



Indagini di Customer Satisfaction

Marcello Mastroianni

Spazio espositivo Ara Pacis

26 Ottobre 2018 – 17 Febbraio 2019

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 09/01/2019*

Zètema
progetto cultura

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2017-2018
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto al Museo dell'Ara Pacis
- Conosce la card Roma Pass
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa mostra ad un amico
- Con chi ha visitato la mostra
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggestimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 229 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* dal 26 novembre al 7 dicembre 2018 presso lo *Spazio espositivo del Museo dell'Ara Pacis* (gli intervistati rappresentano il 49% degli ingressi totali alla mostra temporanea nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

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 $\pm 1,82\%$.

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

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

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

Nel 2018, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è elevato, con una media di **2,86** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 100%.

Tra gli aspetti della mostra maggiormente graditi vi sono la pulizia del luogo (2,98) e il contenuto (2,86).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. L'allestimento è la variabile ritenuta in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, ma anche quella più correlata alla soddisfazione complessiva della mostra, insieme ai supporti digitali (pp. 16-18). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono il percorso (32 suggerimenti) ed i supporti digitali (30 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 43% da romani, pensionati (35%) e liberi professionisti (21%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (66%), soprattutto di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (64% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra tramite la “pubblicità” (32% sul totale degli intervistati; di cui l'85% si riferisce ai manifesti pubblicitari e il restante 15% alla pubblicità sulla stampa), poi seguono il “passaparola” (22%) ed “internet” (15%).

La pubblicità è il mezzo prevalente per i visitatori romani, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni, 40-64 anni ed oltre i 75 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, già stati in questo museo, con un giudizio uguale alle aspettative ed in generale abbastanza soddisfatti della mostra. Anche il passaparola emerge tra cittadini romani, ma di età adulta oltre i 65 anni, diplomati, alcuni si sono già recati al *Museo dell'Ara Pacis*, hanno un giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi, nel complesso molto soddisfatti. Invece il canale web è predominante tra i turisti (sia italiani che stranieri), di età 40-44 anni e 55-64 anni, diplomati, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative, molto soddisfatti della mostra.

Tabella riassuntiva

Mostra <i>Marcello Mastroianni</i> 2018	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Pubblicità (immagine mostra)	2,66	3,00	222	7	0,593	3%	71%	1%	96%
Contenuto	2,86	3,00	229	0	0,383	0%	87%	0%	99%
Pannelli e didascalie	2,79	3,00	227	2	0,485	1%	82%	0%	97%
Allestimento	2,77	3,00	229	0	0,440	0%	78%	0%	99%
Supporti digitali	2,84	3,00	227	2	0,422	1%	86%	0%	99%
Chiarezza percorso di visita	2,56	3,00	227	2	0,623	1%	63%	0%	94%
Pulizia del luogo	2,98	3,00	226	3	0,132	1%	98%	0%	100%
Giudizio generale mostra	2,86	3,00	229	0	0,364	0%	86%	0%	100%

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

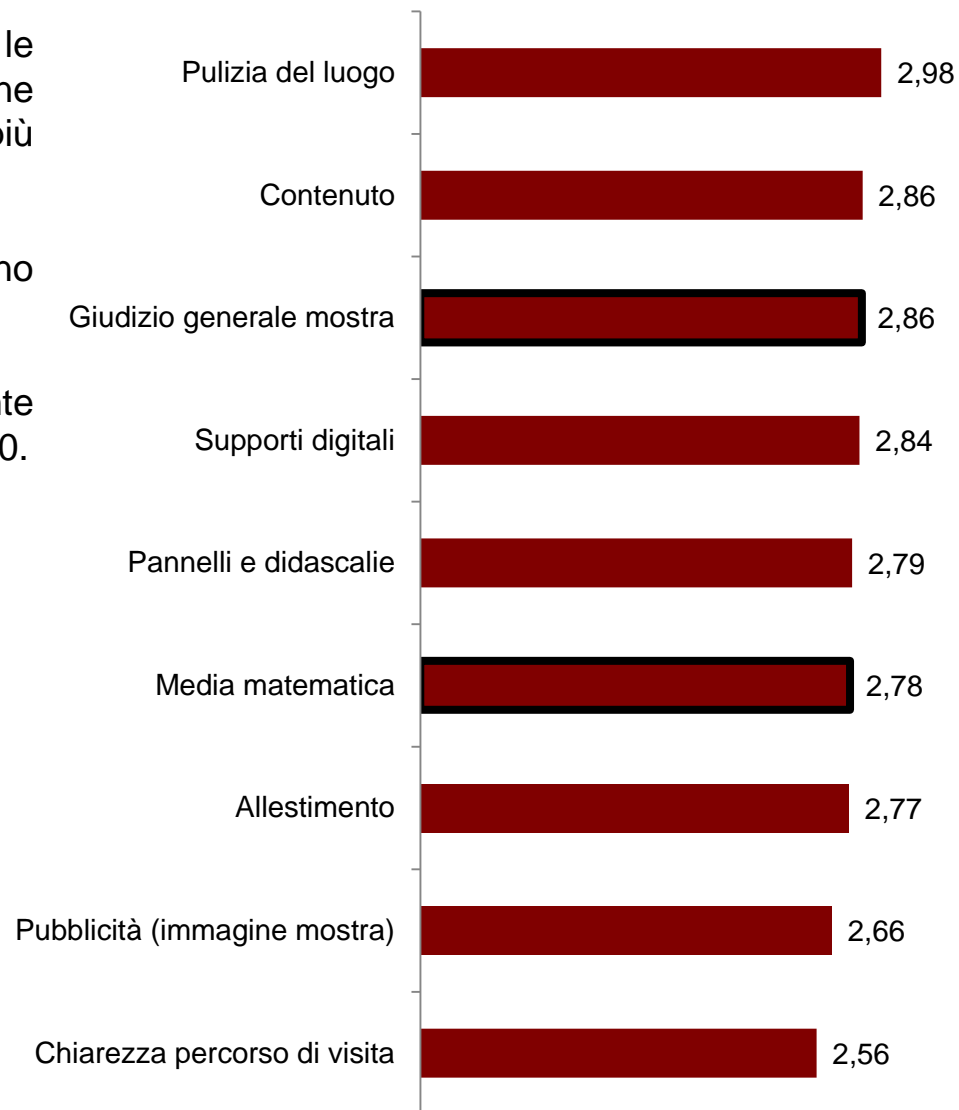
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,78).

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.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del luogo** e il **contenuto**.

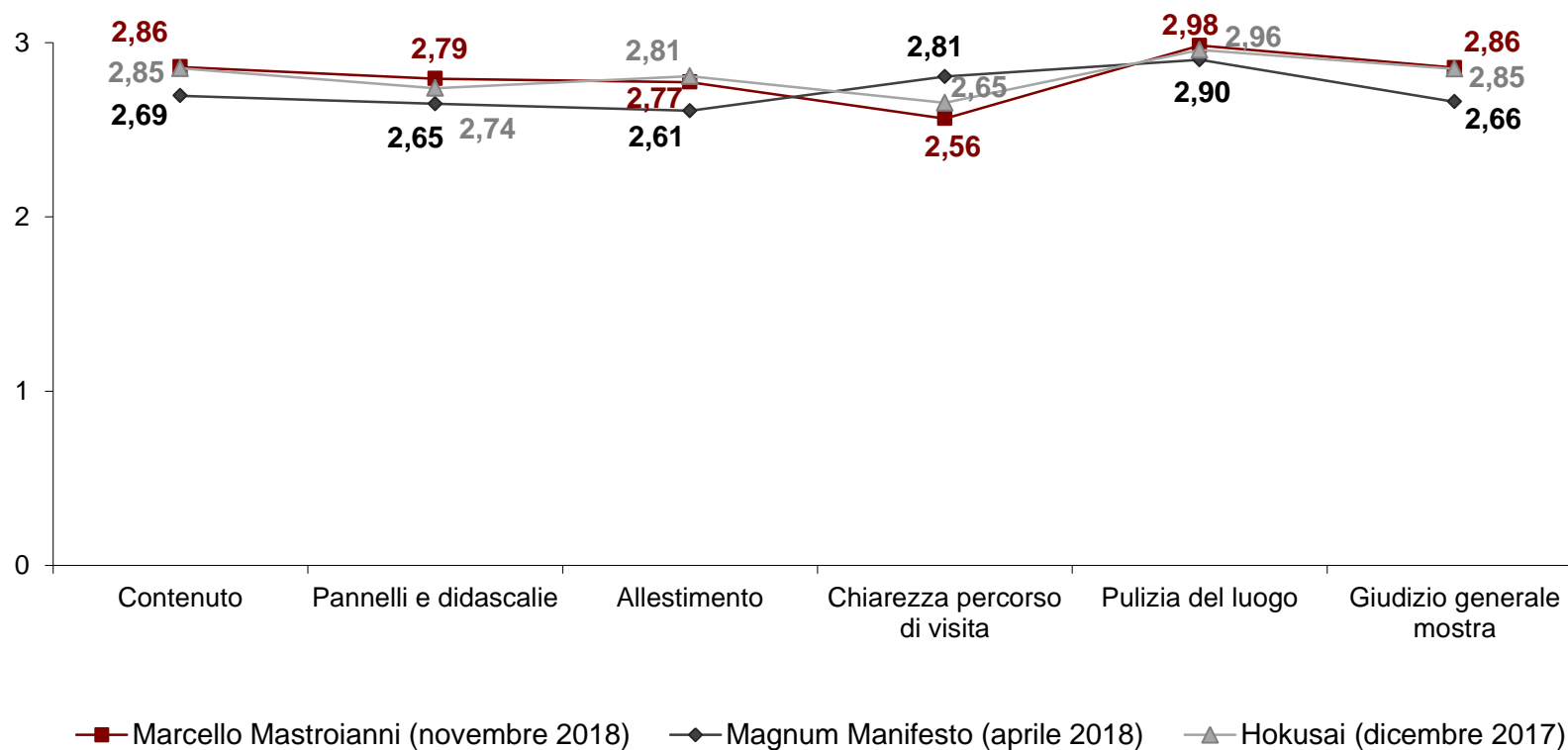
Tutte le medie sono nettamente superiore allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2017-2018

Come si denota dal grafico sottostante, il trend risulta piuttosto costante e lineare rispetto alle indagini effettuate sulle mostre precedenti “*Magnum Manifesto*” (aprile 2018) e “*Hokusai. Sulle orme del Maestro*” (dicembre 2017) .

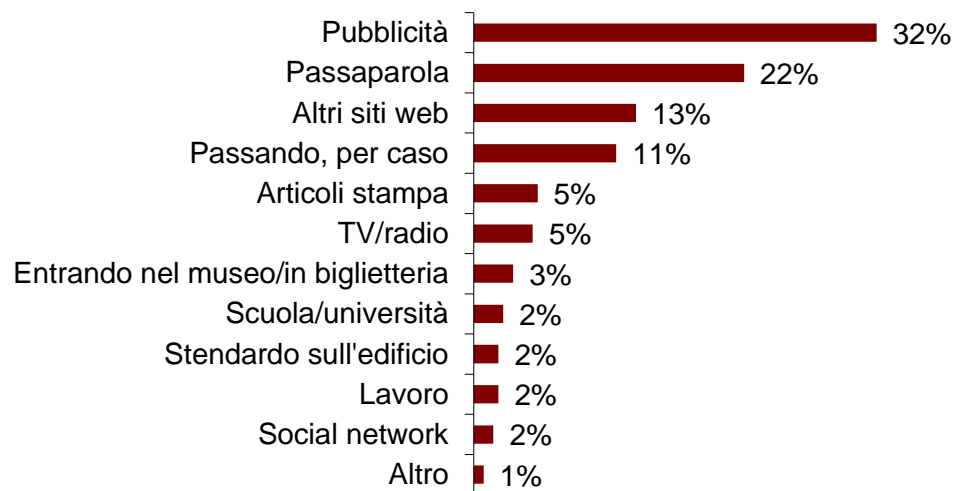
Si rileva un aumento del livello medio di soddisfazione su tutte le variabili oggetto di indagine, ad eccezione dell’allestimento e della chiarezza del percorso di visita, seppure le medie siano al di sopra dello standard di 2,20.



Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 32% del campione intervistato afferma di avere saputo della mostra attraverso “pubblicità” (di cui l’85% si riferisce ai manifesti pubblicitari e il restante 15% alla pubblicità sulla stampa; la percentuale complessiva è in netto aumento dall’8% per la mostra “*Magnum Manifesto*” e dal 22% per “*Hokusai. Sulle orme del maestro*”). Segue il “passaparola” col 22% sul totale delle risposte rilasciate (la percentuale era pari al 15% e al 12% per le due mostre precedenti), mentre il 15% ne viene a conoscenza tramite “internet” (in calo dal 30% di “*Magnum Manifesto*” e dal 27% della mostra “*Hokusai. Sulle orme del maestro*”).

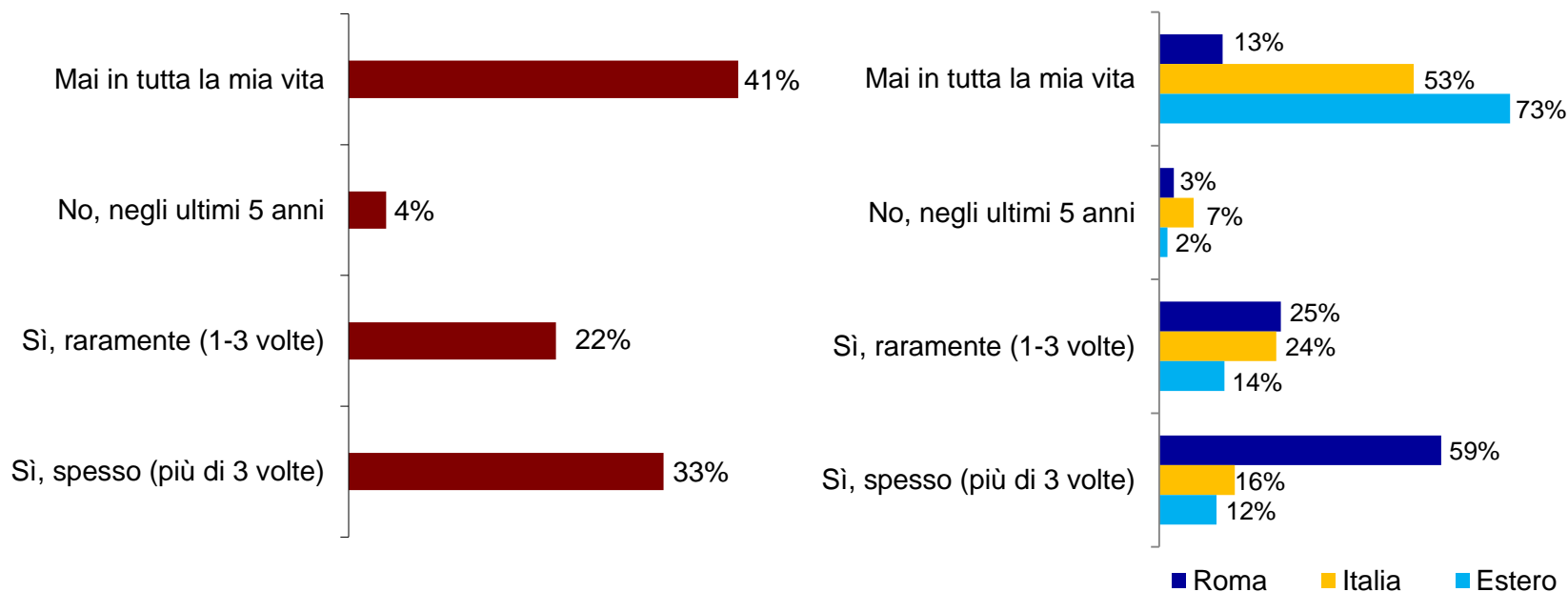
La pubblicità è il mezzo prevalente per i visitatori romani, appartenenti alle fasce di età 19-34 anni, 40-64 anni ed oltre i 75 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, già stati in questo museo, con un giudizio uguale alle aspettative ed in generale abbastanza soddisfatti della mostra. Anche il passaparola emerge tra i cittadini romani, ma di età adulta oltre i 65 anni, diplomati, alcuni si sono già recati al *Museo dell’Ara Pacis*, hanno un giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi, nel complesso molto soddisfatti. Invece il canale web è predominante tra i turisti (sia italiani che stranieri), di età 40-44 anni e 55-64 anni, diplomati, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative, molto soddisfatti della mostra.



Negli ultimi cinque anni è già stato al Museo dell’Ara Pacis

Il 55% degli intervistati dichiara di essere già stato al *Museo dell’Ara Pacis* (di cui il 33% “più di tre volte e il 22% “da una a tre volte”), il 41% non lo ha mai visitato prima e solo il 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

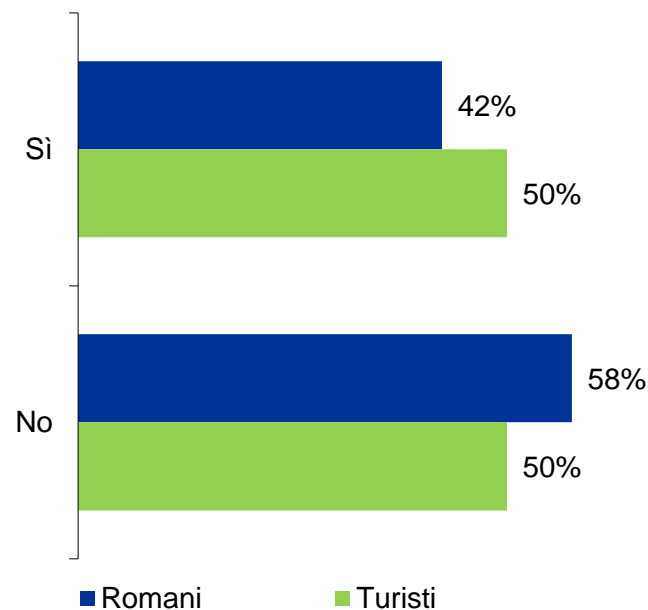
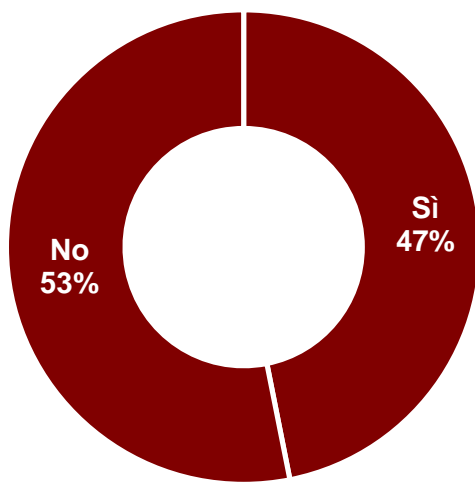
Risulta significativo che la maggior parte di coloro che non sono mai stati al museo siano soprattutto i turisti stranieri (73%; *cf.* grafico sottostante a destra), che affermano di essere privi di aspettative. Invece ad avere già frequentato il museo sono principalmente i visitatori romani, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie attese.



Conosce la card Roma Pass

Il 53% degli intervistati afferma di non conoscere la card Roma Pass, mentre il 47% ne è a conoscenza.

Risulta significativo che a conoscere la Roma Pass siano soprattutto i visitatori stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), che hanno conseguito un titolo di laurea. Invece tra coloro che dichiarano di non avere mai sentito parlare della Roma Pass, emergono i cittadini romani, diplomati.

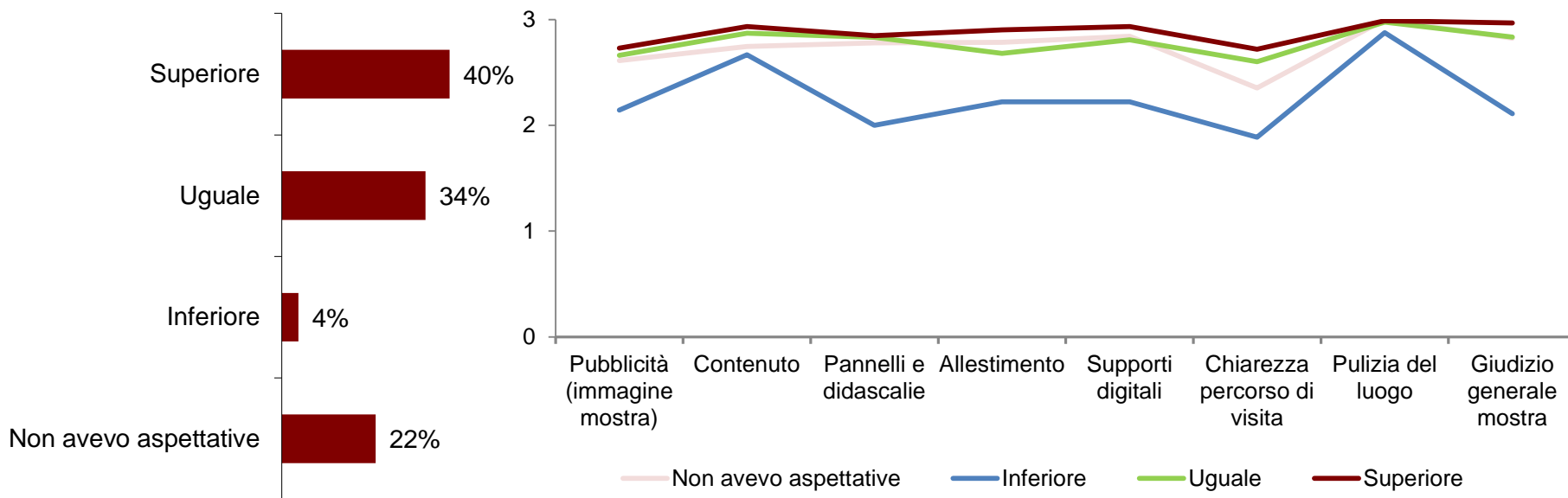


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 22% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita a questa mostra. Il 40% sul campione totale afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 34% è uguale e solo per il 4% è inferiore.

Risulta significativo che a non avere aspettative sulla mostra siano soprattutto i turisti stranieri, donne, nuovi visitatori, diplomati, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio superiore alle aspettative sono in particolare i romani, che si sono già recati al *Museo dell'Ara Pacis*, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della mostra. Coloro che hanno un giudizio uguale alle proprie attese sono prevalentemente i visitatori italiani, alcuni già stati in questo museo, hanno conseguito un titolo di scuola media superiore e rilasciano un giudizio generale abbastanza soddisfacente.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questa mostra 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 della mostra che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari al **63%**; il 33% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.

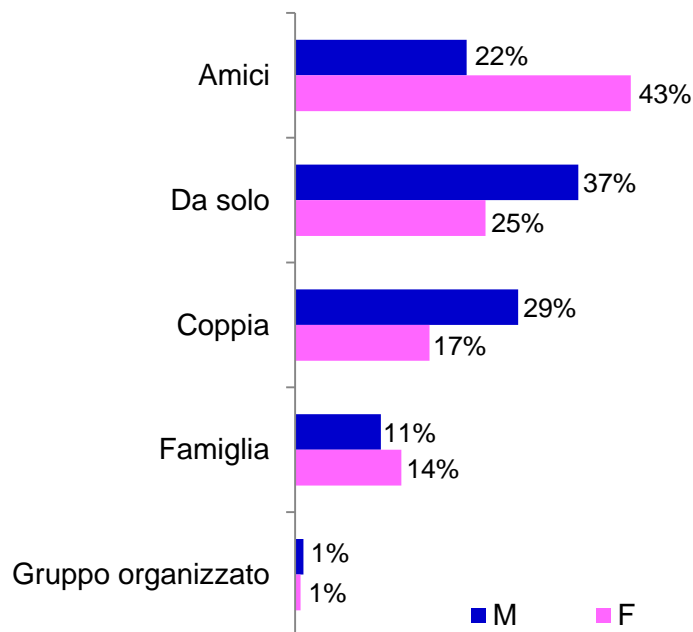
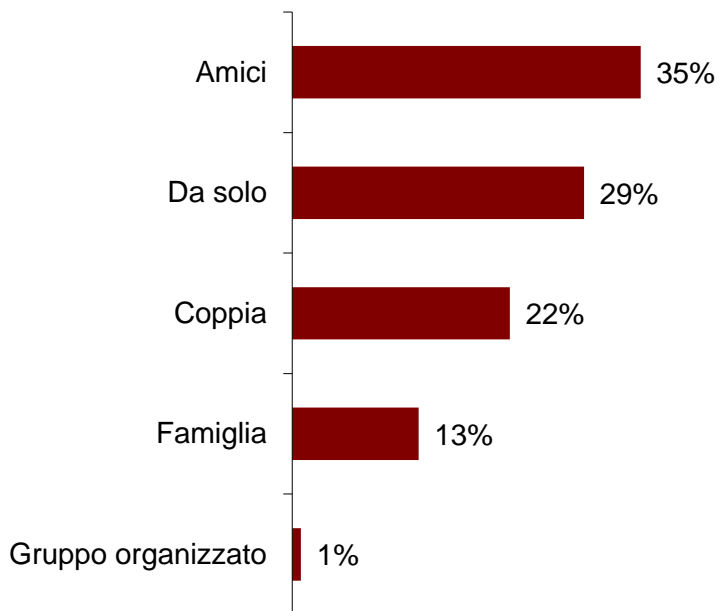


NET PROMOTER SCORE										
Mostra “ <i>Marcello Mastroianni</i> ” - Spazio espositivo Ara Pacis 2018										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	3	3	18	58	69	78
0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	8%	25%	30%	35%
DETRATTORI = 2%							PASSIVI = 33%		PROMOTORI = 65%	
65% - 2% = 63%										

Con chi ha visitato la mostra

Il 35% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra con “amici”, il 29% “da solo”, il 22% “in coppia”, il 13% con la propria “famiglia” e il restante 1% con un “gruppo organizzato”.

Risulta significativo che a venire con gli amici siano in particolare le donne (cfr. grafico sottostante a destra), residenti a Roma, di età giovane 26-34 anni o adulta 55-64 anni, diplomate, alcune già state in questo museo, in generale molto o abbastanza soddisfatte. Invece vengono da soli soprattutto gli uomini, turisti, di età 19-25 anni e 40-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva. A venire in coppia sono principalmente gli uomini, turisti, di età 65-74 anni, con un titolo di scuola media superiore, mai stati al *Museo dell’Ara Pacis*, con un giudizio generale molto soddisfacente.



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

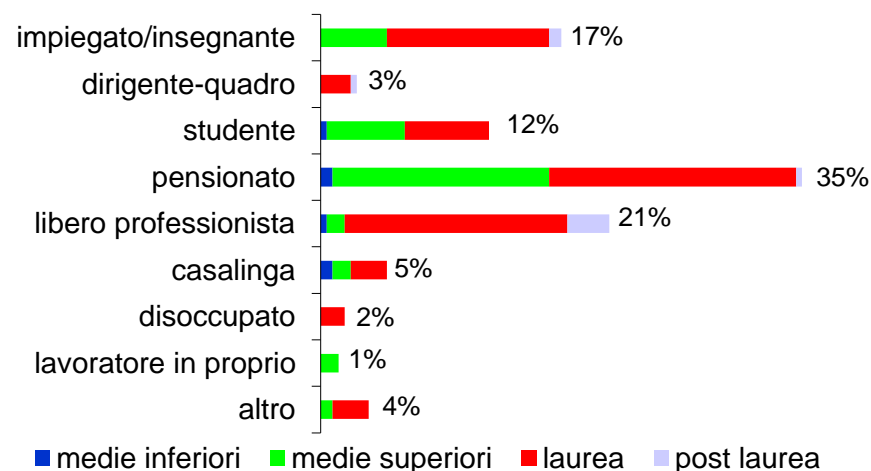
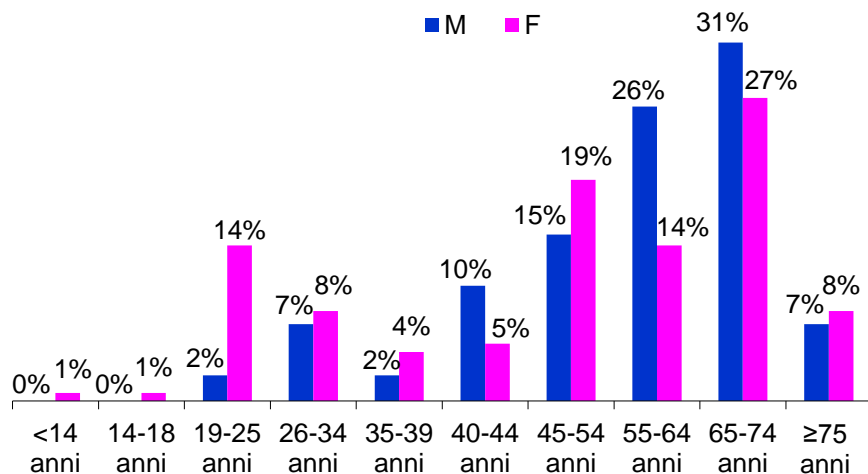
Anche in questa indagine prevale il genere femminile (61% sul totale), in particolare nelle fasce d'età giovani fino ai 39 anni e 45-54 anni, mentre gli uomini sono predominanti nelle fasce 40-44 anni e 55-74 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 64% sul totale degli intervistati.

Il 66% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.

Tra le categorie professionali prevalgono i pensionati col 35% sul totale degli intervistati, poi seguono i liberi professionisti (21%) e gli impiegati/insegnanti (17%).

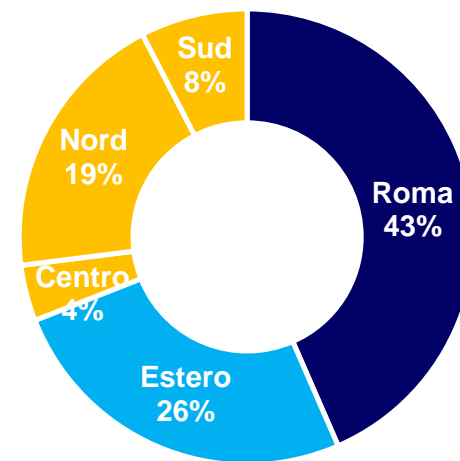
Rispetto alle due mostre precedenti il profilo degli intervistati varia maggiormente per l'età e le professioni: in entrambe le indagini scorse emergevano i giovani di età 14-34 anni (31% per la mostra *“Magnum Manifesto”* e 42% per *“Hokusai. Sulle orme del maestro”*), mentre tra le professioni prevalevano i liberi professionisti per *“Magnum Manifesto”* (28%) e gli studenti per *“Hokusai. Sulle orme del maestro”* (34%).



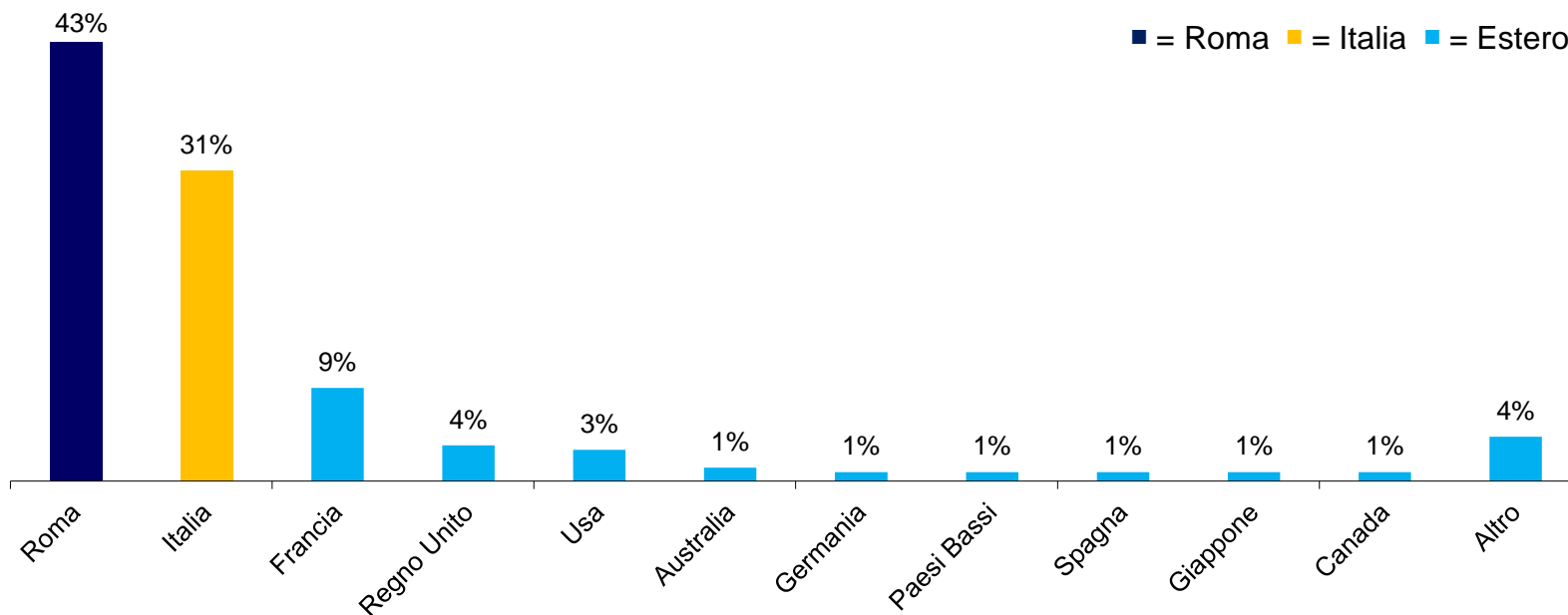
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 43% del campione intervistato è costituito dai visitatori romani (40% per *“Magnum Manifesto”* e 45% per *“Hokusai. Sulle orme del maestro”*); il 31% giunge da altre città italiane (nelle mostre precedenti la percentuale era pari a 35% e 36%) e il 26% sono turisti stranieri (in aumento dal 25% emerso nell'indagine precedente *“Magnum Manifesto”* e soprattutto dal 19% relativo a *“Hokusai. Sulle orme del maestro”*).

La nazionalità prevalente è quella francese (9% sul totale); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Mostra Marcello Mastroianni- 2018	Pubblicità (immagine mostra)	Contenuto	Pannelli e didascalie	Allestimen to	Supporti digitali	Chiarezza percorso di visita	Pulizia del luogo	Giudizio generale mostra
Pubblicità (immagine mostra)	1,000	,085	,123	,060	,132*	-,014	,007	,112
Contenuto	,085	1,000	,221**	,085	,084	,216**	,146*	,335**
Pannelli e didascalie	,123	,221**	1,000	,266**	,259**	,220**	,197**	,329**
Allestimento	,060	,085	,266**	1,000	,266**	,471**	,091	,485**
Supporti digitali	,132*	,084	,259**	,266**	1,000	,188**	,042	,351**
Chiarezza percorso di visita	-,014	,216**	,220**	,471**	,188**	1,000	,092	,259**
Pulizia del luogo	,007	,146*	,197**	,091	,042	,092	1,000	,141*
Giudizio generale mostra	,112	,335**	,329**	,485**	,351**	,259**	,141*	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 della mostra (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Quasi tutte le variabili sono risultate significative rispetto al giudizio generale, ad eccezione della pubblicità (immagine della mostra), che per tale motivo è stata esclusa dalla tabella laterale.

Per la mostra “*Marcello Mastroianni*” l’aspetto che risulta più correlato al giudizio generale è l’**allestimento**.

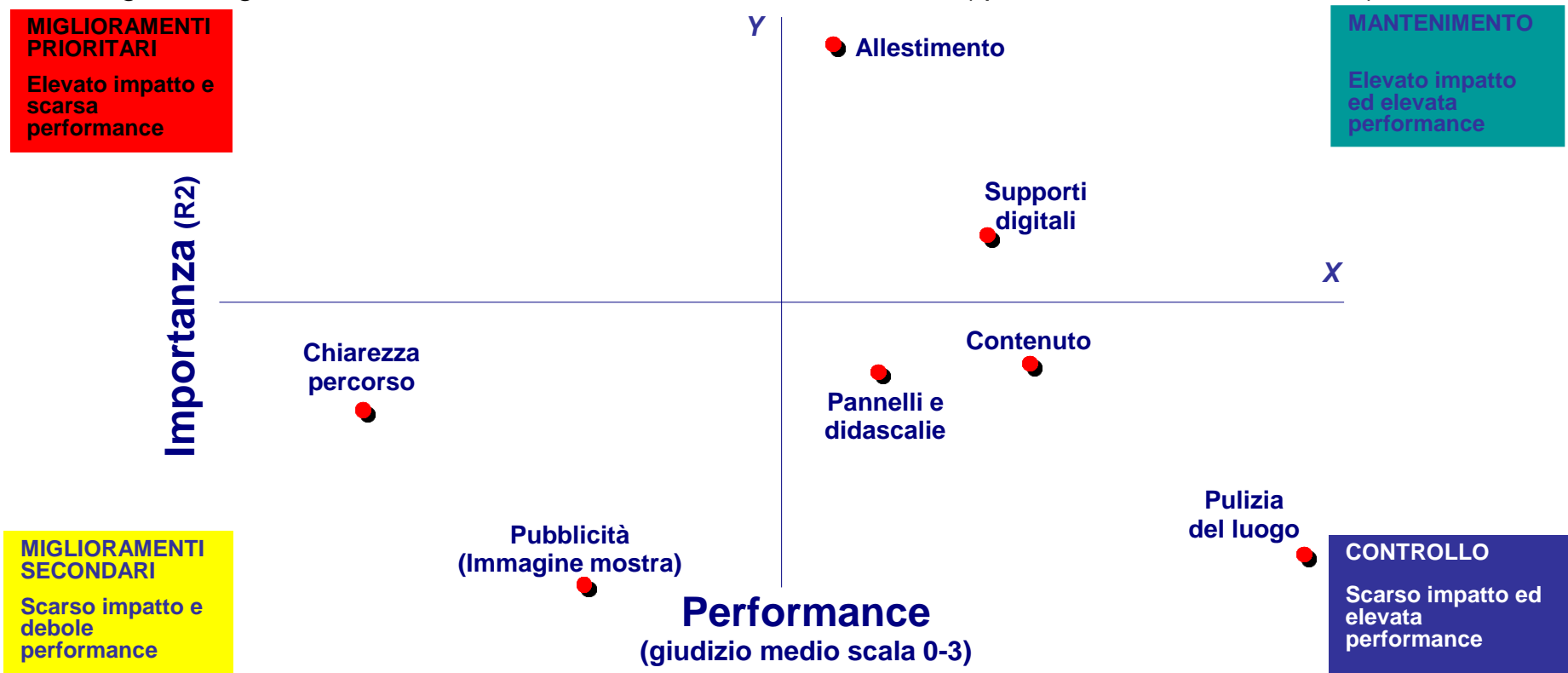
Nessuno degli aspetti indagati ha un’incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra “ <i>Marcello Mastroianni</i> ” 2018	
Allestimento	0,485
Supporti digitali	0,351
Contenuto	0,335
Pannelli e didascalie	0,329
Chiarezza percorso di visita	0,259
Pulizia del luogo	0,141

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**allestimento** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche soddisfacente, insieme ai **supporti digitali**, seppure questi siano posizionati più in basso nel quadrante in alto a destra. Nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sul giudizio generale della mostra, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

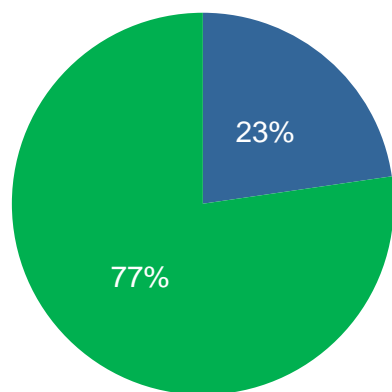
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (52 individui per il *Cluster 1* e 177 per il *Cluster 2*).

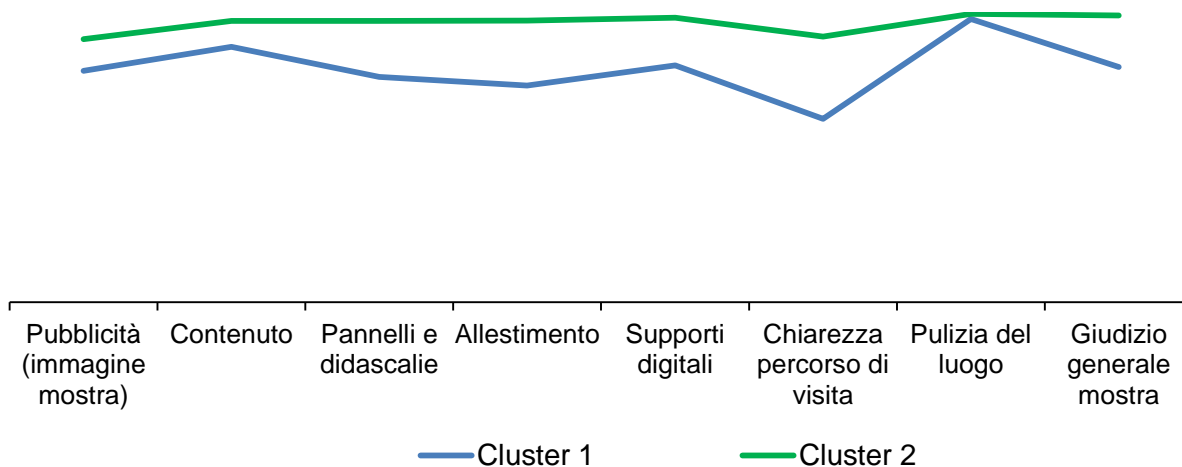
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione (*cfr.* grafico sottostante a destra), mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Soddisfatti: in prevalenza uomini, romani, di età 45-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati dipendenti e liberi professionisti, vengono a conoscenza della mostra attraverso pubblicità, stampa o passando per caso, vengono con amici o da soli, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 – Deliziati: in prevalenza donne, turisti italiani, di età giovane 19-34 anni o adulta 65-74 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti e pensionati, vengono a conoscenza della mostra tramite passaparola e internet, vengono in coppia o con la famiglia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.



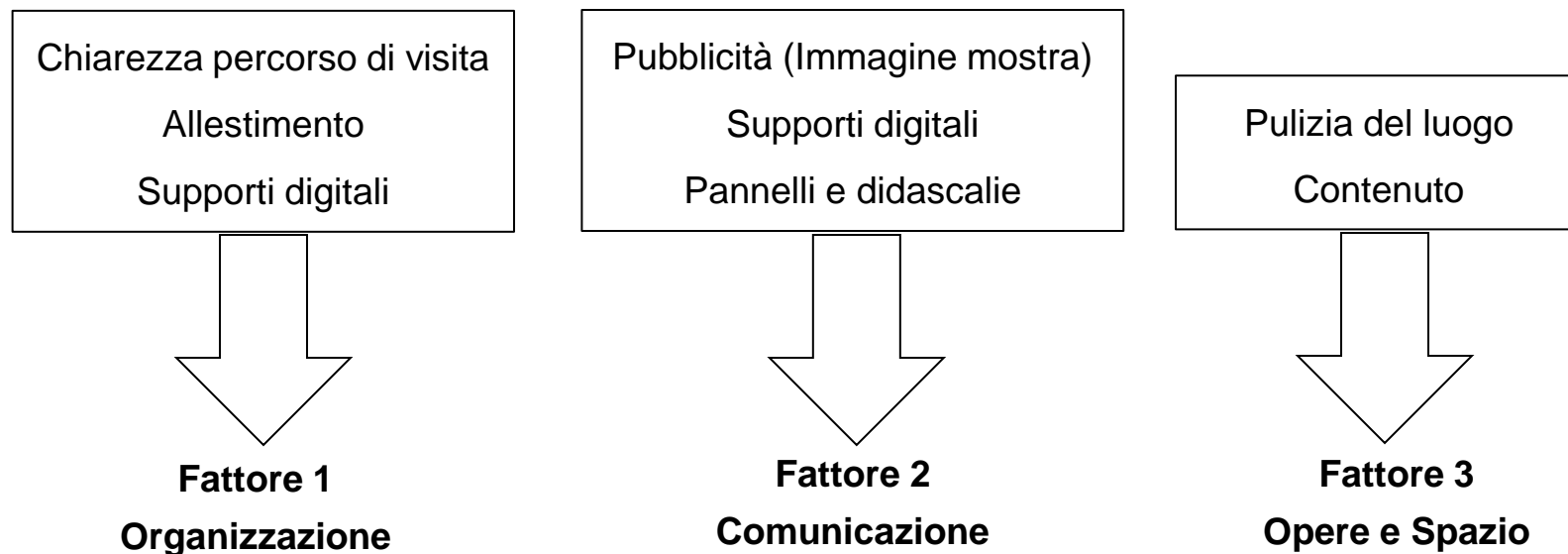
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

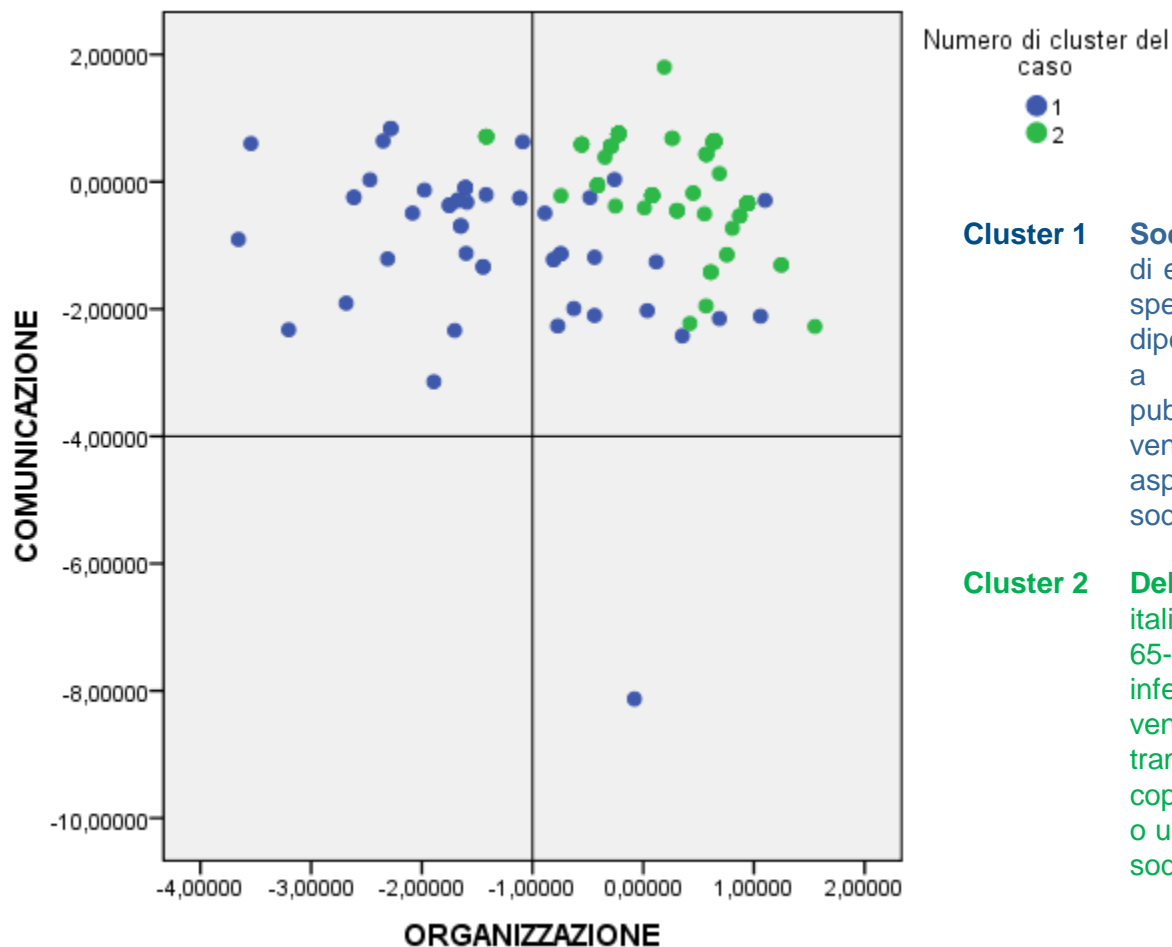
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media il Cluster 2, ovvero quello dei “Deliziati”, mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 dei “Soddisfatti” rileva una maggiore dispersività di giudizi ed è tendenzialmente meno soddisfatto, in particolare sul Fattore 1 (*Organizzazione*).



Cluster 1 Soddisfatti: in prevalenza uomini, romani, di età 45-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, occupati dipendenti e liberi professionisti, vengono a conoscenza della mostra attraverso pubblicità, stampa o passando per caso, vengono con amici o da soli, privi di aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.

Cluster 2 Deliziati: in prevalenza donne, turisti italiani, di età giovane 19-34 anni o adulta 65-74 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, studenti e pensionati, vengono a conoscenza della mostra tramite passaparola e internet, vengono in coppia o con la famiglia, giudizio superiore o uguale alle aspettative, in generale molto soddisfatti.

Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 118**

ELOGI mostra molto bella ed interessante. **Totale 12**

PERCORSO non è chiaro in alcuni punti. **Totale 32**

SUPPORTI DIGITALI l'audio dei video si sovrappone (10), i filmati sono brevi e tagliati male (5), mancano alcuni film importanti e le immagini di *backstage* (4), altro (11). **Totale 30**

CONTENUTO approfondire la parte sui film (8), più vita privata (6), altro (8). **Totale 22**

LIBRERIA mancano i DVD dei film e sul documentario della mostra (11), altro (8). **Totale 19**

SUPPORTI INFORMATIVI didascalie posizionate troppo in basso, non sono vicine alle fotografie (8), ingrandire il carattere sulle didascalie (4), altro (7). **Totale 19**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare sul percorso. **Totale 13**

POSTI A SEDERE da aumentare, soprattutto davanti ai video. **Totale 11**

ALLESTIMENTO troppe cose in poco spazio, fotografie troppo vicine (9), altro (1). **Totale 10**

PUBBLICITÀ si poteva scegliere un'immagine più nota e famosa (5), da aumentare (5). **Totale 10**

ALTRO. **Totale 4**

**TOTALE 170 SUGGERIMENTI
MOSTRA MARCELLO MASTROIANNI**

Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a rendere migliore l'organizzazione e la qualità dei nostri servizi di questa mostra temporanea.

1. Negli ultimi 5 anni è già venuto al Museo dell'Ara Pacis?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì, raramente (1-3 volte) Sì, spesso (oltre 3 volte)

2. Conosce la card Roma Pass per entrare nel museo? Sì No

3. Attraverso quale canale di comunicazione è venuto a conoscenza della mostra?

- stampa (quotidiani/riviste) pubblicità (indicare se stampa o affissione)
 www.museiincomune.it televisione/radio
 altri siti internet scuola/università
 standardo sull'edificio social network
 passando, per caso in biglietteria
 amici-parenti altro.....

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala sottostante:

	Non utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
4. Pubblicità (Immagine della mostra)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contenuto della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pannelli e didascalie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Allestimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Chiarezza percorso di visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Giudizio generale della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Rispetto alle aspettative, il suo giudizio sulla mostra è:	<input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative				
13. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico?	MIN <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10 MAX				
14. Con chi ha visitato la mostra?	<input type="checkbox"/> Da solo <input type="checkbox"/> Gruppo organizzato <input type="checkbox"/> Coppia <input type="checkbox"/> Amici <input type="checkbox"/> Famiglia <input type="checkbox"/> Scuola <input type="checkbox"/> Altro				
15. Aspetti da migliorare	<input type="checkbox"/> Nessuno				

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI :

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

Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione:

Provenienza: Roma Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....