

Zè

Indagini di Customer Satisfaction

ROMA CULTURE
DIREZIONE GENERALE
DEI MUSEI CULTURALI

**MUSEI *in*
MUSICA**
19 NOVEMBRE 2022 |

nei Musei
di Roma Capitale
dalle 20:00 alle 02:00
ultimo ingresso ore 01:00

GRUPPO
CONI
M
C

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'evento *Musei in Musica*
- Partecipazione alle edizioni precedenti
- Ha già visitato questo museo/spazio culturale
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico
- Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento
- Con chi ha partecipato all'evento
- Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo/spazio culturale
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per tipologia di indagine
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Campione questionari per musei/spazi visitati
- Allegato 2 – Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **1011** 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 **Musei in Musica** di **sabato 19 novembre 2022**.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 3,02\%$.

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 **2,59** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **94%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di accoglienza** (2,59) e il **gradimento dello spettacolo** (2,57).

Tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20. L'**organizzazione generale** risulta essere la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quella più correlata al giudizio complessivo sull'iniziativa, insieme al **gradimento dello spettacolo** (cfr. pp. 19-21). Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono quelli relativi alla **comunicazione** (n. 64 suggerimenti) e all'**organizzazione generale** (n. 62 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da cittadini **romani** (83%), **impiegati** (42%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (72%), soprattutto appartenenti alle fasce di età **45-64 anni** (43%) e **19-34 anni** (28%).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono il **passaparola** (22%), i **social network** (17%) e la **newsletter** (16%).

Risulta significativo che il *passaparola* sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-39 anni, nuovi visitatori, che partecipano per la prima volta all'evento e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece i *social network* prevalgono tra gli italiani (inclusi i romani), giovani di età 19-34 anni, che hanno già visitato il museo scelto e aderito all'iniziativa in passato, nel complesso abbastanza soddisfatti. Infine la *newsletter* è il canale predominante per gli spettatori romani, appartenenti alle fasce di età adulta 40-54 anni e 65-74 anni, alcuni già stati nel *Sistema Musei* di Roma Capitale, la maggior parte di essi non ha partecipato alle precedenti edizioni di questa iniziativa e il loro giudizio generale è molto soddisfacente.

Tabella riassuntiva

<i>Musei in Musica 2022</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,48	3,00	998	13	0,737	59%	3%	92%
Personale di accoglienza	2,59	3,00	993	18	0,655	67%	1%	93%
Qualità diffusione audio	2,34	2,00	960	51	0,717	47%	2%	89%
Gradimento spettacolo	2,57	3,00	972	39	0,670	65%	2%	94%
Programma	2,51	3,00	975	36	0,679	60%	2%	94%
Giudizio generale	2,59	3,00	988	23	0,651	66%	1%	94%

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

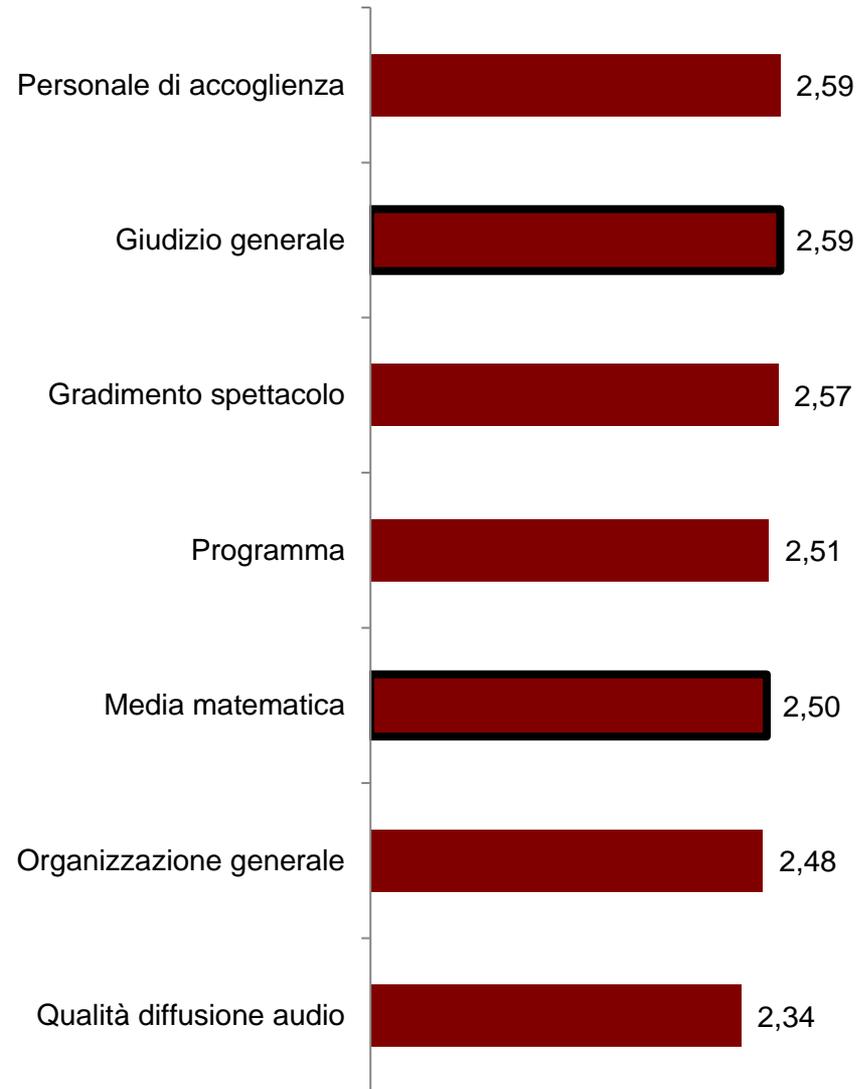
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,50).

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

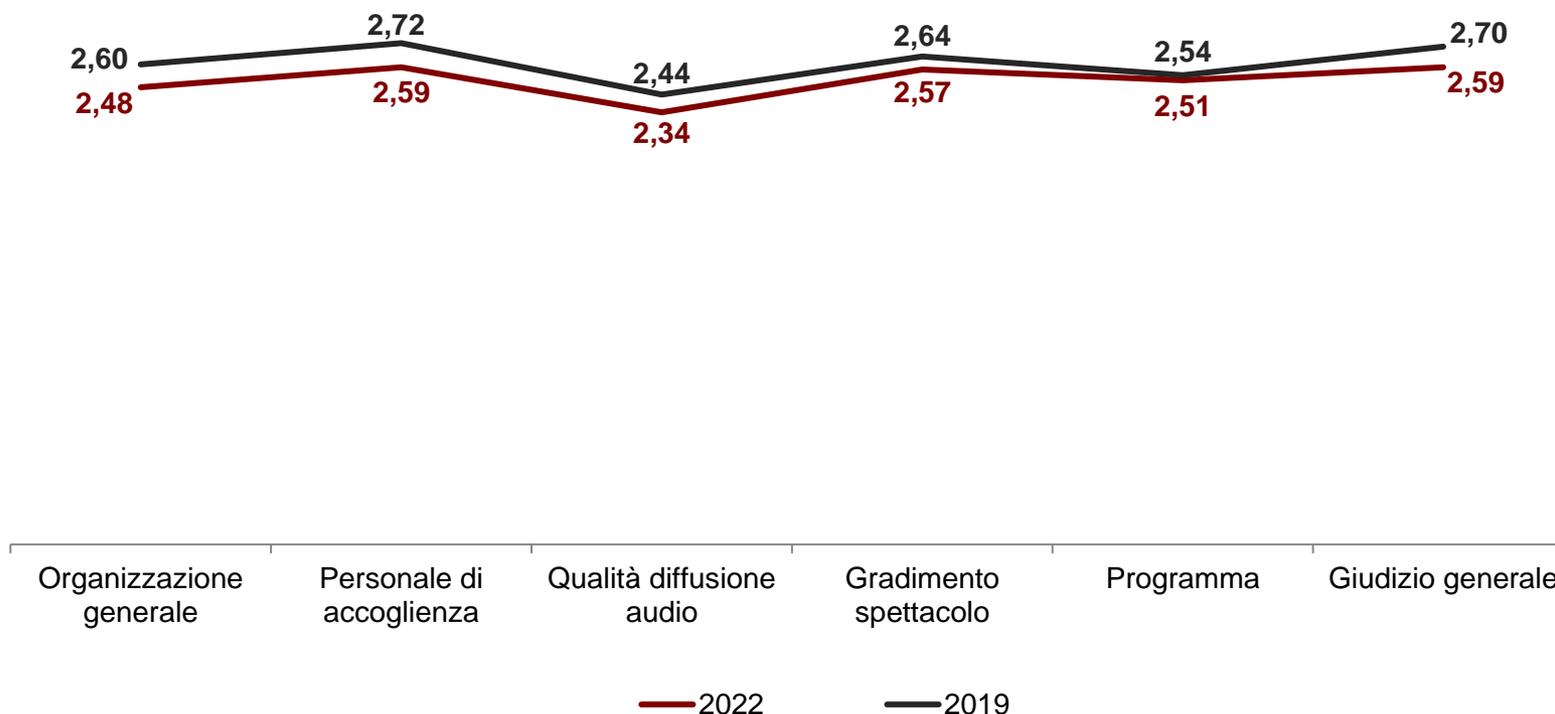
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2019-2022

Rispetto alla precedente indagine effettuata nel 2019^(*), il trend risulta piuttosto costante e lineare senza discrepanze significative.

In generale si registra una lieve flessione del livello medio di soddisfazione sulle variabili oggetto di indagine, pur restando tutti i valori al di sopra dello standard minimo di 2,20.

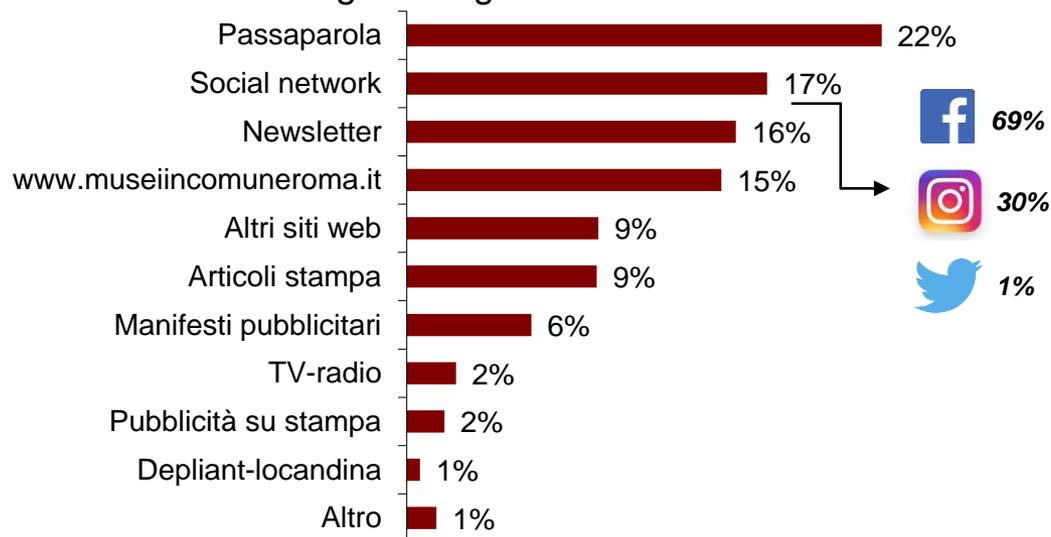


**Nel biennio 2020-2021 non si è tenuta l'iniziativa Musei in Musica, pertanto non è stato possibile effettuare la survey.*

Come è venuto a conoscenza dell'evento *Musei in Musica*

Tra i mezzi di comunicazione attraverso cui gli intervistati vengono a sapere di tale evento prevale il **passaparola** (22%; in calo dal 30% emerso nella scorsa indagine); poi seguono i **social network**, che rappresentano il 17% (nel 2019 erano il 19%, di cui il 69% si riferisce a *Facebook*, cfr. grafico sottostante), la **newsletter** (in aumento da 4% a 16%) e il portale **www.museiincomuneroma.it** (passa da 8% a 15%).

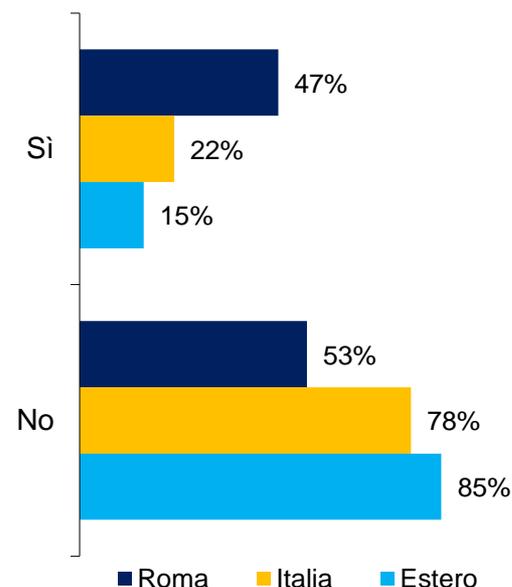
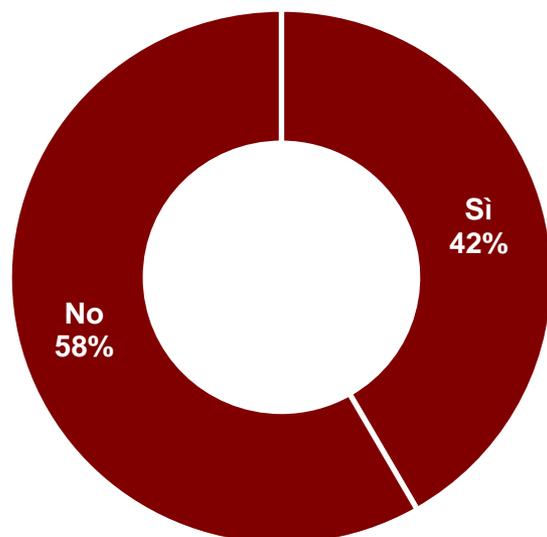
Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-39 anni, nuovi visitatori, che partecipano per la prima volta all'evento e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece i social network prevalgono tra gli italiani (inclusi i romani), giovani di età 19-34 anni, che hanno già visitato il museo scelto e aderito all'iniziativa in passato, nel complesso abbastanza soddisfatti. Infine la newsletter è il canale predominante per gli spettatori romani, appartenenti alle fasce di età adulta 40-54 anni e 65-74 anni, alcuni già stati nel *Sistema Musei* di Roma Capitale, la maggior parte di essi non ha partecipato alle precedenti edizioni di questa iniziativa e il loro giudizio generale è molto soddisfacente.



Partecipazione alle edizioni precedenti

La maggior parte degli intervistati (58% sul campione totale) afferma di **non avere partecipato alle precedenti edizioni di tale iniziativa** (63% nel 2019), mentre il 42% risponde di esservi già stato (nell'indagine precedente era il 37%).

È significativo che ad avere partecipato alle edizioni precedenti di tale iniziativa siano in particolare i visitatori romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età adulta al di sopra dei 55 anni, che hanno già visitato il museo/spazio scelto, il loro giudizio è uguale alle aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece vi partecipano per la prima volta soprattutto i turisti, in prevalenza stranieri, di età inferiore ai 54 anni (la percentuale sale maggiormente per i giovani fino ai 25 anni), nuovi visitatori, che hanno un giudizio superiore alle attese o ne sono privi e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.



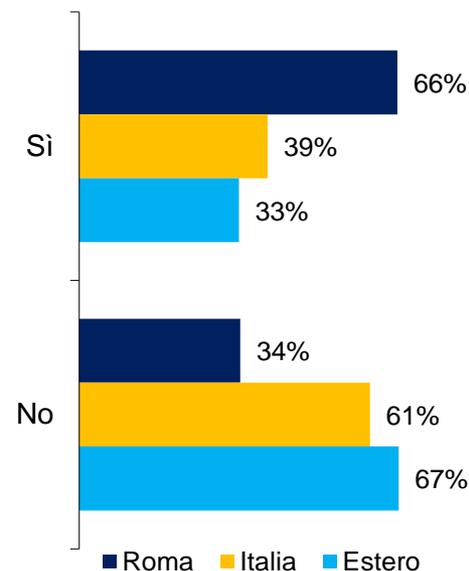
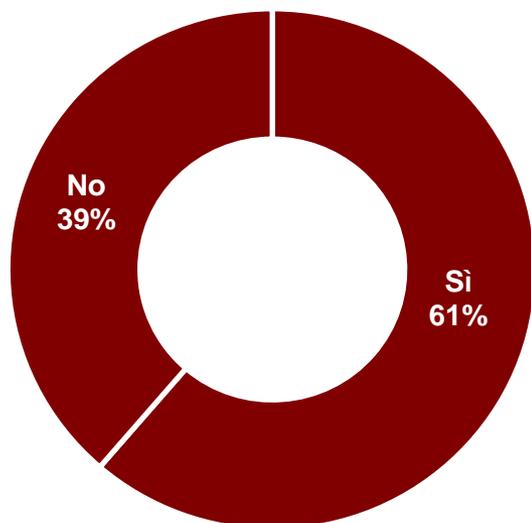
Ha già visitato questo museo/spazio culturale

Il 61% sul totale degli intervistati dichiara di **avere già visitato il museo/spazio culturale** in cui si è recato per partecipare all'evento (62% nell'indagine precedente), mentre il 39% vi si reca per la prima volta (38% nel 2019) in occasione dell'iniziativa *Musei in Musica*.

Risulta significativo che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età adulta al di sopra dei 45 anni, che hanno partecipato alle precedenti edizioni dell'iniziativa, il cui giudizio è uguale alle proprie attese.

Invece a recarsi per la prima volta sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane fino ai 34 anni, che non hanno aderito all'iniziativa in passato, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

Tra i Musei Civici già visitati dagli intervistati emergono i *Mercati di Traiano* e la *Centrale Montemartini*, mentre ai *Musei Capitolini* prevalgono i nuovi visitatori.

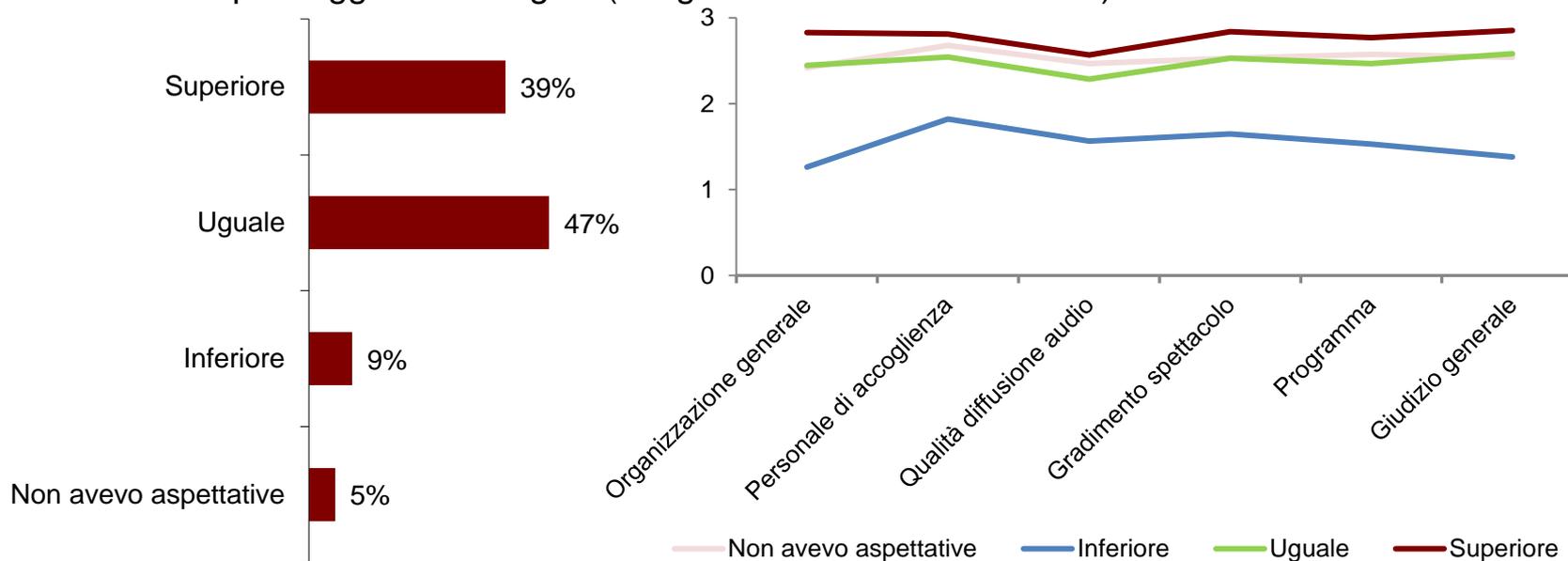


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 47% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle aspettative**, per il 39% è superiore, mentre per il 9% il giudizio è inferiore alle proprie attese. Il 5% 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, di età 40-64 anni, diplomati, che non hanno mai aderito all'iniziativa, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle proprie attese in particolare per coloro che sono già stati nei musei/spazi scelti per tale evento, di età giovane 19-39 anni o adulta over 65 anni, con un titolo di laurea/post laurea, hanno già partecipato alle precedenti edizioni 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 (*cf.* 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 *Musei in Musica* è pari al **62%**.

Si evidenzia che il 22% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori", mentre solo il restante 8% rientra nella categoria dei "detrattori" (valutazioni comprese nell'intervallo tra 0 e 6).

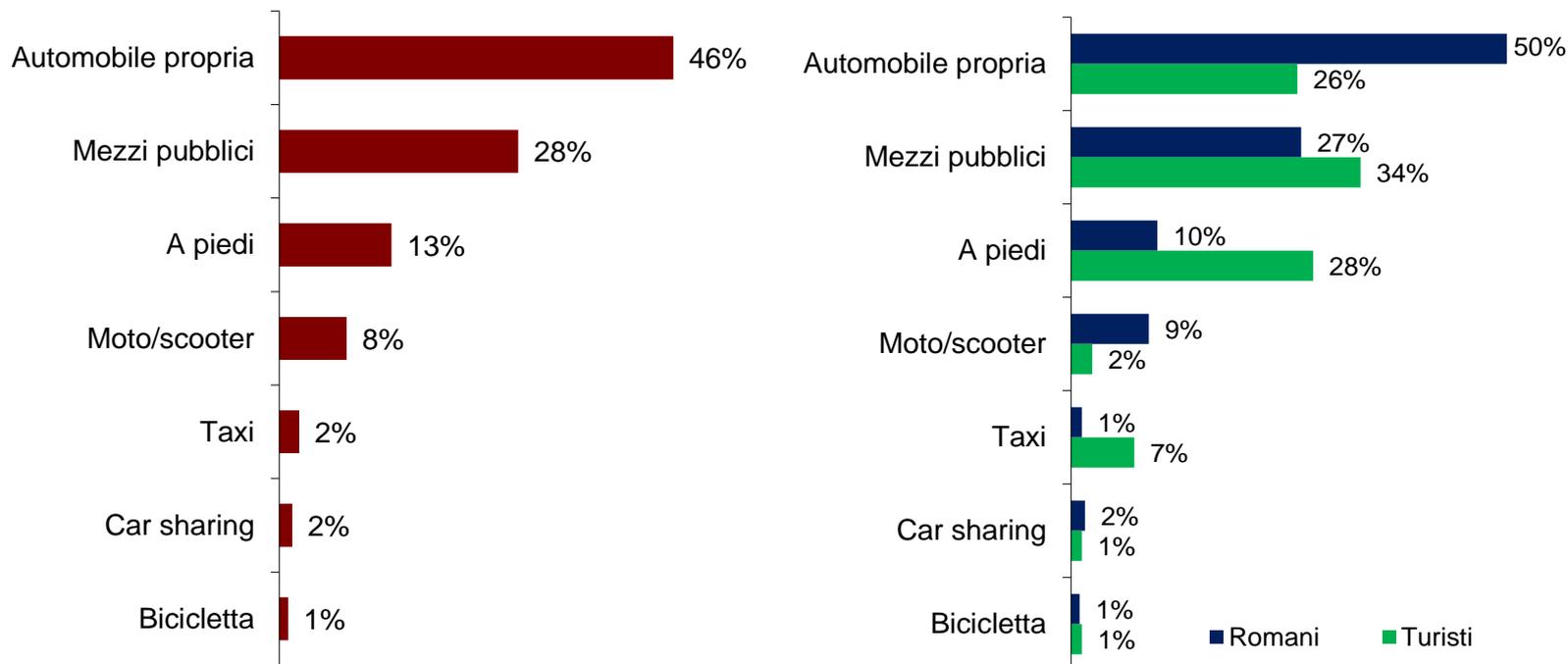


NET PROMOTER SCORE <i>Musei in Musica 2022</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	11	3	6	6	26	20	54	166	207	483
0,6%	1%	0,3%	0,6%	0,6%	3%	2%	5%	17%	21%	49%
DETRACTORI = 8%							PASSIVI = 22%		PROMOTORI = 70%	
70% - 8% = 62%										

Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento

Il 46% sul campione totale dichiara di avere utilizzato la propria **«automobile»** per raggiungere il luogo dell'evento, il 28% vi è giunto con i **«mezzi pubblici»**, il 13% vi si è recato **«a piedi»**, l'8% in **«moto/scooter»**, un 2% ha scelto il **«taxi»** e un 2% il **«car sharing»**, mentre il restante 1% la **«bicicletta»**.

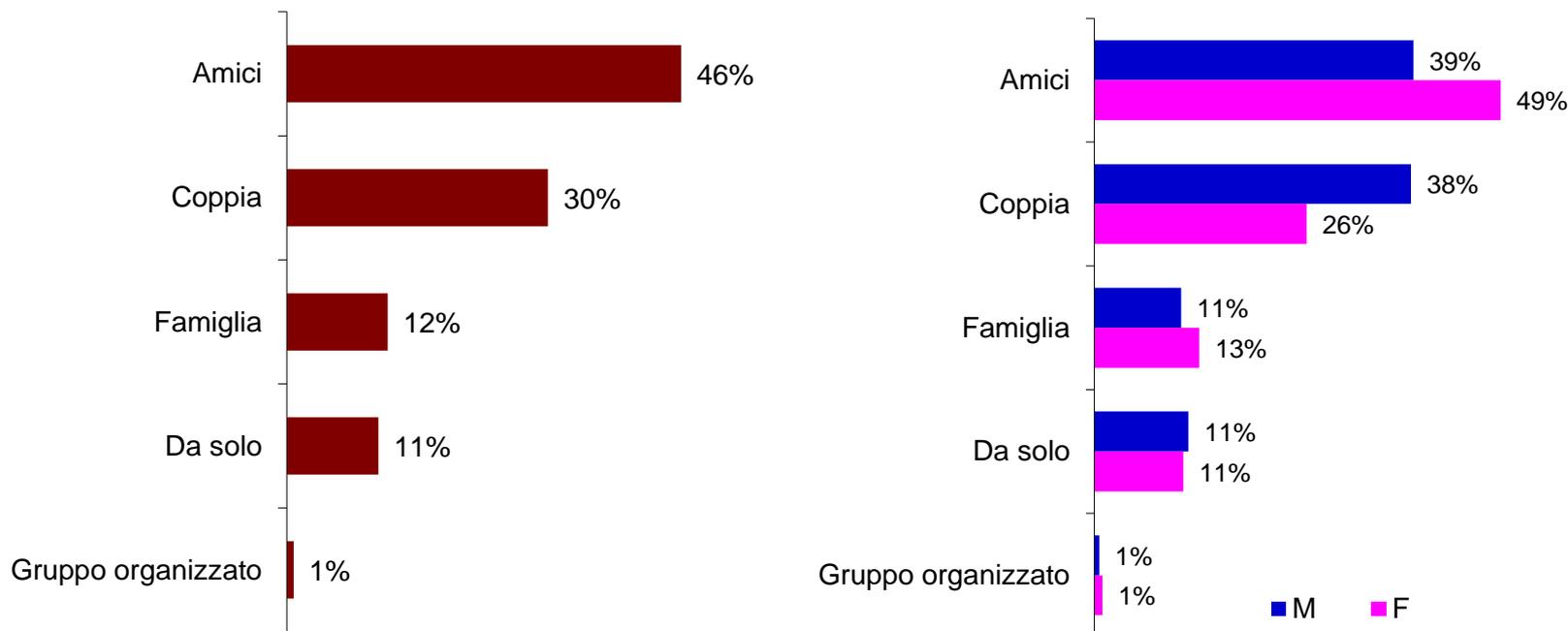
Risulta significativo che ad essersi spostati in automobile siano principalmente i romani (*cfr.* grafico in basso a destra), di età adulta oltre i 45 anni e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. A prediligere i mezzi pubblici sono stati in prevalenza i turisti (soprattutto italiani), di età giovane 19-34 anni, nel complesso molto soddisfatti. Invece a muoversi a piedi sono in particolare i turisti stranieri, di età 35-44 anni, il cui giudizio sull'iniziativa è molto soddisfacente.



Con chi ha partecipato all'evento

Il 46% degli intervistati dichiara di avere partecipato all'evento *Musei in Musica* con «**amici**», il 30% «*in coppia*», il 12% con la propria «*famiglia*», l'11% «*da solo*» e il restante 1% con un «*gruppo organizzato*».

Risulta significativo che a venire con gli amici siano in particolare le donne (*cf.* grafico sottostante a destra), turisti, sia italiani che stranieri, di età giovane 19-34 anni, nuovi visitatori, che non hanno mai aderito all'iniziativa e si ritengono nel complesso abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi all'evento in coppia sono stati principalmente gli uomini, romani, di età adulta 45-74 anni, alcuni già stati nel museo/spazio culturale scelto e hanno partecipato all'evento in passato, in generale molto soddisfatti.



Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo/spazio culturale

Il 48% sul campione totale dichiara di avere scelto il museo/spazio culturale per gli «**spettacoli**», il 16% per la «*collezione*», un 10% per la «*mostra*» e un 10% per «*comodità/vicinanza*», il 9% per «*stare con gli amici*», il 3% «*per caso*» e il restante 4% risponde «*altro*».

Risulta significativo che a rispondere di avere scelto il museo/spazio culturale per gli spettacoli siano stati in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), di età 45-74 anni, che affermano di avere partecipato alle edizioni precedenti dell'evento, sono già stati in tali musei/spazi e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece la collezione prevale per i turisti (sia italiani che stranieri), appartenenti alle fasce d'età 26-44 anni, che non hanno aderito in passato a tale iniziativa, nuovi visitatori e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.



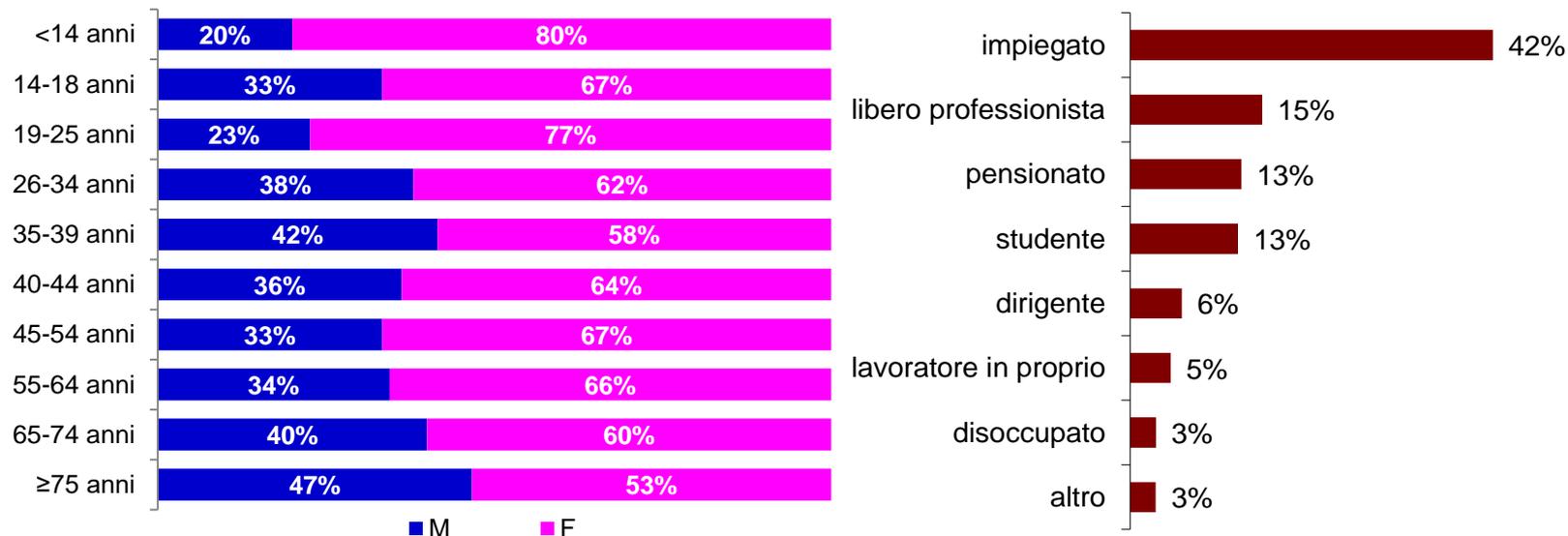
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** col 65% sul campione totale (59% nel 2019), soprattutto nelle fasce dei giovani fino ai 25 anni ed adulti 45-64 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei **45-64 anni** (43% sul totale; nel 2019 la percentuale era pari al 29%), mentre diminuiscono i giovani di età **19-34 anni** (passano dal 48% nella scorsa indagine al 28%).

Il 72% del campione totale dichiara di avere conseguito **un titolo di laurea o specializzazione post laurea** (71% nel 2019).

Rispetto alle categorie professionali, anche quest'anno prevalgono gli **impiegati** (42%; nell'indagine precedente erano il 37%); seguono i **liberi professionisti** (15%; stessa percentuale nel 2019), i **pensionati** (aumentano da 5% a 13%) e gli **studenti** (scendono da 22% a 13%).

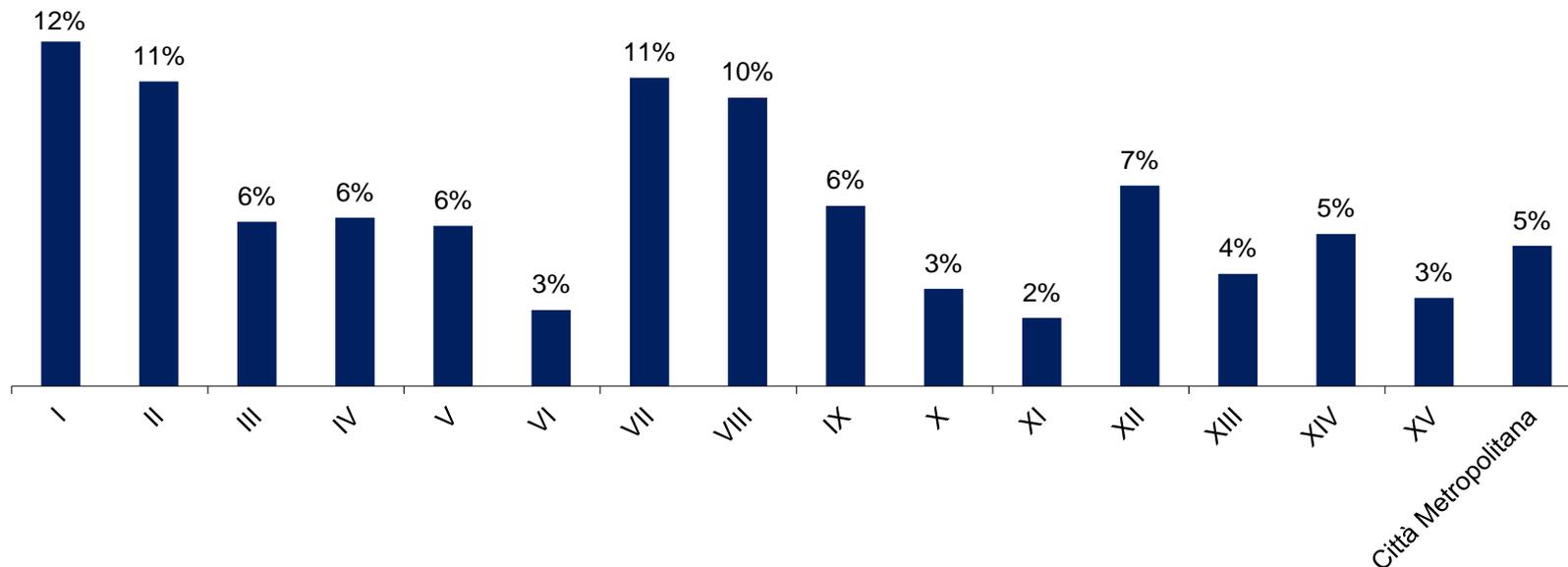
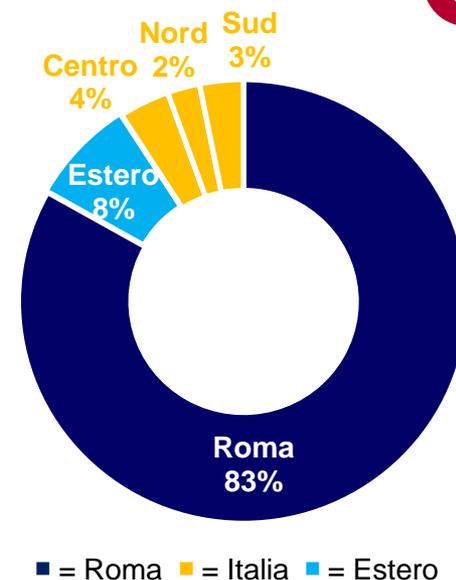


Analisi socio-demografica: genere e provenienza

L'83% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (in aumento dal 70% emerso nel 2019), il 9% giunge da altre città italiane (in calo dal 21% della scorsa indagine) e il restante 8% proviene dall'estero (in lieve discesa dal 9%).

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, emergono soprattutto i **Municipi I** (12%) e i **Municipi II e VII** (11% per ciascuno di essi).

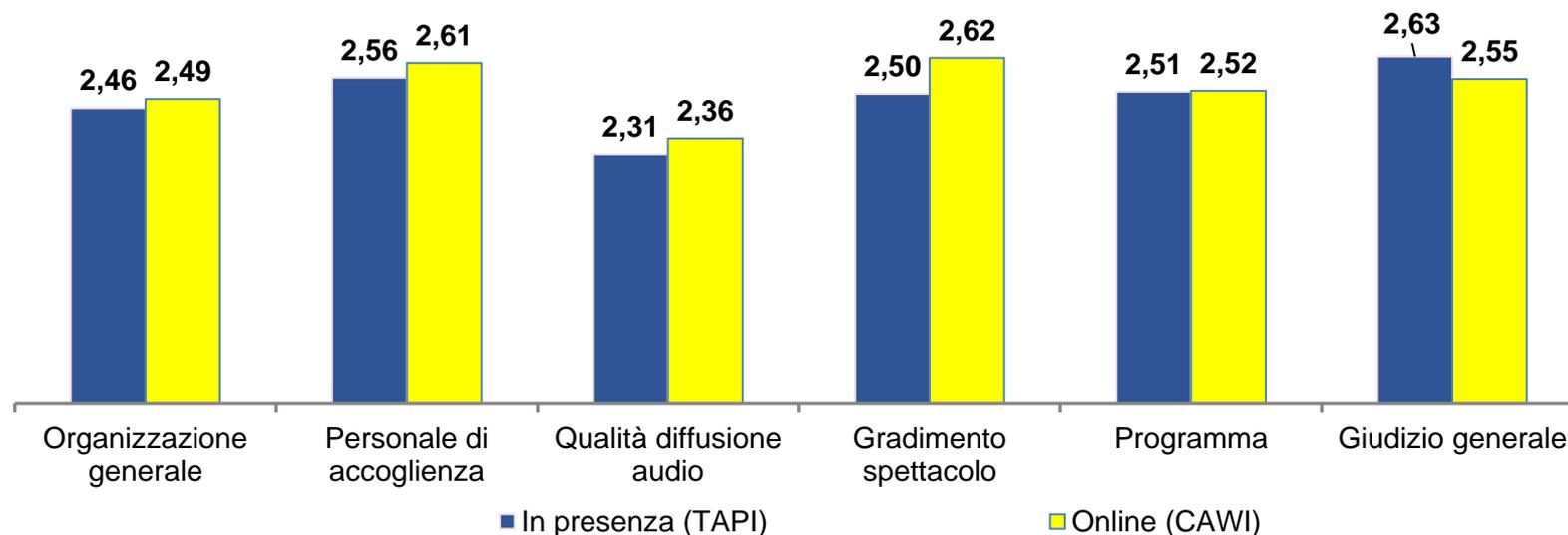
Dal grafico sottostante si denota un'adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono in tutto il territorio capitolino.



Analisi univariate per tipologia di indagine

Analizzando il livello medio di soddisfazione dei vari aspetti, si denota un gradimento leggermente più alto per i 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 rispetto all'indagine effettuata in presenza la serata del 19 novembre presso i *Musei Capitolini*. Inoltre si rileva una variazione minima della media sul programma, mentre il giudizio generale è l'unico aspetto che ha un valore più alto per la survey realizzata in presenza.

È significativo che per la survey online (CAWI) sia più alta la percentuale di spettatori romani, di età adulta al di sopra dei 45 anni, che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite il portale www.museiincomuneroma.it, i social network e la newsletter, molti di essi hanno partecipato alle precedenti edizioni di *Musei in Musica* e hanno già visitato i musei/spazi culturali scelti per trascorrere la serata del 19 novembre.



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.
Le variabili più correlate tra di loro risultano essere il programma col gradimento dello spettacolo visto, ma anche l'organizzazione generale con il personale di accoglienza.

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i>***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Qualità diffusione audio	Gradimento spettacolo	Programma	Giudizio generale
Organizzazione generale	1,000	,511**	,436**	,507**	,507**	,645**
Personale di accoglienza	,511**	1,000	,391**	,370**	,393**	,451**
Qualità diffusione audio	,436**	,391**	1,000	,482**	,434**	,506**
Gradimento spettacolo	,507**	,370**	,482**	1,000	,569**	,608**
Programma	,507**	,393**	,434**	,569**	1,000	,549**
Giudizio generale	,645**	,451**	,506**	,608**	,549**	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 *Musei in Musica 2022* gli aspetti che risultano più correlati al livello medio di soddisfazione sull'iniziativa sono quelli relativi all'**organizzazione generale** e al **gradimento dello spettacolo**.

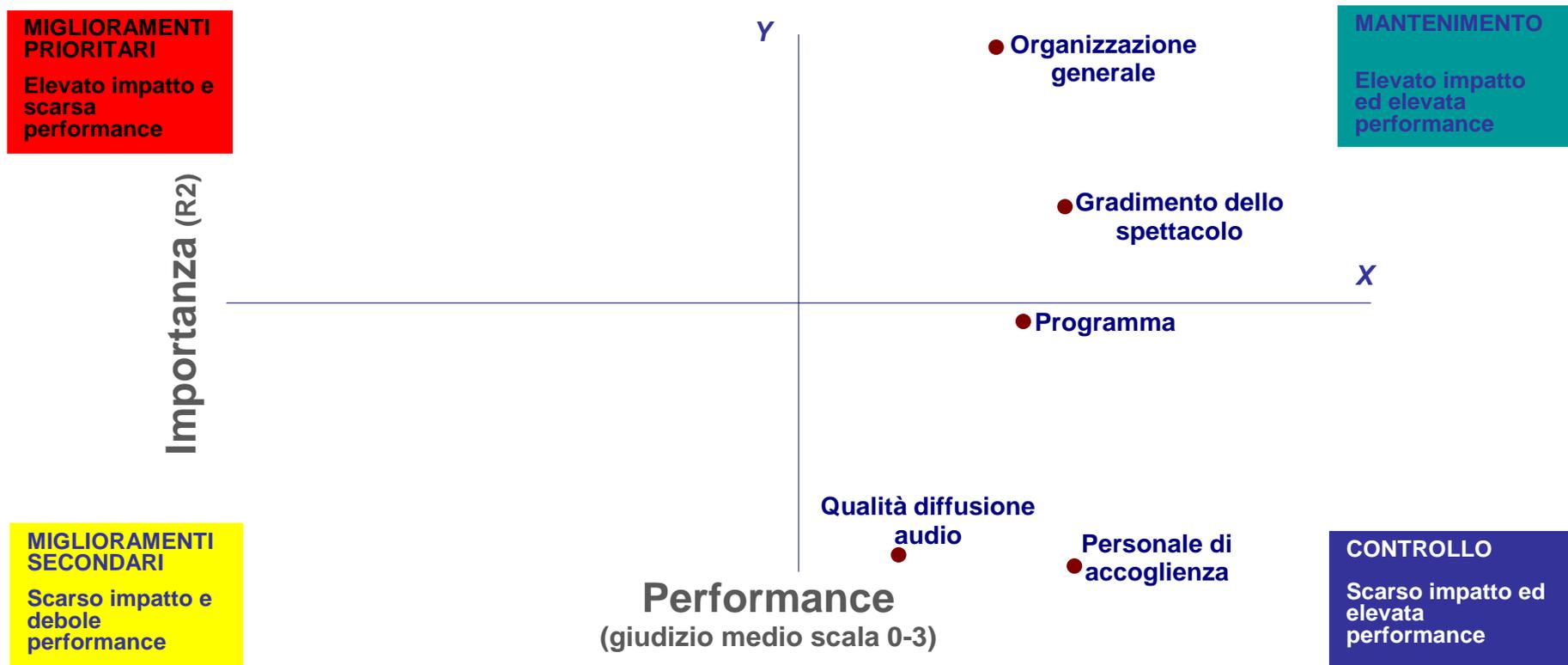
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sull'esperienza complessiva.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Organizzazione generale	0,645
Gradimento spettacolo	0,608
Programma	0,549
Qualità diffusione audio	0,506
Personale di accoglienza	0,451

Mapa delle priorità (Regressione lineare)

Nella mappa sottostante l'**organizzazione generale** risulta essere l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente poiché si colloca nel quadrante in alto a destra, insieme al **gradimento dello spettacolo**. Non emergono variabili oggetto d'indagine 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

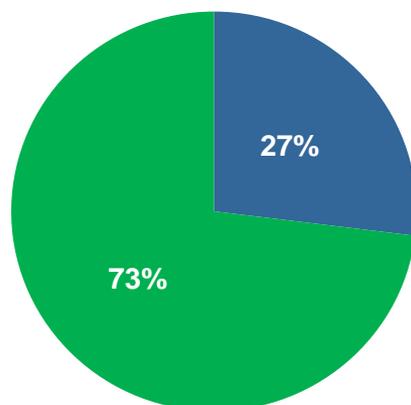
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (270 individui nel *Cluster 1* e 732 nel *Cluster 2*; n. 9 casi mancanti).

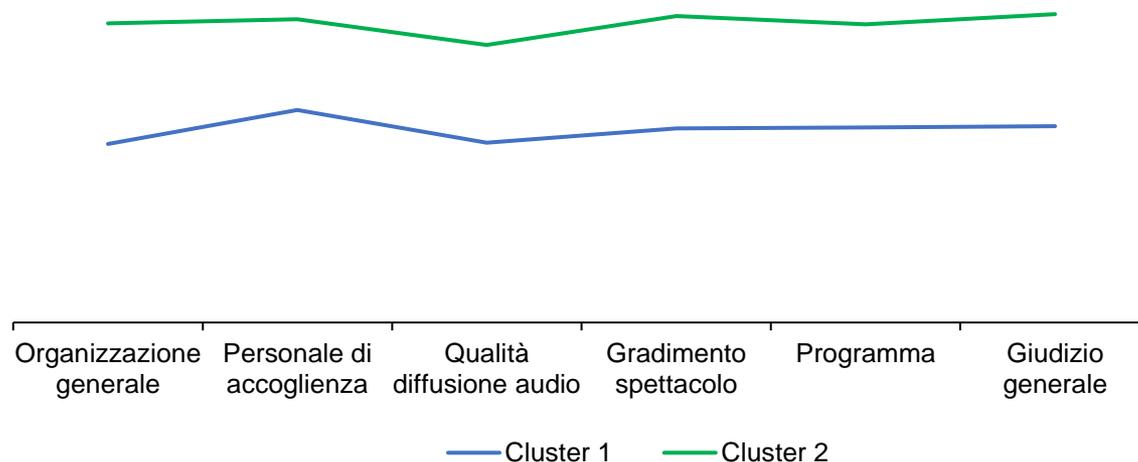
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; di età giovane 19-44 anni; laureati; residenti soprattutto nei Municipi centrali I-II-III o nei Comuni della Città Metropolitana; studenti e liberi professionisti; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite passaparola e social network; si recano all'evento a piedi; vengono in compagnia di amici; molti partecipano per la prima volta all'evento e non hanno mai visitato il museo/spazio culturale scelto; si recano per la collezione e per accompagnare i propri amici; giudizio uguale o inferiore alle aspettative.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; di età adulta 45-74 anni; diplomati; residenti soprattutto nei Municipi VII-VIII-XII; impiegati e pensionati; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite portale MiC e newsletter; si recano all'evento con i mezzi pubblici o in automobile; vengono da soli, in coppia o con la propria famiglia; alcuni hanno già partecipato all'evento e in passato hanno visitato il museo/spazio culturale scelto; si recano per gli spettacoli e le mostre temporanee; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



ELOGI bellissima iniziativa, ottima, superlativa (44); continuare così, da ripetere più volte durante l'anno (40); altro (16). **Totale 100**

SUGGERIMENTI

COMUNICAZIONE programmazione e depliant poco chiari e dettagliati, non si capisce dove sia necessaria la prenotazione (20); maggiore promozione dell'evento (15); anticipare la diffusione del programma (12); manca una mappa dei vari siti (6); non è stato specificato che l'evento all'Ara Pacis fosse a numero chiuso (5); altro (6). **Totale 64**

ORGANIZZAZIONE file lunghe, troppa attesa per entrare (35); replicare o distribuire gli eventi nell'arco dell'anno per evitare tanta confusione in un'unica serata (14); da migliorare l'organizzazione in generale (10); altro (3). **Totale 62**

PROGRAMMA ampliare la varietà degli spettacoli, anche con rievocazioni storiche, visite guidate, generi musicali diversi (20); aumentare il numero degli spazi (11); lo spettacolo non è stato all'altezza della *location* (9); aggiungere più eventi musicali nell'arco della serata, con maggiore frequenza, anche continuativi (6); invitare più personaggi di spicco (6). **Totale 52**

SPETTACOLO più posti a sedere (13); alzare il palco, artisti poco visibili (10); concerti più lunghi (10); migliorare l'acustica (5); altro (5). **Totale 43**

PRENOTAZIONE dare la possibilità agli spettatori di prenotare anche online. **Totale 35**

PERSONALE sgarbato, poco cortese e professionale (8); altro (3). **Totale 11**

ORARIO anticipare l'apertura (7); altro (3). **Totale 10**

ALTRO. Totale 23

Totale 300 Suggerimenti
Musei in Musica 2022

Allegato 1 – Campione questionari per musei/spazi visitati

SURVEY MUSEI IN MUSICA 2022	
Musei Capitolini	546
Mercati di Traiano	63
Centrale Montemartini	62
Museo di Roma	49
Museo dell'Ara Pacis	43
Musei di Villa Torlonia	26
Museo Napoleonico	19
Galleria d'Arte Moderna	19
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	16
Museo Carlo Bilotti	15
Museo di Roma in Trastevere	12
Museo delle Mura	6
Museo Civico di Zoologia	6
Museo Pietro Canonica	5
Museo della Repubblica Romana	3
Planetario di Roma	1
Museo Casal de' Pazzi	1
TOTALE SISTEMA MUSEI DI ROMA CAPITALE	892
Palazzo Lateranense	24
Polo Museale Sapienza	14
Palazzo delle Esposizioni	12
Camera dei Deputati	10
Complesso del Vittoriano e Palazzo Venezia	8
Museo Ebraico	8
Acquario Romano	6
Teatro dell'Opera	6
Accademia di Ungheria	5
Senato della Repubblica	4
Accademia Nazionale di San Luca	3
Accademia di Romania	2
Mattatoio	2
Palazzo Bonaparte	2
Palazzo Marina	2
Auditorium Parco della Musica	1
Orto Botanico	1
WeGil	1
TOTALE ALTRI SPAZI/MUSEI	111

88%

12%

Allegato 2 – 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"/>
Qualità della diffusione audio	<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>Musei in Musica 2022</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è:

Superiore Uguale Inferiore Senza aspettative

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

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

Come è venuto a conoscenza dell'evento *Musei in 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"/> 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

Ha partecipato alle precedenti edizioni di questo evento? Sì No

Con chi ha partecipato all'evento? Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola

Ha già visitato questo museo/spazio culturale? Sì No

Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo/spazio culturale? Per gli spettacoli Per la collezione permanente

Per la mostra temporanea Per caso Per accompagnare amici Per comodità/vicinanza Altro

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 disoccupato lavoratore in proprio
 altro.....

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