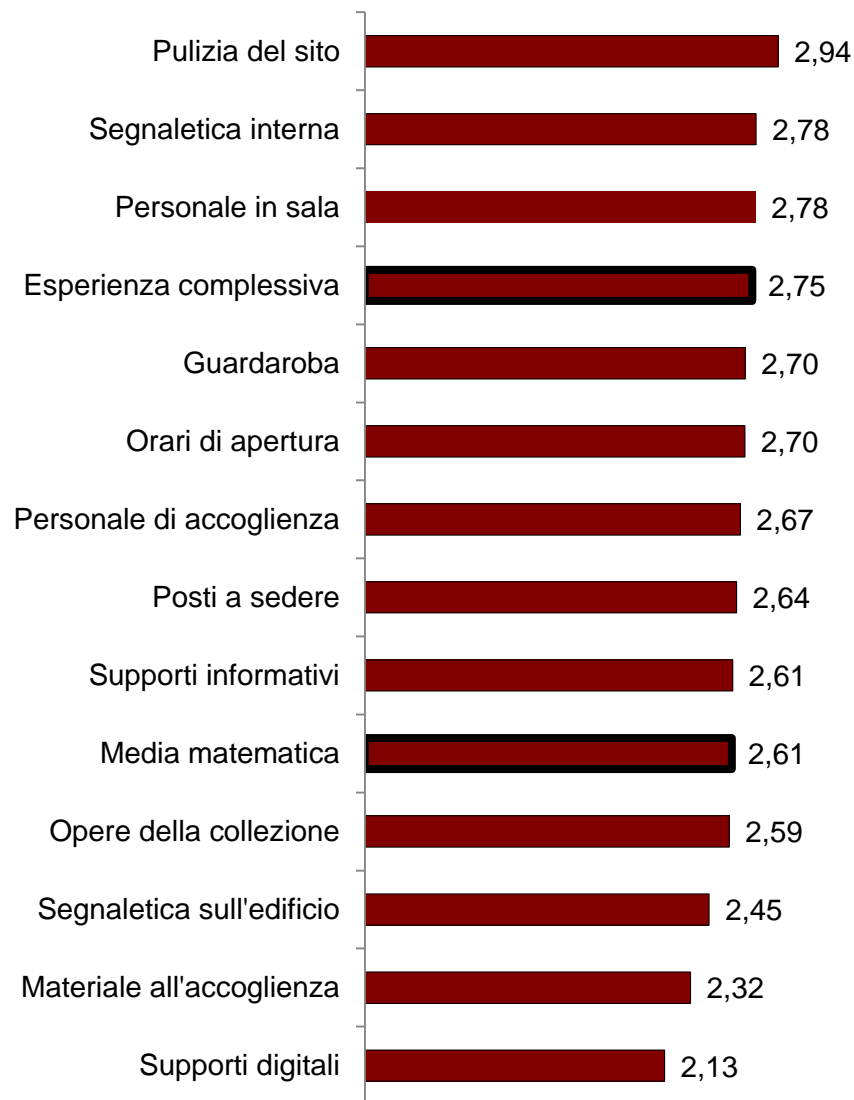
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,61).

## 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 la **pulizia del sito**, la **segnaletica interna** e il **personale in sala**.

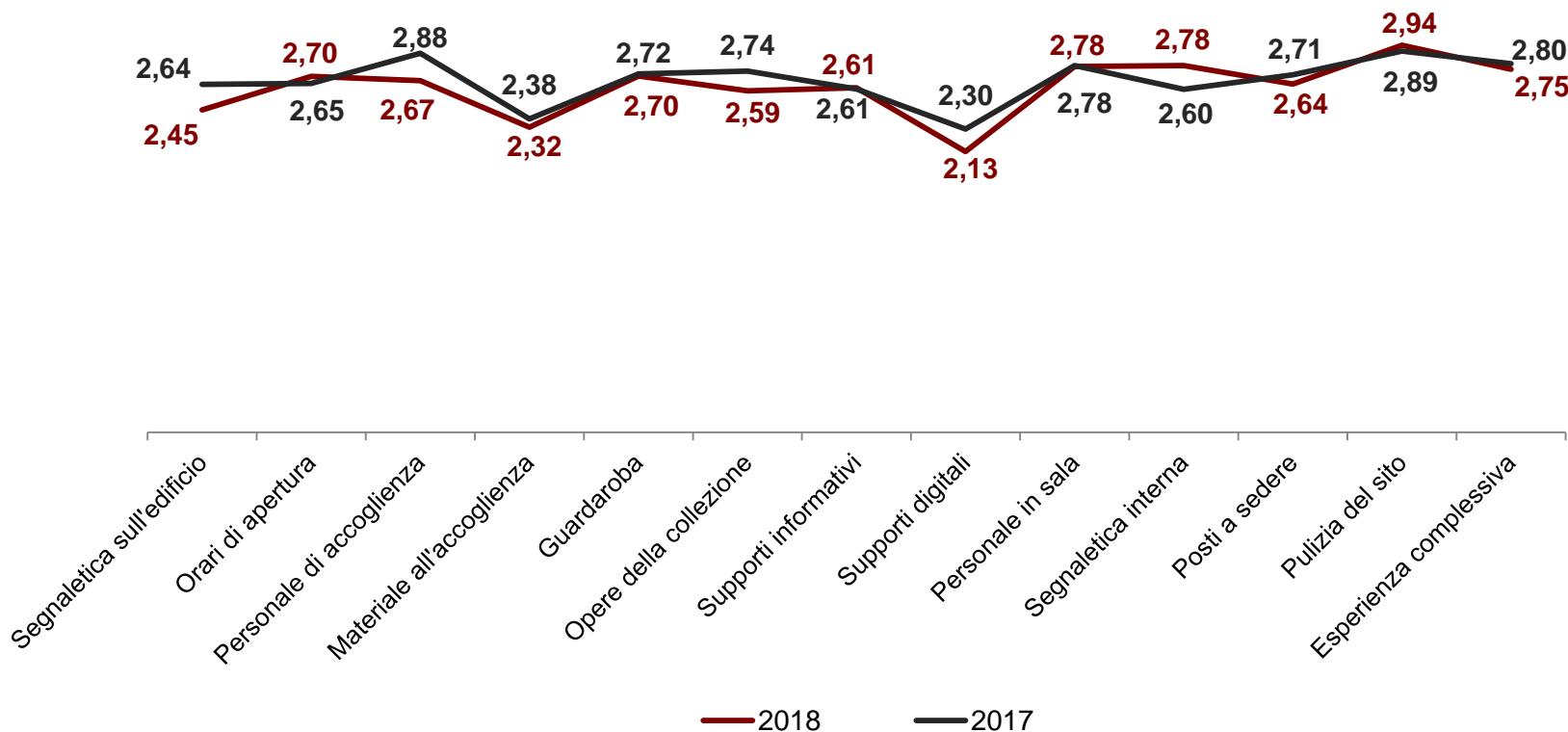
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei supporti digitali.



## Analisi del trend 2017-2018

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se si registra qualche discrepanza.

In particolare aumenta il livello medio di soddisfazione sugli orari di apertura, sulla segnaletica interna e sulla pulizia del sito, mentre scende sulle restanti variabili oggetto d'indagine, anche se i valori medi sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione dei supporti digitali.

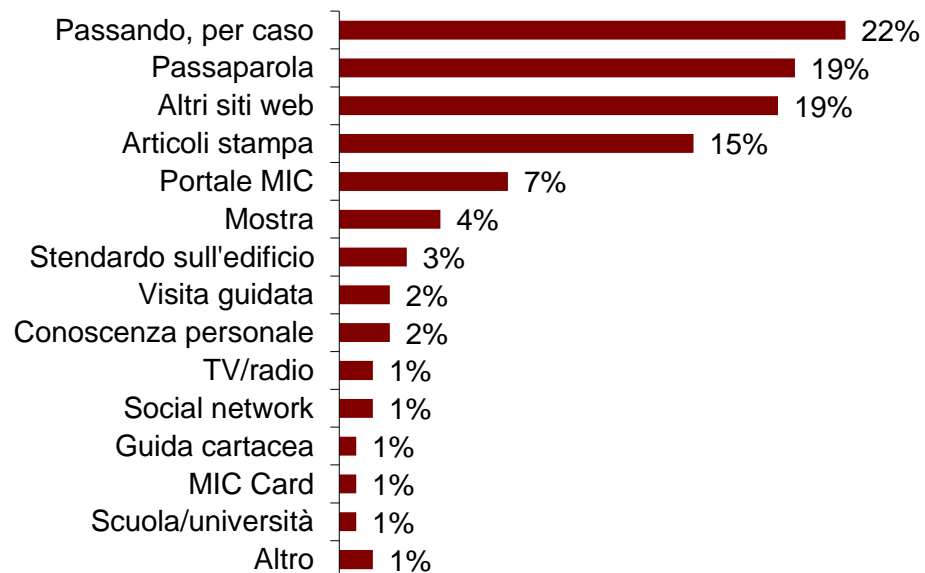


## Come è venuto a conoscenza del museo

Il canale web è il mezzo più utilizzato per conoscere il museo da parte dei visitatori intervistati (27% sul totale; in netto aumento dal 14% dello scorso anno). Poi seguono coloro che lo scoprono "passando, per caso" (22%; scendono notevolmente dal 51% emerso nell'indagine precedente) e tramite il "passaparola" (passa dal 12% al 19%), mentre la "stampa" raggiunge il 15% (la percentuale aumenta rispetto al 6% del 2017).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso internet siano soprattutto i visitatori italiani, di età 35-44 anni, diplomati, nuovi visitatori e con un giudizio superiore alle aspettative. Invece coloro che lo scoprono passando per caso sono principalmente i turisti, di età 26-34 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, equamente ripartiti tra nuovi visitatori (stranieri) e chi vi si è già recato (italiani), privi di attese a priori.

Infine il passaparola e la stampa prevalgono tra i romani, di età adulta oltre i 65 anni, diplomati, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; ma mentre il passaparola è predominante per chi non è mai stato al *Museo Carlo Bilotti*, la stampa lo è per chi l'ha già visitato.

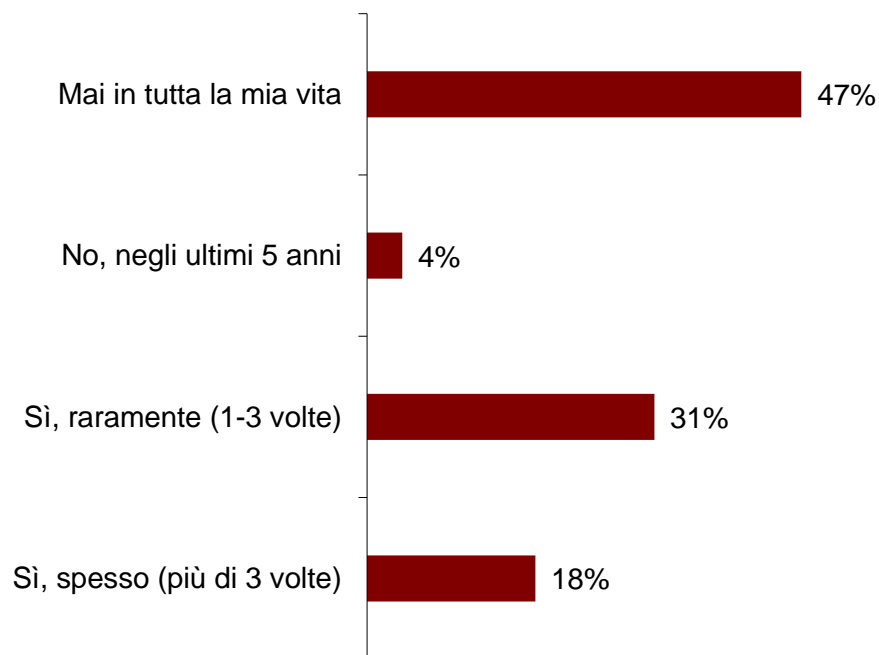




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 49% del campione intervistato dichiara di essere già stato in questo museo (di cui il 31% “da una a tre volte” e il 18% “più di tre volte”), il 47% non vi è mai stato prima e il restante 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza i giovani di età 19-39 anni, privi di aspettative a priori e hanno frequentato da uno a tre musei nell’ultimo anno. Invece ad essere già stati al *Museo Carlo Bilotti* sono soprattutto gli adulti oltre i 55 anni, che hanno un giudizio uguale alle attese e in quest’ultimo anno sono stati in più di tre musei.

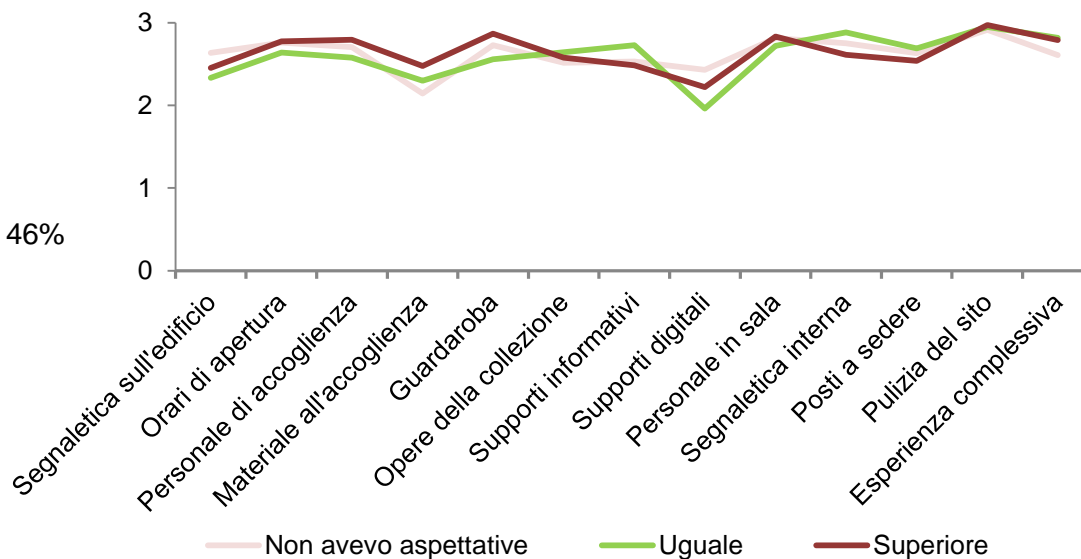
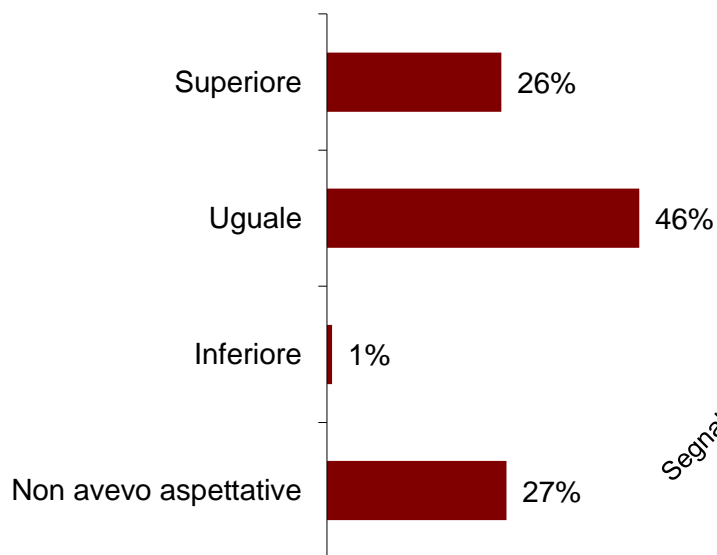


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 27% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 46% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, il 26% lo ritiene superiore e solo per il restante 1% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative sul museo siano soprattutto i nuovi visitatori, di età 26-39 anni, in generale molto soddisfatti e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece coloro che hanno un giudizio uguale alle proprie attese, sono già stati in questo museo, hanno un'età adulta oltre i 45 anni, nel complesso si ritengono molto soddisfatti e sono stati in più di tre musei. Infine ad essere privi di aspettative sono i visitatori che si recano per la prima volta al *Museo Carlo Bilotti*, di età giovane compresa tra i 19 e 34 anni, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e in quest'ultimo anno hanno visto da uno a tre musei.

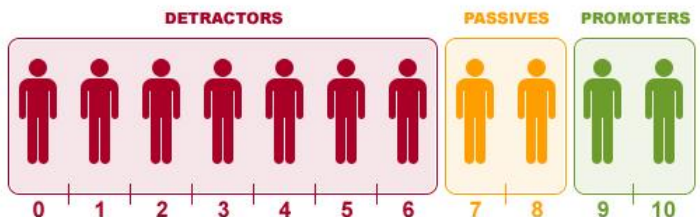
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sui supporti informativi e digitali, sulla segnaletica interna e sui posti a sedere (cfr. grafico sottostante).



## 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 Carlo Bilotti* è pari a **26%**; il 48% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



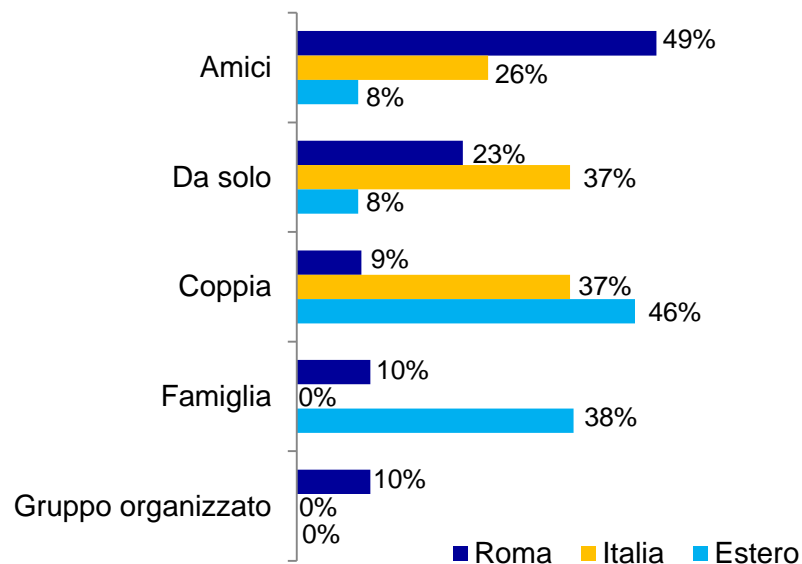
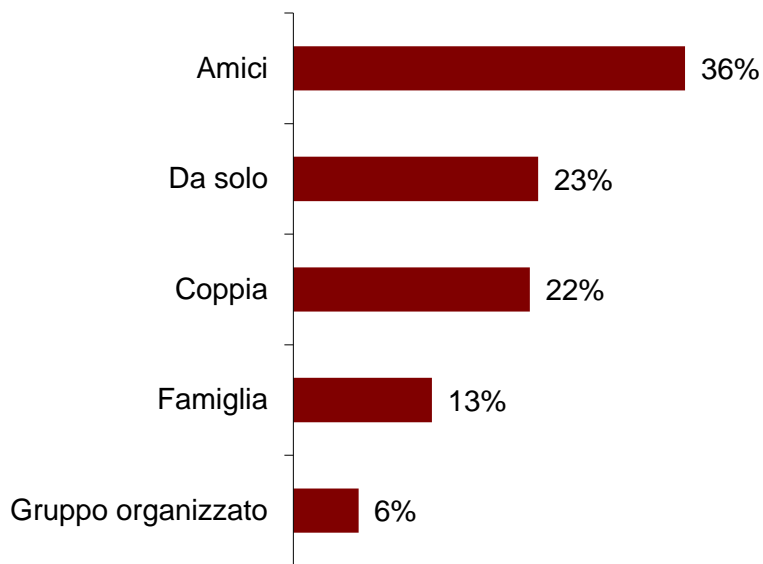
$$\text{Net Promoter Score} = \% \text{ Promoters} - \% \text{ Detractors}$$

NET PROMOTER SCORE – Museo Carlo Bilotti 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	1	2	0	4	10	21	42	24	28
0%	0%	1%	2%	0%	3%	7%	16%	32%	18%	21%
<b>DETRATTORI = 13%</b>							<b>PASSIVI = 48%</b>		<b>PROMOTORI = 39%</b>	
<b>39% - 13% = 26%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 36% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “amici”, il 23% vi si è recato “da solo”, il 22% in “coppia”, il 13% con la “famiglia” e il restante 6% con un “gruppo organizzato”.

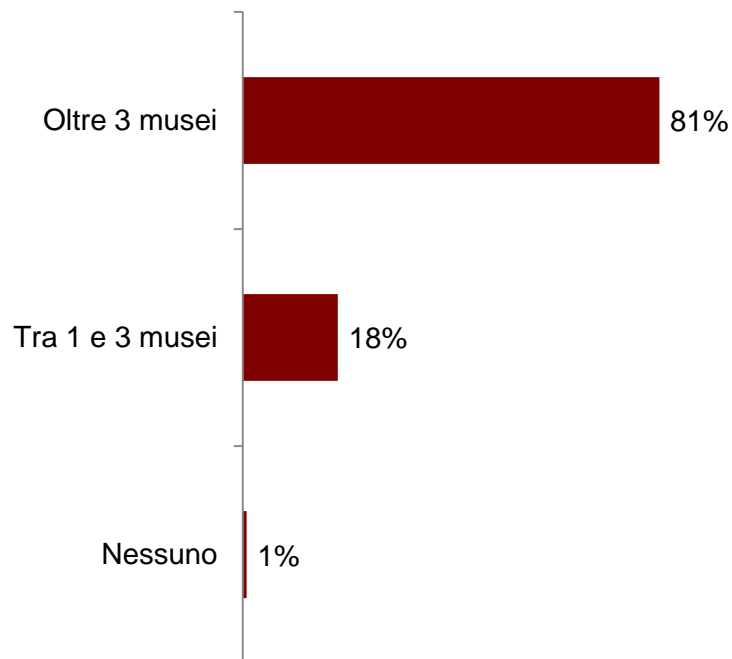
Risulta significativo che a venire con gli amici siano soprattutto i romani (*cfr.* grafico in basso a destra), alcuni già stati nei musei del Sistema, hanno un giudizio superiore alle aspettative, in generale sono molto soddisfatti e hanno frequentato da uno a tre musei in quest’ultimo anno. A visitare il museo da soli sono in particolare gli italiani che giungono da fuori Roma, pochi di essi sono già stati nei Musei Civici, hanno un giudizio uguale alle attese o ne sono privi, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti e nell’ultimo anno sono stati in più di tre musei. Invece vengono in coppia o con la propria famiglia principalmente i turisti stranieri, nuovi visitatori, senza aspettative a priori e hanno visto più di tre musei nell’ultimo anno, ma il giudizio complessivo è abbastanza soddisfacente per chi viene in coppia e molto soddisfacente per chi vi si reca con la propria famiglia.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'81% dei visitatori intervistati dichiara di avere visitato "oltre tre musei" nell'ultimo anno, il 18% risponde "tra uno e tre musei", mentre il restante 1% non ne ha visitato "nessuno".

Risulta significativo che tra coloro che hanno visto più di tre musei nell'ultimo anno vi siano soprattutto i visitatori che hanno già frequentato il *Museo Carlo Bilotti*, invece chi non vi è mai stato, afferma di avere visto meno di tre musei.



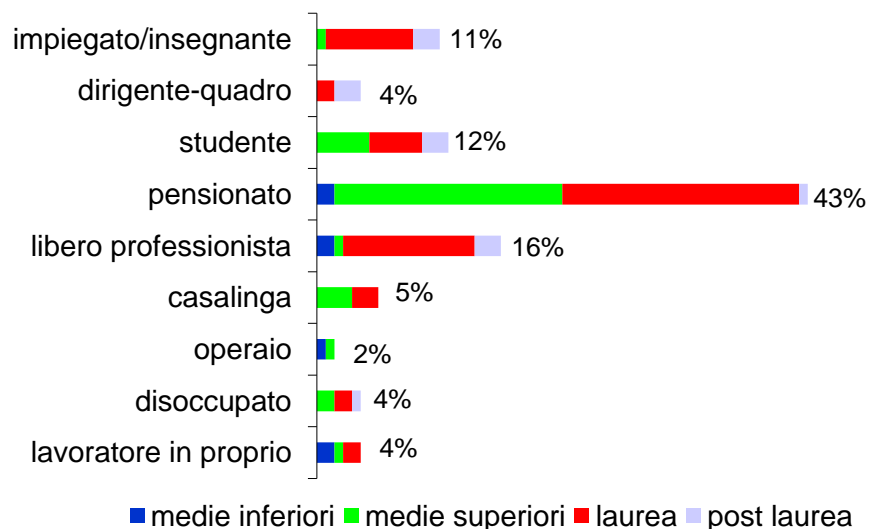
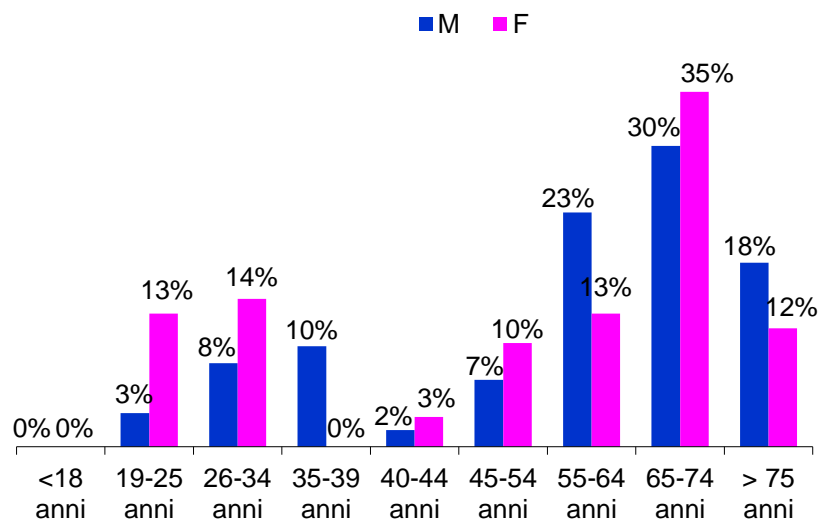
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il genere femminile (53% sul campione totale; era il 55% nell'indagine precedente), soprattutto nelle fasce d'età 19-34 anni e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta al di sopra dei 55 anni, che raggiungono complessivamente il 65% sul totale degli intervistati (lo scorso anno erano il 45%).

Il 62% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (la percentuale raggiungeva il 70% nel 2017).

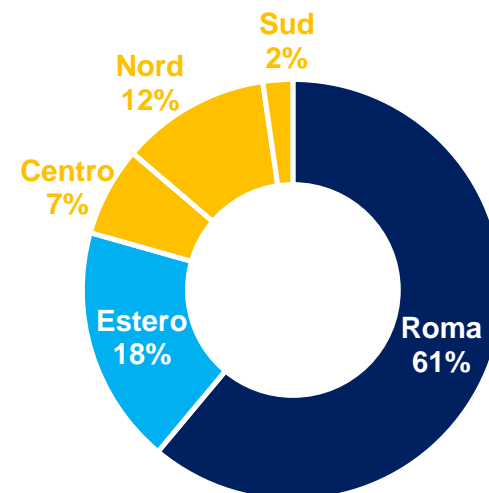
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i pensionati (43%; in netto aumento dal 19% emerso nel 2017), poi seguono i liberi professionisti (16%; erano il 19% nella precedente indagine) e gli studenti (12%, stessa percentuale dell'anno scorso). In forte calo gli impiegati/insegnanti, che passando dal 30% all'11%.



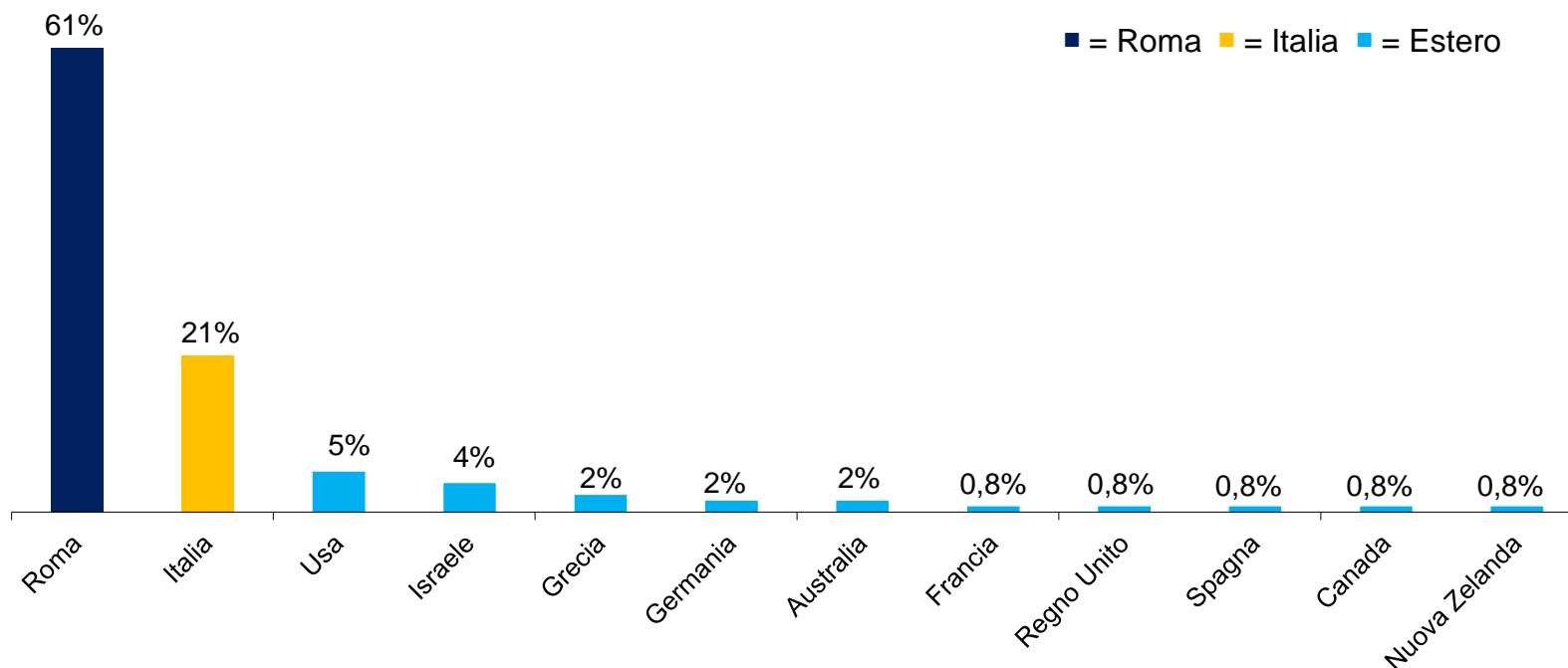
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 61% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (in netto aumento dal 29% emerso nel 2017), il 29% sono i turisti italiani (erano il 21% nell'indagine precedente), mentre il 18% giunge dall'estero (50% lo scorso anno).

Tra le nazionalità estere prevale quella statunitense col 5% sul totale; si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Correlazione 1/2

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

<b>Museo Carlo Bilotti – 2018***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di accoglienza	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,254**	,242*	,375**	,352*	,198*	,275**	,232	,354**	,185*	,035	,111	,074
Orari di apertura	,254**	1,000	,125	,472**	,568**	,152	,098	,128	,312*	,183*	,166	,087	,311**
Personale di accoglienza	,242*	,125	1,000	,336*	,374*	,191*	,083	,371**	,520**	-,070	-,005	,193*	-,018
Materiale all'accoglienza	,375**	,472**	,336*	1,000	,202	,404**	,337*	,327*	,391**	,362**	,269	,226	,381**
Guardaroba	,352*	,568**	,374*	,202	1,000	,075	,185	,403*	,208	,383*	,493**	,208	,207
Opere della collezione	,198*	,152	,191*	,404**	,075	1,000	,253**	-,005	,282*	,229*	,015	-,004	,569**
Supporti informativi	,275**	,098	,083	,337*	,185	,253**	1,000	,269*	,158	,381**	,396**	,239**	,282**
Supporti digitali	,232	,128	,371**	,327*	,403*	-,005	,269*	1,000	,435**	,220	,093	,244	,139
Personale in sala	,354**	,312*	,520**	,391**	,208	,282*	,158	,435**	1,000	,267*	,072	,279*	,198
Segnaletica interna	,185*	,183*	-,070	,362**	,383*	,229*	,381**	,220	,267*	1,000	,575**	,313**	,226*
Posti a sedere	,035	,166	-,005	,269	,493**	,015	,396**	,093	,072	,575**	1,000	,373**	,307**
Pulizia del sito	,111	,087	,193*	,226	,208	-,004	,239**	,244	,279*	,313**	,373**	1,000	,201*
Esperienza complessiva	,074	,311**	-,018	,381**	,207	,569**	,282**	,139	,198	,226*	,307**	,201*	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).

Dalla tabella laterale sono state escluse le variabili oggetto d'indagine che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per il *Museo Carlo Bilotti* le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

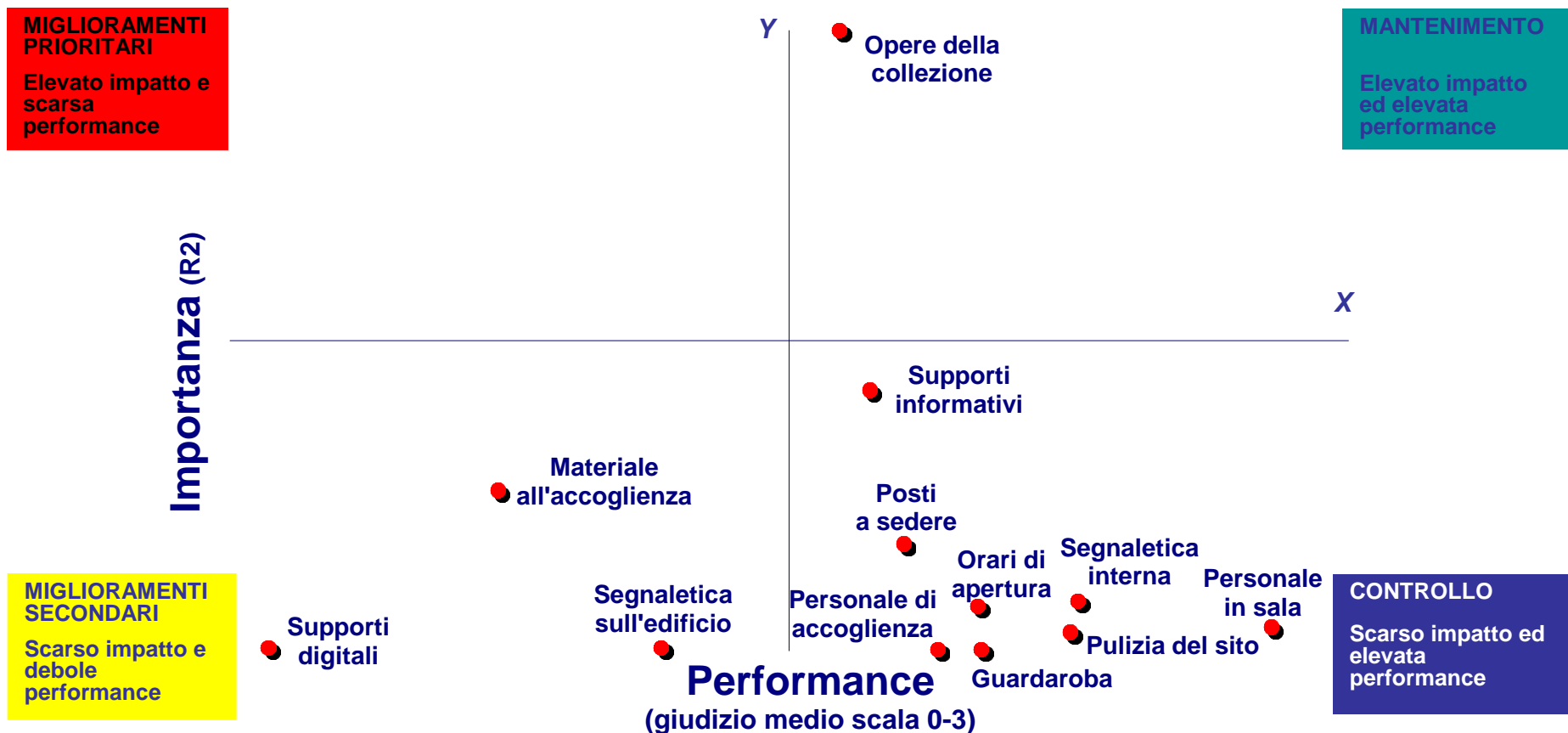
Il personale di accoglienza ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Museo Carlo Bilotti – 2018</i>	
Opere della collezione	0,569
Materiale all'accoglienza	0,381
Orari di apertura	0,311
Posti a sedere	0,307
Supporti informativi	0,282
Segnaletica interna	0,226
Pulizia del sito	0,201

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche piuttosto soddisfacente, mentre nessuna variabile oggetto d'indagine emerge 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

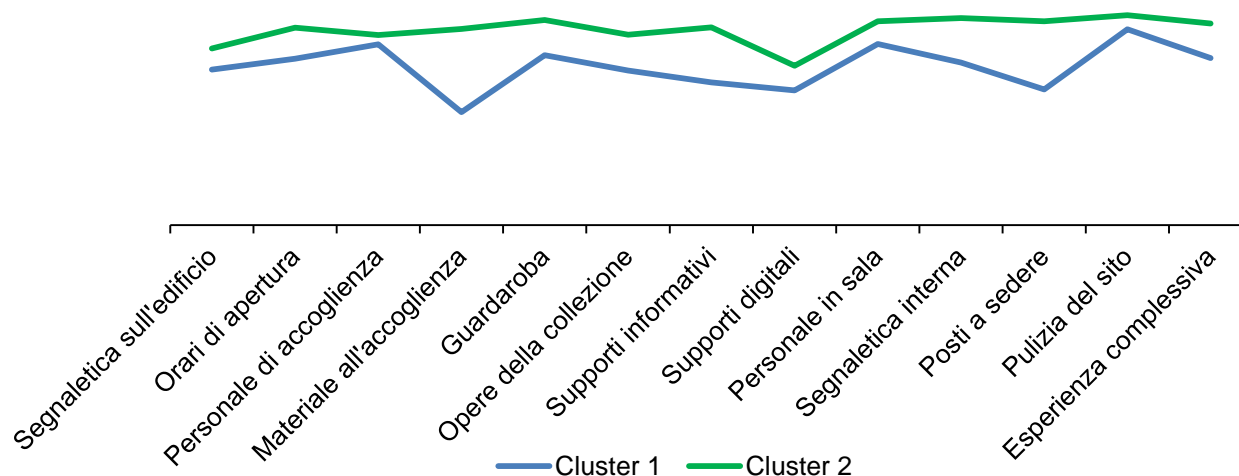
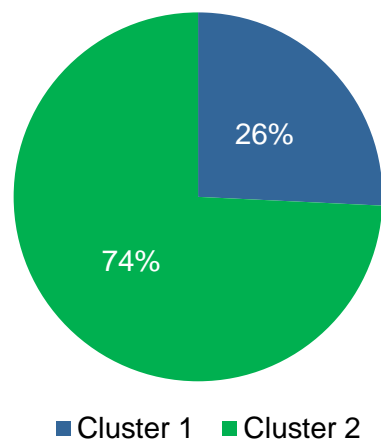
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (34 individui per il *Cluster 1* e 98 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** hanno un livello di soddisfazione tendenzialmente più basso, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti indagati

**Cluster 1 – Soddisfatti:** in prevalenza donne, romani, di età giovane 19-34 e adulta 65-74 anni, studenti e liberi professionisti, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, già stati, conoscono il museo attraverso internet e stampa, vengono da soli o in coppia, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

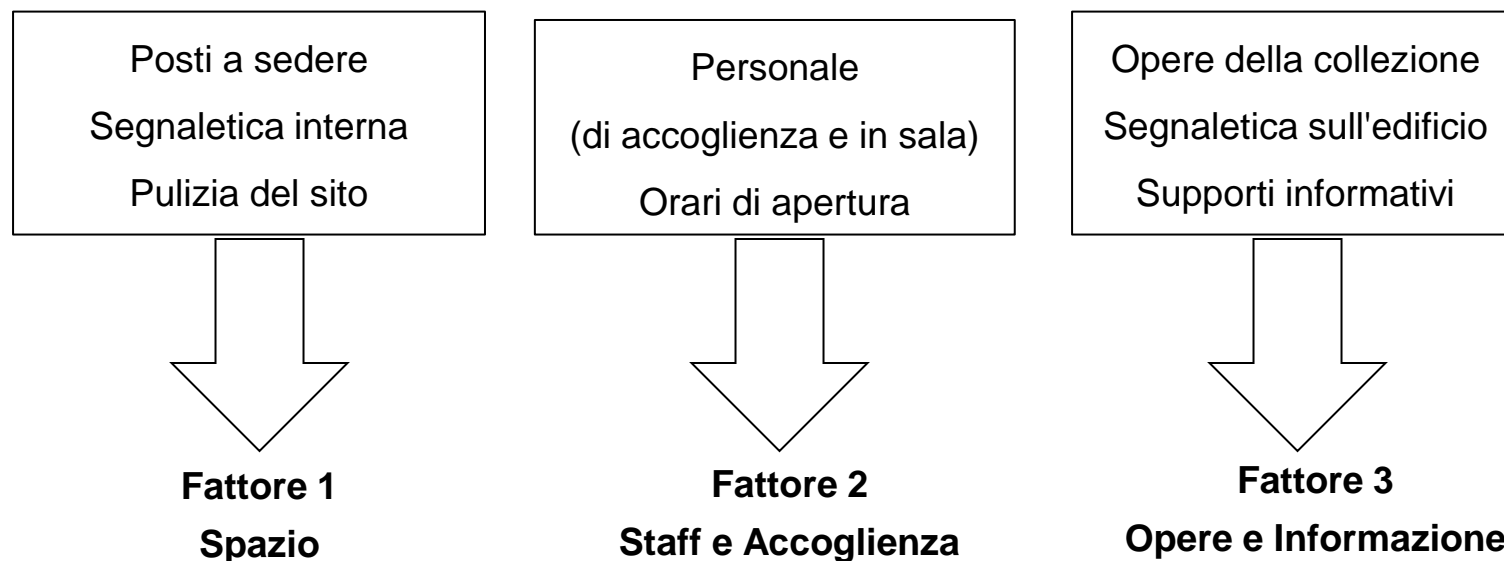
**Cluster 2 – Deliziati:** in prevalenza uomini, turisti, di età adulta 55-64 e oltre i 75 anni, pensionati, diplomati, nuovi visitatori, ne sono venuti a conoscenza passando, per caso e tramite passaparola, vengono con amici o in famiglia, hanno visitato da uno a tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti.



## Analisi Fattoriale

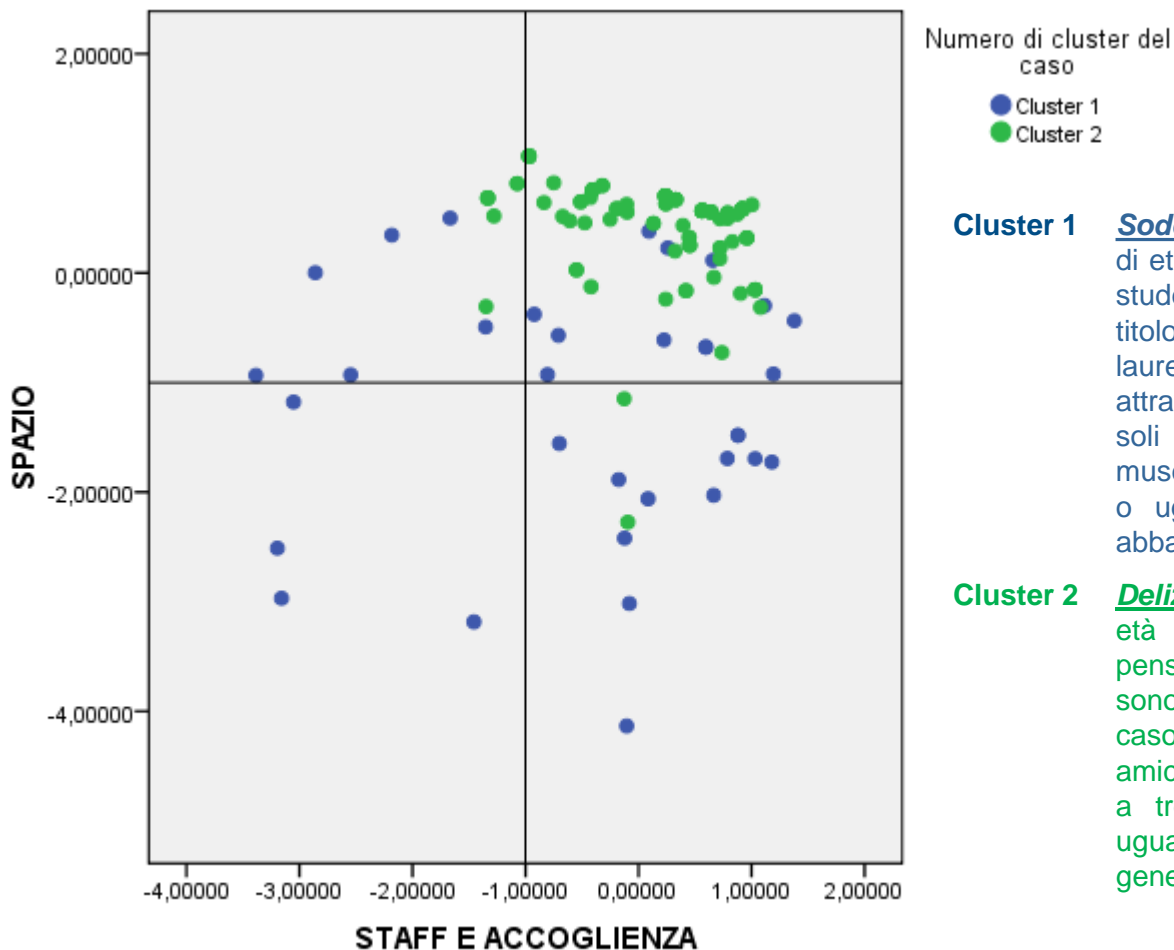
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il materiale all'accoglienza, il guardaroba e i supporti digitali sono stati esclusi poiché non sono risultati 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 mediana, il Cluster 2, ovvero quello dei “Deliziati” è tendenzialmente più soddisfatto su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1, dei “Soddisfatti” mostra una maggiore dispersività di giudizi, soprattutto per il Fattore 1 (“Spazio”).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 42**

**ELOGIO** piace il museo. **Totale 1**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI** didascalie con caratteri troppo piccoli (10), tradotti anche in inglese (4), aumentare i pannelli (4), altro (2). **Totale 20**

**PUBBLICITÀ** maggiore promozione. **Totale 16**

**ORARIO** da prolungare, meglio quello estivo. **Totale 10**

**SEGNALETICA ESTERNA** non visibile, più cartelli all'ingresso (7), da aumentare dentro Villa Borghese, aggiungere indicazioni dal *Museo Pietro Canonica* (6). **Totale 13**

**TEMPERATURA** troppo caldo. **Totale 8**

**SUPPORTI DIGITALI** sala video troppo piccola (4), altro (2). **Totale 6**

**ALTRO.** **Totale 11**

**TOTALE 84 SUGGERIMENTI  
MUSEO CARLO BILOTTI**

## Allegato 1: Fronte Questionario

<b>MUSEO/MUSEUM:</b> .....	<b>DATA/DATE:</b> _/_/___	<b>ORA/HOUR:</b> _/___			
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&amp;relatives</i> <input type="checkbox"/> <a href="http://www.museincomune.it">www.museincomune.it</a> -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>					
<b>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:</b> <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i>	<b>Non utilizzato</b> <i>Not used</i>	<b>Molto soddisfatto</b> <i>Very satisfied</i>	<b>Abbastanza soddisfatto</b> <i>Quite satisfied</i>	<b>Poco soddisfatto</b> <i>Slightly satisfied</i>	<b>Per niente soddisfatto</b> <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 accoglienza/ <i>Welcome 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/ <i>Overall Museum Experience</i>	<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"/>	<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"/>

---

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) \_\_\_\_\_