



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2023-2024
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Come è venuto a conoscenza della card
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **102 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 10 al 13 ottobre** presso il **Museo di Roma** (gli intervistati rappresentano il 13% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee *“L’incanto della Bellezza e “LAUDATO SIE! Natura e scienza. L’eredità culturale di frate Francesco”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di  $\pm 2,72\%$ .

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0

Nel 2024, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è piuttosto buono, con una media di **2,49** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono gli **orari di apertura** (2,75), le **opere della collezione** (2,75), la **segnaletica sull'edificio** (2,73), il **guardaroba** e la **libreria** (2,72 per entrambi).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. I **supporti informativi** rappresentano l'aspetto ritenuto più importante nella mappa, insieme ai **supporti digitali**, ma solo quest'ultimi emergono tra i miglioramenti prioritari. Tra i suggerimenti rilasciati dagli intervistati prevalgono quelli sulla **temperatura** (n. 14 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 51% da **turisti stranieri**, **impiegati** (31%) e **liberi professionisti** (30%), in possesso di un titolo di **laurea** (58%), appartenenti alle fasce d'età compresa tra i **35 e 54 anni** (57% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo **passando, per caso** (34%); poi seguono **guida cartacea/mappa di Roma** (19%) e **www.museiincomuneroma.it e canali social** (18%).

Risulta significativo che a rispondere *passando, per caso* siano principalmente i turisti stranieri, di età 40-54 anni, con giudizio superiore alle proprie attese. Invece *guida cartacea/ mappa di Roma* prevalgono soprattutto per i turisti (sia italiani che stranieri), di età superiore ai 45 anni, il cui giudizio è uguale alle aspettative.

Infine il portale *www.museiincomuneroma.it e canali social* sono predominanti per i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), di età 19-39 anni, con giudizio uguale alle attese.

## Tabella riassuntiva

<i>Museo di Roma 2024</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,73	3,00	102	0	0,448	1%	73%	0%	100%
Orari di apertura	2,75	3,00	102	0	0,432	1%	75%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,70	3,00	102	0	0,462	1%	70%	0%	100%
Guardaroba	2,72	3,00	54	48	0,452	48%	72%	0%	100%
Opere della collezione	2,75	3,00	102	0	0,432	1%	75%	0%	100%
Supporti informativi	2,47	3,00	102	0	0,575	1%	51%	0%	96%
Supporti digitali	2,32	2,00	102	0	0,662	1%	43%	0%	89%
Personale in sala	2,62	3,00	100	2	0,546	3%	65%	0%	97%
Segnaletica interna	2,45	3,00	102	0	0,591	1%	50%	0%	95%
Pulizia del sito	2,65	3,00	102	0	0,480	1%	65%	0%	100%
Libreria	2,72	3,00	67	35	0,486	35%	73%	0%	99%
Caffetteria	2,67	3,00	61	41	0,473	41%	67%	0%	100%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,49</b>	<b>2,00</b>	<b>102</b>	<b>0</b>	<b>0,502</b>	<b>1%</b>	<b>49%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

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

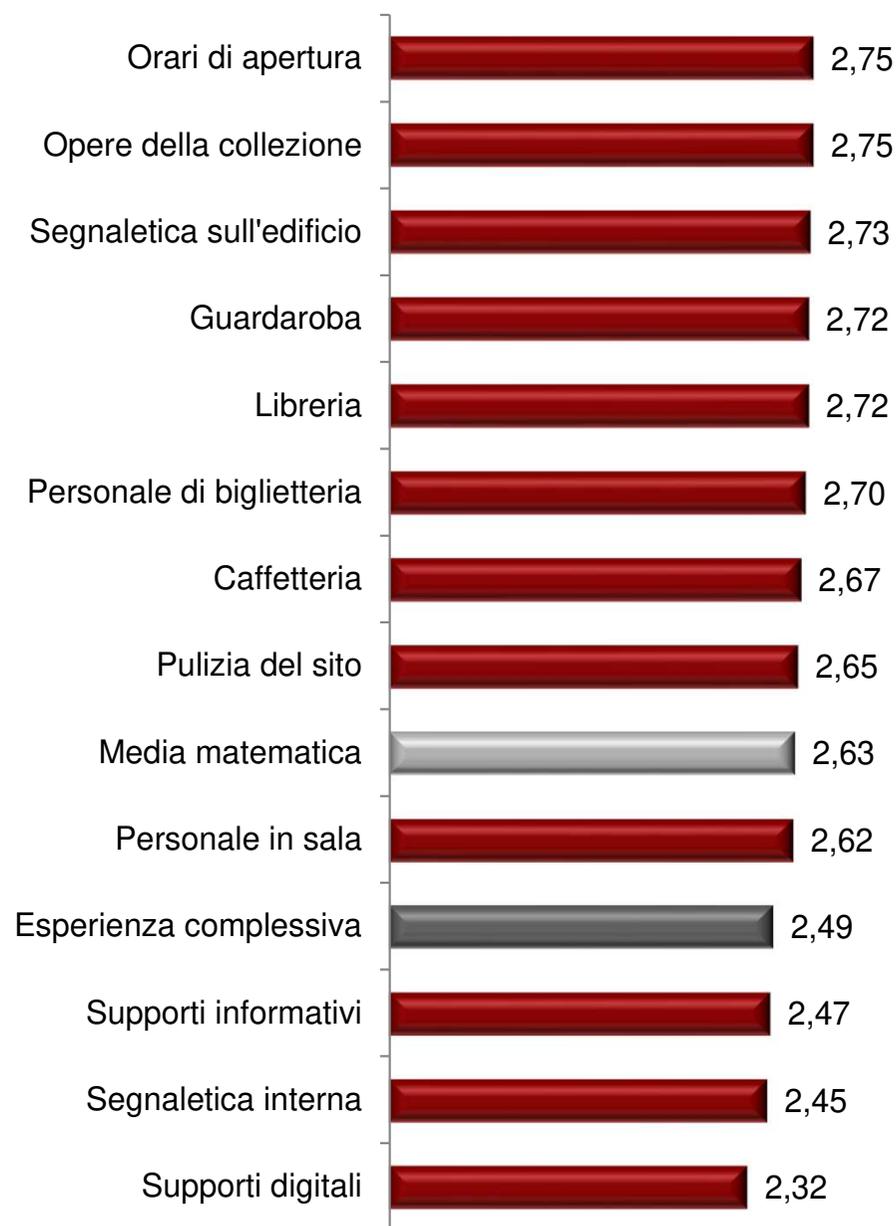
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,63).

## 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: gli **orari di apertura**, le **opere della collezione**, la **segnaletica sull'edificio**, il **guardaroba** e la **libreria**.

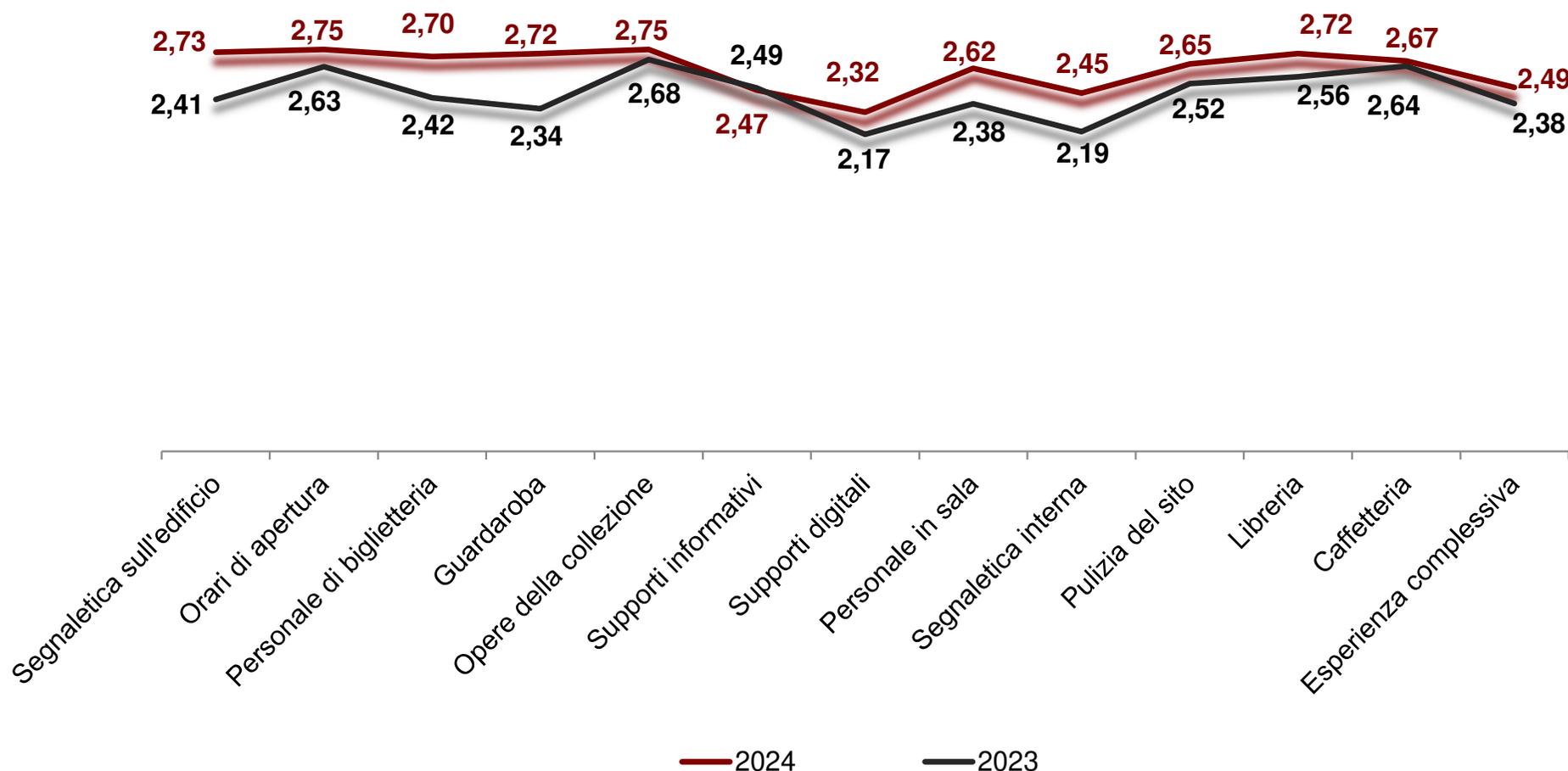
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2023-2024

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

Si registra un incremento notevole del livello di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione dei **supporti informativi**, il cui valore medio passa da 2,49 a 2,47, pertanto ben al di sopra dello standard di 2,20.

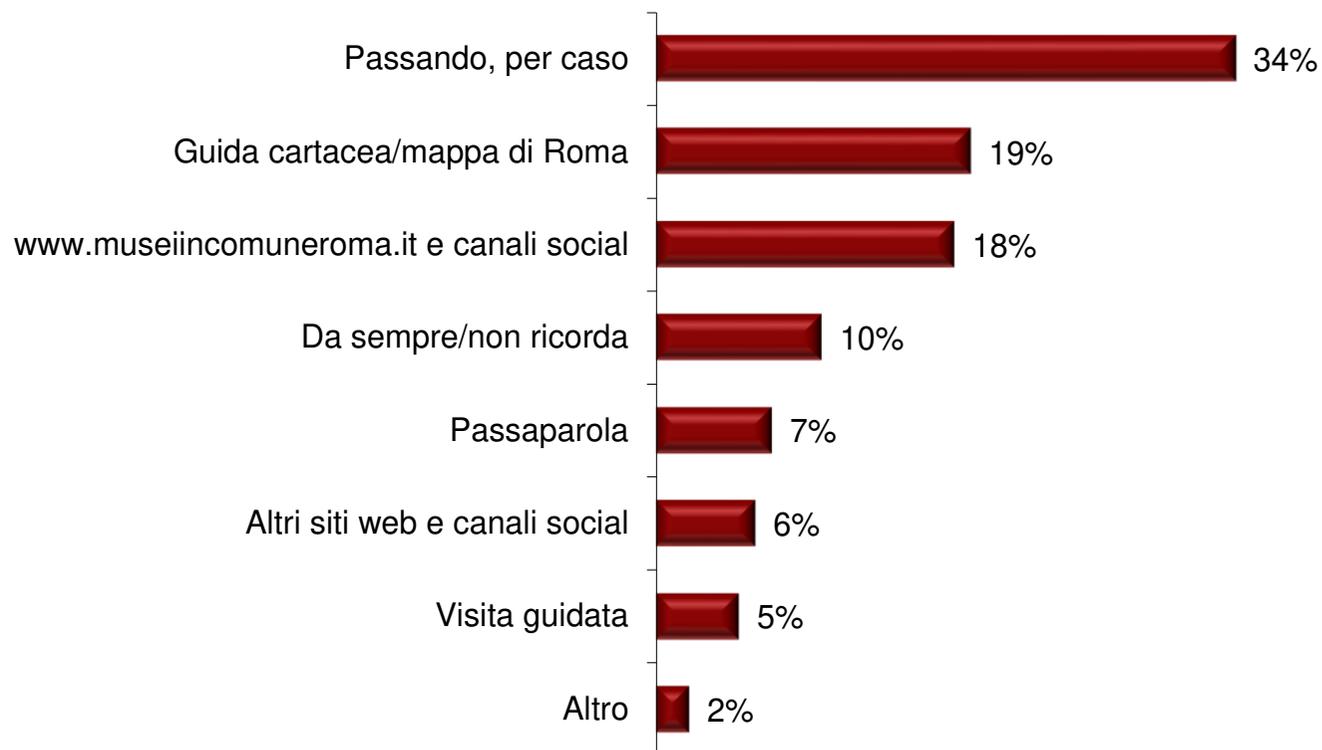


## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 34% del campione intervistato dichiara di essere venuto a sapere del museo “**passando, per caso**”, il 19% risponde “**guida cartacea/mappa di Roma**” e il 18% risponde “**www.museiincomuneroma.it e canali social**”.

Risulta significativo che a rispondere passando, per caso siano principalmente i turisti stranieri, di età 40-54 anni, con giudizio superiore alle proprie attese. Invece guida cartacea/ mappa di Roma prevalgono soprattutto per i turisti (sia italiani che stranieri), di età superiore ai 45 anni, il cui giudizio è uguale alle aspettative.

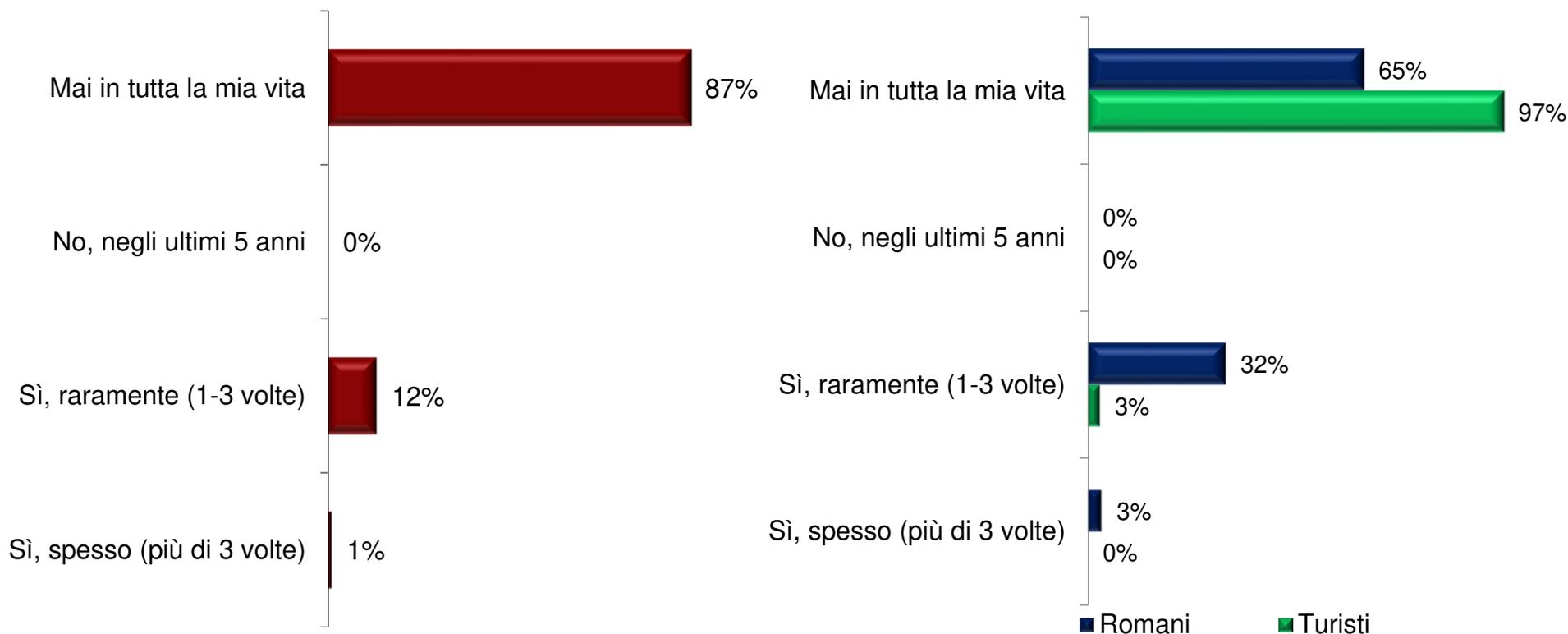
Infine il portale www.museiincomuneroma.it e canali social sono predominanti per i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), di età 19-39 anni, con giudizio uguale alle attese.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (87% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato prima** al *Museo di Roma*, mentre il 13% già vi è stato (di cui il 12% raramente “da una a tre volte” e l’1% spesso “più di tre volte”).

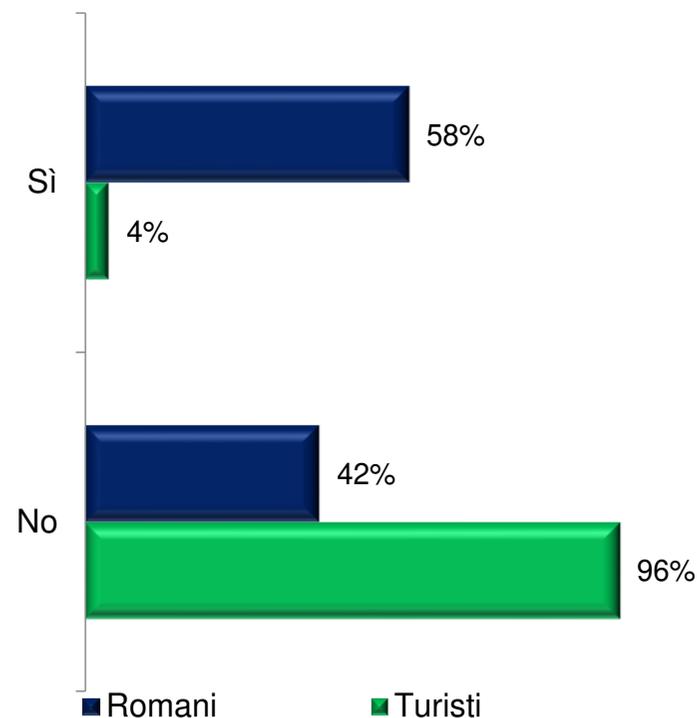
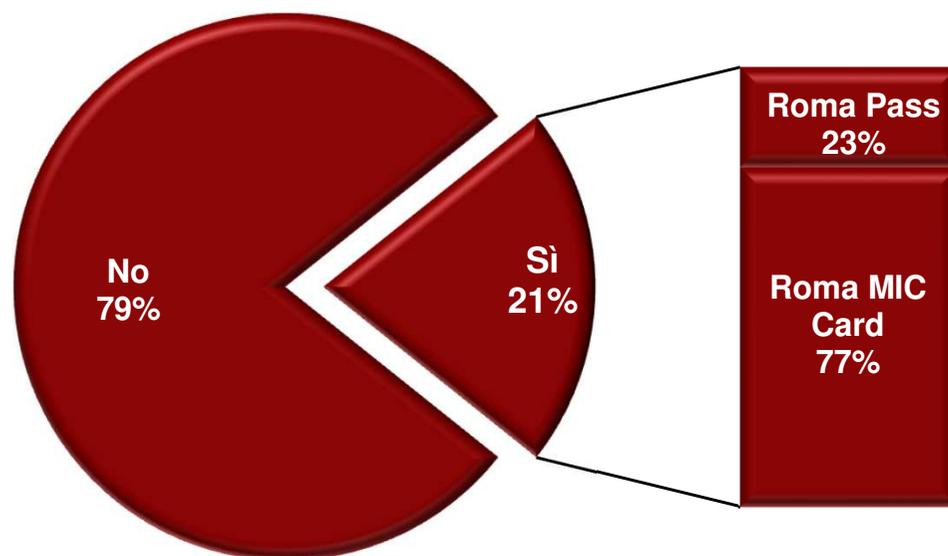
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico in basso a destra), di età giovane inferiore ai 39 anni, laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti e non hanno usufruito di una card per accedere in tale museo. Invece ad avere già visto il Museo di Roma sono prevalentemente i visitatori romani, di età 40-54 anni, diplomati, in generale molto soddisfatti e alcuni hanno utilizzato la *Roma MIC Card* per entrare.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 79% degli intervistati non ha usufruito di alcuna card per accedere al museo, mentre il 21% afferma di averla utilizzata (il 77% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il 23% alla **Roma Pass**).

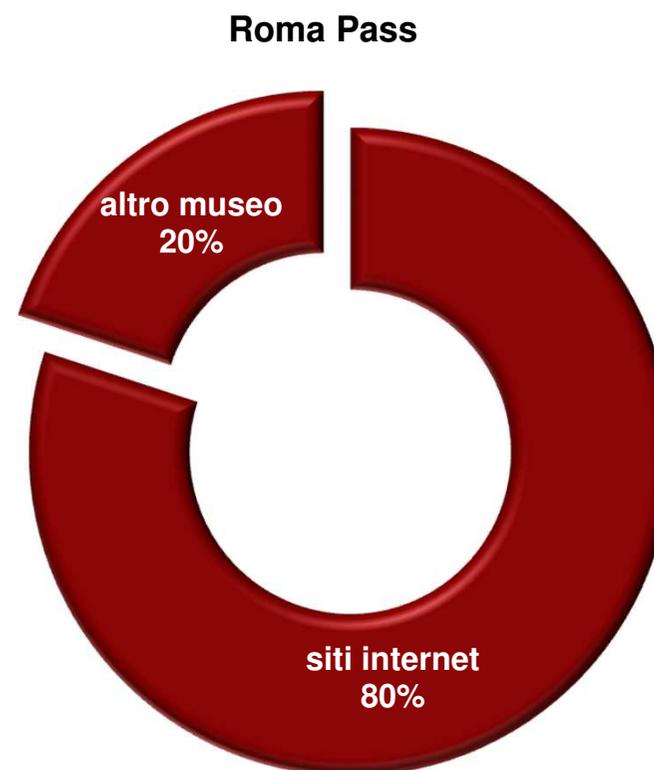
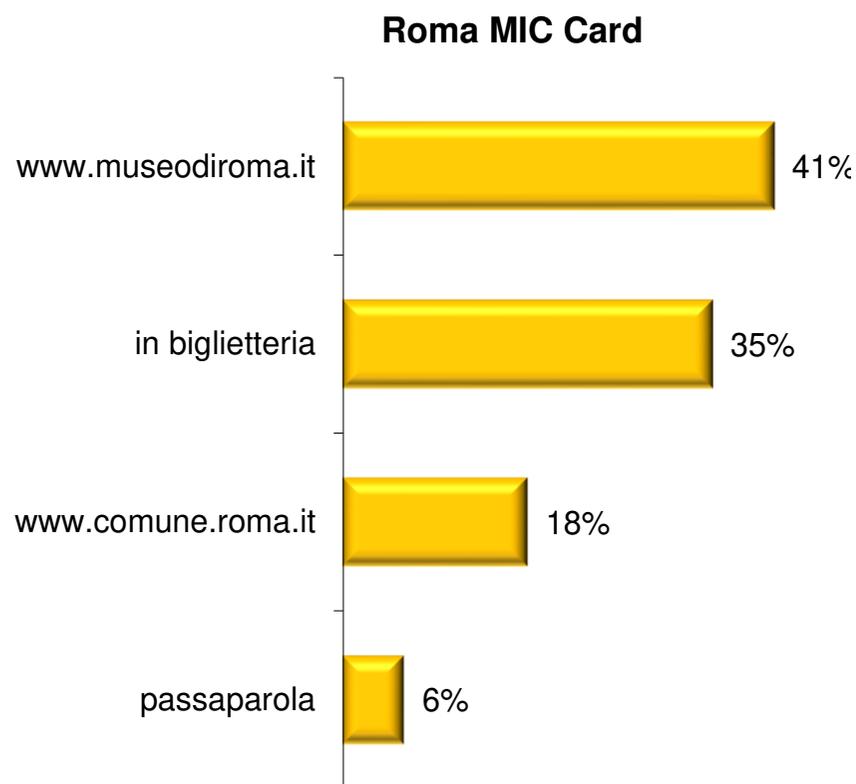
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (cfr. grafico in basso a destra), alcuni di essi già stati in questo museo e hanno un giudizio uguale alle aspettative. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma*, sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi visitatori, con giudizio superiore alle proprie attese.



## Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come gli intervistati siano venuti a conoscenza della card utilizzata (21% sul campione totale, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono in particolare le voci “**www.museodiroma.it**” (41%) e “**in biglietteria**” (35%).

Invece per la card *Roma Pass* prevalgono le seguenti risposte: **siti internet** (80%) e **altro museo** (20%).

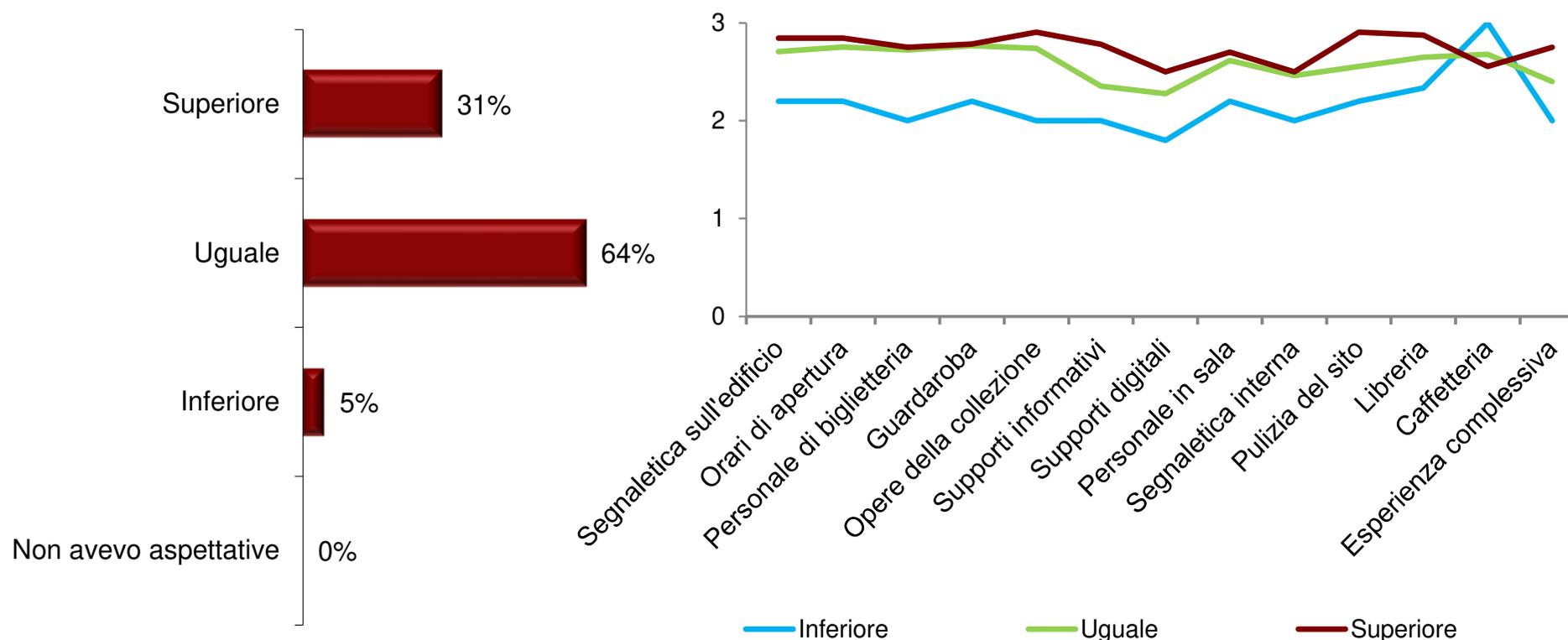


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 64% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 31% è superiore e per il 5% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Nessuno degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i nuovi visitatori, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente coloro che sono già stati al *Museo di Roma* e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

Chi è privo di aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).

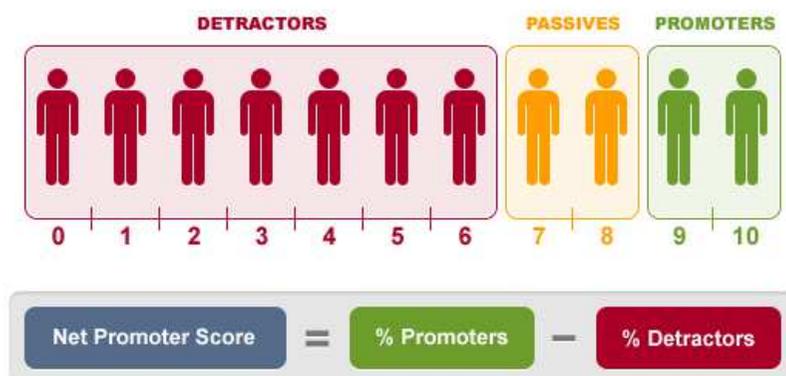


## Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 di Roma* è pari al **62%**.

Il 38% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece nessuno degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

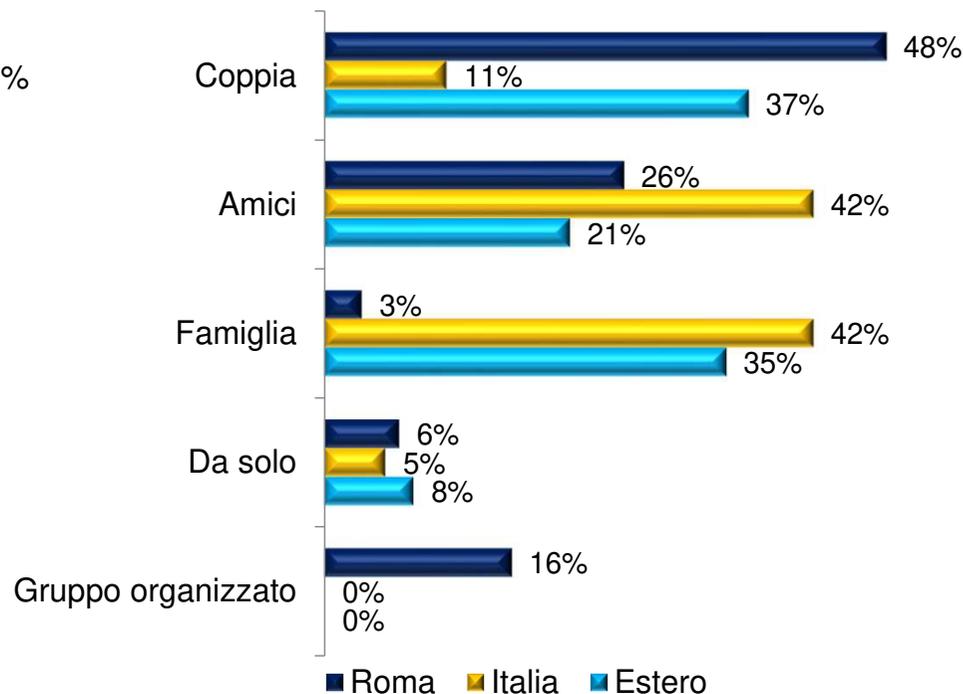
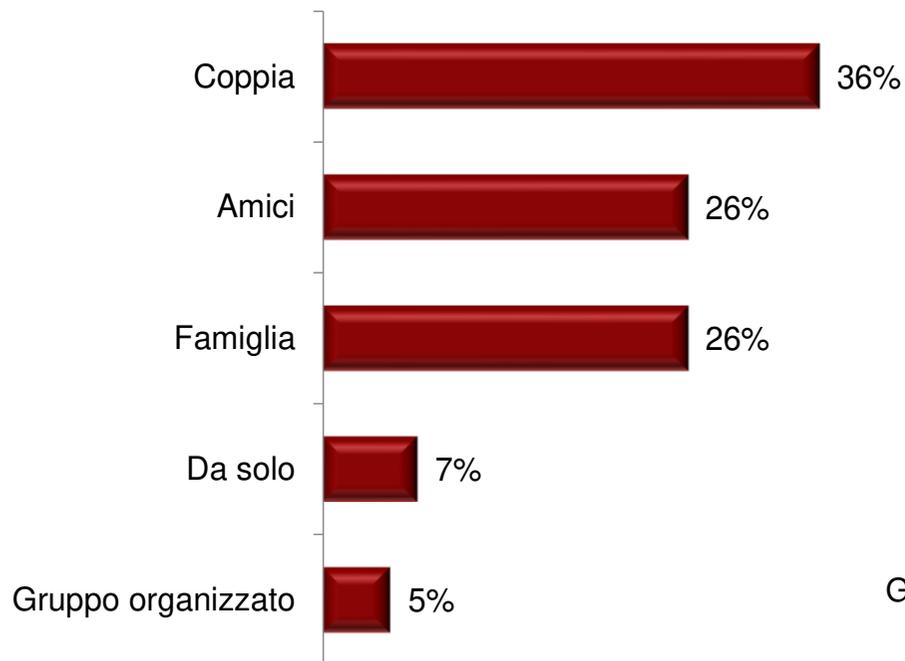


NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	4	35	57	6
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	34%	56%	6%
<b>DETRACTORI = 0%</b>							<b>PASSIVI = 38%</b>		<b>PROMOTORI = 62%</b>	
<b>62%-0%=62%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 36% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, un 26% in compagnia di **“amici”** e un 26% viene con la propria **“famiglia”**, il 7% **“da solo”** e il restante 5% con un **“gruppo organizzato”**.

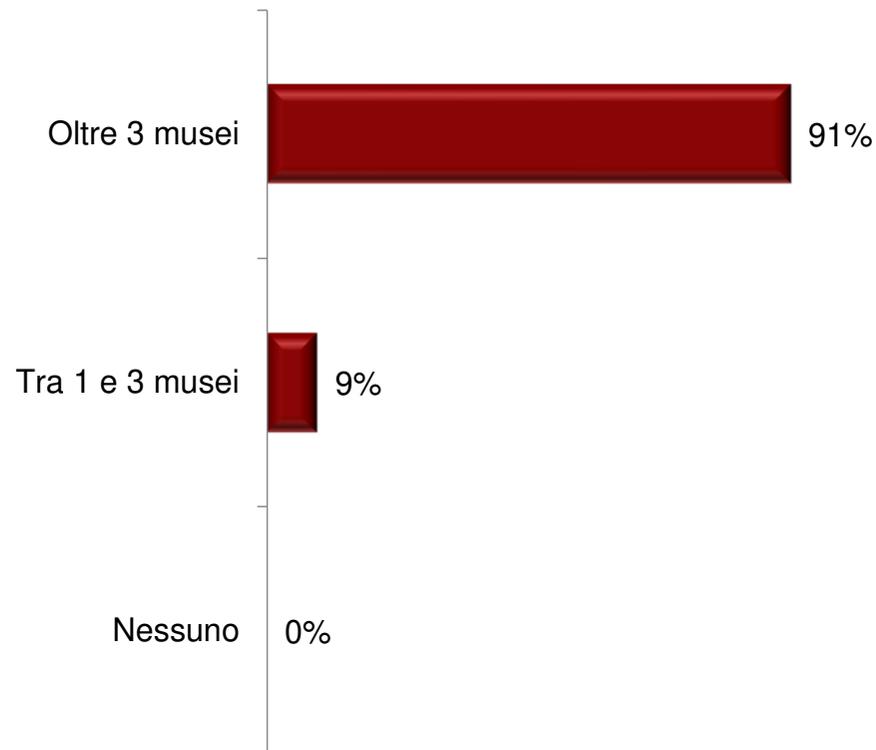
Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i romani (*cf.* grafico in basso a destra), laureati, alcuni già stati al *Museo di Roma*, con giudizio uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti. Invece a recarsi al museo con amici sono in prevalenza i turisti italiani, diplomati, un numero esiguo di essi (n.4) dichiara di avere già visitato tale museo, hanno un giudizio superiore alle proprie attese e nel complesso sono abbastanza soddisfatti. Infine a venire al museo con la propria famiglia sono i turisti (sia italiani che stranieri), con titolo di scuola media inferiore o laurea, nuovi visitatori, il loro giudizio è superiore alle aspettative e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 91% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 9% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre nessuno afferma di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad essere stati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 40-64 anni, laureati e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono prevalentemente i minorenni e chi appartiene alla fascia 35-39 anni, con un titolo di diploma, molto soddisfatti della loro esperienza al *Museo di Roma*.



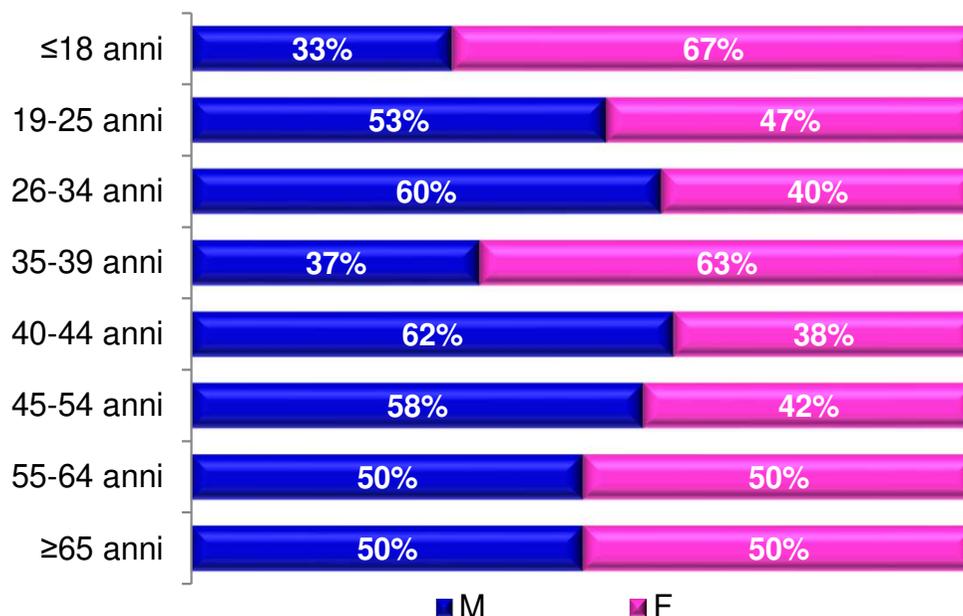
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere maschile** (51%; nel 2023 era il 48% sul totale), soprattutto nelle fasce dei 19-34 anni e 40-54 anni. Invece le donne emergono nella fascia dei ≤18 anni e 35-39 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **35 e 54 anni**, che rappresentano il 57% del campione (56% nel 2023). In aumento i giovani di età fino ai 34 anni, la cui percentuale sale dal 15% al 27%.

Il 58% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea** (54% nel 2023).

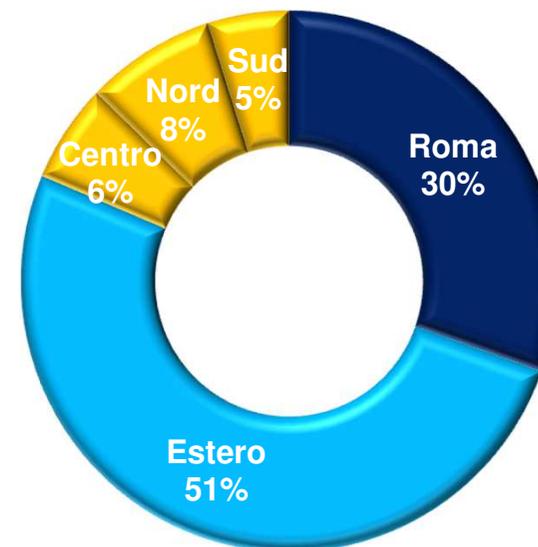
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (31%; nell'indagine precedente erano il 45%); seguono i liberi professionisti (in aumento da 11% a 30%) e gli studenti (passano da 3% a 23%).



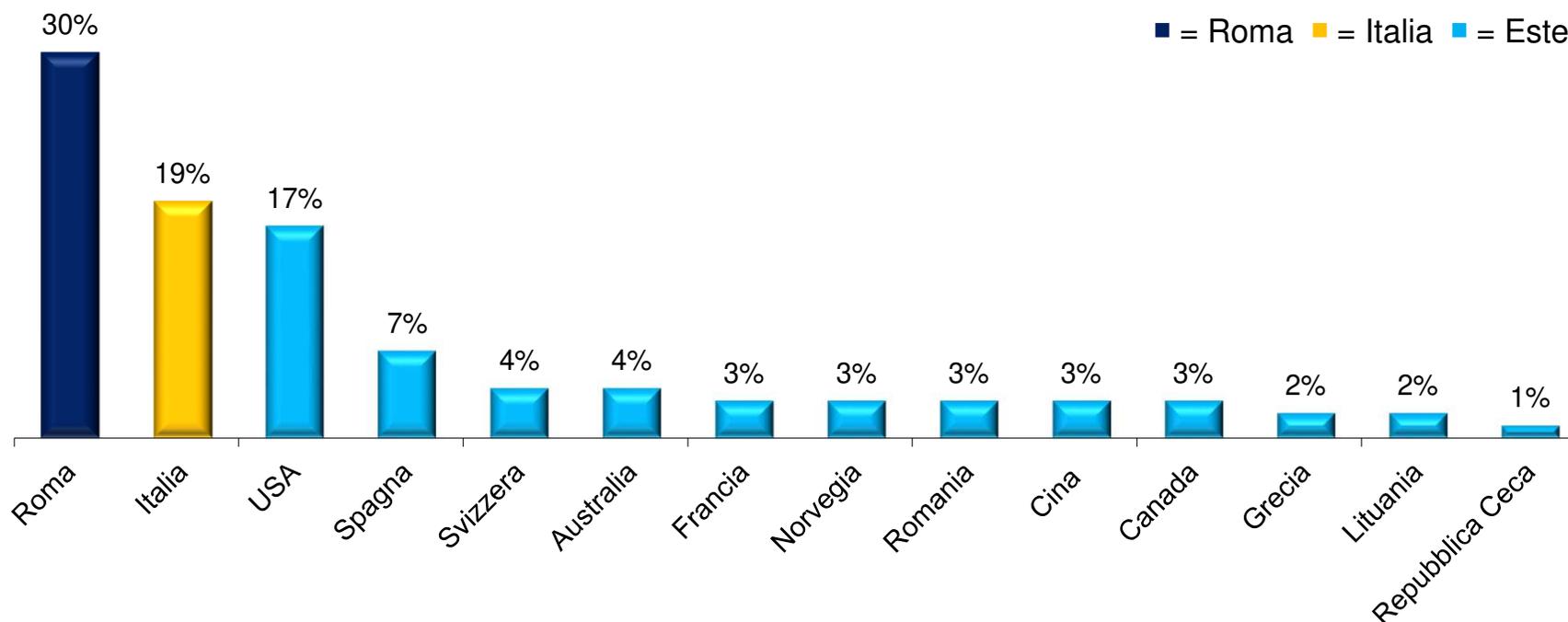
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 51% del campione totale è costituito da turisti **stranieri** (48% nel 2023), il 30% è rappresentato dai cittadini **romani** (in lieve discesa dal 35% emerso nell'indagine precedente), mentre il 19% giunge da altre province italiane (lo scorso anno la percentuale era pari al 18%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense** (17% sul totale degli intervistati); 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.

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,262**	0,119	0,231	0,160	0,134	0,163	0,130	0,093	,235*	0,081	-0,065	,252*
Orari di apertura	,262**	1,000	,268**	0,199	0,152	0,162	0,077	0,139	,208*	,247*	0,118	0,088	0,103
Personale di biglietteria	0,119	,268**	1,000	0,088	,416**	0,169	,211*	0,112	0,149	,226*	0,019	-0,069	0,136
Guardaroba	0,231	0,199	0,088	1,000	,294*	0,194	0,093	0,262	0,202	0,141	,405*	-,523*	-0,009
Opere della collezione	0,160	0,152	,416**	,294*	1,000	,399**	0,063	0,156	,228*	,199*	0,063	0,033	,285**
Supporti informativi	0,134	0,162	0,169	0,194	,399**	1,000	,396**	0,136	0,181	,297**	0,028	-0,242	,612**
Supporti digitali	0,163	0,077	,211*	0,093	0,063	,396**	1,000	-0,016	0,157	0,193	0,210	-0,018	,464**
Personale in sala	0,130	0,139	0,112	0,262	0,156	0,136	-0,016	1,000	,343**	0,184	-0,161	-0,025	0,053
Segnaletica interna	0,093	,208*	0,149	0,202	,228*	0,181	0,157	,343**	1,000	,292**	0,071	-0,023	0,043
Pulizia del sito	,235*	,247*	,226*	0,141	,199*	,297**	0,193	0,184	,292**	1,000	,282*	0,033	,273**
Libreria	0,081	0,118	0,019	,405*	0,063	0,028	0,210	-0,161	0,071	,282*	1,000	-0,127	0,097
Caffetteria	-0,065	0,088	-0,069	-,523*	0,033	-0,242	-0,018	-0,025	-0,023	0,033	-0,127	1,000	0,017
Esperienza complessiva	,252*	0,103	0,136	-0,009	,285**	,612**	,464**	0,053	0,043	,273**	0,097	0,017	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 non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

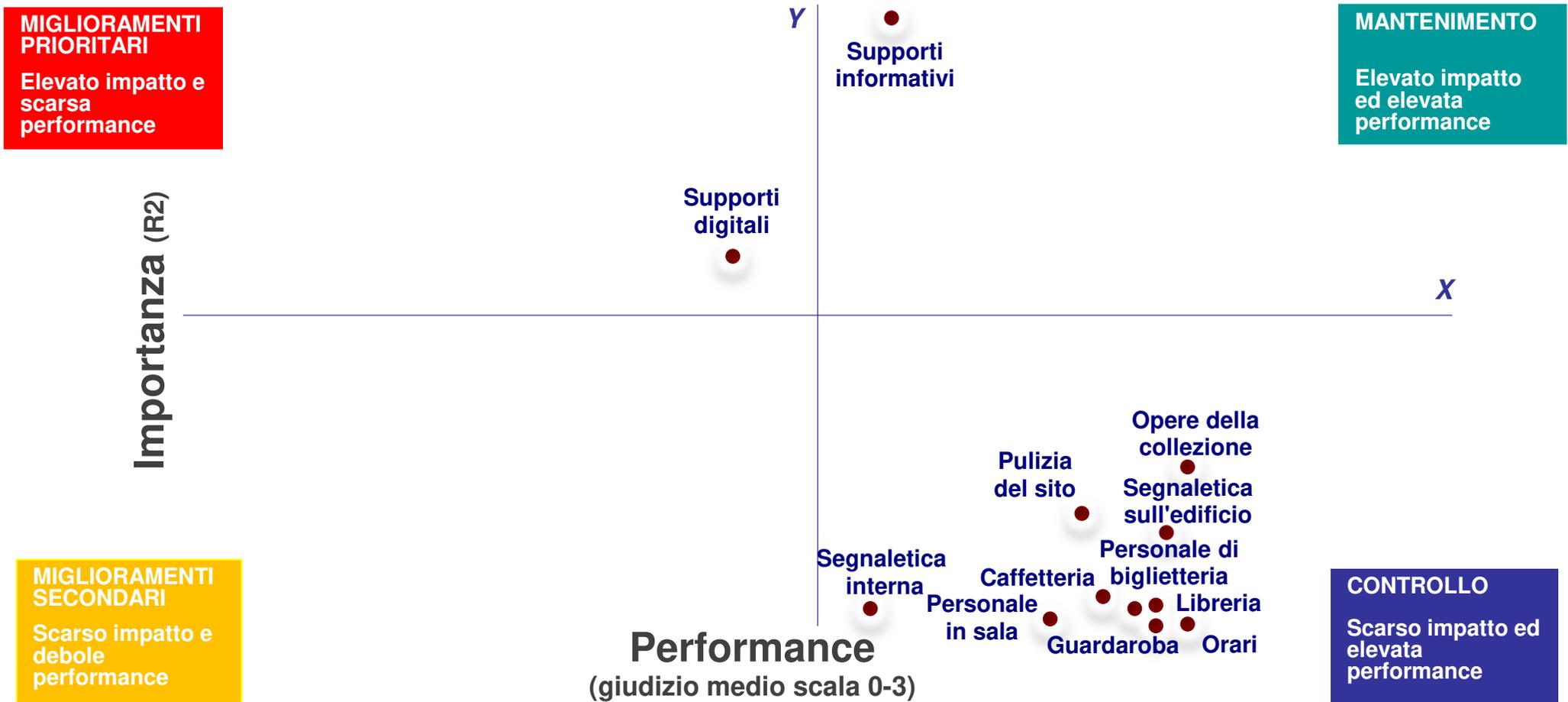
Per il *Museo di Roma* i **supporti informativi e digitali** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Supporti informativi	0,612
Supporti digitali	0,464
Opere della collezione	0,285
Pulizia del sito	0,273
Segnaletica sull'edificio	0,252

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

I **supporti informativi** rappresentano l'aspetto ritenuto più importante nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece i **supporti digitali** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



\* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

## Cluster Analysis

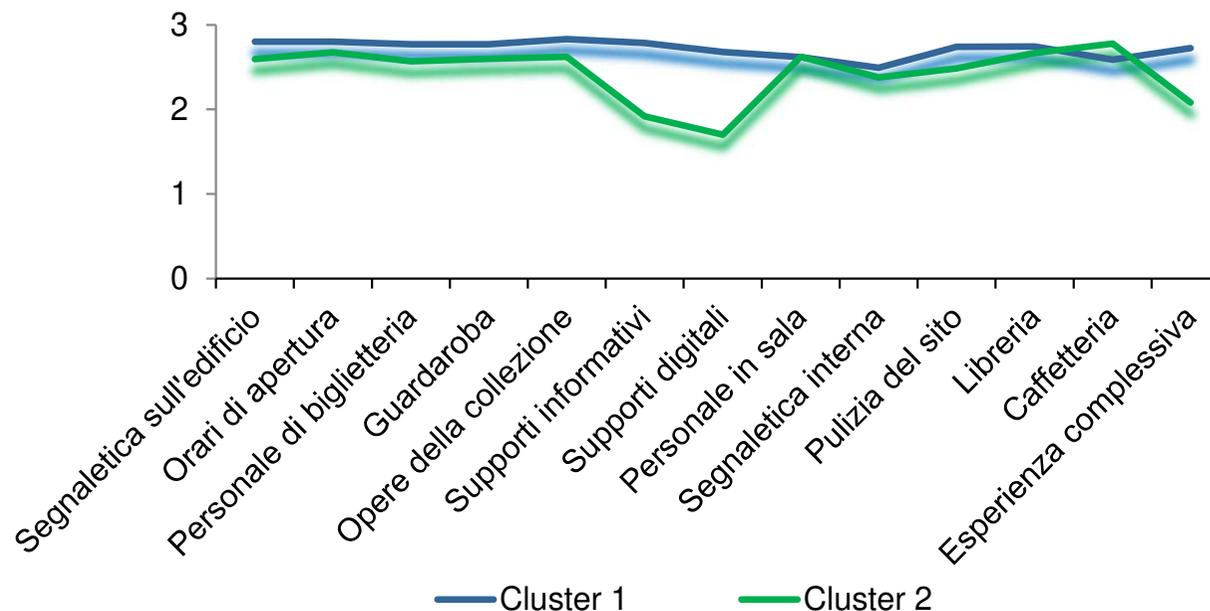
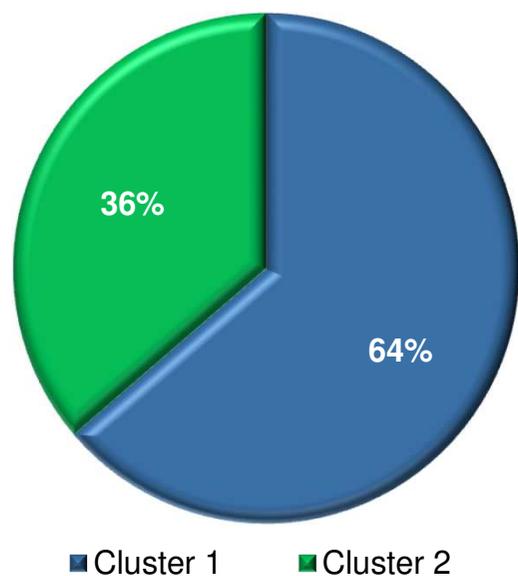
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (65 per il *Cluster 1* e 37 individui per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza uomini; di età 35-54 anni; laureati; impiegati e liberi professionisti; alcuni già stati al Museo di Roma; lo scoprono soprattutto passando per caso; vengono in coppia; giudizio superiore alle aspettative.

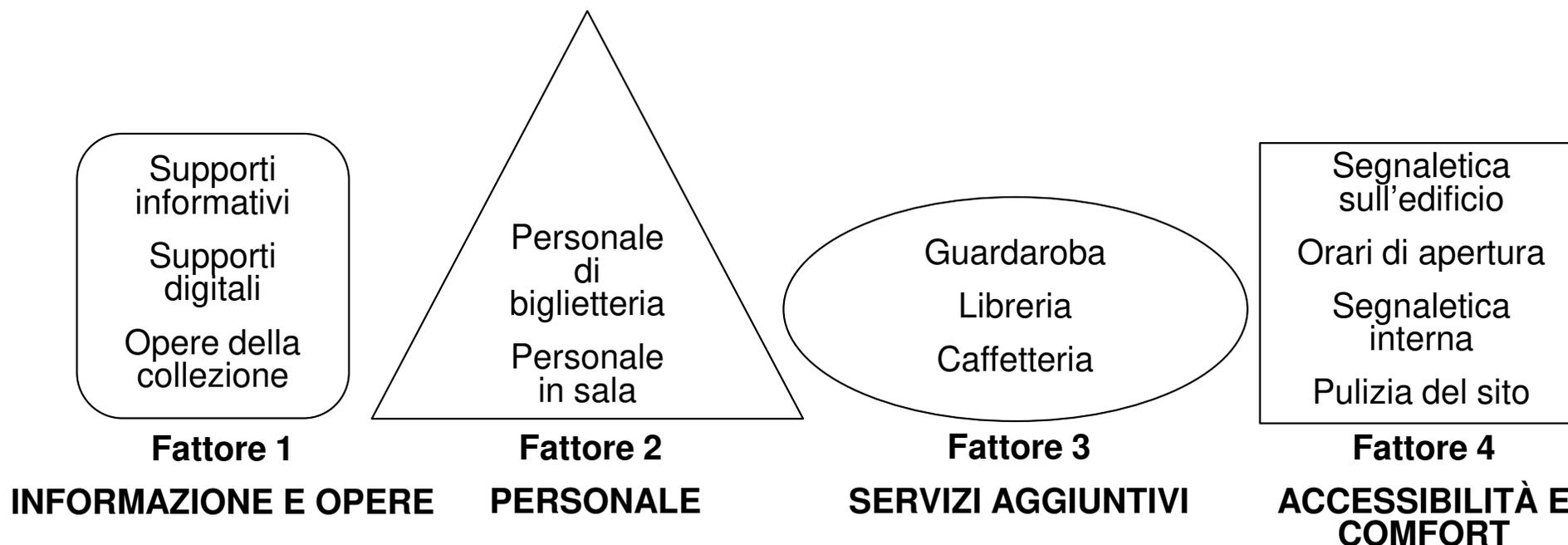
**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza donne; di età giovane inferiore ai 25 anni o adulta 55-74 anni; diplomati; studenti e pensionati; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite il portale [www.museiincomuneroma.it](http://www.museiincomuneroma.it) e la mappa di Roma; vengono con amici o con la propria famiglia; giudizio uguale alle aspettative.



## Analisi Fattoriale

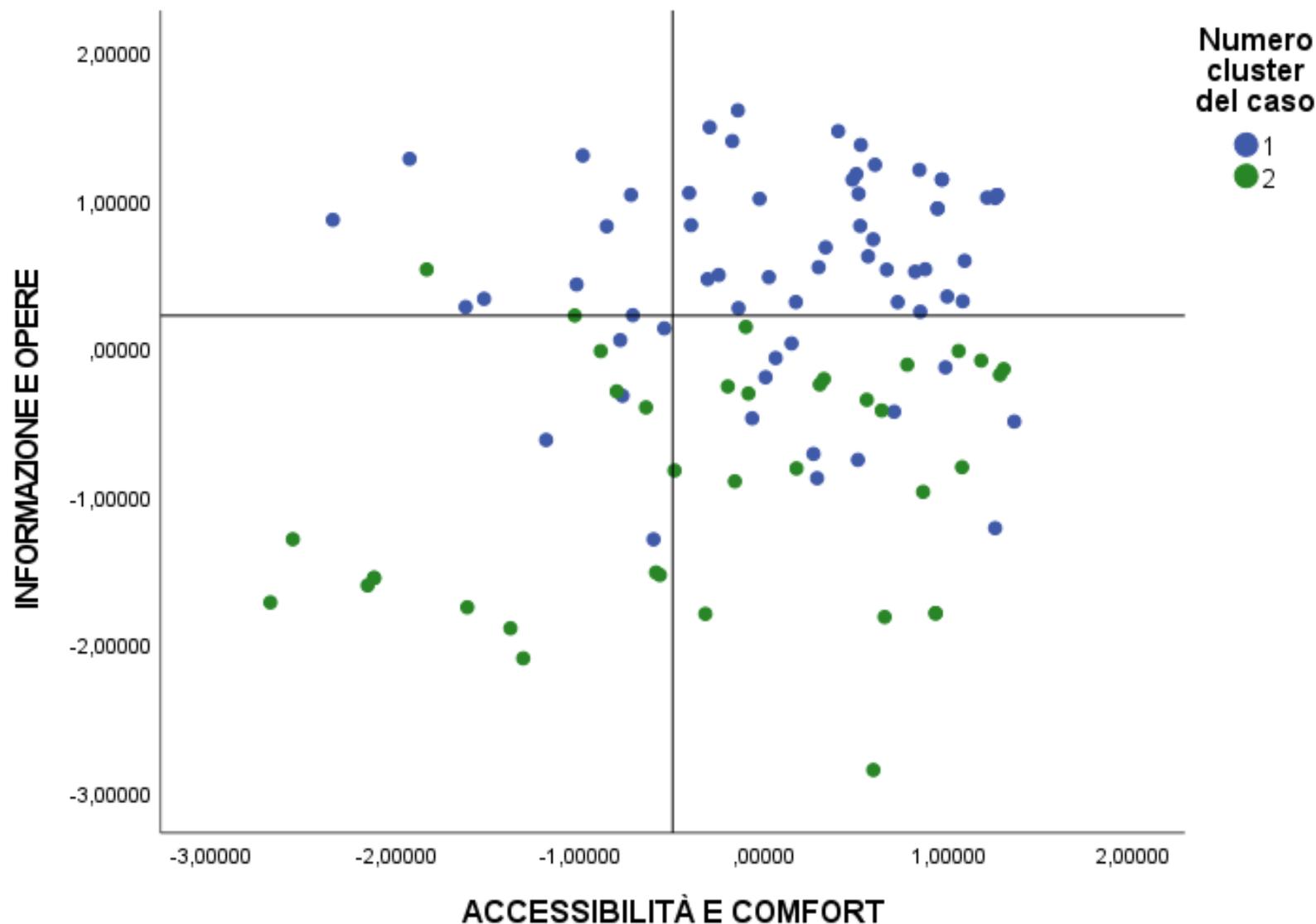
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione, in particolare sul Fattore 1 (*Informazione e Opere*).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 40**

---

**TEMPERATURA** caldo eccessivo. **Totale 14**

**ILLUMINAZIONE** da migliorare, soprattutto su alcune opere. **Totale 12**

**SUPPORTI DIGITALI** da aumentare, più video e più interattività. **Totale 10**

**SUPPORTI INFORMATIVI** traduzione in altre lingue (5); altro (3). **Totale 8**

**COLLEZIONE** più opere, mi aspettavo di più. **Totale 4**

**MANUTENZIONE** migliorare l'ascensore. **Totale 4**

**PERSONALE IN SALA** da aumentare, maggiore conoscenza delle lingue straniere. **Totale 4**

**ALTRO.** **Totale 12**

**TOTALE 68 SUGGERIMENTI**



## Allegato 1 – Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

Mai in tutta la mia vita  No, negli ultimi 5 anni  Sì da 1 a 3 volte  Sì più di 3 volte

Ha utilizzato una card per entrare nel museo?  Sì (quale?  Roma Pass  Roma MIC Card)  No

Se sì, come è venuto a conoscenza della card?.....

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

stampa (quotidiani/riviste)  passando, per caso  social e portale museiincomuneroma.it  
 altri siti web e canali social  passaparola (amici/parenti)  affissioni pubblicitarie-schermi LED  
 mostra o evento  guida turistica/mappa di Roma  da sempre/non ricordo  altro (specificare:.....)

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da *Molto* a *Per niente soddisfatto*) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:  Superiore  Uguale  Inferiore  Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

MINIMO  0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo?  Da solo  Gruppo organizzato  Coppia  Amici  Famiglia  Scuola  Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?  Nessuno  Tra 1 e 3 musei  Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare \_\_\_\_\_

**DATI PERSONALI:** Età:  <14  14 –18  19-25  26-34  35-39  40-44  45-54  55- 64  65-74  ≥75

Genere:  M  F  Altro Titolo di studio:  scuola dell'obbligo  studi superiori  laurea  post laurea

Professione:  impiegato  dirigente  studente  pensionato  libero professionista  operaio  disoccupato  altro.....

Provenienza:  Roma (Municipio: ..... )  Altra Provincia italiana:.....  Altra Nazionalità:.....