



---

Indagini di Customer Satisfaction

## **Festa della Musica di Roma**

21 Giugno 2019

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 18/07/2019*

## 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 dell'iniziativa *Festa della Musica di Roma*
- Partecipazione alle edizioni precedenti
- Ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico
- Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento
- Con chi ha visitato il museo
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per spettacolo
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 291 questionari somministrati a campione sia attraverso interviste dirette *face-to-face* che autocompilazione da parte del pubblico che ha partecipato all'iniziativa "*Festa della Musica*" del 21 giugno 2019 presso il Museo di Roma, il Museo di Roma in Trastevere e i Musei di Villa Torlonia (circa il 40% sugli ingressi totali in questi musei in tale serata).

Gli spettacoli oggetto d'indagine sono stati i seguenti: "*Bosphorus in Blue*" (Museo di Roma); "*Omaggio ad Antonio Vivaldi*" (Museo di Roma in Trastevere); "*Coro Kol Rinà*" (Casino Nobile di Villa Torlonia); "*ACR Chorus*" (Casina delle Civette di Villa Torlonia).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione del 95%, un margine di errore di stima di  $\pm 2,51\%$ .

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 più che buono, con una media di **2,60** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Il **gradimento dello spettacolo** (2,76) è l'aspetto maggiormente apprezzato dal campione intervistato.

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine registrano valori medi al di sopra dello standard minimo di 2,20. L'**organizzazione generale** e la **qualità della diffusione audio** risultano essere le variabili maggiormente correlate al giudizio generale dell'iniziativa, ma anche quelle ritenute più importanti nella mappa delle priorità (pp. 17-19).

Tra i suggerimenti prevale la richiesta di non organizzare i concerti in siti troppo limitrofi per evitare le interferenze acustiche (13 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da **cittadini romani** (86%), **impiegati** (37%) e **liberi professionisti** (19%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (62%), soprattutto di età adulta **45-64 anni** (42%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite il **passaparola** (41% sul campione totale) e **internet** (29%, di cui il 9% attraverso i **social network**).

Risulta significativo che il passaparola sia predominante per i turisti (sia italiani che stranieri), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, che per la prima volta visitano il museo e non hanno partecipato alle edizioni precedenti dell'evento, il loro giudizio è superiore alle aspettative e si ritengono abbastanza soddisfatti, sia dello spettacolo che dell'iniziativa. Invece il canale web prevale tra i romani, diplomati, alcuni già stati al museo visitato ed in passato hanno partecipato a tale manifestazione, con un giudizio uguale alle aspettative, molto soddisfatti dello spettacolo visto e dell'iniziativa.

## Tabella riassuntiva

<i>Festa della Musica 2019</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,42	2,00	290	1	0,608	48%	1%	96%
Personale di accoglienza	2,55	3,00	285	6	0,618	61%	0%	94%
Qualità della diffusione audio	2,34	2,00	284	7	0,728	48%	1%	88%
Gradimento dello spettacolo	2,76	3,00	289	2	0,458	77%	0%	99%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,60</b>	<b>3,00</b>	<b>287</b>	<b>4</b>	<b>0,531</b>	<b>62%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

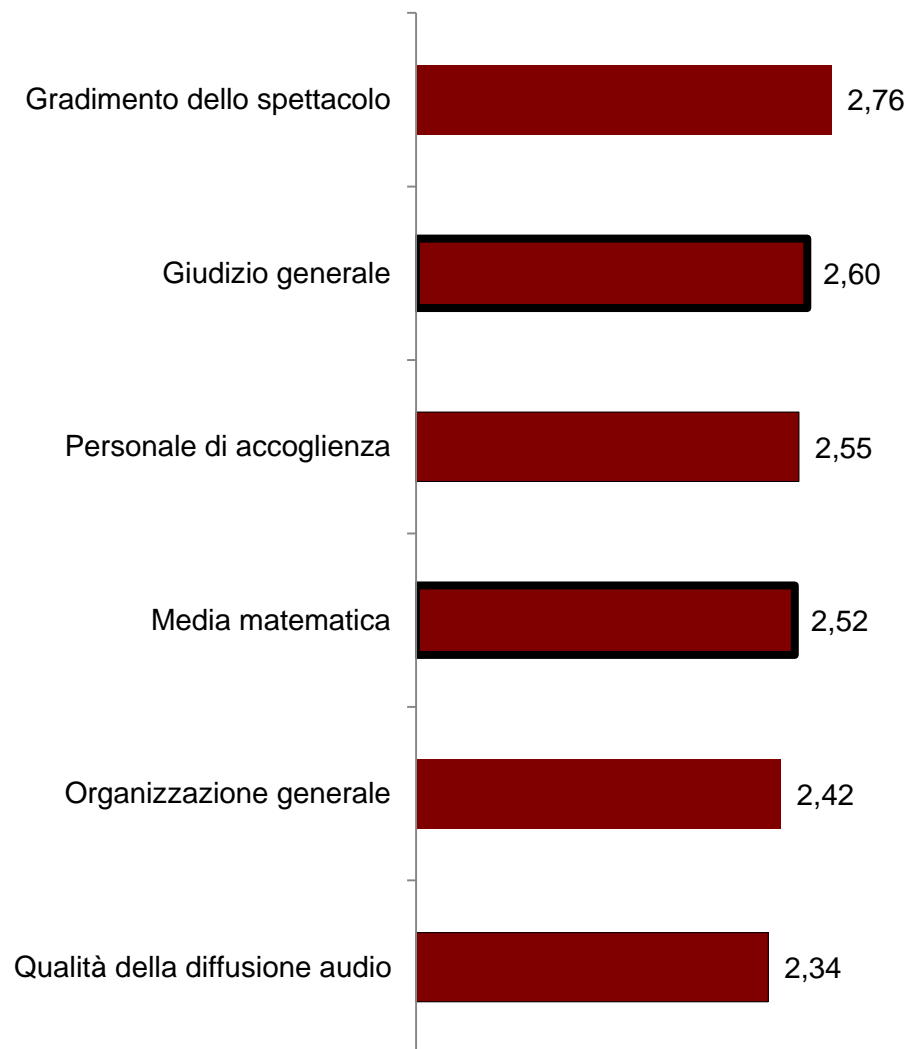
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,52).

## 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.

Il **gradimento dello spettacolo** è l'aspetto maggiormente soddisfacente per il campione di spettatori intervistati.

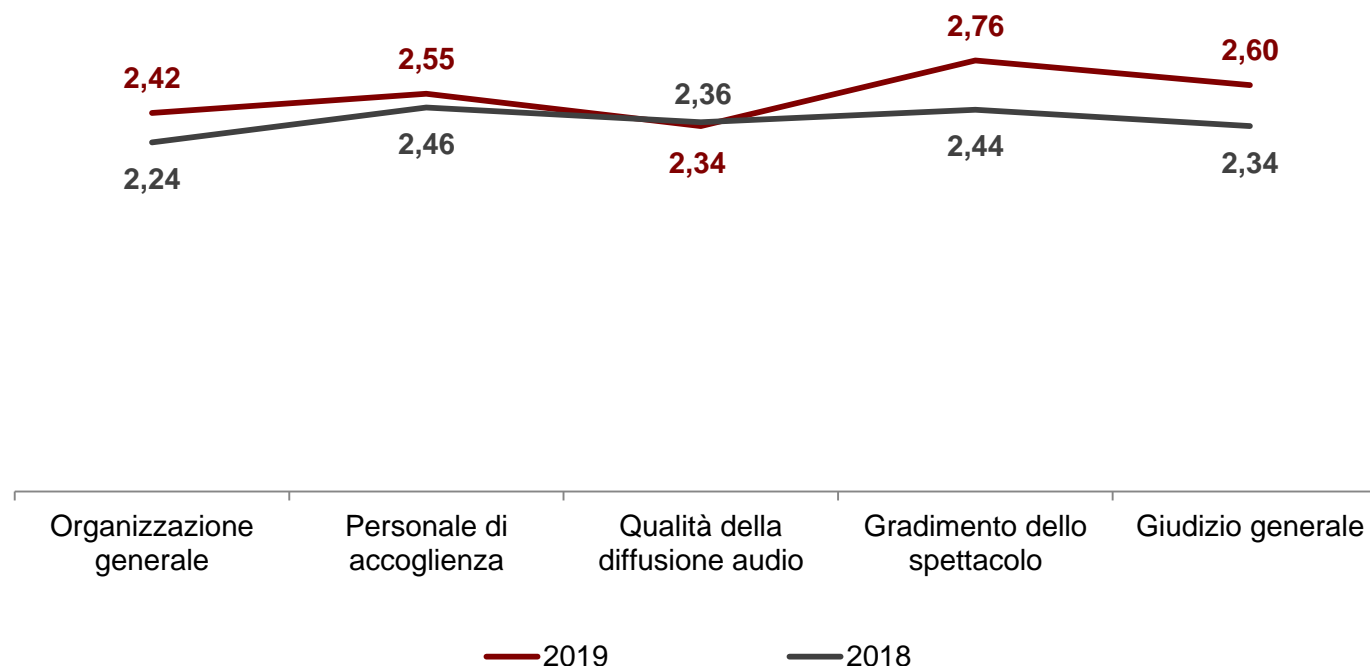
Tutte le medie delle variabili oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard di 2,20.



## Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, ma con un incremento generale sui vari aspetti oggetto d'indagine.

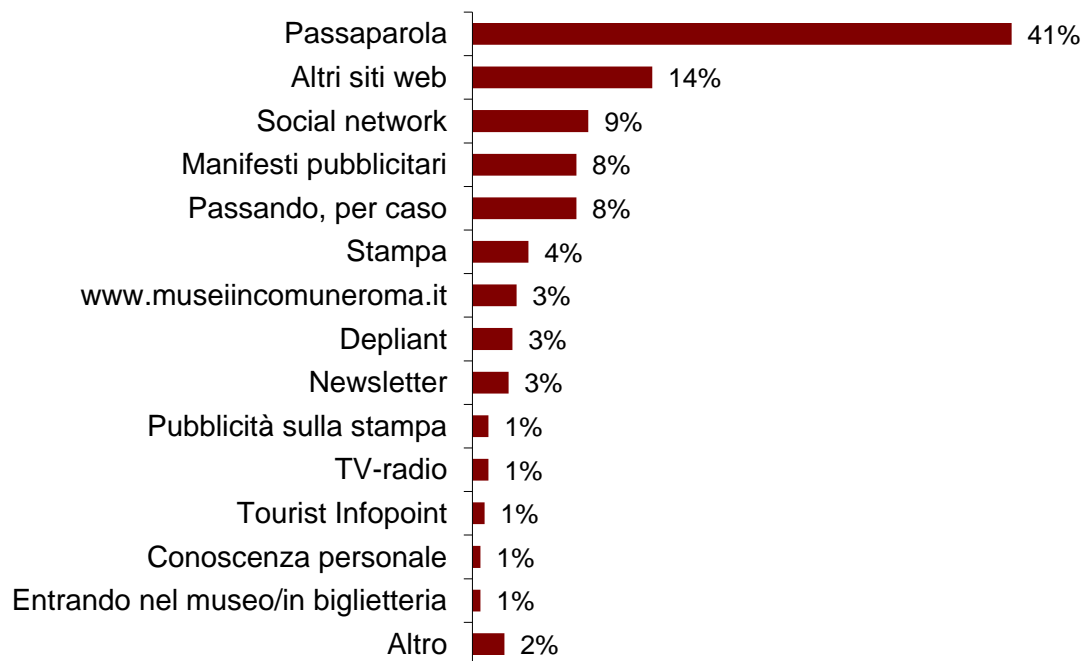
In particolare si registra un aumento della media di soddisfazione sul gradimento dello spettacolo e sull'esperienza complessiva, mentre la qualità della diffusione audio subisce una lieve flessione, seppure il giudizio medio su tale variabile sia superiore allo standard minimo di 2,20.



## Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa *Festa della Musica*

Tra i mezzi di comunicazione emergono il **passaparola** col 41% sul totale degli intervistati (erano il 30% nel 2018) e **internet** (29%, di cui il 9% si riferisce ai **social network**; la percentuale complessiva raggiungeva il 26% nell'indagine precedente).

Risulta significativo che il passaparola sia predominante per i turisti (sia italiani che stranieri), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, che per la prima volta visitano il museo e non hanno partecipato alle edizioni precedenti dell'evento, il loro giudizio è superiore alle aspettative e si ritengono abbastanza soddisfatti, sia dello spettacolo che dell'iniziativa. Invece il canale web prevale tra i romani, diplomati, alcuni già stati al museo visitato ed in passato hanno partecipato a tale manifestazione, con un giudizio uguale alle aspettative, molto soddisfatti dello spettacolo visto e dell'iniziativa.

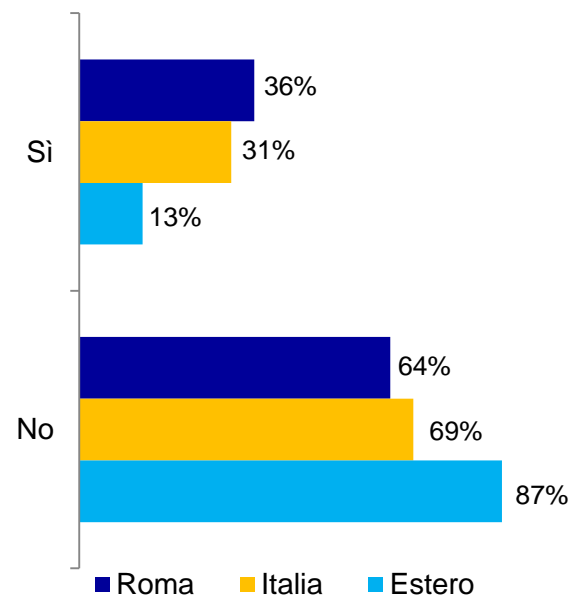
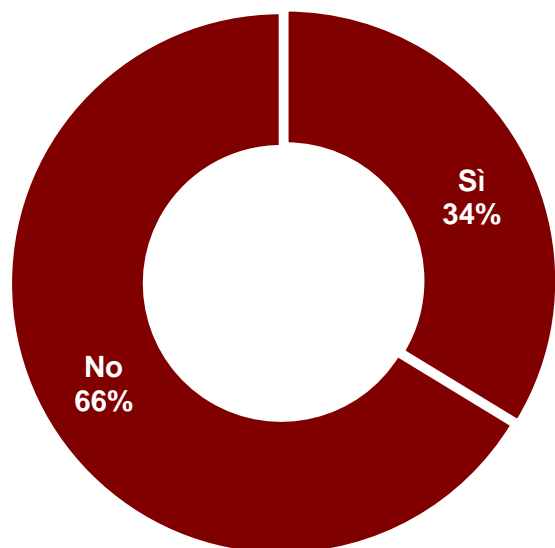




## Partecipazione alle edizioni precedenti

La maggior parte degli intervistati (66% sul campione totale) afferma di non avere partecipato alle edizioni precedenti di tale iniziativa, mentre il 34% risponde di esservi già stato.

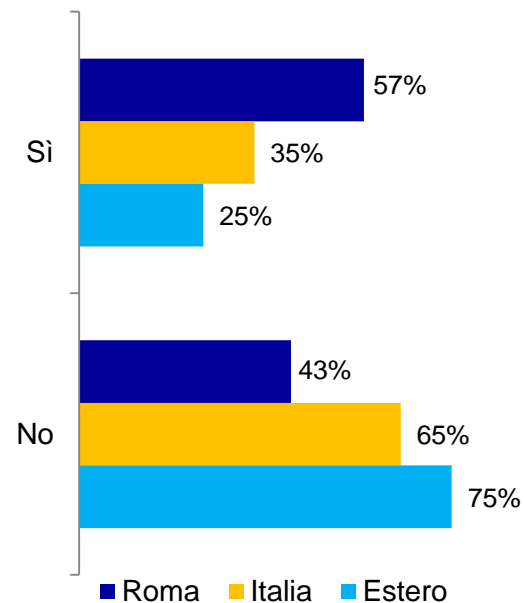
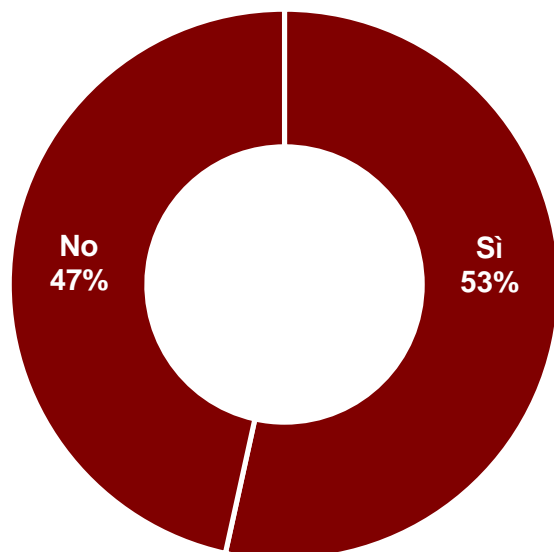
È significativo che ad avere partecipato alle edizioni precedenti di tale iniziativa siano in particolare i visitatori romani (*cfr.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 40-54 anni, alcuni dei quali sono già stati nei musei che ospitano gli spettacoli visti, il loro giudizio è uguale alle aspettative e si dichiarano molto soddisfatti dell'iniziativa. Invece vi partecipano per la prima volta soprattutto i turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane 19-39 anni o adulta oltre i 55 anni, che si recano per la prima volta nel museo scelto per l'evento, hanno un giudizio superiore alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.



## Ha già visitato questo museo

Il 53% sul campione totale dichiara di avere già visitato il museo dove si è svolto l'evento a cui ha partecipato (la percentuale sale al 76% per la *Casina delle Civette*), mentre il 47% vi si reca per la prima volta (il valore percentuale è massimo al *Museo di Roma in Trastevere*, dove è pari al 68%).

Da evidenziare che ad avere già visitato i musei che ospitano l'iniziativa siano soprattutto i romani (*cf.* grafico in basso a destra), che hanno partecipato anche alle edizioni precedenti dell'iniziativa. Invece i nuovi visitatori sono principalmente turisti (soprattutto stranieri), che assistono per la prima volta agli spettacoli della *Festa della Musica*.

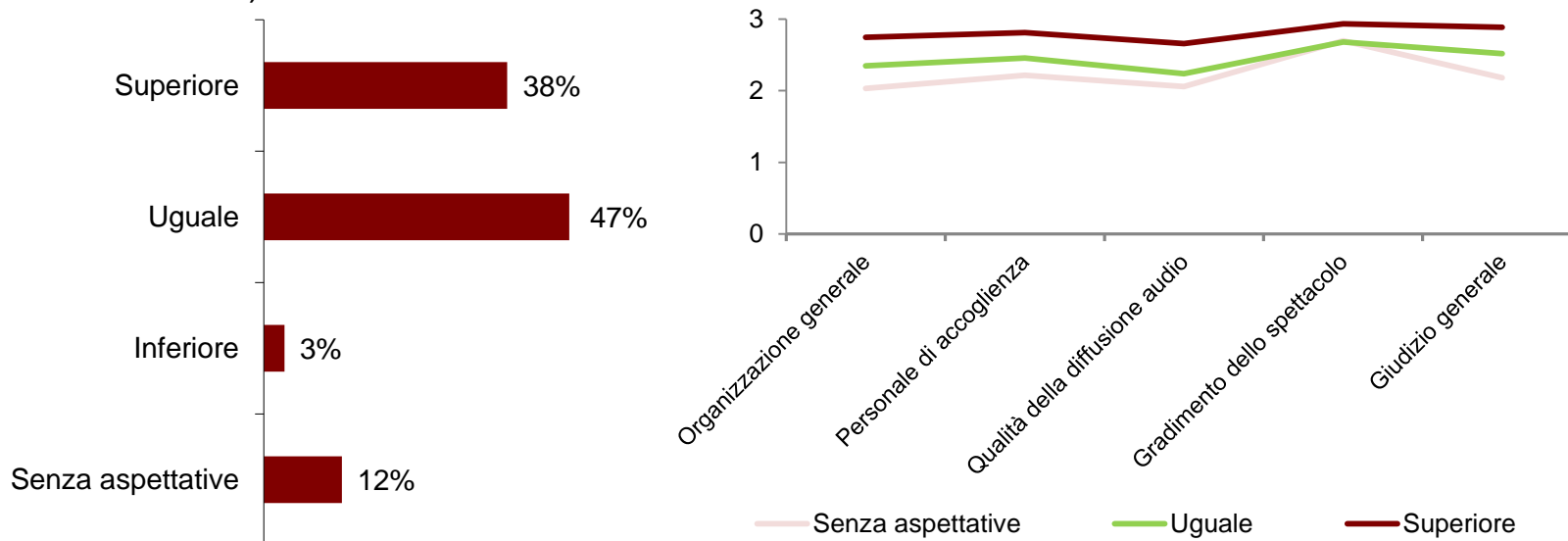


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 47% degli intervistati afferma di avere un giudizio uguale alle aspettative, per il 38% è superiore, mentre solo il 3% ha un giudizio inferiore alle proprie attese. Il 12% del campione totale dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese o ad esserne privi siano soprattutto gli spettatori laureati, nuovi visitatori, che non hanno mai partecipato all'iniziativa, ma mentre chi ha un giudizio superiore alle aspettative è soprattutto straniero e dichiara di essere molto soddisfatto, chi è senza attese è principalmente romano e abbastanza soddisfatto della propria esperienza. Invece il giudizio è uguale alle attese in prevalenza per gli italiani, diplomati, alcuni hanno già visitato i musei in cui si è svolta la *Festa della Musica*, a cui hanno partecipato in passato e di cui nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti.

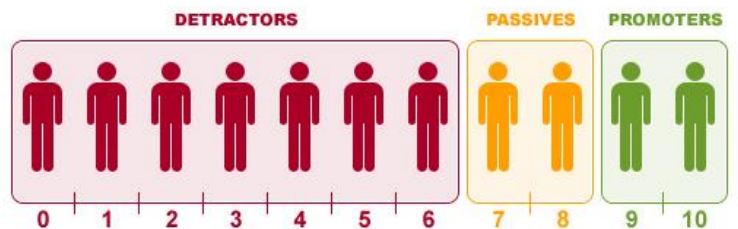
Il livello di soddisfazione è tendenzialmente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine per coloro che dichiarano di avere un giudizio superiore alle aspettative (cfr. grafico sottostante in basso a destra).



## Consiglierebbe questa iniziativa 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 questa iniziativa ad 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 e hanno dato una valutazione 9-10) e i **detrattori** (utenti insoddisfatti con una valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene di tale evento.

In questo caso la percentuale di spettatori intervistati che consiglierà l'iniziativa "*Festa della Musica*" è pari al **56%**; da evidenziare che il 32% del campione intervistato rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori".



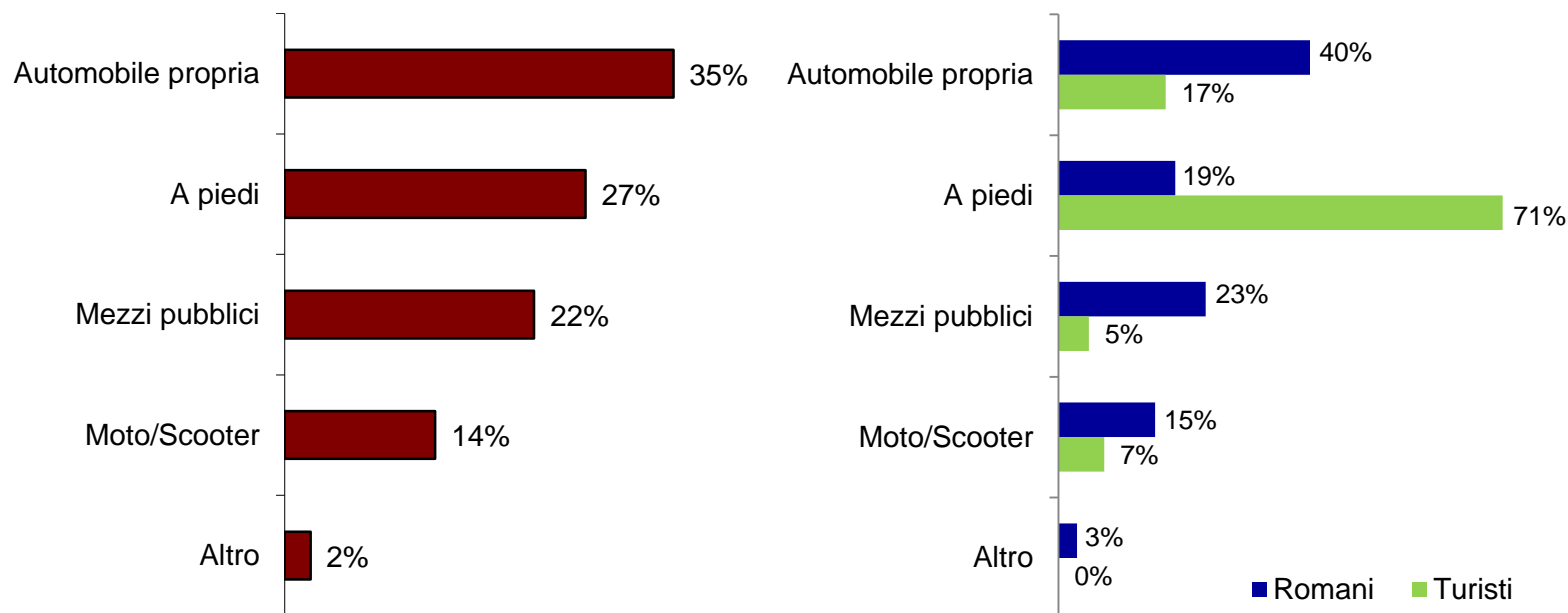
$$\text{Net Promoter Score} = \% \text{ Promoters} - \% \text{ Detractors}$$

NET PROMOTER SCORE <i>Festa della Musica 2019</i>												
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
0	0	0	0	1	7	10	27	62	71	105		
0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	10%	22%	25%	37%		
<b>DETRACTORI = 6%</b>							<b>PASSIVI = 32%</b>		<b>PROMOTORI = 62%</b>			
<b>62% - 6% = 56%</b>												

## Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento

Il 35% sul campione totale dichiara di avere utilizzato la propria **automobile** per raggiungere il luogo dell'evento, il 27% si è recato **a piedi**, il 22% vi è giunto con i **mezzi pubblici**, il 14% in **moto/scooter** e il restante 2% risponde **altro**.

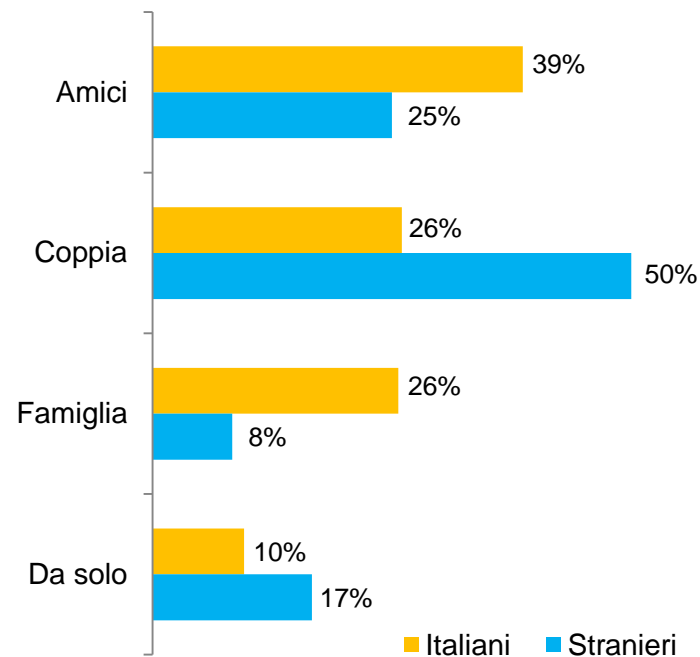
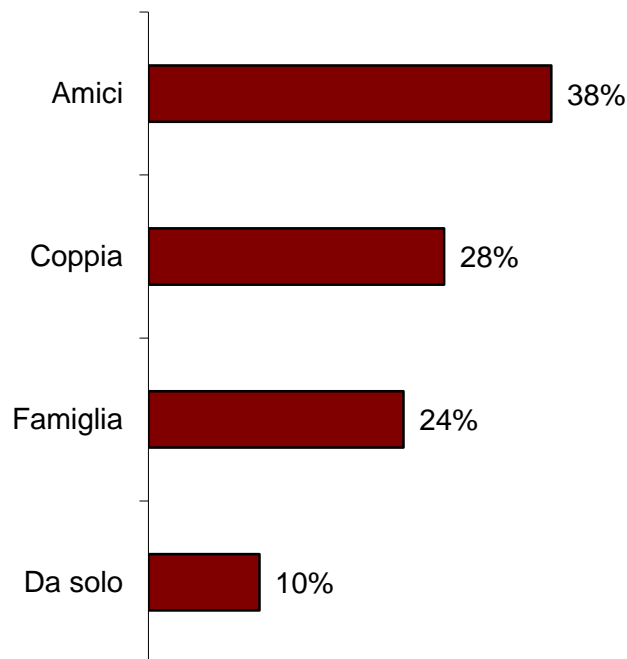
Risulta significativo che ad essersi spostati in automobile siano principalmente i romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), che visitano il museo per la prima volta, non hanno aspettative a priori ed in generale si ritengono abbastanza soddisfatti, sia dello spettacolo che dell'iniziativa. Invece a muoversi a piedi sono stati in prevalenza i turisti (sia italiani che stranieri), alcuni dei quali hanno già visitato i musei in cui si è svolto l'evento, con un giudizio superiore alle aspettative e nel complesso molto soddisfatti. Infine a prediligere i mezzi pubblici sono soprattutto i romani, già stati nei musei oggetto d'indagine, il cui giudizio è uguale alle attese, molto soddisfatti dello spettacolo visto e abbastanza soddisfatti dell'iniziativa.



## Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con **amici**, il 28% **in coppia**, il 24% con la propria **famiglia** e il restante 10% risponde **da solo**.

Risulta significativo che a venire con gli amici o la famiglia siano in particolare gli italiani (inclusi i romani), che si ritengono molto soddisfatti dello spettacolo visto. Invece vengono in coppia o da soli soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), ma mentre chi vi si reca in coppia è abbastanza soddisfatto, chi giunge da solo è molto soddisfatto dell'evento a cui ha partecipato.



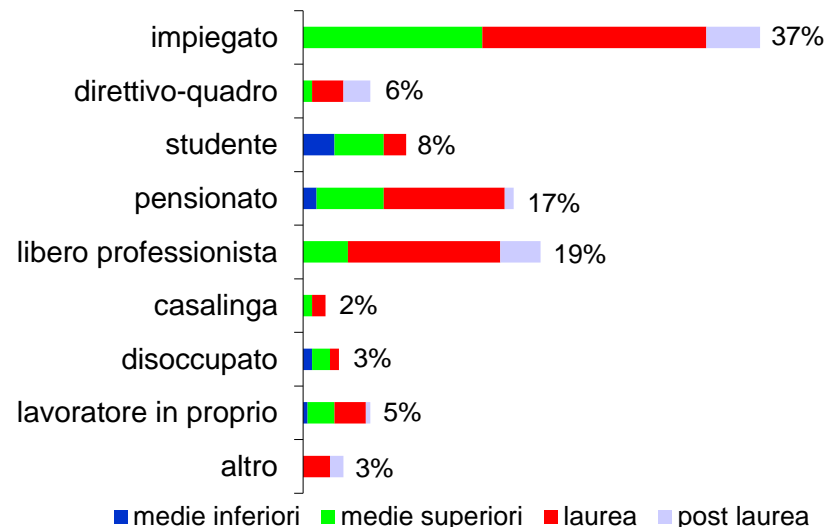
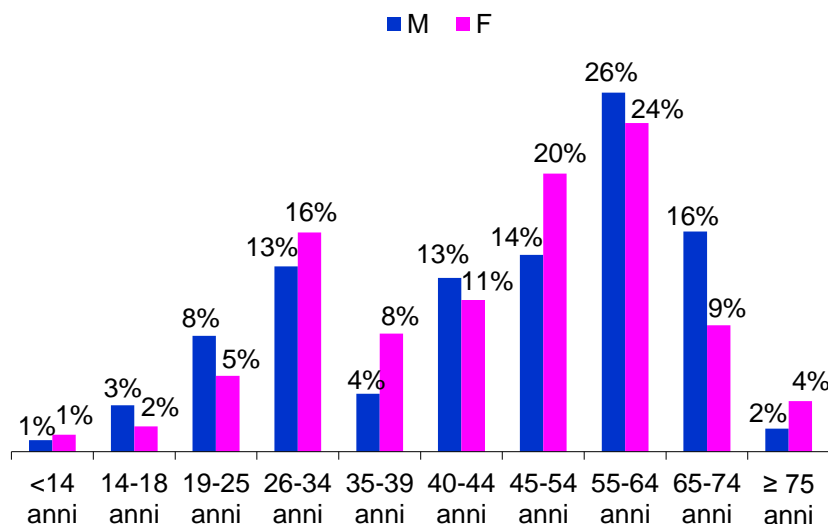
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** col 58% sul campione totale (61% nel 2018), soprattutto nelle fasce dei 26-39 anni e 45-54 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle adulte dei **45-64 anni** (42% sul totale; nel 2018 la percentuale era pari al 36%). Si evidenzia l'incremento percentuale della fascia **26-34 anni** che passa dal 10% al 15%.

Il 62% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (65% nel 2018).

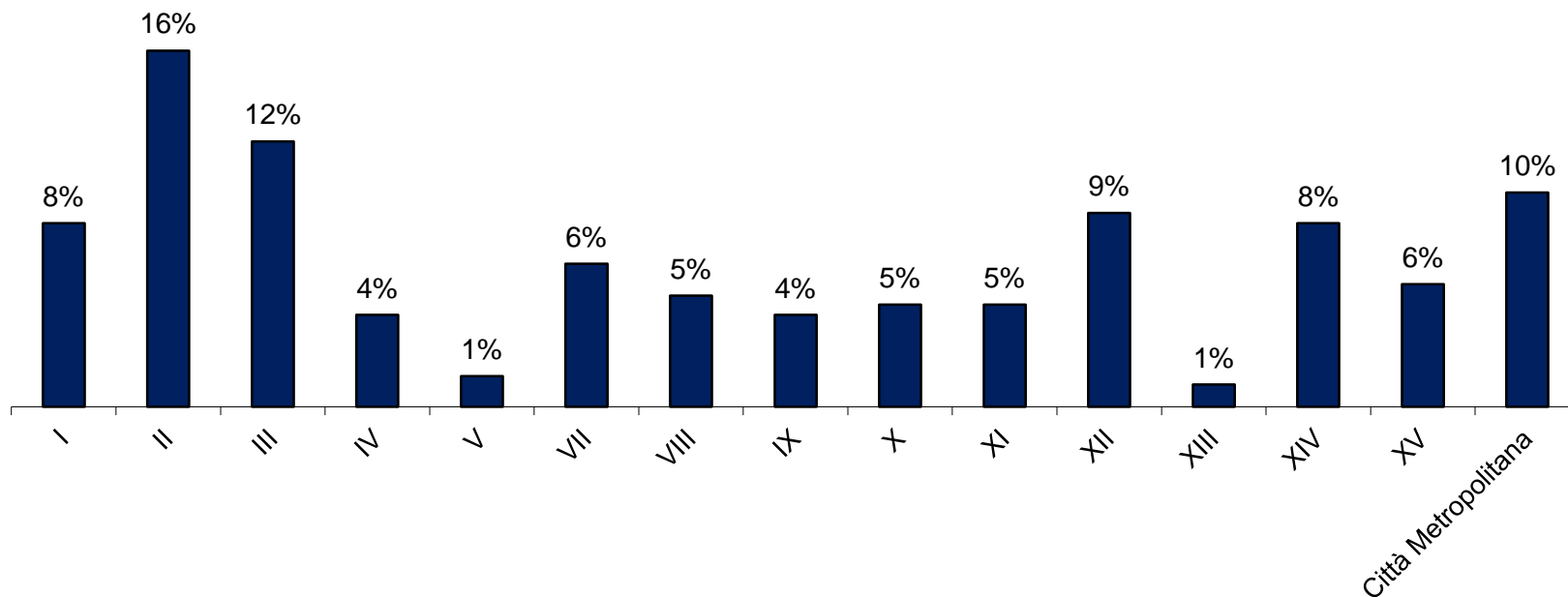
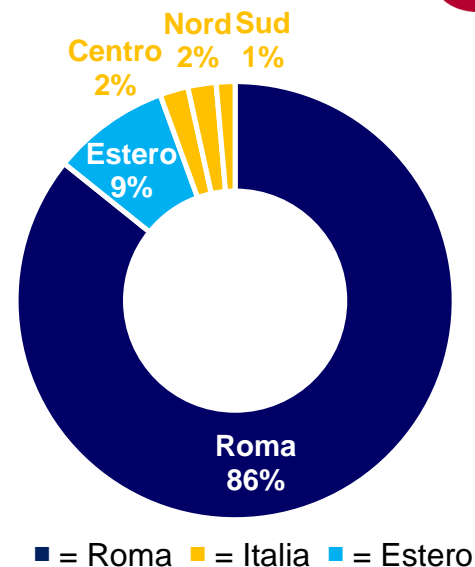
Rispetto alle categorie professionali, anche quest'anno prevalgono gli **impiegati**, che raggiungono il 37% sul totale degli intervistati (in aumento dal 24% della precedente indagine). Seguono i **liberi professionisti** (19%, nel 2018 era 15%) ed i **pensionati** (in discesa dal 23% al 17%).



## Analisi socio-demografica: genere e provenienza

L'86% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (erano l'82% nell'indagine precedente), mentre il 9% giunge dall'**estero** (8% nel 2018) e il restante 5% da **altre città italiane** (in calo dal 10% dello scorso anno).

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, emergono i **Municipi II e III** (rispettivamente 17% e 12%), ma dal grafico sottostante si denota un'adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono in varie zone della città. Inoltre si evidenzia che il 10% dei cittadini romani vive nella **Città Metropolitana** di Roma Capitale.

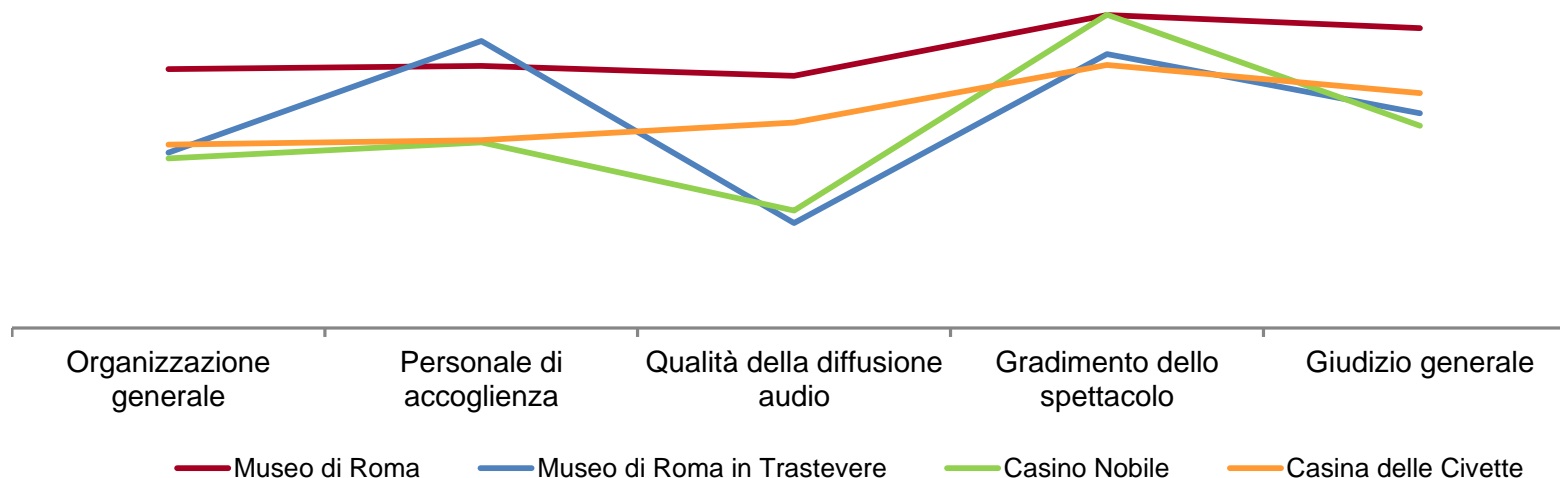




## Analisi univariate per spettacolo

Analizzando i giudizi medi rilasciati sui vari aspetti oggetto d'indagine rispetto agli spettacoli visti, dal grafico sottostante si rileva una soddisfazione tendenzialmente più elevata da parte di chi ha partecipato agli spettacoli del *Museo di Roma*, ad eccezione del personale di accoglienza, che soddisfa maggiormente chi è stato al *Museo di Roma in Trastevere*.

Risulta significativo che ad avere visto gli spettacoli presso il *Museo di Roma* siano stati in particolare i turisti, appartenenti alle fasce di età 26-54 anni, di cui alcuni italiani già stati in questo museo e hanno partecipato alle edizioni precedenti di *Festa della Musica*, il loro giudizio è superiore alle aspettative ed in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece al *Museo di Roma in Trastevere* sono stati intervistati alcuni turisti, di età giovane 19-34 anni e adulta 55-64 anni, nuovi visitatori, la metà di essi partecipa per la prima volta alla *Festa della Musica*, con un giudizio uguale alle aspettative e nel complesso abbastanza soddisfatti. Infine ai *Musei di Villa Torlonia* prevalgono gli spettatori romani, che partecipano per la prima volta all'iniziativa e in generale sono abbastanza soddisfatti, ma mentre al *Casino Nobile* vengono soprattutto per la prima volta, appartengono alle fasce d'età dei 35-54 anni e sono privi aspettative, alla *Casina delle Civette* sono già stati, hanno oltre i 55 anni ed un giudizio superiore alle attese.



## Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.  
Le variabili più correlate tra di loro risultano essere l'**organizzazione generale** con il **personale di accoglienza** e la **qualità della diffusione audio**.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Qualità diffusione audio	Gradimento dello spettacolo	Giudizio generale dell'iniziativa
Organizzazione generale	1,000	,599**	,580**	,419**	,605**
Personale di accoglienza	,599**	1,000	,373**	,433**	,525**
Qualità diffusione audio	,580**	,373**	1,000	,454**	,560**
Gradimento dello spettacolo	,419**	,433**	,454**	1,000	,452**
Giudizio generale dell'iniziativa	,605**	,525**	,560**	,452**	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).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine sono risultati significativi rispetto al giudizio generale.

Per l'evento *Festa della Musica 2019* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale dell'iniziativa sono l'**organizzazione generale** e la **qualità della diffusione audio**.

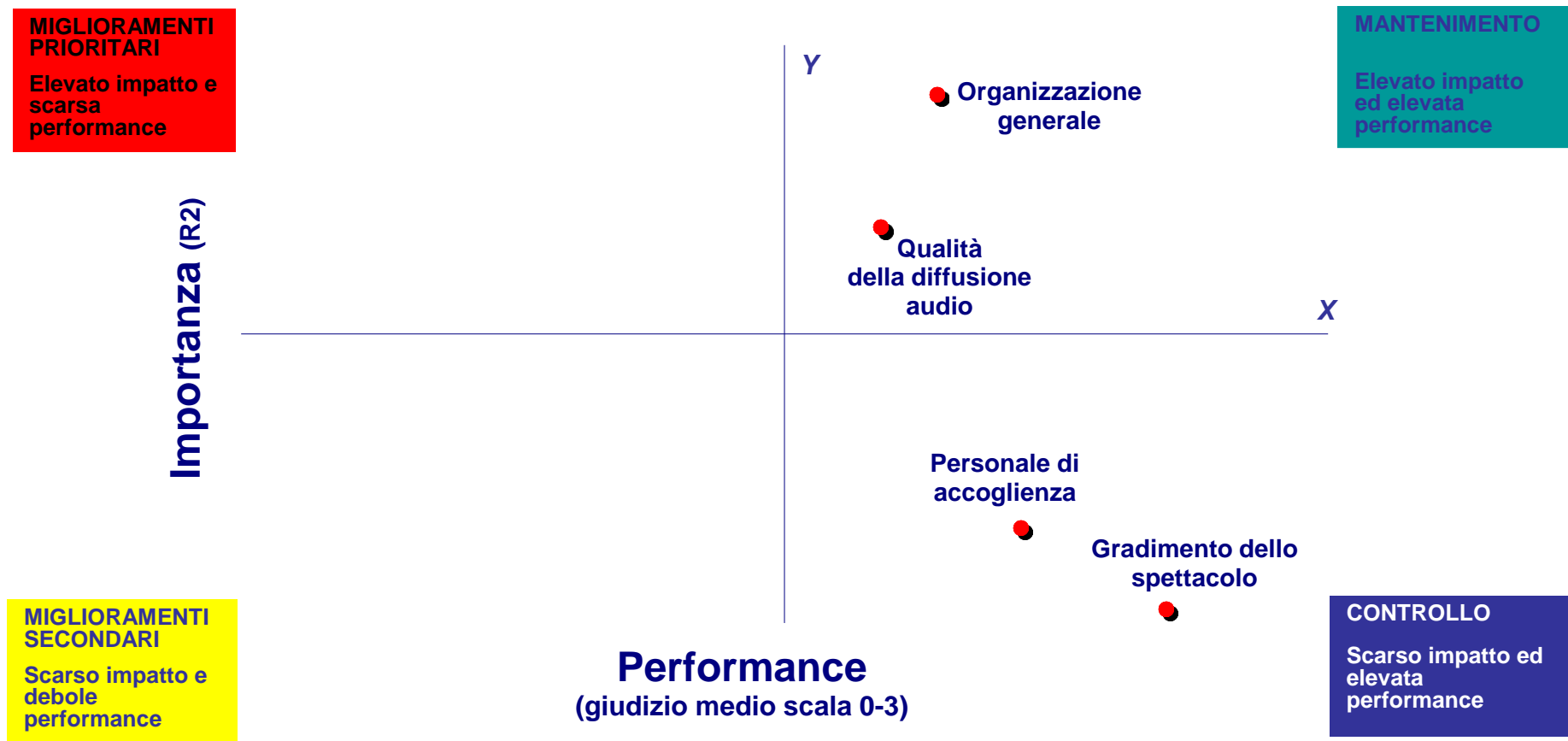
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione complessiva.

<b>Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale <i>Festa della Musica 2019</i></b>	
Organizzazione generale	0,605
Qualità della diffusione audio	0,560
Personale di accoglienza	0,525
Gradimento dello spettacolo	0,452

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** risulta essere l'aspetto in assoluto più importante e abbastanza soddisfacente, insieme alla **qualità della diffusione audio**. Non vi sono aspetti da considerare come miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si posizionano invece le variabili che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche quando sono ritenute buone (quadrante in basso a destra).



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

## Cluster Analysis

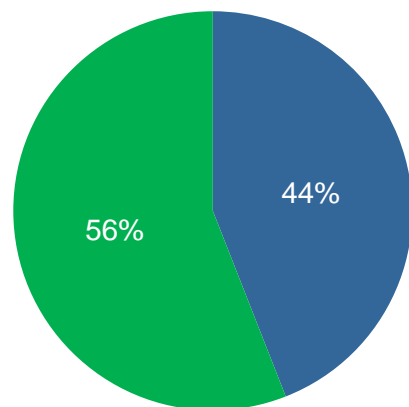
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (122 individui nel *Cluster 1* e 155 nel *Cluster 2*; n. 14 casi mancanti).

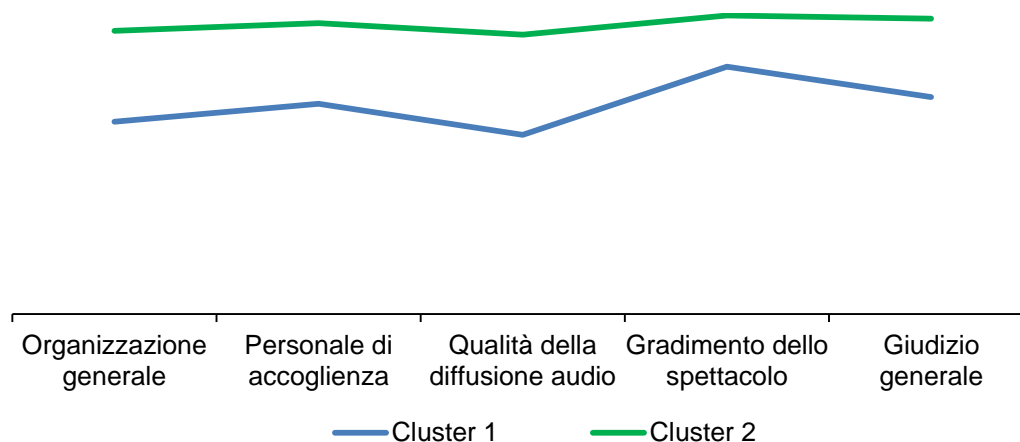
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti – Museo di Roma in Trastevere e Musei di Villa Torlonia:** in prevalenza donne, residenti a Roma, di età 19-25 anni, 40-44 anni e 55-64 anni, con un titolo di diploma, studenti e pensionati, alcuni hanno già partecipato alle edizioni precedenti dell'iniziativa, di cui sono venuti a conoscenza soprattutto tramite il passaparola, visitano il museo che ospita l'evento per la prima volta, vi si sono recati con la propria automobile o con i mezzi pubblici, da soli o in coppia, giudizio uguale alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti.

**Cluster 2 – Molto soddisfatti – Museo di Roma:** in prevalenza uomini, turisti, di età 26-39 anni e oltre i 65 anni, laureati, impiegati e liberi professionisti, partecipano per la prima volta all'iniziativa, di cui sono venuti a conoscenza soprattutto attraverso internet, alcuni hanno già visitato il museo che ospita l'evento, vi si sono recati a piedi, con amici o famiglia, giudizio superiore alle attese, in generale molto soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## Suggerimenti

**ELOGI** bravissimi artisti, bellissima location. **Totale 10**

---

**ORGANIZZAZIONE** evitare la sovrapposizione di concerti in siti limitrofi. **Totale 13**

**COMUNICAZIONE** maggiore promozione dell'evento anche sui social network, distribuire materiale informativo tradotto in inglese. **Totale 8**

**POSTI A SEDERE** da aumentare. **Totale 7**

**QUALITÀ AUDIO** da migliorare, non si sente bene. **Totale 4**

**ALTRO.** Totale 6

***Totale 38 Suggerimenti  
Festa della Musica 2019***

## Allegato 1 – Questionario

Gentile visitatore, le chiediamo cortesemente di dedicarci qualche minuto per aiutarci a migliorare la qualità dell'iniziativa. Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala:

- |   | Molto Soddisfatto        | Abbastanza Soddisfatto   | Poco Soddisfatto         | Per niente Soddisfatto   |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. Organizzazione generale                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Personale di accoglienza                         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Qualità della diffusione audio                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Gradimento dello spettacolo                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Giudizio generale <i>Festa della Musica 2019</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
6. **Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è:**     Superiore     Uguale     Inferiore     Senza aspettative
7. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa iniziativa ad un amico?**  
**MIN**  0    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10 **MAX**
8. **Come è venuto a conoscenza di *Festa della Musica*?**
- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> articoli di stampa          | <input type="checkbox"/> altri siti internet          | <input type="checkbox"/> TV/ radio                         |
| <input type="checkbox"/> pubblicità su stampa        | <input type="checkbox"/> newsletter                   | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608             |
| <input type="checkbox"/> cartolina/ locandina        | <input type="checkbox"/> amici/ parenti (passaparola) | <input type="checkbox"/> social network (specificare.....) |
| <input type="checkbox"/> portale MiC/ sito del museo | <input type="checkbox"/> manifesti pubblicitari       | <input type="checkbox"/> altro.....                        |
9. **Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento?**  
 Automobile propria     Moto/Scooter     Bicicletta     A piedi     Mezzi pubblici     Taxi     Car Sharing     Altro
10. **Ha partecipato alle precedenti edizioni di questo evento?**     Sì     No
11. **Con chi ha visitato il museo?**     Da solo     Coppia     Amici     Famiglia     Altro
12. **Ha già visitato questo museo?**     Sì     No

### 11. SUGGERIMENTI

---

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

**Titolo di studio:**  scuola dell'obbligo (elementari/ medie)     studi superiori     laurea     post laurea

**Professione:**  impiegato     dirigente-quadro     studente     pensionato     libero professionista/ imprenditore     casalinga  
 operaio     disoccupato/in cerca di prima occupazione     lavoratore in proprio     altro.....

**Residente a Roma** (MUNICIPIO: \_\_\_\_\_)     **Altra Provincia Italiana/ Nazionalità estera:** \_\_\_\_\_