

*Data 09/12/2019*

---

Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini

28 Ottobre-7 Novembre 2019

Zè

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 2018-2019
- 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 **515 questionari** somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua dal **28 ottobre al 7 novembre 2019** presso i **Musei Capitolini** (gli intervistati rappresentano l'11% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano presenti le seguenti mostre temporanee: " *Luca Signorelli e Roma. Oblio e riscoperte* " e " *L'Arte Ritrovata* ".

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 96%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,69\%$ .

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 2019, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

## Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,85** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono gli **orari di apertura** (2,99), le **opere della collezione** (2,96), il **guardaroba** (2,95), il **personale in libreria** (2,91), la **pulizia del sito** (2,90) e la **libreria** (2,89).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** (2,06). Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati all'esperienza complessiva, mentre la **segnaletica interna** e i **supporti digitali** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (cfr. pp. 17-19).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati emergono quelli relativi alla **segnaletica interna**, ritenuta poco chiara sia sul percorso che sui servizi (n. 162 suggerimenti). Inoltre viene richiesta la traduzione in più lingue dei **supporti informativi** e maggiori approfondimenti (n. 86 suggerimenti), ma anche l'aggiunta di **posti a sedere** (n. 78 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per l'83% da turisti **stranieri**, impiegati (24%) e studenti (23%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (61%), di età adulta **45-74 anni** (42 sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dei *Musei Capitolini* attraverso le **guide turistiche cartacee** (28% sul totale degli intervistati), seguono **internet** (19%) e il **passaparola** (17%).

È significativo che ad avere saputo del museo attraverso le *guide turistiche cartacee* siano principalmente i visitatori stranieri, di età 45-64 anni, con un titolo di laurea o post laurea, che vengono per la prima volta in questo museo, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

## Tabella riassuntiva

Musei Capitolini 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,79	3,00	444	71	0,463	14%	82%	0%	98%
Orari di apertura	2,99	3,00	514	1	0,116	0%	99%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,60	3,00	398	117	0,705	23%	70%	3%	93%
Guardaroba	2,95	3,00	363	152	0,230	30%	95%	0%	100%
Opere della collezione	2,96	3,00	513	2	0,189	0%	96%	0%	100%
Supporti informativi	2,59	3,00	473	42	0,579	8%	64%	0%	96%
Supporti digitali	2,34	2,00	156	359	0,705	70%	46%	2%	90%
Personale in sala	2,76	3,00	236	279	0,566	54%	81%	1%	96%
Segnaletica interna	2,06	2,00	487	28	0,868	5%	34%	6%	78%
Posti a sedere	2,57	3,00	417	98	0,640	19%	65%	0%	92%
Pulizia del sito	2,90	3,00	511	4	0,320	1%	91%	0%	99%
Personale in libreria	2,91	3,00	114	401	0,284	78%	91%	0%	100%
Libreria	2,89	3,00	144	371	0,315	72%	89%	0%	100%
Caffetteria	2,74	3,00	223	292	0,486	57%	77%	0%	98%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,85</b>	<b>3,00</b>	<b>514</b>	<b>1</b>	<b>0,384</b>	<b>0%</b>	<b>86%</b>	<b>0%</b>	<b>99%</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 (2,72).

## 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**, il **guardaroba**, il **personale in libreria**, la **pulizia del sito** e la **libreria**.

Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** (media di 2,06).

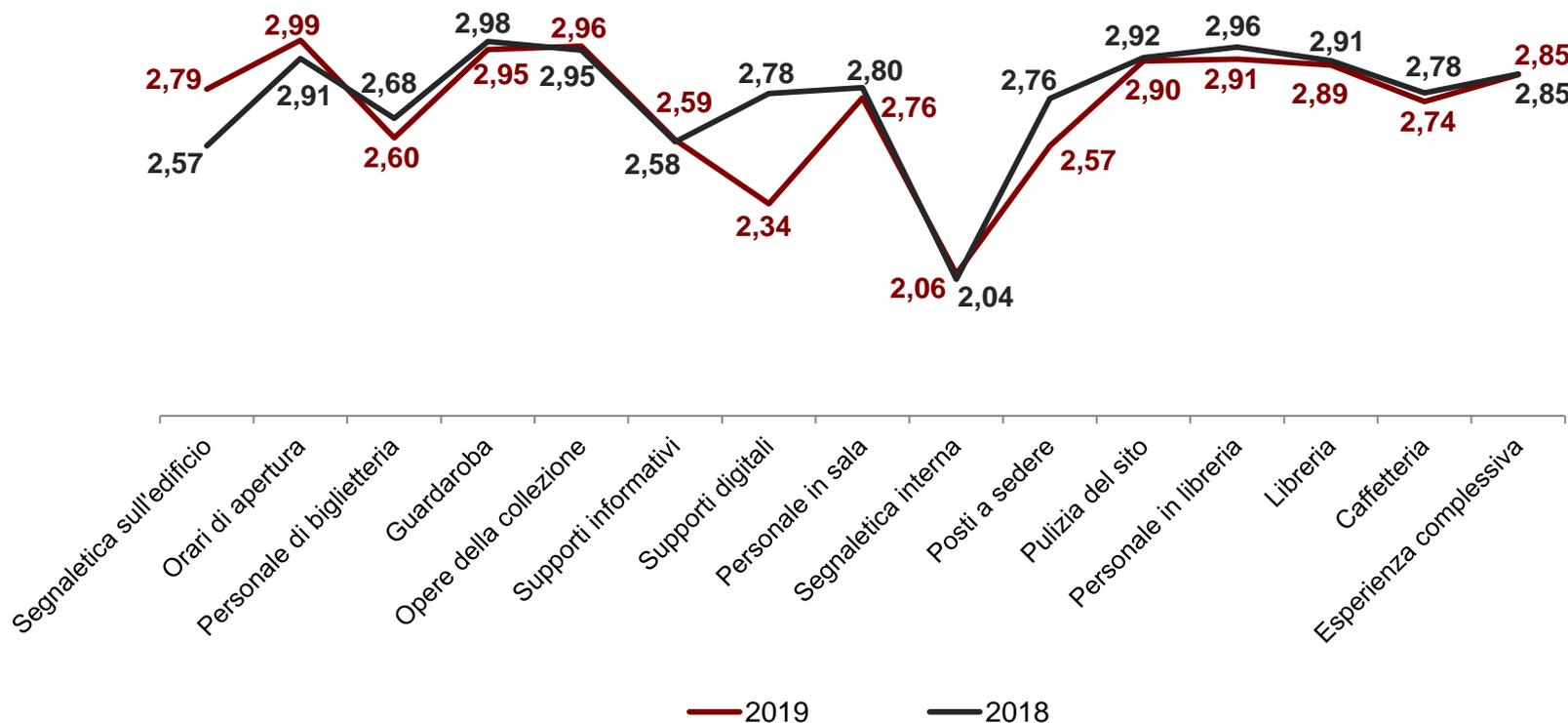


## Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, ma con qualche discrepanza.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione in particolare sulla segnaletica sull'edificio e sugli orari di apertura, mentre si rileva una flessione soprattutto sui supporti digitali e sui posti a sedere.

Come si denota dal grafico sottostante, lo scostamento è minimo sulle restanti variabili indagate.

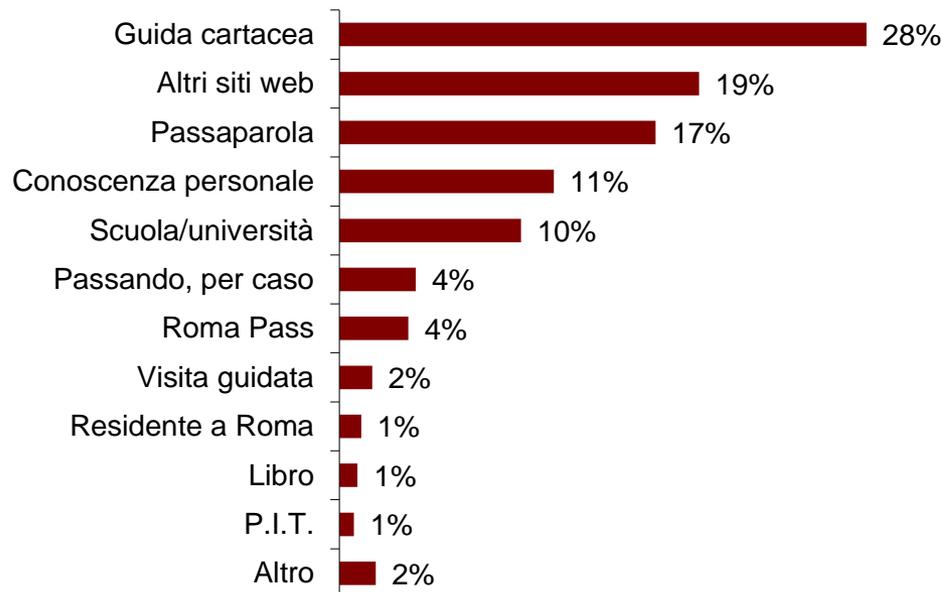


## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 28% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo attraverso la **guida cartacea** (40% nel 2018), il 19% tramite **internet** (lo scorso anno era il 17%) e il 17% col **passaparola** (era 18% nell'indagine precedente).

È significativo che ad avere saputo del museo attraverso le guide turistiche cartacee siano principalmente i visitatori stranieri, di età 45-64 anni, con un titolo di laurea o post laurea, che vengono per la prima volta in questo museo, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece il canale web è predominante per i turisti stranieri, di età 19-39 anni, laureati, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle aspettative e hanno frequentato da uno a tre musei nell'ultimo anno.

Il passaparola prevale tra i visitatori italiani (inclusi i romani), di età giovane fino ai 25 anni o adulta al di sopra dei 65 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati in questo museo, privi di aspettative e in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (83% sul campione totale) dichiara di non essere mai stato prima ai *Musei Capitolini*, il 13% già vi è stato (di cui il 7% “**da una a tre volte**” e il 6% “**oltre tre volte**”) e il restante 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

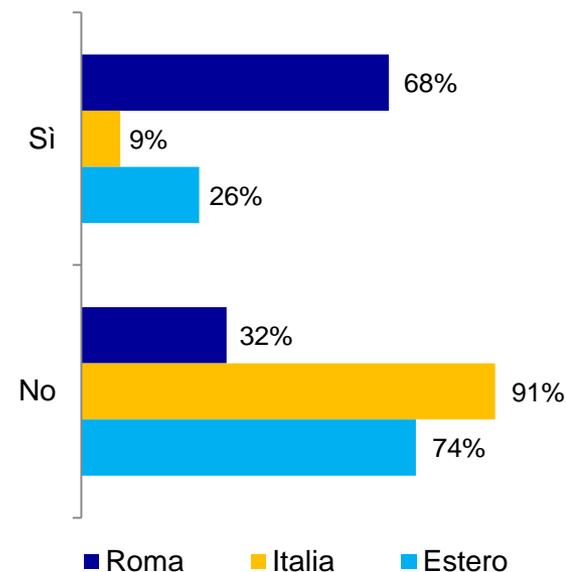
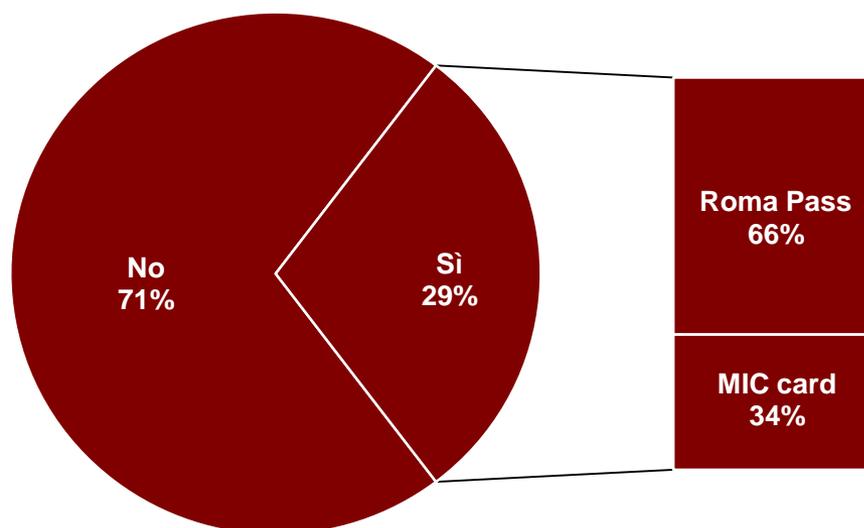
Risulta significativo che la quasi totalità di coloro che si recano per la prima volta in questo museo siano soprattutto i turisti stranieri, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare. Invece ad avere già frequentato i *Musei Capitolini* sono prevalentemente i visitatori romani, con un giudizio uguale alle proprie attese a priori ed alcuni hanno usufruito della *MIC card*.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 29% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 66% si riferisce alla **Roma Pass** e il restante 34% alla **MIC card**), mentre il 71% afferma di non averla utilizzata. Risulta significativo che ad utilizzare un card siano in particolare i visitatori romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni già stati ai *Musei Capitolini*, il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative.

Invece a non usufruire di alcuna card sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), che hanno conseguito un titolo di diploma inferiore o superiore e vengono per la prima volta in questo museo.

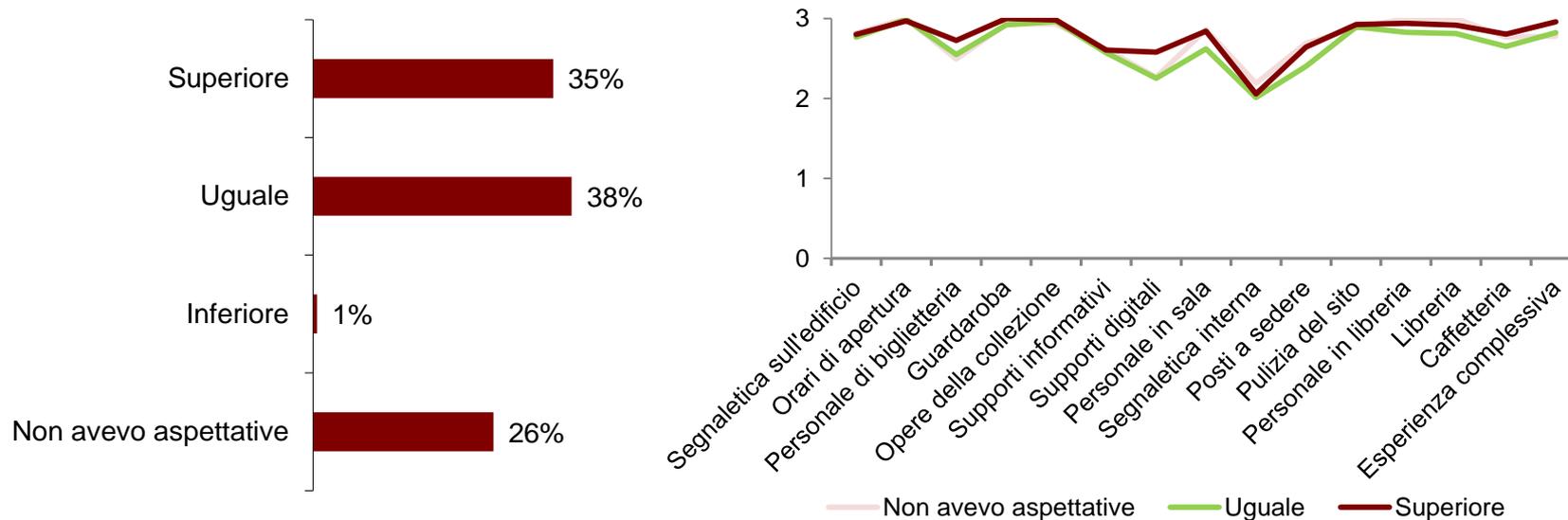


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 26% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 38% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 35% è superiore e solo per il restante 1% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i turisti stranieri, nuovi visitatori, di età 19-39 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea e hanno visitato oltre musei in quest'ultimo anno. Il giudizio è uguale alle attese principalmente per i visitatori italiani (inclusi i romani), alcuni già stati ai *Musei Capitolini*, di età adulta oltre i 45 anni, diplomati e sono stati in vari musei nell'ultimo anno. Invece ad essere privi di aspettative sono in particolare i visitatori stranieri, che vengono per la prima volta in questo museo, minorenni, con un titolo di scuola media inferiore e hanno frequentato da uno e tre musei nell'ultimo anno.

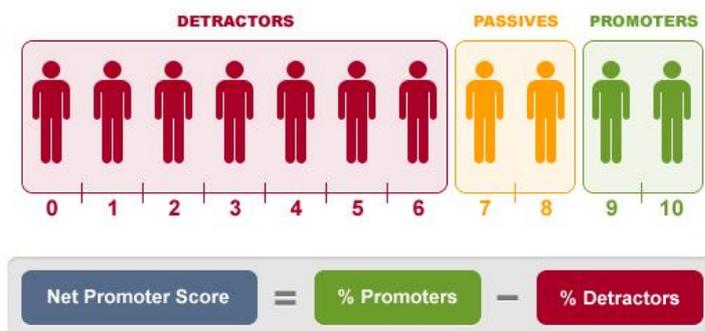
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, tranne che sulla segnaletica interna (cfr. grafico sottostante).



## Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e 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 visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà i *Musei Capitolini* è pari a **58%**. Il 42% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

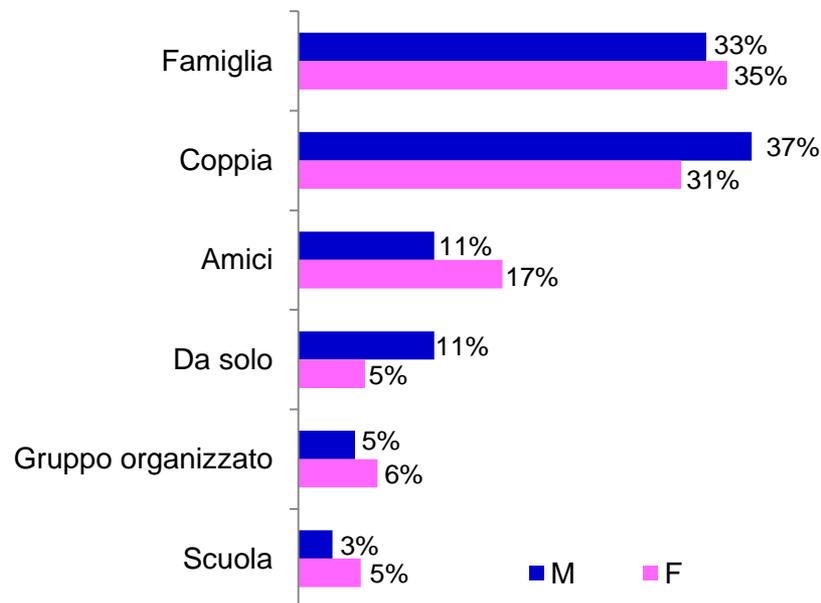
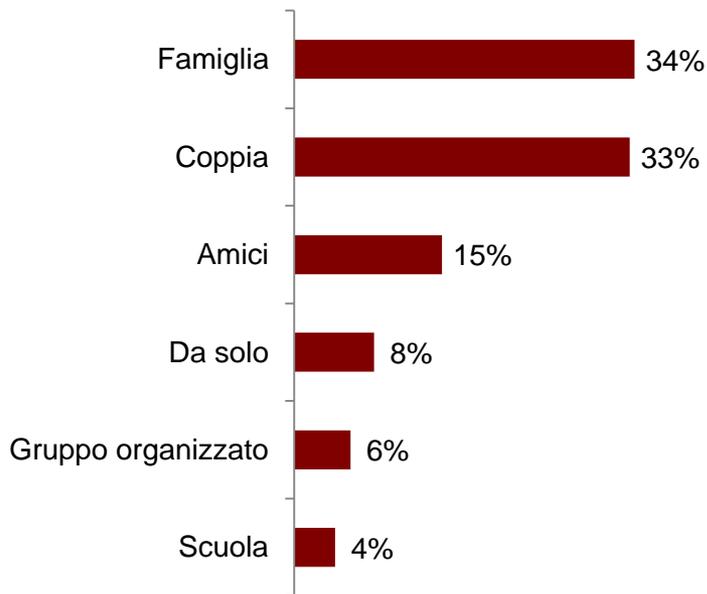


NET PROMOTER SCORE Musei Capitolini 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	2	2	0	0	2	38	177	129	167
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	8%	34%	25%	33%
DETRATTORI = 0%							PASSIVI = 42%		PROMOTORI = 58%	
58% - 0% = 58%										

## Con chi ha visitato il museo

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con la propria **“famiglia”**, il 33% **“in coppia”**, il 15% in compagnia di **“amici”**, l’8% **“da solo”**, il 6% con un **“gruppo organizzato”** e il restante 4% con la **“scuola”**.

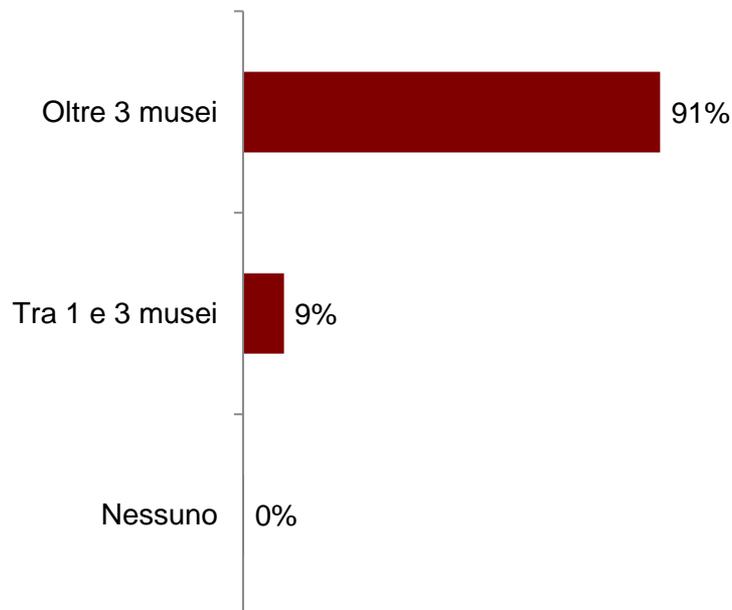
Risulta significativo che a venire con la famiglia siano in prevalenza le donne (cfr. grafico sottostante a destra), residenti all’estero, minorenni e di età 40-54 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, che vengono per la prima volta in questo museo e non hanno aspettative a priori. Invece a recarsi al museo in coppia sono soprattutto gli uomini, che giungono da altre province italiane, appartenenti alle fasce di età 26-39 anni e 55-74 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Infine a visitare il museo con i propri amici sono principalmente le donne, romane, di età giovane 19-34 anni o adulta oltre i 65 anni, diplomate, alcune già state ai *Musei Capitolini*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 91% dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 9% “**tra uno e tre musei**”, mentre nessuno degli intervistati risponde di non avere visto musei nell'ultimo anno.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, in generale abbastanza soddisfatti. Invece coloro che dichiarano di avere visitato da uno a tre musei in quest'ultimo anno sono in prevalenza i visitatori con un titolo di scuola media inferiore o superiore, il cui giudizio complessivo è molto soddisfacente.



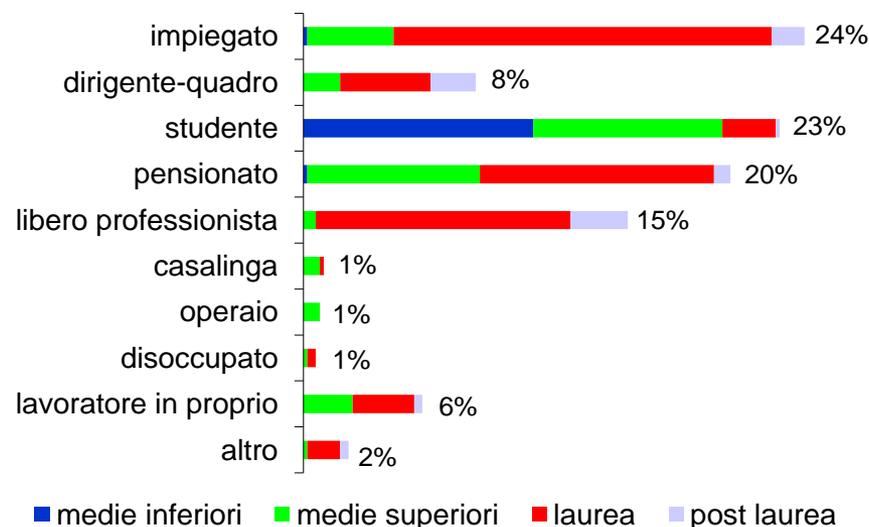
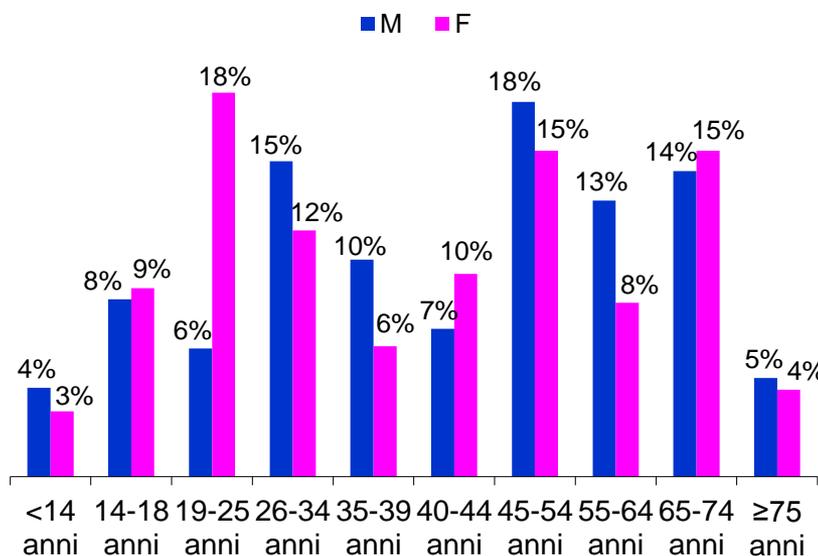
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (58%; era 52% nel 2018), soprattutto nelle fasce d'età 14-25 anni e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (42%; in aumento dal 39% dello scorso anno). La percentuale delle fasce giovani di età 19-34 anni resta pressoché invariata (passa dal 26% al 25%).

Il 61% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo **di laurea o specializzazione post laurea** (la percentuale raggiungeva il 63% nell'indagine precedente).

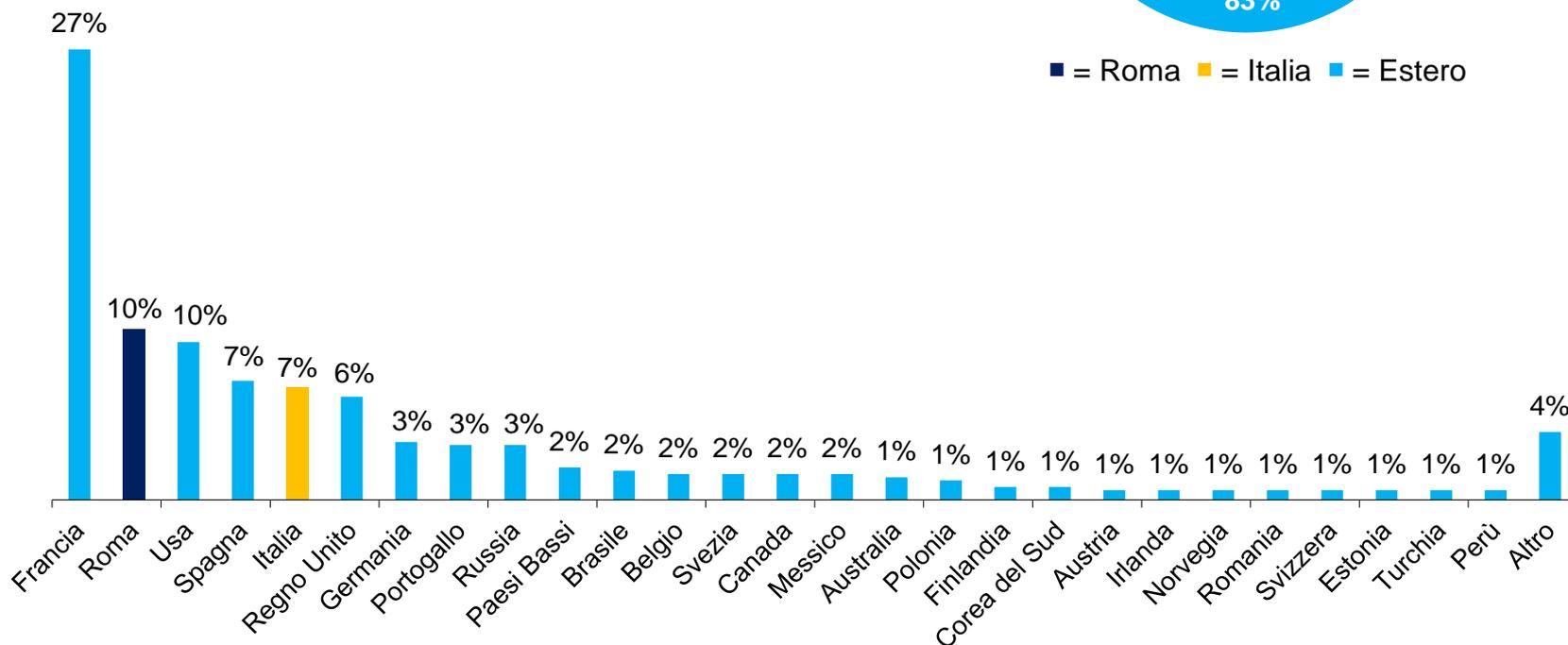
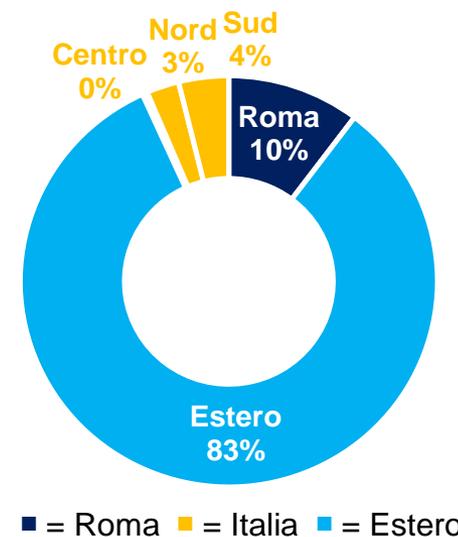
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (24%; nel 2018 erano il 30%) e gli studenti (23%; in calo dal 30% emerso lo scorso anno), poi i pensionati (20%; in aumento dal 12% del 2018) ed i liberi professionisti (15%; nell'indagine precedente erano il 18%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

L'83% del campione intervistato è costituito da visitatori **stranieri** (erano il 92% nell'indagine precedente), il 7% giunge da altre province italiane (stessa percentuale emersa lo scorso anno) e il 10% sono romani (in aumento dall'1% emerso nel 2018).

Anche quest'anno tra le nazionalità estere prevale nettamente quella **francese** col 27% sul totale, ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



## Correlazione 1/2

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

<b>Musei Capitolini 2019***</b>	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Esperienza generale
Segnaletica sull'edificio	1,000	,094*	0,032	0,050	-0,057	,112*	-,198*	0,048	,196**	-0,001	,119*	-0,181	0,122	,201**	,116*
Orari di apertura	,094*	1,000	-0,087	-0,026	-0,021	0,004	-0,084	-0,077	0,016	0,082	-0,034	-0,051	,336**	-0,037	-0,044
Personale di biglietteria	0,032	-0,087	1,000	,198**	-0,021	-0,054	0,161	,145*	,187**	-0,066	0,031	,361**	0,139	,313**	,099*
Guardaroba	0,050	-0,026	,198**	1,000	0,097	-0,030	0,095	0,007	,154**	-0,048	0,004	-0,091	-0,096	0,026	0,076
Collezione	-0,057	-0,021	-0,021	0,097	1,000	,138**	-0,120	-0,022	0,033	0,042	0,047	-0,029	-0,030	-0,084	,189**
Supporti informativi	,112*	0,004	-0,054	-0,030	,138**	1,000	,301**	0,071	,195**	0,049	,146**	-0,014	0,137	-0,063	,182**
Supporti digitali	-,198*	-0,084	0,161	0,095	-0,120	,301**	1,000	,379**	,216**	-0,029	-0,015	0,130	-0,127	0,099	,252**
Personale in sala	0,048	-0,077	,145*	0,007	-0,022	0,071	,379**	1,000	,165*	0,126	-0,042	0,117	-0,138	,188*	0,059
Segnaletica interna	,196**	0,016	,187**	,154**	0,033	,195**	,216**	,165*	1,000	-0,002	0,061	0,087	,184*	,223**	,176**
Posti a sedere	-0,001	0,082	-0,066	-0,048	0,042	0,049	-0,029	0,126	-0,002	1,000	0,047	-0,070	0,142	-0,012	0,077
Pulizia del sito	,119*	-0,034	0,031	0,004	0,047	,146**	-0,015	-0,042	0,061	0,047	1,000	0,119	-0,125	0,113	,167**
Personale in libreria	-0,181	-0,051	,361**	-0,091	-0,029	-0,014	0,130	0,117	0,087	-0,070	0,119	1,000	,541**	,406**	-0,023
Libreria	0,122	,336**	0,139	-0,096	-0,030	0,137	-0,127	-0,138	,184*	0,142	-0,125	,541**	1,000	,293**	0,050
Caffetteria	,201**	-0,037	,313**	0,026	-0,084	-0,063	0,099	,188*	,223**	-0,012	0,113	,406**	,293**	1,000	,152*
Esperienza complessiva	,116*	-0,044	,099*	0,076	,189**	,182**	,252**	0,059	,176**	0,077	,167**	0,023	0,050	,152*	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 i *Musei Capitolini* i **supporti digitali**, le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

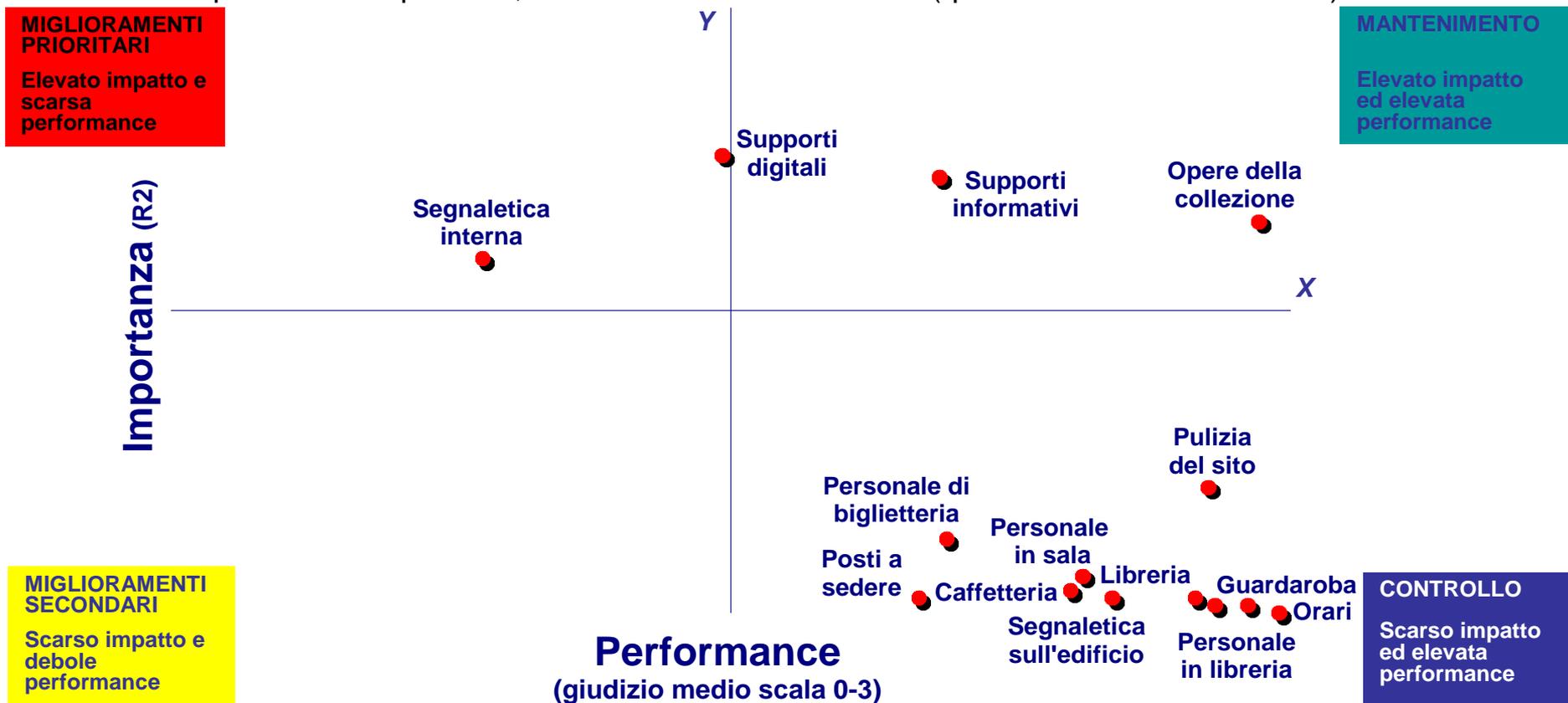
Gli orari di apertura hanno un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure sia minima e non significativa.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Musei Capitolini - 2019</i>	
Supporti digitali	0,252
Opere della collezione	0,189
Supporti informativi	0,182
Segnaletica interna	0,176
Pulizia del sito	0,167
Caffetteria	0,152
Segnaletica sull'edificio	0,116
Personale di biglietteria	0,099

## Mapa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra), mentre i **supporti digitali** sono in una posizione *borderline*. Invece la **segnaletica interna** 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

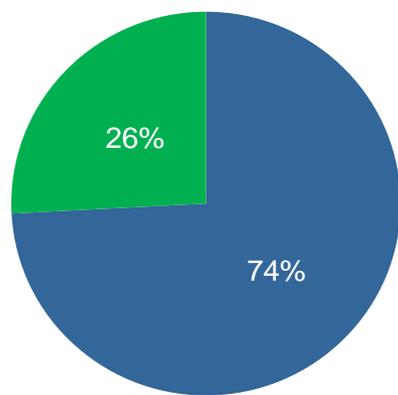
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (382 individui per il *Cluster 1* e 133 per il *Cluster 2*).

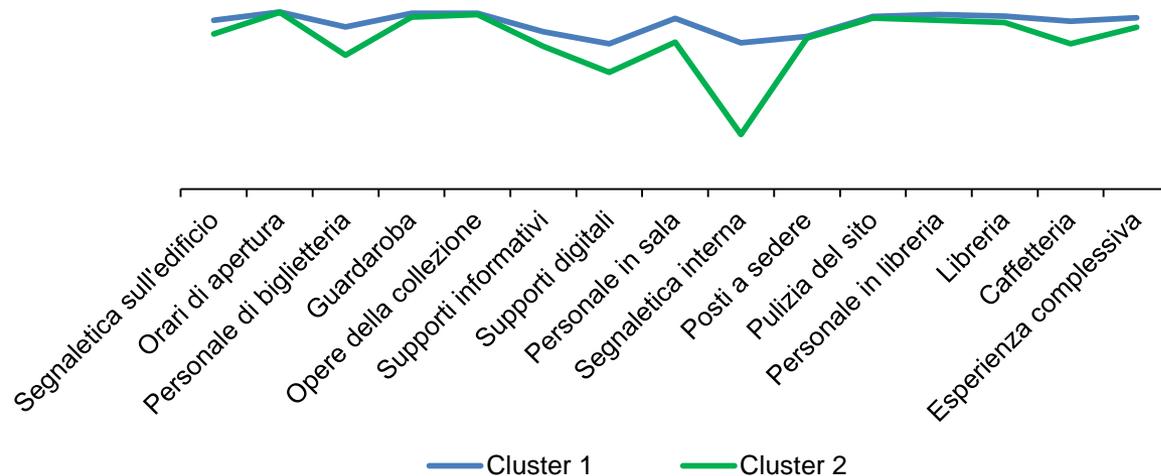
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione, mentre la 2° tipologia i **Molto soddisfatti** hanno un giudizio complessivo molto buono sui vari aspetti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

**Cluster 1 – Molto soddisfatti:** in prevalenza uomini, turisti stranieri, di età giovane 19-34 anni, con titolo di diploma inferiore o superiore, studenti e liberi professionisti, sono venuti a conoscenza del museo tramite guide cartacee e internet, vengono in coppia o con la famiglia, hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.

**Cluster 2 – Soddisfatti:** in prevalenza donne, italiani (inclusi i romani), di età adulta 45-74 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, impiegati e pensionati, conoscono il museo da sempre, vengono con amici, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio uguale alle aspettative.



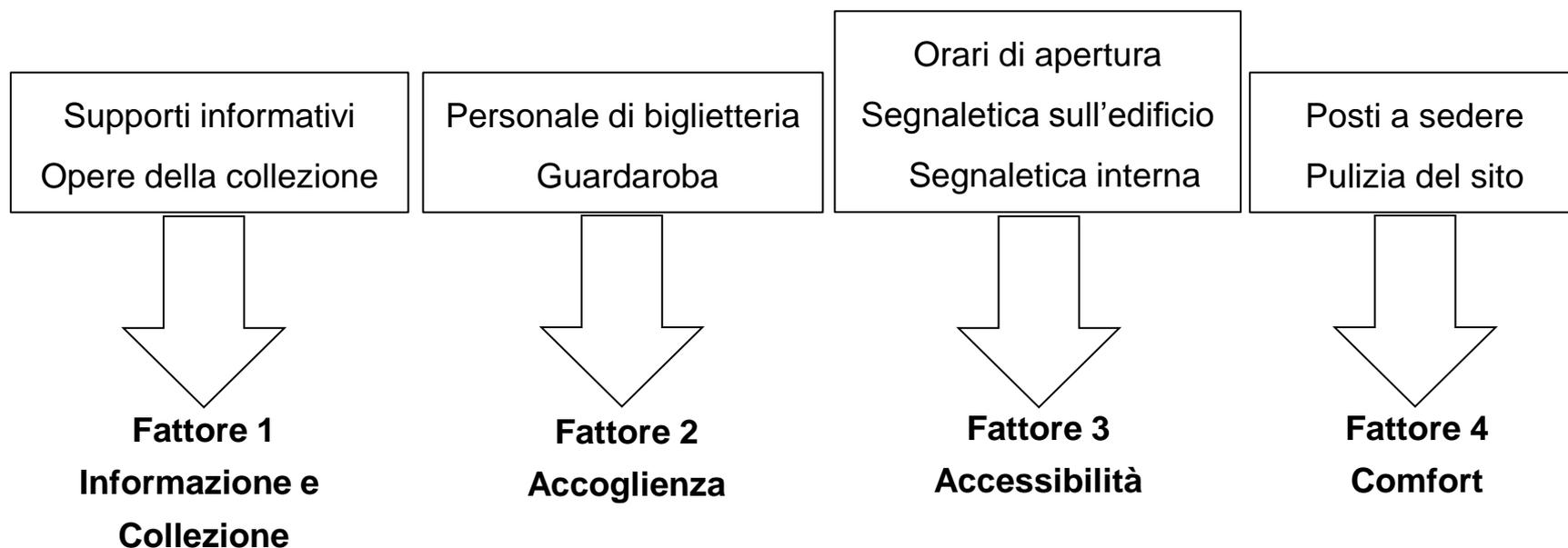
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Analisi Fattoriale

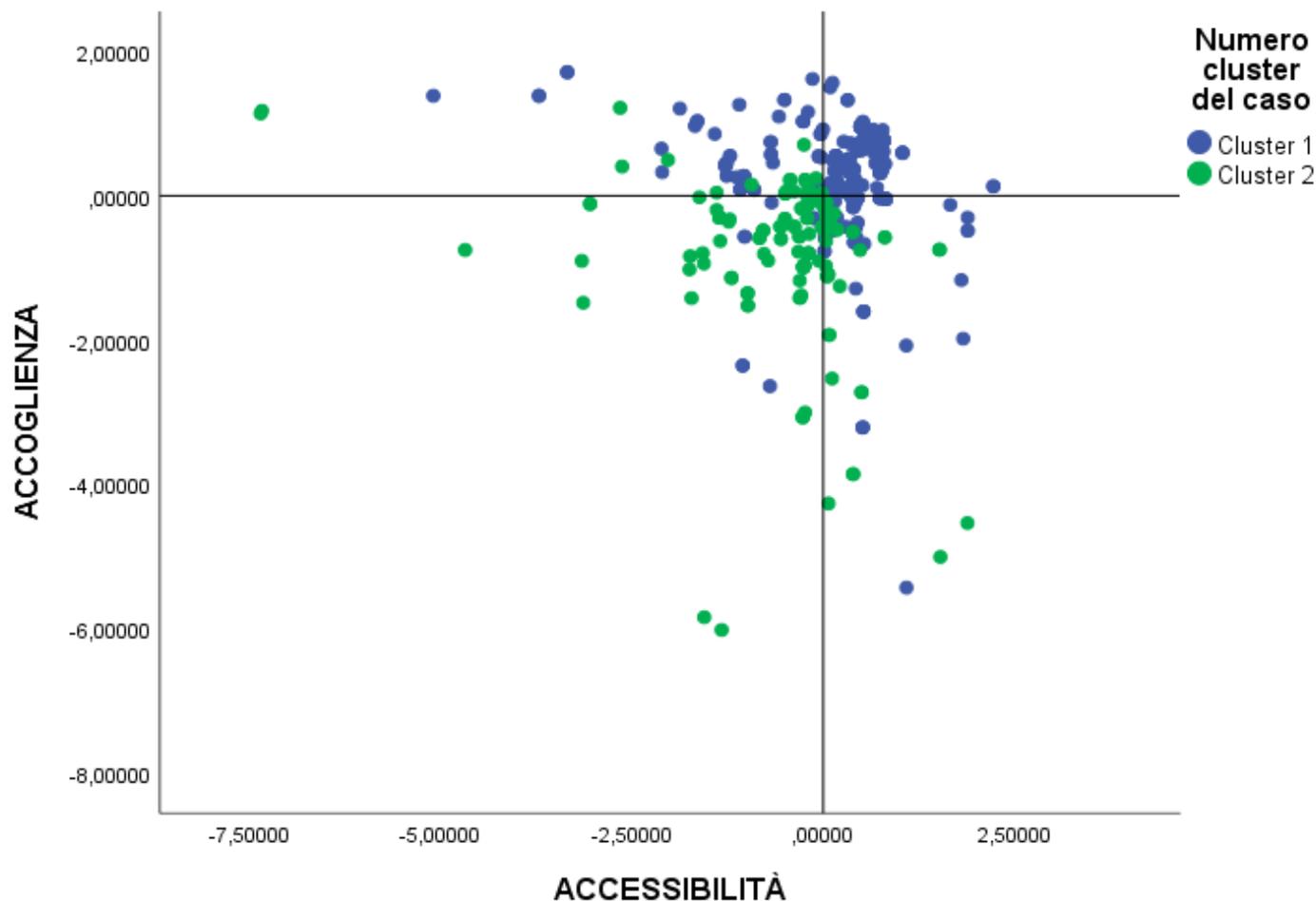
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (i supporti digitali, il personale in sala e in libreria, la caffetteria e la libreria sono stati esclusi poiché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

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



## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “Molto soddisfatti”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 dei “Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 3 (“Accessibilità”).



## Suggerimenti 1/2

**NIENTE** da migliorare. **Totale 137**

**ELOGI** museo bellissimo, fantastico, ben organizzato (32), altro (8). **Totale 40**

---

**SEGNALETICA INTERNA** da aumentare e migliorare (42), più visibile ed efficace per i servizi igienici (29), indicare meglio la chiusura (18), scarsa (17), per la caffetteria (15), confusa, un po' complicata (8), difficile raggiungere la mostra (7), pessima (7), più indicazioni per Palazzo Nuovo (6), per uscita (5), altro (8). **Totale 162**

**SUPPORTI INFORMATIVI** tradotti in altre lingue (64), maggiori informazioni sulle opere (22), più pannelli e didascalie sulle opere (22), ingrandire le scritte sulle didascalie (4), altro (10). **Totale 122**

**POSTI A SEDERE** da aumentare lungo il percorso (68), nelle sale principali, ad esempio in Pinacoteca e nella Sala Orazi e Curiazi (8), altro (2). **Totale 78**

**SUPPORTI DIGITALI** più supporti interattivi e tecnologici, *touch-screen* (34), tradotti in francese e spagnolo (23), da aumentare, anche per i bambini (12), altri (2). **Totale 71**

**BIGLIETTERIA** personale poco cortese e accogliente (46), fornire più informazioni ed avvisare della disponibilità di videoguide (5), altro (6). **Totale 57**

**PERCORSO** confuso, manca un percorso. **Totale 45**

**ASSISTENZA IN SALA** personale non cortese (15), non parla lingue straniere (10), altro (3). **Totale 28**

## Suggerimenti 2/2

**DEPLIANT** mappa poco chiara, soprattutto per raggiungere Palazzo Nuovo (19), altro (6).  
**Totale 25**

**VIDEOGUIDA** migliorabile, non molto utile (7), di difficile utilizzo (5), non evidente la numerazione delle sale (5), altro (6). **Totale 23**

**SEGNALETICA ESTERNA** più evidente per ingresso museo (6), standardo poco visibile (5), maggiore segnaletica per raggiungere il museo (4), altro (2). **Totale 17**

**CAFFETTERIA** personale scortese (5), servizio caotico e disorganizzato (5), altro (5). **Totale 15**

**BIGLIETTO** caro (9), soprattutto per i bambini (4), altro (1). **Totale 14**

**SERVIZI IGIENICI** pulizia dei bagni (13). **Totale 13**

**DIDATTICA** più attività per bambini (7). **Totale 14**

**MIC CARD** facilitare l'accesso per i possessori della card. **Totale 5**

**ALTRO. Totale 23**

**TOTALE 705 SUGGERIMENTI  
MUSEI CAPITOLINI**

## Allegato 1: Fronte Questionario

MUSEO/MUSEUM: MUSEI CAPITOLINI	DATA/DATE: ___/___/___	ORA/HOUR: ___/___			
<p>Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?  <i>Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?</i></p>					
<p>1. Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? <i>In the last five years, have you already visited this museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Mai in tutta la mia vita/ <i>Never</i> <input type="checkbox"/> Sì, da 1 a 3 volte/ <i>Yes, 1-3 times</i>  <input type="checkbox"/> No, negli ultimi 5 anni/ <i>Not in the last 5 years</i> <input type="checkbox"/> Sì, più di 3 volte/ <i>Yes, more than 3 times</i></p>					
<p>2. Ha utilizzato una card per entrare nel museo? <i>Did you use any card to enter in the museum?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Sì/ <i>Yes, I did</i> (quale?/which? <input type="checkbox"/> ROMA PASS <input type="checkbox"/> MIC CARD) <input type="checkbox"/> No/ <i>No, I didn't</i></p>					
<p>3. La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo? <i>How did you find out this museum the first time?</i></p> <p><input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)/ <i>press (newspapers/magazines)</i> <input type="checkbox"/> amici/parenti/ <i>friends&amp;relatives</i>  <input type="checkbox"/> <a href="http://www.museiincomune.it">www.museiincomune.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></p>					
<p><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></p>					
	Non utilizzato <i>Not used</i>	Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i>	Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i>	Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i>	Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i>
4. Segnaletica sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Personale di biglietteria/ <i>Ticket office staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 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"/>
10. Supporti digitali/ <i>Digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Posti a sedere (sedie, panche)/ <i>Seats, benches</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Personale in libreria/ <i>Bookshop staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. 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"/>
<p>19. Rispetto alle aspettative il museo è/ <i>With respect to your expectations, the museum is:</i></p> <p><input type="checkbox"/> Superiore alle aspettative/ <i>Higher than expectations</i> <input type="checkbox"/> Uguale alle aspettative/ <i>Equal to the expectations</i>  <input type="checkbox"/> Inferiore alle aspettative/ <i>Lower than expectations</i> <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative/ <i>No expectations</i></p>					

# Allegato 1: Retro Questionario

20. **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*.....

21. **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*

22. **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/ *employee*     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)* \_\_\_\_\_