



Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia - Casino Nobile

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 del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel 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 3 al 7 ottobre** presso il **Casino Nobile di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 26% 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 98%, un margine di errore di stima di $\pm 2,76\%$.

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 molto buono, con una media di **2,79** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione** (2,96), il **personale di biglietteria** (2,92), la **pulizia del sito** (2,87), gli **orari di apertura** (2,85) e il **personale in sala** (2,79).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.

Il **personale in sala** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa, ma anche quello più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sui **supporti informativi** (n. 12 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 69% da cittadini **romani**, **impiegati** (37%) e **studenti** (21%), **diplomati** (52%), appartenenti alle fasce di età **19-25 anni**, **45-54 anni** e **over 65 anni** (16% per ciascuna).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi viene a sapere del museo per **conoscenza personale** (28%), poi seguono le voci **residente a Roma** (13%) e **passaparola** (11%).

È significativo che la risposta *conoscenza personale* sia prevalente soprattutto per coloro che sono già stati in questo museo, di età 26-44 anni, laureati e hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. La voce *residente a Roma* emerge in particolare per i nuovi visitatori, di età 45-74 anni, diplomati, che quest'anno sono stati in più di tre musei. Invece a rispondere *passaparola* sono principalmente coloro che vengono per la prima volta al *Casino Nobile*, giovani di età 14-25 anni, con un titolo di scuola media inferiore/superiore e dichiarano di essere stati in vari musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Casino Nobile di Villa Torlonia - 2023	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,72	3,00	100	0	0,514	0%	75%	0%	97%
Orari di apertura	2,85	3,00	100	0	0,359	0%	85%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,92	3,00	100	0	0,307	0%	93%	0%	99%
Guardaroba	2,69	3,00	35	65	0,471	65%	69%	0%	100%
Opere della collezione	2,96	3,00	100	0	0,197	0%	96%	0%	100%
Audioguida	2,39	2,00	23	77	0,583	77%	43%	0%	96%
Supporti informativi	2,66	3,00	100	0	0,536	0%	69%	0%	97%
Supporti digitali	2,44	2,00	100	0	0,574	0%	48%	0%	96%
Personale in sala	2,79	3,00	100	0	0,433	0%	80%	0%	99%
Segnaletica interna	2,61	3,00	100	0	0,510	0%	62%	0%	99%
Pulizia del sito	2,87	3,00	100	0	0,338	0%	87%	0%	100%
Libreria	2,22	2,00	37	67	0,479	67%	24%	0%	97%
Esperienza complessiva	2,79	3,00	100	0	0,409	0%	79%	0%	100%

* 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 (2,68).

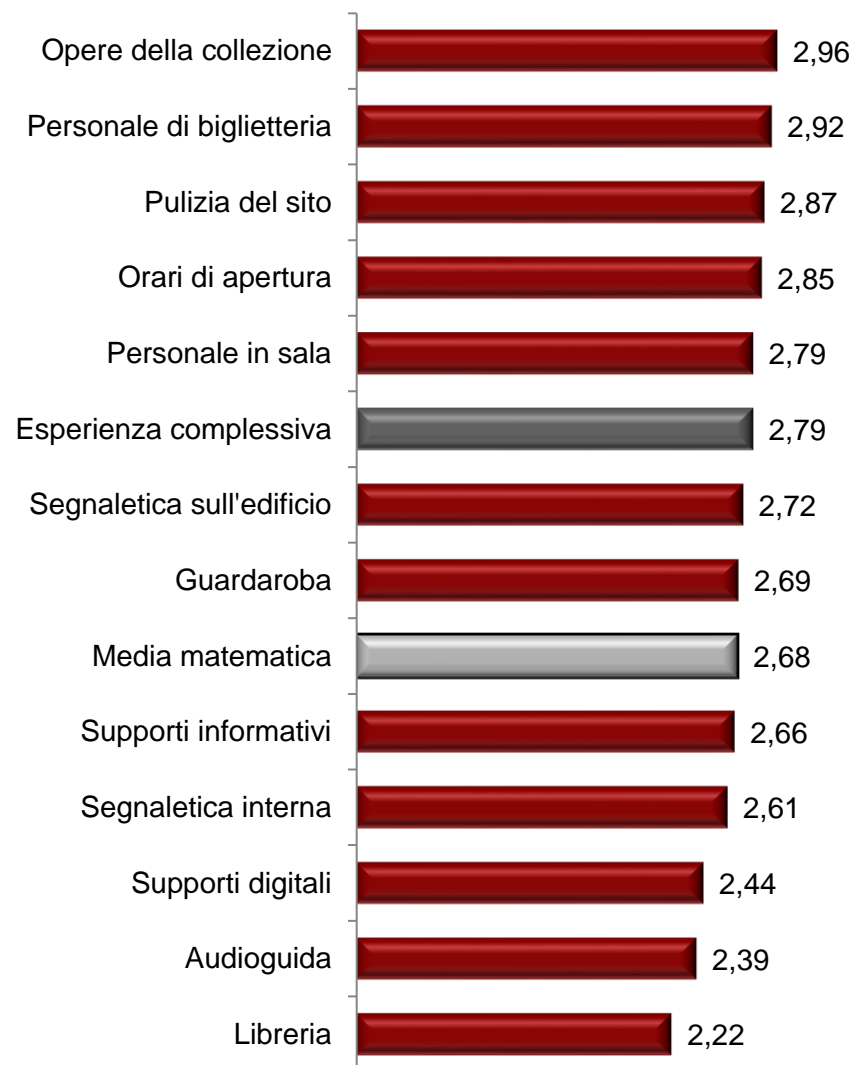
Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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: le **opere della collezione**, il **personale (di biglietteria e in sala)**, la **pulizia del sito e gli orari di apertura**.

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

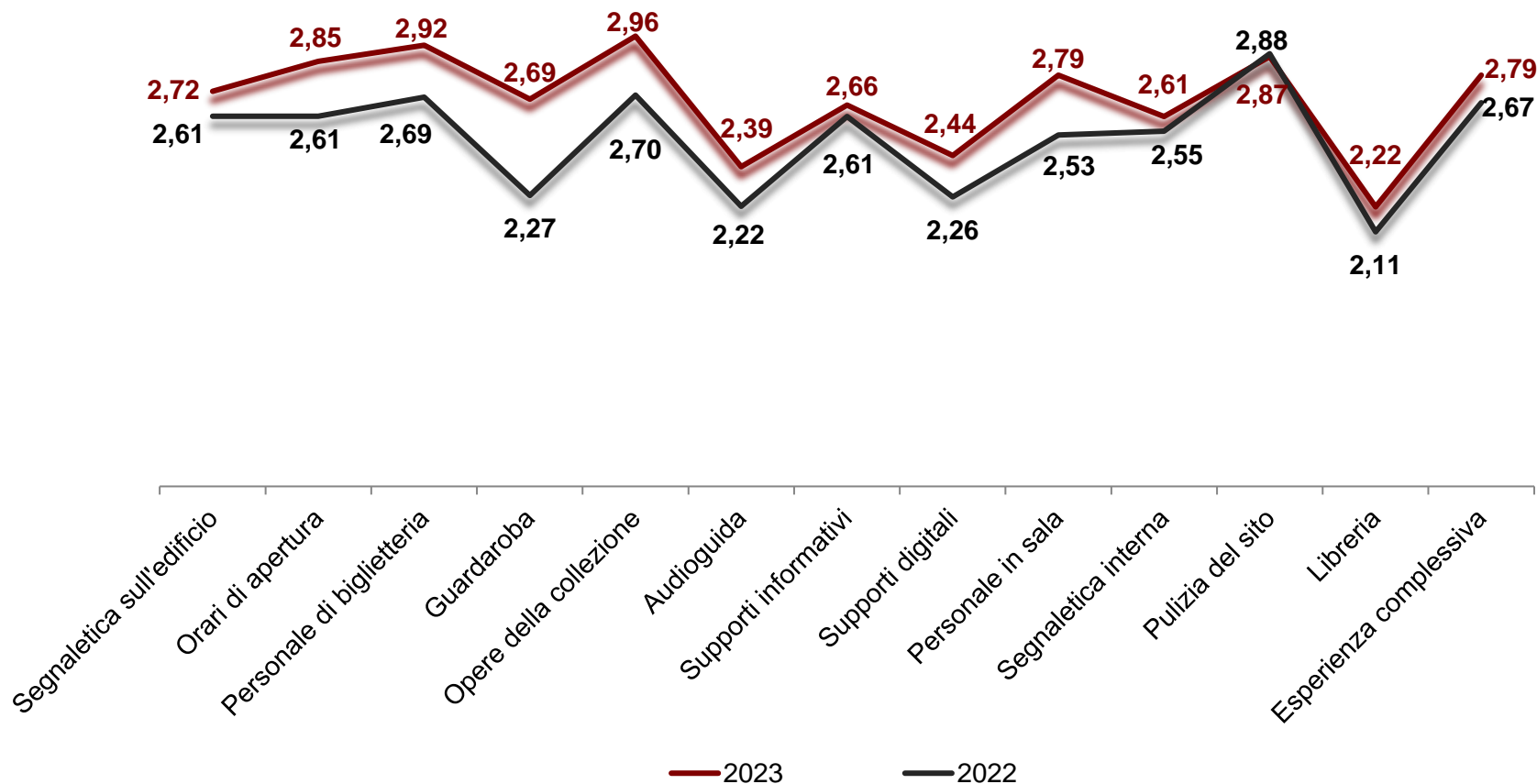
Il 23% degli intervistati ha rilasciato una valutazione sul servizio di audioguida.



Analisi del trend 2022-2023

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta costante e lineare.

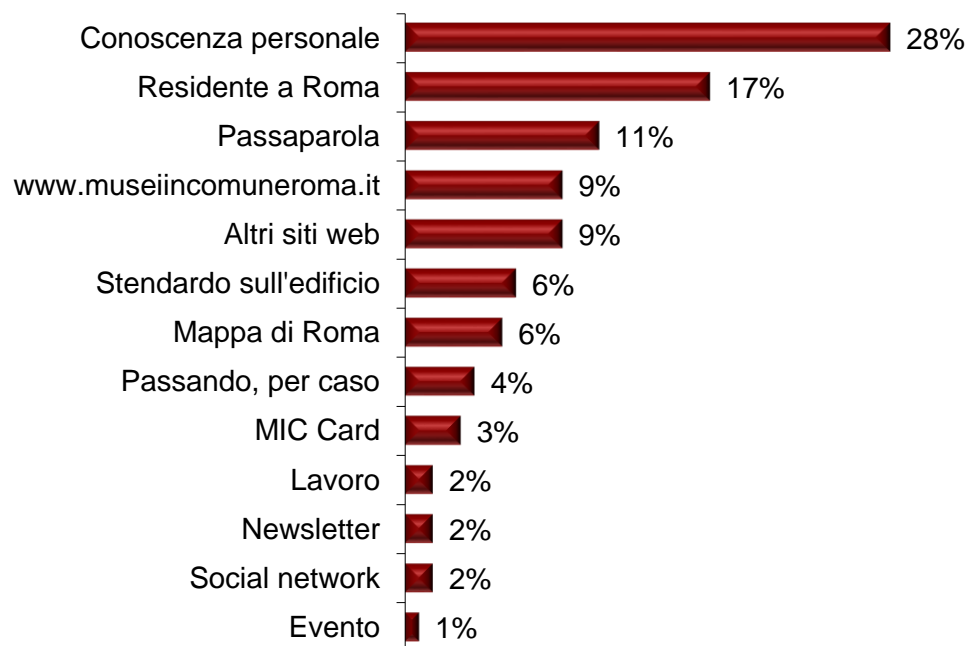
Si evidenzia un incremento generale del livello medio di soddisfazione, in particolare sui seguenti aspetti: orari di apertura, personale (di biglietteria e assistenza in sala), guardaroba, opere della collezione. Invece la media della pulizia del sito resta pressoché invariata, passando da 2,88 a 2,87.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 28% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere del museo per “**conoscenza personale**” (stessa percentuale emersa nel 2022), mentre il 17% risponde perché è “**residente a Roma**” (lo scorso anno era 13%) e l’11% “**passaparola**” (15% nell’indagine precedente).

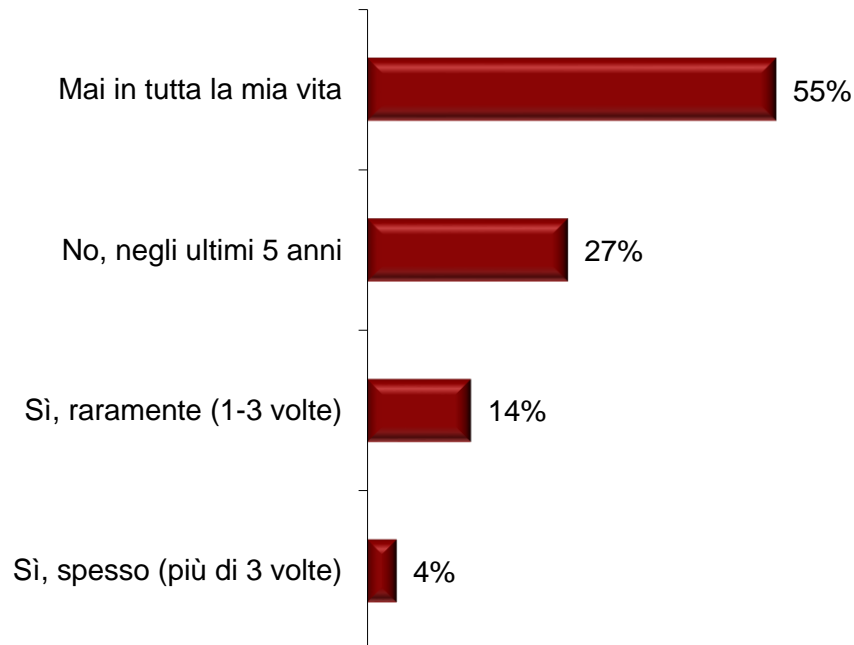
È significativo che la risposta conoscenza personale sia prevalente soprattutto per coloro che sono già stati in questo museo, di età 26-44 anni, laureati e hanno frequentato tra uno e tre musei nell’ultimo anno. La voce residente a Roma emerge in particolare per i nuovi visitatori, di età 45-74 anni, diplomati, che quest’anno sono stati in più di tre musei. Invece a rispondere passaparola sono principalmente coloro che vengono per la prima volta al *Casino Nobile*, giovani di età 14-25 anni, con un titolo di scuola media inferiore/superiore e dichiarano di essere stati in vari musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 55% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** al *Casino Nobile di Villa Torlonia*, il 18% l'ha già visitato (di cui il 14% “*da una a tre volte*” e il 4% “*più di tre volte*”), mentre il restante 27% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

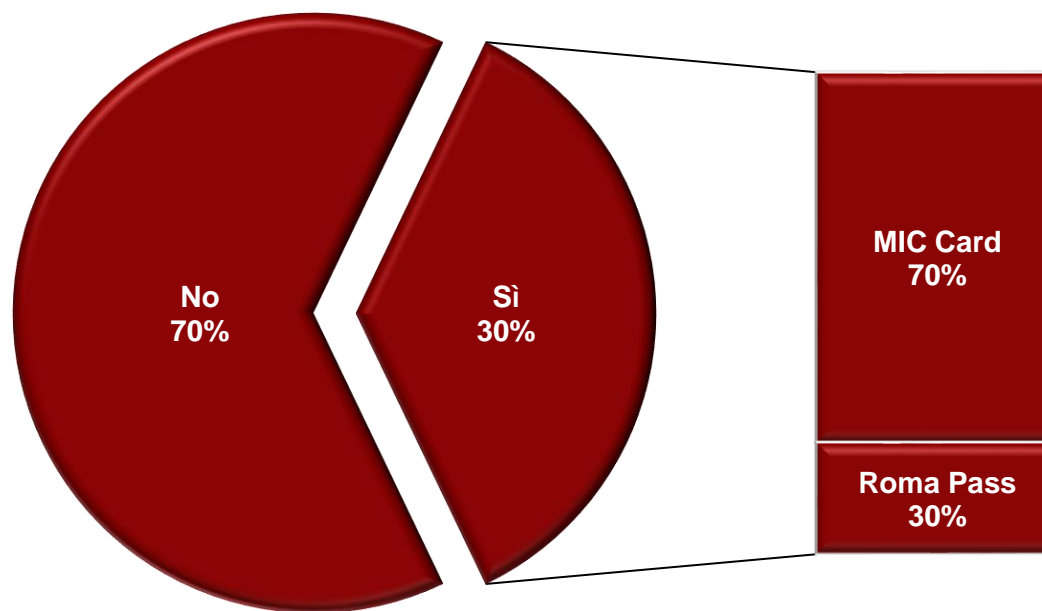
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i giovani fino ai 34 anni o adulti di età 55-64 anni, in generale abbastanza soddisfatti e nell'ultimo anno affermano di avere frequentato più di tre musei. Invece ad essere già stati al *Casino Nobile* sono principalmente coloro che appartengono alla fascia di età 65-74 anni, molto soddisfatti della loro esperienza e sono stati in meno di tre musei in quest'ultimo anno.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 70% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 30% afferma di averla utilizzata (di cui il 70% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 30% alla **Roma Pass**).

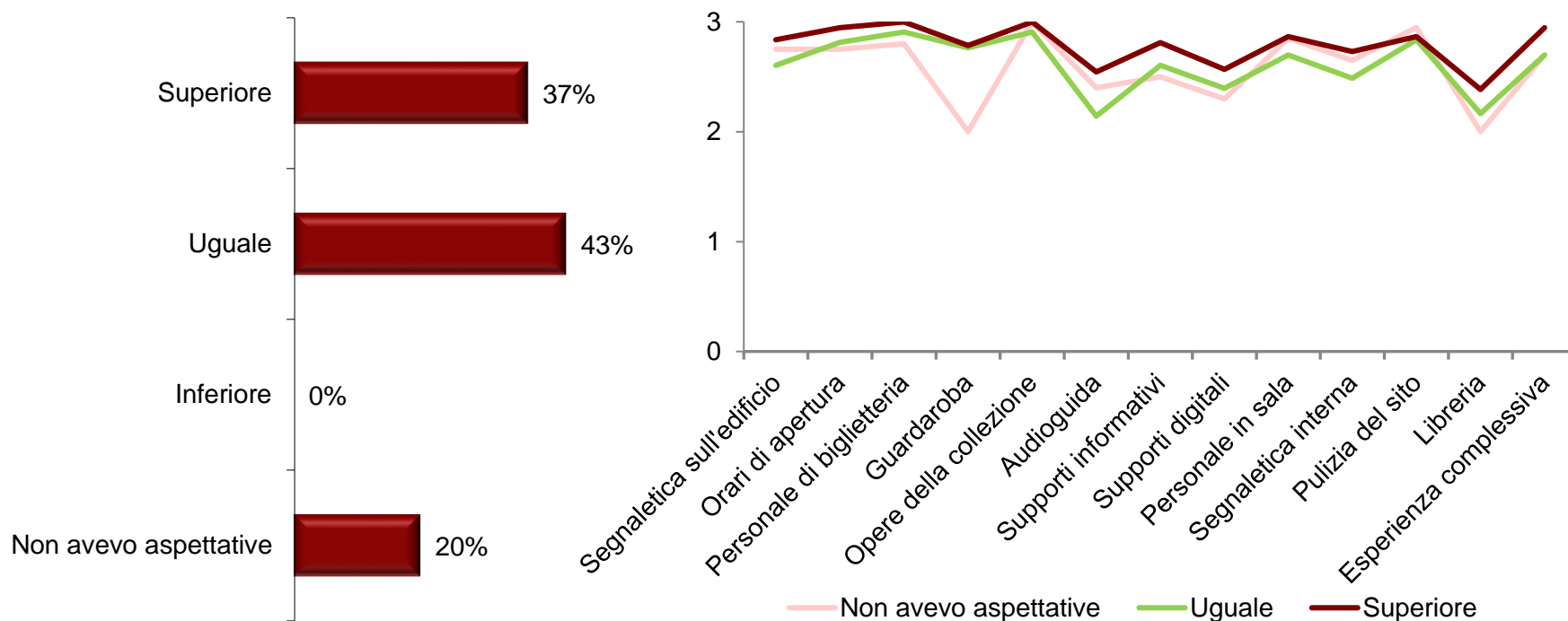
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori di età adulta al di sopra dei 45 anni. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Casino Nobile* sono in particolare i giovani di età inferiore ai 39 anni.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 43% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 37% è superiore, mentre nessuno ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 20% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano soprattutto i turisti, che vengono per la prima volta al *Casino Nobile*. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori romani, che già sono stati in questo museo. Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe 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 *Casino Nobile* è pari al **72%**.

Il 28% 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); ciò è indice di un elevato gradimento del museo visitato.

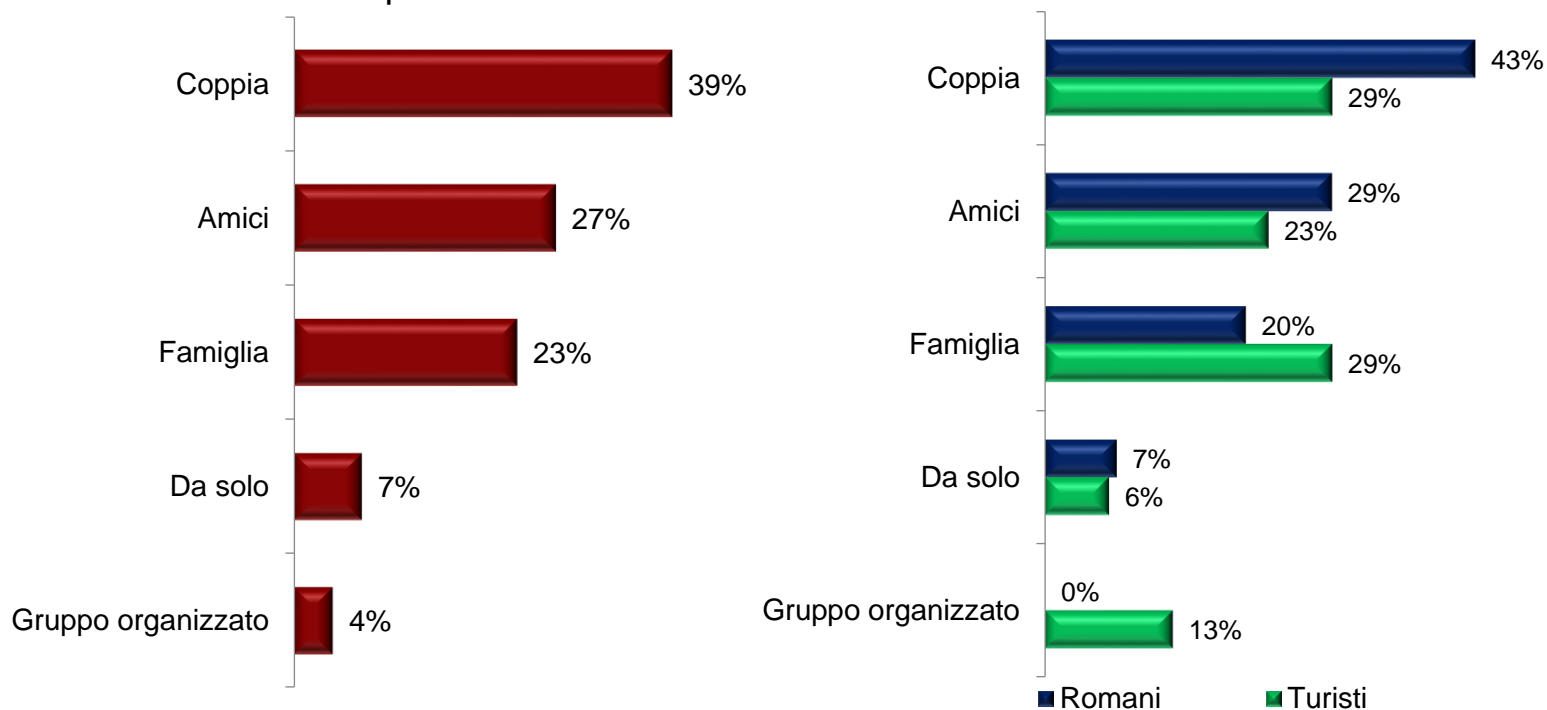


NET PROMOTER SCORE Casino Nobile 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	4	24	34	38
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	24%	34%	38%
DETRACTORI = 0%							PASSIVI = 28%	PROMOTORI = 72%		
72%-0%=72%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 27% in compagnia di “**amici**”, il 23% viene con la propria “**famiglia**”, il 7% “**da solo**” e il restante 4% con un “**gruppo organizzato**”.

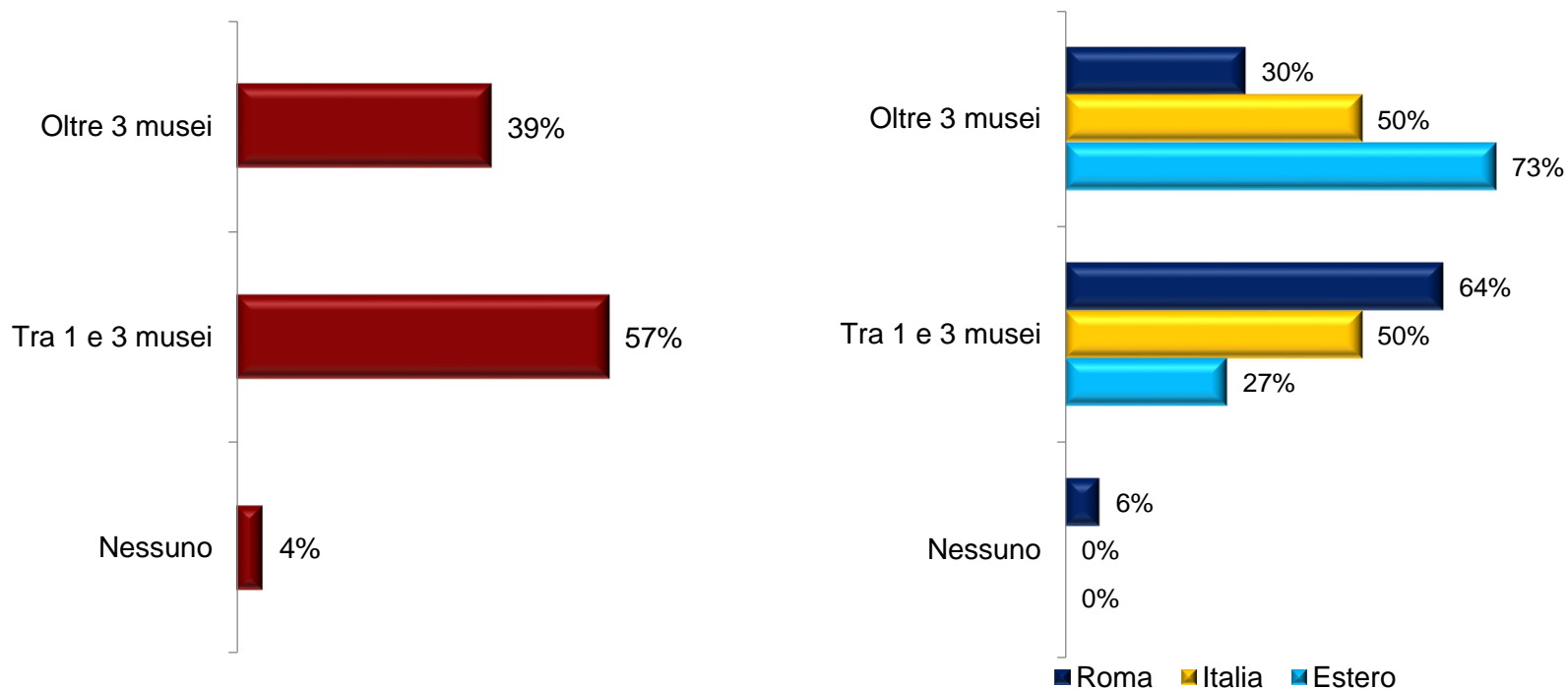
Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto i residenti a Roma, nuovi visitatori, nel complesso molto soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. A rispondere con amici sono in prevalenza i visitatori romani, alcuni dei quali sono già stati in questo museo, hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno. Invece a recarsi al *Casino Nobile* con la propria famiglia sono principalmente i turisti, che vengono per la prima volta, sono molto soddisfatti della loro esperienza e nell'ultimo anno hanno visto tra uno e tre musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 57% degli intervistati dichiara di avere visitato **“tra uno e tre musei”** nell'ultimo anno, il 39% risponde **“oltre tre musei”**, mentre il 4% afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i turisti stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), laureati, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i residenti a Roma, diplomati, alcuni sono già stati al *Casino Nobile* e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



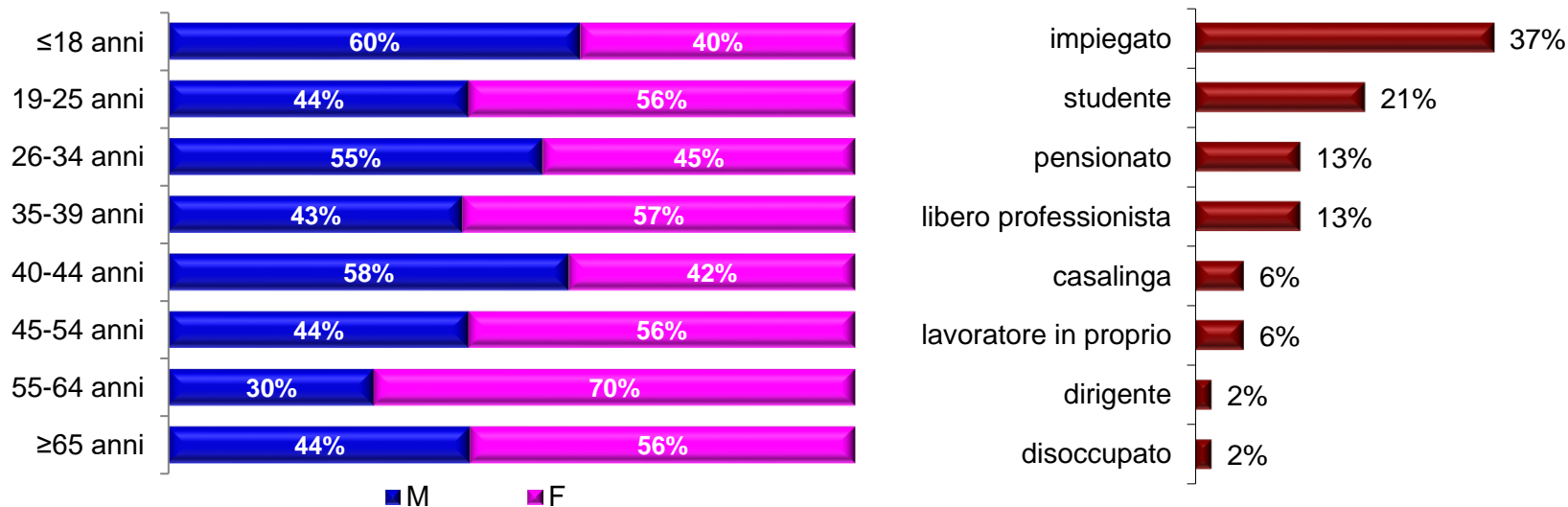
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; era 59% nel 2022), soprattutto nelle fasce d'età adulta al di sopra dei 45 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce di età ≤18 anni, 26-34 anni e 40-44 anni.

Si registra un aumento delle fasce di età **35-39 anni** (dal 5% al 14%) e **over 65 anni** (dal 12% al 16%). Invece si evidenzia una notevole flessione delle fasce 45-64 anni, che scendono dal 40% al 26%.

Il 52% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **diploma superiore** (48% nell'indagine precedente).

Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (37%; nell'indagine precedente erano il 32%) e gli **studenti**, che passano dal 23% al 21%.

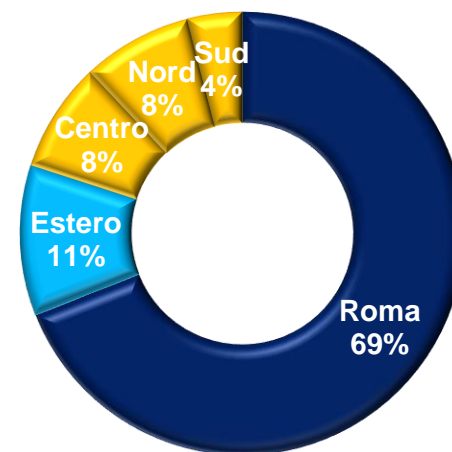


Analisi socio-demografica (provenienza)

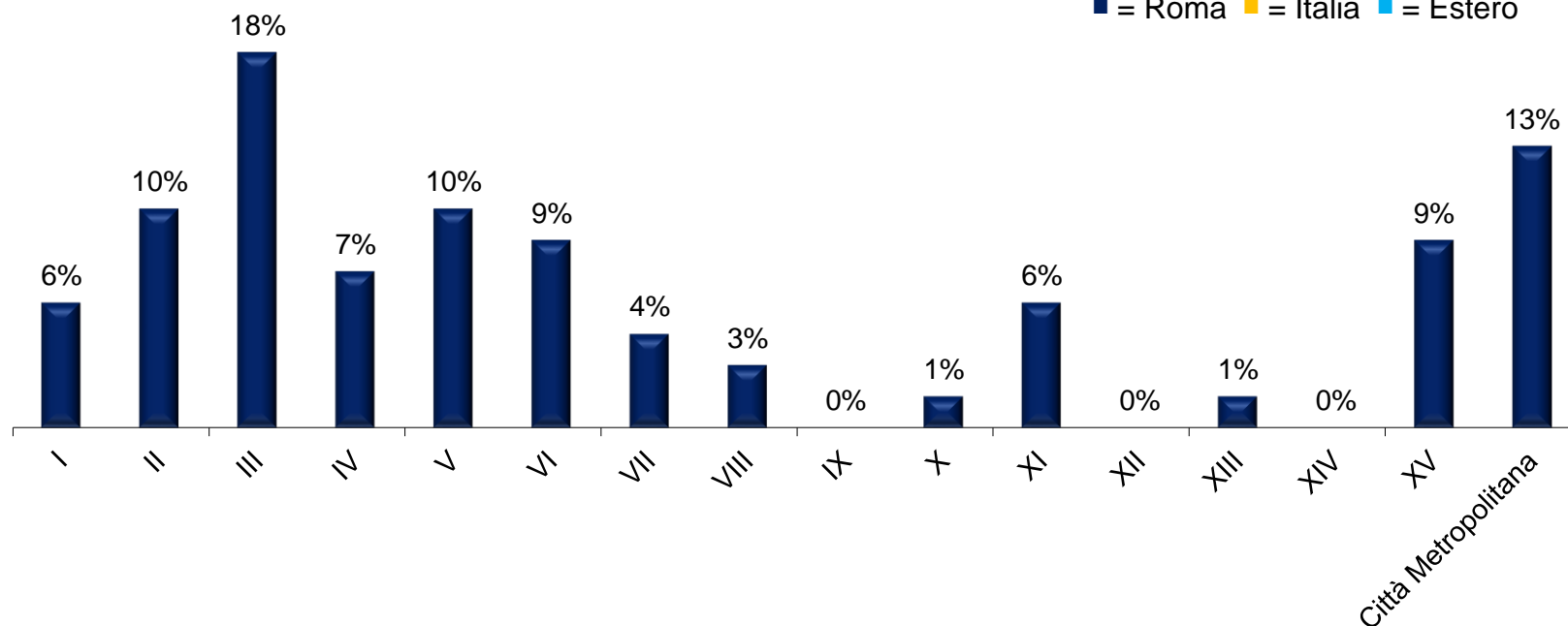
Il 69% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani** (63% nell'indagine precedente); il 20% giunge da altre province italiane (28% nel 2022) e il restante 11% dall'estero (in lieve aumento dal 9% nella scorsa indagine).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi III** (18%), **II** e **V** (10% per entrambi).

Si evidenzia inoltre una buona percentuale di chi giunge dai Comuni della Città Metropolitana di Roma (13%).



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Audioguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,446**	,281**	,367*	,338**	0,282	,266**	,230*	,375**	0,113	,325**	-0,042	,470**
Orari di apertura	,446**	1,000	,218*	0,165	,486**	0,353	,418**	,266**	,275**	,263**	,254*	0,019	,402**
Personale di biglietteria	,281**	,218*	1,000	,602**	-0,056	0,237	0,145	,358**	,541**	0,186	-0,106	0,116	,341**
Guardaroba	,367*	0,165	,602**	1,000	-0,207	,465*	0,314	,619**	0,178	0,257	-0,117	0,424	0,327
Opere della collezione	,338**	,486**	-0,056	-0,207	1,000	0,298	-0,030	-0,016	,277**	0,048	,376**	-0,021	,271**
Audioguida	0,282	0,353	0,237	,465*	0,298	1,000	0,259	,485*	0,128	0,277	0,207	,545*	0,282
Supporti informativi	,266**	,418**	0,145	0,314	-0,030	0,259	1,000	,406**	,387**	,427**	0,176	0,057	,422**
Supporti digitali	,230*	,266**	,358**	,619**	-0,016	,485*	,406**	1,000	,346**	,297**	0,028	0,265	,360**
Personale in sala	,375**	,275**	,541**	0,178	,277**	0,128	,387**	,346**	1,000	,425**	,322**	0,026	,665**
Segnaletica interna	0,113	,263**	0,186	0,257	0,048	0,277	,427**	,297**	,425**	1,000	,205*	0,280	,465**
Pulizia del sito	,325**	,254*	-0,106	-0,117	,376**	0,207	0,176	0,028	,322**	,205*	1,000	0,053	,239*
Libreria	-0,042	0,019	0,116	0,424	-0,021	,545*	0,057	0,265	0,026	0,280	0,053	1,000	0,233
Esperienza complessiva	,470**	,402**	,341**	0,327	,271**	0,282	,422**	,360**	,665**	,465**	,239*	0,233	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).

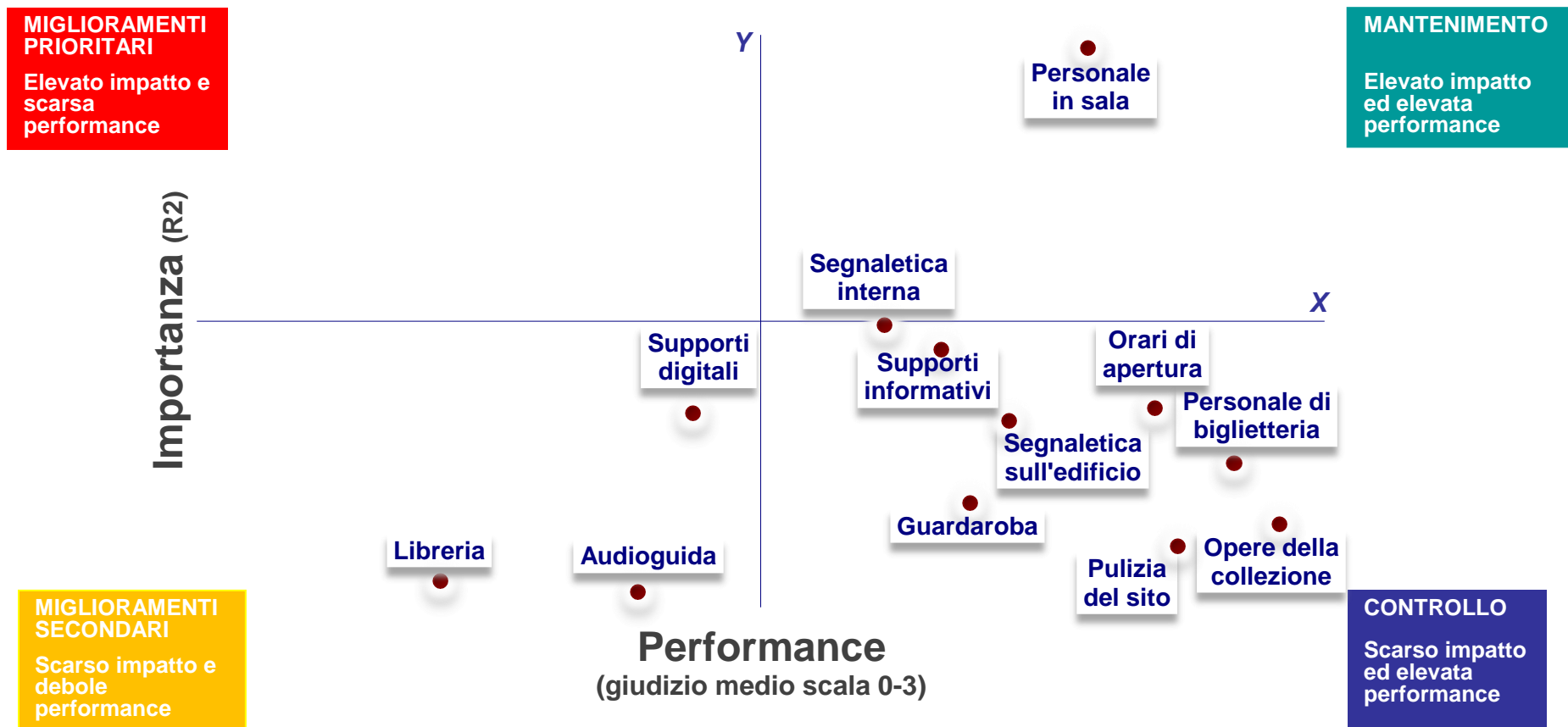
Le variabili non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Casino Nobile* il **personale in sala** è l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Personale in sala	0,665
Segnaletica sull'edificio	0,470
Segnaletica interna	0,465
Supporti informativi	0,422
Orari di apertura	0,402
Supporti digitali	0,360
Personale di biglietteria	0,341
Opere della collezione	0,271
Pulizia del sito	0,239

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale in sala** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e si posiziona nel quadrante in alto a destra, dove c'è anche la **segnaletica interna**, ma in una posizione *borderline*. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

Cluster Analysis

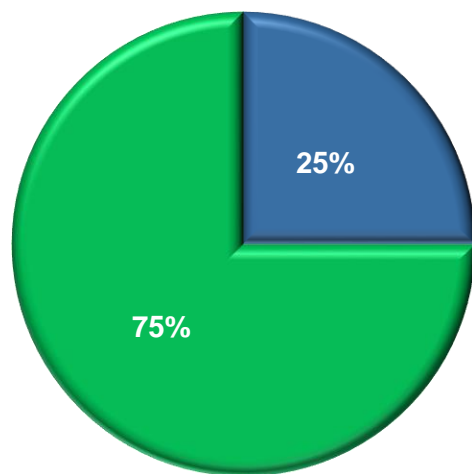
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (25 individui per il *Cluster 1* e 75 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

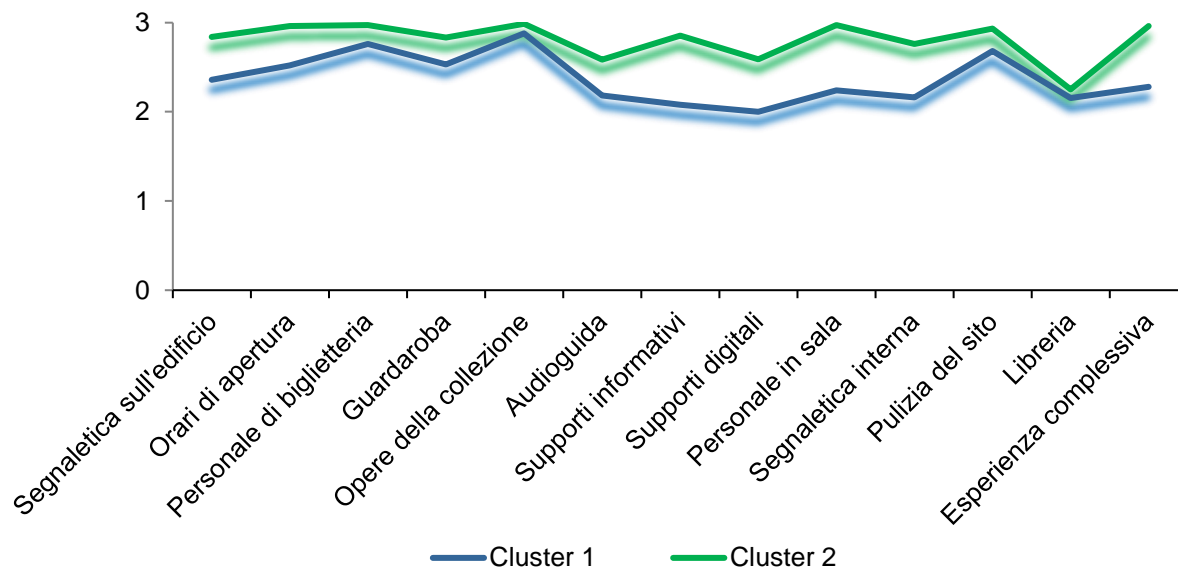
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza donne; di età 19-34 anni; studenti e liberi professionisti; scoprono il museo tramite il passaparola e www.museiincomuneroma.it; nuovi visitatori; vengono con gli amici; giudizio uguale alle attese; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini; di età 35-64 anni; impiegati, lavoratori in proprio e pensionati; scoprono il museo tramite altri siti web o per conoscenza personale; alcuni già stati al *Casino Nobile*; vengono in coppia o con la famiglia; giudizio superiore alle attese; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.



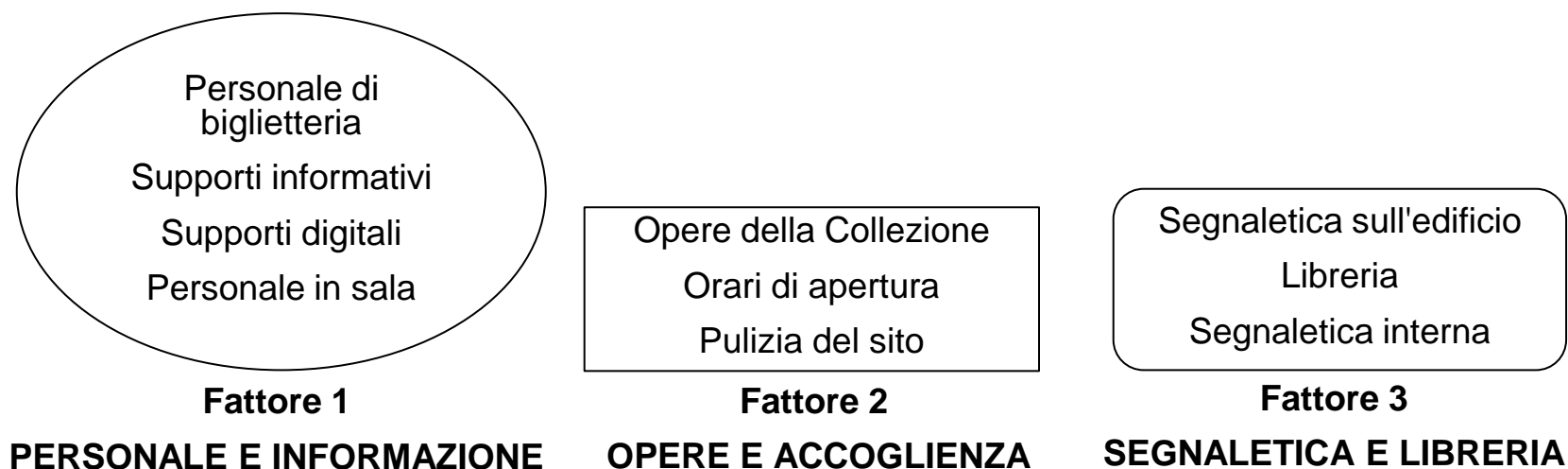
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

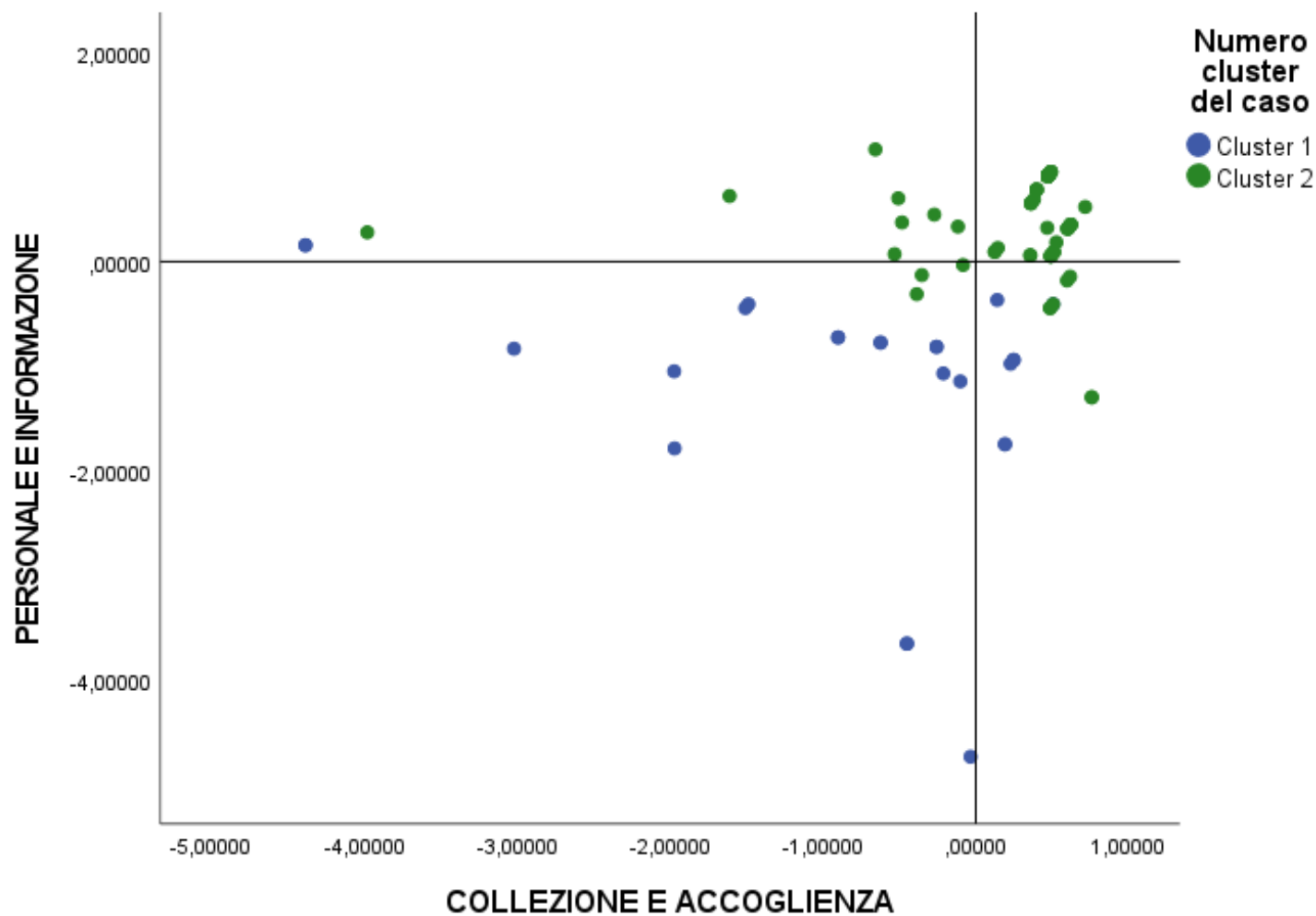
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e l'audioguida sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

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, soprattutto sul Fattore 1 (*Personale e Informazione*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 66**

SUPPORTI INFORMATIVI traduzione in altre lingue (5); aggiungere aneddoti e curiosità, in particolare sulla famiglia Mussolini (5); altro (2). **Totale 12**

SEGNALETICA ESTERNA da migliorare, aumentare le indicazioni nel parco, aggiungere una mappa all'ingresso così da raggiungere facilmente tutti i siti. **Totale 9**

SUPPORTI DIGITALI più video (4); alzare il volume del documentario (2). **Totale 6**

SEGNALETICA INTERNA non si capisce bene entrata/uscita (3); più indicazioni (2). **Totale 5**

ALTRO. **Totale 10**

TOTALE 42 SUGGERIMENTI
MUSEI DI VILLA TORLONIA – CASINO NOBILE

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

Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (quale? Roma Pass MIC Card) No

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

- stampa (quotidiani/riviste) standardo sull'edificio scuola-università social network
 www.museiincomuneroma.it amici/parenti 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 biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<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"/>
Audioguida	<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"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria	<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:.....