



Indagini di Customer Satisfaction

Galleria d'Arte Moderna

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 18 al 21 ottobre** presso la **Galleria d'Arte Moderna** (gli intervistati rappresentano il 32% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee "*StenLex. Rinascita - Intervento artistico site specific e stendardo urbano*"; "*Osvaldo Peruzzi - Splendore geometrico futurista*"; "*Laboratorio Prampolini #2*"; "*L'allieva di danza di Venanzo Crocetti. Il ritorno*" e "*Tellurica*".

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 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 piuttosto buono, con una media di **2,47** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (2,73), il **personale di biglietteria** (2,64) e **in sala** (2,61), il **guardaroba** (2,54) e la **segnaletica interna** (2,50).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **libreria**, la **segnaletica interna** e i **supporti informativi** rappresentano le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa ed è anche quelle più correlate all'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19).

Tra i suggerimenti rilasciati emerge la richiesta di una maggiore promozione del museo (n. 7 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 44% da **cittadini romani**, **impiegati** (35%) e **liberi professionisti** (23%), in possesso di un titolo di **laurea o post laurea** (72%), appartenenti alle fasce d'età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (56% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che sono venuti a sapere del museo **passando, per caso** (21%); poi seguono **MIC Card** e **passaparola** (12% per entrambi). È significativo che a rispondere *passando per caso* siano principalmente i turisti stranieri, che hanno conseguito un titolo di laurea/post laurea, privi di aspettative. La voce *MIC Card* è predominante soprattutto per i visitatori romani, diplomati, con un giudizio superiore alle proprie attese. Invece il *passaparola* prevale per coloro che giungono da altre province italiane, hanno conseguito un titolo di diploma superiore e hanno un giudizio uguale alle aspettative.

Tabella riassuntiva

Galleria d'Arte Moderna 2023	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,36	2,00	100	0	0,612	0%	43%	0%	93%
Orari di apertura	2,46	3,00	100	0	0,658	0%	53%	2%	95%
Personale di biglietteria	2,64	3,00	100	0	0,578	0%	69%	0%	95%
Guardaroba	2,54	3,00	68	32	0,502	32%	54%	0%	100%
Opere della collezione	2,41	2,00	100	0	0,605	0%	47%	0%	94%
Supporti informativi	2,31	2,00	100	0	0,581	0%	37%	0%	94%
Supporti digitali	2,25	2,00	93	7	0,545	7%	30%	0%	95%
Personale in sala	2,61	3,00	95	5	0,532	5%	63%	0%	98%
Segnaletica interna	2,50	3,00	100	0	0,560	0%	53%	0%	97%
Pulizia del sito	2,73	3,00	100	0	0,446	0%	73%	0%	100%
Libreria	2,26	2,00	69	31	0,585	31%	33%	0%	93%
Esperienza complessiva	2,47	2,50	100	0	0,559	0%	50%	0%	97%

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

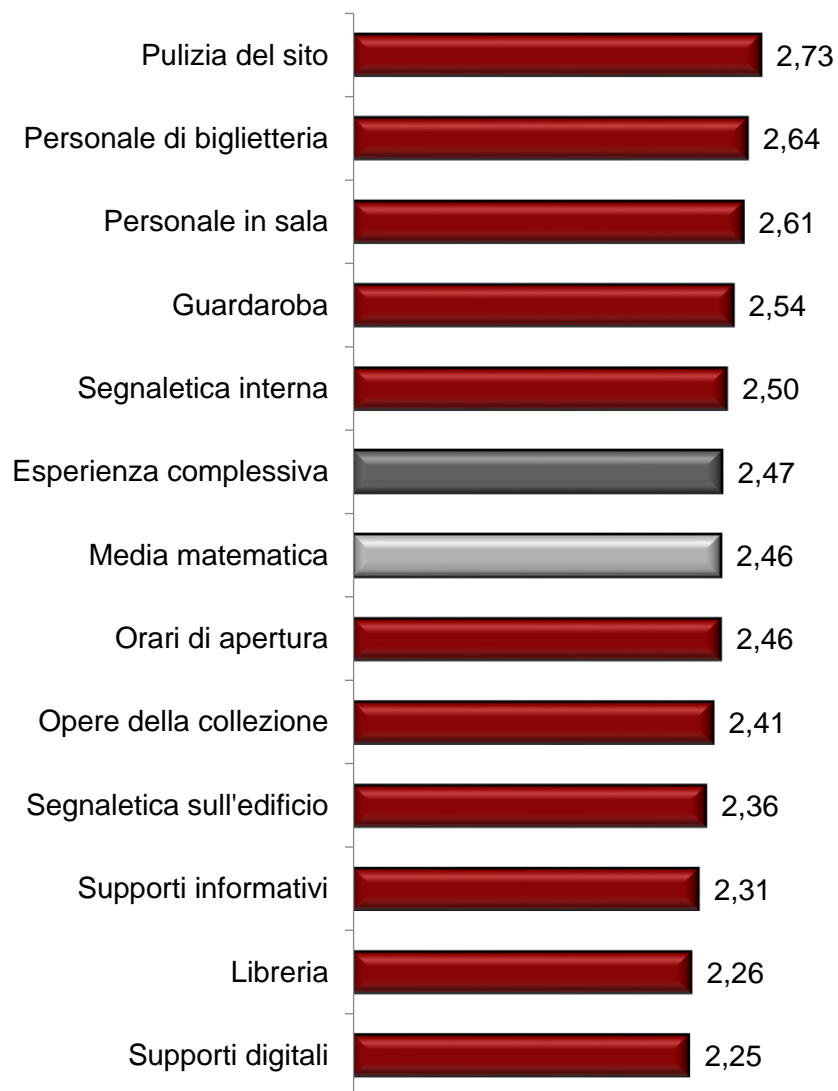
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,46).

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 biglietteria e in sala**, il **guardaroba** e la **segnaletica interna**.

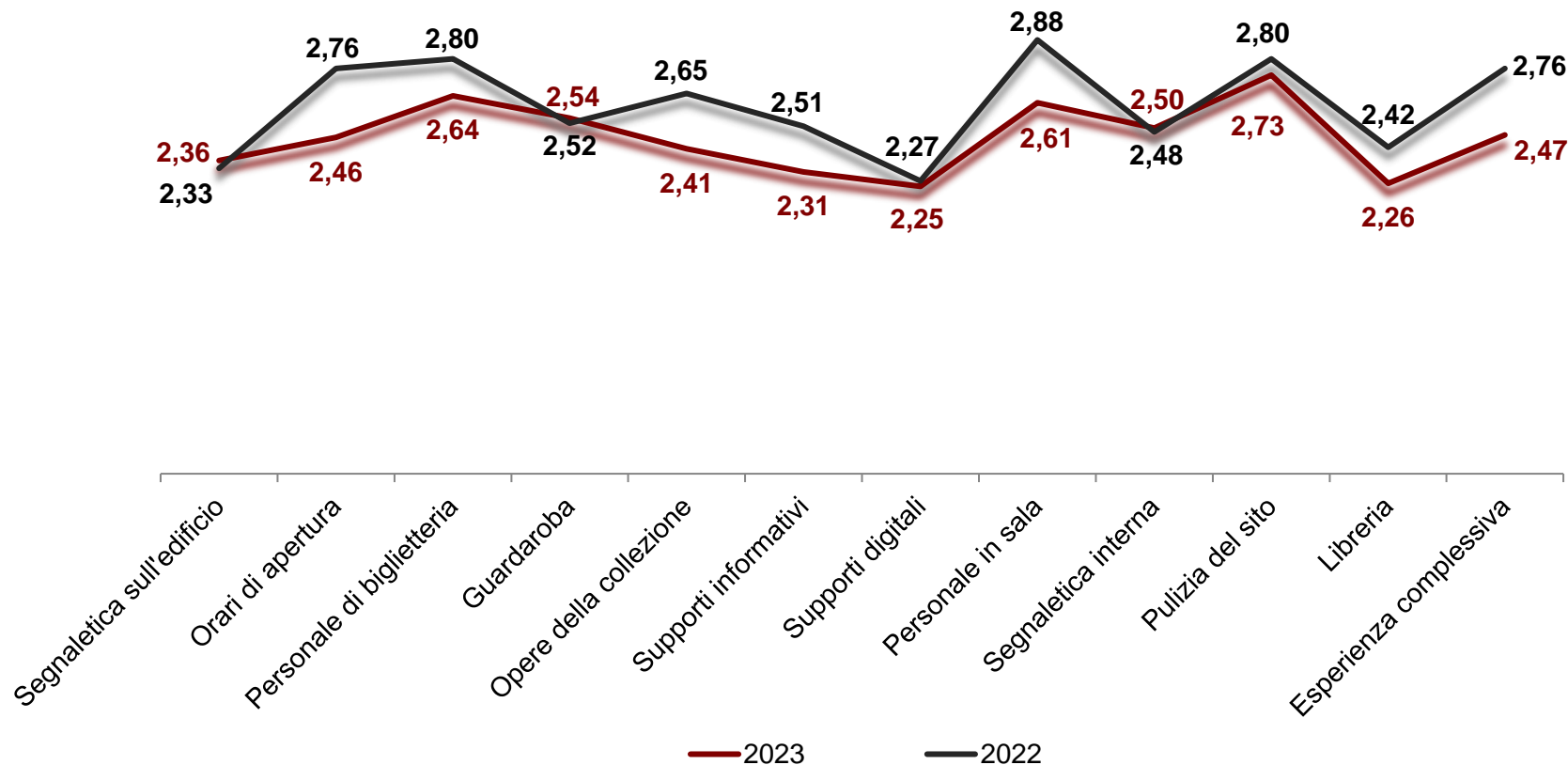
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2022-2023

Rispetto alla precedente indagine il trend risulta piuttosto costante e lineare, seppure con qualche lieve discrepanza.

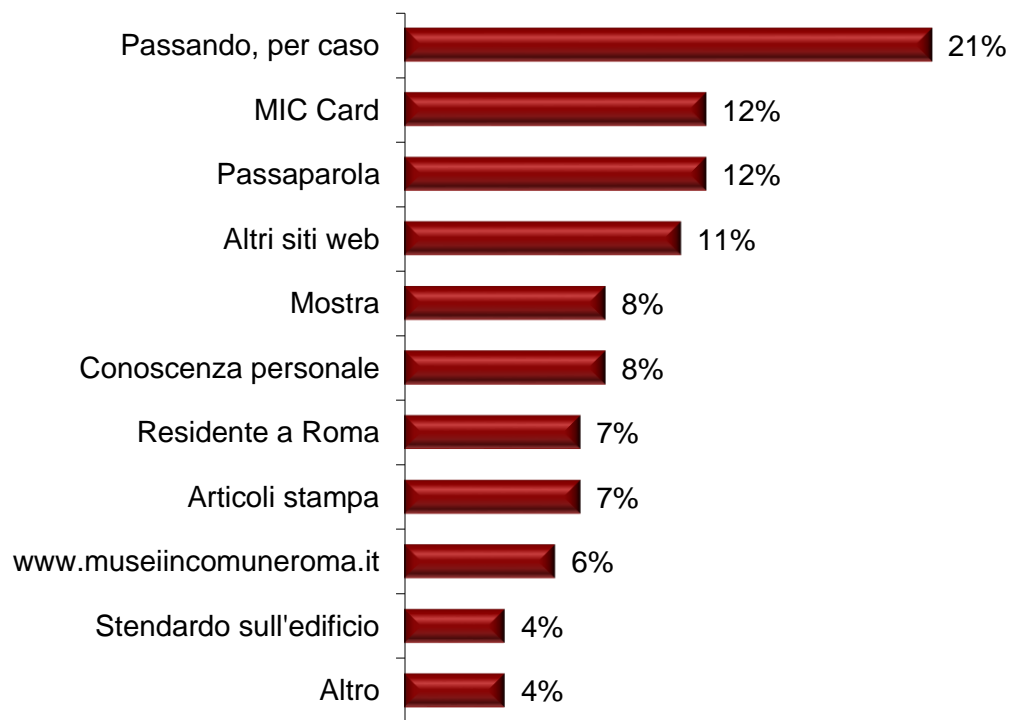
Si registra una flessione del livello medio di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione della segnaletica (sull'edificio e interna) e sul servizio di guardaroba.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 21% del campione intervistato dichiara di essere venuto a sapere del museo “**passando, per caso**” (22% nel 2022), un 12% tramite “**MIC Card**” (in netto aumento dal 2% emerso lo scorso anno) e un 12% risponde “**passaparola**” (8% nell’indagine precedente).

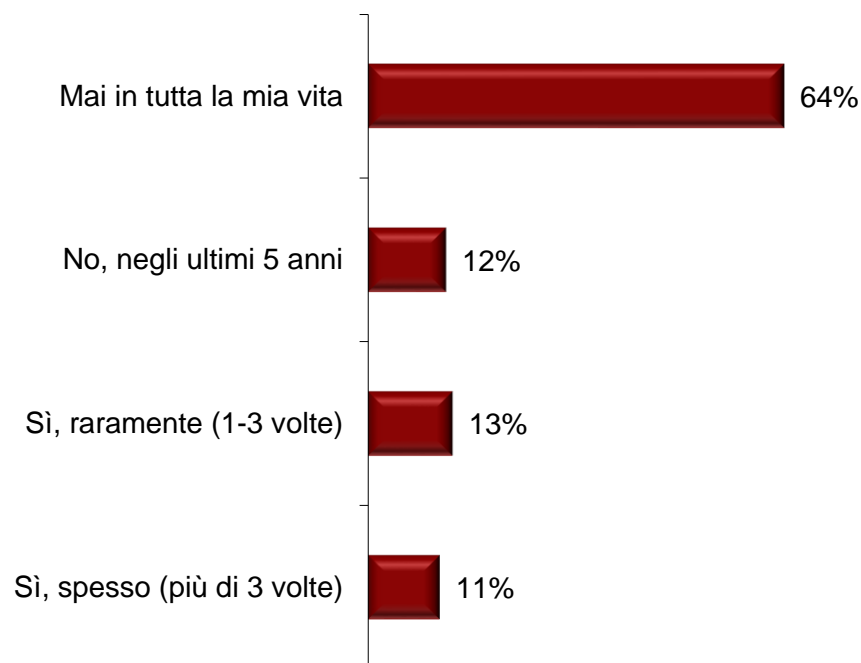
È significativo che a rispondere passando per caso siano principalmente i turisti stranieri, che hanno conseguito un titolo di laurea/post laurea, privi di aspettative. La voce MIC Card è predominante soprattutto per i visitatori romani, diplomati, con un giudizio superiore alle proprie attese. Invece il passaparola prevale per coloro che giungono da altre province italiane, hanno conseguito un titolo di diploma superiore e hanno un giudizio uguale alle aspettative.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (64% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato prima** alla *Galleria d'Arte Moderna*, il 24% già vi è stato (di cui il 13% raramente “*da una a tre volte*” e l’11% spesso “*più di tre volte*”), mentre il restante 12% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

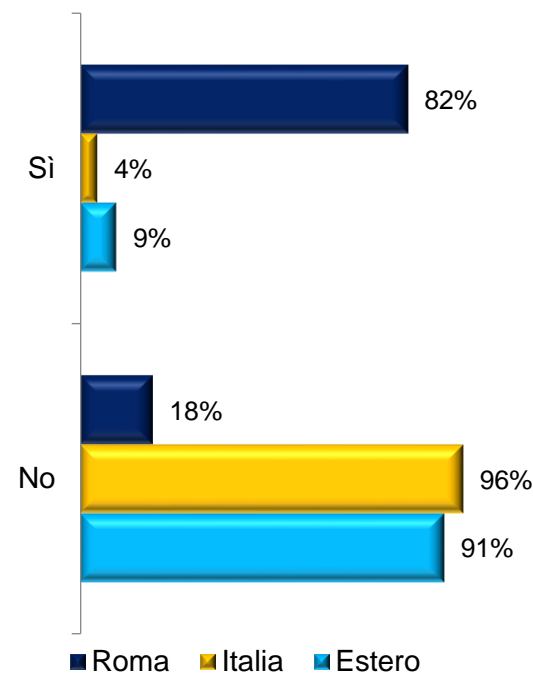
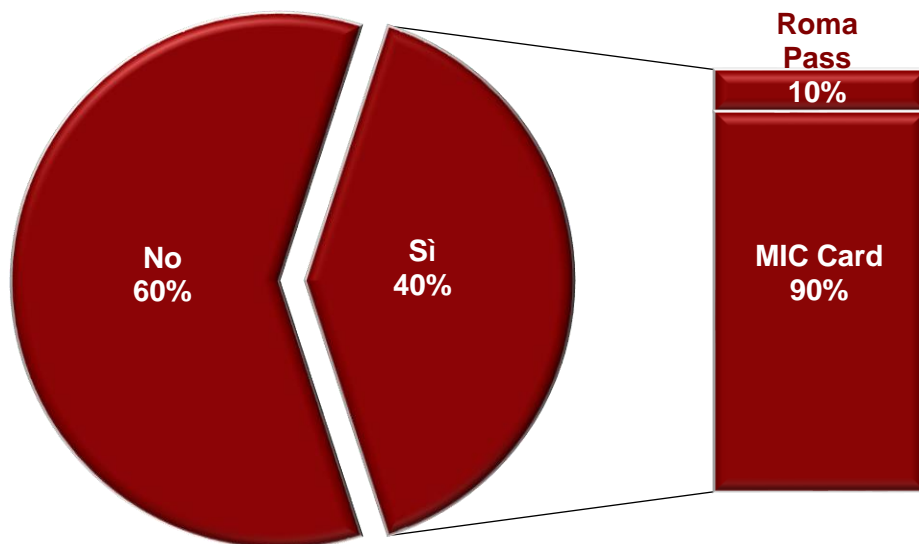
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i visitatori giovani di età compresa tra i 19 e 44 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti e sono stati in meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto la *Galleria d'Arte Moderna* sono in particolare gli adulti di età 45-74 anni, in generale molto soddisfatti e hanno visitato più di tre musei negli ultimi dodici mesi.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 40% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui ben il 90% si riferisce alla **MIC Card** e il 10% alla **Roma Pass**), mentre il 60% afferma di non averla utilizzata.

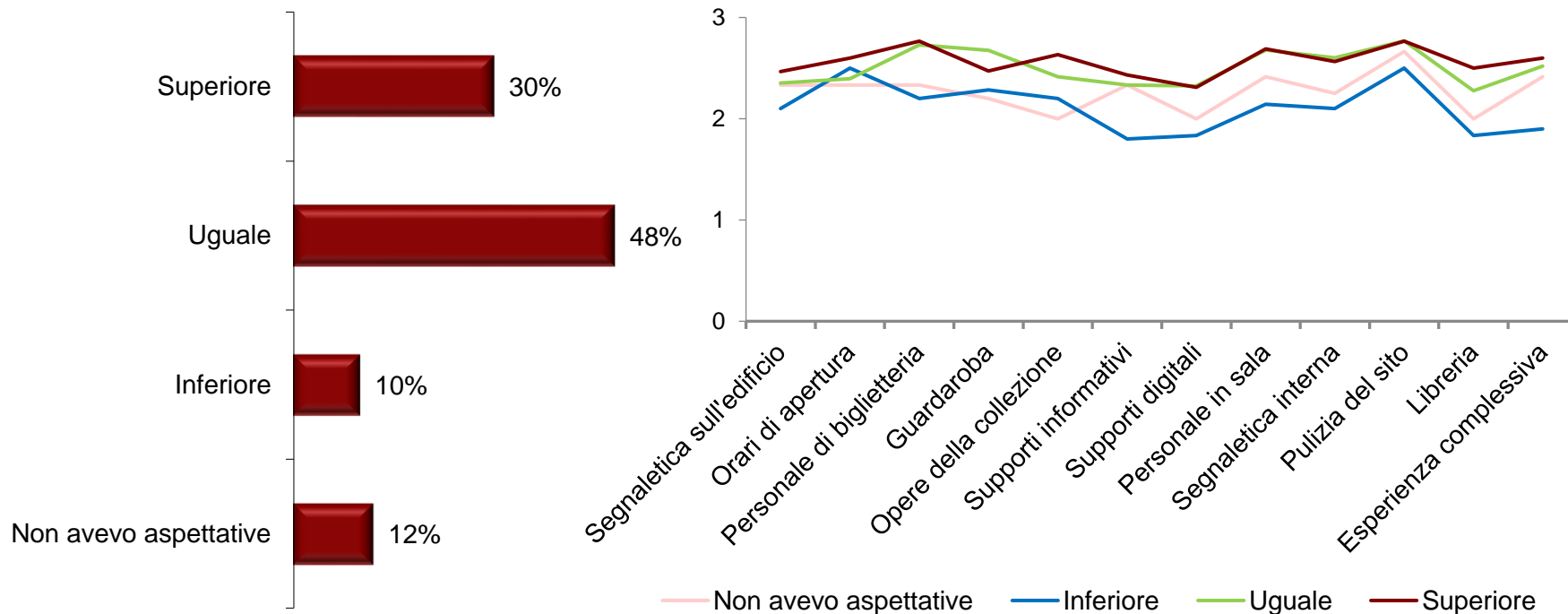
Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (cfr. grafico in basso a destra), già stati in questo museo e hanno visto più di tre musei nell'ultimo anno. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Galleria d'Arte Moderna*, sono principalmente i turisti (in prevalenza italiani), nuovi visitatori, che hanno frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno.



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 48% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 30% è superiore e per il 10% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 12% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle attese siano soprattutto i visitatori italiani (inclusi i romani), che rilasciano una valutazione compresa tra 8 e 10 alla domanda *Consiglierebbe questo museo ad un amico?*. Invece ad avere un giudizio inferiore alle aspettative o ad esserne privi sono in particolare i turisti stranieri, la cui valutazione è pari a 6-7. 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 la *Galleria d'Arte Moderna* è pari al **30%**.

Ben il 60% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 5% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

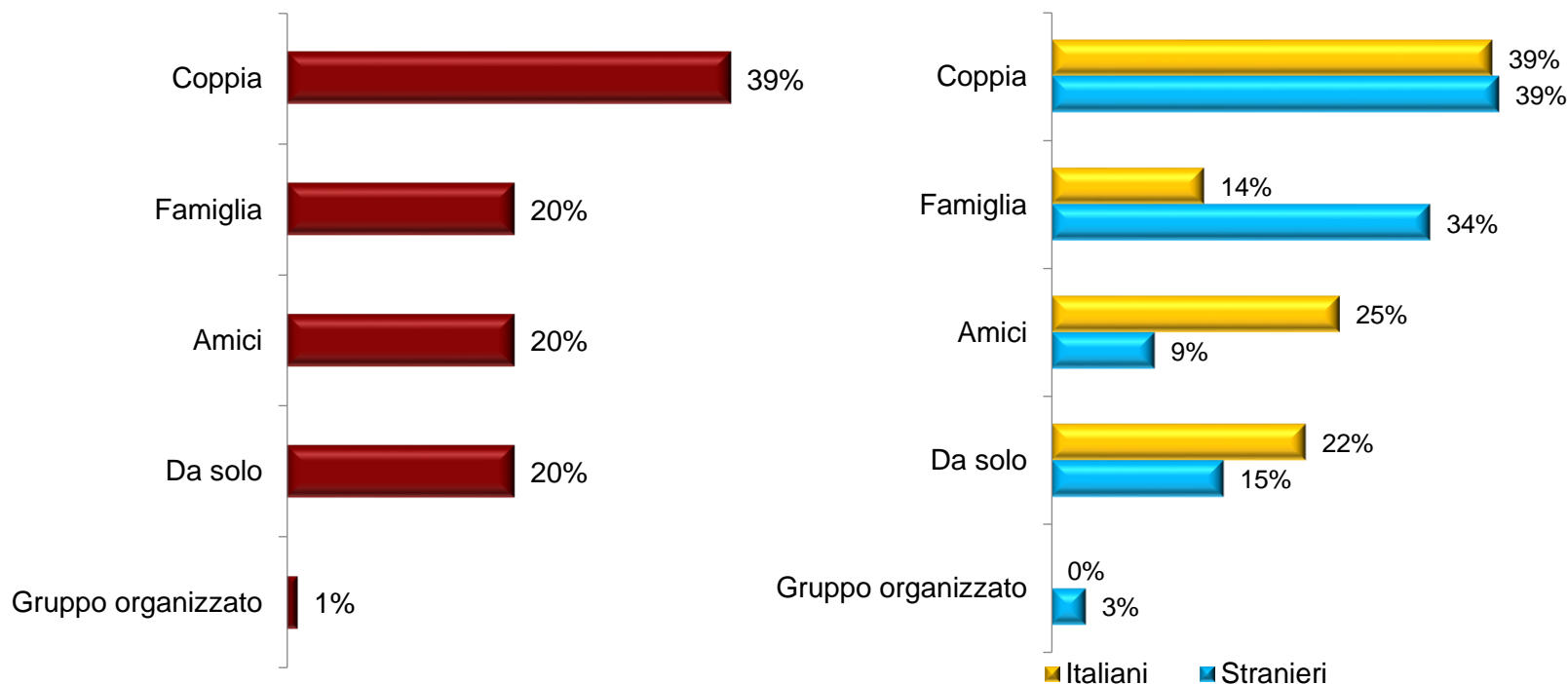


NET PROMOTER SCORE Galleria d'Arte Moderna 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	5	31	29	13	22
0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	31%	29%	13%	22%
DETRACTORI = 5%							PASSIVI = 60%	PROMOTORI = 35%		
35%-5%=30%										

Con chi ha visitato il museo

Il 39% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, un 20% insieme alla propria “**famiglia**”, un 20% in compagnia di “**amici**” e un 20% “**da solo**”, mentre il restante 1% risponde “**gruppo organizzato**”.

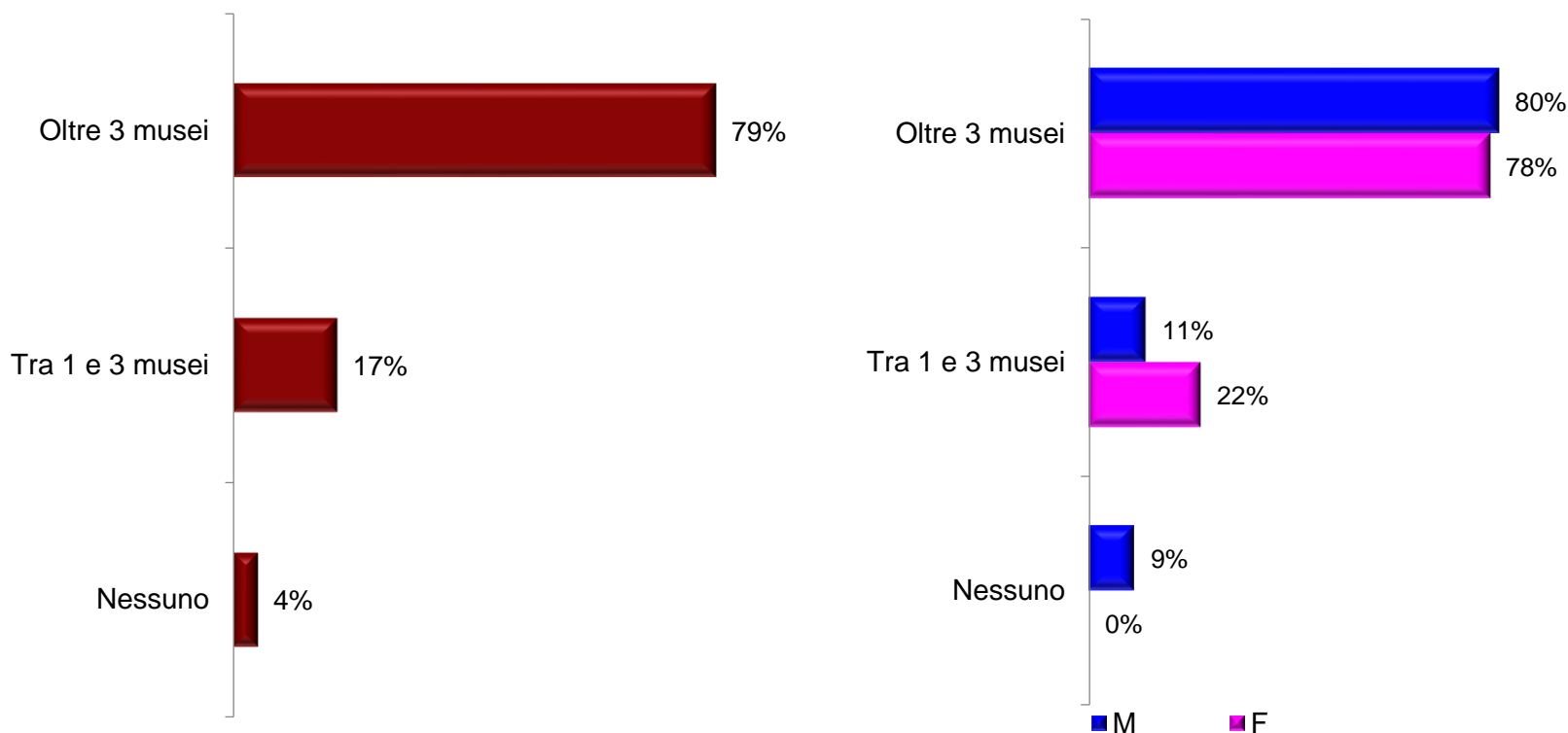
Risulta significativo che a venire in coppia siano i visitatori italiani e stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), che sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno. A visitare il museo con la propria famiglia sono in prevalenza i turisti stranieri, che hanno frequentato tra uno e tre musei negli ultimi dodici mesi. Invece a recarsi con amici o da soli sono in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), che in passato hanno già frequentato la *Galleria d'Arte Moderna* ed affermano di avere visto vari musei in quest'ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 79% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 17% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre solo il 4% dichiara di non averne visitato nessuno.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto gli uomini (*cfr.* grafico in basso a destra), romani, alcuni di essi già stati alla *Galleria d'Arte Moderna* e hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente le donne, turiste, che vengono per la prima volta e non hanno usufruito di alcuna card.



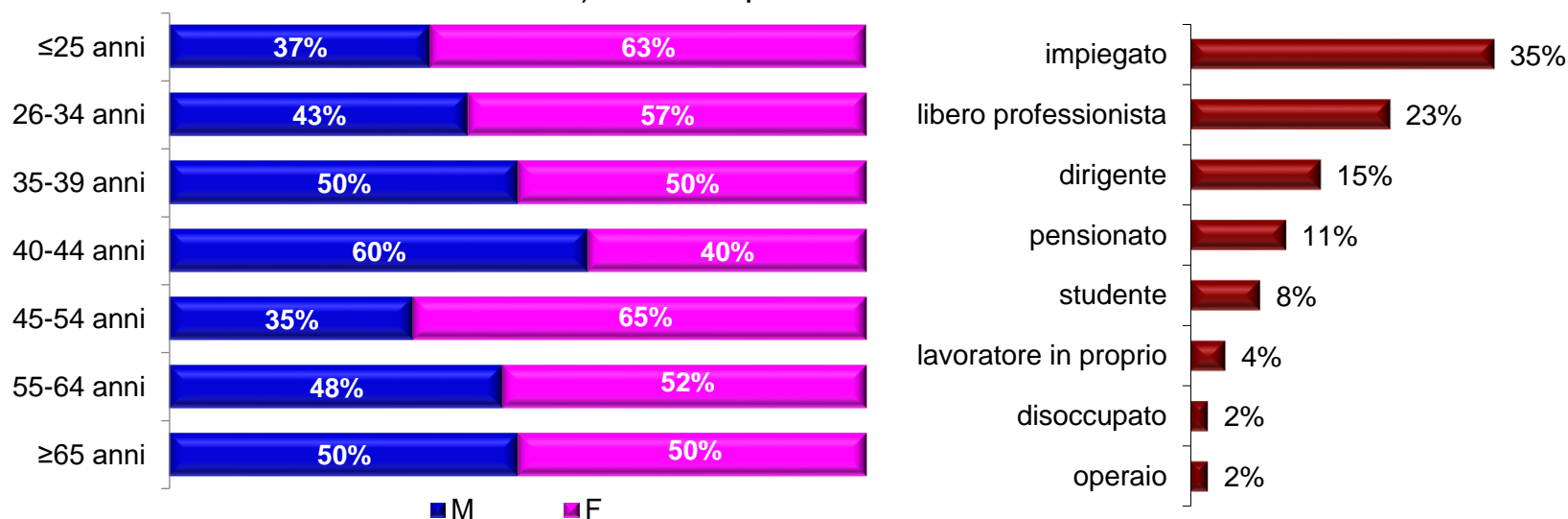
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (55%; nel 2022 era il 54% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età giovane fino ai 34 anni e 45-64 anni. Invece gli uomini emergono nella fascia dei 40-44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **45 e 74 anni** (56% sul totale; erano il 47% nell'indagine precedente). In aumento la percentuale della fascia 35-39 anni (da 8% a 14%), mentre scende la fascia dei minorenni (da 6% a 2%) e quella di 40-44 anni (da 13% a 5%).

Il 72% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (55% nel 2022).

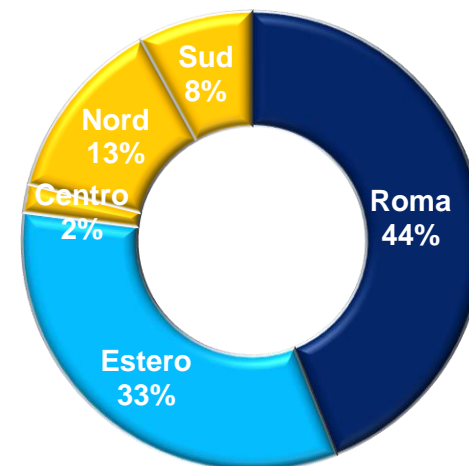
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (35%; erano il 41% nell'indagine precedente); poi seguono i liberi professionisti (passano da 23% a 22%) e i dirigenti (15%; in netto aumento dall'1% dello scorso anno). Invece i pensionati scendono da 17% a 11%.



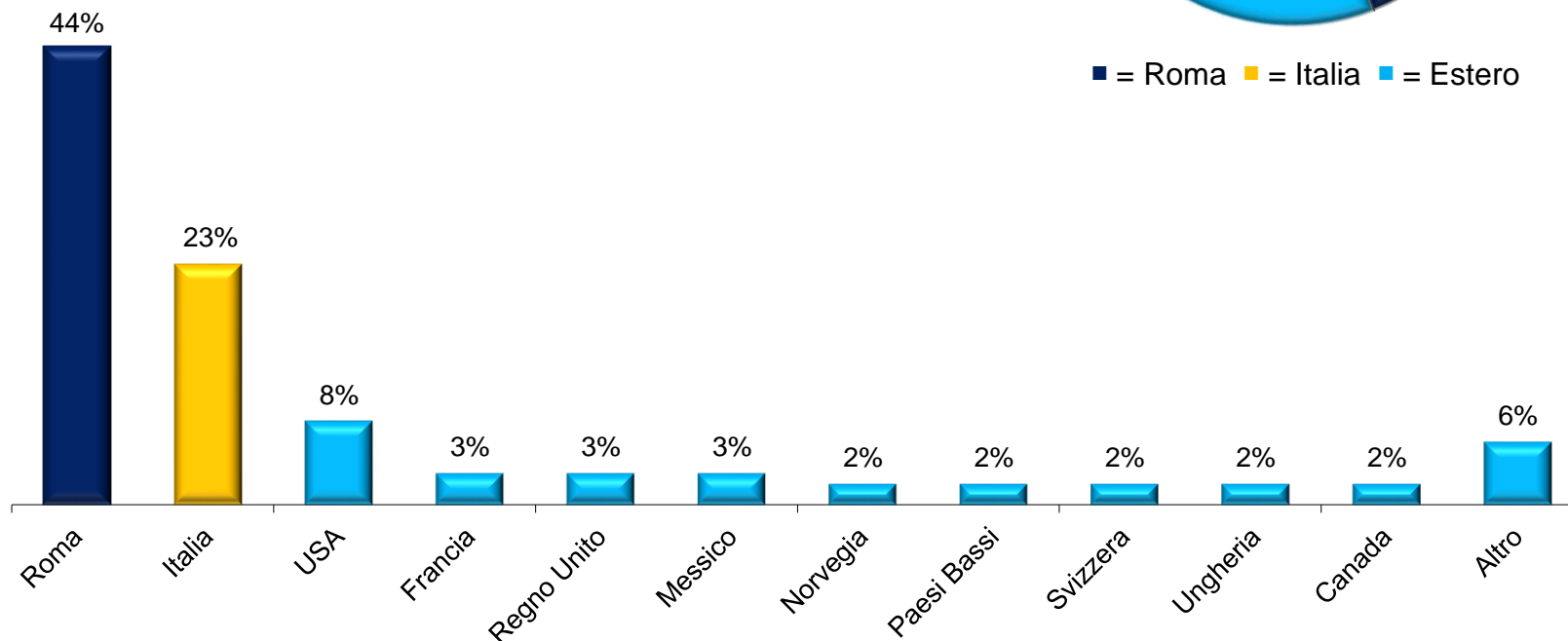
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 44% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (57% nell'indagine precedente); il 33% proviene dall'estero (in aumento dal 23% emerso nel 2022) e il 23% giunge da altre province italiane (lo scorso anno la percentuale era pari al 20%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense** (8% 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 Rho 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	,248*	,223*	,358**	,358**	,314**	,235*	,254*	,399**	0,084	,310**	,472**
Orari di apertura	,248*	1,000	,456**	,502**	,220*	0,095	0,021	,359**	0,107	0,195	,365**	0,089
Personale di biglietteria	,223*	,456**	1,000	,290*	,234*	,240*	0,120	,421**	,279**	,329**	,384**	,202*
Guardaroba	,358**	,502**	,290*	1,000	,254*	0,194	,292*	,544**	,383**	,283*	,385**	,447**
Opere della collezione	,358**	,220*	,234*	,254*	1,000	,323**	,324**	,466**	,314**	0,166	,312**	,476**
Supporti informativi	,314**	0,095	,240*	0,194	,323**	1,000	,431**	,393**	,560**	,360**	,515**	,512**
Supporti digitali	,235*	0,021	0,120	,292*	,324**	,431**	1,000	,433**	,420**	,363**	,296*	,438**
Personale in sala	,254*	,359**	,421**	,544**	,466**	,393**	,433**	1,000	,622**	,402**	,587**	,460**
Segnaletica interna	,399**	0,107	,279**	,383**	,314**	,560**	,420**	,622**	1,000	,428**	,600**	,515**
Pulizia del sito	0,084	0,195	,329**	,283*	0,166	,360**	,363**	,402**	,428**	1,000	,494**	,457**
Libreria	,310**	,365**	,384**	,385**	,312**	,515**	,296*	,587**	,600**	,494**	1,000	,624**
Esperienza complessiva	,472**	0,089	,202*	,447**	,476**	,512**	,438**	,460**	,515**	,457**	,624**	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).

Gli orari di apertura non risultano significativi rispetto all'esperienza complessiva e pertanto sono stati esclusi dalla tabella laterale.

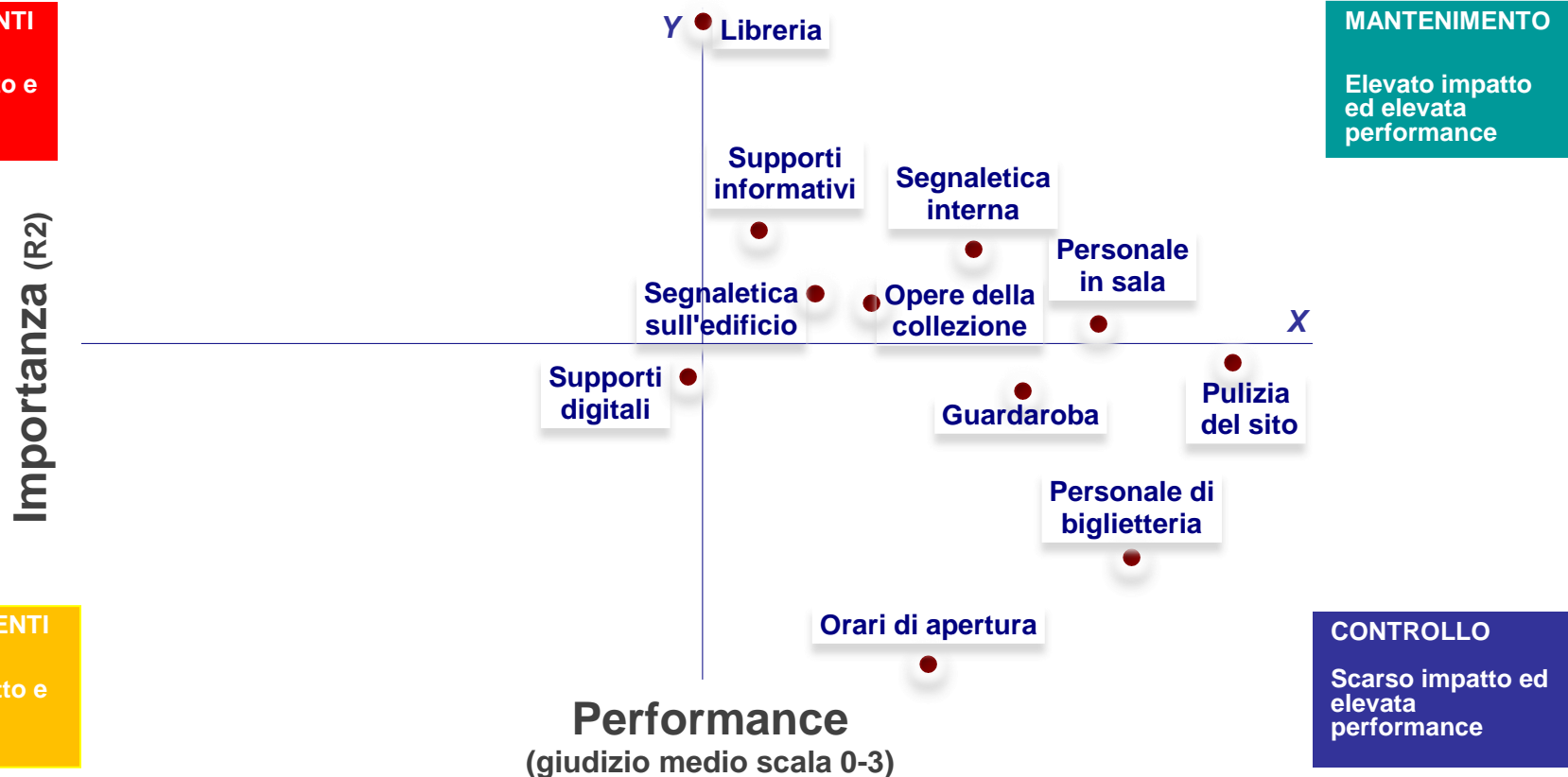
Per la *Galleria d'Arte Moderna* la **libreria**, la **segnaletica interna** e i **supporti informativi** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Libreria	0,624
Segnaletica interna	0,515
Supporti informativi	0,512
Opere della collezione	0,476
Segnaletica sull'edificio	0,472
Personale in sala	0,460
Pulizia del sito	0,457
Guardaroba	0,447
Supporti digitali	0,438
Personale di biglietteria	0,202

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **libreria** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e si posiziona nel quadrante in alto a destra in posizione *borderline*, insieme ai **supporti informativi**, alla **segnaletica (interna e sull'edificio)**, alle **opere della collezione** e al **personale in sala**. Nessuna variabile emerge tra i 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.

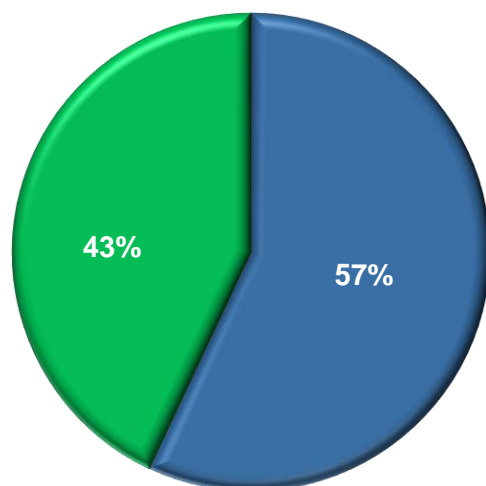
Cluster Analysis

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

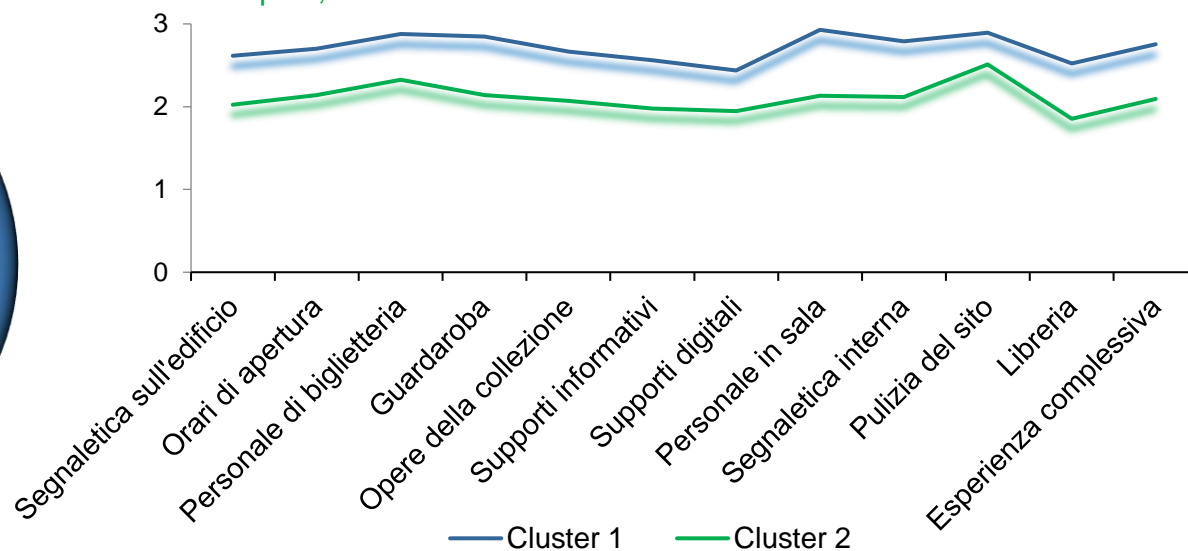
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (57 individui per il *Cluster 1* e 43 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; romani; di età giovane inferiore ai 25 anni o adulta over 65 anni; diplomati; studenti, liberi professionisti e pensionati; alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*; scoprono il museo soprattutto tramite passaparola e internet; vengono con amici o famiglia; giudizio superiore o uguale alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età 35-64 anni; con titolo di laurea/post laurea; impiegati e dirigenti; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto passando per caso o tramite le mostre; vengono in coppia; giudizio inferiore alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.



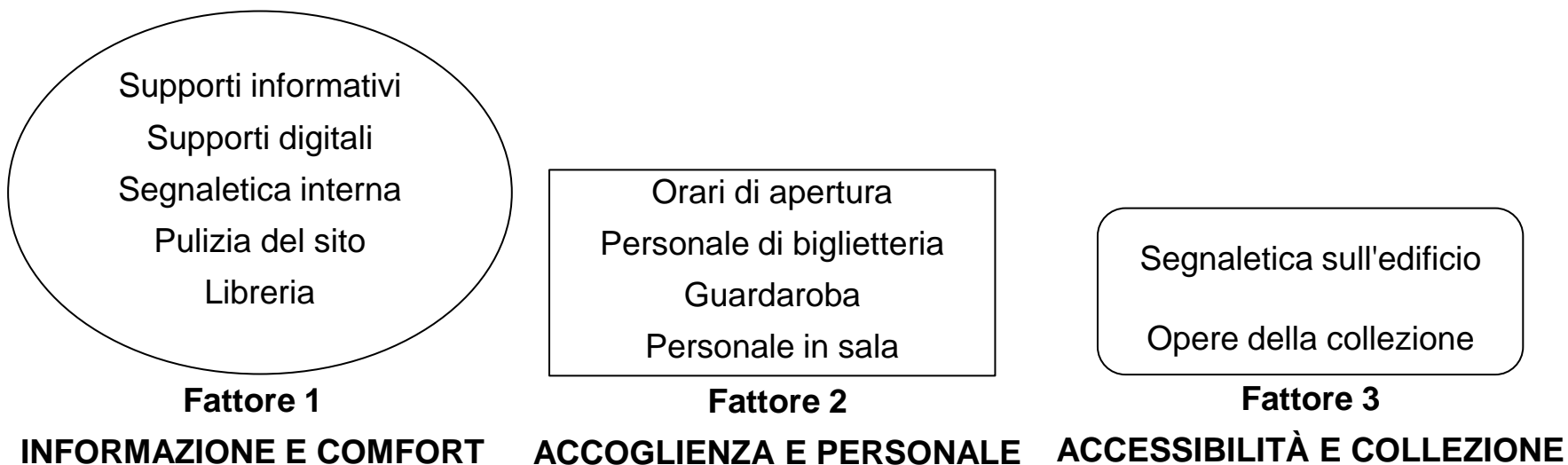
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



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:



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 62**

ELOGIO mostre molto belle. **Totale 1**

COMUNICAZIONE maggiore promozione del museo. **Totale 7**

ORARIO estendere l'apertura, sia in entrata che in uscita. **Totale 5**

COLLEZIONE incrementare le opere della collezione permanente. **Totale 5**

LIBRERIA troppo piccola, mi aspettavo qualcosa in più. **Totale 4**

SEGNALETICA ESTERNA da aumentare. **Totale 4**

SUPPORTI INFORMATIVI più pannelli e didascalie su tutte le opere, ingrandire i caratteri.
Totale 4

SEGNALETICA INTERNA da aumentare, soprattutto per le opere principali. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 16**

TOTALE 49 SUGGERIMENTI
Galleria d'Arte Moderna

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
 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 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 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:.....