



Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini – Centrale Montemartini

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. **112 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 10 al 14 ottobre** presso la **Centrale Montemartini** (gli intervistati rappresentano il 16% 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 $\pm 3,65\%$.

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 **2,65** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono le **opere della collezione** (2,80), il **personale in sala** (2,69), la **pulizia del sito** (2,67) e gli **orari di apertura** (2,65).

Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** (2,04).

La **segnaletica (interna e sull'edificio)**, la **pulizia del sito** e la **libreria** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti nella mappa, ma anche quelli maggiormente correlati all'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevale la richiesta di incrementare i **supporti digitali** (n. 13 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 53% da **turisti stranieri, impiegati** (27%), **studenti** (25%) e **pensionati** (21%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (63%), di età adulta compresa tra i **55 e 74 anni** (47% sul campione totale). Inoltre, si evidenzia che i giovani **fino ai 34 anni** raggiungono una percentuale pari al 27%.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo attraverso **scuola/università** e **passaparola** (20% per entrambe le voci).

È significativo che *scuola/università* sia il canale predominante tra i turisti, di età giovane 14-18 anni, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e nell'ultimo sono stati in meno di tre musei. Invece il *passaparola* emerge in particolare per i romani, di età adulta 55-74 anni, che sono già stati alla *Centrale Montemartini*, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno.

Tabella riassuntiva

Centrale Montemartini 2023	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,40	2,00	112	0	0,607	0%	46%	0%	94%
Orari di apertura	2,65	3,00	112	0	0,497	0%	66%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,57	3,00	112	0	0,497	0%	57%	0%	100%
Guardaroba	2,46	2,00	68	44	0,502	39%	46%	0%	100%
Opere della collezione	2,80	3,00	112	0	0,399	0%	80%	0%	100%
Supporti informativi	2,34	2,00	112	0	0,609	0%	41%	0%	93%
Supporti digitali	2,04	2,00	79	33	0,808	29%	29%	5%	80%
Personale in sala	2,69	3,00	108	4	0,463	4%	69%	0%	100%
Segnaletica interna	2,38	2,00	112	0	0,645	0%	46%	0%	91%
Pulizia del sito	2,67	3,00	112	0	0,472	0%	67%	0%	100%
Libreria	2,40	2,00	102	10	0,601	9%	46%	0%	94%
Esperienza complessiva	2,65	3,00	112	0	0,479	0%	65%	0%	100%

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

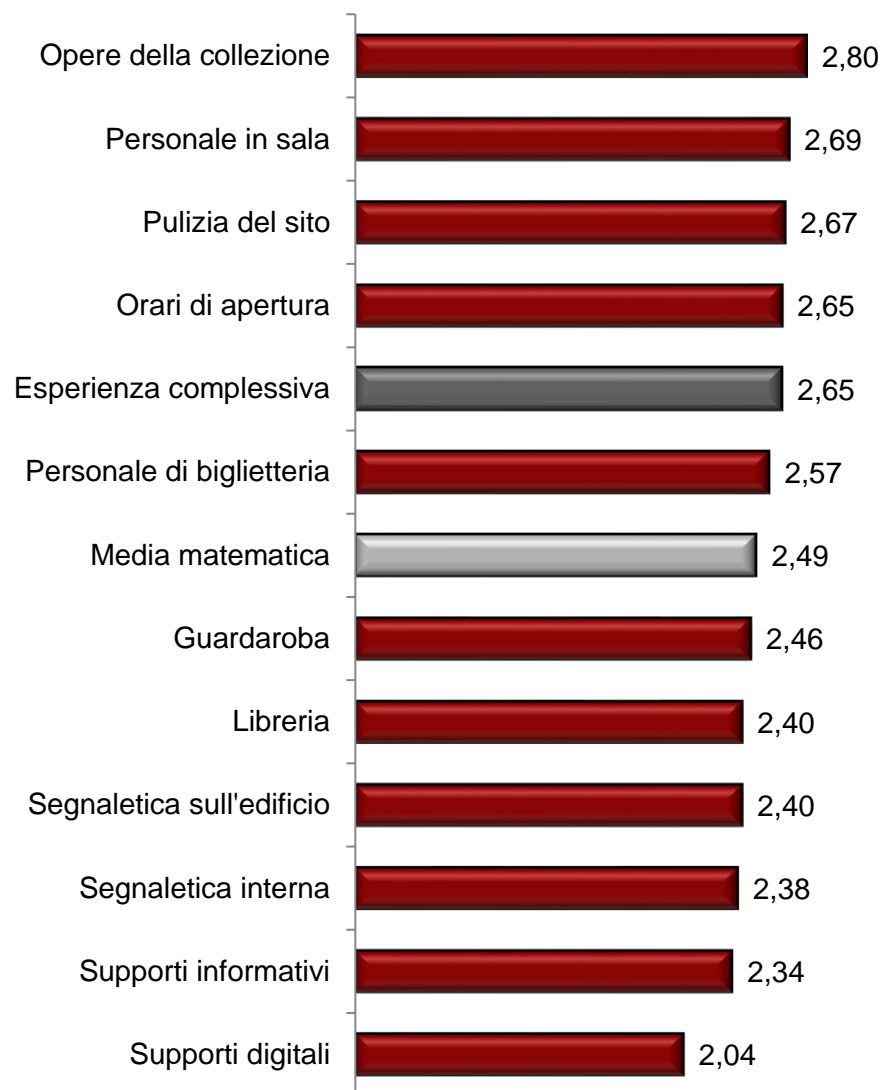
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,49).

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 in sala**, la **pulizia del sito** e gli **orari di apertura**.

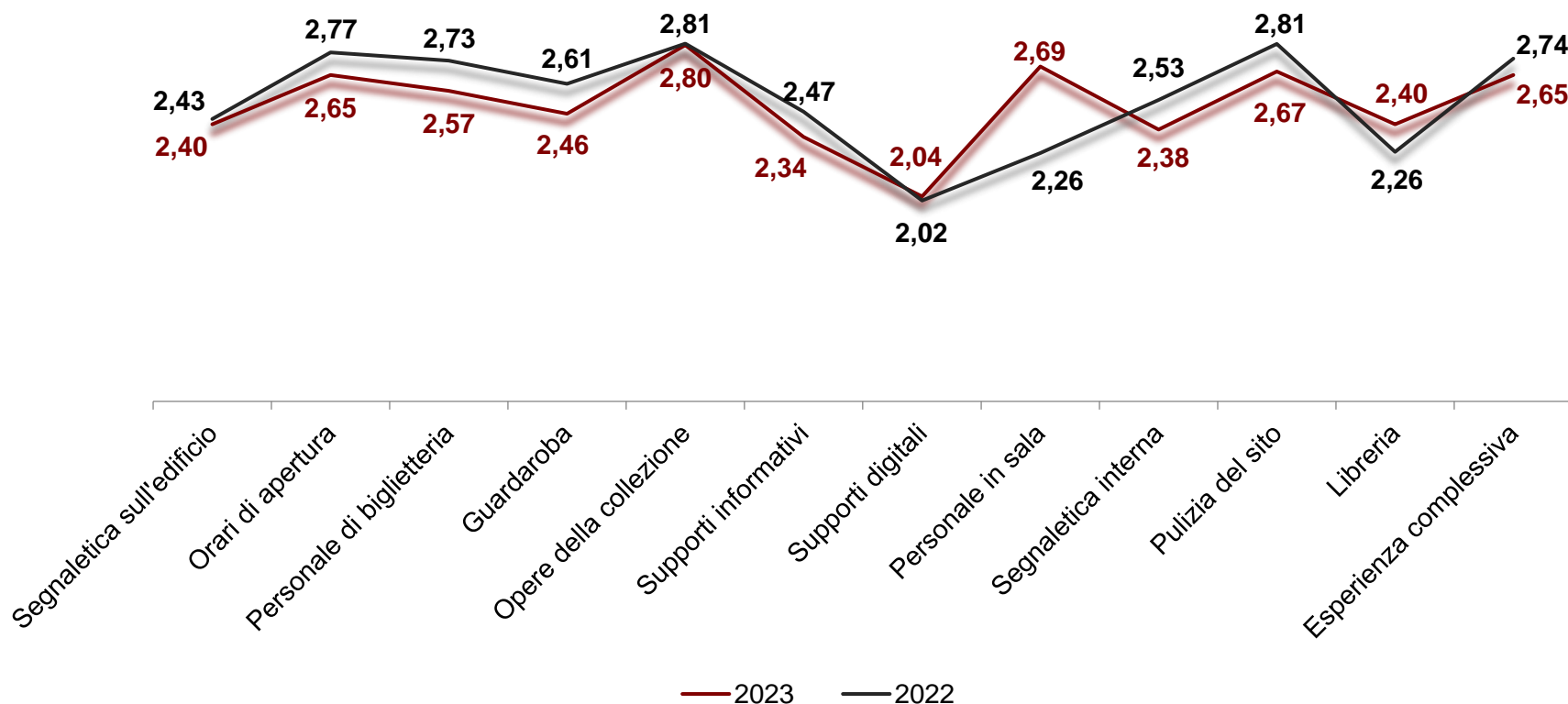
Quasi tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali**.



Analisi del trend 2022-2023

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta abbastanza lineare, seppure con qualche discrepanza.

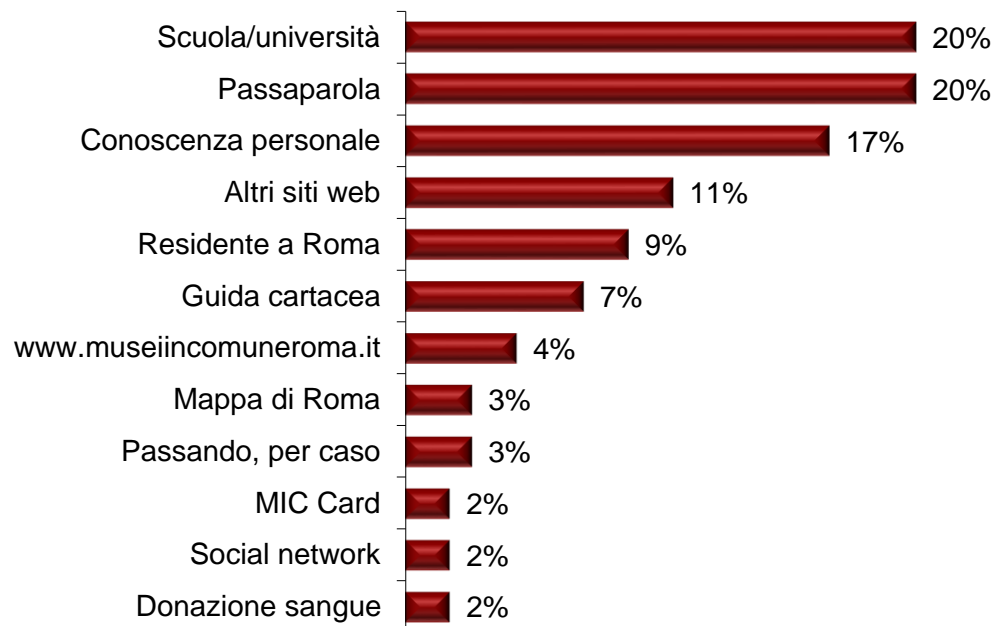
Si evidenzia una flessione generale sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione dei supporti digitali (unico aspetto che resta al di sotto dello standard di 2,20), del personale in sala e della libreria.



Come è venuto a conoscenza del museo

Un 20% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**scuola/università**” (in netto aumento dal 2% emerso nel 2022) e un 20% risponde “**passaparola**” (nell’indagine precedente era 22%). Segue la voce “**conoscenza personale**” (la percentuale registra un incremento di +11%, passando da 6% a 17%).

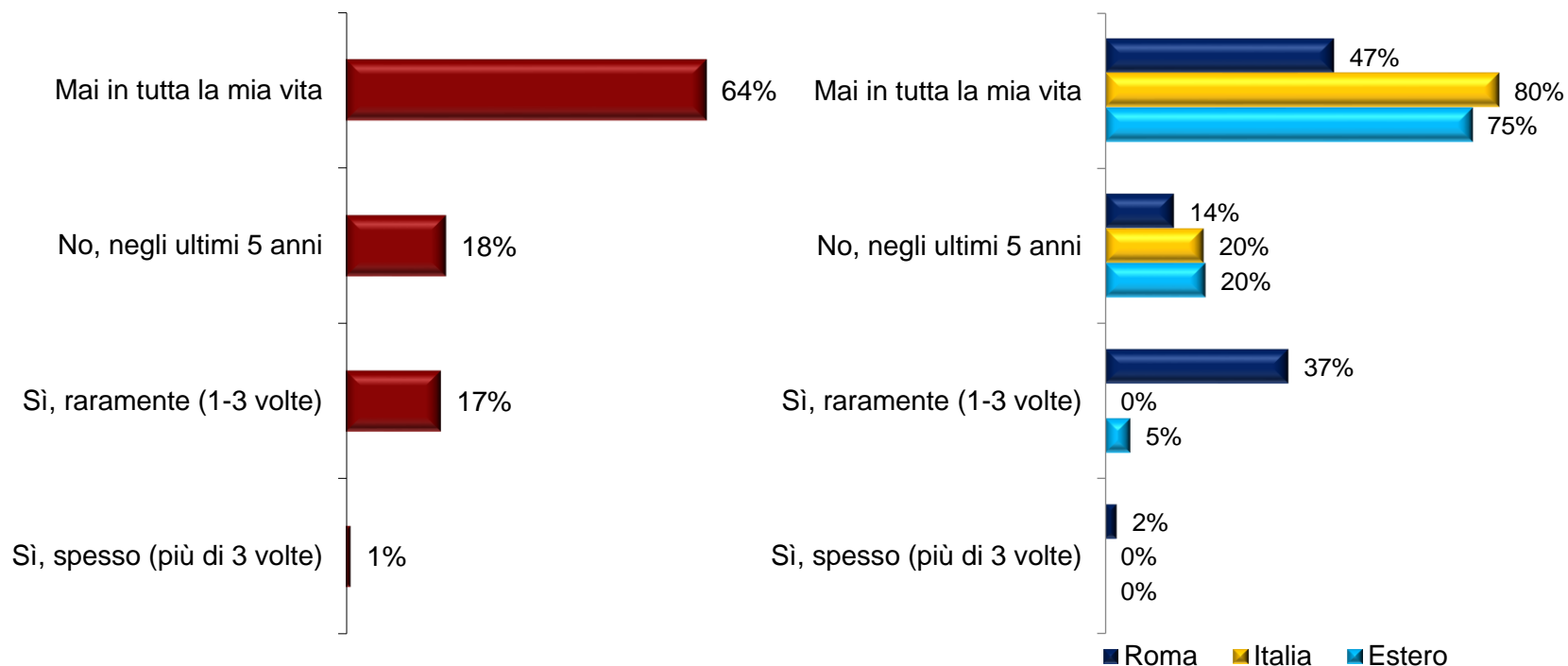
È significativo che scuola/università sia il canale predominante tra i turisti, di età giovane 14-18 anni, nuovi visitatori, abbastanza soddisfatti della loro esperienza e nell’ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece il passaparola emerge in particolare per i romani, di età adulta 55-74 anni, che sono già stati alla *Centrale Montemartini*, nel complesso molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei in quest’ultimo anno.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 64% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** alla *Centrale Montemartini*, il 18% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il restante 18% l’ha già visitata (di cui il 17% “*da una a tre volte*” e l’1% “*più di tre volte*”).

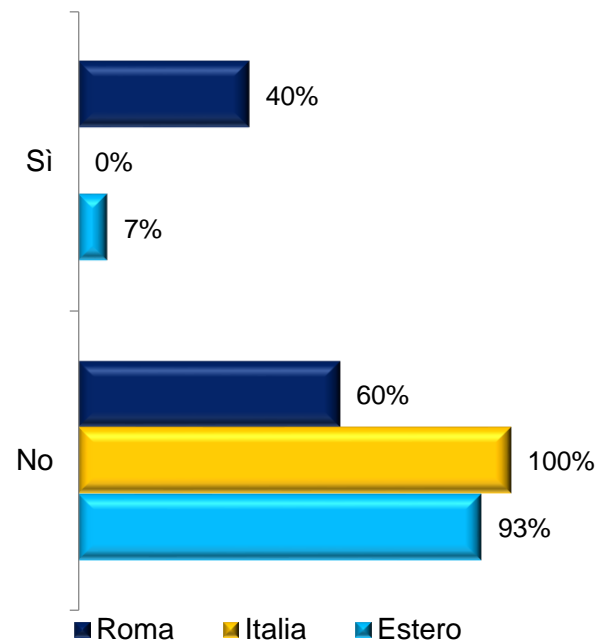
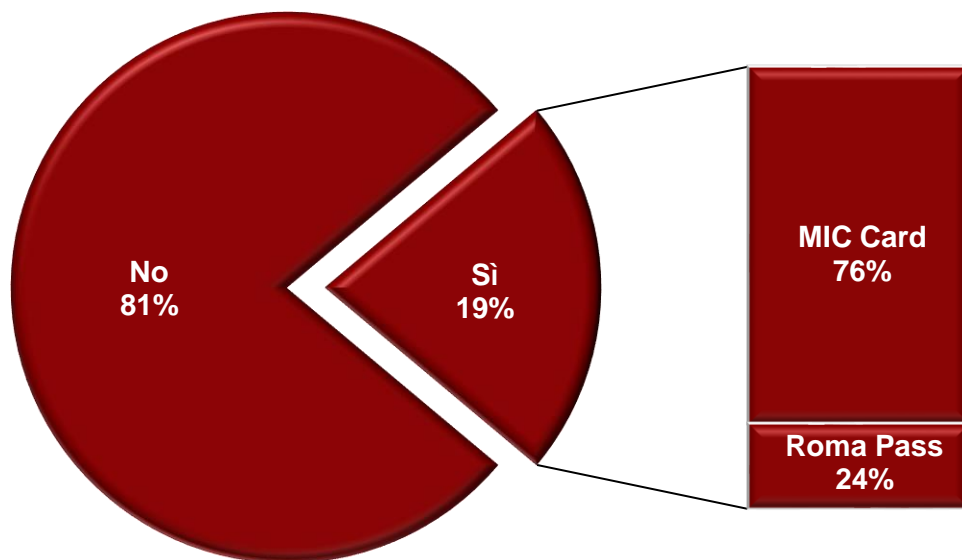
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 40-54 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già frequentato la *Centrale Montemartini* sono in particolare i visitatori romani, di età adulta over 55 anni, possessori della *MIC Card*, in generale molto soddisfatti.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'81% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 19% afferma di averla utilizzata (di cui il 76% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 24% alla **Roma Pass**).

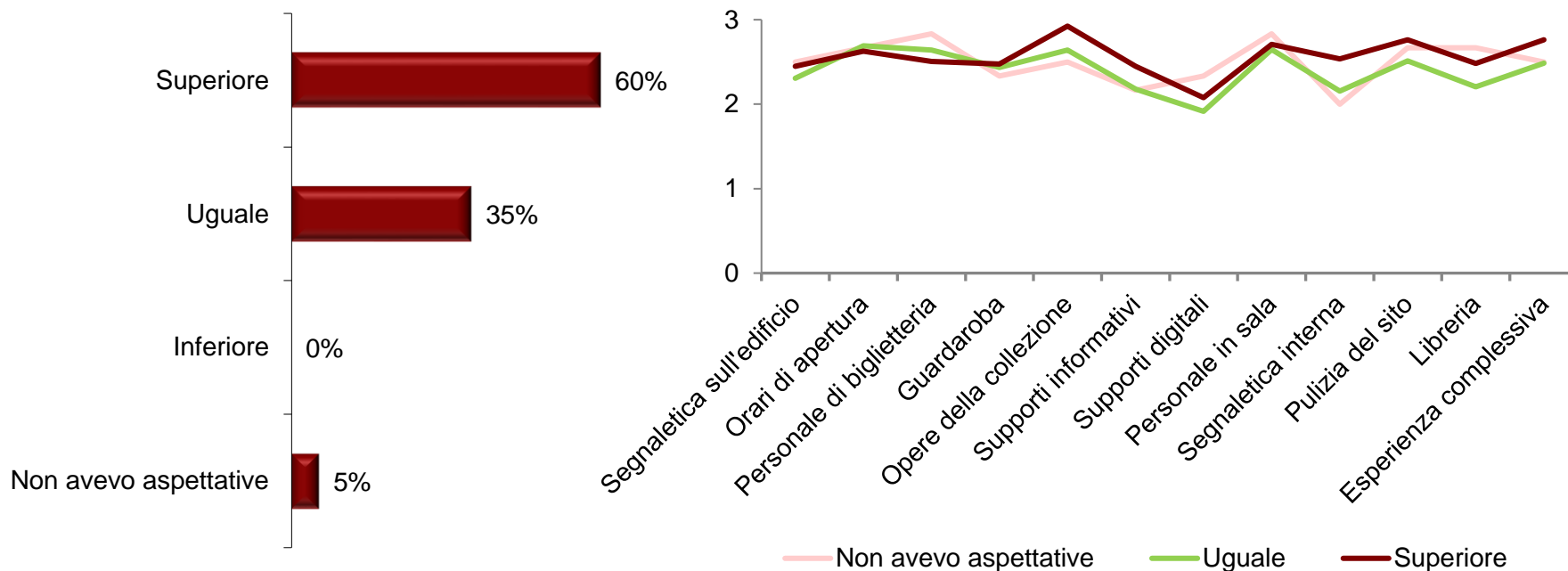
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cf.* grafico sottostante a destra), alcuni già stati in questo museo, in generale molto soddisfatti del museo e con un giudizio superiore alle aspettative. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Centrale Montemartini* sono in prevalenza i turisti, nuovi visitatori, nel complesso abbastanza soddisfatti della loro esperienza, il cui giudizio è uguale alle proprie attese o ne sono privi.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 60% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 35% è uguale, mentre nessuno ritiene tale museo inferiore alle proprie aspettative. Il 5% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i visitatori nel complesso molto soddisfatti, che nell'ultimo anno sono stati tra uno e tre musei. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente coloro che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno. Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi sono tendenzialmente i più soddisfatti su tutti gli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).

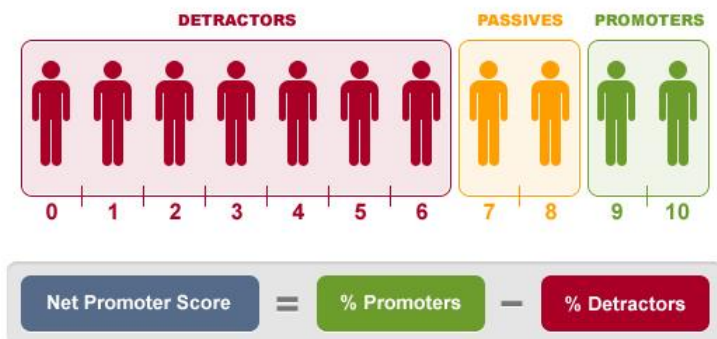


Consiglierebbe questo museo ad un amico

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 del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà la *Centrale Montemartini* è pari al **67%**.

Il 29% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 2% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

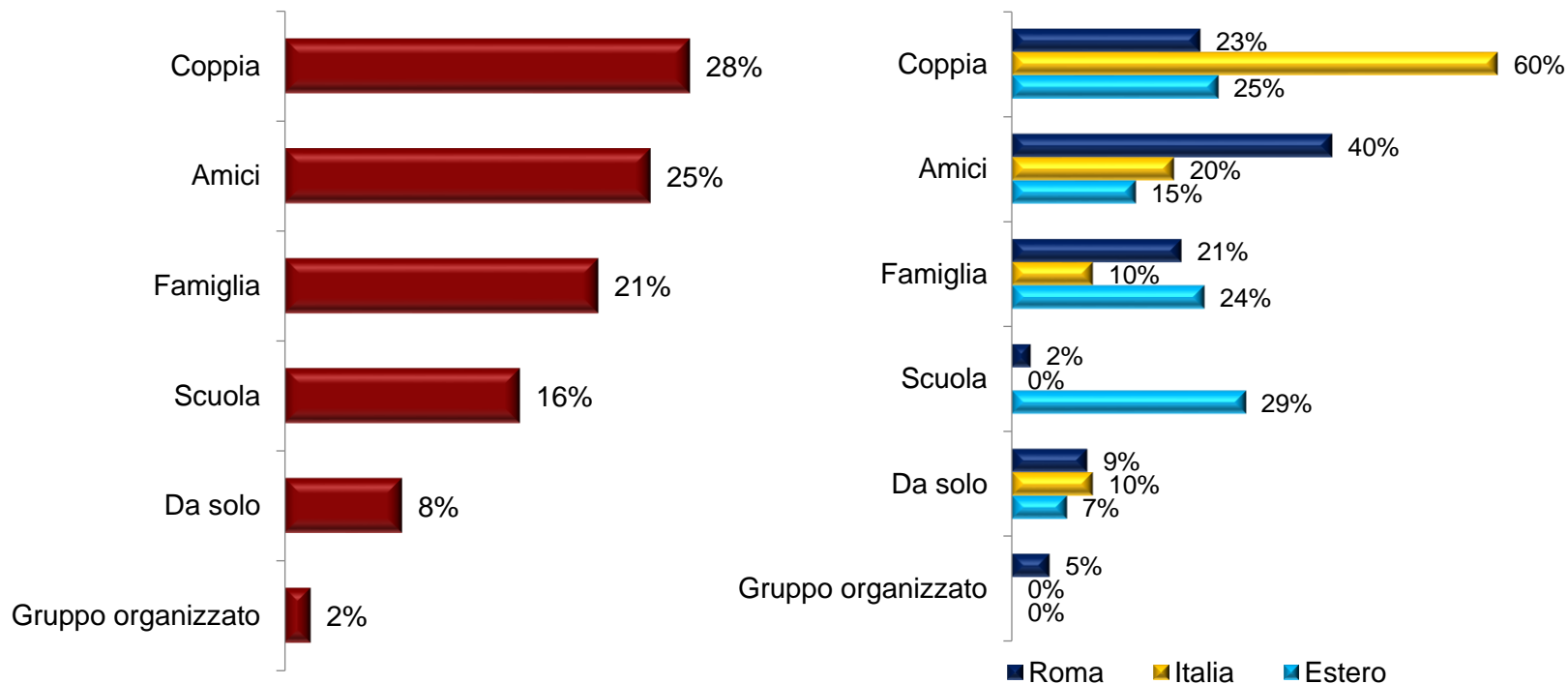


NET PROMOTER SCORE Centrale Montemartini 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	2	5	28	19	58
0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%	25%	17%	52%
DETRACTORI = 2%							PASSIVI = 29%	PROMOTORI = 69%		
69%-2%=67%										

Con chi ha visitato il museo

Il 28% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 25% in compagnia di **“amici”**, il 21% insieme alla **“famiglia”**, il 16% viene con la **“scuola”**, l’8% **“da solo”** e il restante 2% con un **“gruppo organizzato”**.

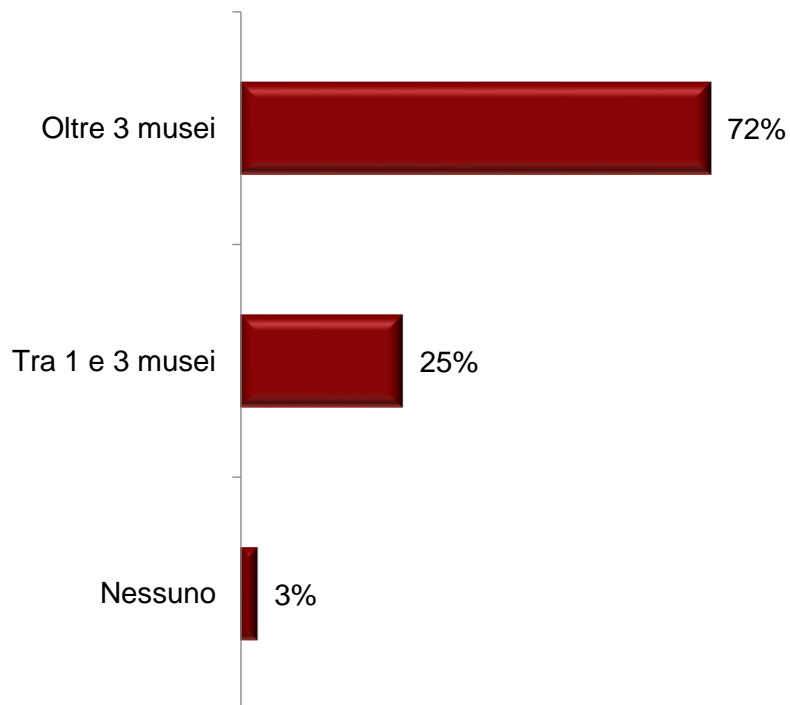
Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i visitatori italiani, di età 65-74 anni, mai stati prima in questo museo e in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi al museo con amici sono in prevalenza i residenti romani, di età 55-64 anni, alcuni di essi sono già stati alla *Centrale Montemartini* e nel complesso sono molto soddisfatti. Infine a prediligere la visita al museo con la propria famiglia sono i turisti stranieri, di età superiore ai 45 anni, nuovi visitatori, molto soddisfatti della loro esperienza.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 72% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 25% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il 3% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i nuovi visitatori, di età giovane fino ai 39 anni, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono in particolare coloro che affermano di avere già visto la *Centrale Montemartini*, di età adulta al di sopra dei 45 anni, con un giudizio uguale alle proprie attese.



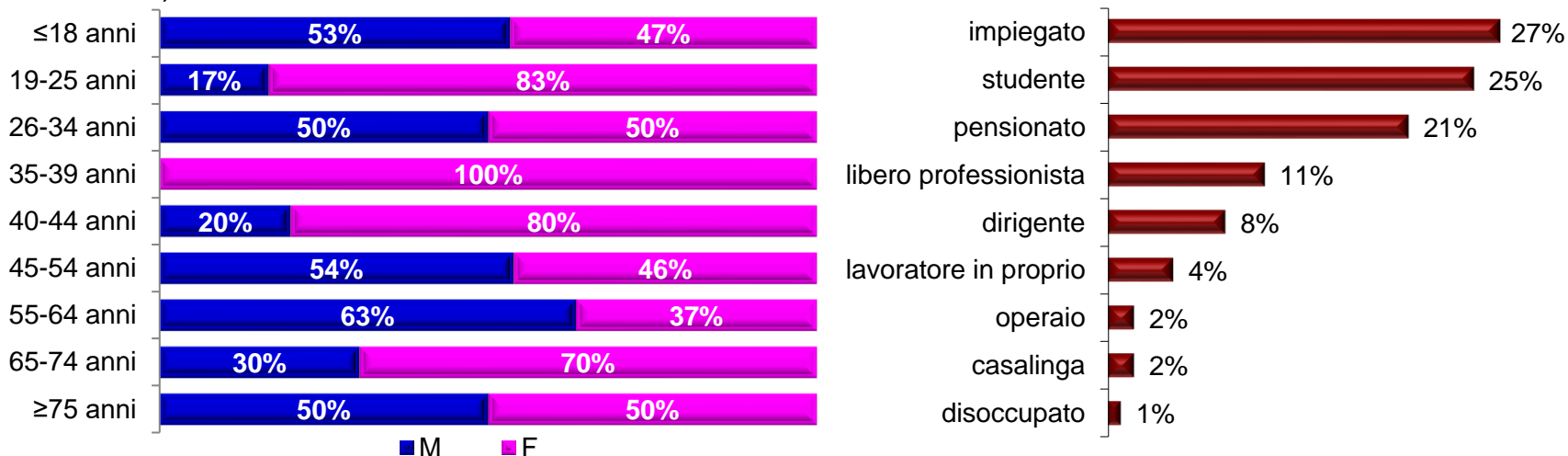
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; era il 56% nel 2022), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-25 anni, 35-44 anni e 65-74 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 45-64 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **55-74 anni**, che raggiungono complessivamente il 47% sul totale degli intervistati (in aumento dal 24% emerso nel 2022). Inoltre, si registra un incremento dei minorenni (da 2% a 16%) e una flessione delle fasce dei 19-34 anni, che passano dal 31% al 13%.

Il 63% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (62% nell'indagine precedente).

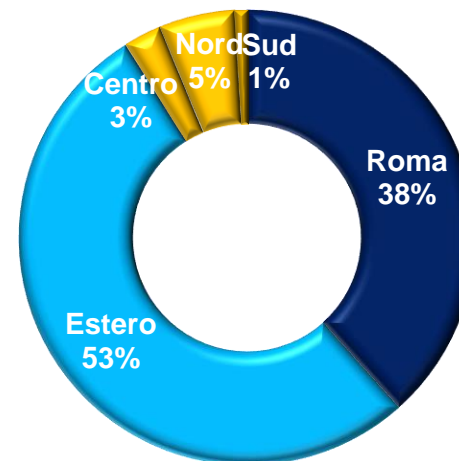
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (27%; erano il 26% dell'indagine precedente); seguono gli studenti (25%; nel 2022 erano il 19%) e i pensionati (in aumento dal 15% al 21%).



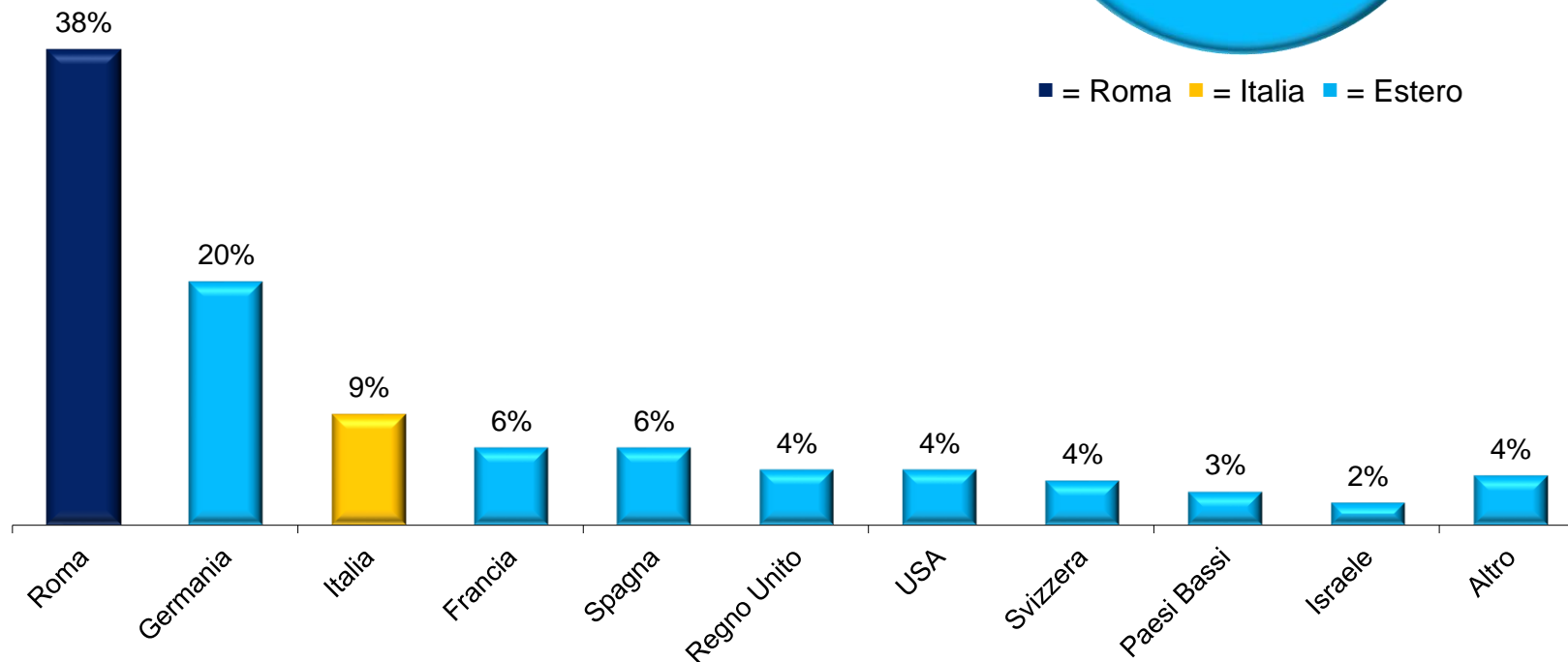
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 53% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (in netto aumento dal 34% dello scorso anno), mentre i visitatori romani rappresentano il 38% (48% nel 2022) e il 9% giunge da altre province italiane (18% nell'indagine precedente).

Tra le nazionalità estere prevale quella **tedesca** (20% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,489**	,319**	,378**	0,170	,354**	,284*	,189*	,471**	,405**	,409**	,483**
Orari di apertura	,489**	1,000	,524**	,301*	0,163	0,172	0,147	0,080	,209*	,211*	,235*	,378**
Personale di biglietteria	,319**	,524**	1,000	,441**	0,162	,240*	0,093	,296**	,288**	0,159	,293**	,238*
Guardaroba	,378**	,301*	,441**	1,000	0,145	,376**	0,156	,260*	,466**	0,229	,436**	,280*
Opere della collezione	0,170	0,163	0,162	0,145	1,000	,201*	0,184	0,149	,371**	,274**	,238*	,205*
Supporti informativi	,354**	0,172	,240*	,376**	,201*	1,000	,510**	,340**	,444**	,217*	,355**	,295**
Supporti digitali	,284*	0,147	0,093	0,156	0,184	,510**	1,000	,238*	,239*	,221*	,284*	,326**
Personale in sala	,189*	0,080	,296**	,260*	0,149	,340**	,238*	1,000	,411**	,200*	,303**	,241*
Segnaletica interna	,471**	,209*	,288**	,466**	,371**	,444**	,239*	,411**	1,000	,530**	,484**	,504**
Pulizia del sito	,405**	,211*	0,159	0,229	,274**	,217*	,221*	,200*	,530**	1,000	,438**	,443**
Libreria	,409**	,235*	,293**	,436**	,238*	,355**	,284*	,303**	,484**	,438**	1,000	,425**
Esperienza complessiva	,483**	,378**	,238*	,280*	,205*	,295**	,326**	,241*	,504**	,443**	,425**	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).

Tutte le variabili sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

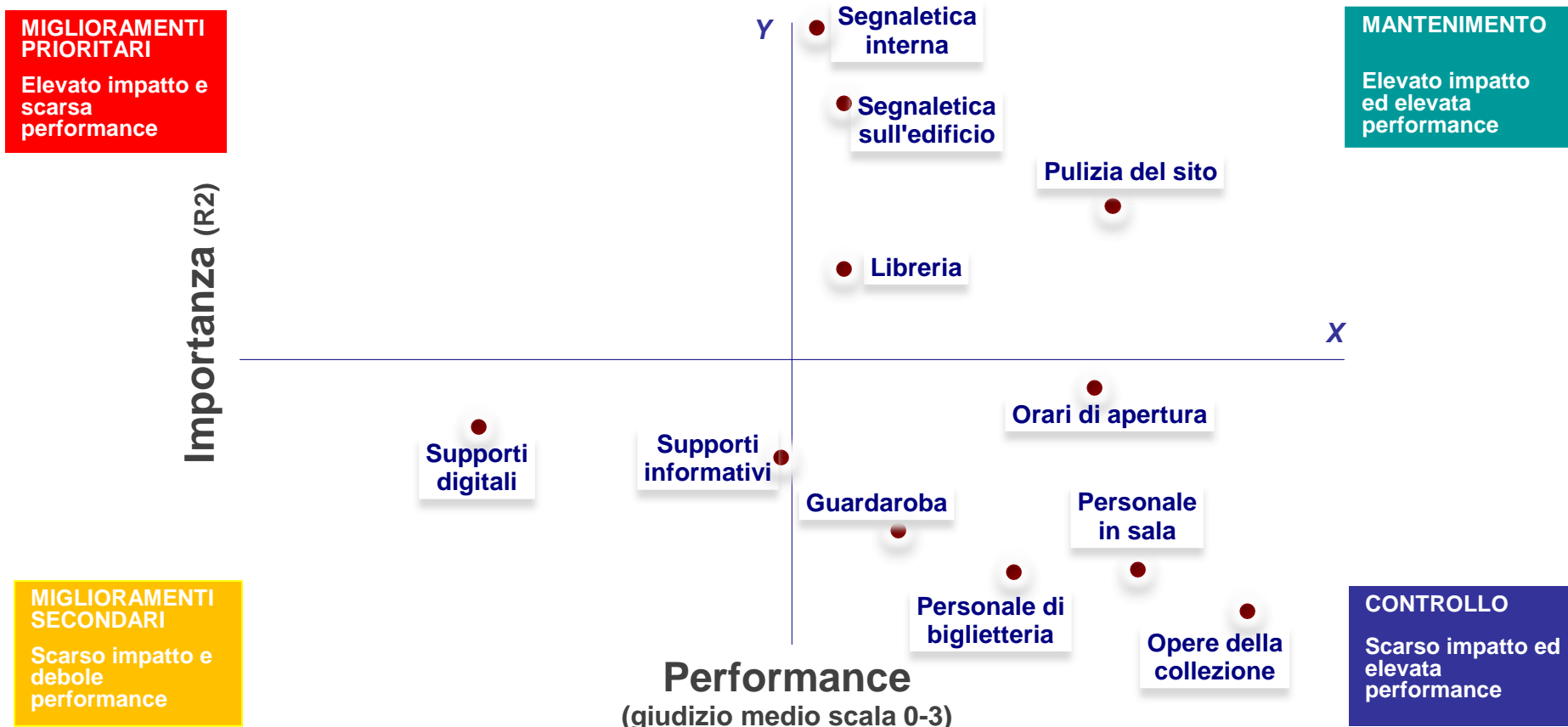
Per la *Centrale Montemartini* la **segnaletica (interna e sull'edificio)**, la **pulizia del sito** e la **libreria** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Segnaletica interna	0,504
Segnaletica sull'edificio	0,483
Pulizia del sito	0,443
Libreria	0,425
Orari di apertura	0,378
Supporti digitali	0,326
Supporti informativi	0,295
Guardaroba	0,280
Personale in sala	0,241
Personale di biglietteria	0,238
Opere della collezione	0,205

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **segnaletica (interna e sull'edificio)**, la **pulizia del sito** e la **libreria** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti nella mappa (quadrante in alto a destra). 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

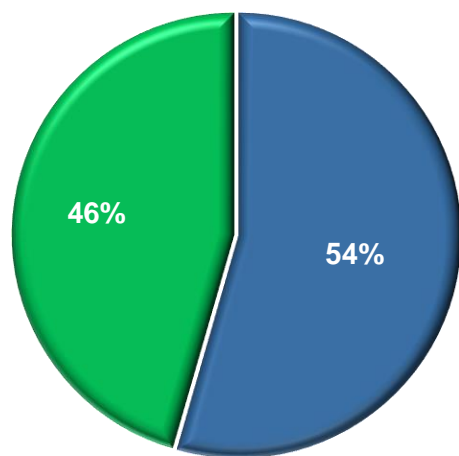
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (61 individui per il *Cluster 1* e 51 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

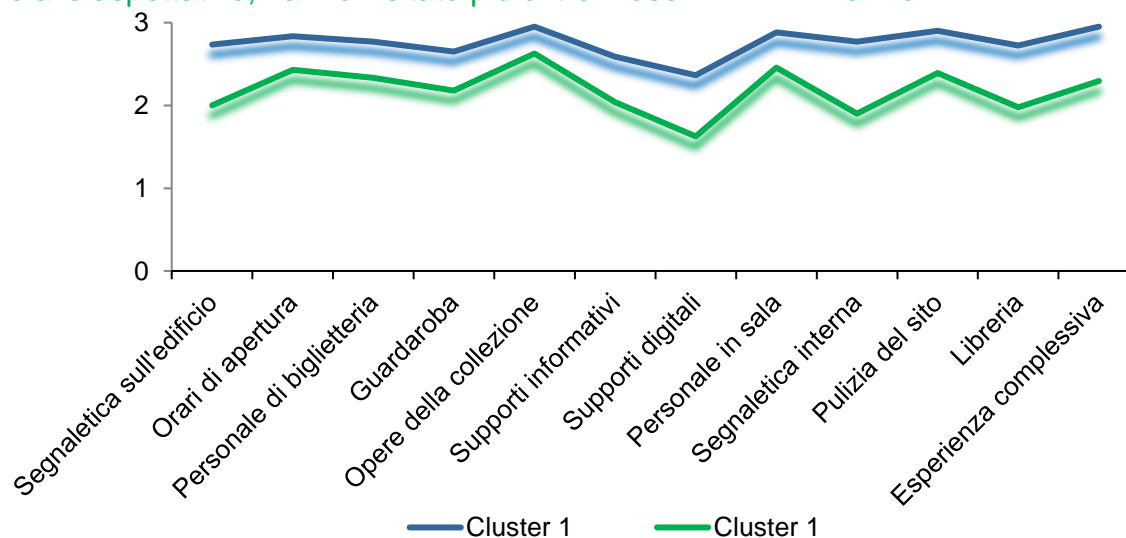
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; residenti a Roma; di età adulta over 65 anni; con titolo di laurea o post laurea; impiegati, dirigenti e pensionati; alcuni già stati alla *Centrale Montemartini*; scoprono il museo soprattutto tramite il passaparola o per conoscenza personale pregressa; vengono con amici o in famiglia; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti (italiani e stranieri); minorenni o di età 40-54 anni; diplomati; studenti e liberi professionisti; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite internet; vengono con la scuola o in coppia; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



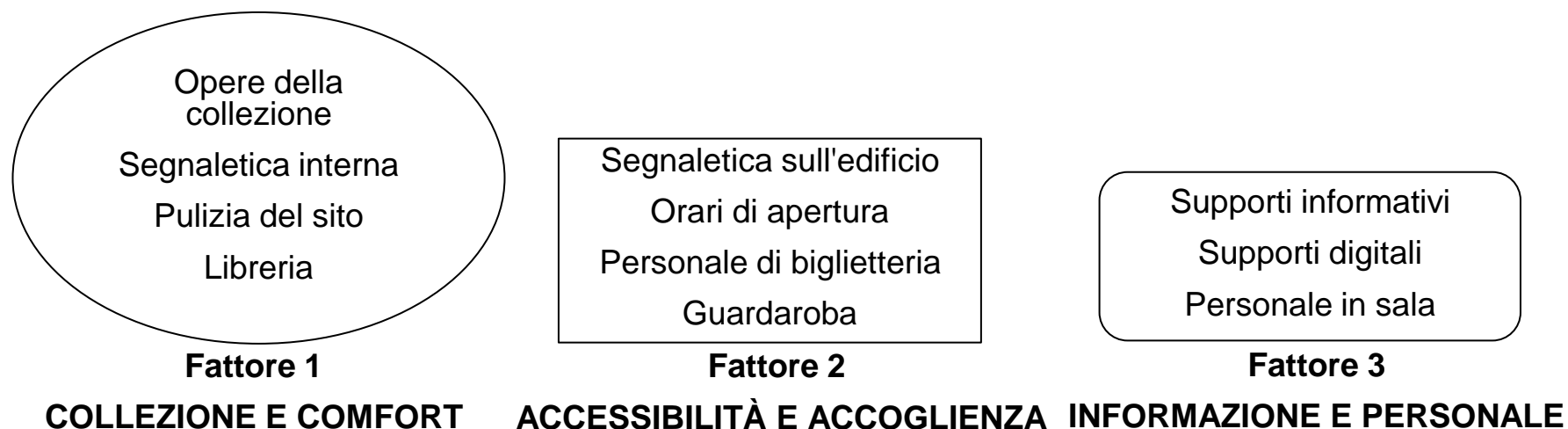
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

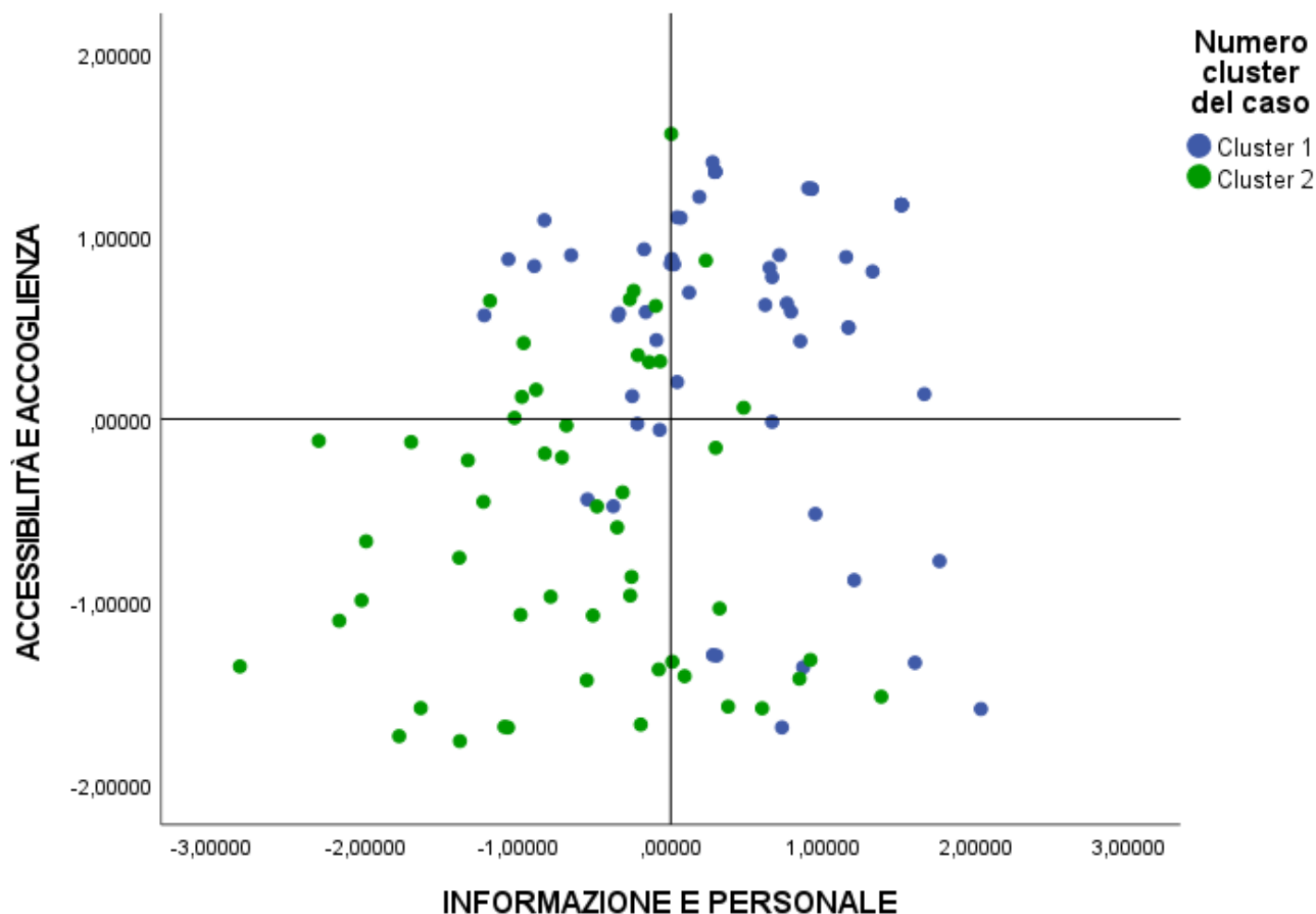
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 3 (*Informazione e Personale*), che risulta meno gradito dal Cluster 2.



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 72

SUPPORTI DIGITALI incrementare l'interattività del museo (10); altro (3). **Totale 13**

SEGNALETICA INTERNA insufficiente per il percorso museale (8); altro (1). **Totale 9**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni e aneddoti sulle opere esposte. **Totale 6**

SEGNALETICA ESTERNA mancano indicazioni per raggiungere il museo. **Totale 6**

ALTRO. Totale 12

**TOTALE 46 SUGGERIMENTI
CENTRALE MONTEMARTINI**

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) stendardo 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"/>
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:.....