



---

Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini

16 – 21 Ottobre 2013

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 4/12/2013*

**Zè**tema  
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 2012-2013
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la Roma Pass
- 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 fattoriale e cluster
- Suggestimenti
- Allegato 1 – Questionario 2013

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 1.059 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette dal 29 ottobre al 3 novembre 2013 presso i Musei Capitolini (gli intervistati rappresentano l'11% degli ingressi totali al museo, con un incremento del 25% rispetto al campione prestabilito dal programma di indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 97%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,03\%$ .

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.

Durante l'indagine lungo il percorso di Palazzo dei Conservatori e Palazzo Caffarelli era presente la mostra temporanea *Archimede. Arte e scienza dell'invenzione*.

## Sintesi dei risultati

Il livello medio di soddisfazione dell'esperienza generale è alto (**2,69**), con una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 97%. Quasi tutti gli aspetti sono ad un livello di soddisfazione al di sopra dello standard di 2,10 tranne la segnaletica interna e i posti a sedere che però registrano un miglioramento rispetto all'anno scorso.

Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: **collezione, pulizia degli spazi, orari di apertura, personale in libreria.**

Al di sotto della media la **segnaletica interna** e i **posti a sedere** che ricevono anche il numero maggiore di suggerimenti rispettivamente n. 395 e 192 (cfr p. 23). Entrambi gli aspetti sono migliorati rispetto all'anno scorso e dalla correlazione e mappa delle priorità non appaiono come determinanti per la soddisfazione generale del museo.

I servizi che sono stati meno utilizzati sono: la **libreria** non utilizzata dal 58%, la **caffetteria** (52%), i **supporti digitali** (45%), il **guardaroba e i materiale all'accoglienza** (entrambi 31%). I primi due servizi nella correlazione e nella mappa delle priorità risultano di maggiore importanza per determinare la soddisfazione complessiva del museo.

Il profilo del visitatore intervistato è costituito soprattutto da **stranieri** (74%), **donne** (51%), di età compresa tra **40 e 64 anni** (49%), **laureati o post-laureati** (62%) e **impiegati-insegnanti** (35%). Il 40% dei visitatori è venuto in coppia, è alla prima visita del museo (88%) nonostante sia frequentatore di musei (80%). Ben il 25% dichiara di aver utilizzato la Roma Pass per entrare.

Il 31% degli intervistati ha conosciuto il museo attraverso la "guida cartacea", soprattutto stranieri, confermando i dati degli anni passati.

## Tabella riassuntiva

ICS Musei Capitolini 2013	Media	Mediana	Casi Validi	Mancanti	Deviazion e std.	servizio non utilizzato	Molto+ abbastanza a sodd	% Deliziati	% insoddisfatti
Segnaletica esterna	2,32	2	949	110	,687	10%	90%	47%	1%
Orari di apertura	2,71	3	1049	10	,476	0%	99%	72%	0%
Personale in biglietteria	2,59	3	907	152	,591	14%	86%	64%	1%
Materiale all'accoglienza	2,19	2	723	336	,779	31%	92%	39%	2%
Guardaroba	2,58	3	727	332	,631	31%	94%	64%	1%
Personale in sala	2,58	3	864	195	,597	18%	95%	63%	0%
Segnaletica interna	1,94	2	994	65	,842	6%	70%	28%	4%
Posti a sedere	1,94	2	854	205	,857	19%	69%	29%	5%
Supporti informativi	2,37	3	1023	36	,765	3%	87%	52%	2%
Supporti digitali	2,46	3	580	479	,662	45%	92%	55%	1%
Pulizia degli spazi	2,76	3	1055	4	,504	0%	97%	80%	1%
Personale in libreria	2,68	3	377	682	,537	64%	97%	71%	0%
Libreria	2,67	3	449	610	,547	58%	97%	70%	0%
Caffetteria	2,58	3	501	558	,626	52%	95%	65%	1%
Collezione	2,81	3	1059	0	,443	0%	99%	82%	0%
<b>Esperienza generale</b>	<b>2,68</b>	<b>3</b>	<b>1053</b>	<b>6</b>	<b>,486</b>	<b>0%</b>	<b>97%</b>	<b>68%</b>	<b>0%</b>

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

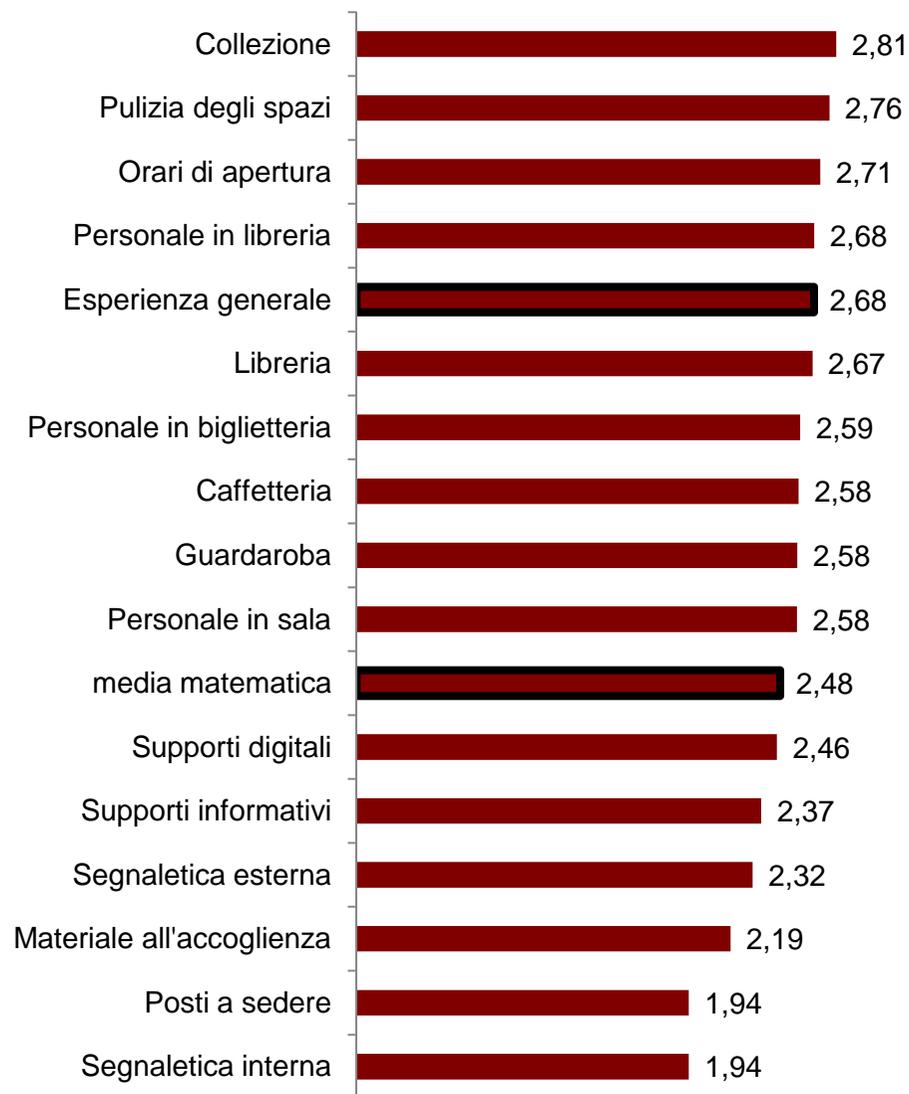
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,48).

## 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.

Al di sopra della media sull'esperienza generale (2,68) sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: **collezione, pulizia degli spazi, orari di apertura, personale in libreria.**

Al di sotto della media solo i **posti a sedere e la segnaletica interna.**



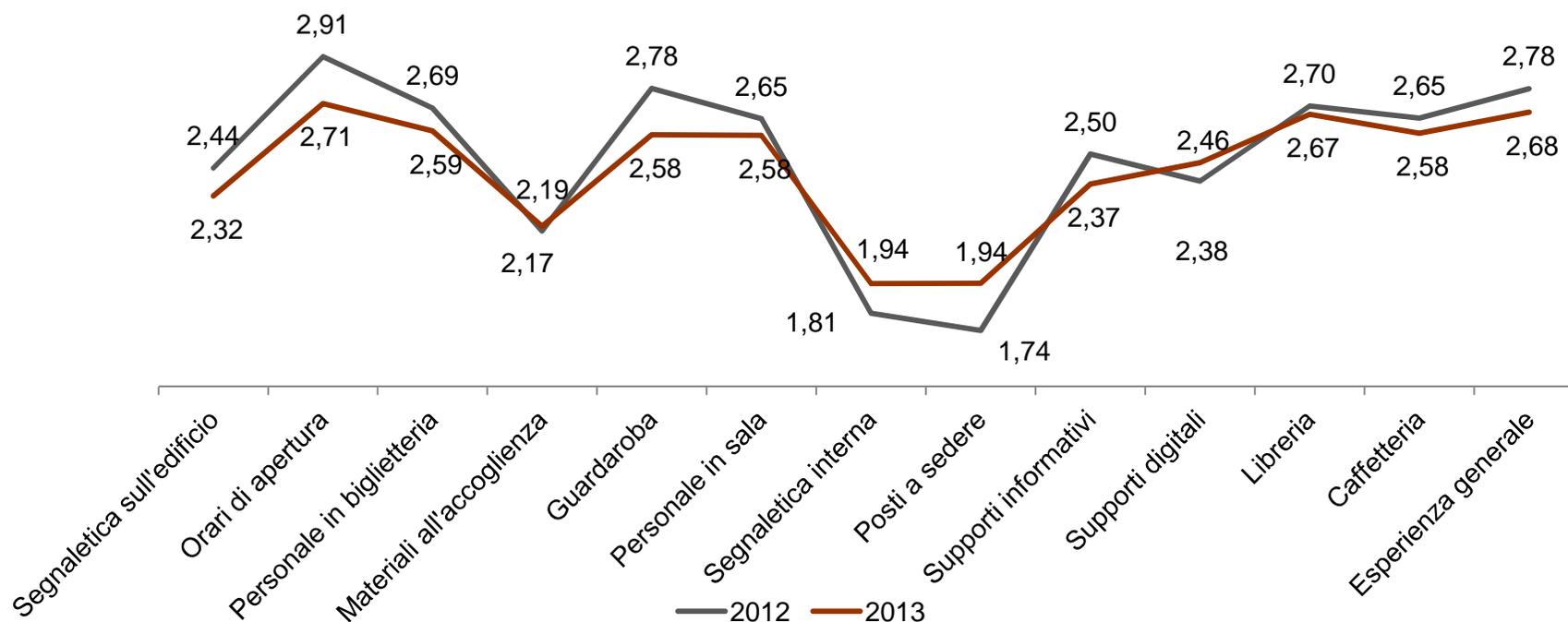
## Analisi del trend 2012-2013

Il trend risulta piuttosto costante.

Quasi tutti gli aspetti sono ad un livello di soddisfazione al di sopra dello standard di 2,10 tranne la segnaletica interna e i posti a sedere che però registrano un miglioramento rispetto all'anno scorso.

Sempre rispetto all'anno scorso si registra un calo riferito alla segnaletica esterna, agli orari, al personale in biglietteria, al guardaroba, al personale in sala, ai supporti informativi, alla libreria, alla caffetteria ed all'esperienza generale. Migliorano i supporti digitali.

Per una lettura più completa, si ricorda che durante l'indagine del 2012 era presente la mostra temporanea "L'età dell'equilibrio. Traiano, Adriano, Antonino Pio, Marco Aurelio".



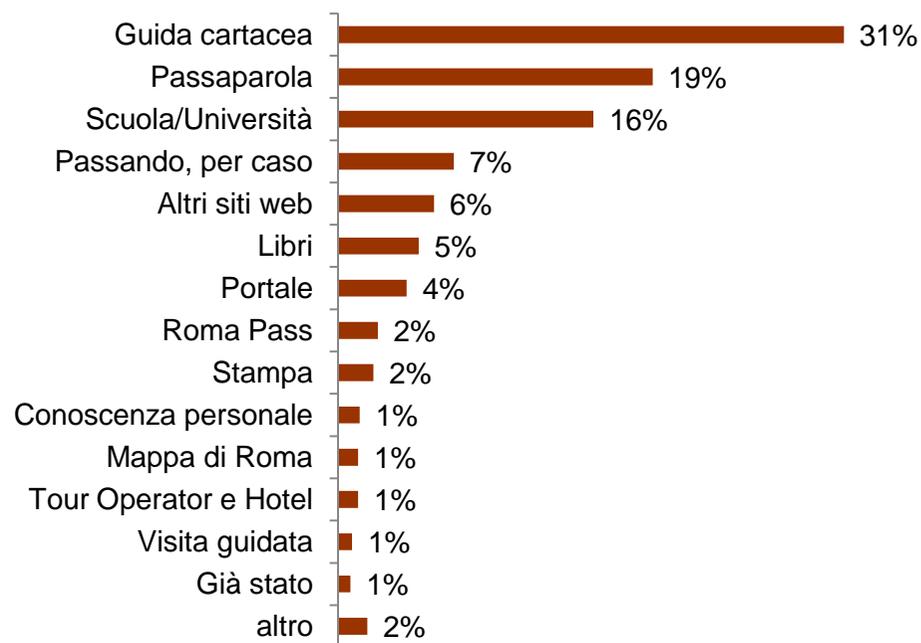
## Come è venuto a conoscenza del Museo

La guida cartacea anche quest'anno appare come principale mezzo per venire a conoscenza del museo (31%, nel 2012 era 46%), seguono passaparola (19%, nel 2012 era 18%) e scuola/università (16%, in aumento rispetto al 10% del 2012).

La percentuale relativa a coloro che conoscono il museo "passando, per caso" aumenta da 4% del 2012 a 7% di quest'anno.

Risulta che rispetto all'età, gli studenti minorenni vengano a conoscenza del museo attraverso passaparola e scuola. Dai 19 anni in su soprattutto tramite guida, passaparola e web.

I lavoratori utilizzano preferibilmente la stampa e internet, quando non vengono a conoscenza del museo per caso. I romani tramite passaparola e scuola; i turisti tramite guida, passaparola, scuola e web.

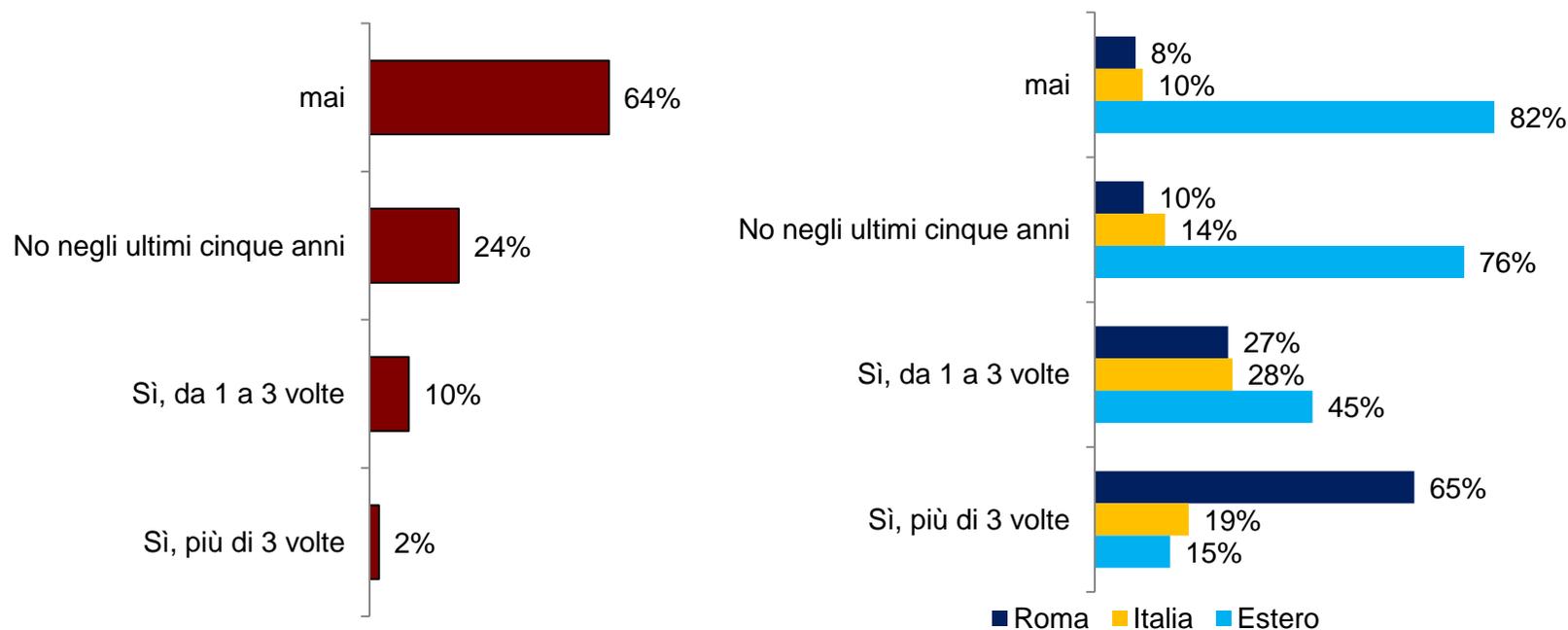


## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte dei visitatori intervistati dichiara di non aver mai visitato il museo (64%), mentre il 12% lo ha già frequentato.

Risulta significativo che i non frequentatori siano soprattutto turisti stranieri, mentre i cittadini romani sono assidui frequentatori (nell'ultimo anno oltre tre visite per il 65%).

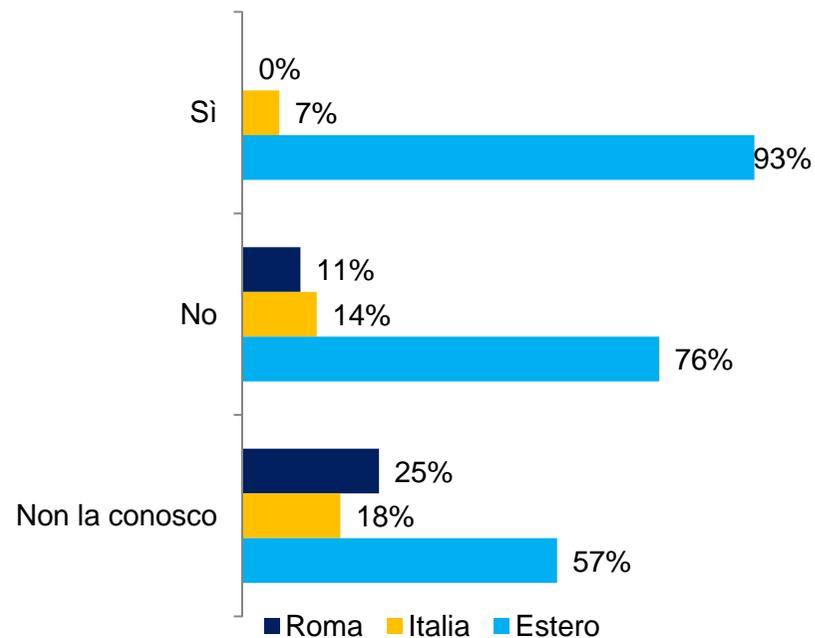
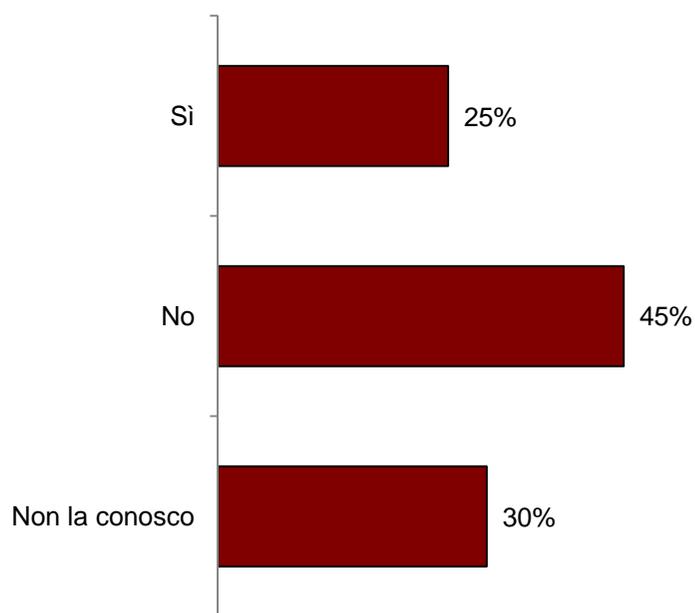
Risulta che coloro che hanno già effettuato la visita siano impiegati o lavoratori indipendenti mentre gli studenti e i liberi professionisti sono soprattutto alla prima visita. Chi è laureato o post-laureato e di età superiore ai 45 anni è venuto al museo già più di tre volte nell'ultimo anno.



## Ha usato la Roma Pass

A tale domanda è risultato che il 25% l'ha utilizzata per entrare al museo, il 45% non ha usato la card *Roma Pass* ma la conosce, il 30% non la conosce. Verificando con i dati delle biglietterie, emerge che la percentuale di utilizzo della Roma Pass tra ottobre e novembre è stata del 27% e nell'anno del 29%.

Hanno usato la Roma Pass soprattutto i turisti stranieri (93%), e ancora turisti italiani e stranieri non la conoscono.

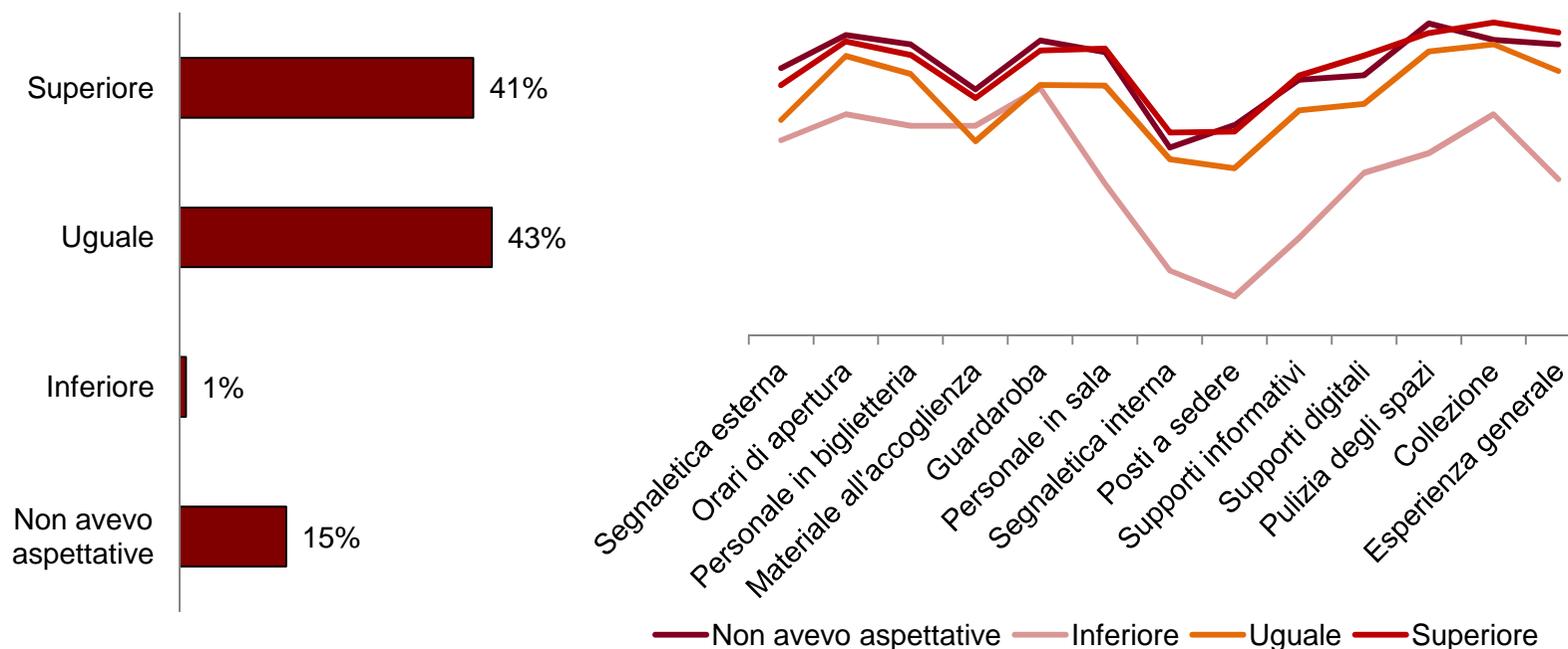


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 41% dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo sia stata "superiore alle aspettative" (nel 2012 52%), per il 43% è stata "uguale" (nel 2012 46%), mentre per il 1% è stata inferiore alle aspettative (nel 2012 era il 2%).

Risulta significativo che coloro che dichiarano che l'esperienza sia stata superiore alle aspettative e coloro che non avevano aspettative abbiano dato giudizi molto alti per tutti gli aspetti oggetto di indagine.

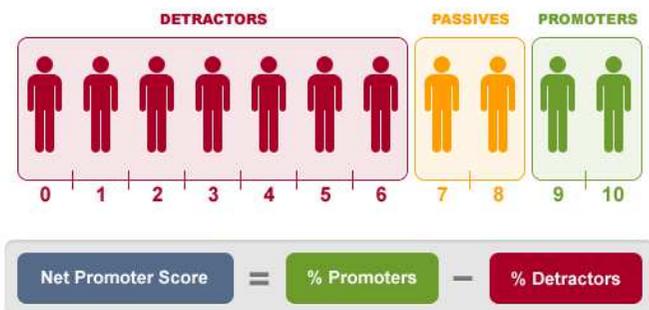
Rispetto al profilo degli utenti, risulta che coloro che hanno affermato che l'esperienza sia superiore siano perlopiù turisti stranieri, impiegati, studenti o liberi professionisti, laureati e post-laureati tra i 45-74 anni. Gli insoddisfatti sono soprattutto cittadini romani, impiegati e dirigenti, con titolo di medie superiori o laurea di età compresa tra i 35-54 anni.



## Con quale probabilità consiglierebbe questo museo ad un amico

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questo museo un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei promotori (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10) e i detrattori (utenti insoddisfatti con valutazione da 0 -6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà questo museo , come si può vedere dallo schema sottostante, è pari al **52%**.



## Con quale probabilità consiglierebbe questo museo

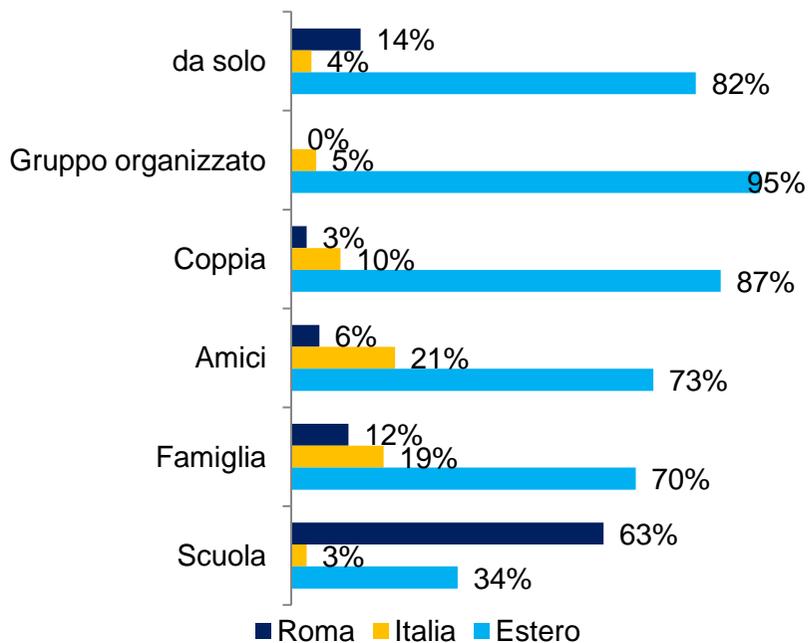
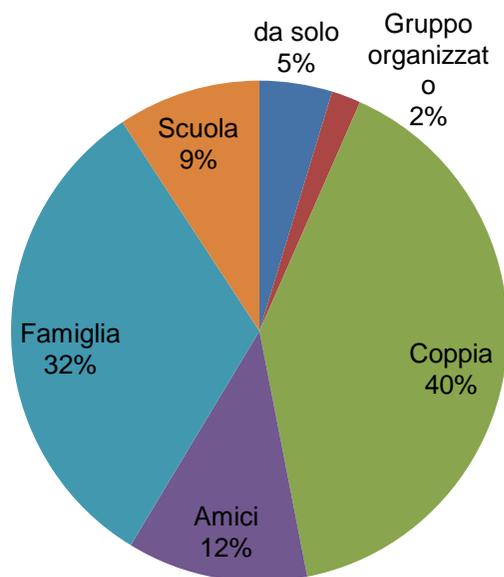
NET PROMOTER SCORE										
Musei Capitolini ICS 2013										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0	2	0	3	4	15	105	358	278	293
DETRATTORI = 25 2%							PASSIVI= 463 44%		PROMOTORI = 571 54%	
% PROMOTORI - %DETRATTORI =							52%			

## Con chi ha visitato il Museo

Il 40% del pubblico intervistato viene al museo in coppia, oppure in famiglia (32%) o con amici (12%).

Risulta che i cittadini romani giungano al museo soprattutto con la scuola; i turisti italiani con amici e famiglia, mentre dall'estero vi si recano perlopiù con gruppi organizzati, in coppia e da soli.

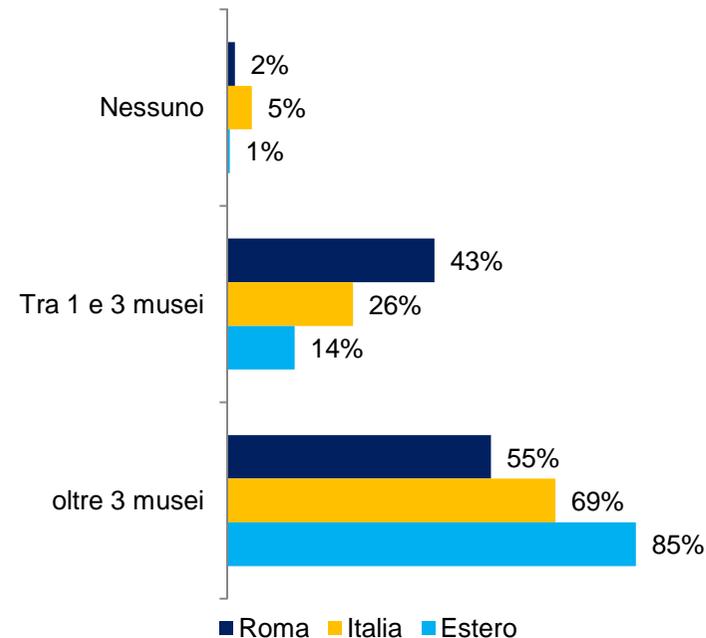
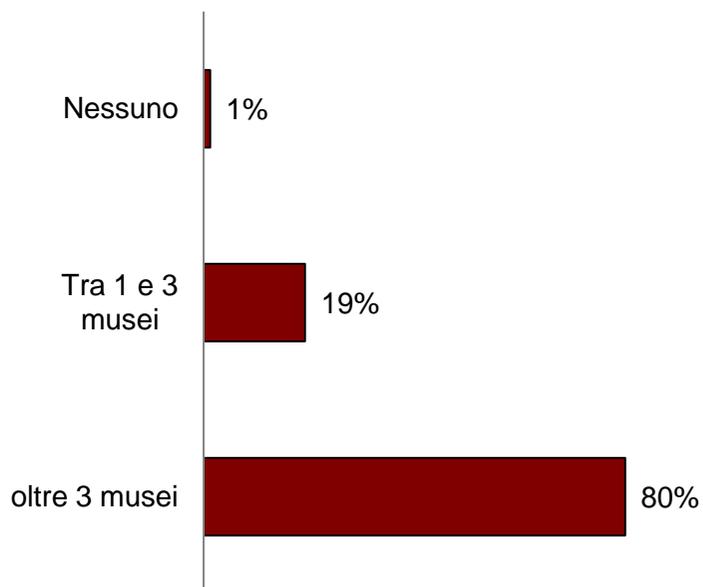
Rispetto all'età i minori di 18 anni giungono con la scuola o con la famiglia, mentre tra i 19-25 anni preferiscono andare al museo con amici; dai 26 ai 39 anni da soli o in coppia, dai 45 ai 74 con gruppi organizzati, con amici e in famiglia.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'80% dichiara di aver visitato "oltre 3 musei" nell'ultimo anno. Solo il 19% "tra 1 e 3 musei" all'anno e 1% "nessun museo".

Risulta che coloro che hanno visto più di tre musei nell'ultimo anno siano turisti stranieri (85%), laureati o post-laureati, di oltre 40 anni e che apprezzino di più rispetto agli altri il personale di libreria, la libreria, la caffetteria e la collezione.

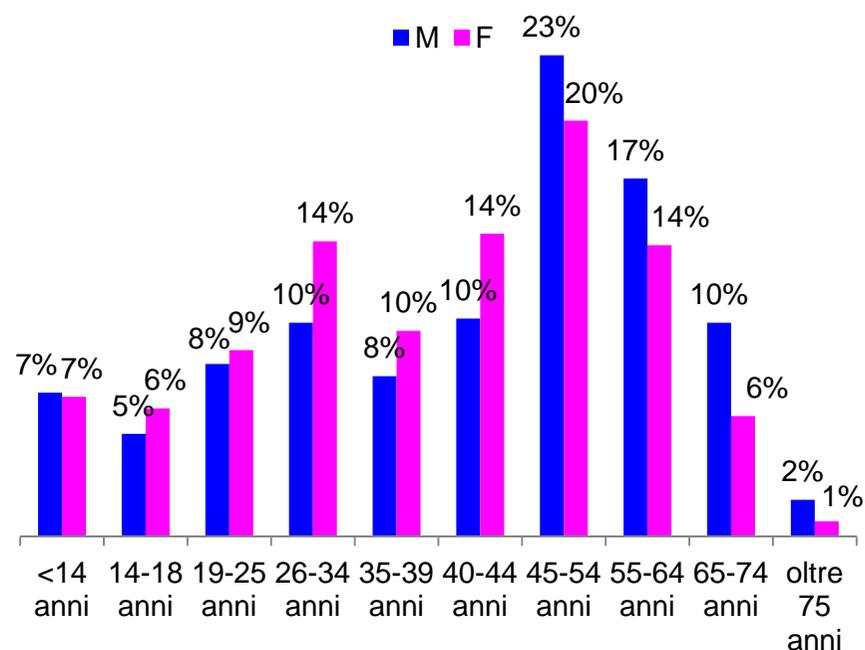
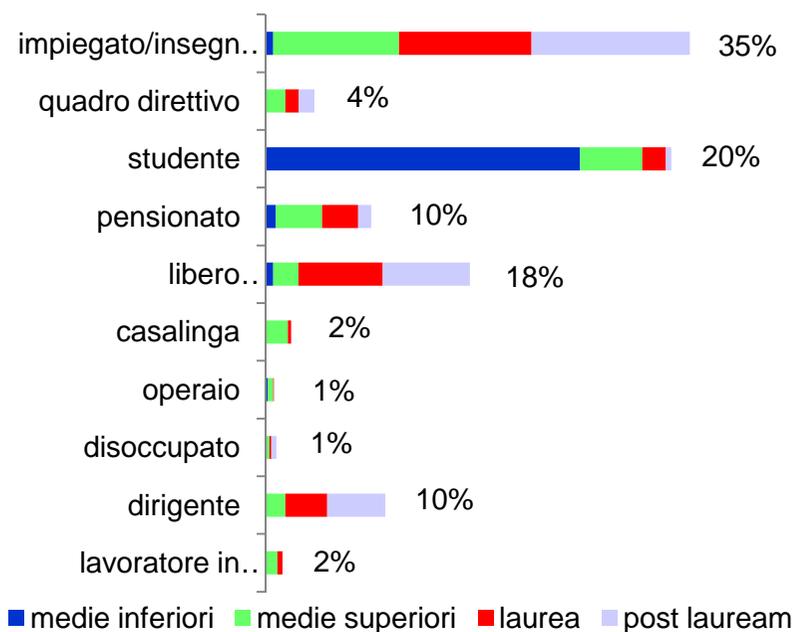


## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Il 51% sono donne (nel 2012 erano 53%). Le fasce di età più rappresentate sono quelle comprese tra 40 e 64 anni (il 49% sul campione totale; nel 2012 erano il 46%).

Prevalgono gli impiegati-insegnanti (35%, erano il 37% nel 2012) e gli studenti (20%, aumentano dal 15% del 2012).

Il 63% del campione totale ha conseguito un titolo di laurea o superiore (62% nel 2012).



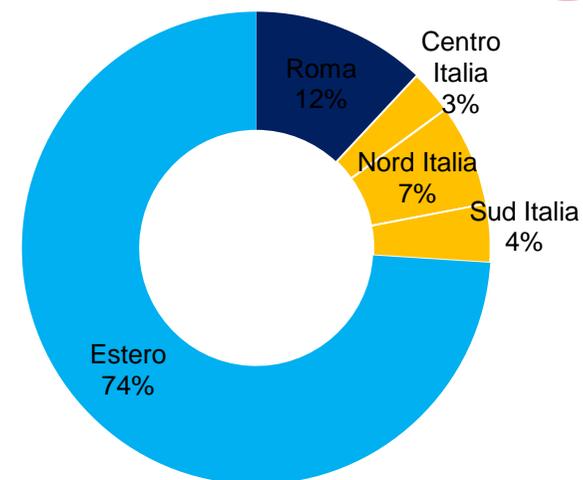
## Analisi socio-demografica (provenienza)

I Musei Capitolini sono frequentati prevalentemente da stranieri (74%) in diminuzione rispetto al 2012 (erano l'87%).

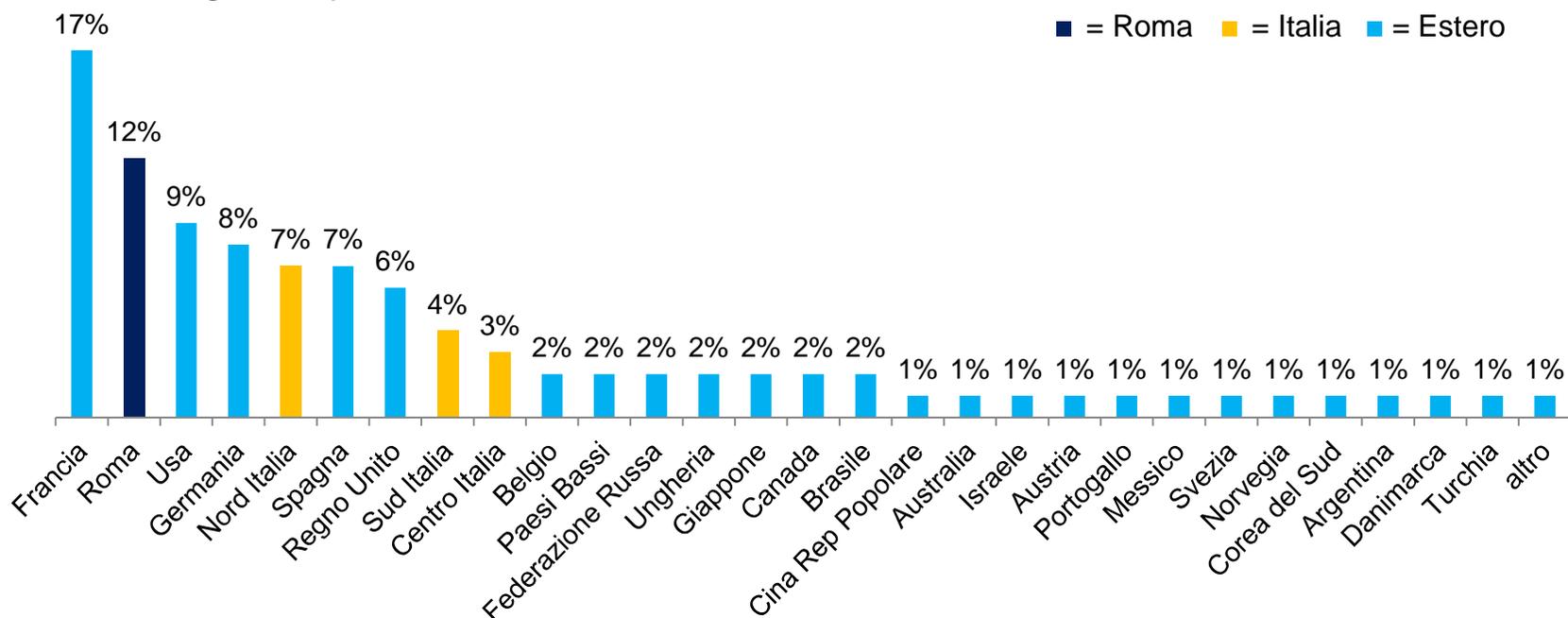
I turisti italiani rappresentano il 14% (in aumento rispetto all'8% nel 2012) e crescono anche i cittadini romani rispetto all'anno precedente (12%, nel 2012 erano il 5%).

Le variazioni probabilmente sono dovute alla presenza della mostra di Archimede molto apprezzata anche dagli italiani e alla coincidenza dell'indagine con il Ponte di Ognissanti.

Tra le nazionalità straniere prevalgono quella francese (17%) e americana (9%). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Correlazione 1/2

I coefficienti delle variabili risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Musei Capitolini Correlazione di Spearman - 2013	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienz	Guardaroba	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Supporti informativi	Supporti digitali	Pulizia degli spazi	Personale in libreria	Libreria	Caffetteria	Collezione	Esperienza generale
Segnaletica esterna	1,000	,417**	,402**	,414**	,376**	,329**	,306**	,257**	,216**	,345**	,293**	,330**	,313**	,307**	,209**	,279**
Orari di apertura	,417**	1,000	,650**	,307**	,482**	,369**	,125**	,241**	,189**	,283**	,477**	,602**	,527**	,476**	,333**	,390**
Personale in biglietteria	,402**	,650**	1,000	,357**	,447**	,400**	,142**	,254**	,171**	,298**	,378**	,512**	,421**	,423**	,280**	,358**
Materiale all'accoglienza	,414**	,307**	,357**	1,000	,432**	,306**	,298**	,304**	,275**	,378**	,221**	,358**	,365**	,328**	,255**	,284**
Guardaroba	,376**	,482**	,447**	,432**	1,000	,413**	,211**	,215**	,227**	,322**	,383**	,491**	,452**	,471**	,376**	,296**
Personale in sala	,329**	,369**	,400**	,306**	,413**	1,000	,280**	,316**	,270**	,497**	,365**	,521**	,439**	,441**	,308**	,373**
Segnaletica interna	,306**	,125**	,142**	,298**	,211**	,280**	1,000	,327**	,215**	,221**	,134**	,195**	,189**	,189**	,103**	,173**
Posti a sedere	,257**	,241**	,254**	,304**	,215**	,316**	,327**	1,000	,184**	,350**	,220**	,429**	,376**	,351**	,129**	,212**
Supporti informativi	,216**	,189**	,171**	,275**	,227**	,270**	,215**	,184**	1,000	,551**	,231**	,346**	,335**	,310**	,245**	,377**
Supporti digitali	,345**	,283**	,298**	,378**	,322**	,497**	,221**	,350**	,551**	1,000	,260**	,470**	,425**	,312**	,302**	,319**
Pulizia degli spazi	,293**	,477**	,378**	,221**	,383**	,365**	,134**	,220**	,231**	,260**	1,000	,615**	,541**	,502**	,322**	,363**
Personale in libreria	,330**	,602**	,512**	,358**	,491**	,521**	,195**	,429**	,346**	,470**	,615**	1,000	,865**	,694**	,555**	,636**
Libreria	,313**	,527**	,421**	,365**	,452**	,439**	,189**	,376**	,335**	,425**	,541**	,865**	1,000	,674**	,474**	,555**
Caffetteria	,307**	,476**	,423**	,328**	,471**	,441**	,189**	,351**	,310**	,312**	,502**	,694**	,674**	1,000	,488**	,528**
Collezione	,209**	,333**	,280**	,255**	,376**	,308**	,103**	,129**	,245**	,302**	,322**	,555**	,474**	,488**	1,000	,405**
Esperienza generale	,279**	,390**	,358**	,284**	,296**	,373**	,173**	,212**	,377**	,319**	,363**	,636**	,555**	,528**	,405**	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 complessiva del museo (cioè quelli che presentavano il doppio o singolo asterisco). Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi.

Ai *Musei Capitolini* gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: **personale in libreria, libreria, caffetteria, collezione, orari di apertura, supporti informativi, personale in sala, pulizia degli spazi.**

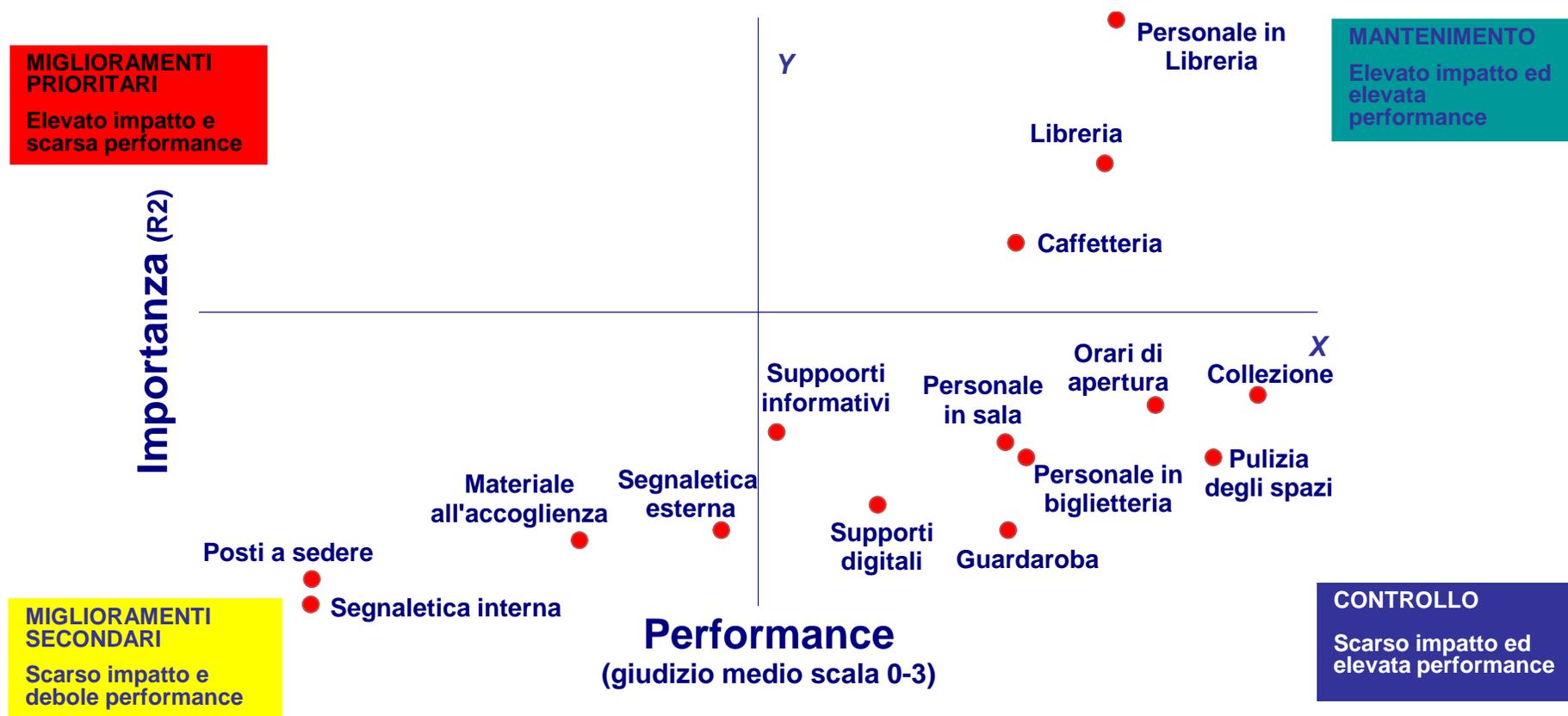
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sul giudizio complessivo dei Musei Capitolini - 2013	
Personale in libreria	0,636
Libreria	0,555
Caffetteria	0,528
Collezione	0,405
Orari di apertura	0,390
Supporti informativi	0,377
Personale in sala	0,373
Pulizia degli spazi	0,363
Personale in biglietteria	0,358
Supporti digitali	0,319
Guardaroba	0,296
Materiale all'accoglienza	0,284
Segnaletica esterna	0,279
Posti a sedere	0,212
Segnaletica interna	0,173

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale in libreria**, la **libreria** e la **caffetteria** risultano come aspetti più soddisfacenti e ad alto impatto sulla soddisfazione generale del museo. Non ci sono aspetti migliorabili (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse dell'ascissa si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche quando 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.

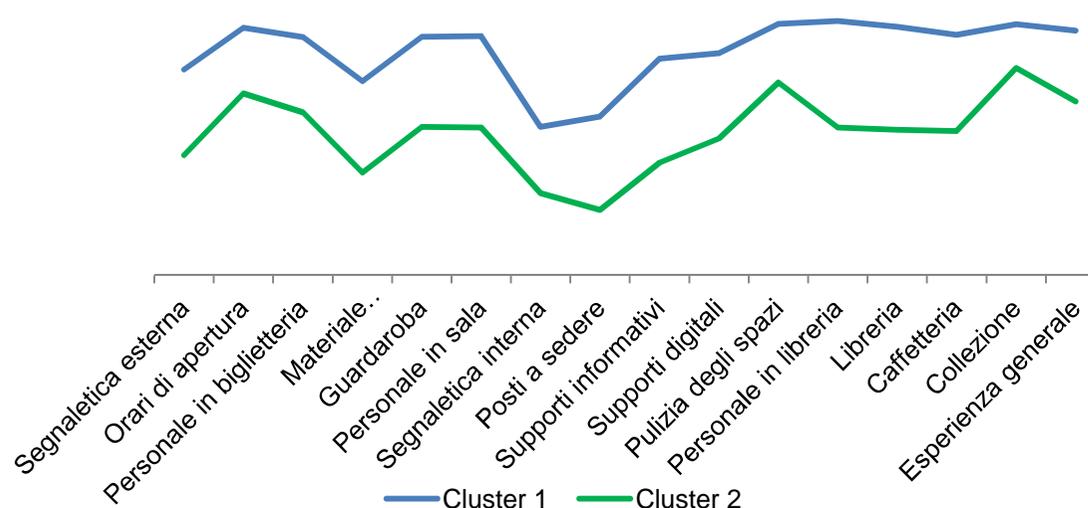
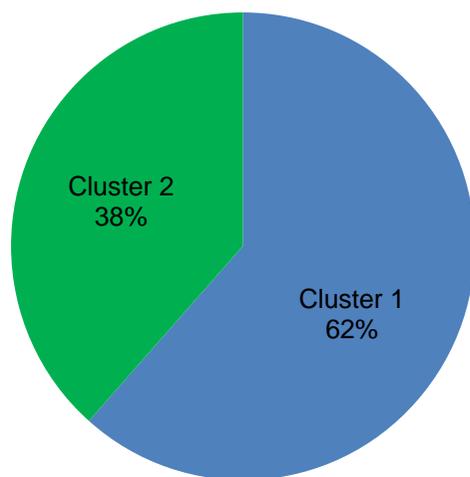
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (con più di 400 individui per cluster).

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

### I Cluster

**Cluster 1** sono i Deliziati, soprattutto stranieri; venuti con la scuola e famiglia; minori di 18 anni oltre i 65 anni; con titolo di medie inferiori.

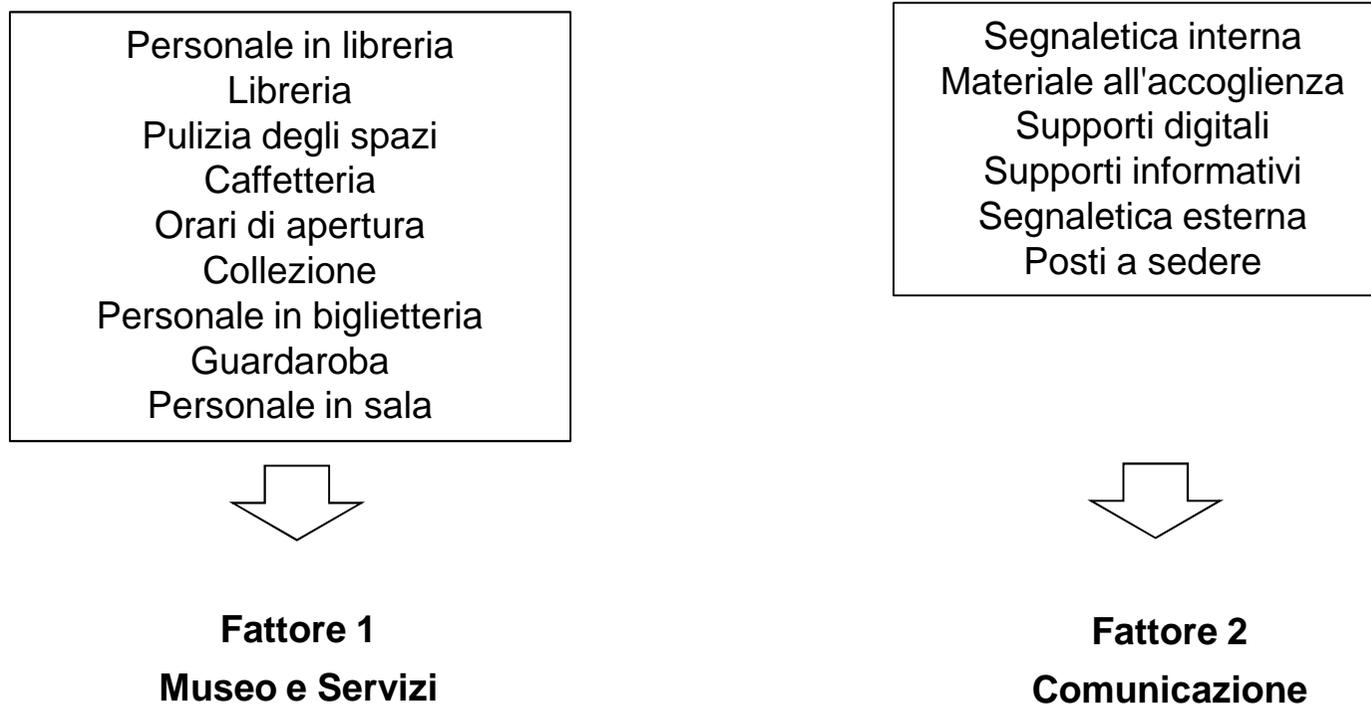
**Cluster 2** sono i Soddisfatti; soprattutto turisti italiani; venuti in coppia, famiglia o da soli; di età compresa tra 19-25 anni o 40-64 anni o oltre 75 anni; con titolo di medie superiori o laurea.



## Analisi Fattoriale

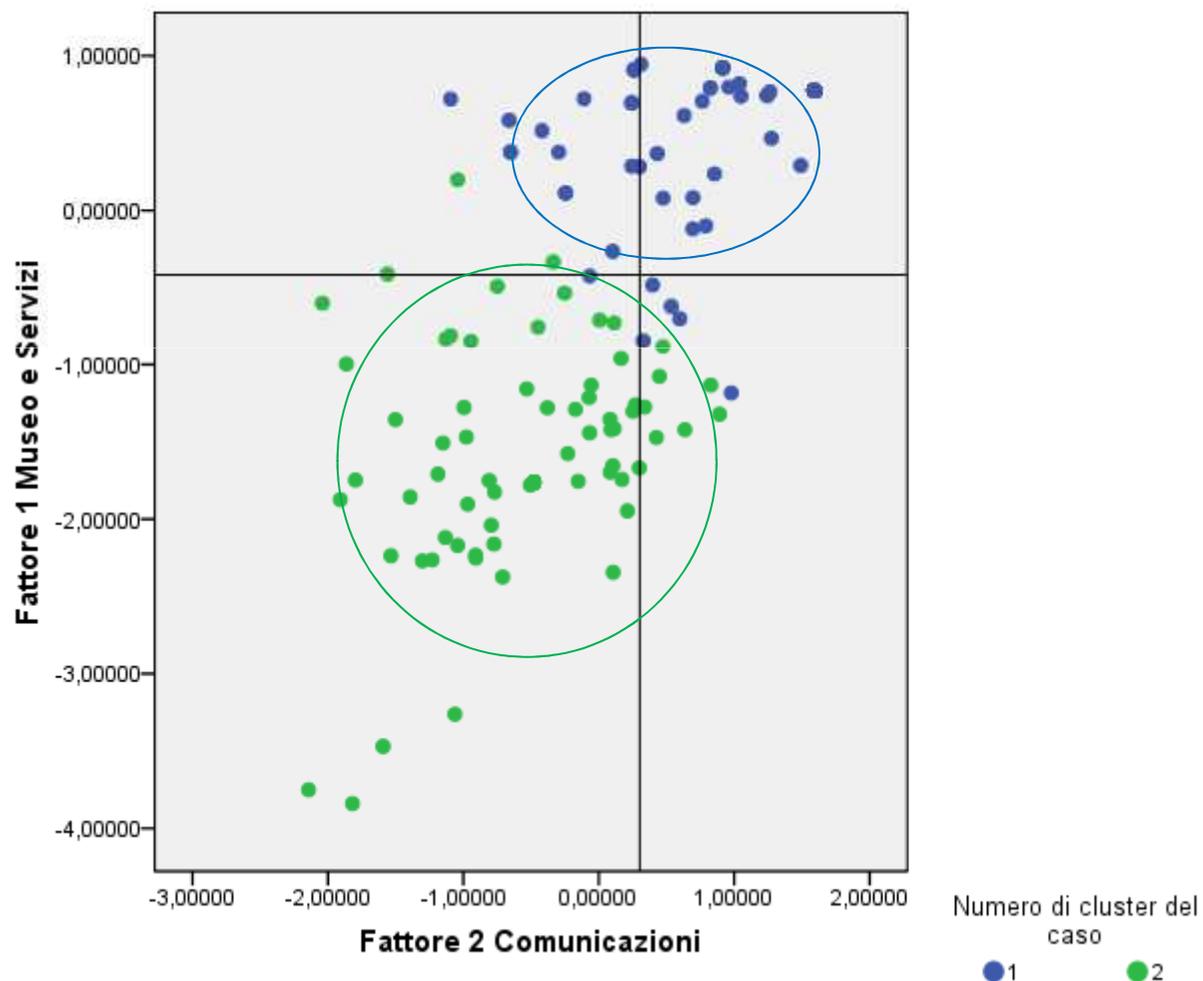
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico, il Cluster 1, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra maggiore apprezzamento per entrambi i Fattori, mentre il Cluster 2 è solo “Soddisfatto” di entrambi i Fattori.



## APPREZZAMENTI

Il museo è meraviglioso; il migliore di Roma; migliorato rispetto alla gestione precedente	40
DIDATTICA, ottima guida	8
MOSTRA ottima	6
CAFFETERIA magnifica e l'affaccio	5
PERSONALE in sala e in libreria cortese	3
WEB Bello il Tour Digitale	1
NIENTE DA MIGLIORARE	383

## SUGGERIMENTI 1/3

**SEGNALETICA INTERNA** manca percorso, creare percorso obbligatorio (184), confusa, dispersivo, complicato, non si trovano le sale, , non presenti in tutte le sale, ci siamo persi varie volte, numerare le sale (105), per giungere agli altri edifici (34), in altre lingue (24), per le opere principali (15), per bagni (10), per caffetteria (8), non visibile, scritte piccole (6), breve per i bimbi, le scolaresche (5), per ascensore (4). **TOTALE 395.**

**POSTI A SEDERE** mancano, non ci si può chiedere di sedere per terra (nell'Esedra). **TOTALE 192.**

**SUPPORTI INFORMATIVI** mancano in altre lingue (107), poco esaustiva, poche informazioni (23), in inglese (5), altro (14). **TOTALE 149.**

**BROCHURE DEL MUSEO** mappa confusa (73), i numeri non corrispondono con le opere che sono in sala (opere spostate con la mostra) (26), manca in altre lingue (23), scarna di informazioni (12), mappa piccola (6), altro (2). **TOTALE 142.**

## SUGGERIMENTI 2/3

**SEGNALETICA ESTERNA** aggiungere nelle zone limitrofe, non ho trovato il museo facilmente (39), per entrata e biglietteria (14), altro (6). **TOTALE 59.**

**BIGLIETTERIA** personale scortese, giocherella con cellulare anche se c'è fila, lento, non informato, non parlano lingue, poco (20), non consegnano le mappe (11), troppa fila (8), fila preferenziale per audioguida, per gratuiti, per chi ha biglietto online (5), altro 6. **TOTALE 50.**

**SERVIZI IGIENICI** sporchi (31), manca manutenzione (porte non si chiudono, chiusi perché non funzionato (10), manca sapone e carta (5). **TOTALE 46.**

**SUPPORTI DIGITALI** pochi, spenti/rotti (26), poco tecnologici, maggiori ricostruzioni in 3D, più interattivi (8), altro (4). **TOTALE 38.**

**AUDIOGUIDA** si scarica subito 8 manca in altre lingue (russo e portoghese) non in francese e spagnolo (invece lingue disponibili) (11), includere nel biglietto (5), altro (9). **TOTALE 33.**

**PERSONALE IN SALA** scortesi, non disponibili, parlano tra loro e non guardano il pubblico, non danno informazioni, hanno dato informazioni scorrette (20), non sanno lingue straniere (12). **TOTALE 32.**

**DIDASCALIE** mancano info ad ogni opera (11), in altre lingue (7), posizzionarle sotto le opere e non accanto (6), altro (5). **TOTALE 29.**

**GUARDAROBA** pochi poiché molti sono rotti e mancano chiavi (14), scomodo perché bisogna avere soldi spicci (9), altro (3). **TOTALE 29.**

## **SUGGERIMENTI 3/3**

**ACCOGLIENZA** manca materiale informativo (20), mancano informazioni scritte (4), altro (1).  
**TOTALE 25.**

**CAFFETTERIA** cara (10), personale lento, scortese (4) altro (6) . **TOTALE 20.**

**TEMPERATURA** troppo caldo e non ci sono distributori d'acqua **TOTALE 18.**

**BIGLIETTO** maggiori riduzioni per famiglia, adolescenti, anziani (13), altro (4) . **TOTALE 17.**

**ROMA PASS** non c'è materiale al metal detector, non sapevo che ci fosse audioguida (14), altro (3). **TOTALE 17.**

**DIDATTICA** visita troppo lunga, noiosa, laboratorio poco interattivo (9), altro (5). **TOTALE 14.**

**MOSTRA** invadente, copre collezione permanente . **TOTALE 13.**

**LIBRERIA.** **TOTALE 12.**

**DIVIETI** non si capisce quando si possono o non si possono fare le foto. **TOTALE 8 .**

**ALTRO.** **TOTALE 14.**

**TOTALE 1.361 suggerimenti  
ai MUSEI CAPITOLINI 2013.**



Allegato 1: Retro del  
questionario

22. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**  
 Da solo/ *By myself*     Gruppo organizzato/ *Group Tour*     Coppia/ *Partner-Companion*     Amici/ *Friends*  
 Famiglia/ *Family*     Scuola/ *School*     Altro/ *Other*.....

23. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**  
 Nessuno/ *None*     Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums*     Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

24. **Aspetti da migliorare/ Features to improve**  niente/ *nothing*  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

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

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

**Sesso/Gender:**  M     F

**Titolo di studio/Education:**  scuola dell'obbligo/ *primary school*     diploma superiore/ *high school*  
 laurea/ *degree*     specializzazione post laurea/ *postgraduate*

**Professione/Job:**

<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ <i>employee-teacher</i>	<input type="checkbox"/> coadiuvante/ <i>family helper</i>
<input type="checkbox"/> dirigente/ <i>manager</i>	<input type="checkbox"/> apprendista/ <i>apprentice</i>
<input type="checkbox"/> direttivo-quadro/ <i>executive</i>	<input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i>
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>	<input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i>
<input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i>	<input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i>
<input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i>	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>
<input type="checkbox"/> altro/other_____	

**Provenienza/Provenance:**  Roma/ *Rome*  
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specificare)* \_\_\_\_\_  
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* \_\_\_\_\_