



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo della Repubblica Romana e della  
memoria garibaldina

19 - 31 Ottobre 2021

## 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 2019-2021
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad un amico
- Con chi ha visitato il museo
- Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 19 al 31 ottobre** presso il **Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina** (gli intervistati rappresentano il 56% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 96%, un margine di errore di stima di  $\pm 3,86\%$ .

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 2021, 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 piuttosto buono, con una media di **2,43** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (2,70), il **personale di accoglienza** (2,68), i **posti a sedere** (2,65), la **segnaletica sull'edificio** (2,53) e i **supporti informativi** (2,53).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** (2,09).

Le **opere della collezione** rappresentano la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa, ma anche quella più correlata al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme al **personale in sala** e ai **supporti informativi** (cfr. pp. 17-19).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 68% da **cittadini romani, impiegati** (40%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (57%), appartenenti alle fasce d'età **45-64 anni** (41%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo **passando per caso** (42%), poi seguono il **passaparola** (17%) e **internet** (13%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo *passando per caso* siano soprattutto i turisti stranieri, laureati, in generale abbastanza soddisfatti e hanno visitato vari musei nell'ultimo anno. Invece il *passaparola* e il *portale MIC* sono i canali predominanti per i visitatori italiani (inclusi i romani), con titolo di diploma (*passaparola*) o laurea/specializzazione post laurea (*www.museiincomuneroma.it*), nel complesso molto soddisfatti e in quest'ultimo anno dichiarano di non avere visitato altri musei.

## Tabella riassuntiva

<b>Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2021</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Risposte Valide</b>	<b>Risposte Mancanti</b>	<b>Deviazione standard</b>	<b>Servizio non utilizzato</b>	<b>Molto soddisfatti</b>	<b>Per niente soddisfatti</b>	<b>Molto+ Abbastanza soddisfatti</b>
Segnaletica sull'edificio	2,53	3,00	100	0	0,540	0%	55%	0%	98%
Orari di apertura	2,31	2,00	100	0	0,631	0%	40%	0%	91%
Personale di accoglienza	2,68	3,00	100	0	0,490	0%	69%	0%	99%
Opere della collezione	2,37	2,00	100	0	0,614	0%	44%	0%	93%
Supporti informativi	2,53	3,00	100	0	0,521	0%	54%	0%	99%
Supporti digitali	2,09	2,00	94	6	0,682	6%	28%	0%	81%
Personale in sala	2,44	2,00	62	38	0,532	38%	45%	0%	98%
Segnaletica interna	2,32	2,00	90	10	0,557	10%	37%	0%	96%
Posti a sedere	2,65	3,00	91	9	0,503	9%	66%	0%	99%
Pulizia del sito	2,70	3,00	98	2	0,459	2%	70%	0%	100%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,43</b>	<b>2,00</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,537</b>	<b>0%</b>	<b>45%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

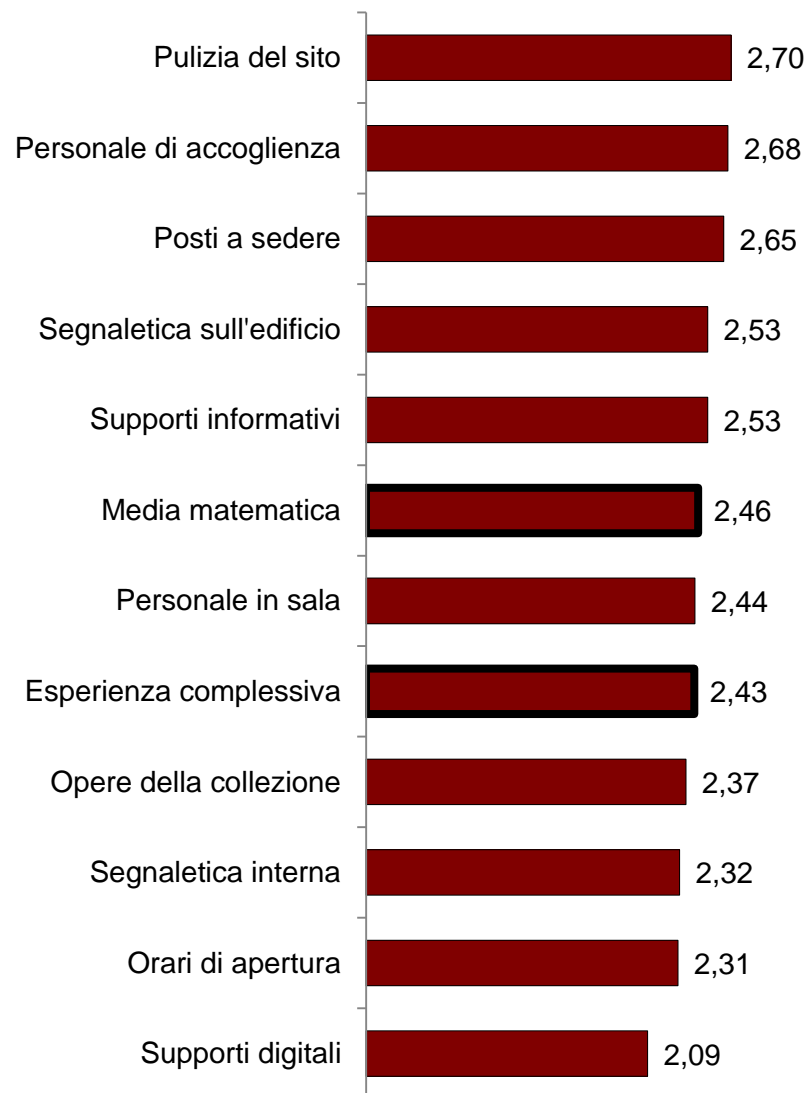
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,46).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: la **pulizia del sito**, il **personale di accoglienza**, i **posti a sedere**, la **segnaletica sull'edificio** e i **supporti informativi**.

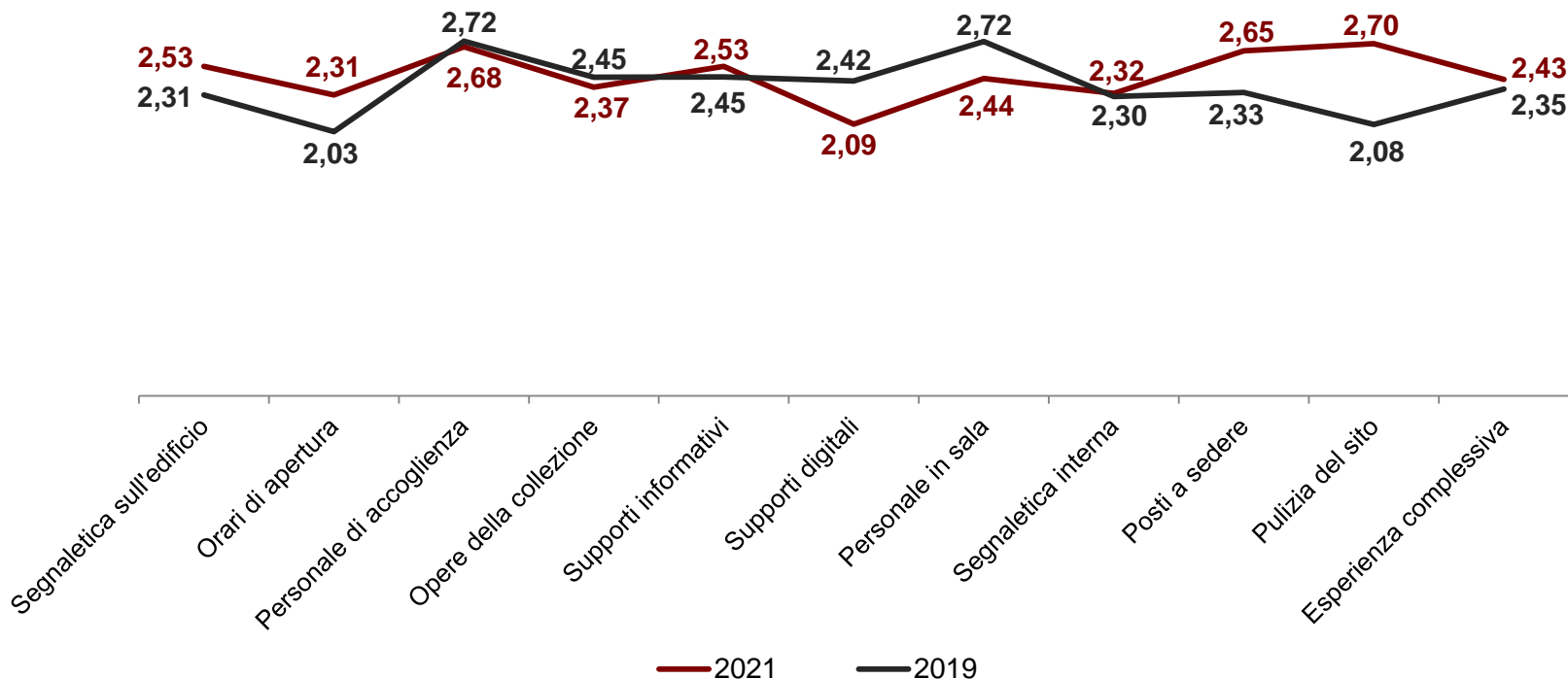
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali**.



## Analisi del trend 2019-2021

Rispetto alla precedente indagine realizzata nel 2019<sup>(\*)</sup>, il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se con qualche discrepanza.

Si rileva un aumento del livello di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto di indagine, in particolare sui posti a sedere e sulla pulizia del sito. Invece si registra una flessione sui supporti digitali e sul personale in sala, ma solo nel primo caso la media scende al di sotto dello standard di 2,20.

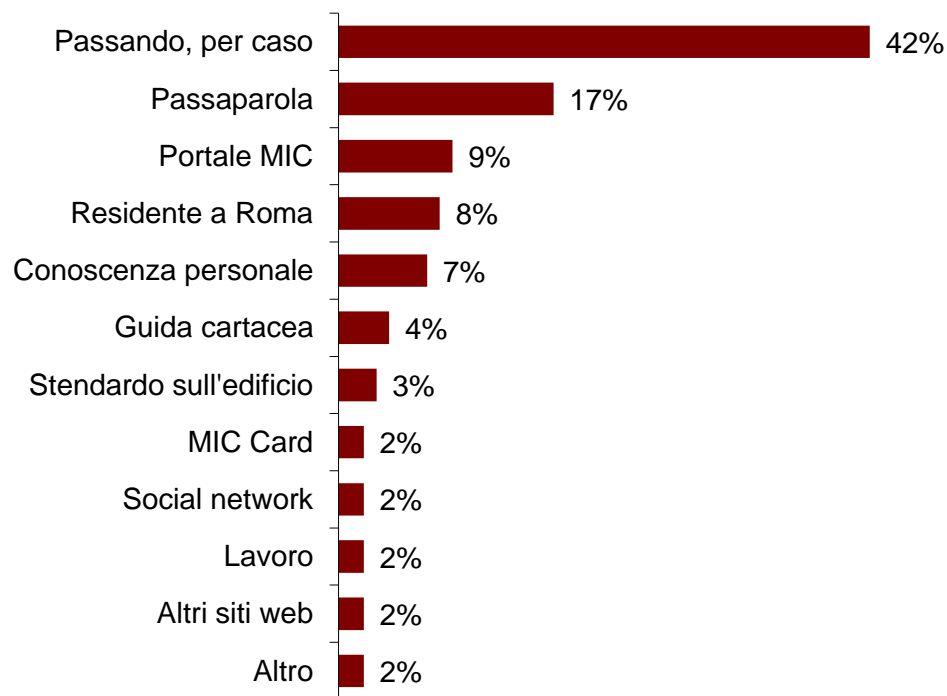


*\*Nel 2020 non è stata effettuata la survey in presenza, come concordato con la Sovrintendenza Capitolina.*

## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 42% del campione dichiara di essere venuto a conoscenza del museo “**passando per caso**” (in netto aumento dal 12% emerso nella scorsa indagine); poi segue il “**passaparola**” (17% sul totale degli intervistati; nel 2019 era il 20%). Invece la percentuale relativa al portale web **www.museiincomuneroma.it** passa dal 12% al 9%.

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando per caso siano soprattutto i turisti stranieri, laureati, in generale abbastanza soddisfatti e hanno visitato altri musei nell'ultimo anno. Invece il passaparola e il portale MIC sono i canali predominanti per i visitatori italiani (inclusi i romani), con titolo di diploma (*passaparola*) o laurea/specializzazione post laurea (*www.museiincomuneroma.it*), nel complesso molto soddisfatti e in quest'ultimo anno dichiarano di non avere visitato altri musei.

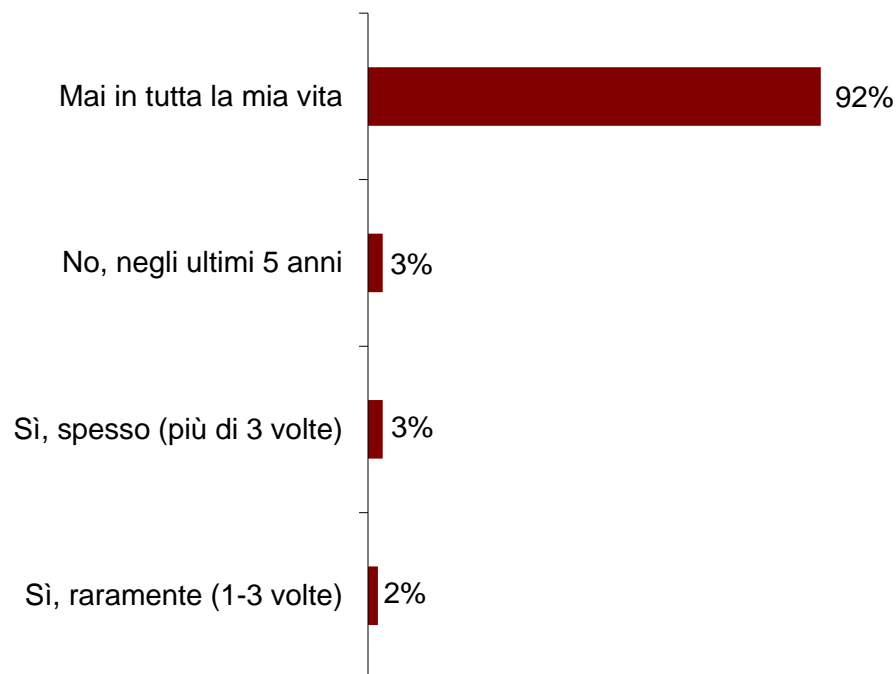




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La quasi totalità degli intervistati (92% sul campione totale) dichiara di **non essere stato prima al Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina**, il 3% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni e un 5% già vi è stato (di cui il 3% spesso “*più di tre volte*” e il 2% raramente “*da una a tre volte*”).

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano nel complesso abbastanza soddisfatti e non sono stati in altri musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina sono in prevalenza coloro che si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza e in quest’ultimo anno dichiarano di avere frequentato altri musei.

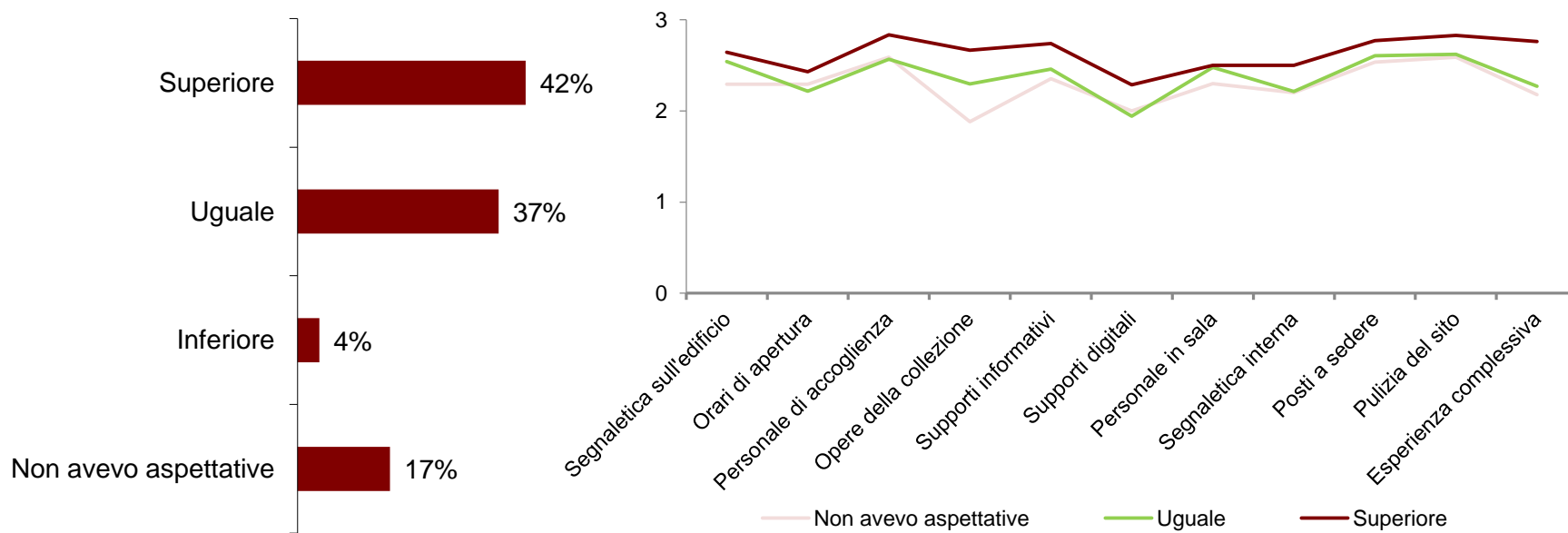


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 42% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 37% è uguale e solo per il 4% degli intervistati è inferiore. Il 17% afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano in particolare i turisti stranieri, nuovi visitatori, che sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. Invece il giudizio è uguale alle aspettative principalmente per gli italiani (inclusi i romani), alcuni già stati al *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* e hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno. Infine a non avere aspettative a priori sono soprattutto i visitatori italiani, mai stati in questo museo, ma ne hanno visti altri in quest'ultimo anno.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sulla maggior parte degli 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 del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* è pari al **29%**.

Il 45% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece il 13% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

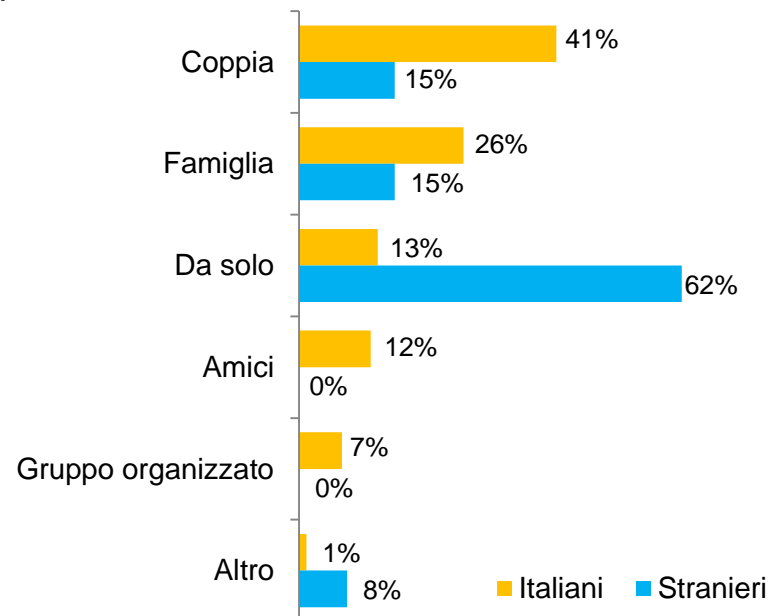
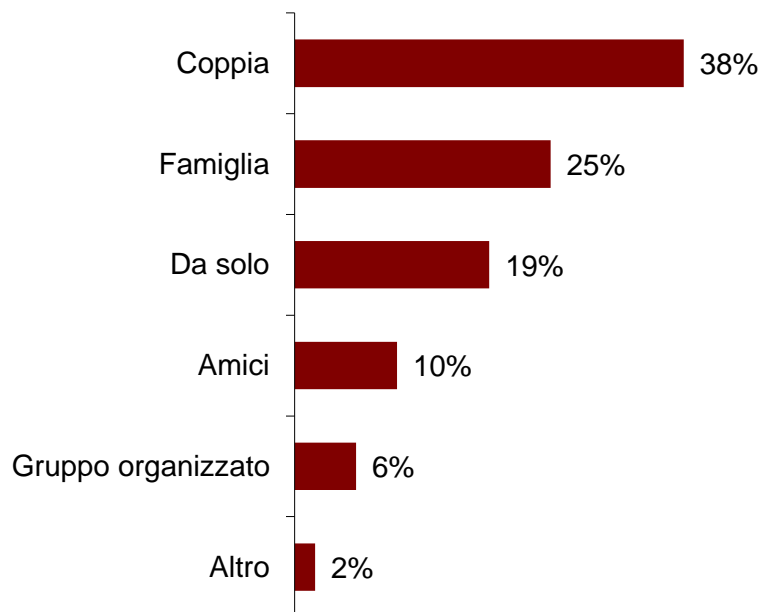


NET PROMOTER SCORE										
Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina 2021										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	2	11	14	31	21	21
0%	0%	0%	0%	0%	2%	11%	14%	31%	21%	21%
<b>DETRACTORI = 13%</b>							<b>PASSIVI = 45%</b>	<b>PROMOTORI = 42%</b>		
<b>42% - 13% = 29%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 38% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 25% viene con la propria “**famiglia**”, il 19% “**da solo**”, il 10% vi giunge con “**amici**”, il 6% con un “**gruppo organizzato**” e il restante 2% risponde “**altro**”.

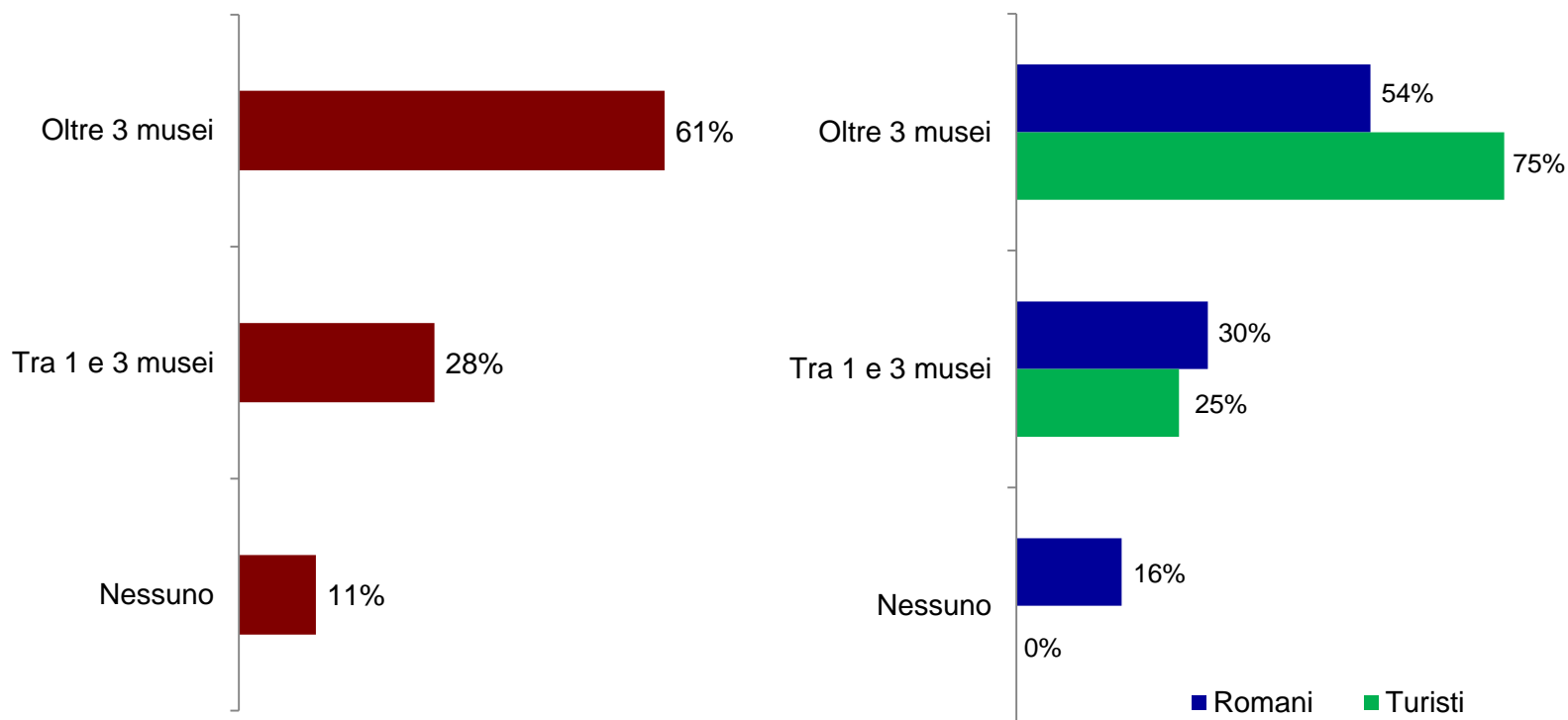
Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i visitatori italiani (inclusi i romani; *cf.* grafico in basso a destra), con titolo di laurea o post laurea, alcuni già stati al *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* e hanno visitato altri musei nell’ultimo anno. Invece a recarsi al museo in famiglia, con amici o gruppo organizzato sono soprattutto gli italiani, nuovi visitatori, con un diploma di scuola media inferiore/superiore, ma solo chi si è recato con amici, non ha frequentato altri musei nell’ultimo anno. Infine a visitare tale museo da solo è prevalentemente un target straniero, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, che si reca al museo per la prima volta e ha frequentato altri musei nell’ultimo anno.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 61% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 28% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre l'11% dichiara di non aver visitato alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti (cfr. grafico in basso a destra), sia italiani che stranieri, che si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza complessiva. Invece ad avere frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno sono principalmente i visitatori romani, che in generale si ritengono molto (*tra uno e tre musei*) o abbastanza (*nessuno*) soddisfatti.



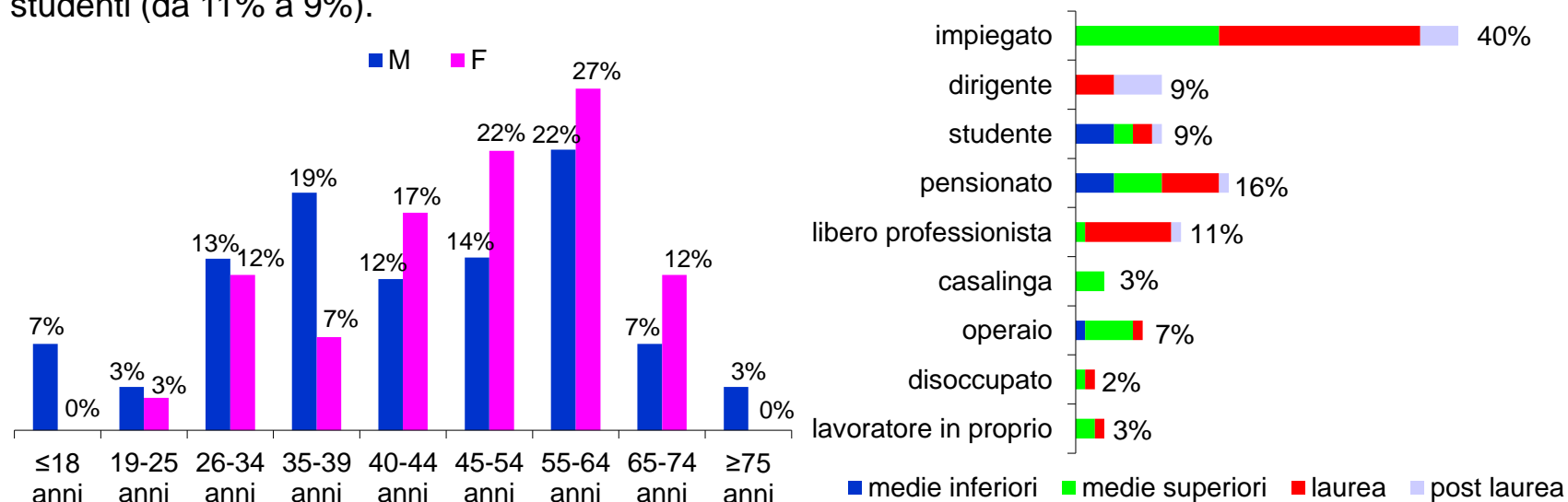
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere maschile** (59%; stessa percentuale emersa nel 2019), soprattutto nelle fasce d'età giovane fino ai 39 anni ed adulta oltre i 75 anni. Invece le donne emergono nelle fasce dei 40-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 64 anni**, che raggiungono complessivamente il 41% sul totale del campione intervistato (32% nel 2019). Rispetto alla scorsa indagine aumenta la fascia degli over 65 anni, che passa dal 6% all'11%.

Il 57% del campione dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (63% nel 2019).

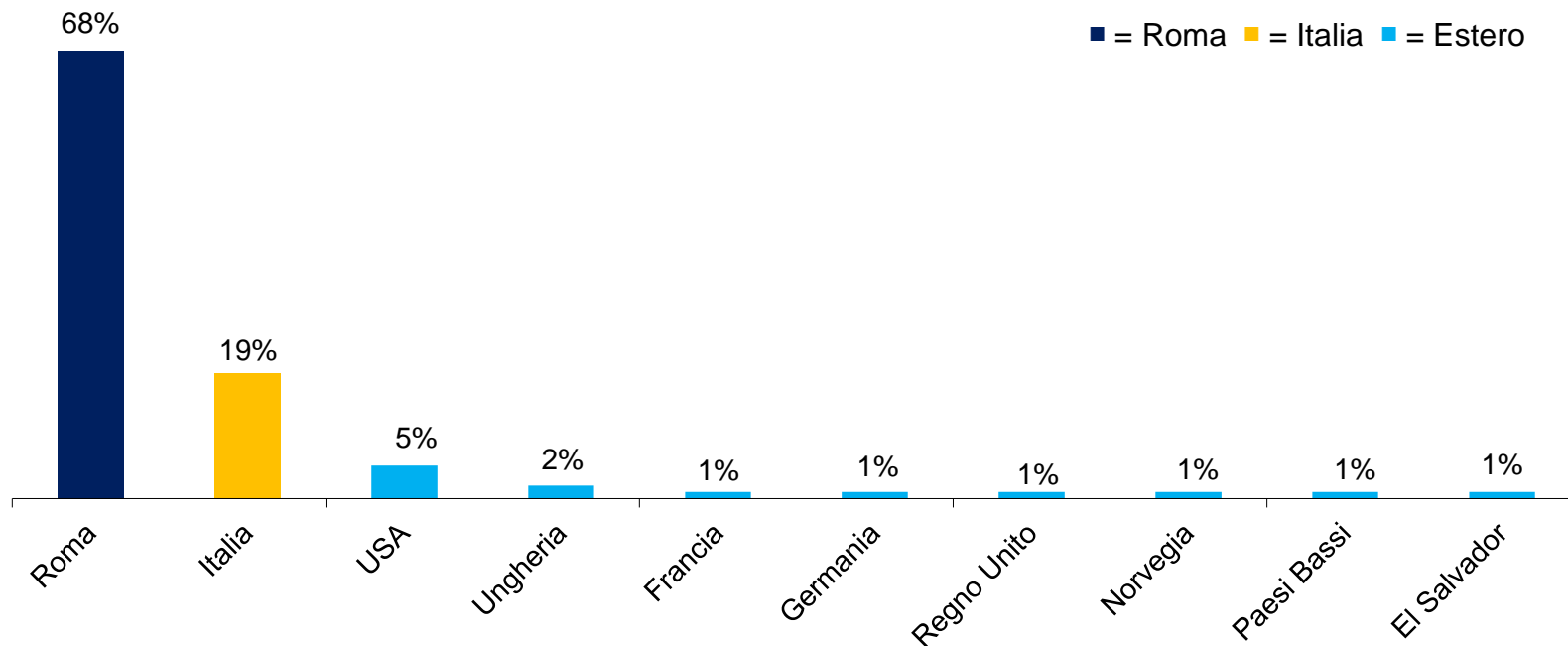
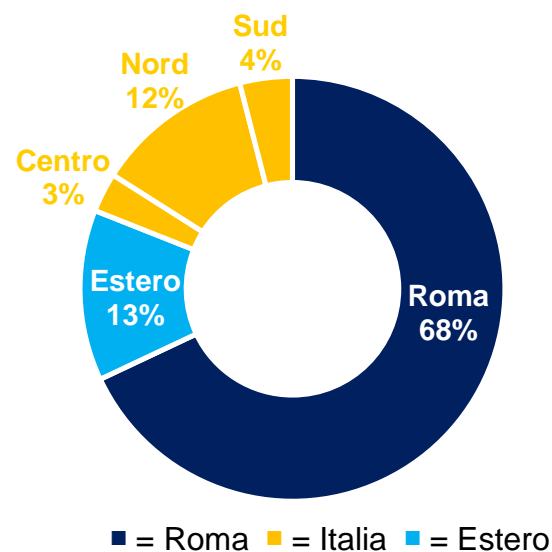
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (40%; in netto incremento dal 25% della scorsa indagine); poi seguono i pensionati (passano dal 9% al 16%), mentre scendono i liberi professionisti (dal 15% all'11%). Invece resta pressoché invariata la percentuale degli studenti (da 11% a 9%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 68% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (in netta discesa dall'88% emerso nell'indagine precedente); il 19% giunge da altre province italiane (12% nel 2019), mentre il 13% è rappresentato dai turisti stranieri (nel 2019 nessun visitatore intervistato proveniva dall'estero).

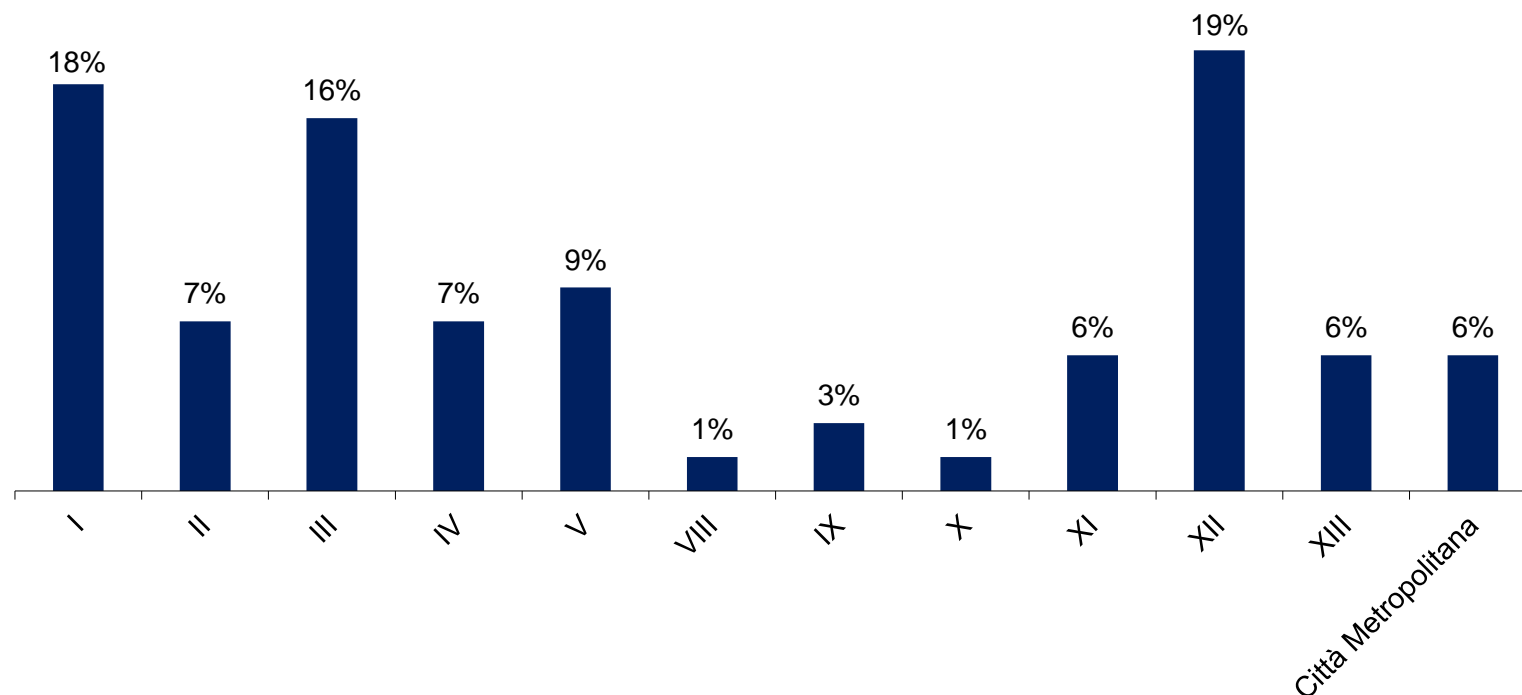
Tra le nazionalità estere prevale quella **americana** (5% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



## Analisi socio-demografica: municipi di residenza

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati, risulta emergere soprattutto il **Municipio XII**, che raggiunge una percentuale pari al 19% (è il municipio di appartenenza del museo); seguito dai **Municipi I** e **III** (rispettivamente 18% e 16% sul totale).

Per ulteriori dettagli sui municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante.





## Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,257**	,225*	0,196	0,165	-0,022	0,235	,226*	,289**	,293**	,303**
Orari di apertura	,257**	1,000	,287**	0,129	0,012	0,191	,264*	0,205	0,105	0,174	,234*
Personale di accoglienza	,225*	,287**	1,000	,388**	0,146	0,098	,551**	,411**	0,204	,304**	,374**
Opere della collezione	0,196	0,129	,388**	1,000	,228*	,342**	,368**	,390**	,290**	0,129	,570**
Supporti informativi	0,165	0,012	0,146	,228*	1,000	,355**	0,187	,251*	,280**	0,076	,492**
Supporti digitali	-0,022	0,191	0,098	,342**	,355**	1,000	0,250	0,180	0,183	0,083	,332**
Personale in sala	0,235	,264*	,551**	,368**	0,187	0,250	1,000	,357**	,296*	,306*	,509**
Segnaletica interna	,226*	0,205	,411**	,390**	,251*	0,180	,357**	1,000	,370**	,424**	,517**
Posti a sedere	,289**	0,105	0,204	,290**	,280**	0,183	,296*	,370**	1,000	,334**	,408**
Pulizia del sito	,293**	0,174	,304**	0,129	0,076	0,083	,306*	,424**	,334**	1,000	,316**
Esperienza complessiva	,303**	,234*	,374**	,570**	,492**	,332**	,509**	,517**	,408**	,316**	1,000

\*\*\* L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

## Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione generale (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Per il *Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina* le **opere della collezione**, la **segnaletica interna** ed il **personale in sala** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

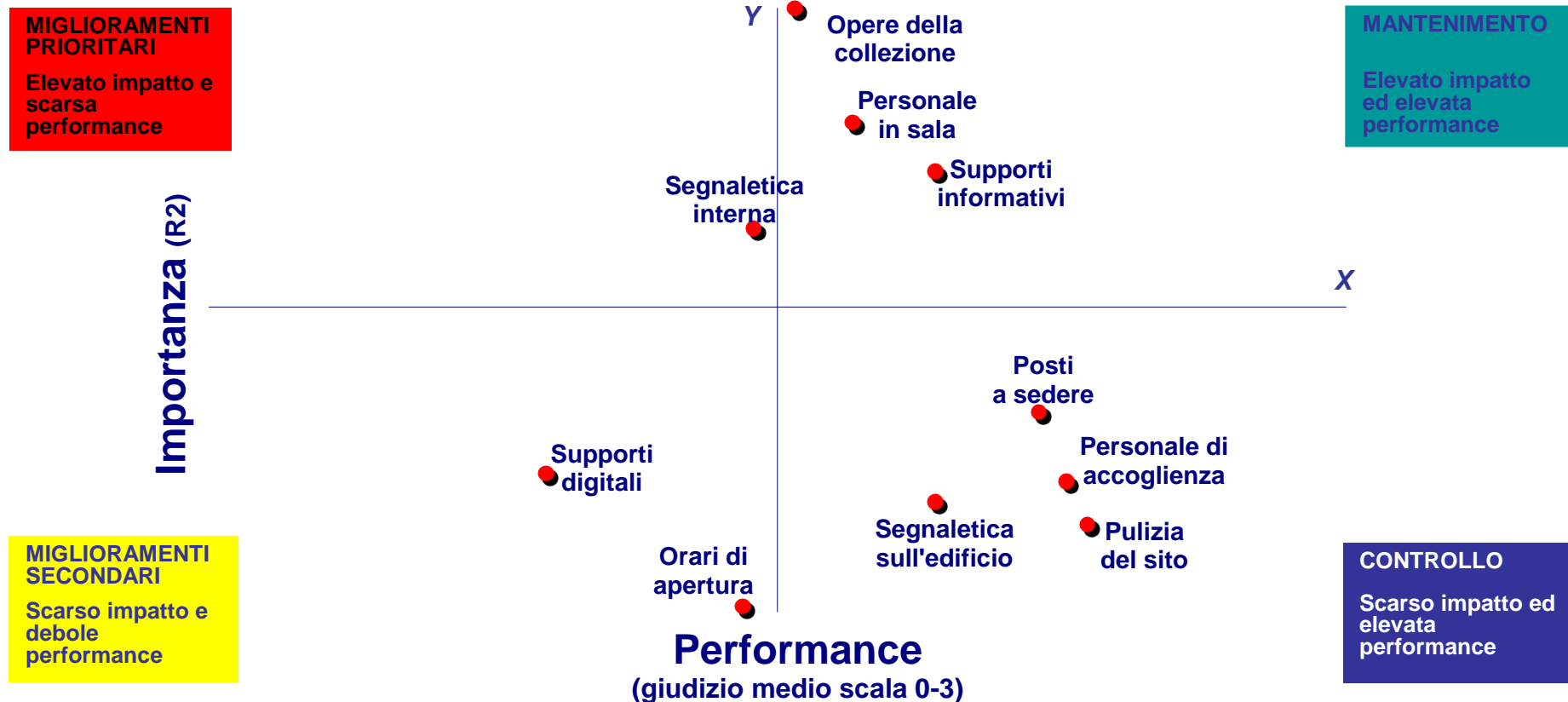
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Opere della collezione	0,570
Segnaletica interna	0,517
Personale in sala	0,509
Supporti informativi	0,492
Posti a sedere	0,408
Personale di accoglienza	0,374
Supporti digitali	0,332
Pulizia del sito	0,316
Segnaletica sull'edificio	0,303
Orari di apertura	0,234

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma nel quadrante in alto a destra si posizionano anche il **personale in sala** e i **supporti informativi**, seppure più in basso. Invece la **segnaletica interna** rientra tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

## Cluster Analysis

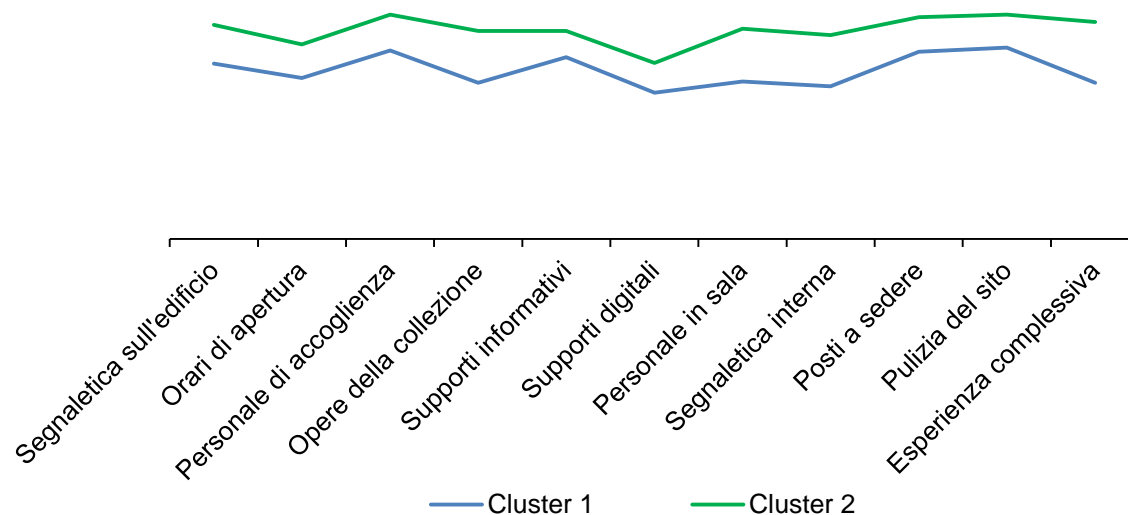
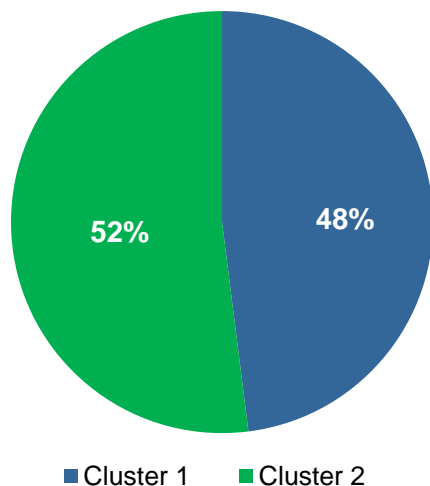
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (48 individui per il *Cluster 1* e 52 per il *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 mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti**: in prevalenza uomini; turisti (italiani e stranieri); di età giovane fino ai 25 anni, 40-44 anni e 55-64 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; nuovi visitatori; vengono a conoscenza del museo soprattutto passando per caso; vengono da soli o in coppia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; non hanno visitato altri musei nell'ultimo anno.

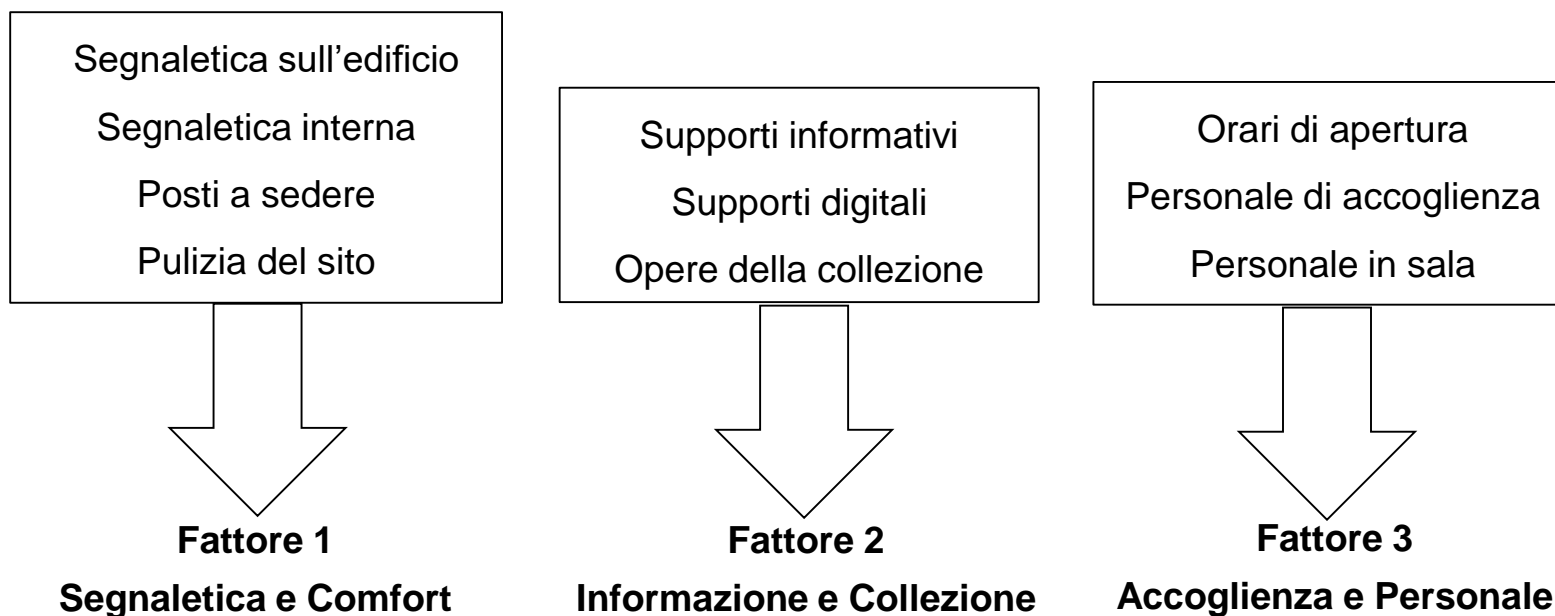
**Cluster 2 – Molto Soddisfatti**: in prevalenza donne; romani; di età 26-39 anni e 45-54 anni; laureati; impiegati; alcuni già stati in questo museo; lo conoscono soprattutto tramite passaparola e portale MiC; vengono con un gruppo organizzato o amici; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato altri musei nell'ultimo anno.



## Analisi Fattoriale

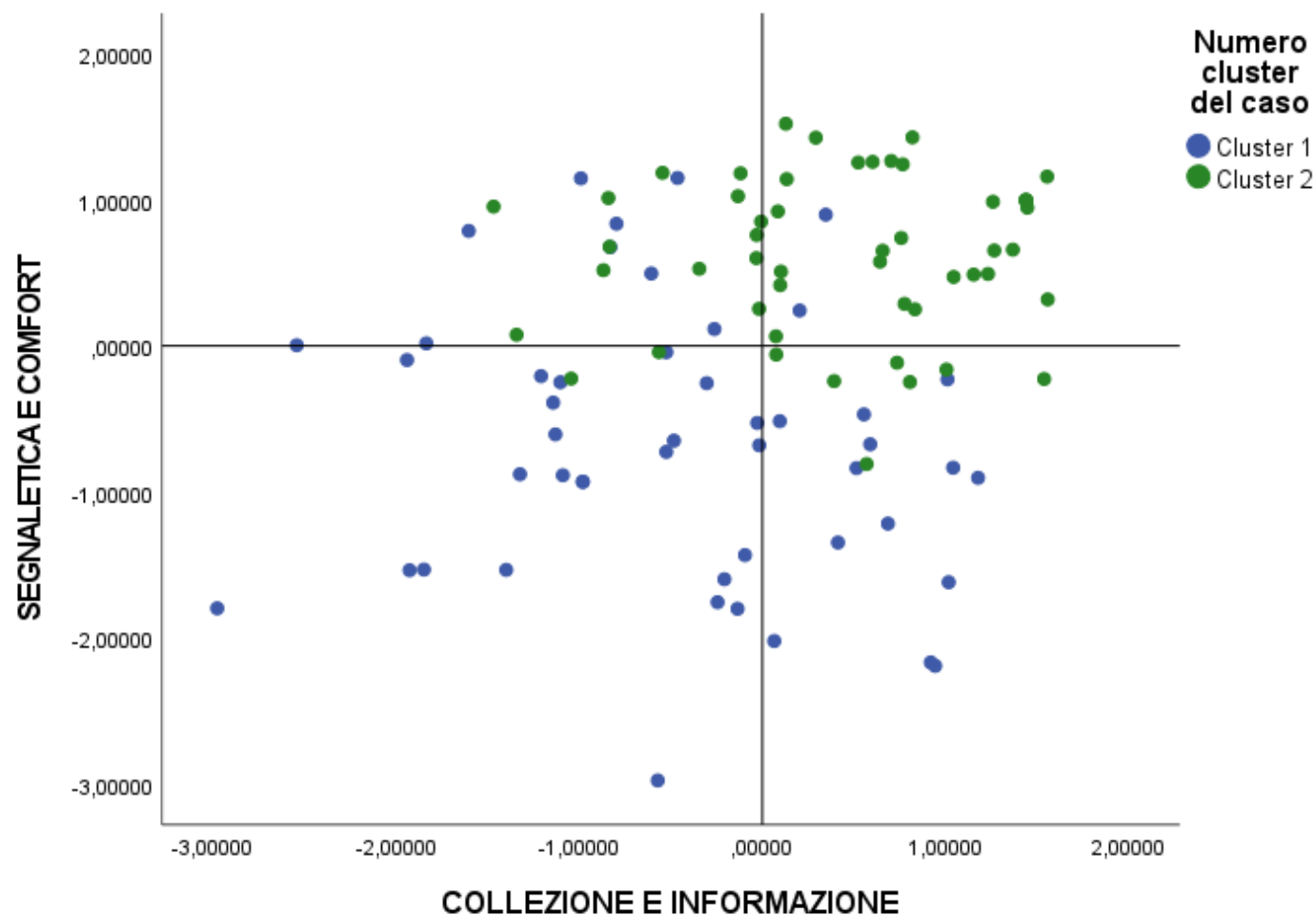
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Segnaletica e Comfort*).



## Suggerimenti

**NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 85**

**ELOGIO** documenti e oggetti esposti molto interessanti. **Totale 1**

---

**SUPPORTI DIGITALI** revisione dei proiettori digitali che non funzionano bene (5), altro (1).

**Totale 6**

**ORARI** apertura anche pomeridiana del museo. **Totale 4**

**SUPPORTI INFORMATIVI** maggiori informazioni sullo scenario storico. **Totale 4**

**ALTRO. Totale 4**

***TOTALE 18 SUGGERIMENTI***  
***Museo della Repubblica Romana e della memoria garibaldina***

## Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

- Mai in tutta la mia vita     
  No, negli ultimi 5 anni     
  Sì da 1 a 3 volte     
  Sì più di 3 volte

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

- stampa (quotidiani/riviste)     
  standardo sull'edificio     
  scuola-università  
 www.museiincomuneroma.it     
  amici/parenti     
  social network  
 altri siti internet     
  scuola-università     
  altro.....

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posti a sedere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è:   
 Superiore   
 Uguale   
 Inferiore   
 Non avevo aspettative

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

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

Con chi ha visitato il museo?   
 Da solo   
 Gruppo organizzato   
 Coppia   
 Amici   
 Famiglia   
 Scuola   
 Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?   
 Nessuno   
 Tra 1 e 3 musei   
 Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare

---



---

**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   
 studi superiori   
 laurea   
 post laurea

Professione:  impiegato   
 dirigente   
 studente   
 pensionato   
 libero professionista   
 casalinga   
 operaio   
 disoccupato   
 altro.....

Provenienza:  Roma (Municipio: ..... )   
 Altra Provincia italiana:.....   
 Altra Nazionalità:.....