

Zè

Indagini di Customer Satisfaction



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 2019-2022
- Come è venuto a conoscenza dell’iniziativa “*La Notte dei Musei*”
- 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 è venuto al museo
- Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo
- Ha partecipato ad eventi culturali online durante le chiusure per la pandemia
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per tipologia di indagine
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Questionario
- Allegato 2 – Musei/spazi visitati in occasione di questo evento

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **764** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) presso i **Musei Capitolini** e online col metodo **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*), in occasione dell'evento **La Notte dei Musei** di **sabato 14 maggio 2022**.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 1,55\%$.

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 2022, 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 buono, con una media di **2,60** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **95%**.

Tra gli aspetti maggiormente apprezzati vi sono il **gradimento dello spettacolo** (2,62) e il **personale di accoglienza** (2,60).

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine registrano valori medi ben al di sopra dello standard di 2,20. L'**organizzazione generale** risulta essere la variabile ritenuta in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa, oltre che quella più correlata al giudizio complessivo sull'iniziativa, insieme al **programma** (*cfr.* pp. 20-22).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da cittadini **romani** (81%), **impiegati** (38%) e **studenti** (21%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (66%), soprattutto appartenenti alle fasce di età **19-34 anni** e **45-64 anni** (entrambe raggiungono una percentuale pari al 36% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono il **passaparola** (23%), i **social network** (18%) e la **stampa** (12%).

Risulta significativo che il *passaparola* sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane fino ai 25 anni o adulta 55-64 anni, laureati e in generale molto soddisfatti. Invece i *social network* prevalgono tra i visitatori romani, di età 26-39 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, nel complesso abbastanza soddisfatti dell'iniziativa a cui hanno partecipato. La *stampa* è predominante per i romani, adulti di età compresa tra i 45 e 74 anni, con un titolo di laurea o post laurea, la maggior parte di essi ha partecipato in passato a questa iniziativa e il loro giudizio generale è abbastanza soddisfacente.

Tabella riassuntiva

<i>La Notte dei Musei 2022</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,48	3,00	757	7	0,666	56%	2%	94%
Personale di accoglienza	2,60	3,00	750	14	0,607	66%	1%	95%
Gradimento spettacolo	2,62	3,00	728	36	0,595	67%	1%	95%
Programma	2,52	3,00	734	33	0,606	57%	1%	96%
Giudizio generale	2,60	3,00	720	44	0,614	65%	1%	95%

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

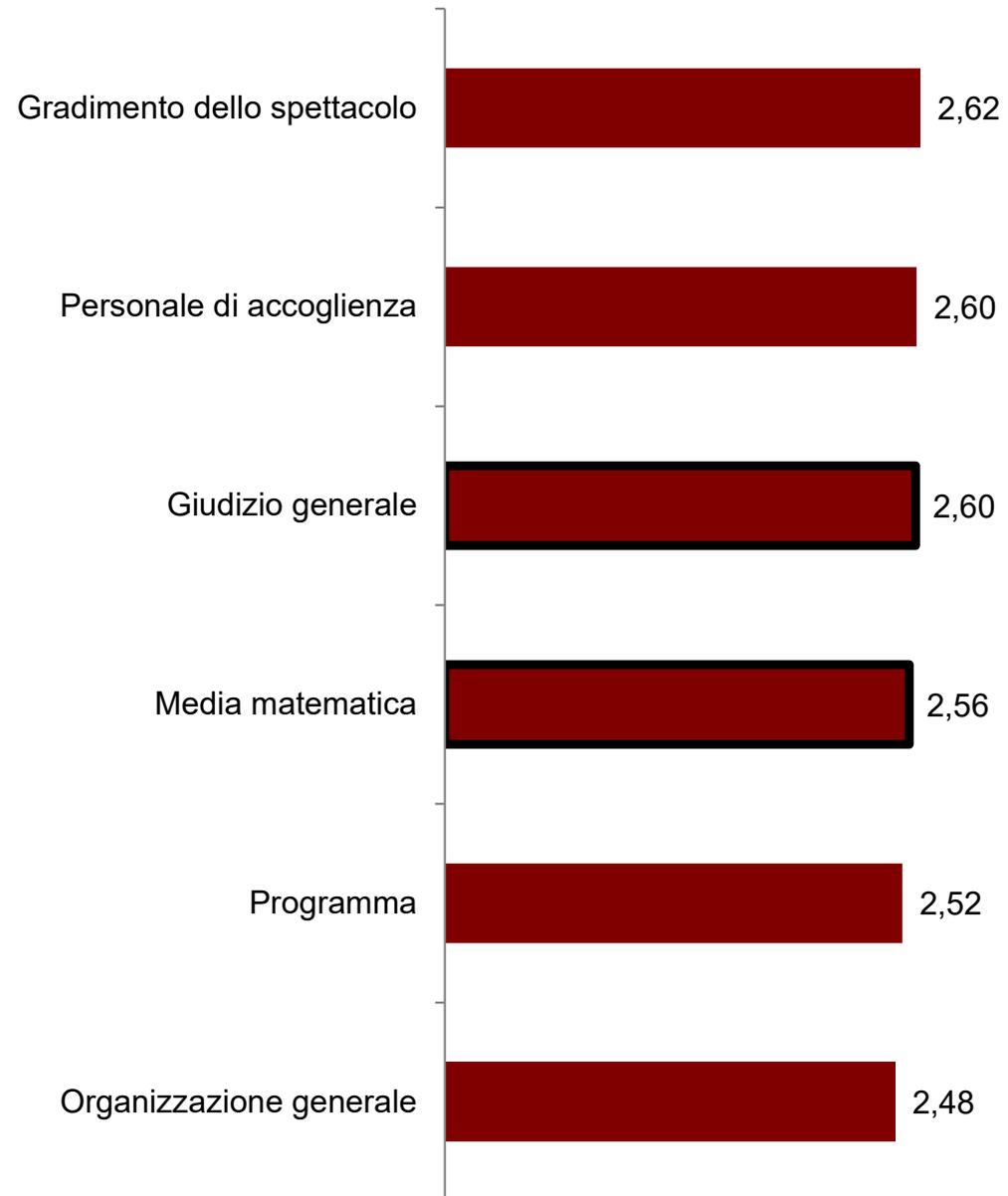
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,56).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per una visione più immediata dei risultati.

Il **gradimento dello spettacolo** e il **personale di accoglienza** sono gli aspetti maggiormente apprezzati dagli spettatori intervistati.

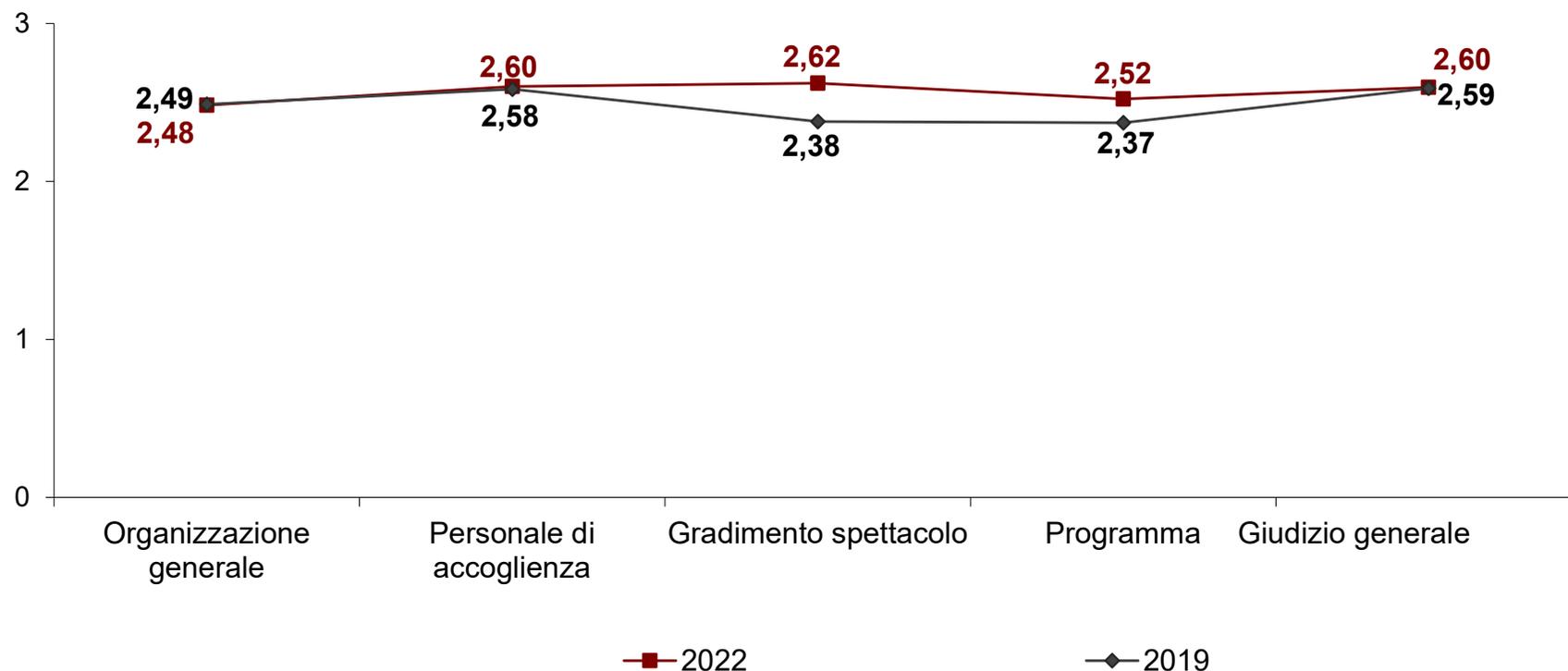
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2019-2022

Rispetto alla precedente indagine effettuata nel 2019, il trend risulta piuttosto costante e lineare.

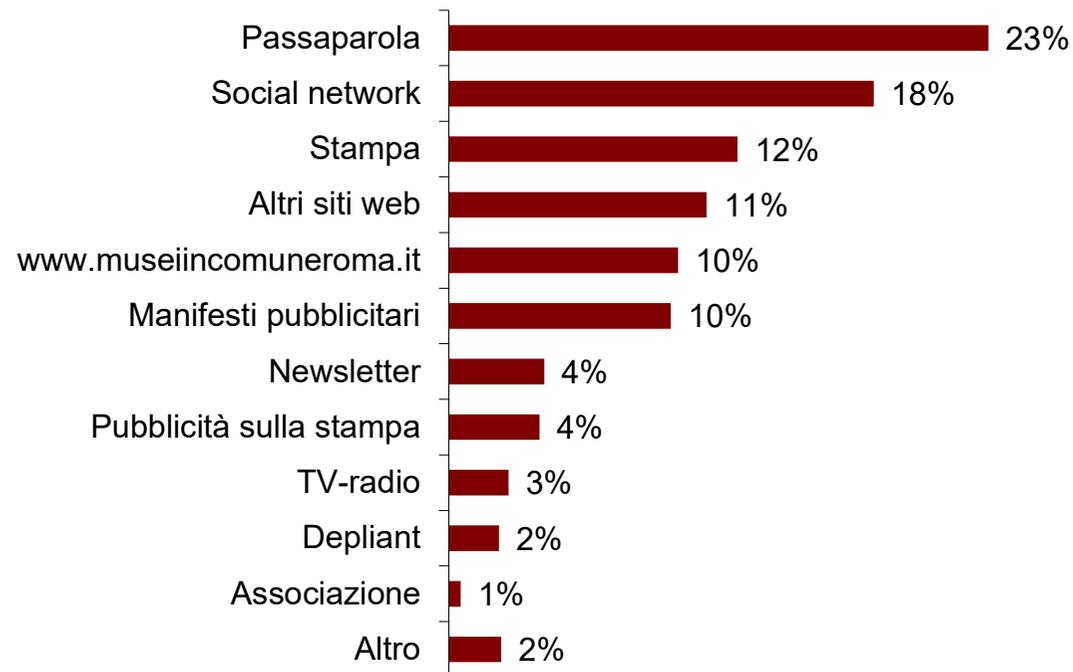
Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione sul **gradimento dello spettacolo visto** e sul **programma**, mentre restano pressoché invariate le medie degli altri aspetti oggetto d'indagine.



Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa “*La Notte dei Musei*”

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a sapere di tale iniziativa prevale il **passaparola** (23%; in calo dal 29% emerso nella precedente indagine), poi seguono i **social network**, che rappresentano il 18% (nel 2019 erano il 19%; di cui il 54% si riferisce a *Facebook*), la **stampa** (in aumento da 10% a 12%) ed **altri siti web** (in discesa da 18% a 11%).

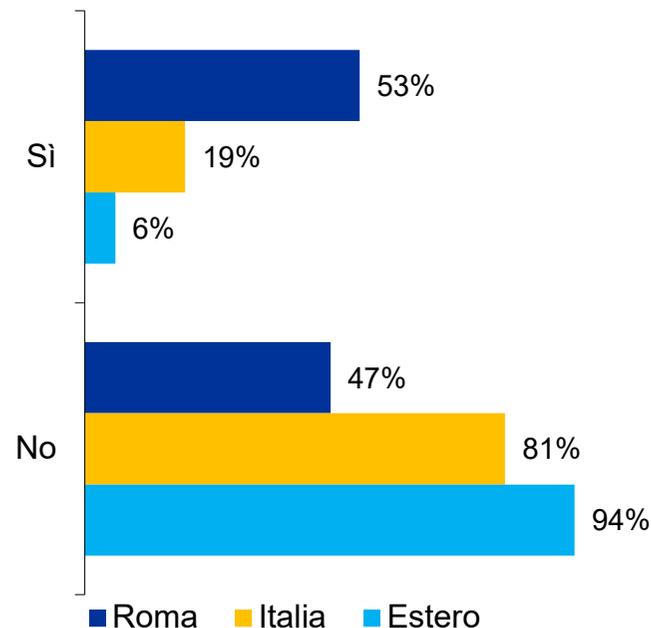
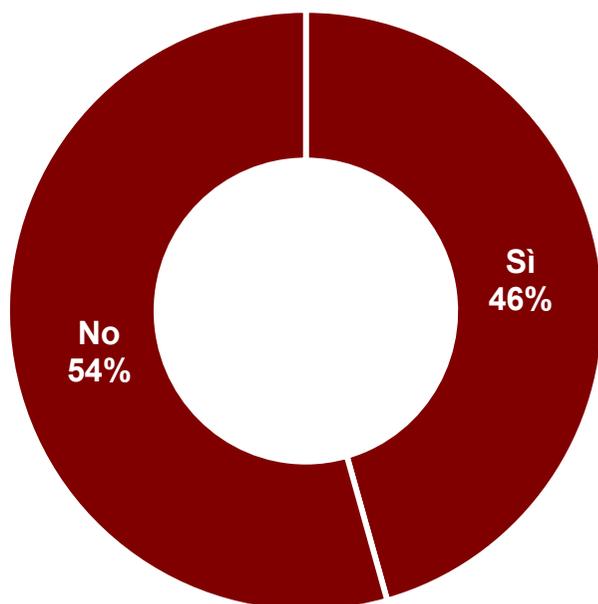
Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane fino ai 25 anni o adulta 55-64 anni, laureati e in generale molto soddisfatti. Invece i social network prevalgono tra i visitatori romani, di età 26-39 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, nel complesso abbastanza soddisfatti dell'iniziativa a cui hanno partecipato. La stampa è predominante per i romani, adulti di età compresa tra i 45 e 74 anni, con un titolo di laurea o post laurea, la maggior parte di essi ha partecipato in passato a questa iniziativa e il loro giudizio generale è abbastanza soddisfacente.



Partecipazione alle edizioni precedenti

La maggior parte degli intervistati (54% sul campione totale) afferma di **non avere partecipato alle edizioni precedenti di tale iniziativa** (57% nel 2019), mentre il 46% risponde di esservi già stato (nell'indagine precedente era 43%).

È significativo che ad avere partecipato alle edizioni precedenti di tale iniziativa siano in particolare i visitatori romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età adulta al di sopra dei 40 anni, con titolo di laurea o post laurea, che dichiarano di avere aderito agli eventi online durante la pandemia. Invece vi partecipano per la prima volta soprattutto i turisti, in prevalenza stranieri, di età giovane inferiore ai 34 anni, più della metà di essi non ha seguito eventi digitali nel periodo delle chiusure dovute al Covid-19.



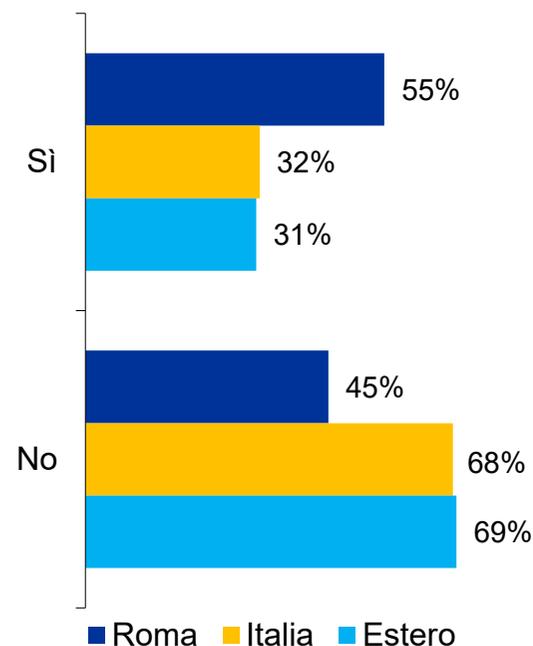
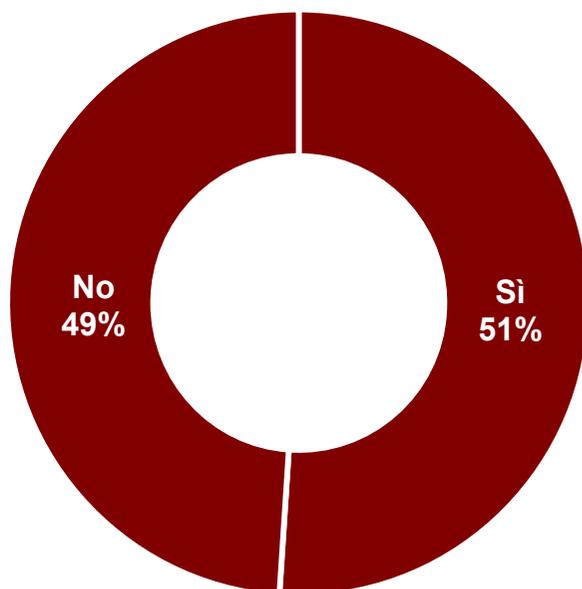
Ha già visitato questo museo

Il 51% sul totale degli intervistati dichiara di **avere già visitato il museo** in cui si è recato (43% nell'indagine precedente), mentre il 49% vi si reca per la prima volta (57% nel 2019) in occasione dell'iniziativa "*La Notte dei Musei*".

Risulta significativo che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani (*cf.* grafico sottostante a destra), che hanno partecipato alle precedenti edizioni dell'iniziativa, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e in generale affermano di essere molto soddisfatti.

Invece a recarsi per la prima volta sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), che non hanno aderito all'iniziativa in passato, il loro giudizio è superiore alle aspettative e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.

Tra i musei più visitati in passato risultano il *Museo dell'Ara Pacis* e il *Museo di Roma*, mentre ai *Musei Capitolini* è piuttosto equa la percentuale tra i nuovi visitatori e chi vi è già stato.

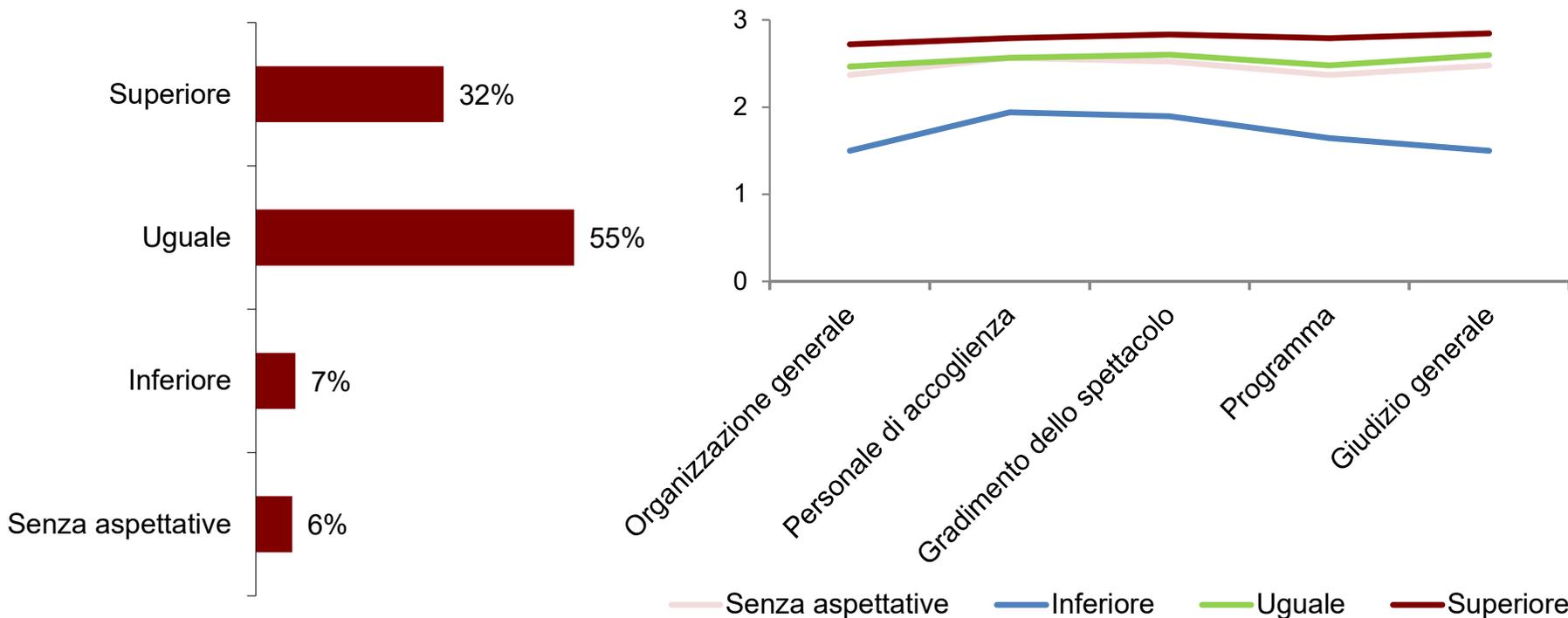


Giudizio rispetto alle aspettative

Oltre la metà dei visitatori intervistati (55% sul totale) dichiara di avere un **giudizio uguale alle aspettative**, per il 32% è superiore, mentre solo per il 7% il giudizio è inferiore alle proprie attese. Il 6% sul campione totale dichiara di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i nuovi visitatori, con titolo di diploma inferiore/superiore, in generale molto soddisfatti dell’iniziativa. Invece il giudizio è uguale alle proprie attese in particolare per coloro che sono già stati nei musei visitati, hanno conseguito un titolo di laurea/post laurea e la loro esperienza complessiva è abbastanza soddisfacente.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d’indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questa iniziativa 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**, ovvero utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene dell'evento a cui hanno partecipato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *La Notte dei Musei* è pari al **53%**.

Si evidenzia che il 31% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori".

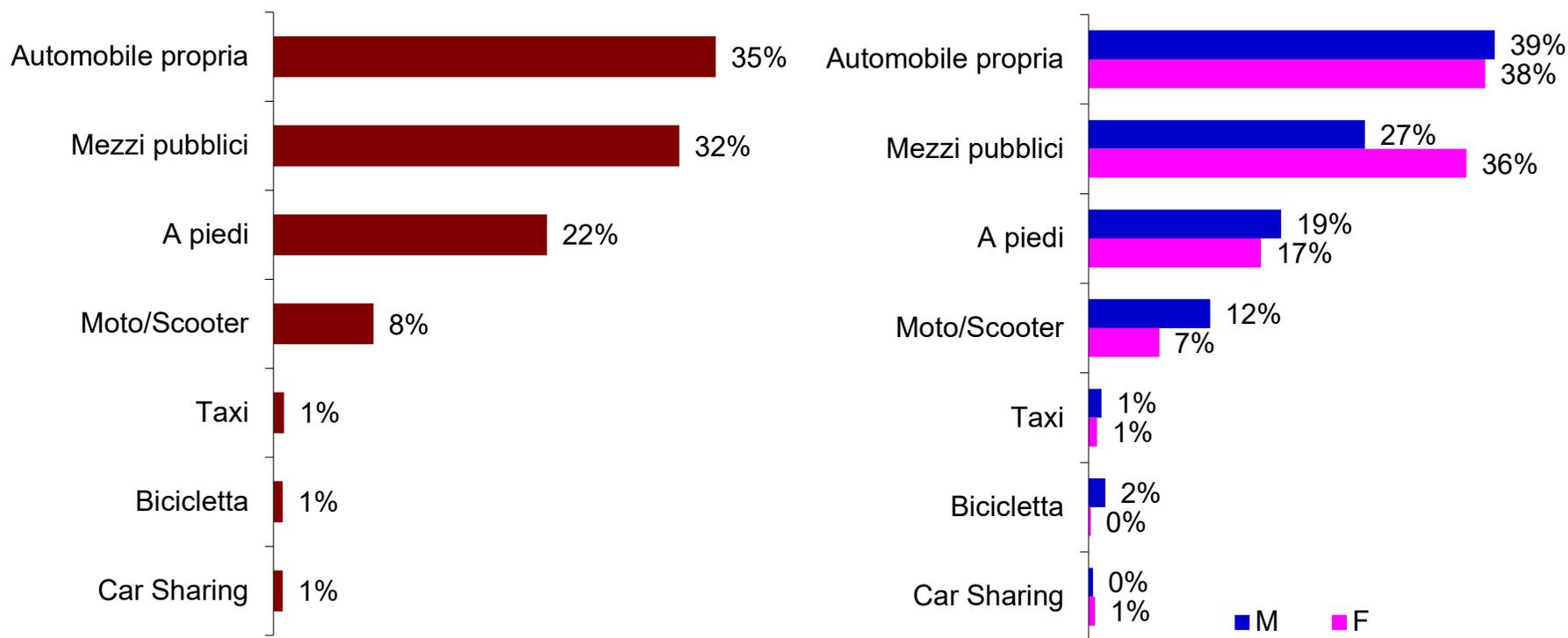


NET PROMOTER SCORE										
<i>La Notte dei Musei 2022</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	0	3	5	8	17	18	77	148	149	304
1%	0%	0%	1%	1%	2%	3%	11%	20%	20%	41%
DETRATTORI = 8%							PASSIVI = 31%		PROMOTORI = 61%	
61%-8% = 53%										

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 32% vi è giunto con i **«mezzi pubblici»**, il 22% si è recato **«a piedi»**, l'8% in **«moto/scooter»**, un 1% in **«taxi»**, un 1% in **«bicicletta»** e un 1% ha scelto il **«car sharing»**.

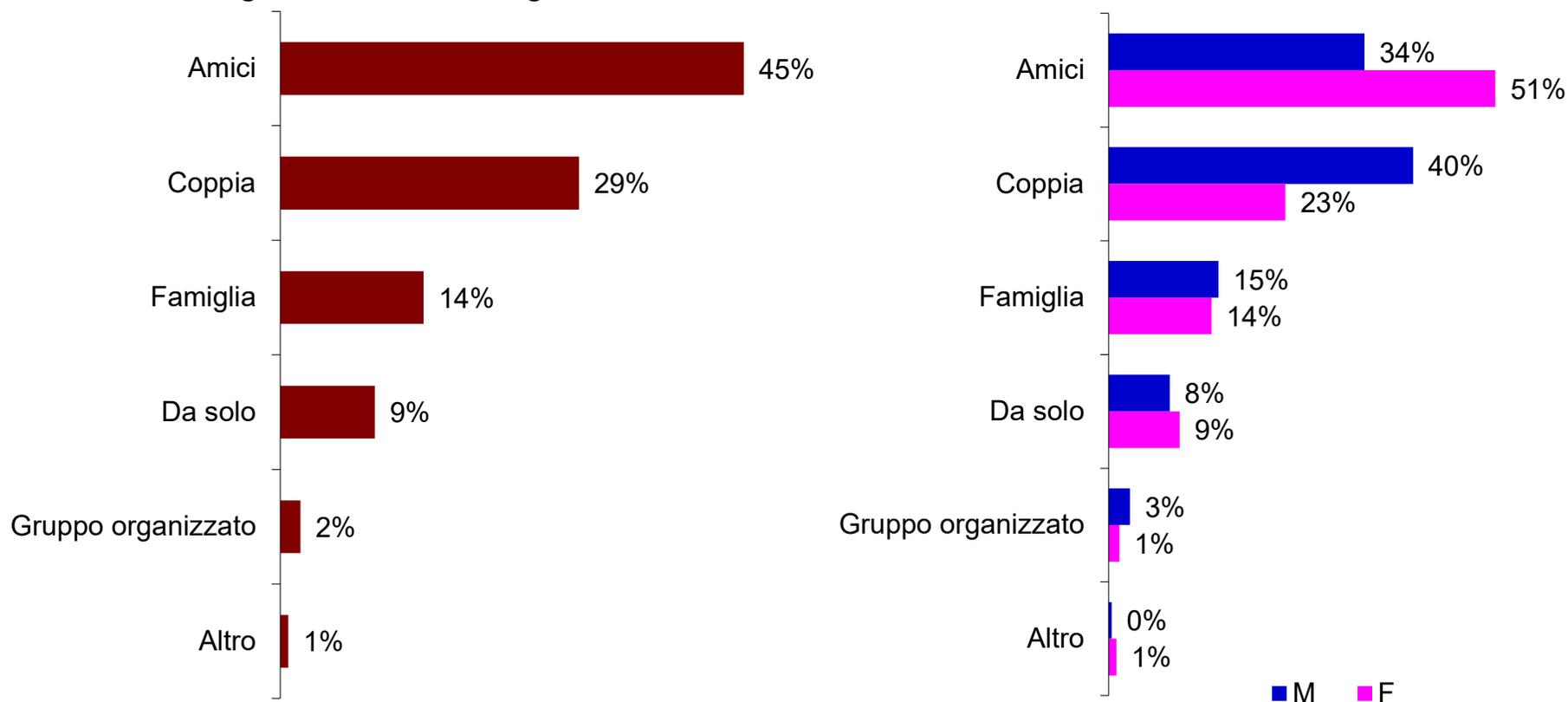
Risulta significativo che ad essersi spostati in automobile siano leggermente di più gli uomini rispetto alle donne (*cf.* grafico in basso a destra), residenti a Roma, di età 45-64 anni, molti dei quali hanno compilato il questionario online. A prediligere i mezzi pubblici sono state in prevalenza le donne, che giungono da altre province italiane, di età giovane 19-25 anni o adulta over 65 anni, alcune di esse hanno partecipato alla survey in presenza presso i *Musei Capitolini*. Invece a muoversi a piedi sono soprattutto gli uomini, turisti stranieri, di età 26-39 anni, molti dei quali hanno aderito all'indagine di *customer satisfaction* in presenza.



Con chi è venuto al museo

Il 45% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con «**amici**», il 29% «**in coppia**», il 14% con la propria «**famiglia**», il 9% «**da solo**», il 2% con un «**gruppo organizzato**» e il restante 1% risponde «**altro**».

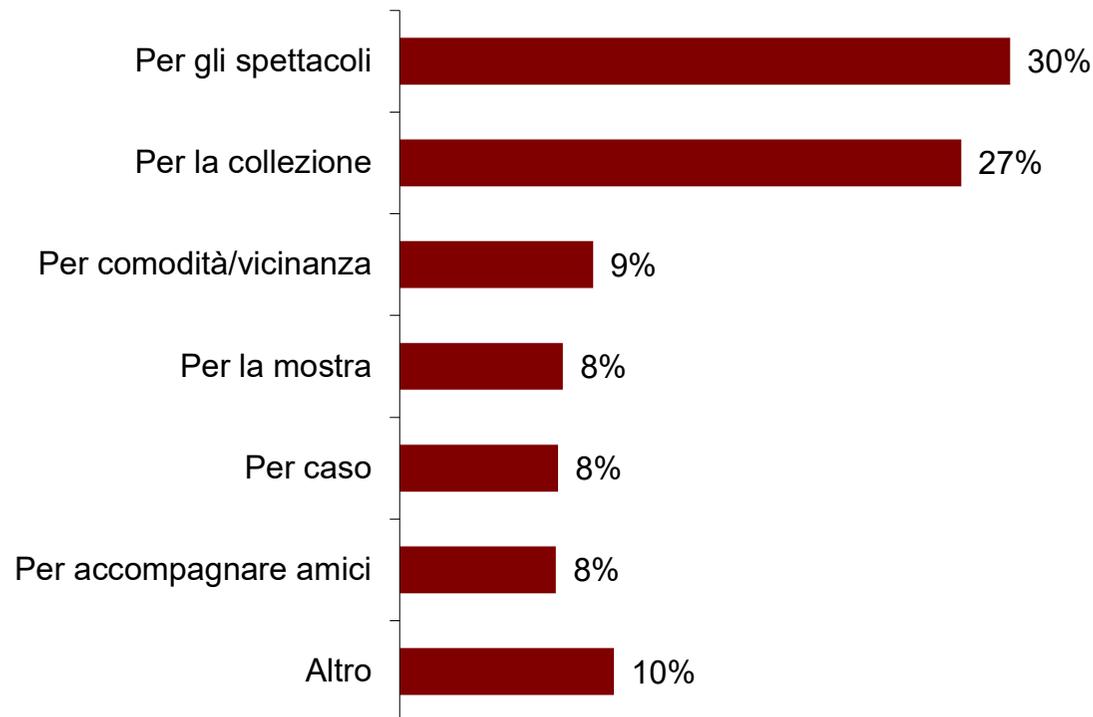
Risulta significativo che a venire con gli amici siano in particolare le donne (cfr. grafico sottostante a destra), di età giovane 19-34 anni, nel complesso abbastanza soddisfatte dell’iniziativa e alcune non hanno partecipato agli eventi online promossi durante la pandemia. Invece a recarsi al museo in coppia sono stati principalmente gli uomini, di età 35-39 anni, in generale abbastanza soddisfatti e che hanno seguito vari eventi digitali offerti in concomitanza delle chiusure dovute al Covid-19.



Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo

Il 30% sul campione totale dichiara di avere scelto il museo per gli «**spettacoli**», il 27% per la «**collezione**», il 9% per la «**comodità/vicinanza**», un 8% rispettivamente per la «**mostra**», «**per caso**» e per «**accompagnare amici**», mentre il restante 10% risponde «**altro**».

Risulta significativo che a rispondere di avere scelto il museo per gli spettacoli siano stati in particolare i visitatori romani e turisti stranieri, di età 40-44 anni o al di sopra dei 55 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, ma solo i residenti a Roma affermano di avere partecipato alle edizioni precedenti dell'evento e sono già stati in tali musei. Invece la collezione prevale per i turisti italiani, appartenenti alle fasce d'età 19-39 anni e 45-54 anni, laureati, che non hanno aderito in passato a tale iniziativa e visitano il museo prescelto per la prima volta.

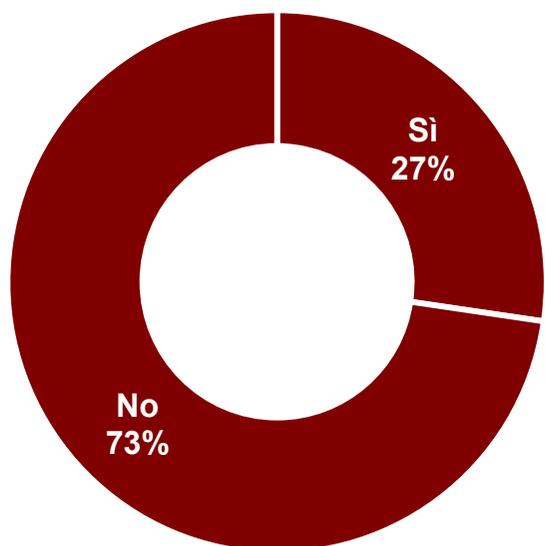


Ha partecipato ad eventi culturali online durante le chiusure per la pandemia

La maggior parte degli intervistati (73% sul campione totale) dichiara di **non avere partecipato ad eventi culturali online durante le chiusure per la pandemia**, mentre il 27% risponde di averli seguiti.

Il 63% di coloro che hanno risposto affermativamente a questa domanda, ha una preferenza per gli **eventi in presenza** (cfr. grafico in basso a destra), mentre solo l'11% predilige gli eventi online e il 26% entrambe le tipologie.

Risulta significativo che a preferire gli eventi in presenza siano soprattutto coloro che hanno partecipato alle edizioni precedenti di tale iniziativa, alcuni sono già stati nei musei prescelti per l'evento e la loro esperienza complessiva è molto soddisfacente.



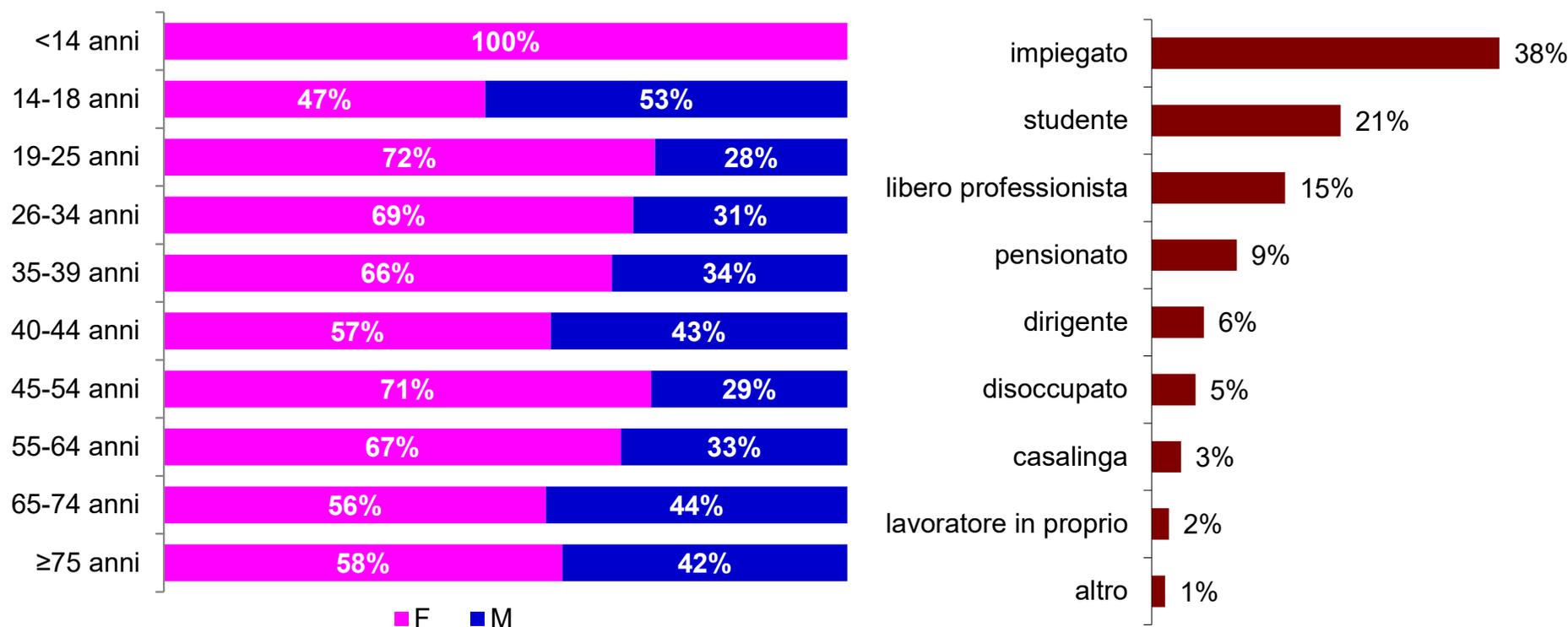
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** col 67% sul campione totale (62% nel 2019), soprattutto nelle fasce dei <14 anni, 19-34 anni e 45-64 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei **19-34 anni** (36% sul totale; nel 2019 la percentuale era pari al 43%) e **45-64 anni** (36%; in aumento dal 32% della scorsa indagine).

Il 66% del campione totale dichiara di avere conseguito **un titolo di laurea o specializzazione post laurea** (stessa percentuale emersa nel 2019).

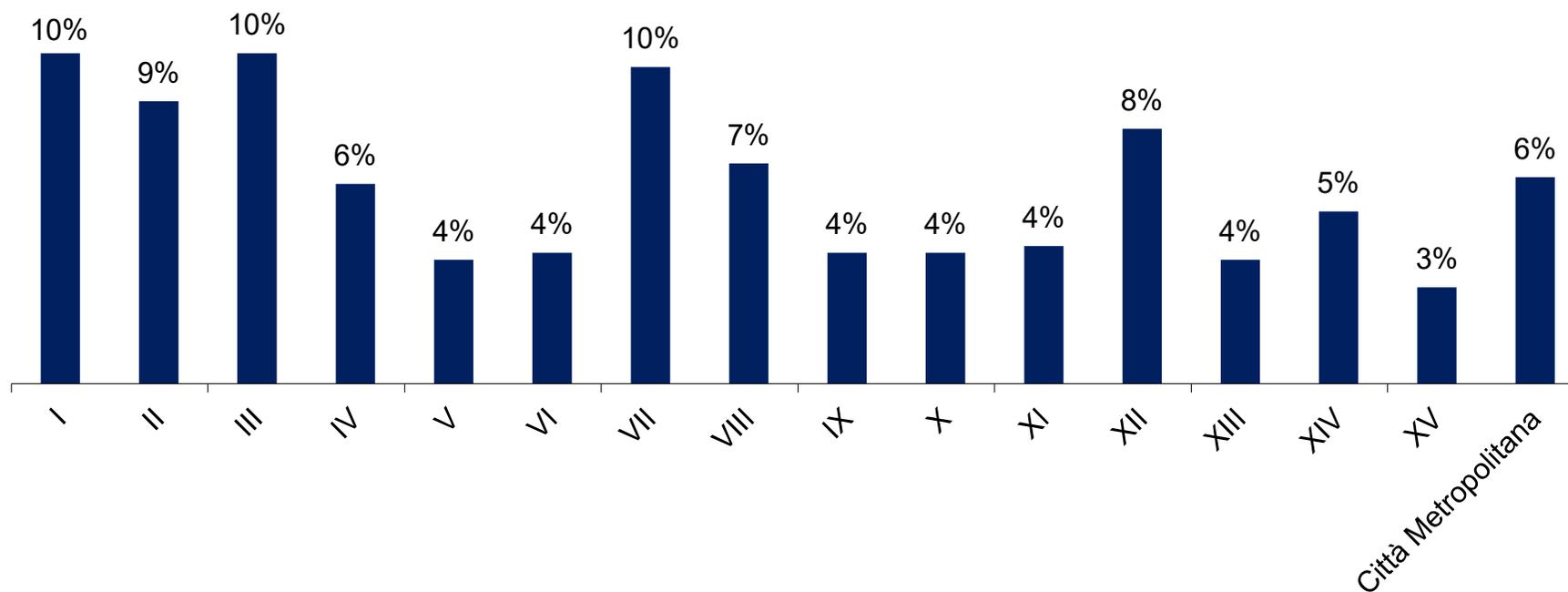
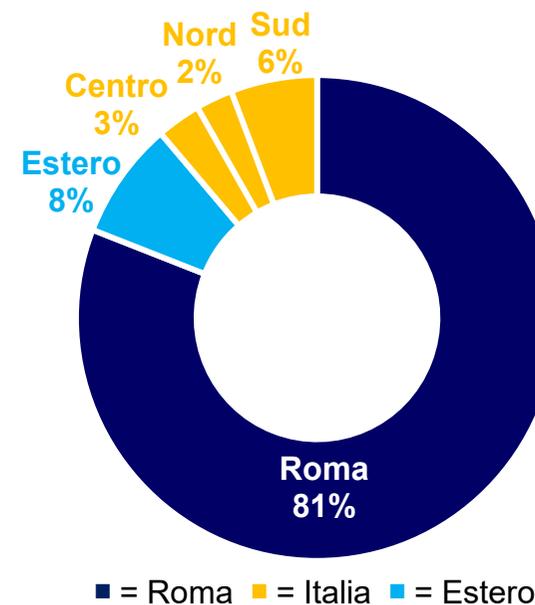
Rispetto alle categorie professionali, anche quest'anno prevalgono gli **impiegati**, che raggiungono il 38% degli intervistati (34% nell'indagine precedente). Poi seguono gli **studenti** (passano dal 22% al 21%) ed i **liberi professionisti** (15%; erano il 14% nel 2019).



Analisi socio-demografica: genere e provenienza

L'81% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (in aumento dal 72% emerso nel 2019), mentre l'11% giunge da altre città italiane (in calo dal 18% del 2019) e il restante 8% proviene dall'estero (10% nell'indagine precedente).

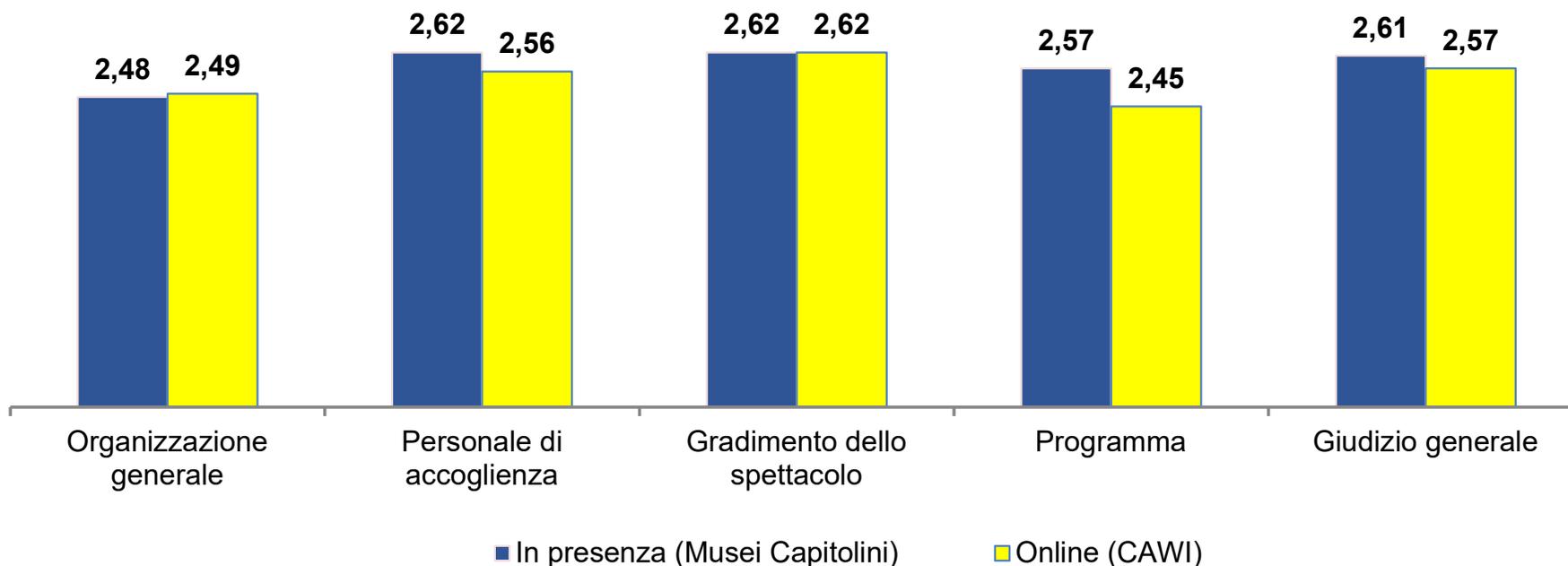
Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, emergono soprattutto i **Municipi I-III-VII** (10% per ciascuno di essi). Si denota comunque un'adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono in tutto il territorio capitolino (*cfr.* grafico sottostante).



Analisi univariate per tipologia di indagine

Analizzando il livello medio di soddisfazione dei vari aspetti, si denota un gradimento leggermente più alto per l'indagine effettuata in presenza ai *Musei Capitolini* la serata del 14 maggio rispetto ai form online compilati dagli spettatori attraverso la metodologia *CAWI* (scansione del QR-code e compilazione del questionario da smartphone, pc o tablet) anche nei giorni successivi all'evento. Si rileva lo stesso valore medio sul gradimento degli spettacoli visti, mentre la discrepanza è minima sull'organizzazione generale.

Risulta significativo che per la survey online sia più alta la percentuale degli uomini, di età compresa tra i 35 e 64 anni, che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite i social network, il portale www.museiincomuneroma.it, i manifesti pubblicitari e la stampa, hanno raggiunto il luogo dell'evento con la propria automobile o in moto/scooter e si sono recati al museo da soli o con la propria famiglia.



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, ma anche il programma col gradimento dello spettacolo visto.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i>***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Gradimento dello spettacolo	Programma	Giudizio generale dell'iniziativa
Organizzazione generale	1,000	,587**	,449**	,491**	,591**
Personale di accoglienza	,587**	1,000	,413**	,452**	,442**
Gradimento dello spettacolo	,449**	,413**	1,000	,578**	,396**
Programma	,491**	,452**	,578**	1,000	,566**
Giudizio generale dell'iniziativa	,591**	,442**	,396**	,566**	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 (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

Per *La Notte dei Musei 2022* gli aspetti che risultano più correlati al livello medio di soddisfazione sull'iniziativa sono quelli relativi all'**organizzazione generale** e al **programma**.

Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sull'esperienza complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Organizzazione generale	0,591
Programma	0,566
Personale di accoglienza	0,442
Gradimento dello spettacolo	0,396

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Nella mappa sottostante l'organizzazione generale risulta essere l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche soddisfacente poiché si colloca nel quadrante in alto a destra, insieme al programma. Non emergono aspetti tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si posizionano invece gli aspetti che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

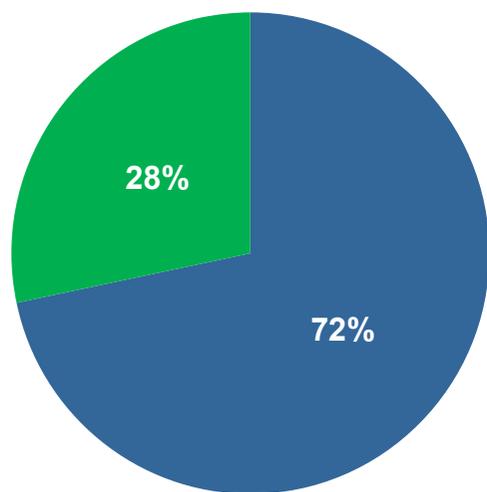
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (547 individui nel *Cluster 1* e 216 nel *Cluster 2*; n. 1 caso mancante).

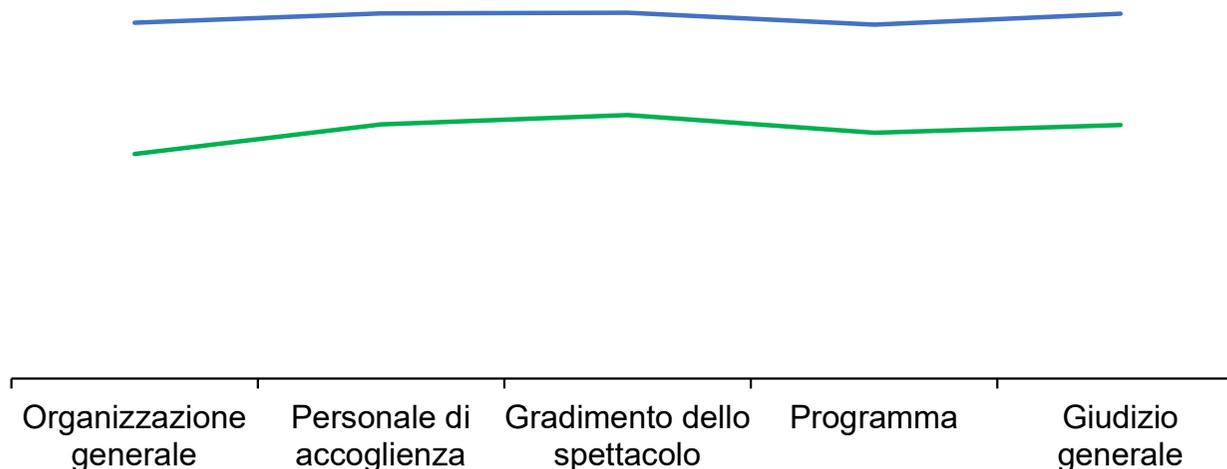
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; di età adulta al di sopra dei 40 anni; turisti (alcuni residenti all'estero); impiegati e pensionati; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa soprattutto tramite il passaparola e la pubblicità; si recano all'evento a piedi o in moto/scooter; da soli o con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; di età giovane fino ai 34 anni; romani (residenti soprattutto nei Municipi centrali I-II-III o nei Comuni della Città Metropolitana); studenti e liberi professionisti; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa soprattutto tramite i social network, internet e la stampa; si recano all'evento con i mezzi pubblici o in automobile; in compagnia di amici o in coppia; giudizio uguale o inferiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



— Cluster 1 — Cluster 2

ELOGI continuare così, da ripetere più volte durante l'anno (32); bellissima esperienza (10); altro (3). **Totale 45**

SUGGERIMENTI

ORGANIZZAZIONE file troppo lunghe (20); migliorare la regolamentazione degli ingressi (6); realizzare una App con una mappa interattiva dei musei che aderiscono all'iniziativa (5); estendere l'evento all'intero weekend (4); sfruttare anche gli spazi all'aperto per gli eventi (4); aprire le biglietterie con largo anticipo per evitare le file (4); altro (6). **Totale 49**

COMUNICAZIONE la programmazione non è molto chiara, non si capisce la tipologia degli spettacoli e manca una mappa dei vari siti (11); maggiore promozione dell'evento ed anticipare il programma (8); prevedere la traduzione in inglese del programma (6); altro (6). **Totale 31**

PRENOTAZIONE dare la possibilità di prenotare anche online. **Totale 15**

ORARIO aumentare l'orario di apertura, alcuni musei hanno chiuso prima (7), altro (4). **Totale 11**

PROGRAMMA più concerti nelle sale all'altezza dei musei che li ospitano (5); ampliare la varietà degli spettacoli (4). **Totale 9**

SPETTACOLO aggiungere i posti a sedere durante gli eventi (4), altro (4). **Totale 8**

BIGLIETTO aumentare il costo, pure con una donazione volontaria (4), altro (2). **Totale 6**

TRASPORTO PUBBLICO intensificare le corse dei mezzi pubblici che portano ai siti dell'evento, non chiudere la metropolitana. **Totale 8**

ALTRO. Totale 8

***Totale 145 Suggerimenti
La Notte dei Musei 2022***



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 sottostante:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
Organizzazione generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di accoglienza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gradimento dello spettacolo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Programma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale <i>La Notte dei Musei 2022</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è:	<input type="checkbox"/> Superiore	<input type="checkbox"/> Uguale	<input type="checkbox"/> Inferiore	<input type="checkbox"/> Senza aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo evento ad un amico?

MINIMO 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **MASSIMO**

Come è venuto a conoscenza dell'evento *La Notte dei Musei*?

- | | | |
|--|---|--|
| <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"/> depliant/ 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..... |

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

- Automobile Moto/Scooter Bicicletta A piedi Mezzi pubblici Taxi Car Sharing Altro

Ha partecipato alle precedenti edizioni di questo evento? Sì No

Con chi è venuto al museo? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro

Ha già visitato questo museo? Sì No

Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo? Per gli spettacoli Per la collezione permanente Per la mostra temporanea
 Per caso Per accompagnare amici Per comodità/vicinanza Altro

Ha partecipato ad eventi culturali online durante la pandemia? Sì No

Se sì, quale tipo di evento preferisce? Eventi in presenza Eventi digitali Entrambe le tipologie

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 diploma superiore laurea post laurea

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

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

Allegato 2 – Musei/spazi visitati in occasione di questo evento

Campione questionari survey <i>La Notte dei Musei 2022</i>		% di casi per colonna
Sistema Musei di Roma Capitale	Musei Capitolini	65%
	Mercati di Traiano	5%
	Musei di Villa Torlonia	4%
	Museo dell'Ara Pacis	3%
	Centrale Montemartini	3%
	Museo di Roma	2%
	Museo di Roma in Trastevere	1%
	Galleria d'Arte Moderna	1%
	Museo Barracco	1%
	Museo Napoleonico	1%
	Museo Carlo Bilotti	1%
	Museo Pietro Canonica	1%
	Museo Civico di Zoologia	1%
	Museo di Casal de' Pazzi	0,4%
	Museo della Repubblica Romana	0,2%
Altri spazi/musei	Altri spazi	6%
	Musei Statali	5%

Musei Civici=89%

Altri spazi/musei=11%