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 2022-2023
- 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. **735** 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 25 novembre 2023**.

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 ±3,53%.

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 2023, 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 **2,64** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **96%**.
Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **gradimento dello spettacolo** (2,66) e il **personale di accoglienza** (2,64).

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 **programma** (*cfr.* pp. 19-21).
Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono quelli relativi all'**organizzazione generale** (n. 42 suggerimenti) e alla **comunicazione** (n. 37 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da cittadini **romani** (78%), **impiegati** (40%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (70%), soprattutto appartenenti alle fasce di età **19-34 anni** (37%) e **45-64 anni** (29%).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono il **passaparola** (32%), i **social network** (18%) e il portale **www.museiincomuneroma.it** (13%).
Risulta significativo che il *passaparola* sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-25 anni e 45-54 anni, nuovi visitatori, che partecipano per la prima volta all'evento e sono privi di aspettative. Invece i *social network* prevalgono tra gli italiani (inclusi i romani), di età 26-44 anni, che hanno già visitato il museo scelto e aderito a *Musei in Musica* in passato, con giudizio uguale o inferiore alle attese. Infine il portale *www.museiincomuneroma.it* è il canale predominante soprattutto per gli spettatori romani, di età adulta 55-74 anni, alcuni già stati nel *Sistema Musei* di Roma Capitale, la maggior parte di essi ha partecipato alle edizioni precedenti di questa iniziativa e il loro giudizio è superiore alle proprie aspettative.

Tabella riassuntiva

Musei in Musica 2023	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,50	3,00	731	4	0,663	57%	2%	94%
Personale di accoglienza	2,64	3,00	729	6	0,593	69%	1%	96%
Qualità diffusione audio	2,50	3,00	725	10	0,676	58%	2%	93%
Gradimento spettacolo	2,66	3,00	723	12	0,583	71%	1%	96%
Programma	2,56	3,00	723	12	0,643	63%	1%	94%
Giudizio generale	**2,64**	**3,00**	**735**	**0**	**0,598**	**68%**	**1%**	**96%**

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

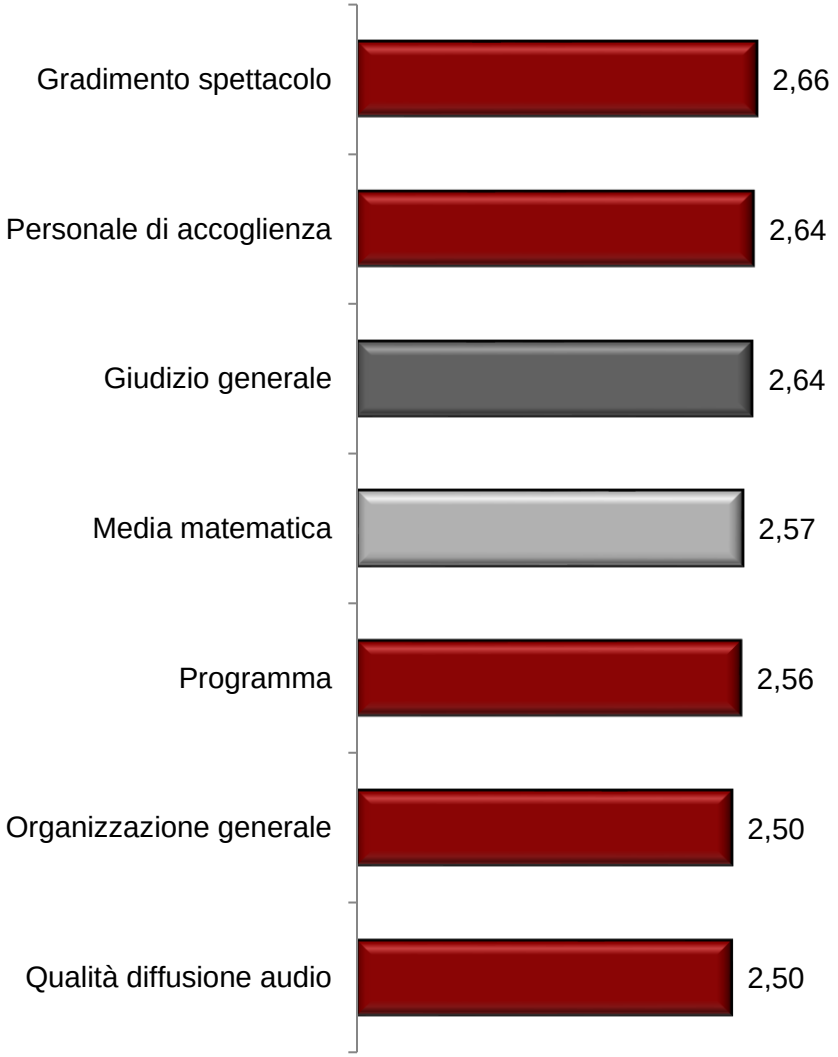
***La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,57).*

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.

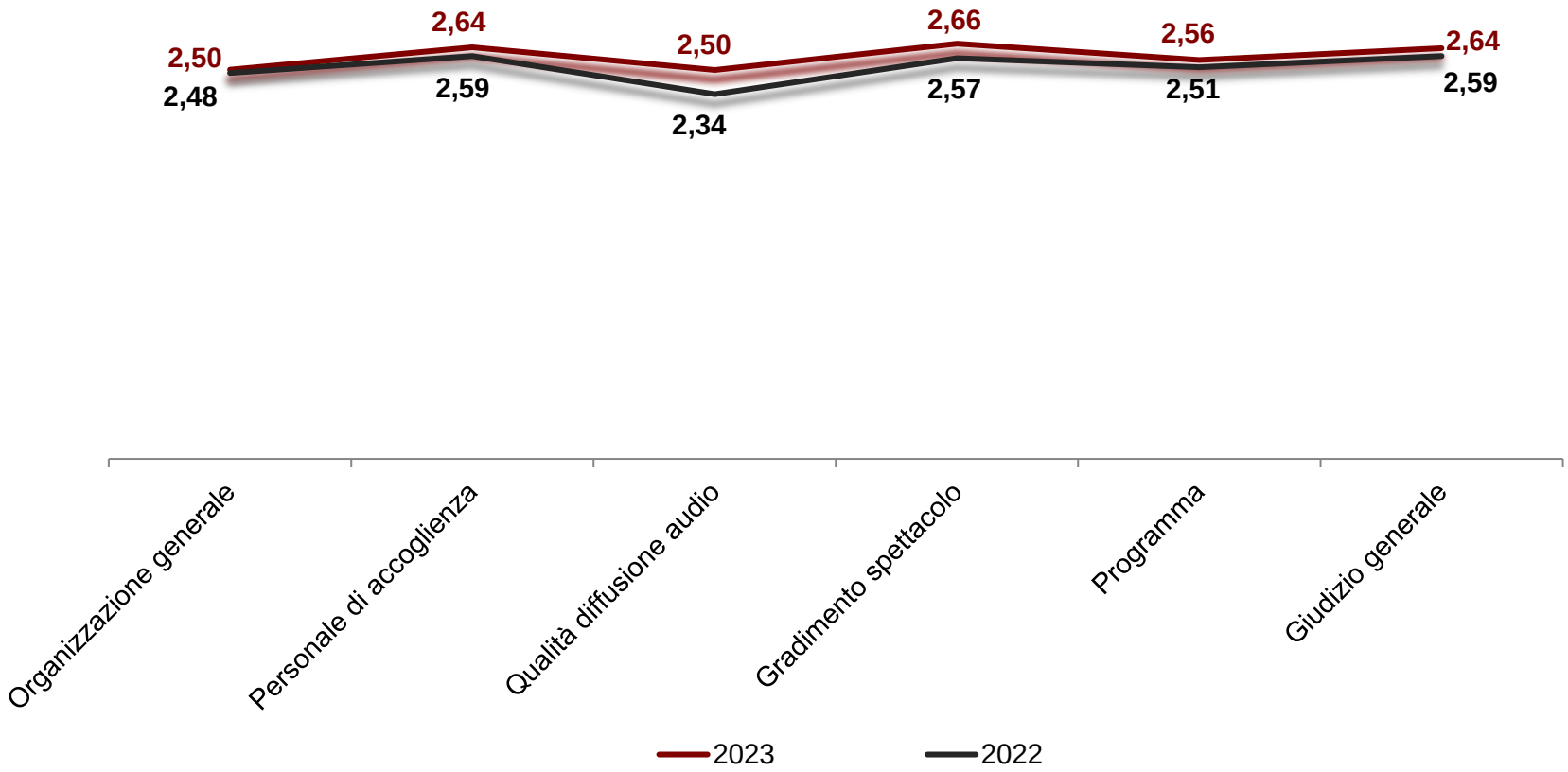
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard di 2,20.



Analisi del trend 2022-2023

Rispetto alla precedente indagine effettuata nel 2022, il trend risulta piuttosto costante e lineare senza discrepanze significative.

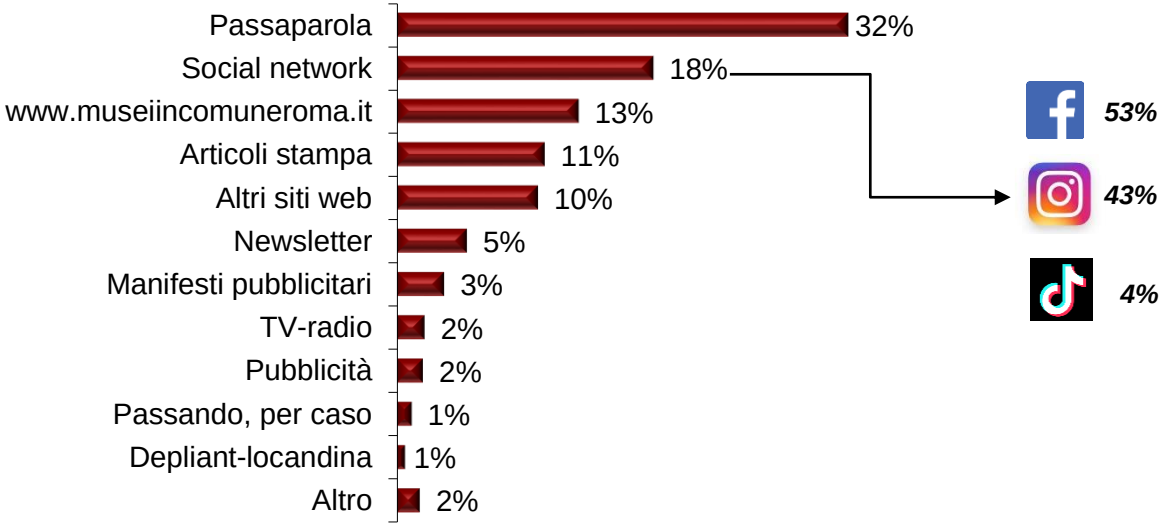
In generale si registra un incremento generale del livello medio di soddisfazione su tutte le variabili oggetto di indagine, in particolare sulla qualità della diffusione audio.



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** (32%; in aumento dal 22% emerso nella scorsa indagine); poi seguono i **social network**, che rappresentano il 18% (nel 2022 erano il 17%, di cui il 53% si riferisce a *Facebook*, il 43% a *Instagram* e il restante 4% *a Tik Tok - cfr.* grafico sottostante) e il portale **www.museiincomuneroma.it** (passa da 15% a 13%).

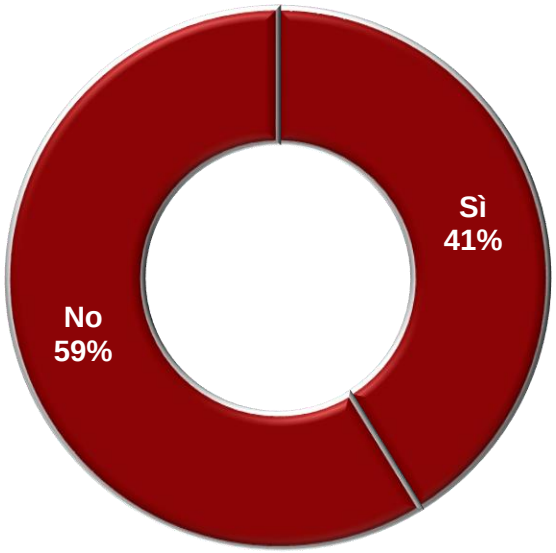
Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), di età 19-25 anni e 45-54 anni, nuovi visitatori, che partecipano per la prima volta all'evento e sono privi di aspettative. Invece i social network prevalgono tra gli italiani (inclusi i romani), di età 26-44 anni, che hanno già visitato il museo scelto e aderito a *Musei in Musica* in passato, con giudizio uguale o inferiore alle attese. Infine il portale www.museiincomuneroma.it è il canale predominante soprattutto per gli spettatori romani, di età adulta 55-74 anni, alcuni già stati nel *Sistema Musei* di Roma Capitale, la maggior parte di essi ha partecipato alle edizioni precedenti di questa iniziativa e il loro giudizio è superiore alle aspettative.

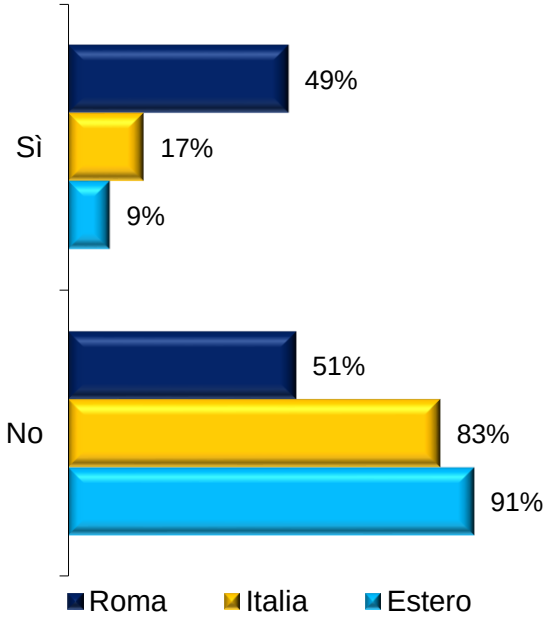


Partecipazione alle edizioni precedenti

La maggior parte degli intervistati (59% sul campione totale) afferma di **non avere partecipato alle precedenti edizioni di tale iniziativa** (58% nel 2022), mentre il 41% risponde di esservi già stato (nell'indagine precedente era il 42%).

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 45 anni, che hanno già visitato il museo/spazio scelto, il loro giudizio è uguale alle aspettative e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece vi partecipano per la prima volta soprattutto i turisti, in prevalenza stranieri, di età inferiore ai 39 anni (la percentuale sale maggiormente per la fascia dei 19-25 anni), nuovi visitatori, che hanno un giudizio superiore alle attese o ne sono privi e nel complesso sono molto soddisfatti.

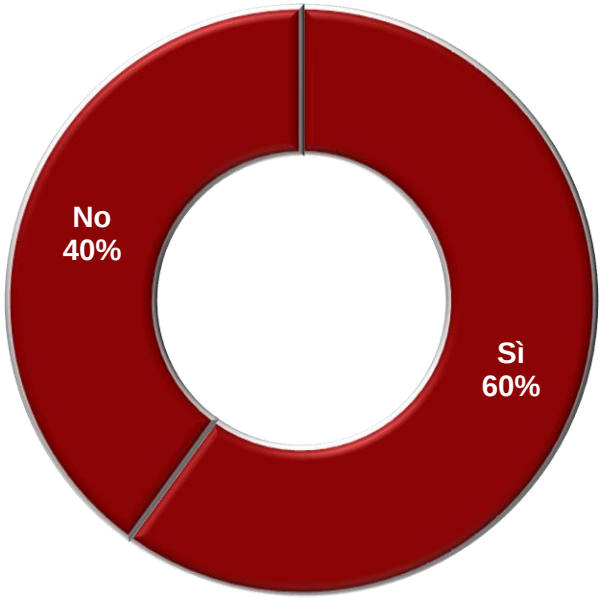


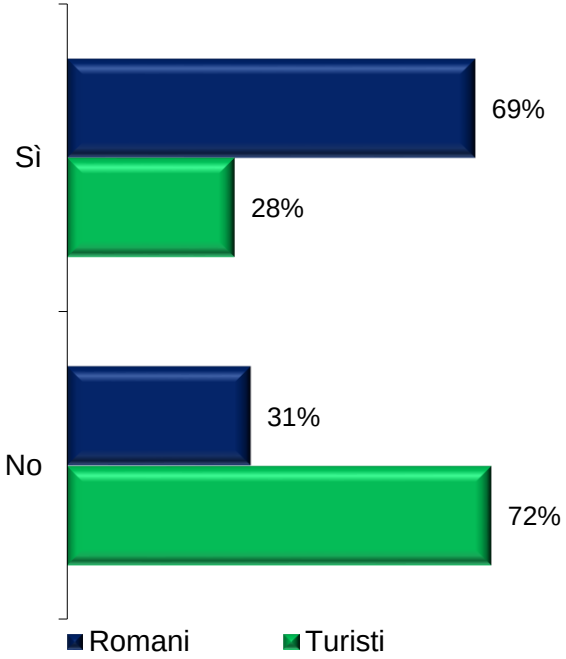


Ha già visitato questo museo/spazio culturale

Il 60% sul totale degli intervistati dichiara di **avere già visitato il museo/spazio culturale** in cui si è svolto l'evento (61% nell'indagine precedente), mentre il 40% vi si reca per la prima volta (39% nel 2022) 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 superiore o 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, privi di attese a priori.

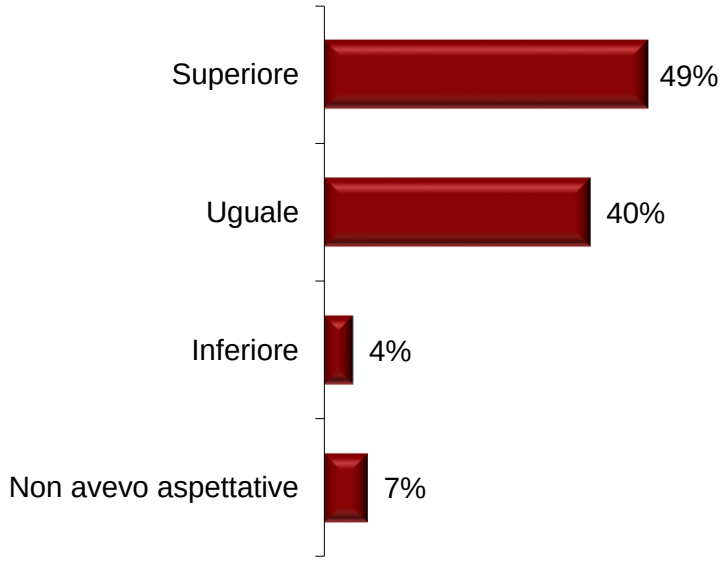


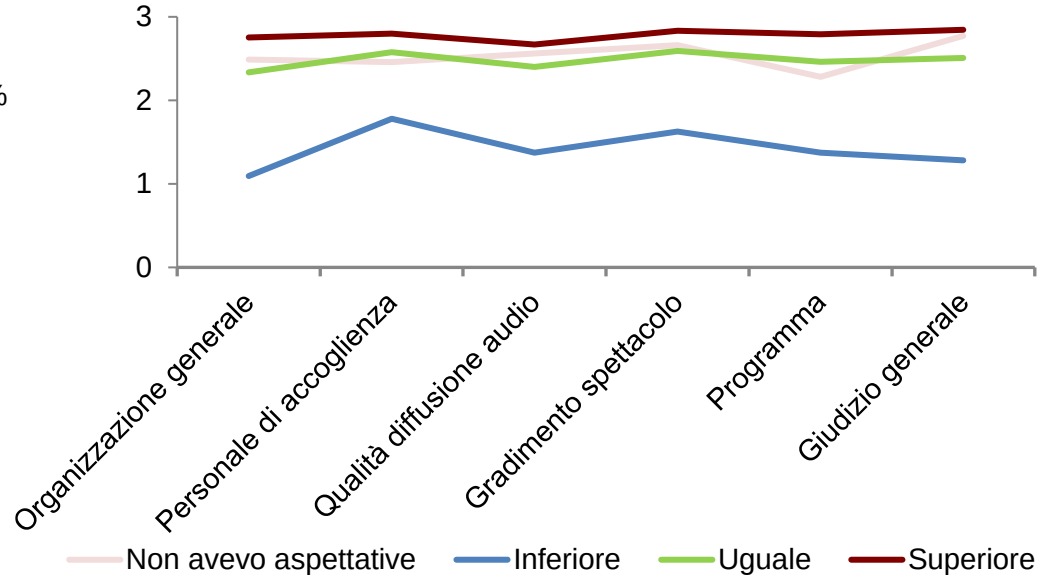


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 49% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle aspettative**, per il 40% è uguale, mentre per il 4% il giudizio è inferiore alle proprie attese. Il 7% sul campione totale afferma di non avere aspettative a priori.

È significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i visitatori italiani, di età 19-44 anni, alcuni già stati nei musei del Sistema ma non hanno mai aderito all'iniziativa *Musei in Musica*, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle proprie attese in particolare per i romani, di età adulta oltre i *4*5 anni, che hanno già visitato i musei/spazi scelti per tale evento e hanno partecipato alle precedenti edizioni, nel complesso abbastanza soddisfatti.
Infine ad essere privi di aspettative sono i turisti stranieri, di età 26-34 anni, nuovi visitatori e per la prima volta partecipano alla manifestazione culturale, di cui si ritengono molto soddisfatti.
Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cfr*. grafico sottostante a destra).



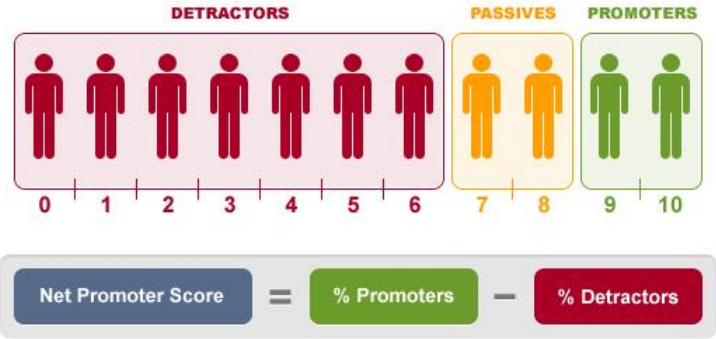


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 bene dell'evento a cui hanno partecipato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *Musei in Musica* è pari al **67%**.

Il 27% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "*promotori*". Invece nessun intervistato rientra nella categoria dei "*detrattori*" (valutazioni comprese nell'intervallo tra 0 e 6).

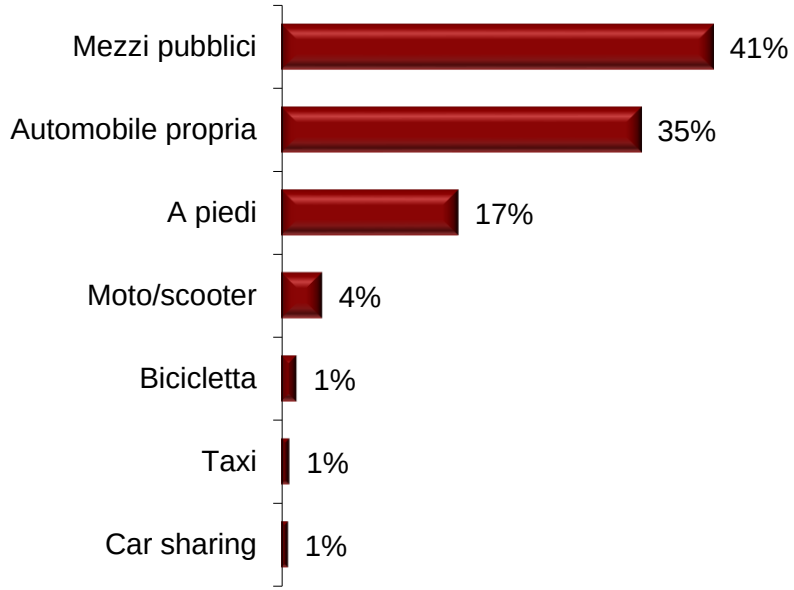


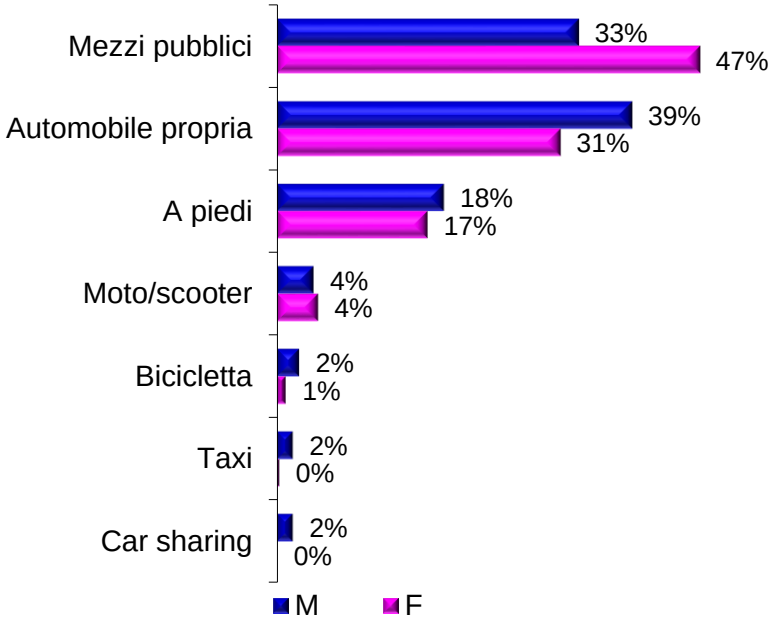
NET PROMOTER SCORE *Musei in Musica* 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0	3	4	9	4	9	50	143	168	340
0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	7%	20%	23%	47%
DETRATTORI = 3%							PASSIVI = 27%		PROMOTORI = 70%	
70%-3%=67%										

Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento

Il 41% sul campione totale dichiara di avere utilizzato i «*mezzi pubblici*» per raggiungere il luogo dell'evento, il 35% vi è giunto con la propria «***automobile***», il 17% vi si è recato «*a piedi*», il 4% in «*moto/scooter*», un 1% ha scelto la «*bicicletta*», un 1% il «*taxi*» e il restante 1% il «*car sharing*».

Risulta significativo che ad essersi spostati con i mezzi pubblici siano principalmente le donne (*cfr.* grafico in basso a destra), di età 19-39 anni, laureate, che giungono da altre province italiane e in generale si ritengono abbastanza soddisfatte. A prediligere l'automobile propria sono stati in prevalenza gli uomini, di età adulta al di sopra dei 40 anni, residenti a Roma, nel complesso molto soddisfatti. Invece a muoversi a piedi sono sia gli uomini che le donne, di età giovane inferiore ai 34 anni, in particolare turisti stranieri, il cui giudizio sull'iniziativa è molto soddisfacente.

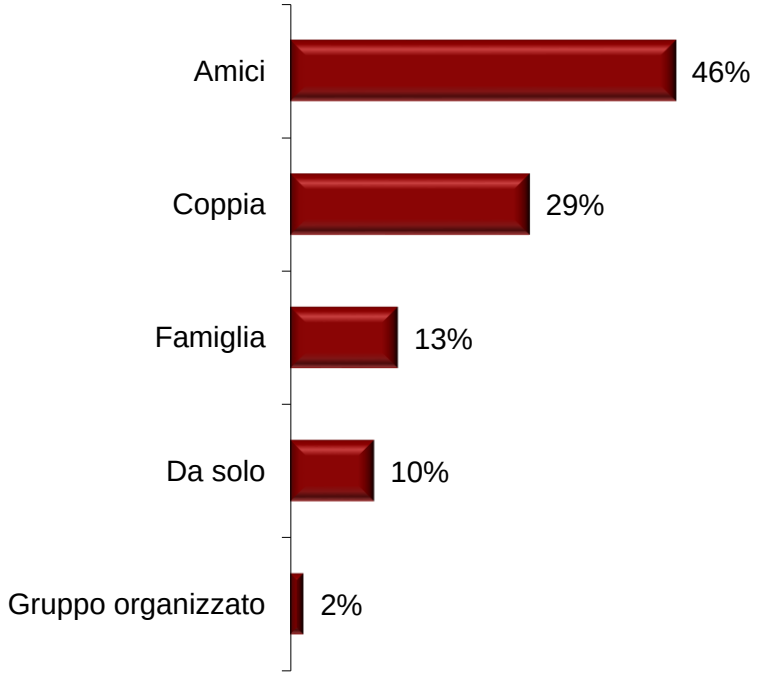


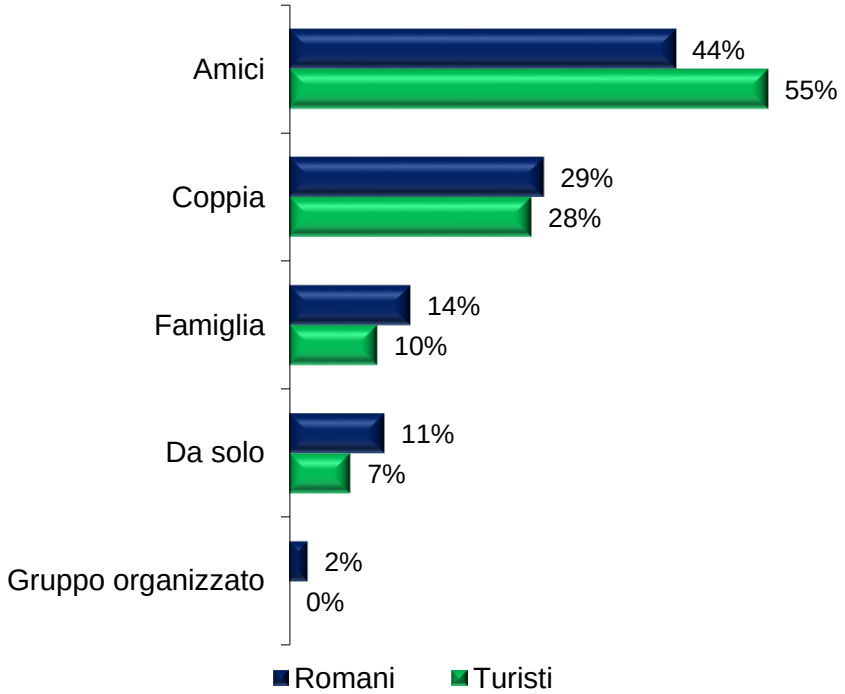


Con chi ha partecipato all'evento

Il 46% degli intervistati dichiara di avere partecipato all'evento *Musei in Musica* con «***amici***», il 29% «*in coppia*», il 13% con la propria «*famiglia*», il 10% «*da solo*» e il restante 2% con un «*gruppo organizzato*».

Risulta significativo che a venire con gli amici siano soprattutto i turisti (*cfr*. grafico sottostante a destra), in prevalenza donne, di età giovane 19-39 anni, laureati, diplomati o laureati, 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 i visitatori romani, di età adulta 40-54 anni, con titolo di specializzazione post laurea, alcuni già stati nel museo/spazio culturale scelto e hanno partecipato all'evento in passato, in generale molto soddisfatti.

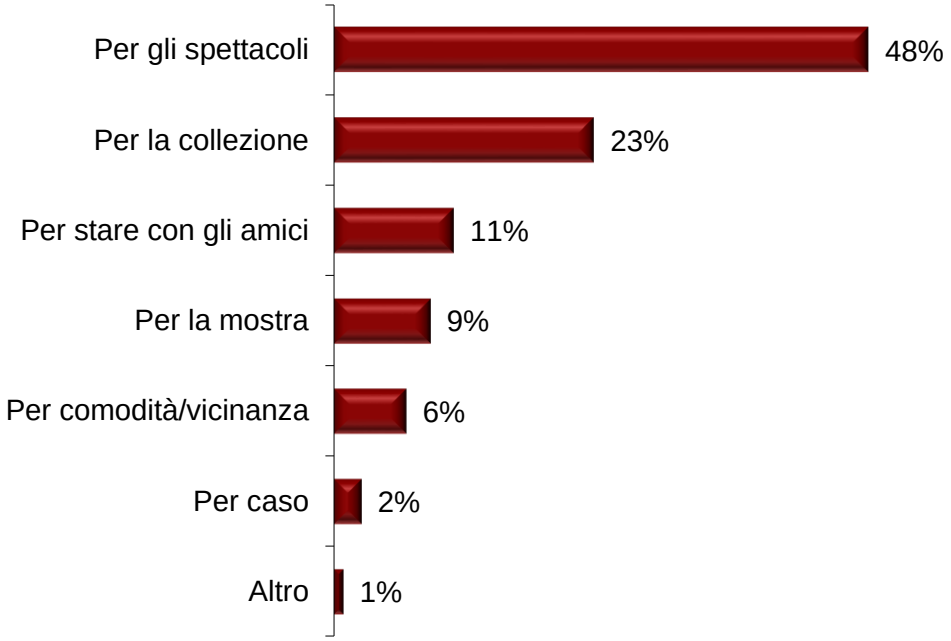




Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo/spazio culturale

Il 48% sul campione totale dichiara di avere scelto il museo/spazio culturale per assistere agli «***spettacoli***», il 23% per la «*collezione*», l'11% per «stare con gli amici», il 9% per la «*mostra*», il 6% per «*comodità/ vicinanza*», il 2% «*per caso*» e il restante 1% risponde «*altro*».

Risulta significativo che a rispondere di avere scelto il museo/spazio culturale per gli spettacoli siano stati in particolare i visitatori romani, di età 26-44 anni, con titolo di laurea/post laurea, 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 adulta al di sopra dei 45 anni, diplomati o laureati, che non hanno aderito in passato a tale iniziativa, nuovi visitatori e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.



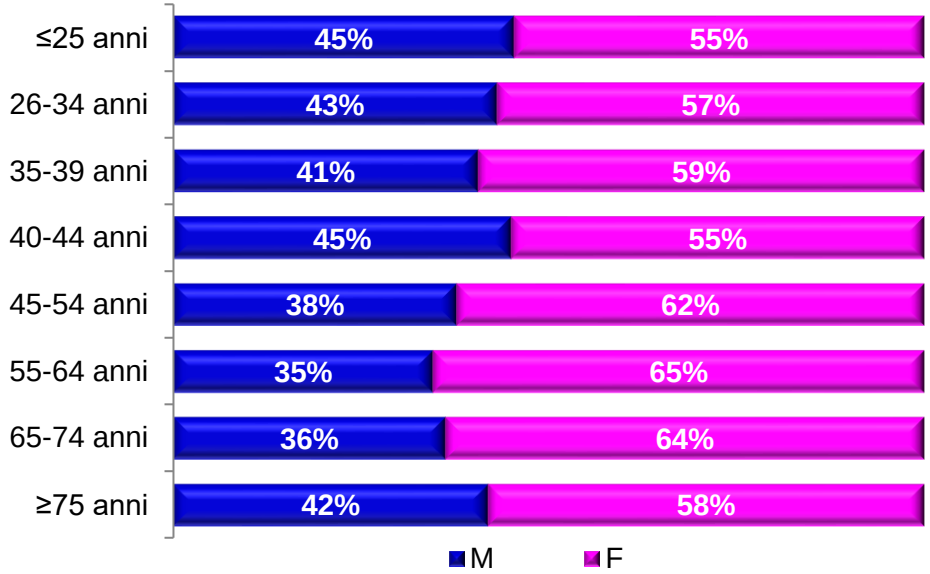
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** con il 59% sul campione totale (65% nel 2022), soprattutto nelle fasce adulte dei 45-74 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle dei giovani di età **19-34 anni** (37%; in aumento dal 28% emerso nella scorsa indagine). Inoltre, si evidenzia una flessione degli adulti di età **45-64 anni**, la cui percentuale passa dal 43% al 29%.

Il 70% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (72% nel 2022).

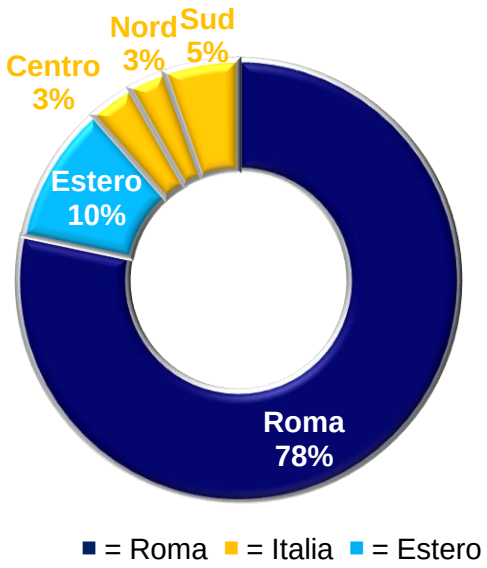
Rispetto alle categorie professionali, anche quest'anno prevalgono gli **impiegati** (40%; nell'indagine precedente erano il 42%); seguono gli **studenti** (aumentano da 13% a 18%), i **liberi professionisti** (15%; stessa percentuale nel 2022) e i **pensionati** (passano da 13% a 12%).

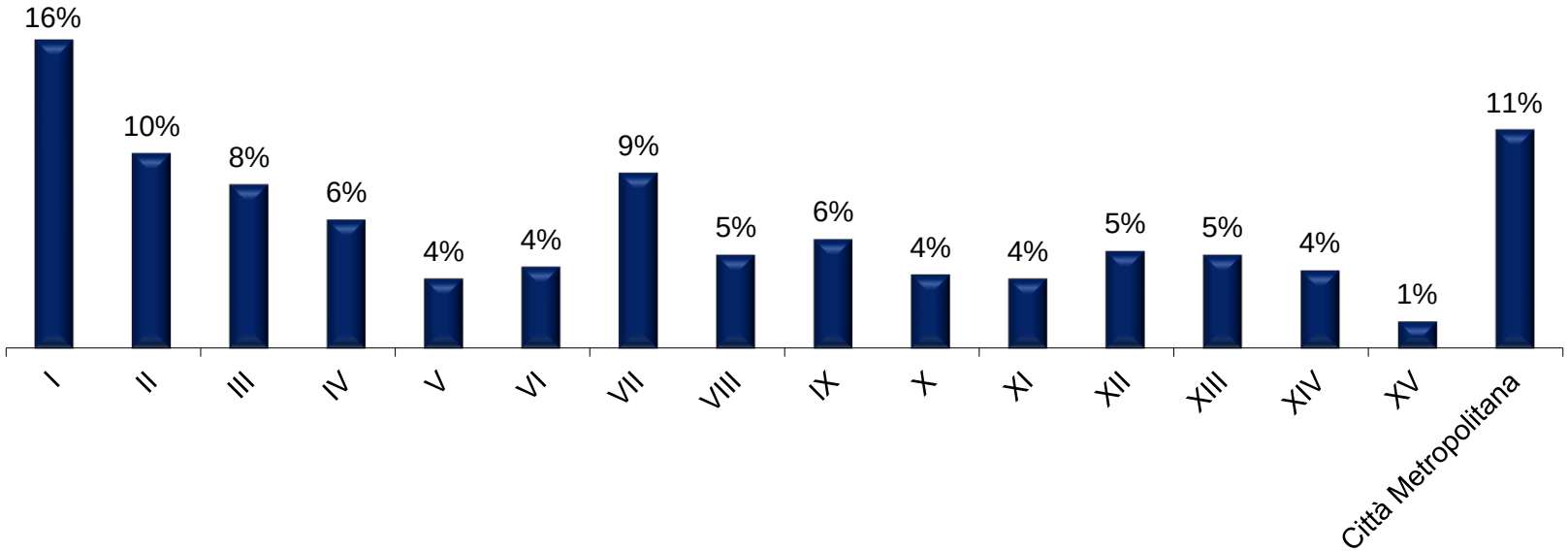


Analisi socio-demografica: genere e provenienza

Il 78% del campione intervistato è costituito da **cittadini romani** (83% nel 2022), l'11% giunge da altre città italiane (9% nella precedente indagine) e il restante 10% proviene dall'estero (lo scorso anno era 8%).

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, emerge soprattutto il **Municipio I** (16%), seguito dai **Municipi II** (10%) e **VII** (9%).
Dal grafico sottostante si denota un'adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono in tutto il territorio capitolino, compresa l'area della **Città Metropolitana** (11%).

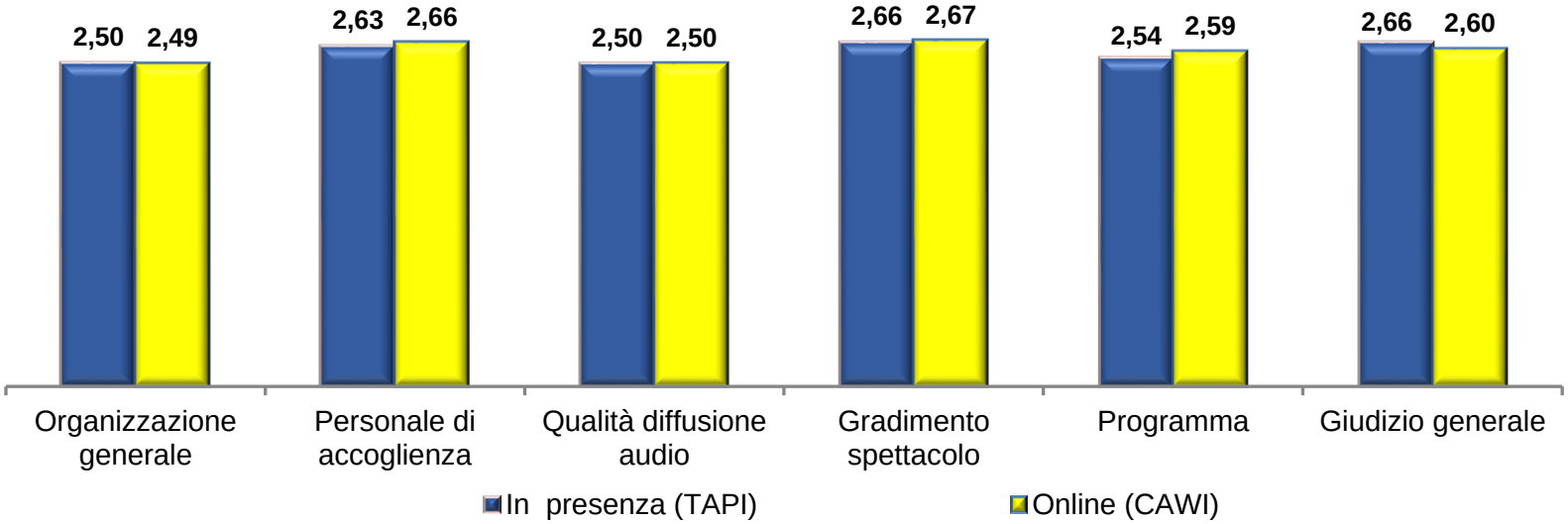




Analisi univariate per tipologia di indagine

Analizzando il livello medio di soddisfazione relativo al *personale di accoglienza*, al *gradimento dello spettacolo* e al *programma*, 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 25 novembre presso i *Musei Capitolini*. Inoltre si rileva una variazione minima sull'*organizzazione generale* e una media coincidente sulla *qualità della diffusione audio*, 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 gli *articoli sulla stampa*, 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 25 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 e l'organizzazione generale, ma anche quest'ultima con il personale di accoglienza.

Correlazione bivariata ***Rho di Spearman****	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Qualità diffusione audio	Gradimento spettacolo	Programma	Giudizio generale
Organizzazione generale	1,000	,504**	,438**	,451**	,518**	,666**
Personale di accoglienza	,504**	1,000	,389**	,400**	,437**	,484**
Qualità diffusione audio	,438**	,389**	1,000	,569**	,401**	,418**
Gradimento spettacolo	,451**	,400**	,569**	1,000	,564**	,536**
Programma	,518**	,437**	,401**	,564**	1,000	,564**
Giudizio generale	,666**	,484**	,418**	,536**	,564**	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.

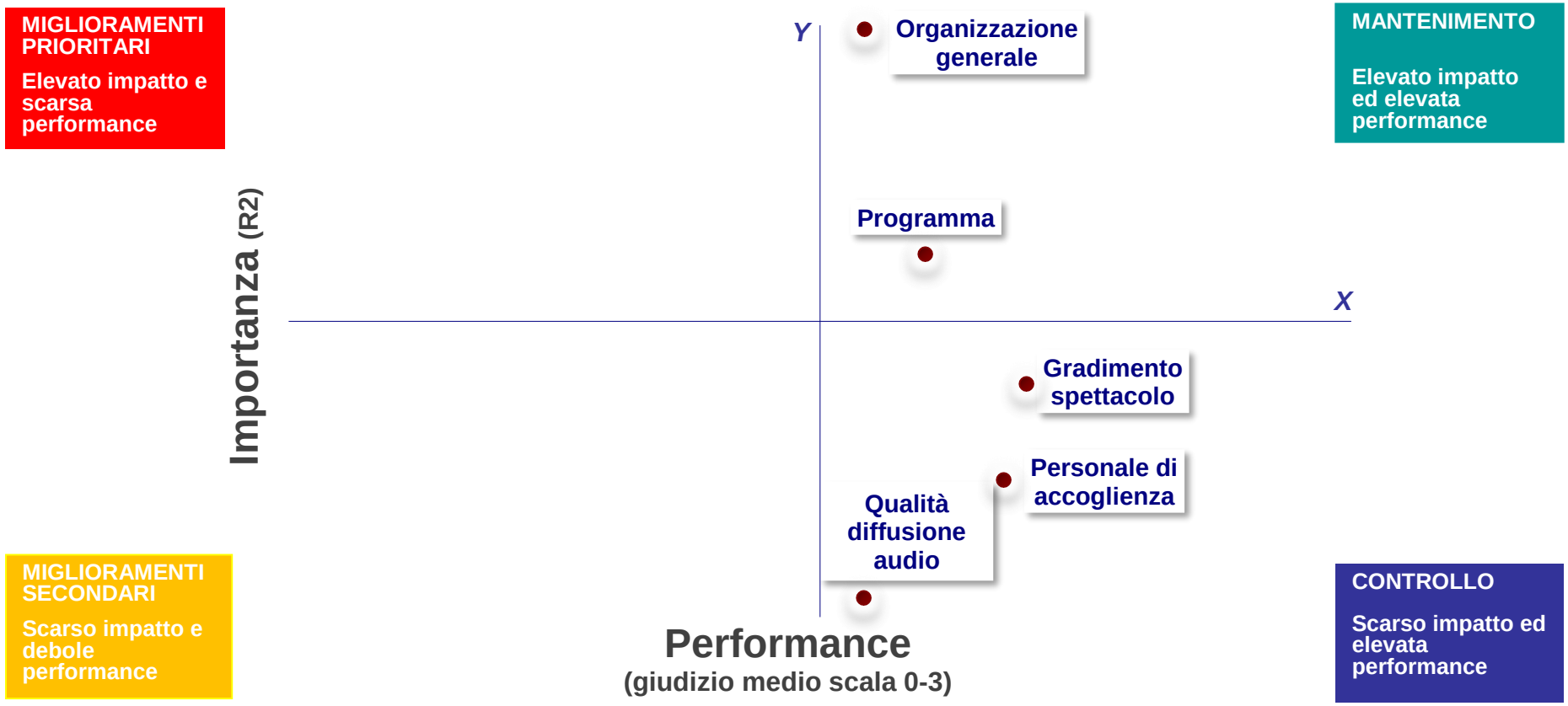
Per *Musei in Musica 2023* gli aspetti che risultano più correlati al livello medio di soddisfazione sull'iniziativa sono quelli relativi all'**organizzazione generale** e al **programma**.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale	
Organizzazione generale	0,666
Programma	0,564
Gradimento spettacolo	0,536
Personale di accoglienza	0,484
Qualità diffusione audio	0,418

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si posiziona nel quadrante in alto a destra, insieme al **programma**. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano le variabili che risultano di minore impatto sul giudizio generale, anche se sono ritenute ottime (quadrante in basso a destra).



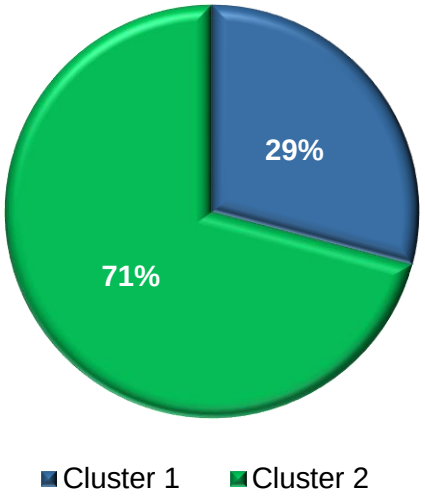
** Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.*

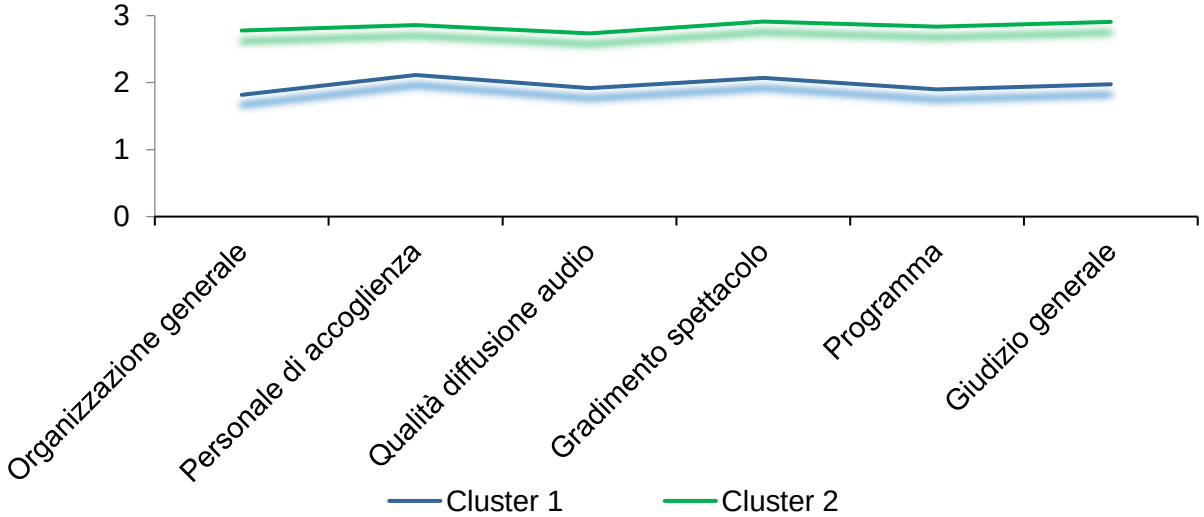
Cluster Analysis

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 (214 individui nel *Cluster 1* e 521 nel *Cluster 2*; nessun caso mancante).
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; residenti a Roma; di età ≤25 anni e 35-54 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite i canali web e social network; si recano all'evento con i mezzi pubblici o moto/scooter; vengono in compagnia di amici o da soli; alcuni hanno già partecipato all'iniziativa; si recano soprattutto per accompagnare i propri amici; giudizio uguale o inferiore alle aspettative.

Cluster 2 – *Molto Soddisfatti*: in prevalenza donne; turisti; di età 26-34 anni e over 55 anni; laureati; impiegati e pensionati; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite il passaparola e i manifesti pubblicitari; si recano all'evento a piedi; vengono in coppia o con la propria famiglia; partecipano per la prima volta all'iniziativa; si recano per gli spettacoli e la collezione permanente; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.





ELOGI continuare così, da ripetere più volte durante l'anno (22); bella iniziativa, bellissimi gli spettacoli proposti (20); altro (2). **Totale 44**

SUGGERIMENTI (1/2)

ORGANIZZAZIONE migliorare la gestione dello spazio, alcune sale più grandi potrebbero ospitare gli spettacoli con maggiore affluenza e in quelle piccole far entrare meno gente (10); limitare il numero di ingressi per evitare un eccessivo affollamento (8); estendere l'iniziativa a tutto il *weekend* per permettere un maggior numero di spettacoli oppure anticiparli anche in orario pomeridiano (7); da migliorare l'organizzazione in generale (5); evitare la fila fuori al freddo (5); troppi cambi di percorso, non si riescono a seguire tutti gli spettacoli dei *Musei Capitolini* (5); altro (2). **Totale 42**

COMUNICAZIONE nel depliant non era chiaro dove si trovassero tutti i luoghi degli eventi e le sale con gli spettacoli (14); maggiore promozione dell'evento (9); manca una mappa interattiva dei vari siti e spettacoli (5); programma tradotto in inglese, anche con QR-code (5); altro (4). **Totale 37**

PROGRAMMA noioso, poco adatto a giovani e/o bambini (8); spettacoli più interessanti e invitare più artisti famosi (6); altro (1). **Totale 15**

SPETTACOLO aumentare i posti a sedere (11); altro (2). **Totale 13**

PRENOTAZIONE dare la possibilità agli spettatori di prenotare anche online. **Totale 10**

SUGGERIMENTI (2/2)

DIDATTICA guide per raccontare i musei, anche per bambini. **Totale 9**

QUALITÀ AUDIO da migliorare, maggiore attenzione all'acustica delle sale. **Totale 7**

BIGLIETTO non far pagare solo il *Planetario* a prezzo intero, prevedere un cumulativo al costo di 3 euro per vedere gli spettacoli in vari musei, l'ingresso dovrebbe costare almeno 2 euro. **Totale 5**

PERSONALE maggiore cortesia e collaborazione nel dare informazioni ai visitatori, da aumentare per accompagnarli durante il percorso di visita. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 5**

Totale 148 Suggerimenti
Musei in Musica 2023

Allegato 1 – Campione questionari per musei/spazi visitati

SURVEY *MUSEI IN MUSICA* 2023		
Musei Capitolini	521	
Museo dell'Ara Pacis	36	
Mercati di Traiano	31	
Centrale Montemartini	21	
Musei di Villa Torlonia	12	
Planetario di Roma	12	
Museo di Roma	9	
Museo Civico di Zoologia	9	
Galleria d'Arte Moderna	6	***93%***
Museo Napoleonico	5	
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	4	
Museo Carlo Bilotti	4	
Museo Casal de' Pazzi	4	
Museo di Roma in Trastevere	3	
Museo Pietro Canonica	2	
Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina	1	
TOTALE SISTEMA MUSEI DI ROMA CAPITALE	**683**	
Polo Museale Sapienza	11	
Parco Archeologico del Colosseo	7	
Palazzo Madama Senato della Repubblica	6	
Acquario Romano - Casa dell' Architettura	5	
Complesso del Vittoriano e Palazzo Venezia	4	
Ambasciata del Brasile	3	
Palazzo delle Esposizioni	3	
Camera dei Deputati	2	
Comando Vigili del Fuoco	2	***7%***
Palazzo Lateranense	2	
Accademia d'Ungheria	1	
Conservatorio di Santa Cecilia	1	
Istituto Superiore di Sanità - Museo	1	
Museo Ebraico di Roma	1	
Museo Storico dei Bersaglieri	1	
Università degli Studi Roma Tre	1	
Altro	4	
TOTALE ALTRI SPAZI/MUSEI	**55**	

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	☐	☐	☐	☐
Personale di accoglienza	☐	☐	☐	☐
Qualità della diffusione audio	☐	☐	☐	☐
Gradimento dello spettacolo	☐	☐	☐	☐
Programma	☐	☐	☐	☐
Giudizio generale *Musei in Musica 2023*	☐	☐	☐	☐

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*?

□ articoli di stampa
□ pubblicità su stampa
□ depliant/ locandina
□ portale MiC/ sito del museo
□ altri siti internet
□ newsletter
□ amici/ parenti (passaparola)
□ manifesti pubblicitari
□ TV/ radio
□ Contact Center 060608
□ social network (specificare……)
□ 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:**_____