



Indagini di Customer Satisfaction

Musei in Musica

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 2023-2024
- 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. **694** questionari somministrati a campione online col metodo **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*) e attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) presso il **Museo dell'Ara Pacis** e la **Centrale Montemartini**, in occasione dell'evento **Musei in Musica** di **sabato 7 dicembre 2024**.

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 3,66\%$.

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 2024, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,62** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **gradimento dello spettacolo** (2,67) e il **personale di accoglienza** (2,66).

Tutte le medie sono al di sopra dello standard di 2,20. L'**organizzazione generale** e il **programma** risultano essere le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio complessivo sull'iniziativa (cfr. pp. 19-21).

Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono quelli relativi alla **comunicazione** (n. 68 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da cittadini **romani** (85%), **impiegati** (45%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (74%), soprattutto appartenenti alle fasce di età **45-64 anni** (37%) e **19-34 anni** (31%).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono il **passaparola** (26%), i **social network** (18%) e il portale **www.museiincomuneroma.it** (15%).

Risulta significativo che il *passaparola* sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), minorenni, di età 40-44 anni e 55-64 anni, nuovi visitatori, che partecipano per la prima volta all'evento e sono privi di aspettative. Invece i *social network* e il portale web *www.museiincomuneroma.it* prevalgono tra gli italiani (inclusi i romani), di età 19-39 anni (*social network*) e 45-74 anni (*www.museiincomuneroma.it*), che hanno già visitato il museo scelto e aderito a *Musei in Musica* in passato, con giudizio superiore o uguale alle proprie attese.

Tabella riassuntiva

<i>Musei in Musica 2024</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,56	3,00	685	9	0,627	61%	2%	96%
Personale di accoglienza	2,66	3,00	685	9	0,629	72%	2%	96%
Qualità diffusione audio	2,47	3,00	682	12	0,709	57%	2%	92%
Gradimento spettacolo	2,67	3,00	682	12	0,610	73%	2%	96%
Programma	2,53	3,00	680	14	0,641	59%	2%	95%
Giudizio generale	2,62	3,00	689	5	0,583	66%	1%	97%

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

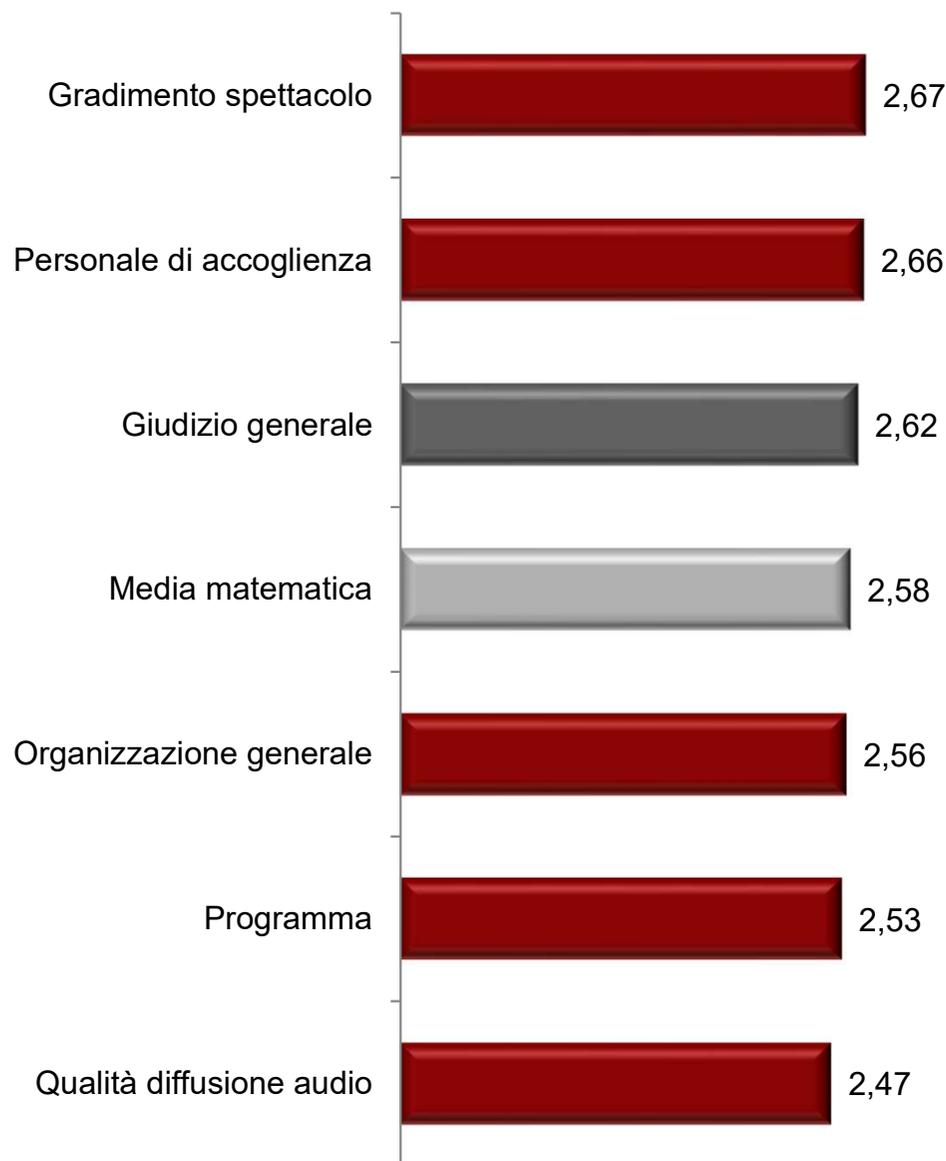
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,58).

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.

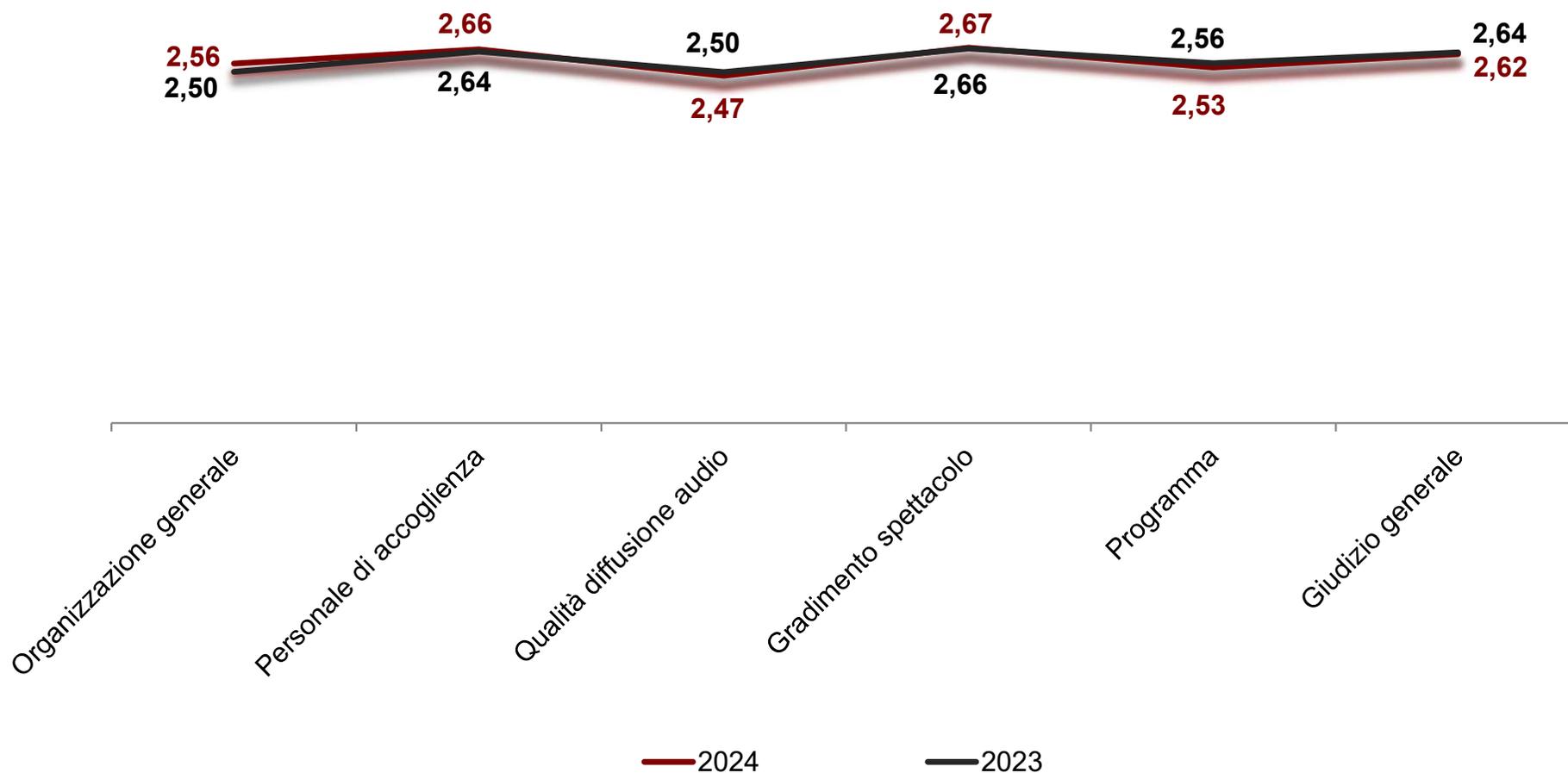
Tutte le medie sono nettamente superiori allo standard di 2,20.



Analisi del trend 2023-2024

Rispetto alla precedente indagine effettuata nel 2023, il trend risulta piuttosto costante e lineare.

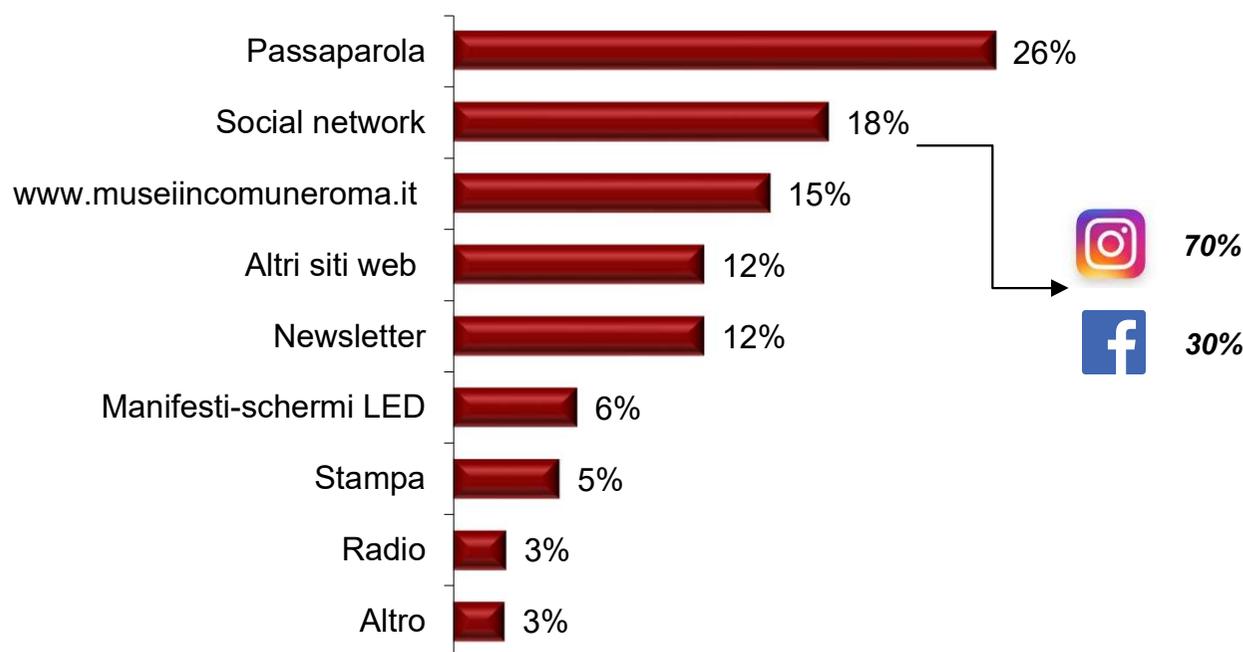
Si registra un lieve incremento del livello medio di soddisfazione sull'**organizzazione generale**, sul **personale di accoglienza** e sul **gradimento dello spettacolo**. Invece scendono le medie dei restanti aspetti oggetto d'indagine, seppure i valori medi siano ben al di sopra di 2,20.



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** (26%; in discesa dal 32% nella scorsa indagine); seguono i **social network**, che rappresentano il 18% (stessa percentuale emersa nel 2023, di cui il 70% si riferisce a *Instagram* e il 30% a *Facebook* - cfr. grafico sottostante) e il portale web ***www.museiincomuneroma.it*** (passa da 13% a 15%).

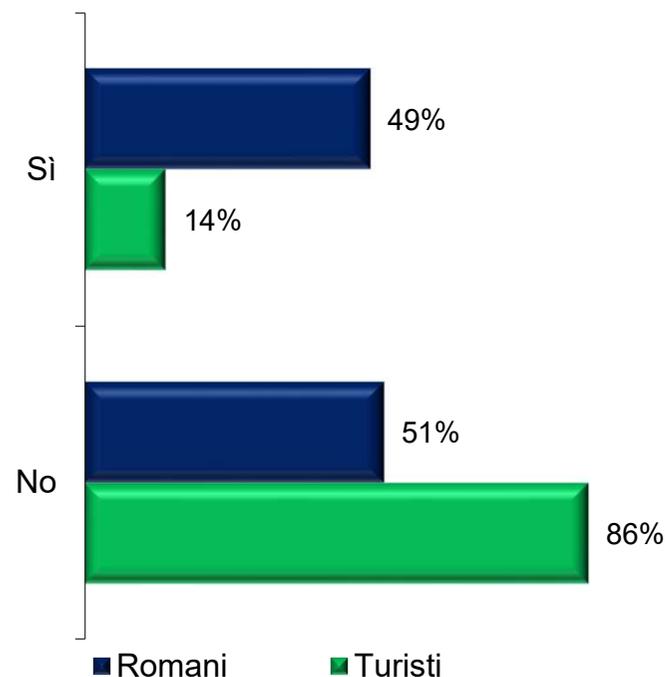
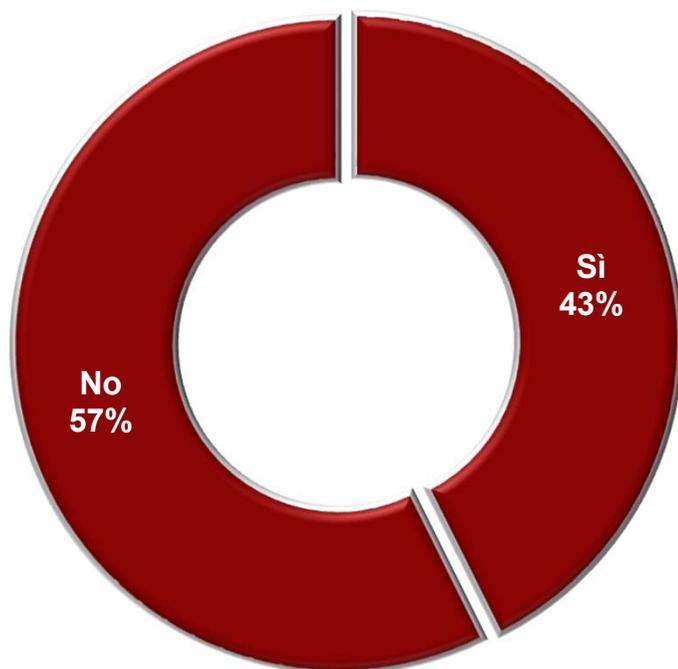
Risulta significativo che il passaparola sia il mezzo prediletto dai turisti (sia italiani che stranieri), minorenni, di età 40-44 anni e 55-64 anni, nuovi visitatori, che partecipano per la prima volta all'evento e sono privi di aspettative. Invece i social network e il portale web *www.museiincomuneroma.it* prevalgono tra gli italiani (inclusi i romani), di età 19-39 anni (*social network*) e 45-74 anni (*www.museiincomuneroma.it*), che hanno già visitato il museo scelto e aderito a *Musei in Musica* in passato, con giudizio superiore o uguale alle proprie attese.



Partecipazione alle edizioni precedenti

La maggior parte degli intervistati (57% sul campione totale) afferma di **non avere partecipato alle precedenti edizioni di tale iniziativa** (59% nel 2023), mentre il 43% risponde di esservi già stato (nell'indagine precedente era il 41%).

È significativo che ad avere partecipato alle precedenti edizioni di tale iniziativa siano in particolare i visitatori romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età 40-54 anni, con titolo di laurea/post laurea, 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, di età giovane inferiore ai 39 anni e adulta al di sopra dei 55 anni, diplomati, nuovi visitatori, che hanno un giudizio superiore alle attese o ne sono privi e nel complesso sono molto soddisfatti.

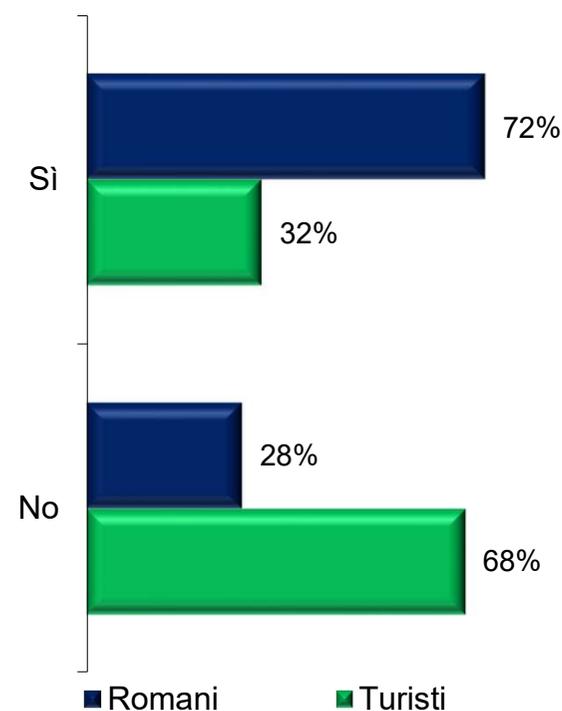
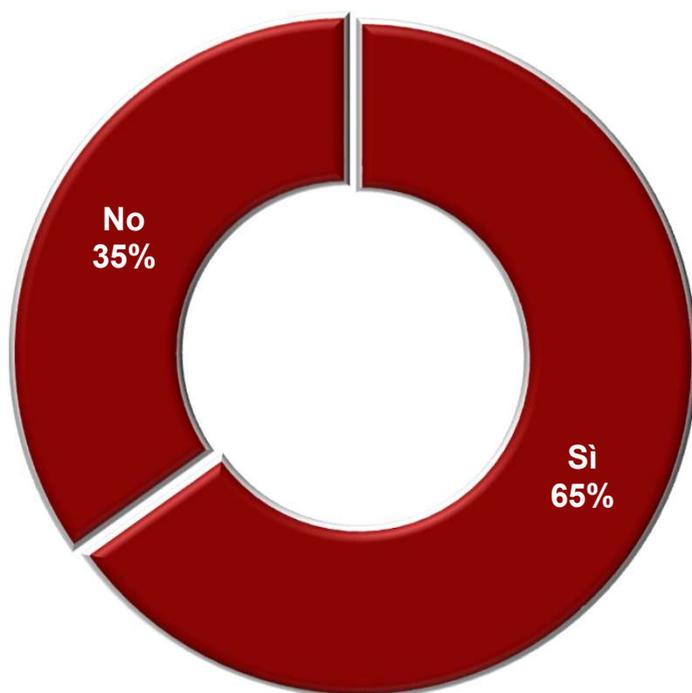


Ha già visitato questo museo/spazio culturale

Il 65% sul totale degli intervistati dichiara di **avere già visitato il museo/spazio culturale** in cui si è svolto l'evento (60% nell'indagine precedente), mentre il 35% vi si reca per la prima volta (40% nel 2023) 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 40 anni, che hanno partecipato alle precedenti edizioni dell'iniziativa, in generale abbastanza soddisfatti.

Invece a recarsi per la prima volta sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane fino ai 39 anni, che non hanno aderito all'iniziativa in passato e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.

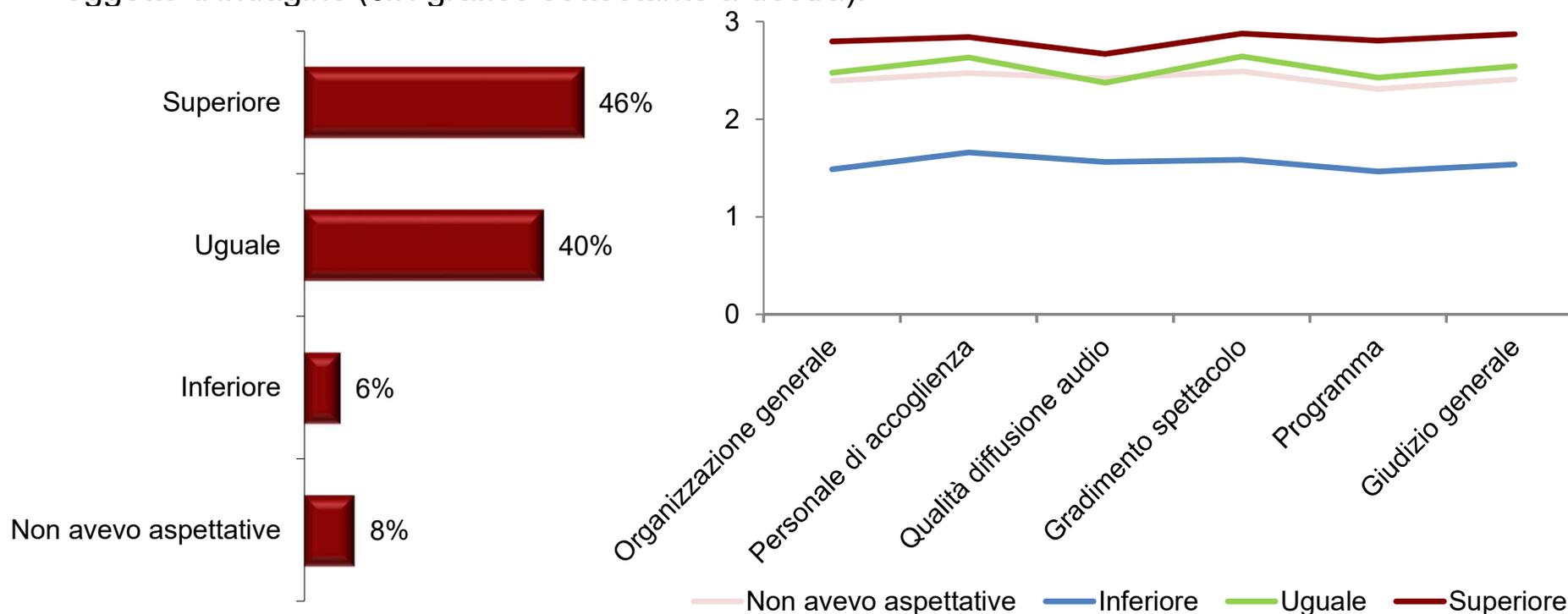


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 46% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle aspettative**, per il 40% è uguale, mentre per il 6% il giudizio è inferiore alle proprie attese. L'8% sul campione totale afferma di non avere aspettative a priori.

È significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative oppure ad esserne privi siano soprattutto i turisti, che visitano per la prima volta i musei del Sistema e 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, che hanno già visitato i musei/spazi scelti per tale evento e hanno partecipato alle precedenti edizioni, nel complesso abbastanza soddisfatti.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10 – e i **detrattori** – utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene bene dell’evento a cui hanno partecipato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *Musei in Musica* è pari al **63%**.

Il 27% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 5% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

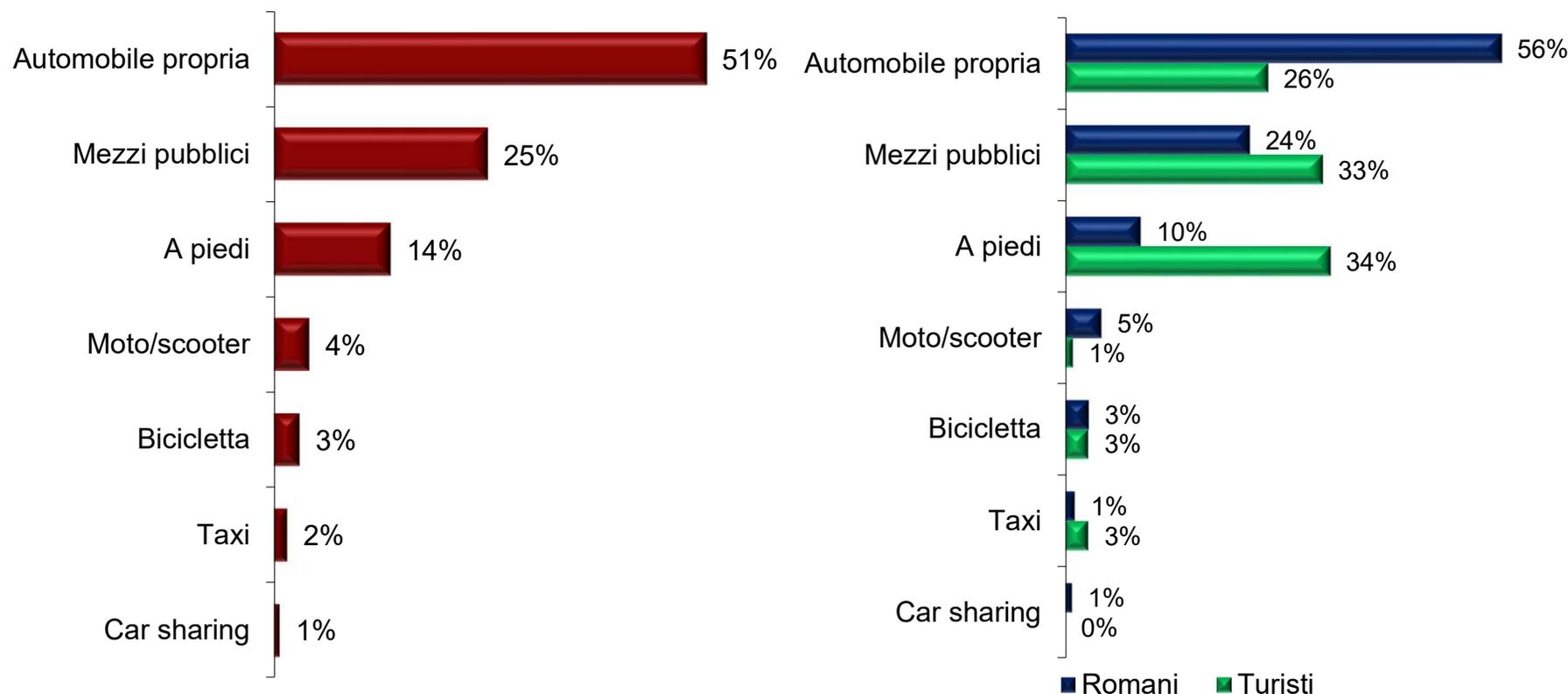


NET PROMOTER SCORE <i>Musei in Musica</i> 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	0	1	4	3	10	12	47	133	148	313
1%	0%	0%	1%	0%	1%	2%	7%	20%	22%	46%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI = 27%		PROMOTORI = 68%	
68%-5%=63%										

Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento

Il 51% sul campione totale dichiara di avere utilizzato la propria «**automobile**» per raggiungere il luogo dell'evento, il 25% vi è giunto con i «*mezzi pubblici*», il 14% vi si è recato «*a piedi*», il 4% in «*moto/scooter*», il 3% ha preferito la «*bicicletta*», il 2% il «*taxi*» e il restante 1% il «*car sharing*».

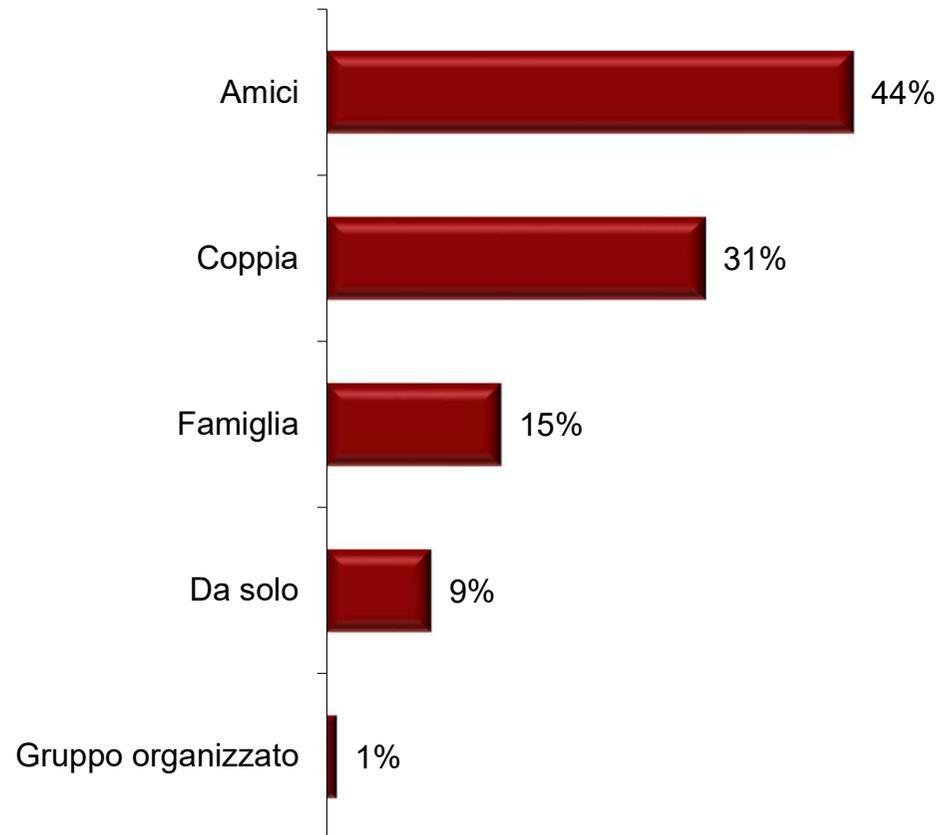
Risulta significativo che ad essersi spostati con l'automobile propria siano principalmente i residenti a Roma (*cf.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 40-44 anni e 55-64 anni, con giudizio uguale o inferiore alle proprie attese. Invece a prediligere i mezzi pubblici e a muoversi a piedi sono stati in prevalenza i turisti, di età 19-39 anni, 45-54 anni e over 65 anni, il cui giudizio è superiore alle aspettative oppure ne sono privi.



Con chi ha partecipato all'evento

Il 44% degli intervistati dichiara di avere partecipato all'evento *Musei in Musica* in compagnia di **amici**, il 31% **in coppia**, il 15% con la propria **famiglia**, il 9% è venuto **da solo** e il restante 1% con un **gruppo organizzato**.

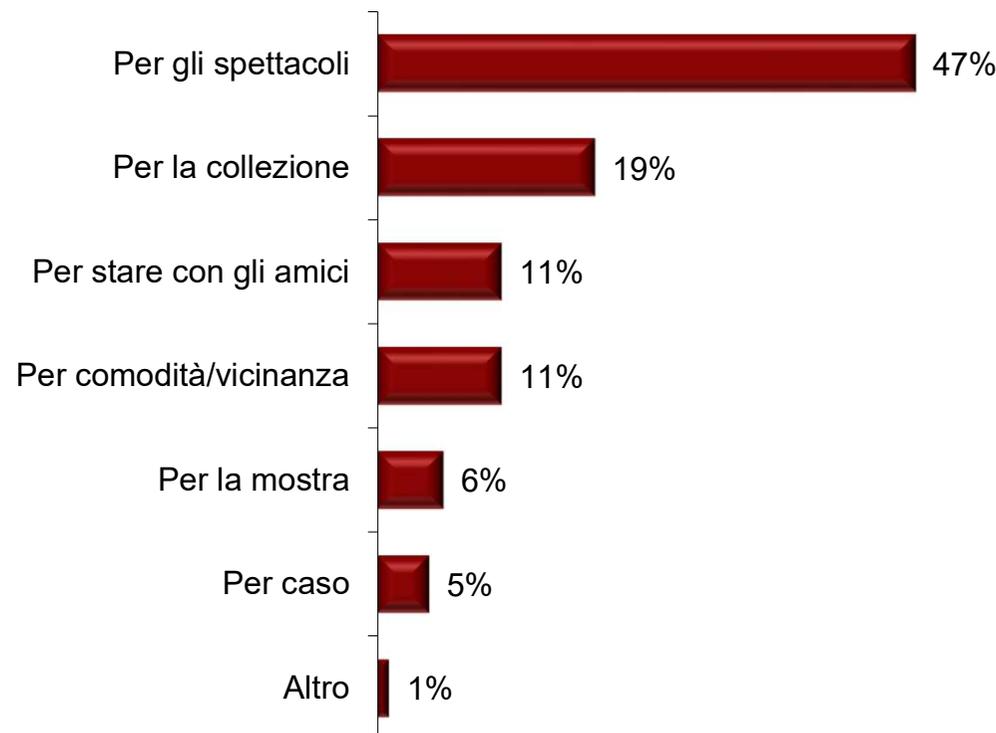
Risulta significativo che a venire con gli amici siano in prevalenza donne, di età giovane 19-34 anni, con titolo di laurea/post laurea, nel complesso abbastanza soddisfatte. Invece a recarsi all'evento in coppia sono stati principalmente gli uomini, di età 35-54 anni, diplomati, in generale molto soddisfatti.



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

Il 47% sul campione totale dichiara di avere scelto il museo/spazio culturale per assistere agli **spettacoli**, il 19% per la **collezione**, un 11% per **stare con gli amici** e un 11% per **comodità/vicinanza**, il 6% per la **mostra**, il 5% **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 adulta al di sopra dei 40 anni, con giudizio uguale alle proprie attese e si ritengono in generale molto soddisfatti. Invece a rispondere per la collezione e per stare con gli amici sono principalmente turisti, di età giovane 19-39 anni, privi di aspettative, nel complesso abbastanza soddisfatti.



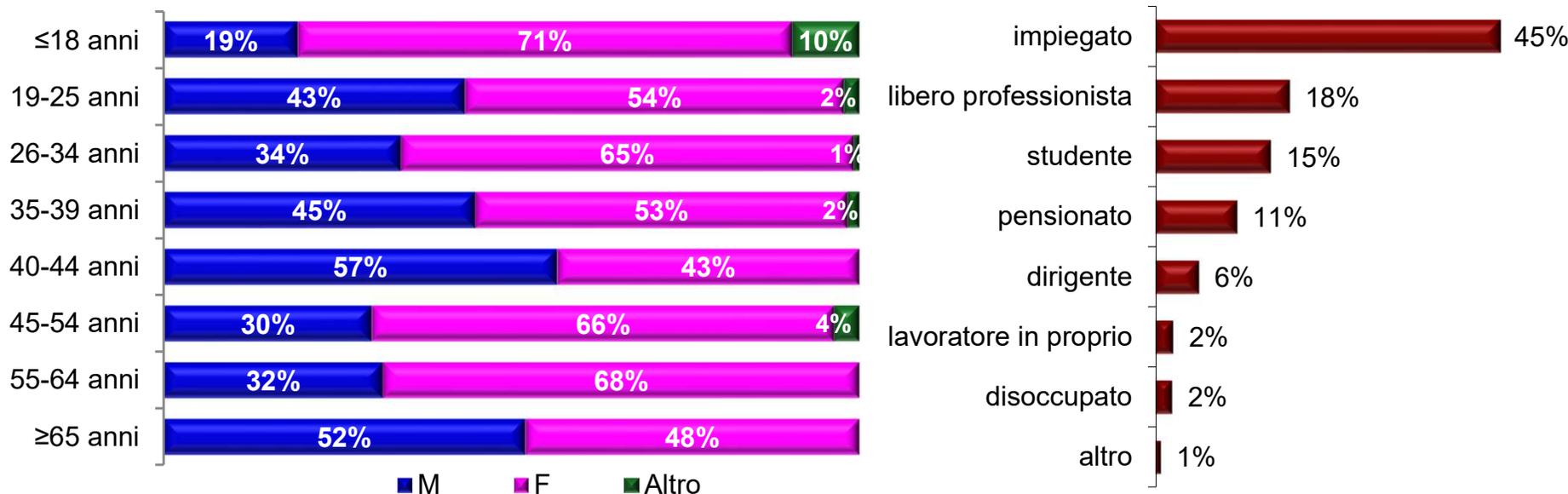
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** con il 60% sul campione totale (59% nel 2023), soprattutto nelle fasce dei minorenni, 26-34 anni e 45-64 anni. Invece gli uomini sono predominanti nelle fasce dei 40-44 anni e over 65 anni.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle adulte dei **45-64 anni**, che aumentano dal 29% dello scorso anno al 37%. Inoltre, si evidenzia una lieve flessione dei giovani di età **19-34 anni**, la cui percentuale passa dal 37% al 31%.

Il 74% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (70% nel 2023).

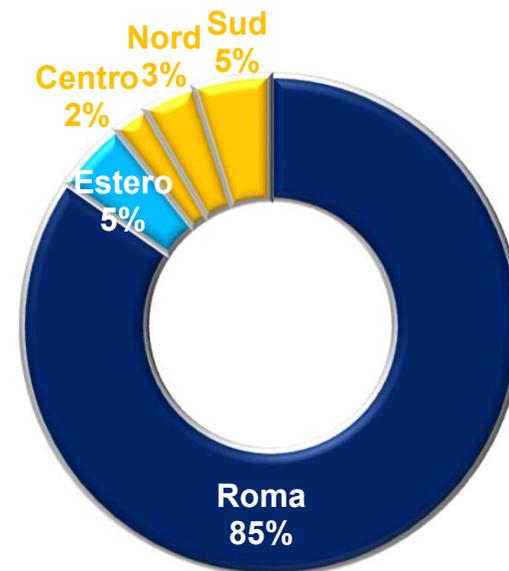
Rispetto alle categorie professionali, anche quest'anno prevalgono gli **impiegati** (45%; nell'indagine precedente erano il 40%); seguono i **liberi professionisti** (passano da 15% a 18%), gli **studenti** (in discesa da 18% a 15%) e i **pensionati** (da 12% a 11%).



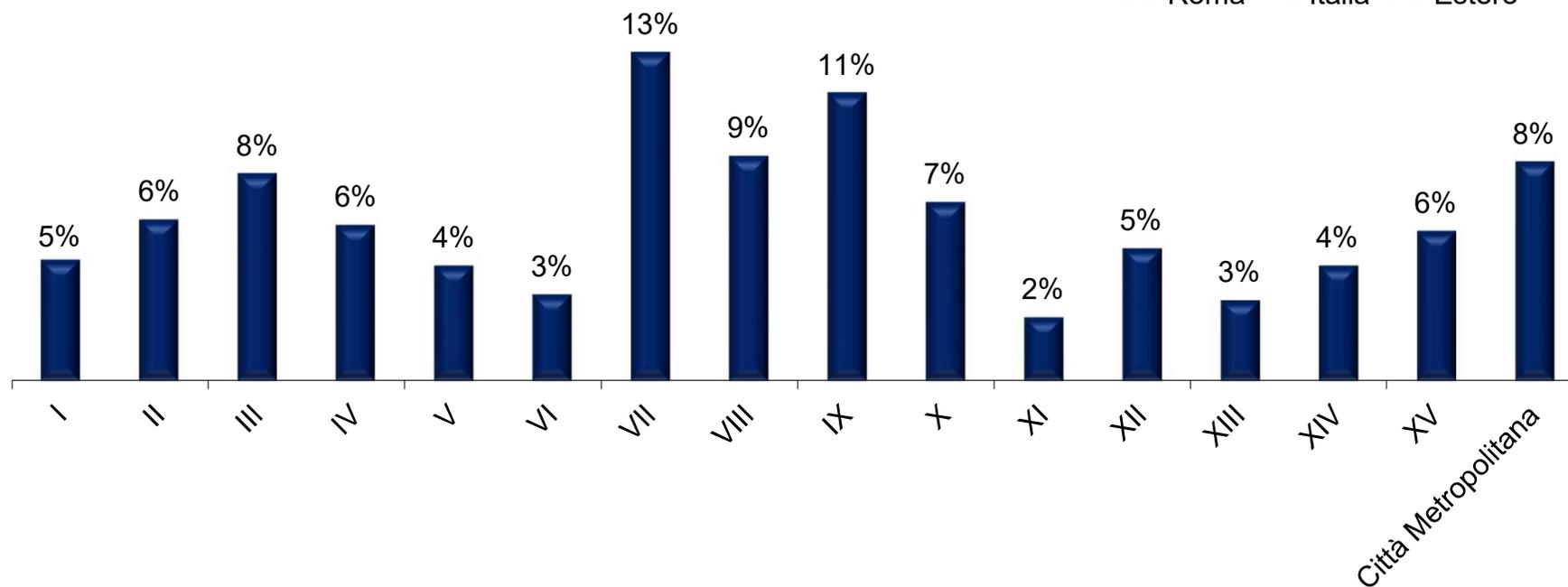
Analisi socio-demografica: genere e provenienza

L'85% del campione intervistato è costituito da **residenti romani** (78% nel 2023), il 10% giunge da altre città italiane (12% nella precedente indagine) e il restante 5% proviene dall'estero (lo scorso anno era 10%).

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati emergono soprattutto i **Municipi VII** (13%) e **IX** (11%). Inoltre, dal grafico sottostante si denota un'adesione all'iniziativa da parte dei cittadini residenti in tutto il territorio capitolino, compresa l'area della **Città Metropolitana** (8% sul totale dei romani).



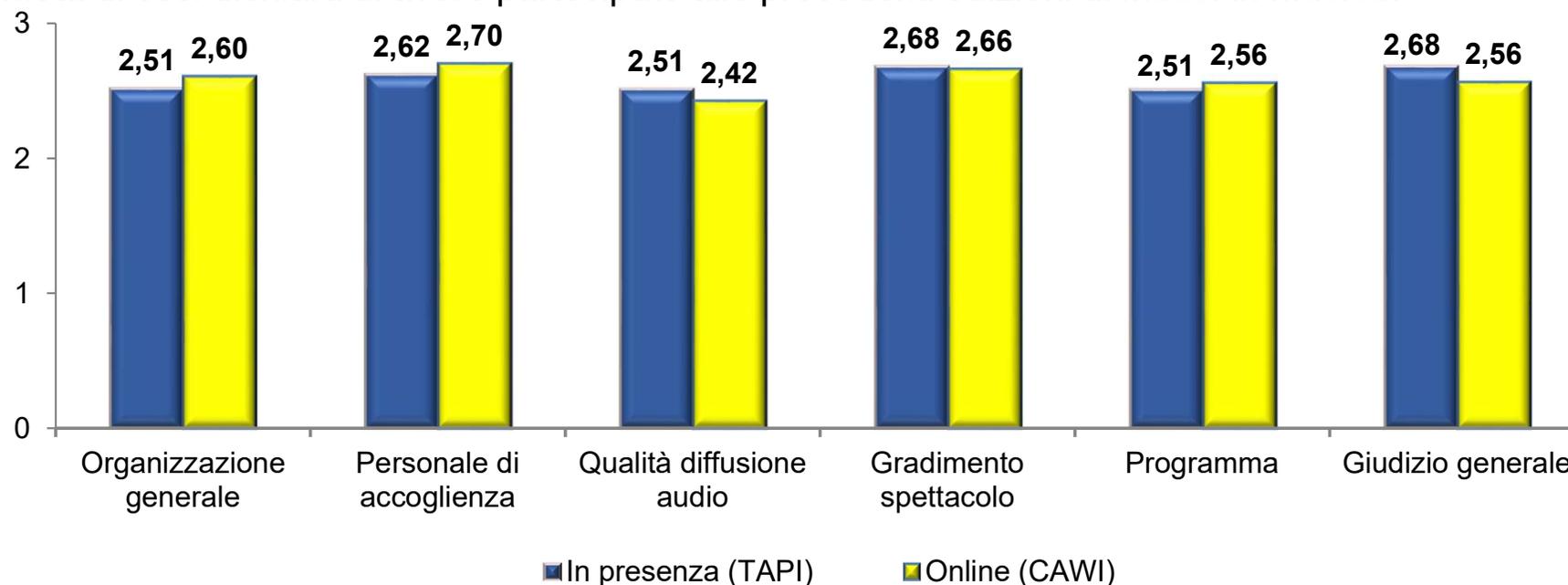
■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Analisi univariate per tipologia di indagine

Analizzando il livello medio di soddisfazione relativo all'*organizzazione generale*, al *personale di accoglienza* 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 sera del 7 dicembre presso il *Museo dell'Ara Pacis* e la *Centrale Montemartini*. Inoltre si rileva una variazione minima sul *gradimento dello spettacolo*, mentre la qualità della diffusione audio e il giudizio generale sono gli aspetti che hanno 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*, la *newsletter* e gli *articoli sulla stampa*, oltre la metà di essi dichiara di avere partecipato alle precedenti edizioni di *Musei in Musica*.



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 di Spearman***	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Qualità diffusione audio	Gradimento spettacolo	Programma	Giudizio generale
Organizzazione generale	1,000	,466**	,381**	,413**	,505**	,588**
Personale di accoglienza	,466**	1,000	,305**	,354**	,338**	,375**
Qualità diffusione audio	,381**	,305**	1,000	,453**	,325**	,379**
Gradimento spettacolo	,413**	,354**	,453**	1,000	,543**	,507**
Programma	,505**	,338**	,325**	,543**	1,000	,612**
Giudizio generale	,588**	,375**	,379**	,507**	,612**	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 2024* gli aspetti che risultano più correlati al livello medio di soddisfazione sull'iniziativa sono quelli relativi al **programma** e all'**organizzazione generale**.

Correlazione di Spearman sul giudizio generale	
Programma	0,612
Organizzazione generale	0,588
Gradimento spettacolo	0,507
Qualità diffusione audio	0,379
Personale di accoglienza	0,375

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'organizzazione generale e il programma rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme al **gradimento dello spettacolo**, seppure questo abbia un coefficiente di importanza inferiore. 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

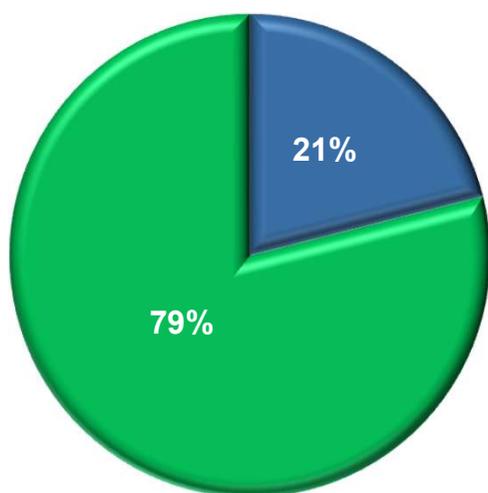
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (146 individui nel *Cluster 1* e 547 nel *Cluster 2*; un caso mancante).

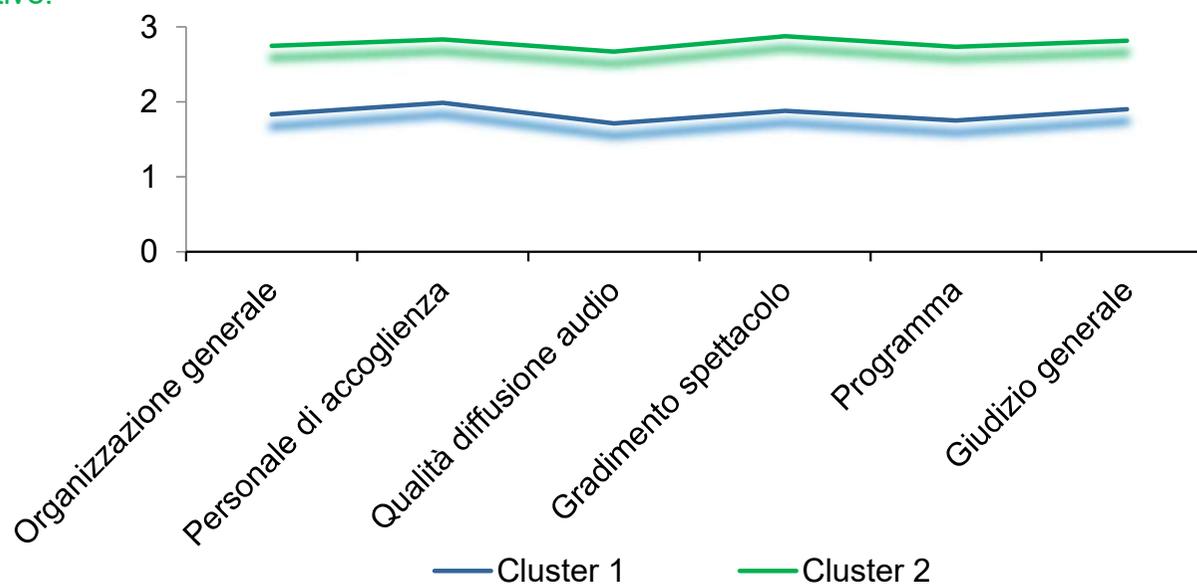
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; residenti a Roma; di età 26-39 anni e over 55 anni; impiegati e pensionati; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite i social network e la newsletter; si recano all'evento con la propria automobile o a piedi; vengono in compagnia di amici o da soli; alcuni hanno già partecipato all'iniziativa; si recano per visitare la collezione permanente e accompagnare i propri amici; giudizio uguale o inferiore alle aspettative.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età ≤25 anni e 40-54 anni; studenti e liberi professionisti; sono venuti a conoscenza dell'iniziativa tramite il passaparola, i siti internet e manifesti pubblicitari; si recano all'evento con i mezzi pubblici o moto/scooter; vengono in coppia o con la propria famiglia; partecipano per la prima volta all'iniziativa; si recano per gli spettacoli; giudizio superiore alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



ELOGI bellissima iniziativa, spettacoli stupendi, ottima organizzazione (33); da ripetere, più serate (13); altro (1). **Totale 47**

SUGGERIMENTI (1/2)

COMUNICAZIONE far uscire il programma con maggiore anticipo (35); maggiore promozione dell'evento (18); più informazioni sugli spettacoli e sulle modalità di partecipazione (8); distribuire il programma all'ingresso di ogni museo per migliorare la fruizione dell'evento (5); altro (2). **Totale 68**

SPETTACOLO prevedere delle sedie per assistere ai vari spettacoli (41); mettere un palco per vedere meglio le esibizioni (4); altro (3). **Totale 48**

ORGANIZZAZIONE fare più eventi musicali, anche in orario pomeridiano (10); da migliorare, soprattutto per possessori della *Roma MIC Card* con figli minorenni che non dovrebbero fare la fila e in alcuni casi non era funzionante il lettore (5); contingentare gli ingressi per evitare un eccessivo affollamento (4); prevedere degli itinerari nei vari musei in base al genere musicale, ad es. jazz, classico, moderno ecc. (4); altro (8). **Totale 31**

QUALITÀ AUDIO da migliorare, maggiore attenzione all'acustica delle sale. **Totale 17**

TEMPERATURA riscaldamento troppo alto. **Totale 11**

SUGGERIMENTI (2/2)

PROGRAMMA prevedere degli artisti/spettacoli che possano attrarre di più i giovani e scegliere la tipologia di spettacolo adeguata all'acustica del luogo. **Totale 7**

PUNTO RISTORO prevedere la possibilità di acquistare cibo e/o bevande, mettere dei distributori automatici. **Totale 5**

ALTRO. Totale 12

TOTALE 199 SUGGERIMENTI

Allegato 1 – Campione questionari per musei/spazi visitati

SURVEY MUSEI IN MUSICA 2024	N.	%
Museo dell'Ara Pacis	268	39%
Centrale Montemartini	224	32%
Musei Capitolini	45	6%
Altri spazi	38	5%
Museo di Roma	26	4%
Musei di Villa Torlonia	25	4%
Mercati di Traiano	21	3%
Galleria d'Arte Moderna	11	2%
Museo di Scultura Antica Giovanni Barracco	7	1%
Museo Napoleonico	6	1%
Museo di Roma in Trastevere	5	1%
Museo della Repubblica Romana	5	1%
Museo Pietro Canonica	4	1%
Museo Civico di Zoologia	4	1%
Museo Carlo Bilotti	3	0,4%
Planetario di Roma	1	0,1%
Museo Casal de' Pazzi	1	0,1%
TOTALE COMPLESSIVO	694	100%



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</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 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"/> stampa | <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> Call Center 060608 |
| <input type="checkbox"/> manifesti-schermi LED | <input type="checkbox"/> newsletter | <input type="checkbox"/> Tourist Infopoint |
| <input type="checkbox"/> cartolina-locandina | <input type="checkbox"/> amici/ parenti (passaparola) | <input type="checkbox"/> social network (specificare quale:.....) |
| <input type="checkbox"/> www.museiincomuneroma.it | <input type="checkbox"/> radio | <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 (specificare.....)

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 Altro

Titolo di studio: scuola dell'obbligo diploma superiore laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista disoccupato lavoratore in proprio altro.....

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