



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

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. **103 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 24 al 27 ottobre** presso il **Museo di Roma** (gli intervistati rappresentano il 28% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee “*Vis-à-vis. Tenerani Spina. Dialogo in immagini*” e “*Quotidiana*”.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di $\pm 1,93\%$.

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 abbastanza buono, con una media di **2,38** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono le **opere della collezione** (2,68), la **caffetteria** (2,64), gli **orari di apertura** (2,63), la **libreria** (2,56), la **pulizia del sito** (2,52) e i **supporti informativi** (2,49).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** (2,19) e dei **supporti digitali** (2,17).

Il **guardaroba**, la **libreria**, la **segnaletica sull'edificio** e la **caffetteria** rappresentano gli aspetti ritenuti più importanti nella mappa, insieme ai **supporti digitali**, ma solo quest'ultimi emergono tra i miglioramenti prioritari. Anche tra i suggerimenti rilasciati dagli intervistati prevalgono i **supporti digitali** (n. 9 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 48% da **turisti stranieri**, **impiegati** (45%), in possesso di un titolo di **laurea/post laurea** (75%), appartenenti alle fasce d'età dei **40-64 anni** (60% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo **passando, per caso** (25%); poi seguono **mappa di Roma** (16%) e **guida cartacea** (15%).

È significativo che a rispondere *passando, per caso* siano principalmente i cittadini romani, appartenenti alle fasce di età 35-44 anni e 65-74 anni, diplomati, alcuni già stati al *Museo di Roma*, con giudizio uguale alle proprie attese. Invece *mappa di Roma* e *guida cartacea* prevalgono soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), di età superiore ai 45 anni, il cui giudizio è superiore alle aspettative.

Tabella riassuntiva

Museo di Roma 2023	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,41	2,00	103	0	0,532	0%	43%	0%	98%
Orari di apertura	2,63	3,00	103	0	0,505	0%	64%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,42	2,00	103	0	0,534	0%	44%	0%	98%
Guardaroba	2,34	2,00	93	10	0,478	10%	34%	0%	100%
Opere della collezione	2,68	3,00	103	0	0,489	0%	69%	0%	99%
Supporti informativi	2,49	2,00	101	2	0,502	2%	49%	0%	100%
Supporti digitali	2,17	2,00	95	8	0,647	8%	31%	0%	86%
Personale in sala	2,38	2,00	101	2	0,563	2%	42%	0%	96%
Segnaletica interna	2,19	2,00	102	1	0,502	1%	24%	0%	95%
Pulizia del sito	2,52	3,00	99	4	0,502	4%	52%	0%	100%
Libreria	2,56	3,00	80	23	0,499	22%	56%	0%	100%
Caffetteria	2,64	3,00	74	29	0,485	28%	64%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,38	2,00	103	0	0,487	0%	38%	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 (2,45).

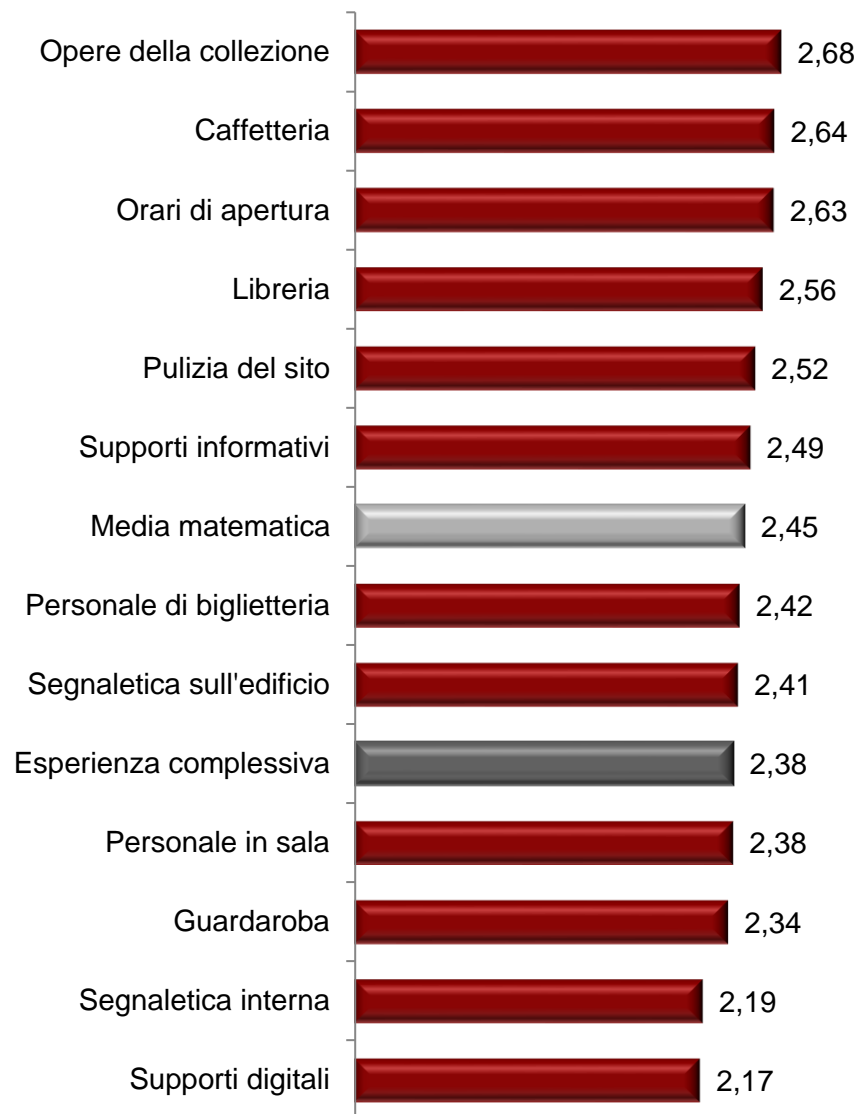
Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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**, la **caffetteria**, gli **orari di apertura**, la **libreria**, la **pulizia del sito** e i **supporti informativi**.

Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **segnaletica interna** e dei **supporti digitali**.

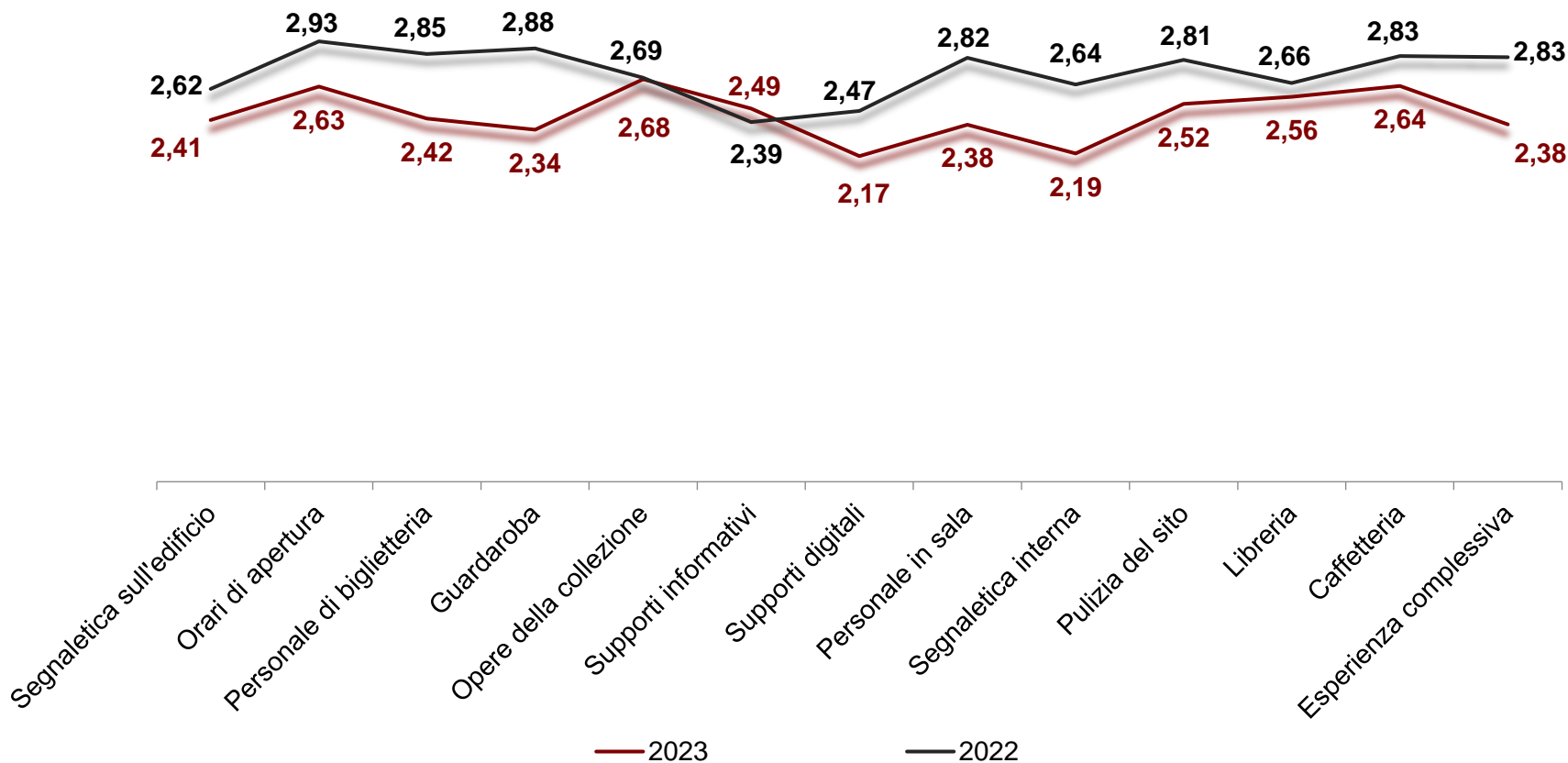
Si evidenzia che nel grafico non compare l'audioguida perché nessun intervistato dichiara di averla utilizzata.



Analisi del trend 2022-2023

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

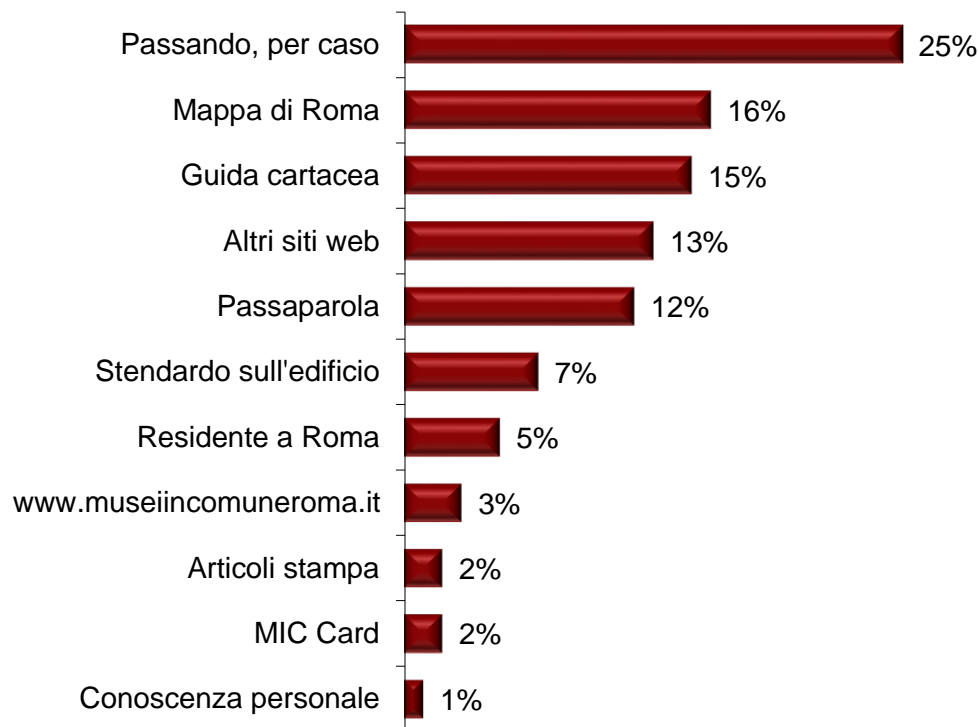
Si registra un decremento del livello di soddisfazione sulla quasi totalità degli aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione dei supporti informativi, il cui valore medio passa da 2,39 a 2,49.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 25% del campione intervistato dichiara di essere venuto a sapere del museo “**passando, per caso**” (in aumento dal 14% emerso lo scorso anno), il 16% risponde “**mappa di Roma**” (2% nel 2022) e il 15% lo scopre tramite “**guida cartacea**” (nella precedente indagine era il 5%).

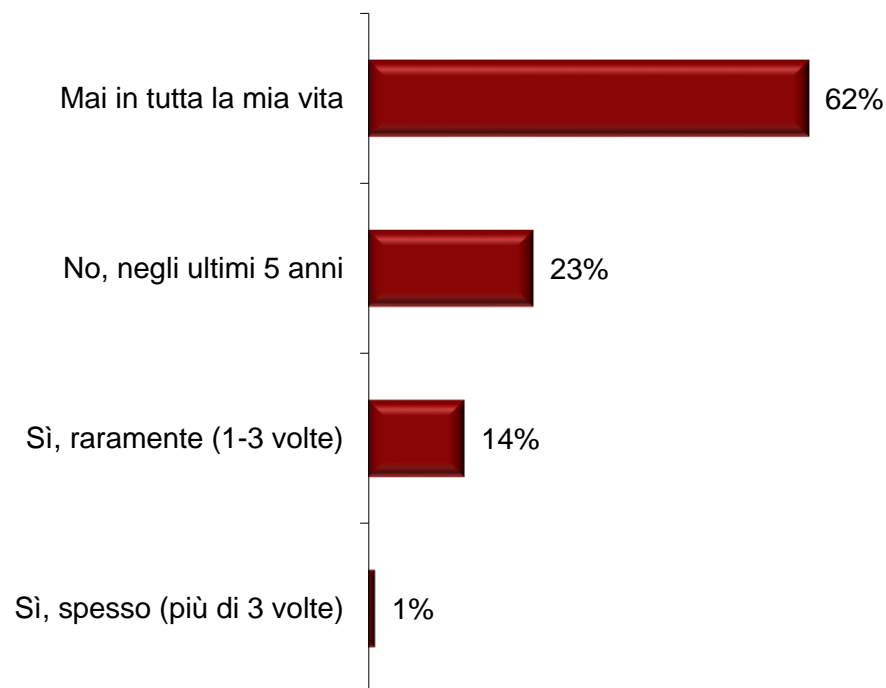
È significativo che a rispondere passando, per caso siano principalmente i cittadini romani, appartenenti alle fasce di età 35-44 anni e 65-74 anni, diplomati, alcuni già stati al *Museo di Roma*, con giudizio uguale alle proprie attese. Invece mappa di Roma e guida cartacea prevalgono soprattutto per i turisti (italiani e stranieri), di età superiore ai 45 anni, il cui giudizio è superiore alle aspettative.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

La maggior parte degli intervistati (62% sul campione totale) dichiara di **non essere mai stato prima** al *Museo di Roma*, il 23% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il 15% già vi è stato (di cui il 14% raramente “*da una a tre volte*” e l’1% spesso “*più di tre volte*”).

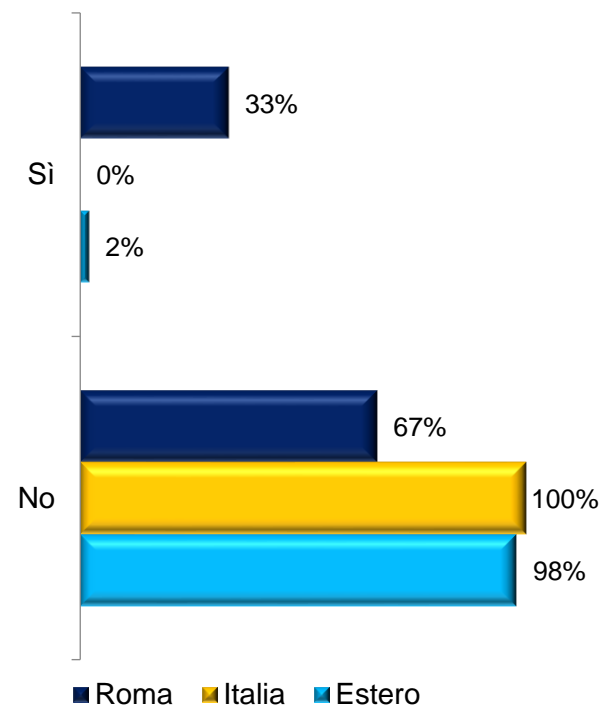
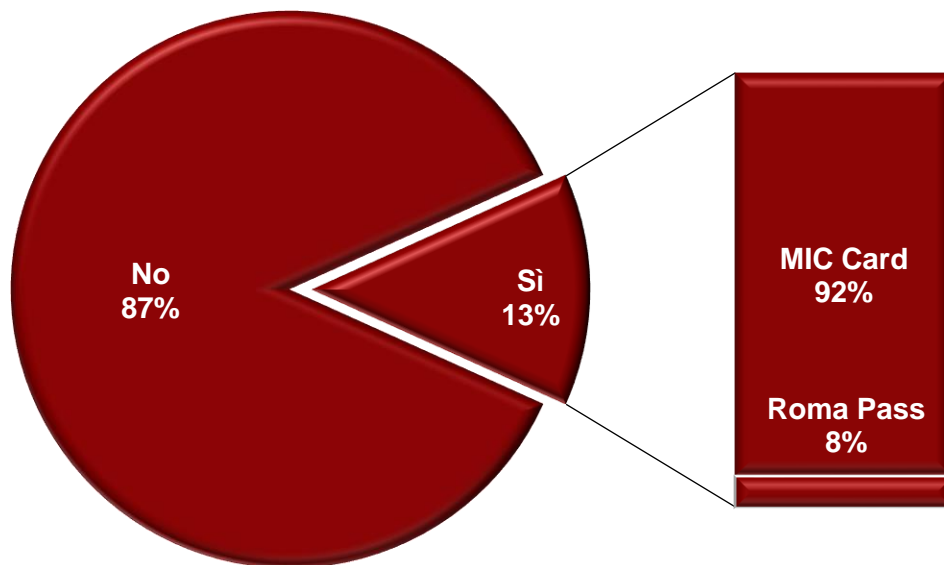
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto coloro che si ritengono nel complesso molto soddisfatti, il cui giudizio è superiore alle proprie attese o ne sono privi e nell’ultimo anno sono stati in più di tre musei. Invece ad avere già visto il Museo di Roma sono prevalentemente i visitatori in generale abbastanza soddisfatti, con giudizio uguale alle aspettative e in quest’ultimo anno hanno frequentato tra uno e tre musei.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'87% degli intervistati non ha usufruito di alcuna card per accedere al museo, mentre il 13% afferma di averla utilizzata (il 92% si riferisce alla **MIC Card** e l'8% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cfr.* grafico in basso a destra), alcuni di essi già stati in questo museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma*, sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi visitatori.

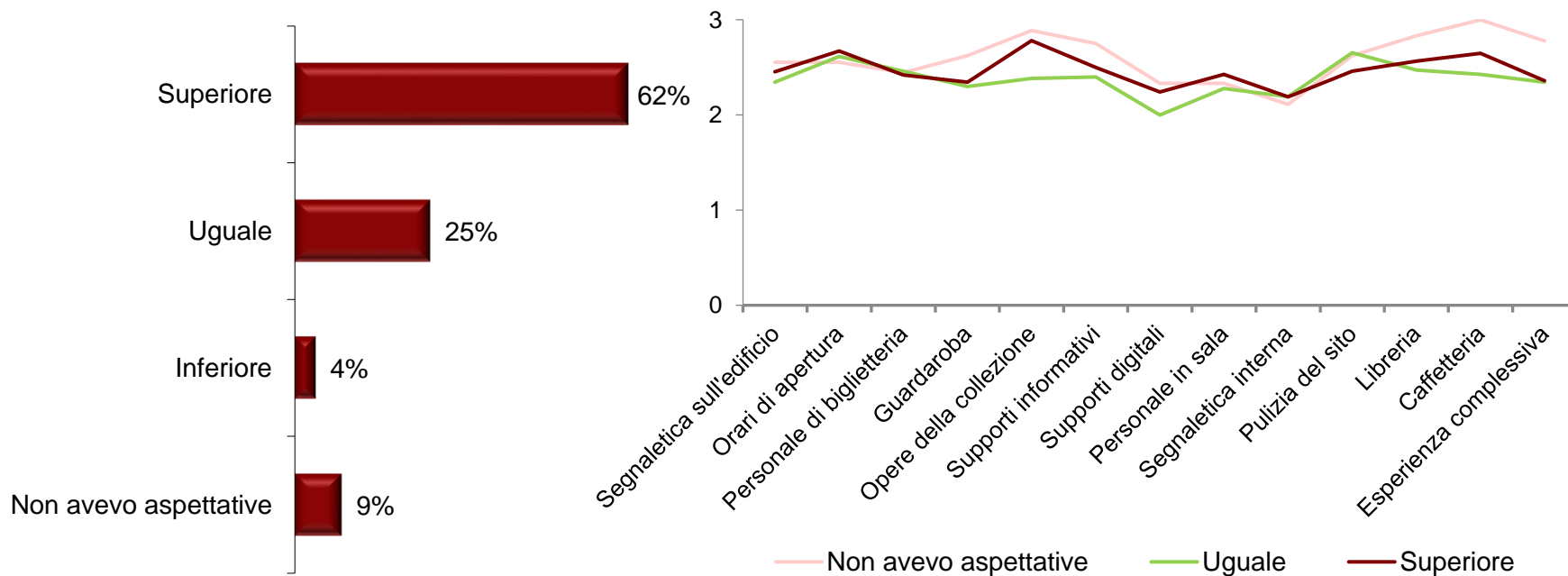


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 62% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 25% è uguale e per il 4% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 9% 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 non hanno utilizzato alcuna card per accedere al *Museo di Roma* e hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i romani, che sono entrati con la *MIC Card* e nell'ultimo anno hanno visitato tra uno e tre musei.

Coloro che sono privi di 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 di Roma* è pari al **58%**.

Il 34% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece il 4% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).



NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma 2023										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	4	13	22	30	34
0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	13%	21%	29%	33%
DETRACTORI = 4%							PASSIVI =	PROMOTORI		
							34%	= 62%		
62%-4%=58%										

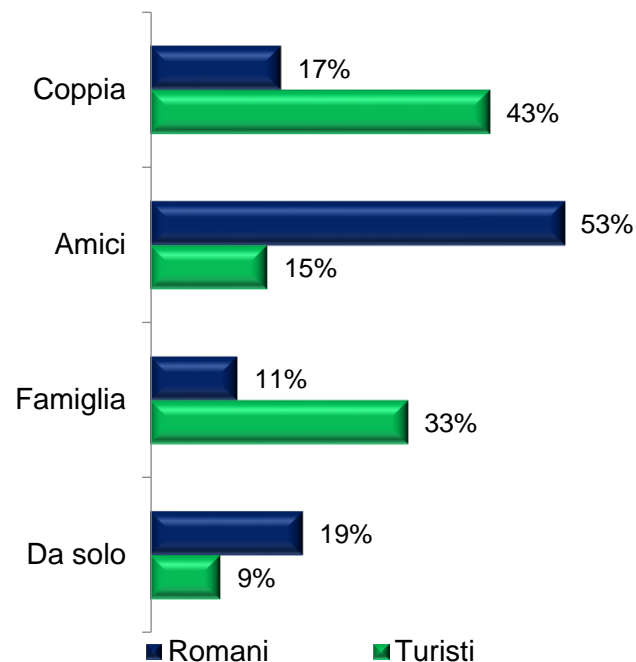
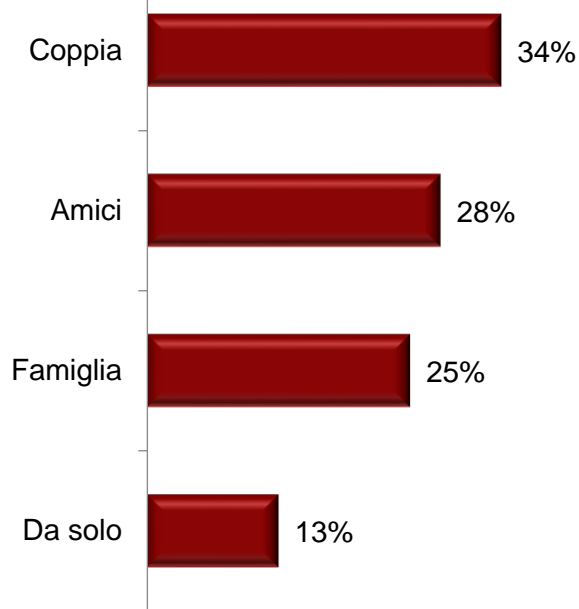
Con chi ha visitato il museo

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 28% in compagnia di “**amici**”, il 25% viene con la propria “**famiglia**” e il restante 13% “**da solo**”.

Risulta significativo che a venire in coppia siano principalmente i turisti (*cfr.* grafico in basso a destra), il loro giudizio è uguale alle aspettative e hanno frequentato più di tre musei nell’ultimo anno. Invece a recarsi al museo con amici sono in prevalenza i visitatori romani, con un giudizio superiore o uguale alle proprie attese e in quest’ultimo anno hanno effettuato tra una e tre visite nei musei.

A venire al museo con la propria famiglia sono soprattutto i turisti, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno visto meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.

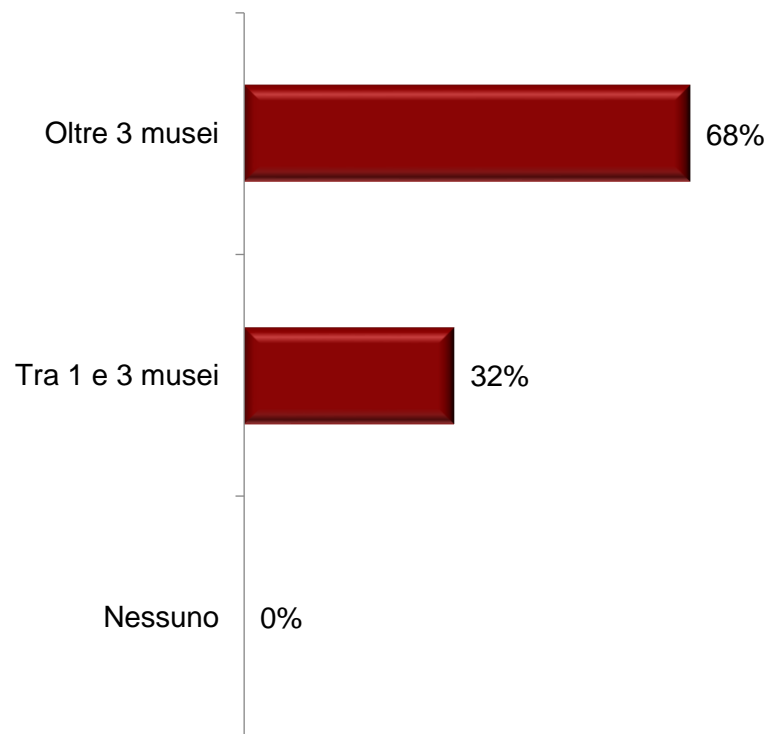
Infine a rispondere da solo è in particolare chi risiede a Roma, il cui giudizio è superiore alle attese e ha visitato più di tre musei nell’ultimo anno.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 68% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 32% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre nessuno afferma di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad essere stati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori che hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono prevalentemente coloro che hanno un giudizio uguale alle attese e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.



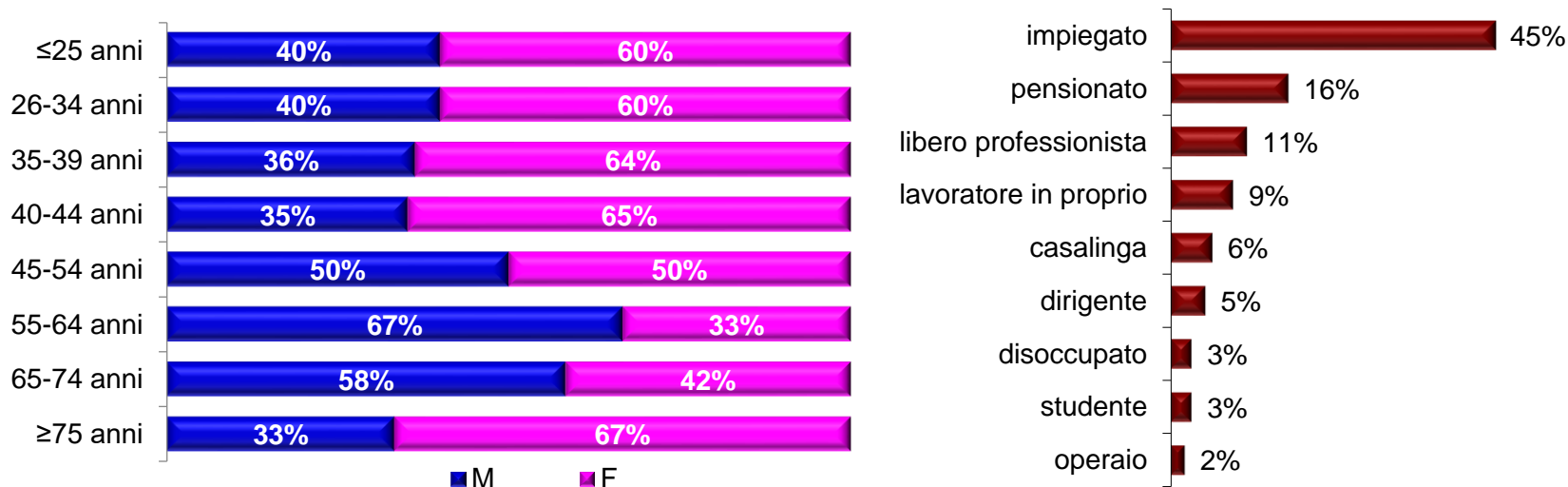
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (52%; nel 2022 era il 56% sul totale), soprattutto tra i giovani fino ai 44 anni e adulti over 75 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 55-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **40 e 64 anni**, che rappresentano il 60% del campione (42% nel 2022). In netta discesa i giovani di età fino ai 34 anni, la cui percentuale scende dal 41% al 15%.

Il 75% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (55% nel 2022).

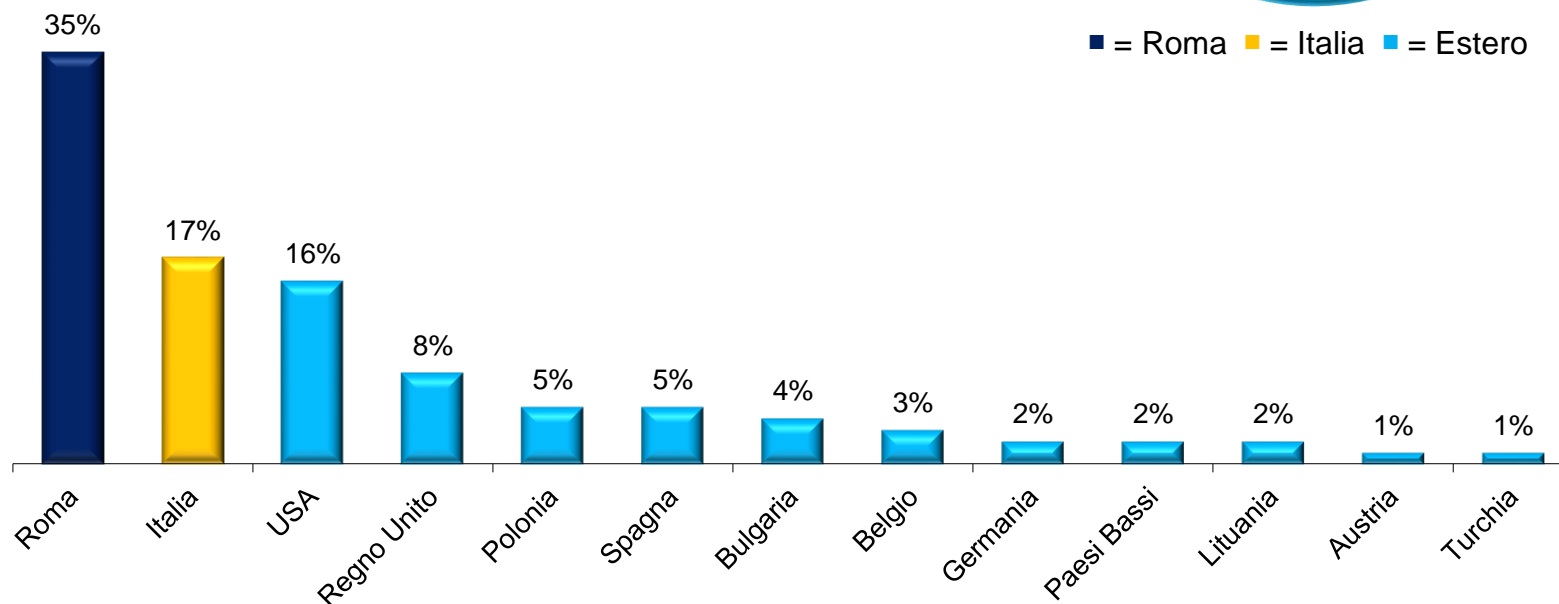
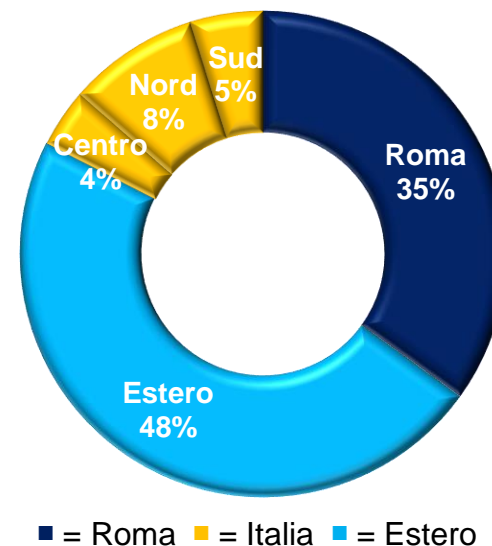
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (45%; nell'indagine precedente erano il 33%); seguono i pensionati (in aumento da 9% a 16%) e i liberi professionisti, che passano da 16% a 11%.



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 48% del campione totale è costituito da turisti **stranieri** (in netto aumento dal 19% emerso lo scorso anno), il 35% è rappresentato dai cittadini **romani** (scendono dal 60% emerso nell'indagine precedente), mentre il 18% giunge da altre province italiane (21% nel 2022).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense** (16% sul totale degli intervistati); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



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	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,575**	,672**	,648**	,430**	,356**	,348**	,470**	,242*	0,110	,369**	,362**	,501**
Orari di apertura	,575**	1,000	,510**	,335**	,481**	,500**	0,107	,303**	0,013	,259**	,339**	0,168	,295**
Personale di biglietteria	,672**	,510**	1,000	,571**	0,175	0,174	,313**	,478**	,234*	,327**	,458**	,247*	,367**
Guardaroba	,648**	,335**	,571**	1,000	,328**	,335**	,416**	,375**	,443**	,277**	,415**	,339**	,549**
Opere della collezione	,430**	,481**	0,175	,328**	1,000	,491**	,272**	,355**	0,088	0,099	0,177	0,179	,352**
Supporti informativi	,356**	,500**	0,174	,335**	,491**	1,000	,313**	,434**	0,104	,381**	,442**	,324**	,391**
Supporti digitali	,348**	0,107	,313**	,416**	,272**	,313**	1,000	,417**	,471**	,317**	,519**	,382**	,561**
Personale in sala	,470**	,303**	,478**	,375**	,355**	,434**	,417**	1,000	,290**	,525**	,478**	,311**	,447**
Segnaletica interna	,242*	0,013	,234*	,443**	0,088	0,104	,471**	,290**	1,000	,429**	,377**	,282*	,437**
Pulizia del sito	0,110	,259**	,327**	,277**	0,099	,381**	,317**	,525**	,429**	1,000	,602**	,365**	,332**
Libreria	,369**	,339**	,458**	,415**	0,177	,442**	,519**	,478**	,377**	,602**	1,000	,728**	,534**
Caffetteria	,362**	0,168	,247*	,339**	0,179	,324**	,382**	,311**	,282*	,365**	,728**	1,000	,493**
Esperienza complessiva	,501**	,295**	,367**	,549**	,352**	,391**	,561**	,447**	,437**	,332**	,534**	,493**	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.

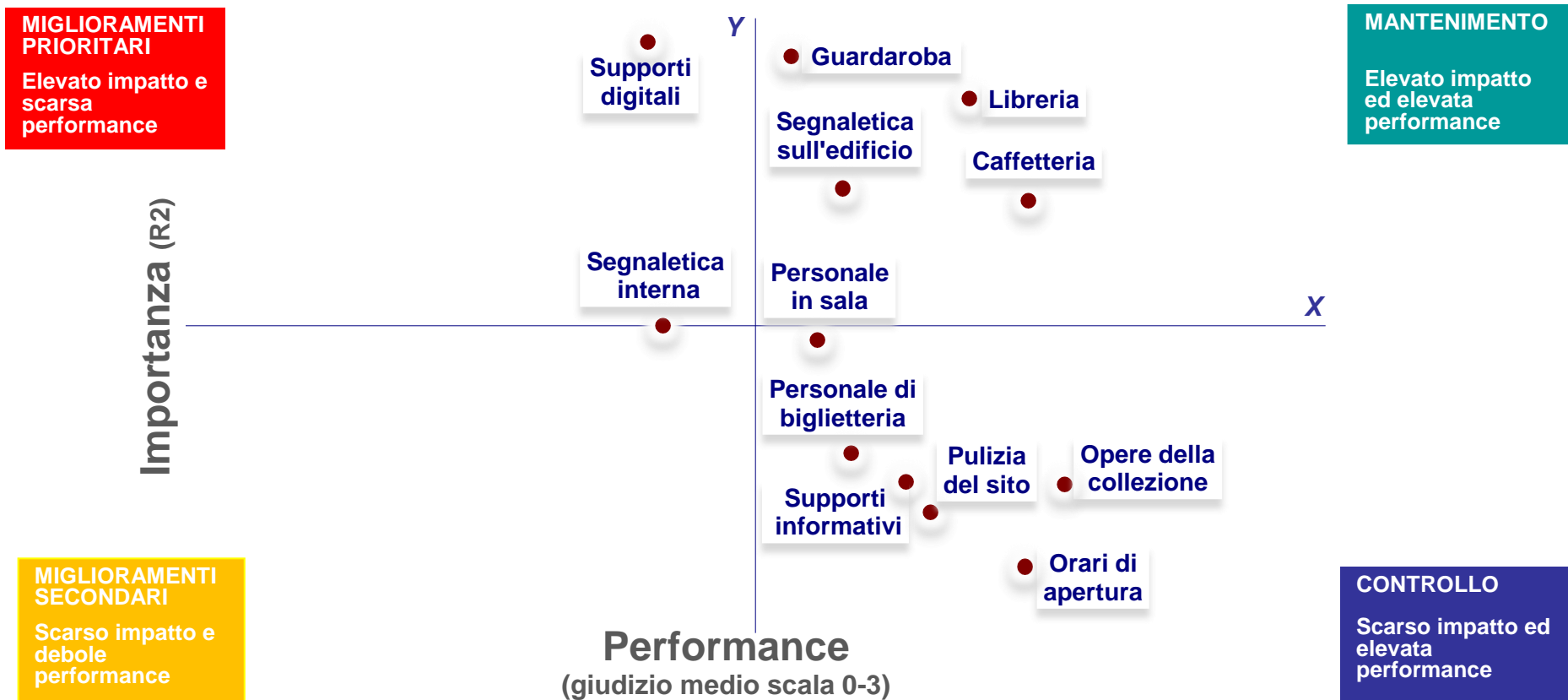
Per il *Museo di Roma* i **supporti digitali**, il **guardaroba**, la **libreria**, la **segnaletica sull'edificio** e la **caffetteria** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Supporti digitali	0,561
Guardaroba	0,549
Libreria	0,534
Segnaletica sull'edificio	0,501
Caffetteria	0,493
Personale in sala	0,447
Segnaletica interna	0,437
Supporti informativi	0,391
Personale di biglietteria	0,367
Opere della collezione	0,352
Pulizia del sito	0,332
Orari di apertura	0,295

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba**, la **libreria**, la **segnaletica sull'edificio** e la **caffetteria** rappresentano gli aspetti ritenuti più importanti nella mappa e si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece i **supporti digitali** emergono 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

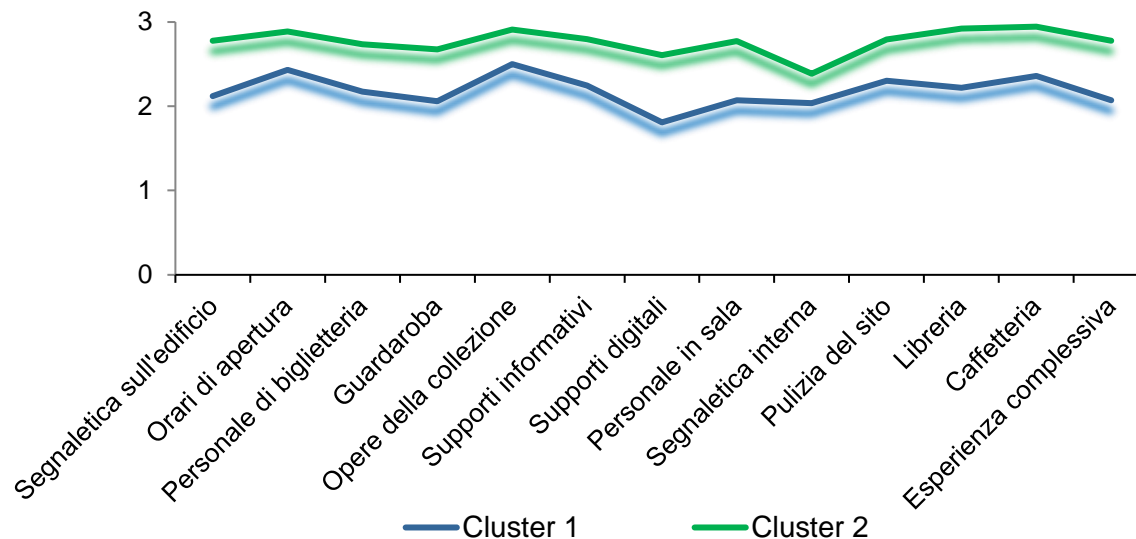
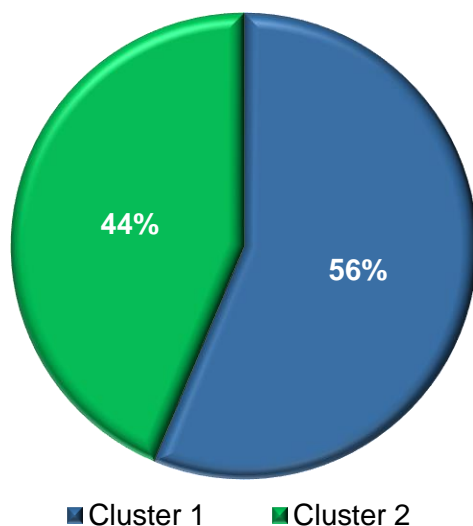
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (58 per il *Cluster 1* e 45 individui 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 donne; turisti; di età 40-54 anni; laureati; impiegati; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite altri siti web e passaparola; vengono con amici; giudizio uguale alle aspettative; hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.

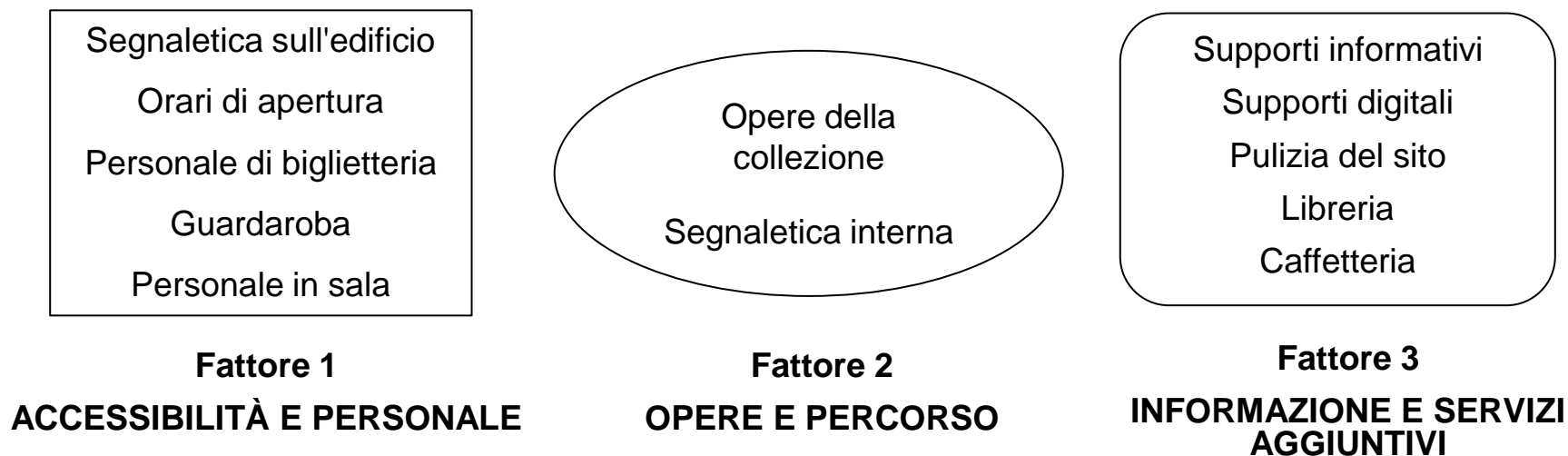
Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; romani; di età 26-34 anni e 55-74 anni; diplomati; liberi professionisti e pensionati; alcuni già stati al *Museo di Roma*; lo scoprono soprattutto passando, per caso e tramite guida cartacea; vengono in coppia, da soli o con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



Analisi Fattoriale

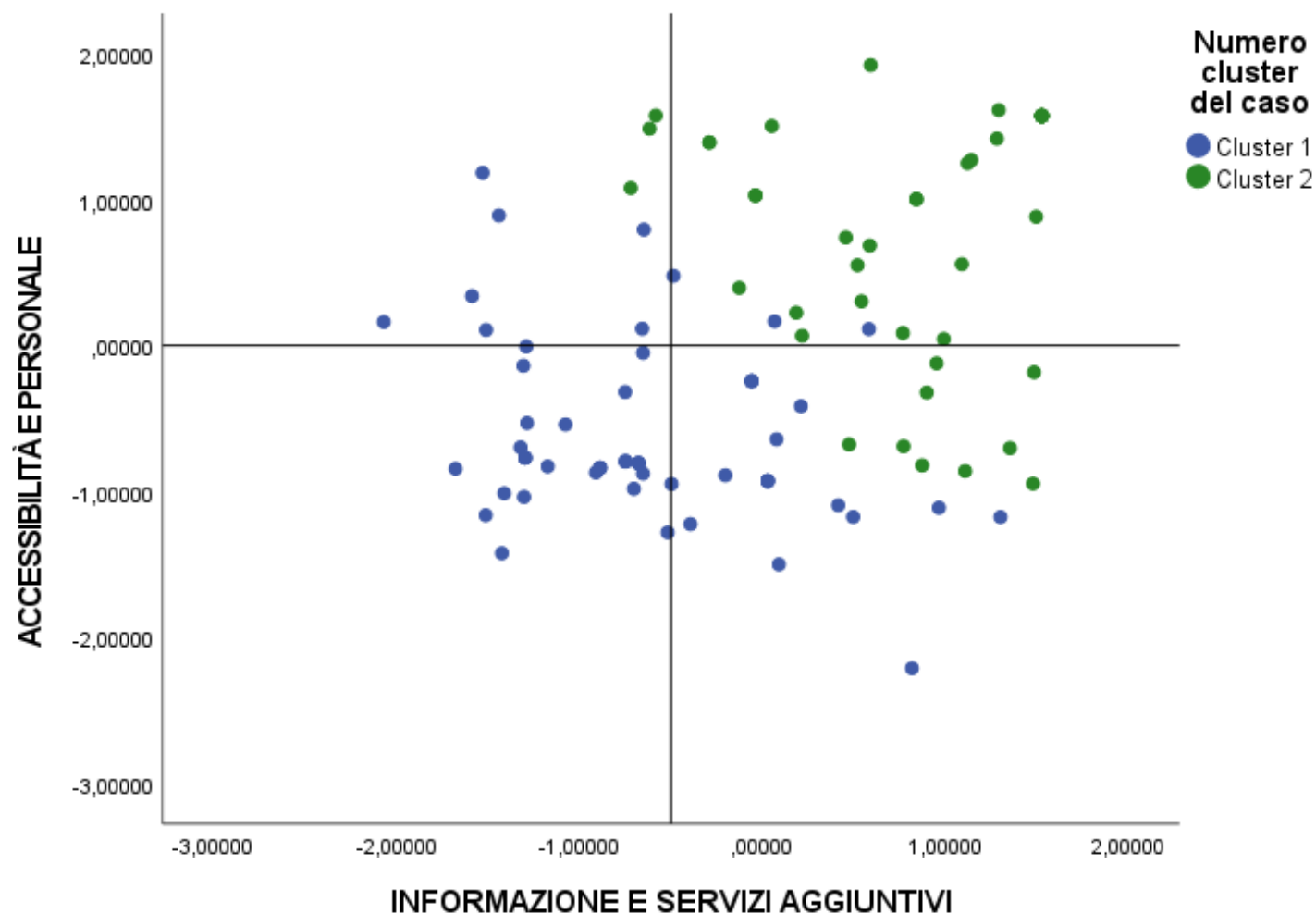
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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, in particolare sul Fattore 1 (*Accessibilità e Personale*), che è stato meno gradito dal Cluster 1.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 86**

SUPPORTI DIGITALI alcuni non funzionanti (6); altro (3). **Totale 9**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare, poca. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 5**

TOTALE 19 SUGGERIMENTI
Museo di Roma

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"/>
Audioguida	<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"/>
Caffetteria	<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:.....