

*Data 25/10/2019*

---

Indagini di Customer Satisfaction

Mercati di Traiano  
Museo dei Fori Imperiali

01-08 Ottobre 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 una card 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 **342** questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua **dal 1 all'8 ottobre** presso i ***Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali*** (gli intervistati rappresentano il 39% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea *"Mortali Immortali, tesori del Sichuan nell'antica Cina"*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,81\%$ .

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 **2,77** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono gli **orari di apertura** (2,99), la **pulizia del sito** (2,96), il **personale in sala** (2,94) e **di biglietteria** (2,92), le **opere della collezione** (2,84) e la **libreria** (2,83).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **collezione** e i **supporti informativi** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono la **segnaletica interna** (n. 61 suggerimenti), i **supporti informativi** (n. 53 suggerimenti) e i **posti a sedere** (n. 52 suggerimenti) .

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 78% da turisti **stranieri**, **pensionati** (23%) e **studenti** (21%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (55%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (50% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo **passando, per caso** (32% sul totale degli intervistati), segue chi risponde per **scuola/università** (16%) e **guida cartacea** (15%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano soprattutto i nuovi visitatori, appartenenti alle fasce d'età 26-39 anni e 45-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, il cui giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece a rispondere scuola/università sono stati principalmente coloro che hanno già visitato questo museo, di età giovane 14-25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni hanno utilizzato la *MIC card* per accedervi, il loro giudizio è uguale alle proprie aspettative e in generale sono abbastanza soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali 2019	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	271	71	0,575	21%	79%	1%	96%
Orari di apertura	2,99	3,00	339	3	0,094	1%	99%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,92	3,00	290	52	0,295	15%	93%	0%	99%
Guardaroba	2,54	3,00	160	182	0,592	53%	58%	1%	98%
Opere della collezione	2,84	3,00	341	1	0,363	0%	84%	0%	100%
Supporti informativi	2,68	3,00	311	31	0,588	9%	74%	1%	96%
Supporti digitali	2,53	3,00	172	170	0,737	50%	65%	3%	92%
Personale in sala	2,94	3,00	154	188	0,308	55%	95%	1%	99%
Segnaletica interna	2,45	3,00	313	29	0,688	8%	55%	1%	91%
Posti a sedere	2,49	3,00	232	110	0,733	32%	62%	1%	88%
Pulizia del sito	2,96	3,00	340	2	0,185	1%	96%	0%	100%
Libreria	2,83	3,00	121	221	0,441	65%	85%	0%	98%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,77</b>	<b>3,00</b>	<b>342</b>	<b>0</b>	<b>0,429</b>	<b>0%</b>	<b>77%</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.

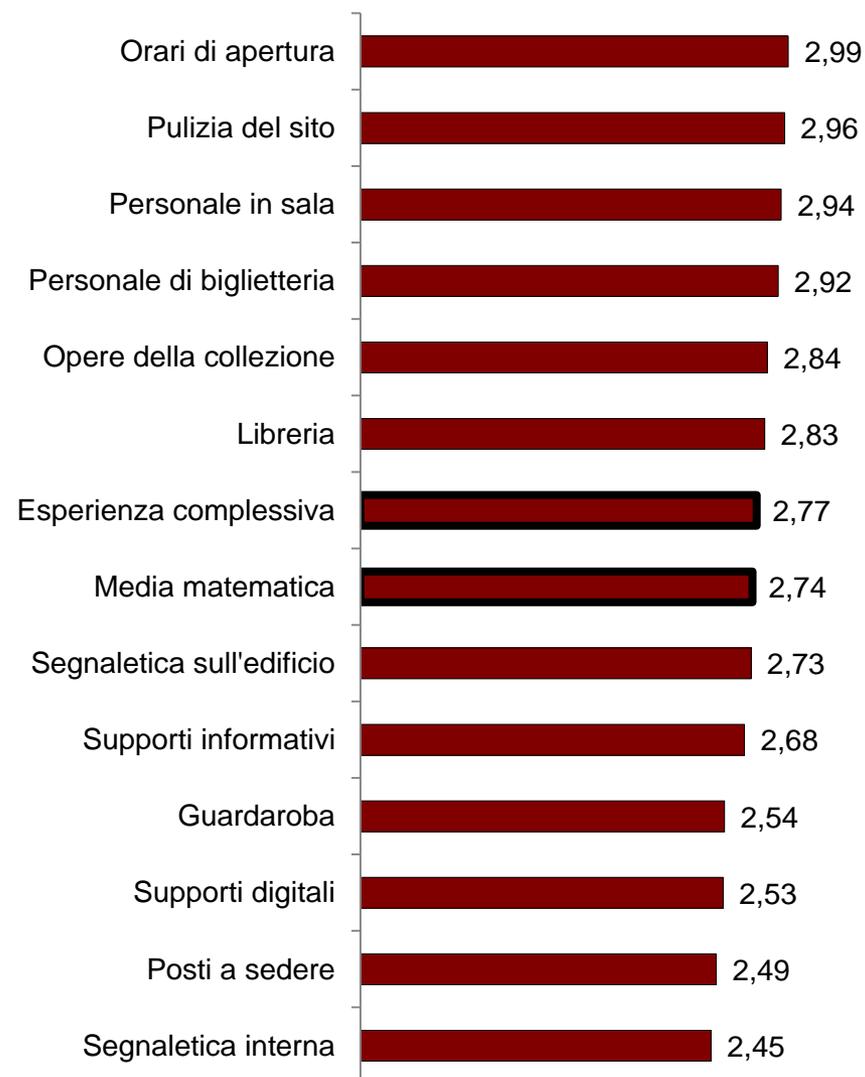
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,74).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono gli **orari di apertura**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala** e di **biglietteria**, le **opere della collezione** e la **libreria**.

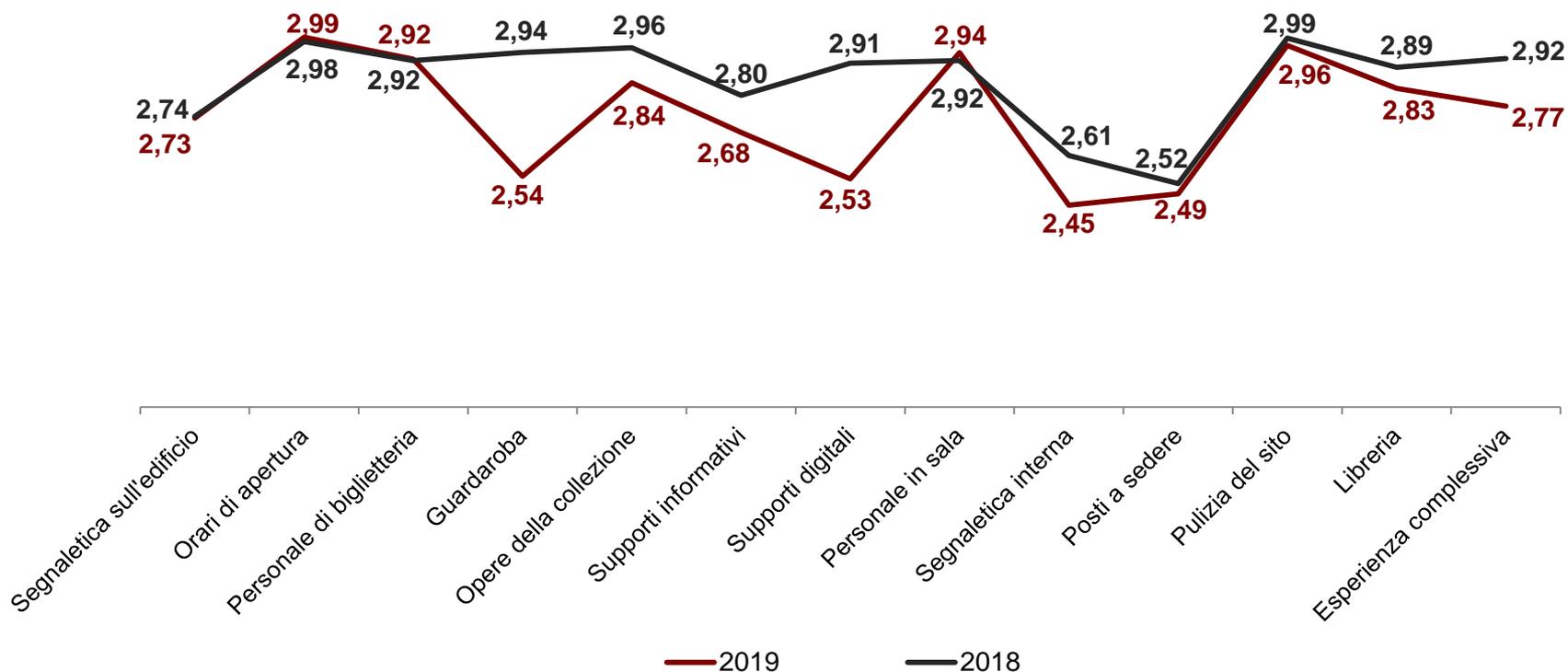
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, anche se si rileva uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

Si registra un calo del livello medio di soddisfazione sui seguenti aspetti: guardaroba, opere della collezione, supporti informativi e digitali, segnaletica interna, libreria ed esperienza complessiva, ma le medie restano superiori allo standard di 2,20. Invece la discrepanza dei valori medi relativi agli altri aspetti risulta minima.

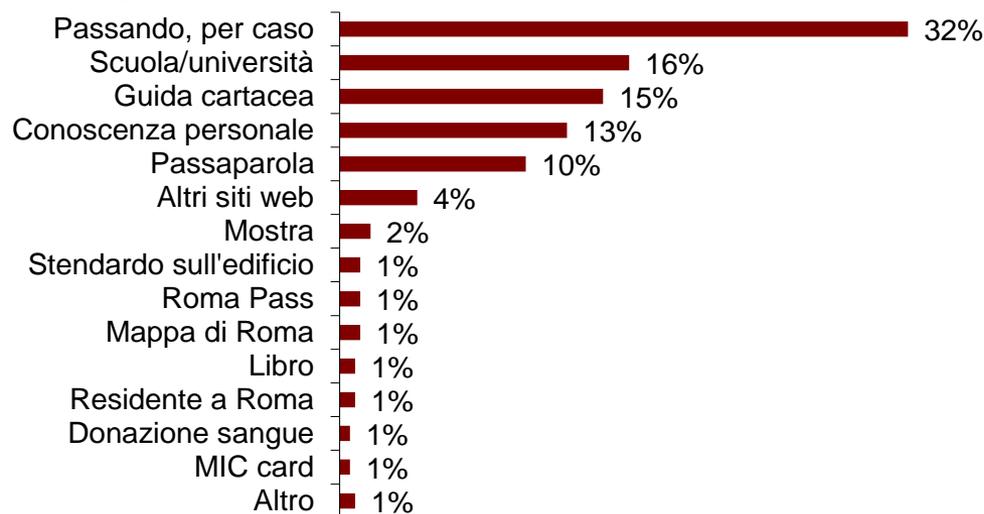


## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 32% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (29% nel 2018), il 16% risponde tramite “**scuola/università**” (in calo dal 21% dell’indagine precedente) e il 15% lo ha scoperto attraverso la “**guida cartacea**” (stessa percentuale emersa lo scorso anno).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano soprattutto i nuovi visitatori, appartenenti alle fasce d’età 26-39 anni e 45-64 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, il cui giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece a rispondere scuola/università sono stati principalmente coloro che hanno già visitato questo museo, di età giovane 14-25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, il loro giudizio è uguale alle proprie aspettative e in generale sono abbastanza soddisfatti.

La guida cartacea prevale tra i visitatori che vengono per la prima volta ai *Mercati di Traiano*, di età adulta 55-74 anni, laureati, con un giudizio uguale alle aspettative e abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

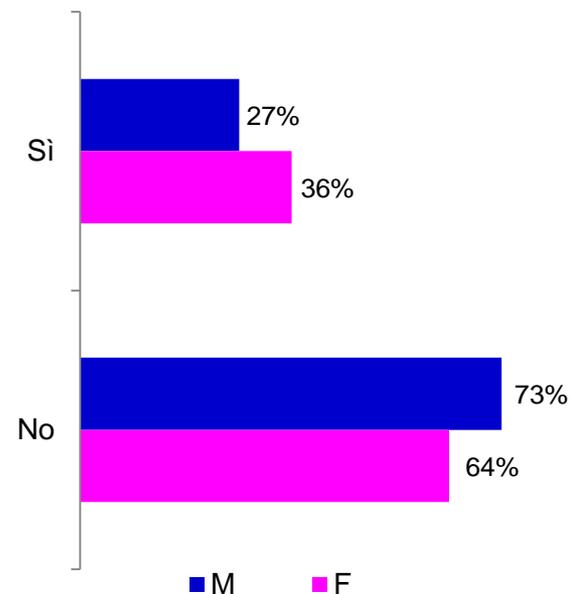
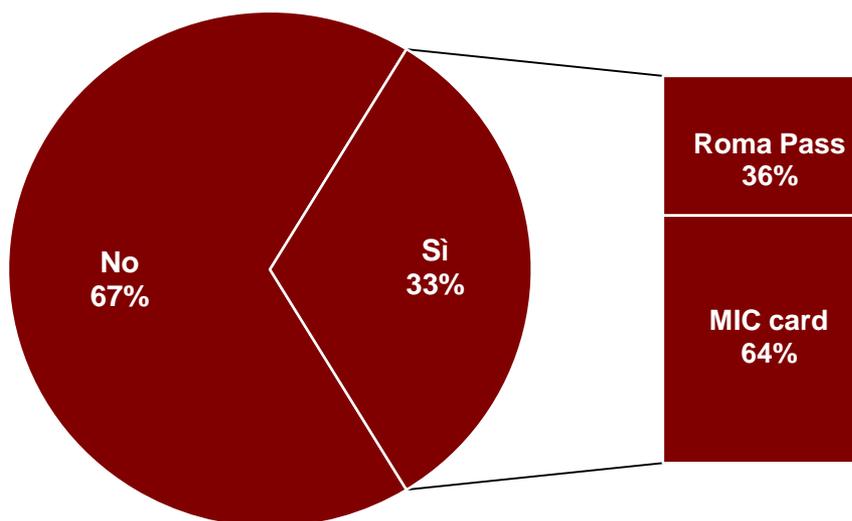
Ben l'83% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima ai *Mercati di Traiano*, il 15% vi è già stato (di cui l'8% **“da una a tre volte”** e il 7% **“più di tre volte”**), mentre il restante 2% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 45-64 anni, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare, con giudizio superiore alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visto i *Mercati di Traiano* sono prevalentemente i visitatori romani, di età adulta oltre i 65 anni, alcuni di essi hanno utilizzato la *MIC card*, il loro giudizio è uguale alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 33% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 64% si riferisce alla **MIC card** e il restante 36% alla **Roma Pass**), mentre il 67% afferma di non averla utilizzata. Risulta significativo che ad essere entrate con una card siano soprattutto le donne (*cfr.* grafico sottostante a destra), residenti a Roma, diplomate, alcune già state in questo museo e rilasciano un giudizio uguale alle proprie attese. Invece a non avere utilizzato alcuna card per entrare ai *Mercati di Traiano* sono principalmente gli uomini, turisti, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

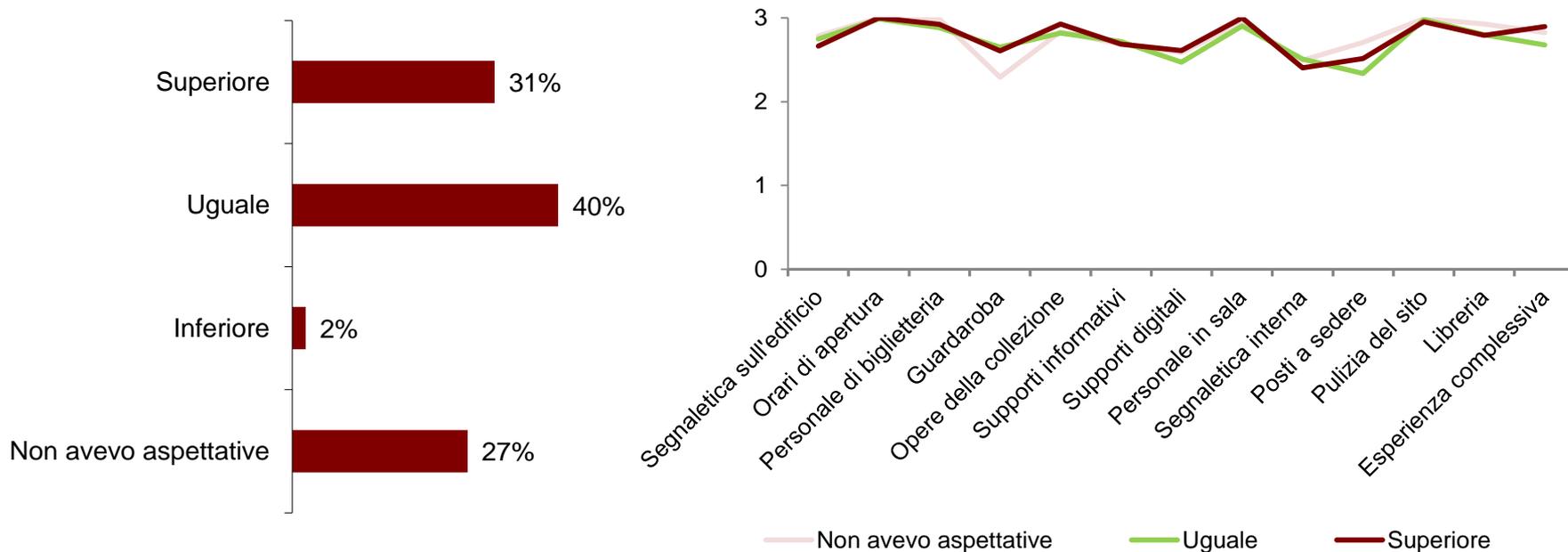


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 27% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 40% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 31% è superiore e solo il 2% degli intervistati ritiene tale museo inferiore rispetto alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i turisti stranieri, nuovi visitatori, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare in questo museo e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece tra coloro che hanno un giudizio uguale alle attese prevalgono gli italiani (inclusi romani), alcuni già stati ai *Mercati di Traiano* e hanno usufruito della *MIC card*, nel complesso abbastanza soddisfatti.

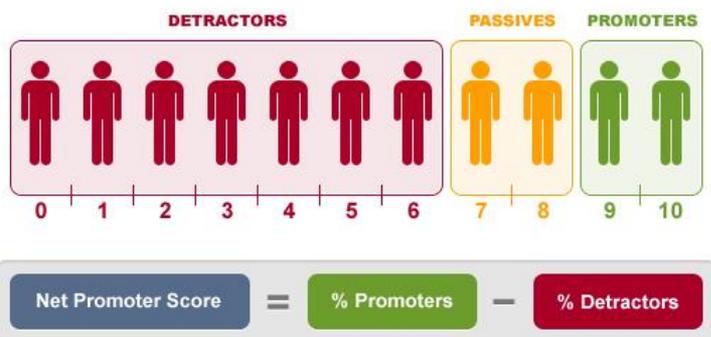
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).



## 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 i *Mercati di Traiano* è pari a **49%**; il 47% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.



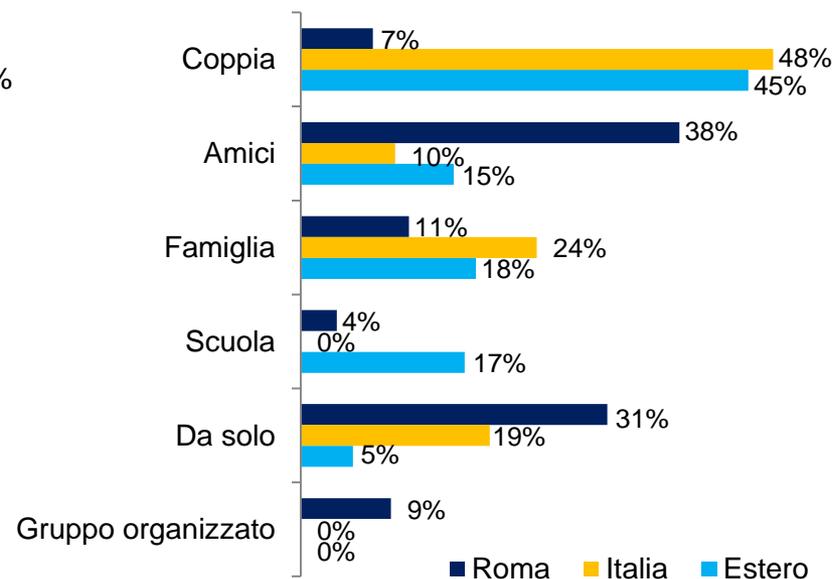
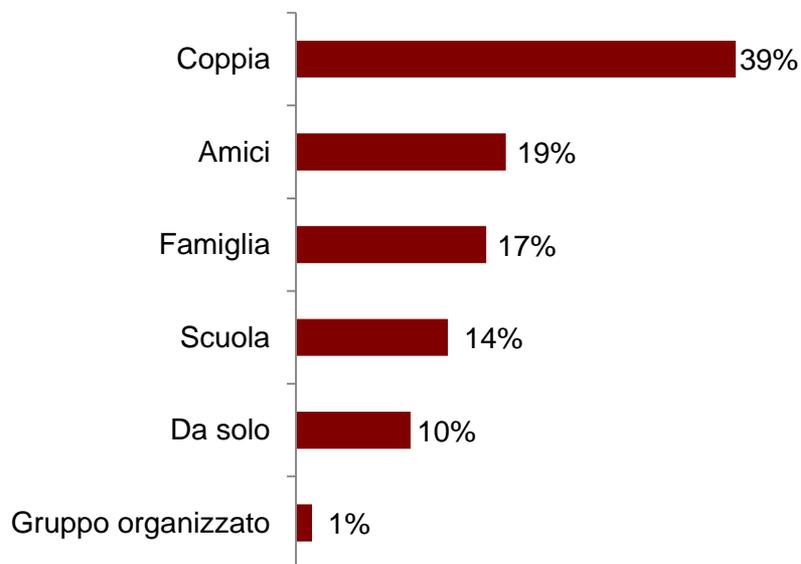
NET PROMOTER SCORE										
Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	4	2	52	111	77	95
0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	15%	32%	23%	28%
<b>DETRATTORI = 2%</b>							<b>PASSIVI = 47%</b>		<b>PROMOTORI = 51%</b>	
<b>51% - 2% = 49%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo **“in coppia”**, il 19% vi si è recato con **“amici”**, il 17% con la propria **“famiglia”**, il 14% con la **“scuola”**, il 10% risponde **“da solo”** e il restante 1% con un **“gruppo organizzato”**.

Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 26-39 anni e 45-74 anni, visitano questo museo per la prima volta, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi con amici sono principalmente i cittadini romani, di età adulta oltre i 65 anni, alcuni già stati in questo museo, laureati, con un giudizio uguale alle attese e si ritengono abbastanza soddisfatti.

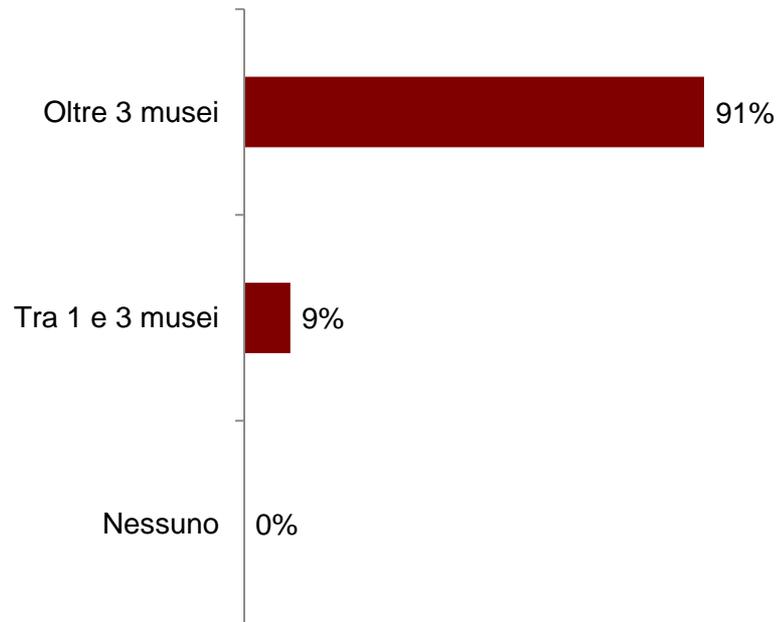
A rispondere di avere visitato il museo con la propria famiglia sono in particolare coloro che giungono da altre province italiane, di età giovane inferiore ai 25 anni e adulta 40-64 anni, nuovi visitatori, diplomati, con un giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

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

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, alcuni dei quali sono già stati ai *Mercati di Traiano*. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori diplomati, che vengono in questo museo per la prima volta.



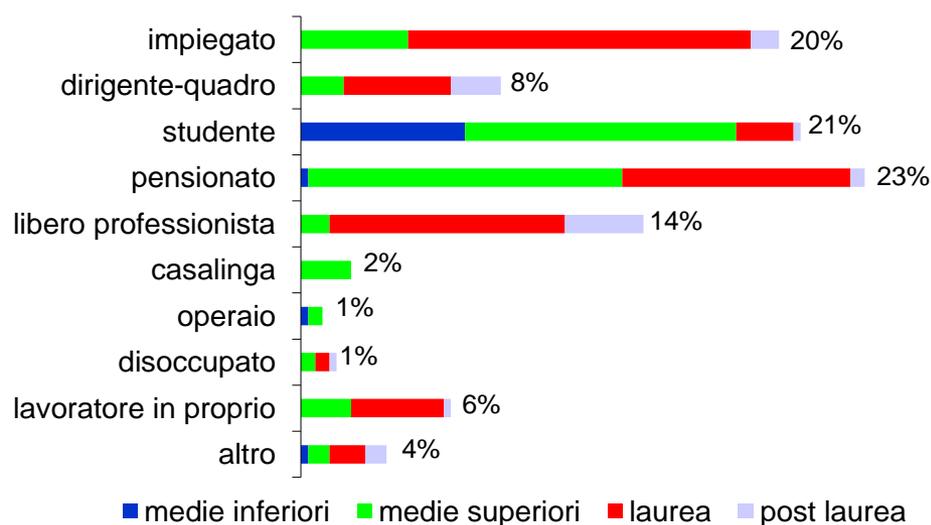
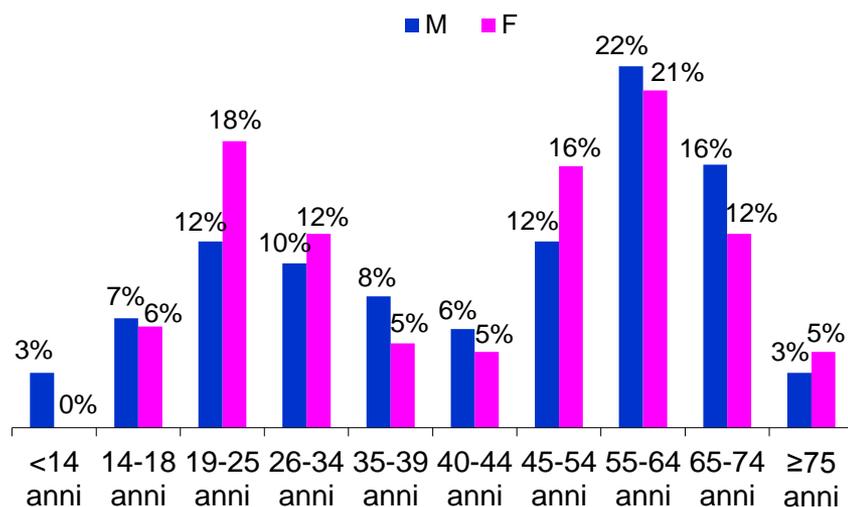
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (57%; lo scorso anno era il 52% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-34 anni e 45-54 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 50% sul totale degli intervistati (45% nel 2018). Invece le fasce dei giovani di età 19-34 anni rappresentano il 26% (lo scorso anno erano il 25%).

Il 55% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (66% nell'indagine precedente).

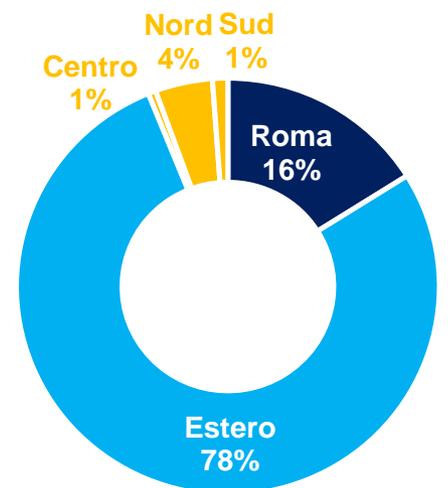
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** col 23% sul totale (in lieve flessione rispetto al 27% emerso nella scorsa indagine), poi seguono gli studenti (21%; erano il 24% nel 2018) e gli impiegati (passano da 21% a 20%). In aumento la percentuale dei dirigenti-quadri dal 3% all'8%.



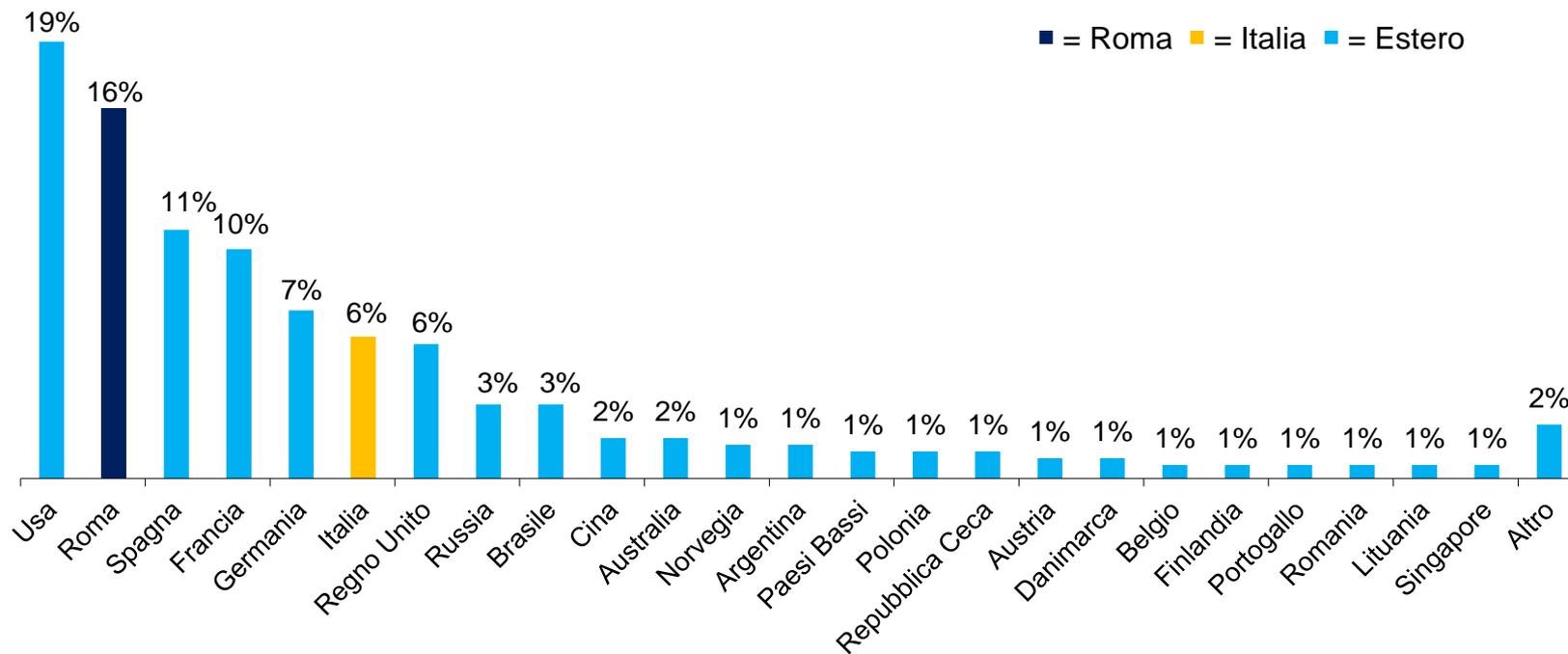
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 78% del campione intervistato proviene dall'**estero** (erano il 76% nell'indagine precedente), il 16% è costituito dai residenti a Roma (stessa percentuale emersa nel 2018), mentre coloro che giungono da altre province italiane raggiungono il 6% (lo scorso anno erano l'8%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense**, che raggiunge il 19% sul totale degli stranieri 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.

<b>Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali 2019***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	-0,055	-0,074	-0,003	-,125*	0,075	0,099	0,118	,154*	,171*	-0,029	0,019	-0,058
Orari di apertura	-0,055	1,000	-0,028	.	,222**	-0,059	.	.	-0,087	-0,087	-0,018	.	,175**
Personale di biglietteria	-0,074	-0,028	1,000	0,110	0,091	,170**	-0,012	0,139	0,076	-0,010	0,088	-0,074	0,070
Guardaroba	-0,003	.	0,110	1,000	0,106	,181*	0,178	0,016	,201*	-0,110	0,125	-0,056	0,108
Opere della collezione	-,125*	,222**	0,091	0,106	1,000	0,107	,217**	0,092	0,103	-0,047	0,006	-0,132	,386**
Supporti informativi	0,075	-0,059	,170**	,181*	0,107	1,000	,498**	-0,006	,140*	-0,118	0,045	0,135	,300**
Supporti digitali	0,099	.	-0,012	0,178	,217**	,498**	1,000	0,183	,288**	0,051	-0,019	0,052	,195*
Personale in sala	0,118	.	0,139	0,016	0,092	-0,006	0,183	1,000	0,122	0,157	-0,023	,281*	0,126
Segnaletica interna	,154*	-0,087	0,076	,201*	0,103	,140*	,288**	0,122	1,000	0,085	0,078	-0,043	0,087
Posti a sedere	,171*	-0,087	-0,010	-0,110	-0,047	-0,118	0,051	0,157	0,085	1,000	0,127	0,191	0,110
Pulizia del sito	-0,029	-0,018	0,088	0,125	0,006	0,045	-0,019	-0,023	0,078	0,127	1,000	-0,054	0,050
Libreria	0,019	.	-0,074	-0,056	-0,132	0,135	0,052	,281*	-0,043	0,191	-0,054	1,000	0,137
Esperienza complessiva	-0,058	,175**	0,070	0,108	,386**	,300**	,195*	0,126	0,087	0,110	0,050	0,137	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).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per i *Mercati di Traiano Museo dei Fori Imperiali* la **collezione** e i **supporti informativi** rappresentano gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

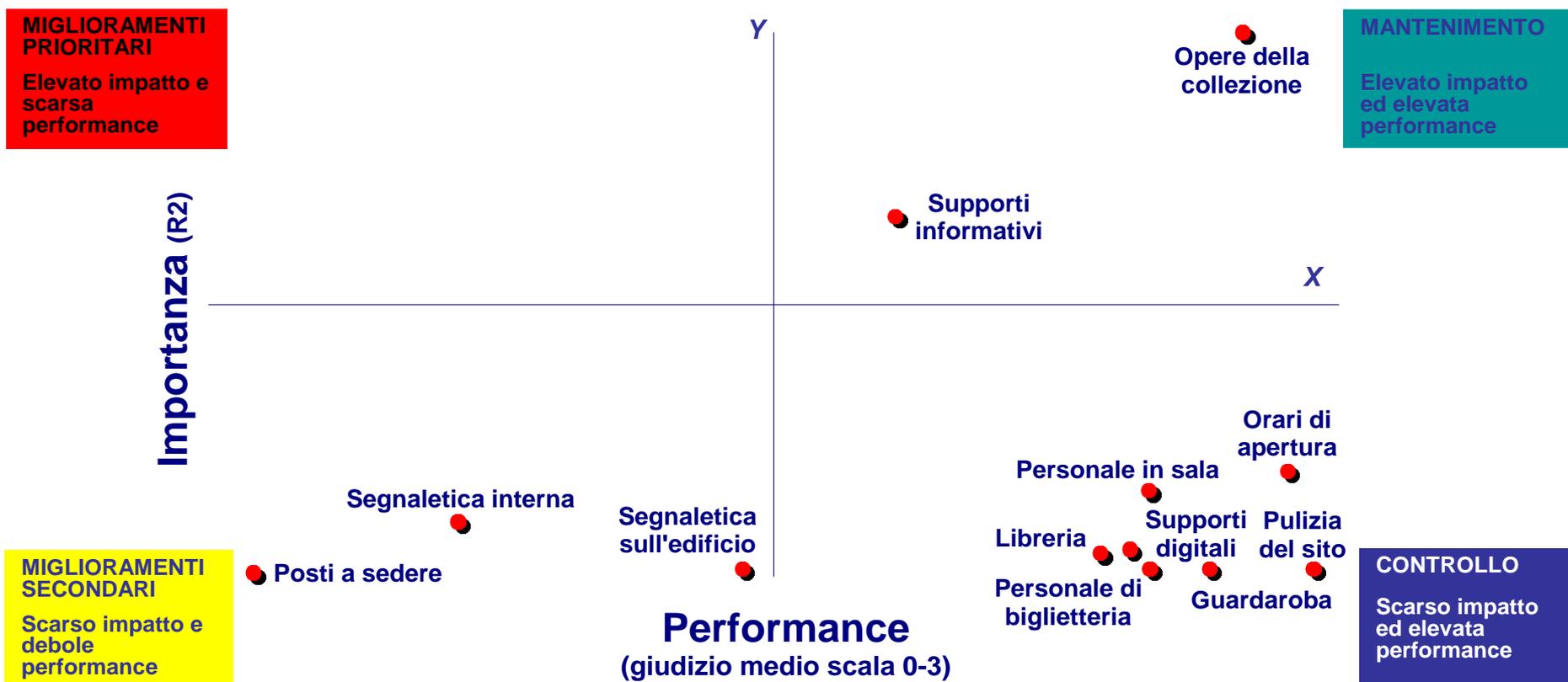
Tra gli aspetti oggetto d'indagine solo la segnaletica sull'edificio ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa (cfr. slide precedente).

<b>Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Mercati di Traiano</i> <i>Museo dei Fori Imperiali - 2019</i></b>	
Opere della collezione	0,386
Supporti informativi	0,300
Supporti digitali	0,195
Orari di apertura	0,175

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **collezione** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente (quadrante in alto a destra), insieme ai **supporti informativi**, mentre non emergono 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

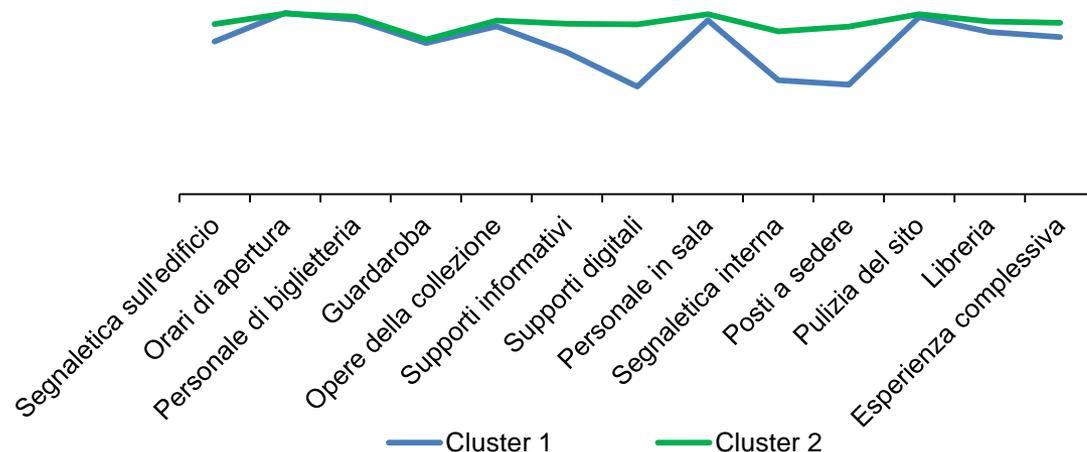
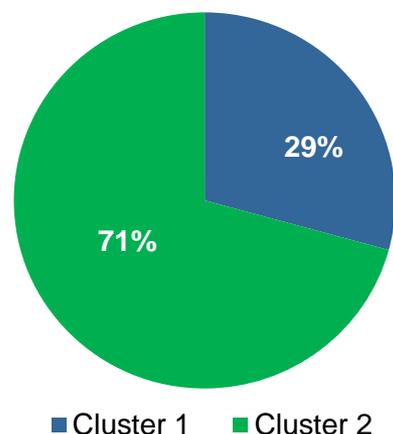
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (100 individui per il *Cluster 1* e 242 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 gli **Abbastanza soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più basso sui vari aspetti indagati (soprattutto sui supporti digitali), mentre la 2° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto, tranne che sugli orari di apertura.

**Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti**: in prevalenza italiani (inclusi romani), uomini, di età adulta oltre i 55 anni, diplomati, pensionati, alcuni già stati ai *Mercati di Traiano* e hanno utilizzato la *MIC card*, scoprono il museo attraverso il passaparola o la guida cartacea, vengono con amici o con la famiglia, giudizio uguale alle aspettative.

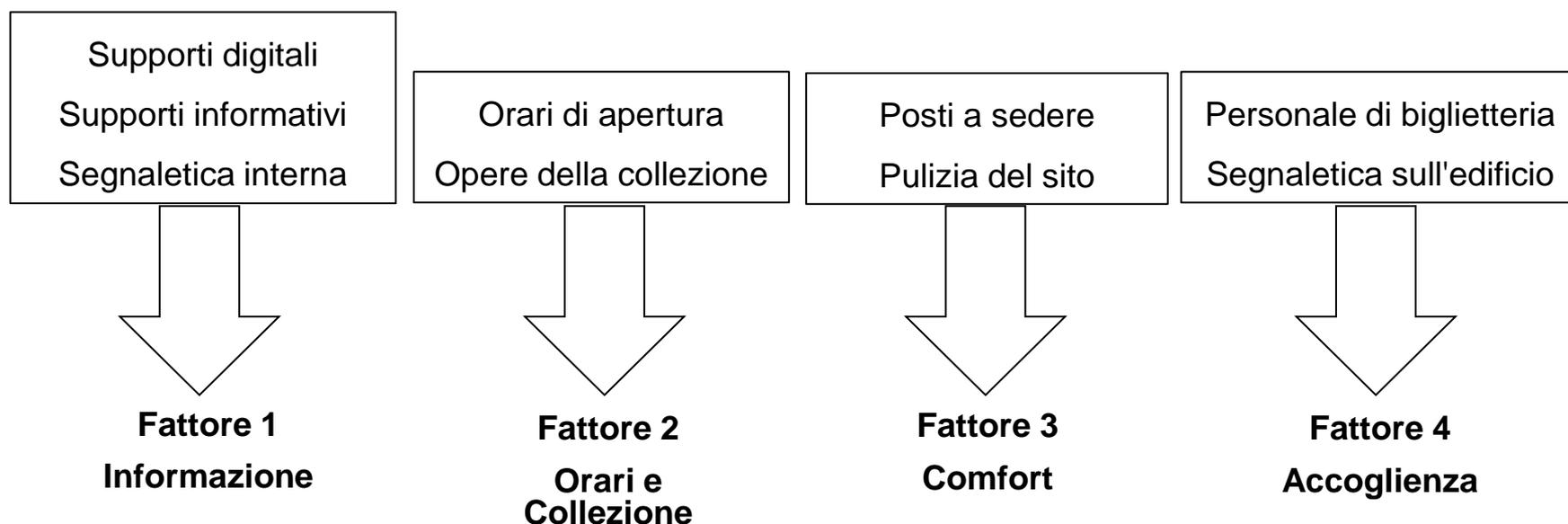
**Cluster 2 – Molto soddisfatti**: in prevalenza stranieri, donne, di età 19-25 anni e 35-54 anni, laureati, studenti e impiegati, nuovi visitatori, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass per entrare, scoprono il museo tramite scuola/università o passando per caso, vengono in coppia o con la scuola, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



## Analisi Fattoriale

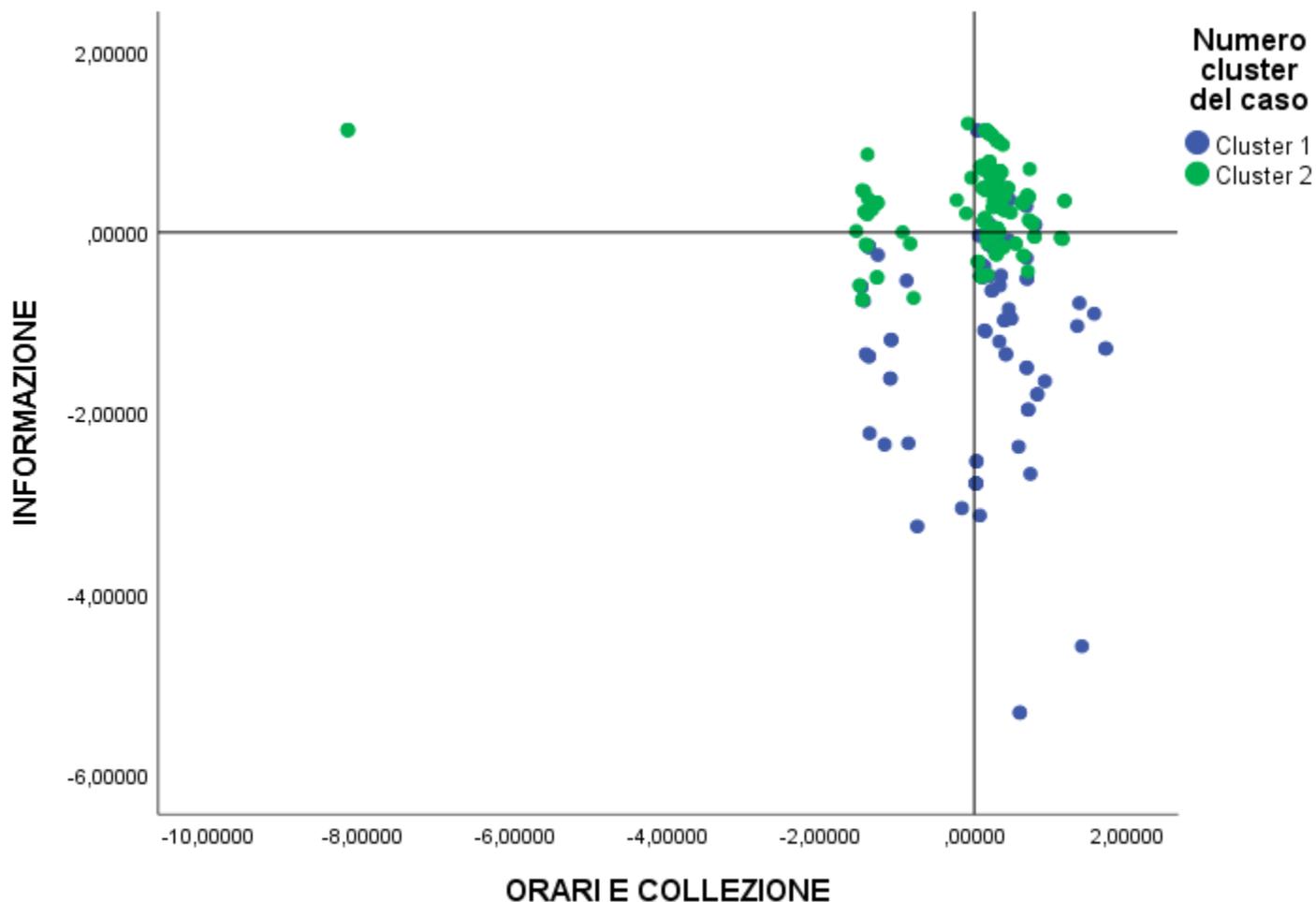
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, il personale in sala e la libreria sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi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

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



## Analisi multivariate: 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 su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 evidenzia una maggiore dispersività sui giudizi medi rilasciati dai visitatori intervistati, soprattutto sul Fattore 1 (*Informazioni*).



## Suggerimenti 1/2

**NIENTE** da migliorare. **Totale 140**

**ELOGI** museo stupendo, bellissimo, ben conservato (25), personale gentile e ottimo il servizio di *Customer Care* (4), piace la mostra (3), buona l'iniziativa della *MIC card*, elogio ai supporti informativi, bello che ci siano didascalie posizionate ad altezza bambino. **Totale 35**

---

**SEGNALETICA INTERNA** di percorso migliorabile, poco chiara e visibile (27), insufficiente (21), carente nella parte esterna (6), altro (7). **Totale 61**

**SUPPORTI INFORMATIVI** traduzione in altre lingue, soprattutto in francese e spagnolo (30), più informazioni sulle sale ed opere esposte (15), altro (8). **Totale 53**

**POSTI A SEDERE** da aumentare (44), soprattutto nell'area esterna (8). **Totale 52**

**PERCORSO** poco chiaro, disorienta il visitatore (32), altro (2). **Totale 34**

**SUPPORTI DIGITALI** traduzione in altre lingue (9), più informazioni in inglese (6), alcuni non sono funzionanti, dovrebbero mostrare com'erano i Fori in passato (6), prevedere un video introduttivo del museo (4), altro (9). **Totale 34**

**GUARDAROBA** servizio trascurato, armadietti rotti, alcuni senza chiavi (25), altro (3). **Totale 28**

**SEGNALETICA ESTERNA** insufficiente per raggiungere il museo, più indicazioni nelle zone limitrofe (17), poco chiara per la biglietteria, sembra solo una libreria (4). **Totale 21**

## Suggerimenti 2/2

**BIGLIETTO** caro, dovrebbe includere la videoguida. **Totale 16**

**COLLEZIONE** da arricchire, più reperti (9), altro (4). **Totale 13**

**AMBIENTI NON VISITABILI** aprire il passaggio diretto ai Fori e la Torre delle Milizie (8), altro (2). **Totale 10**

**DEPLIANT** mappa e informazioni tradotte in altre lingue (4), altro (2). **Totale 6**

**VIDEOGUIDA** non è facile l'utilizzo (2), non funziona AR (2), mancano i numeri delle sale (2), traduzione anche in russo (2). **Totale 8**

**ALLESTIMENTO** valorizzare meglio le opere, un po' caotico. **Totale 5**

**CAFFETTERIA** manca. **Totale 5**

**ALTRO. Totale 18**

**TOTALE 364 SUGGERIMENTI**  
**MERCATI DI TRAIANO MUSEO DEI FORI IMPERIALI**



# 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)* \_\_\_\_\_