

Indagini di Customer Satisfaction

***Museo di Casal de' Pazzi***

## 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 2024-2025
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo museo ad amici/parenti
- 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 il metodo **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*) **dal 1 al 26 ottobre** presso il **Museo di Casal de' Pazzi** (gli intervistati rappresentano il 42% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

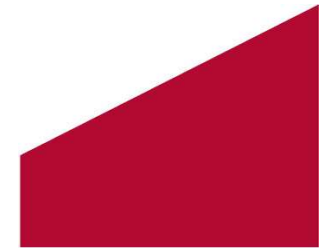
Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento poiché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di  $\pm 2,60\%$ .

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 2025, 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 ottimo, con una media di **2,82** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale in sala** (2,93) e **di accoglienza** (2,89), la **pulizia del sito** (2,86) e la **segnaletica interna** (2,84).

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

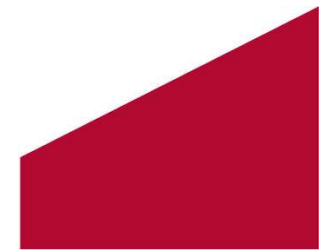
Le **opere della collezione** e i **supporti digitali** sono le variabili ritenute più importanti nella mappa, ma anche quelle più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva.

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emerge la **comunicazione** (n. 21 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **residenti a Roma** (95% sul totale), **impiegati** (40%), con titolo di **laurea** (48%), soprattutto di età **40-64 anni** (56% sul totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi è venuto a sapere del museo tramite **passaparola** (32%), **www.museiincomuneroma.it e canali social** (24%).

È significativo che a rispondere *passaparola* siano soprattutto i nuovi visitatori, minorenni o di età adulta 65-74 anni, che hanno frequentato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece la voce *www.museiincomuneroma.it e canali social* emerge per coloro che sono già stati al *Museo di Casal de' Pazzi*, di età compresa tra i 40 e 64 anni e in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.



## Tabella riassuntiva

<i>Museo di Casal de' Pazzi 2025</i>	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,46	3,00	109	3	0,586	50%	0%	95%
Orari di apertura	2,77	3,00	110	2	0,463	79%	0%	98%
Personale di accoglienza	2,89	3,00	108	4	0,344	90%	0%	99%
Opere della collezione	2,77	3,00	112	0	0,484	79%	0%	97%
Supporti informativi	2,78	3,00	109	3	0,438	79%	0%	99%
Supporti digitali	2,60	3,00	102	10	0,567	64%	0%	96%
Personale in sala	2,93	3,00	108	4	0,297	94%	0%	99%
Segnaletica interna	2,84	3,00	103	9	0,390	85%	0%	99%
Pulizia del sito	2,86	3,00	111	1	0,353	86%	0%	100%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,82</b>	<b>3,00</b>	<b>112</b>	<b>0</b>	<b>0,407</b>	<b>83%</b>	<b>0%</b>	<b>99%</b>

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

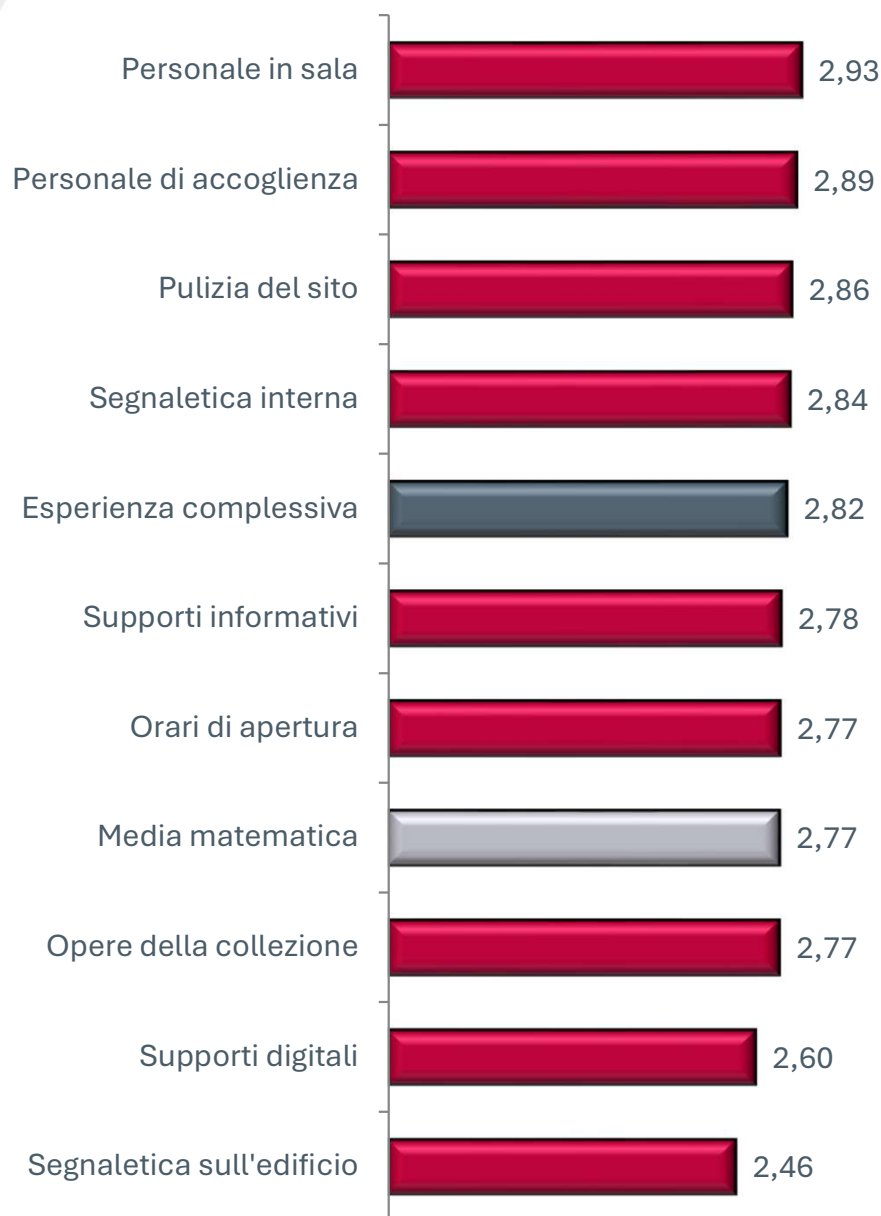
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,77).

## 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 emergono il **personale (in sala e di accoglienza)**, la **pulizia del sito** e la **segnaletica interna**.

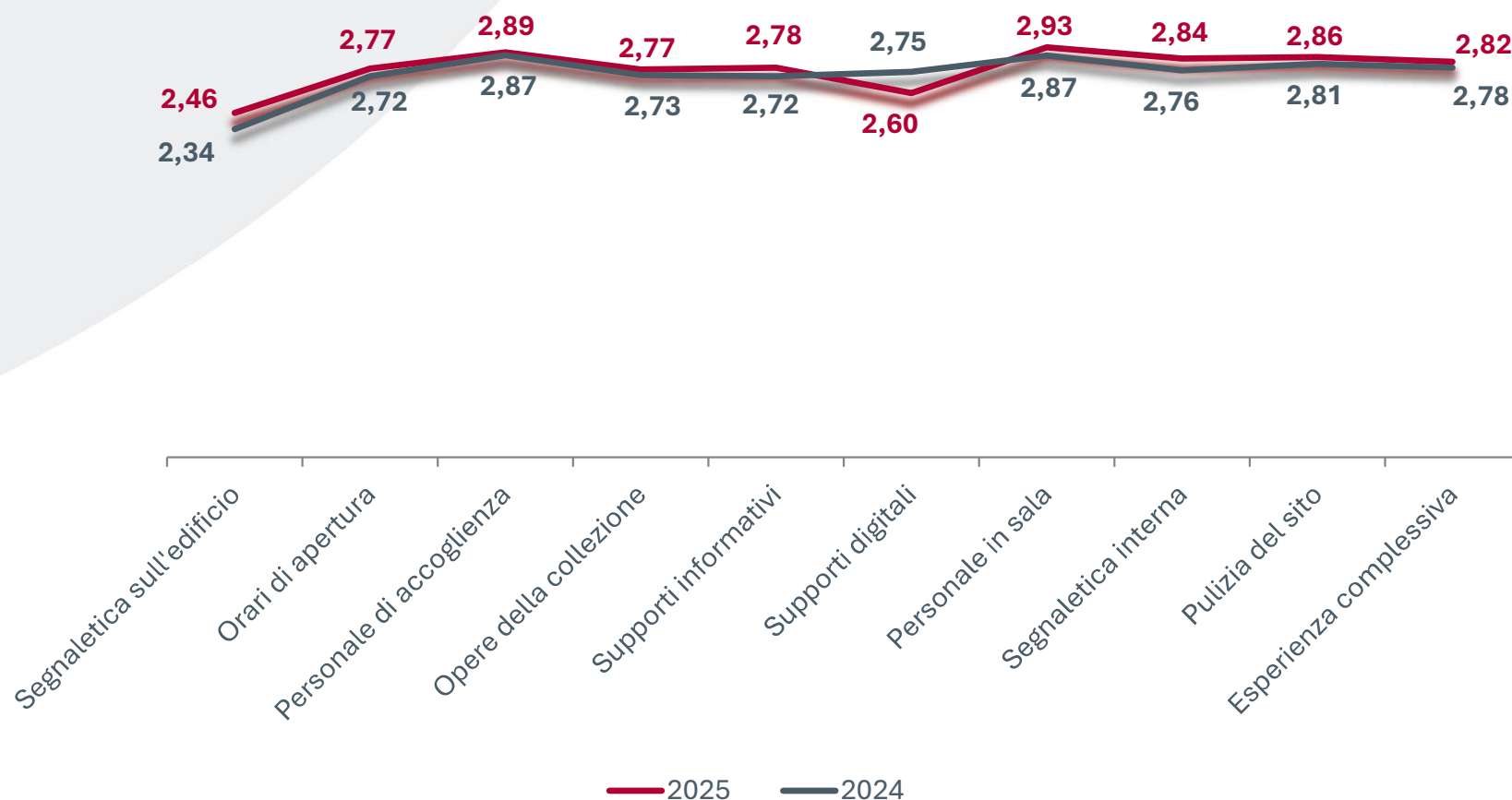
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2024-2025

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

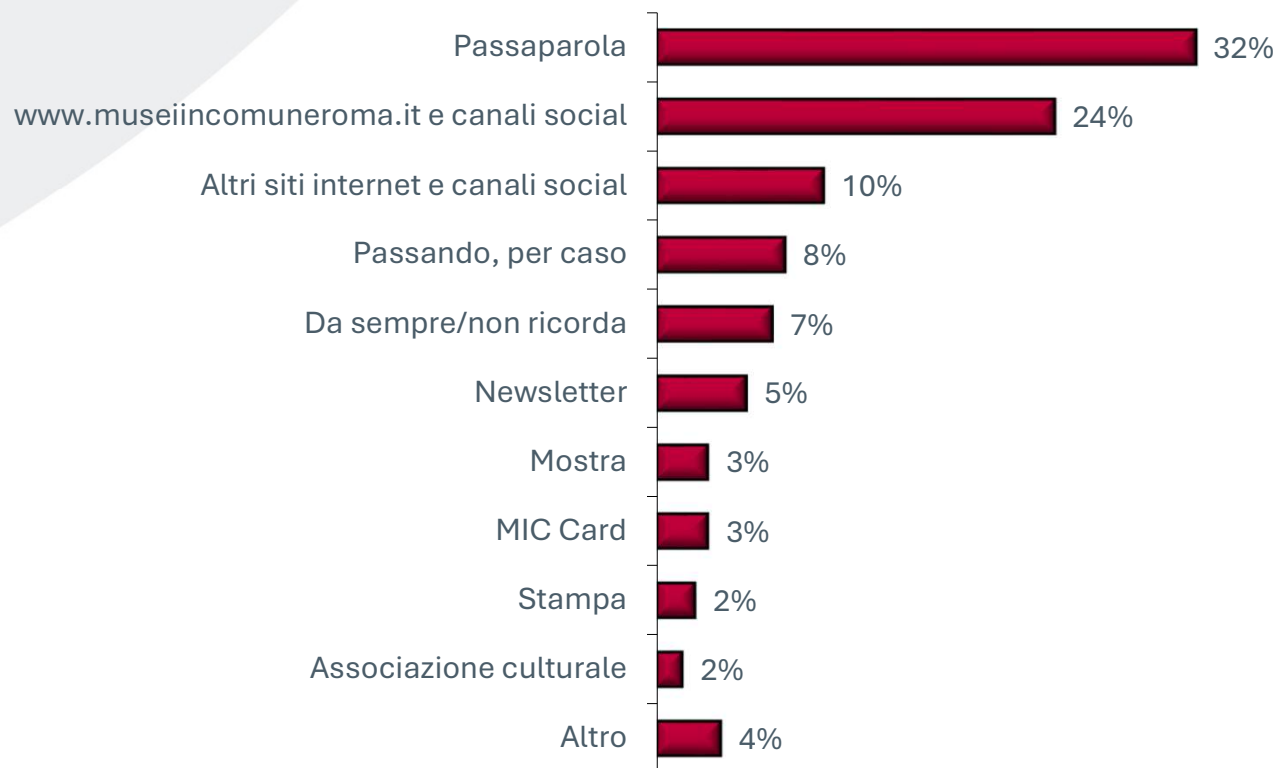
Si evidenzia un incremento generale del livello di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione dei **supporti digitali**, la cui media resta però ben al di sopra dello standard di 2,20.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 32% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**passaparola**” e il 24% attraverso “**www.museiincomuneroma.it e canali social**” (24%); poi seguono “**altri siti internet e canali social**” (10%).

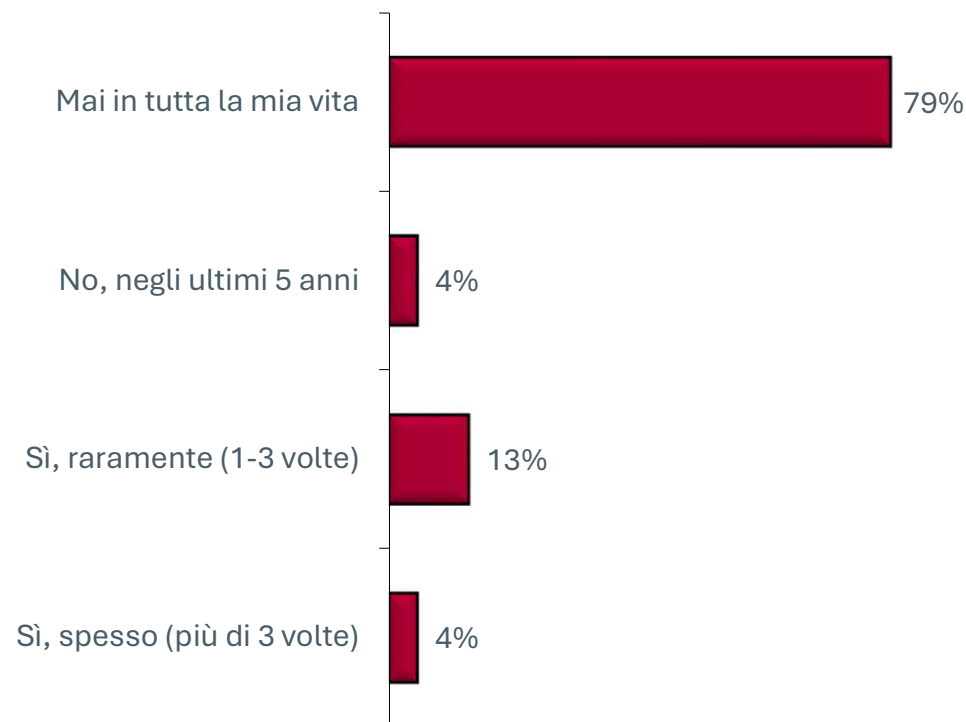
È significativo che a rispondere passaparola siano soprattutto i nuovi visitatori, minorenni o di età adulta 65-74 anni, che hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno. Invece la voce www.museiincomuneroma.it e canali social emerge per coloro che sono già stati al *Museo di Casal de' Pazzi*, di età compresa tra i 40 e 64 anni e in quest'ultimo anno sono stati in più di tre musei.



## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 17% degli intervistati dichiara **di essere già stato** al Museo di Casal de' Pazzi (di cui il 13% “*raramente, da una a tre volte*” e il 4% “*spesso, più di tre volte*”); il 79% vi si è recato per la prima volta e il restante 4% non vi è stato negli ultimi cinque anni.

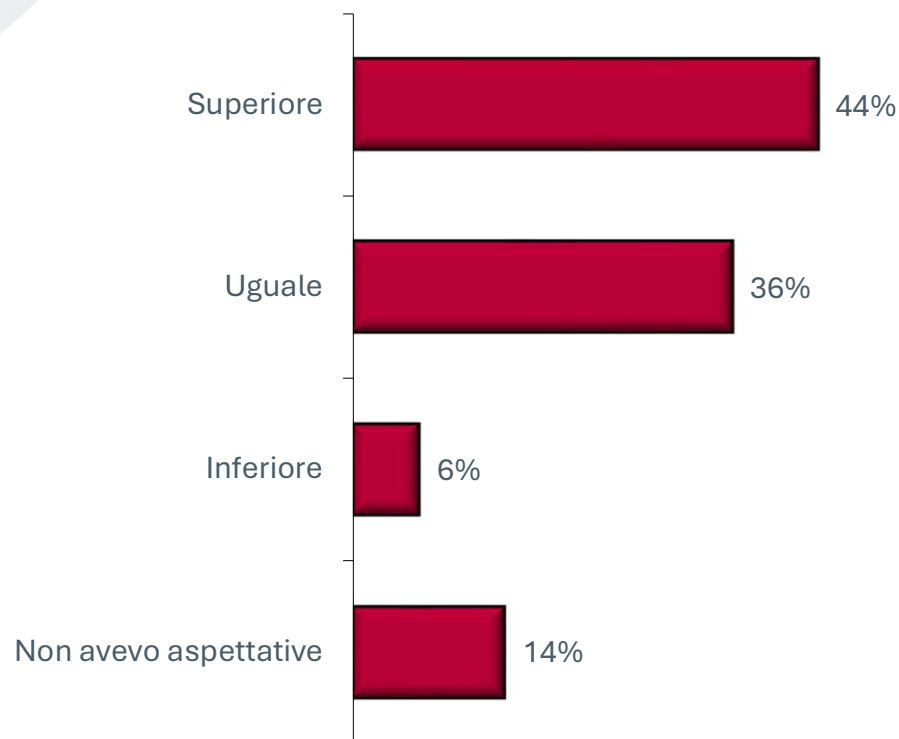
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano in prevalenza coloro che appartengono alle fasce dei giovani fino ai 44 anni e adulti over 65 anni, che sono stati in vari musei nell'ultimo anno. Invece ad essere già stati in questo museo sono principalmente i visitatori di età 45-64 anni, che affermano di avere frequentato meno di tre musei negli ultimi dodici mesi.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 44% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 36% è uguale, mentre il 6% ritiene tale museo inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 14% del campione afferma infine di non averne prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i nuovi visitatori, di età giovane fino ai 44 anni, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle attese per coloro che sono già stati al *Museo di Casal de' Pazzi*, di età adulta 45-74 anni, nel complesso abbastanza soddisfatti.



## Consiglierebbe questo museo ad amici/parenti

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**, ovvero 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 questo museo è pari al **47%**.

Inoltre, si evidenzia che ben il 43% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”, mentre solo il 5% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

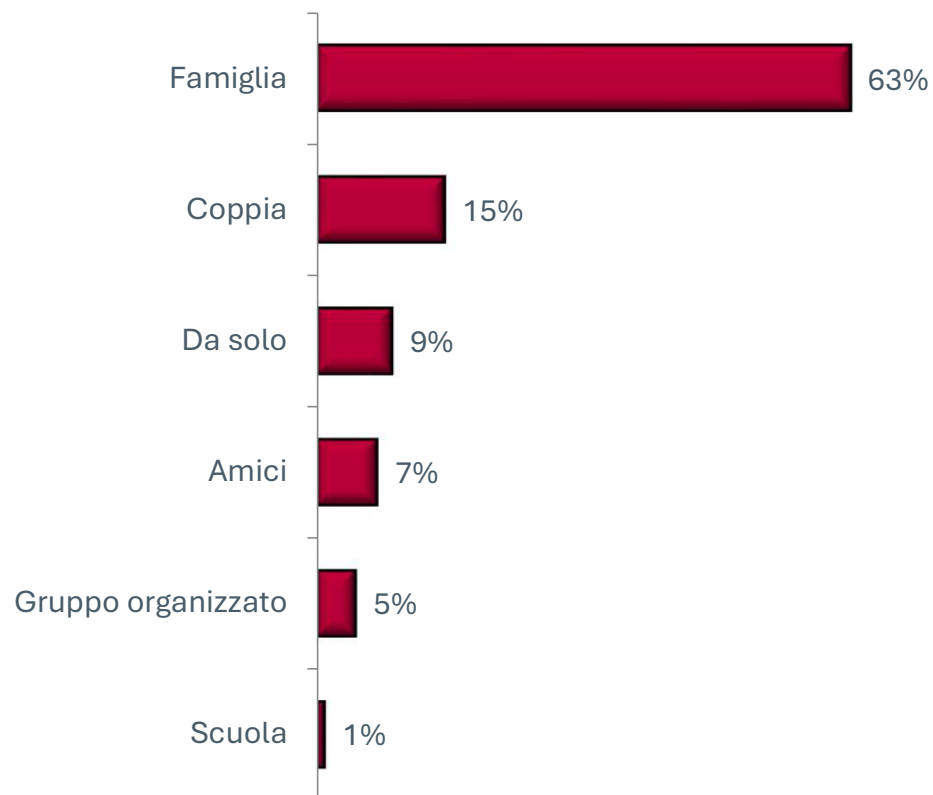


NET PROMOTER SCORE										
Museo di Casal de' Pazzi 2025										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	1	0	0	0	4	7	42	32	26
0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	6%	37%	29%	23%
<b>DETRATTORI = 5%</b>							<b>PASSIVI= 43%</b>		<b>PROMOTORI= 52%</b>	
<b>52%-5%=47%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Ben il 63% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con la propria “**famiglia**”, il 15% in “**coppia**”, il 9% “**da solo**”, il 7% risponde con agli “**amici**”, il 5% con un “**gruppo organizzato**” e il restante 1% con la “**scuola**”.

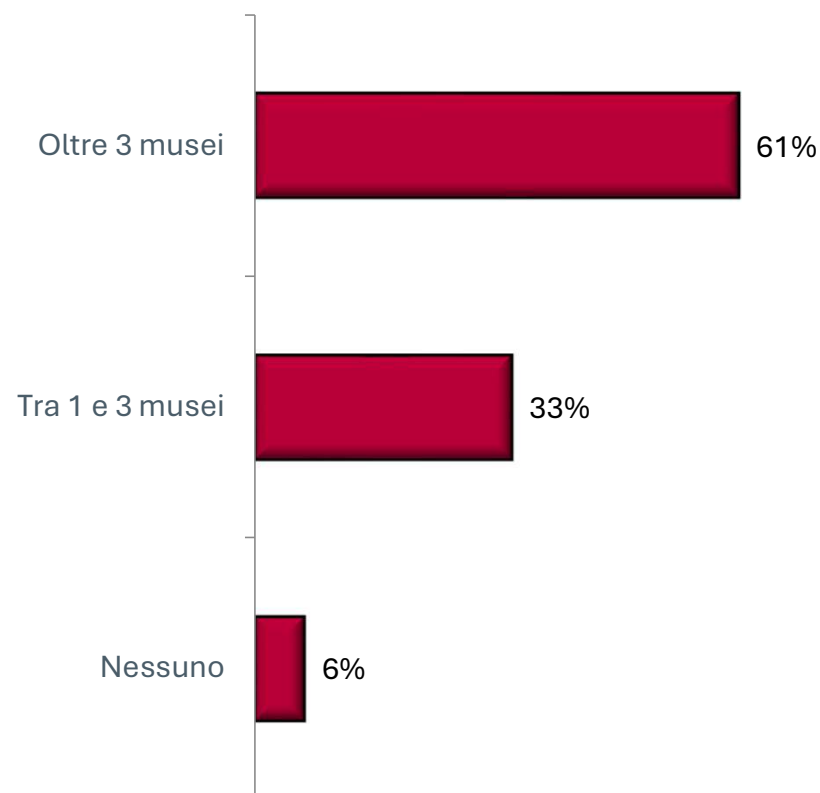
È significativo che a recarsi al museo in famiglia siano stati in particolare i nuovi visitatori, minori di 14 anni e di età 35-44 anni. Invece a venire in coppia o da soli sono in prevalenza coloro che già sono stati al *Museo di Casal de Pazzi*, di età 45-64 anni (*in coppia*) e over 65 anni (*da soli*).



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 61% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 33% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il restante 6% afferma di non essere stato quest'anno in alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che sono già stati al *Museo di Casal de' Pazzi*. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono in prevalenza i nuovi visitatori.



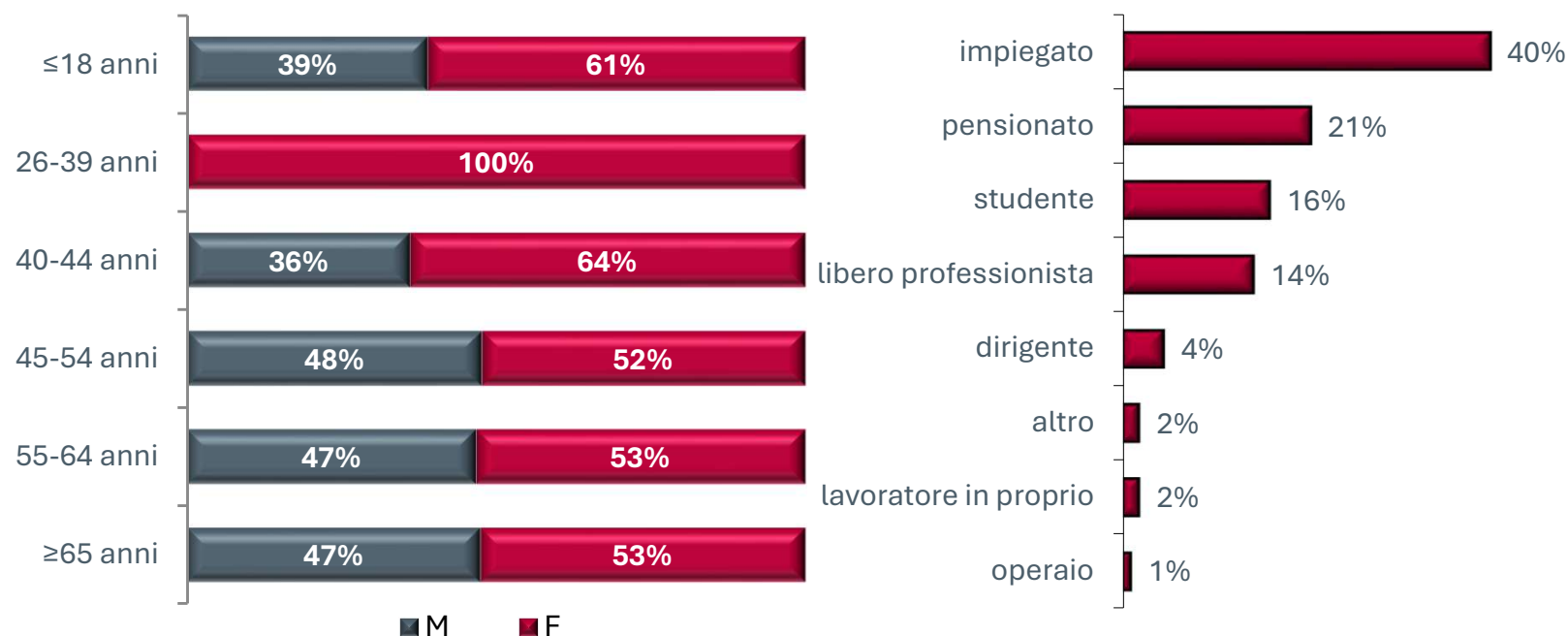
## Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 61% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in tutte le fasce d'età, soprattutto in quelle fino ai 44 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **40 e 64 anni**, che raggiungono complessivamente il 56% sul totale del campione intervistato. Inoltre, si evidenzia che la percentuale dei minori di 14 anni è pari al 15% sul totale, mentre quella degli over 65 anni è 18%.

Il 48% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea**.

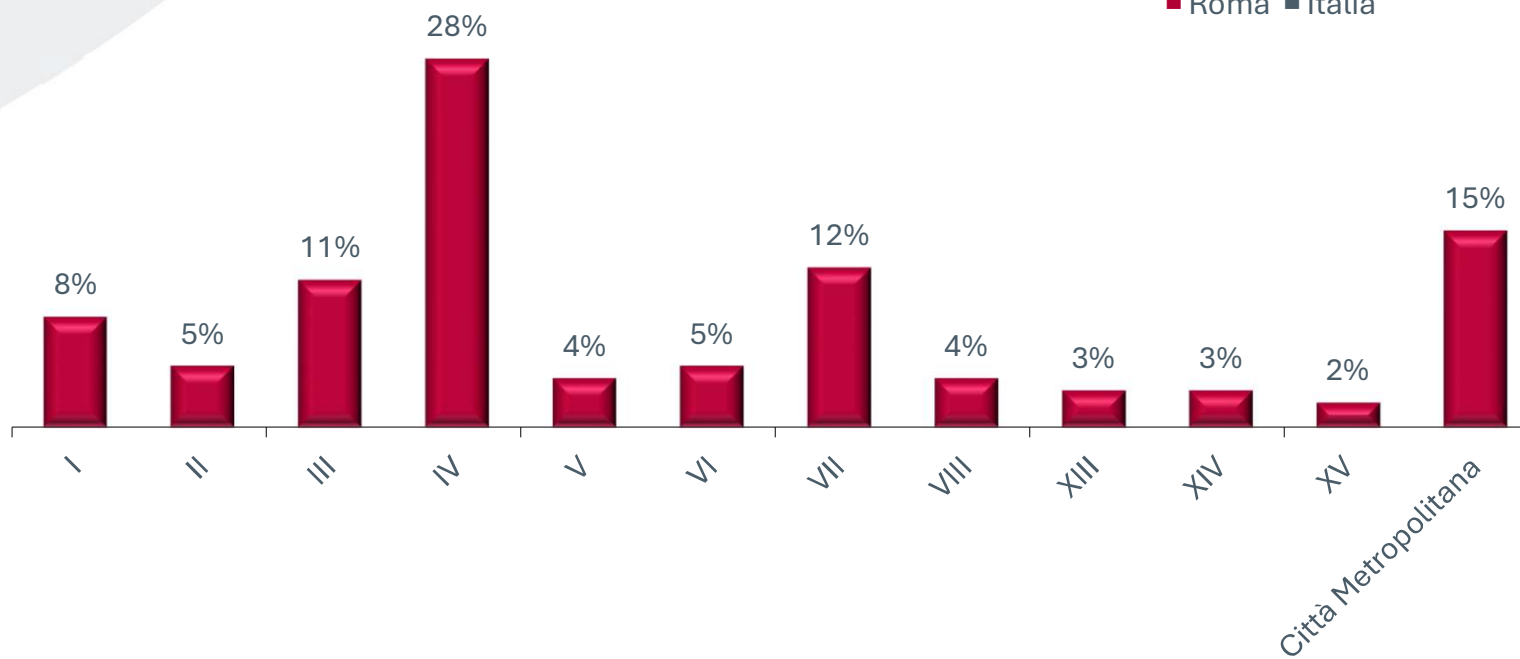
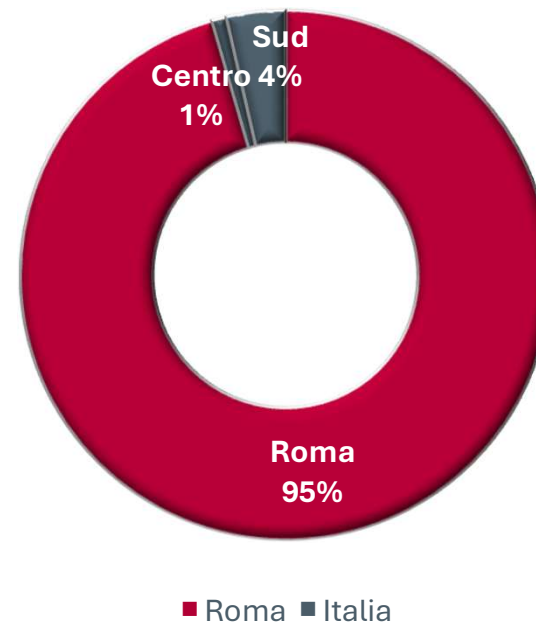
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (40%); poi seguono i pensionati (21%) e gli studenti (16%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 95% dei visitatori intervistati è costituito da **romani** e il restante 5% da turisti italiani (il 4% giunge dal *Sud Italia* e l'1% dal *Centro*), mentre nessuno giunge dall'estero.

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevale il **Municipio IV** (28% sul totale; lo stesso in cui si trova il museo), ma è buona anche la percentuale relativa agli altri Comuni della **Città Metropolitana** (15%).



## 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 accoglienza	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,271**	0,190	0,019	,366**	,387**	0,176	,409**	,373**	0,099
Orari di apertura	,271**	1,000	,260**	0,061	0,063	0,188	,219*	,445**	,547**	-0,005
Personale di accoglienza	0,190	,260**	1,000	0,137	,196*	,243*	,664**	,301**	,295**	,262**
Opere della collezione	0,019	0,061	0,137	1,000	,380**	,443**	,243*	,314**	,295**	,611**
Supporti informativi	,366**	0,063	,196*	,380**	1,000	,414**	0,137	,351**	,428**	,296**
Supporti digitali	,387**	0,188	,243*	,443**	,414**	1,000	,337**	,489**	,336**	,557**
Personale in sala	0,176	,219*	,664**	,243*	0,137	,337**	1,000	,323**	,212*	,387**
Segnaletica interna	,409**	,445**	,301**	,314**	,351**	,489**	,323**	1,000	,459**	,249*
Pulizia del sito	,373**	,547**	,295**	,295**	,428**	,336**	,212*	,459**	1,000	,230*
Esperienza complessiva	0,099	-0,005	,262**	,611**	,296**	,557**	,387**	,249*	,230*	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.

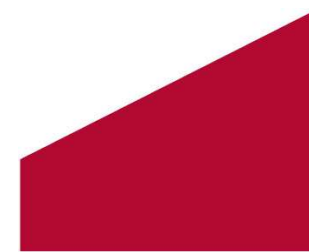
## Correlazione 2/2

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 complessiva del museo (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

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

Per il *Museo di Casal de' Pazzi* le **opere della collezione** e i **supporti digitali** sono le variabili che risultano più correlate al giudizio generale.

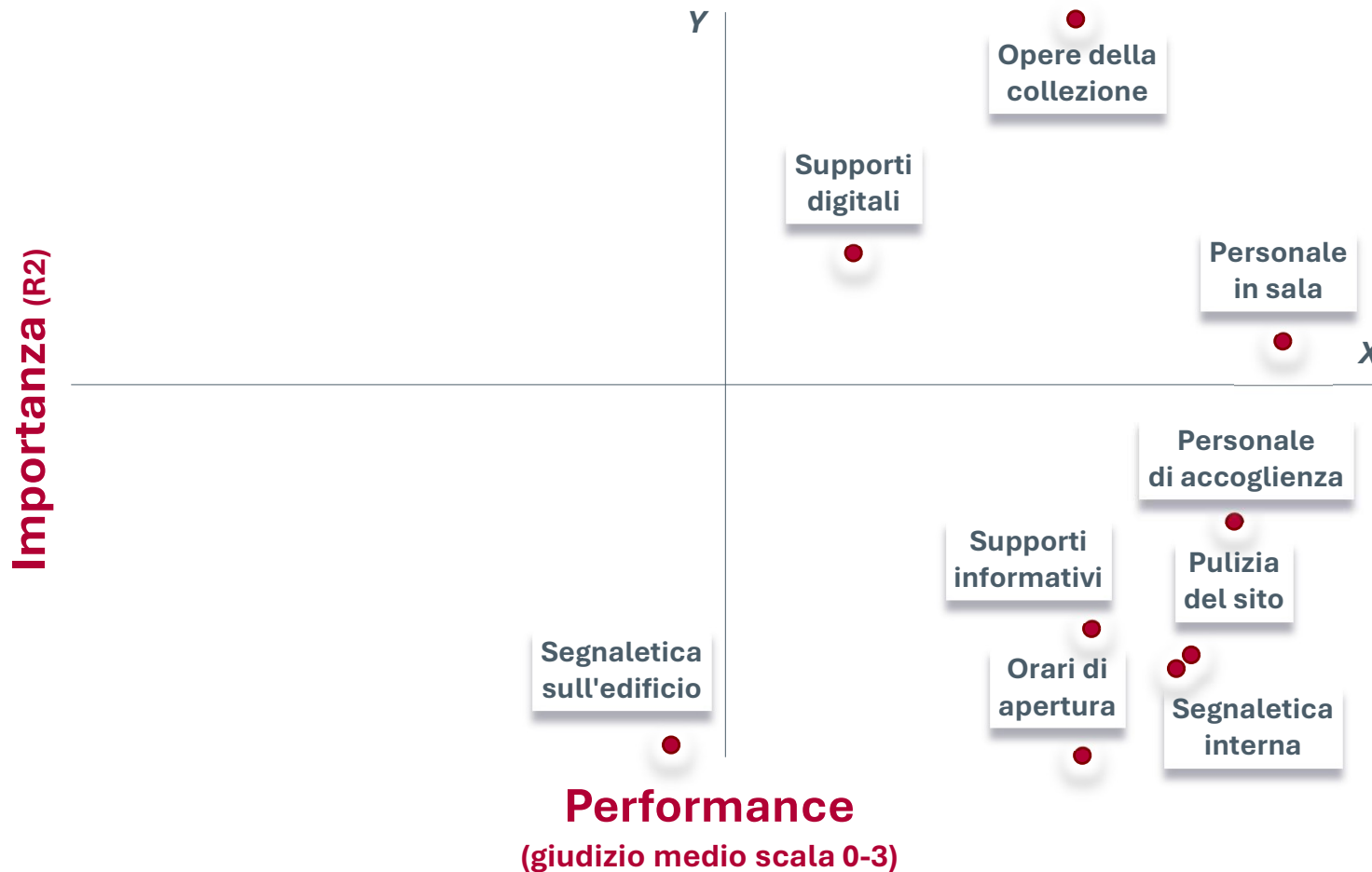
Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Opere della collezione	0,611
Supporti digitali	0,557
Personale in sala	0,387
Supporti informativi	0,296
Personale di accoglienza	0,262
Segnaletica interna	0,249
Pulizia del sito	0,230



## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Le **opere della collezione** rappresentano l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa sottostante e si trovano nel quadrante in alto a destra, insieme ai **supporti digitali** e al **personale in sala**, seppure quest'ultimo aspetto sia posizionato più in basso e quasi *borderline*. Invece nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano gli aspetti che risultano di minore impatto sul giudizio generale, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



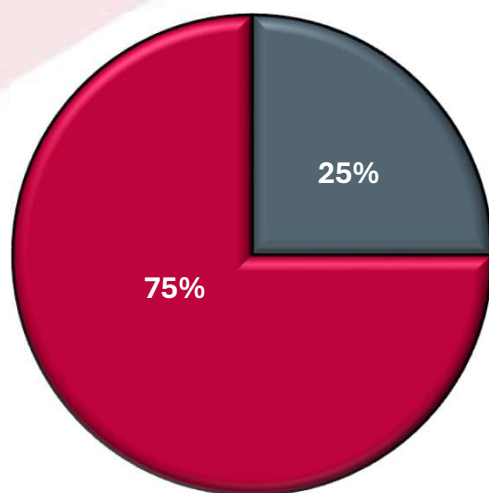
## Cluster Analysis

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

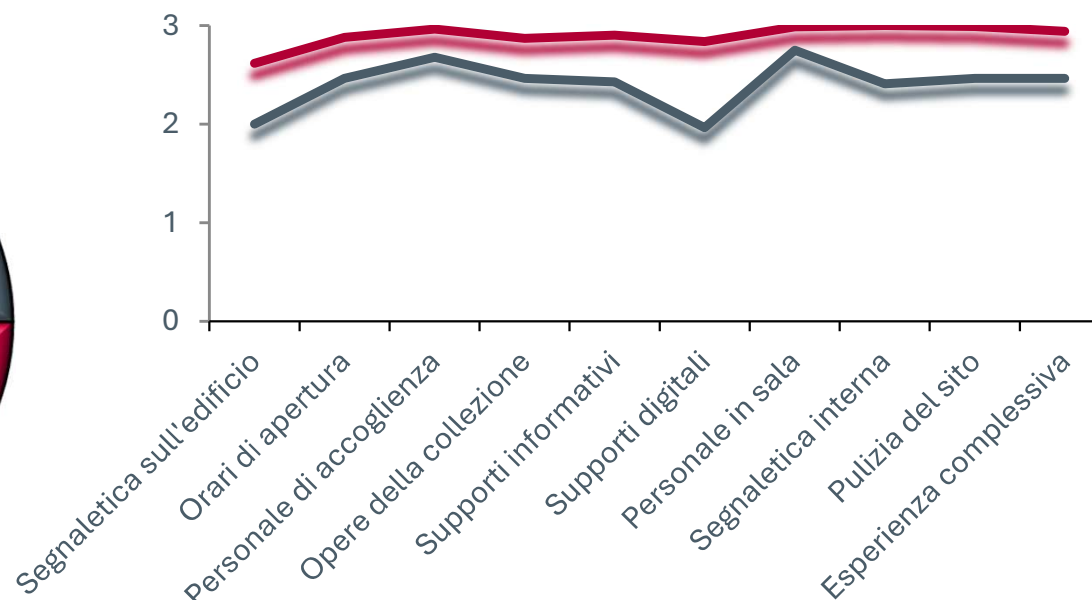
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**28** individui per il *Cluster 1* e **84** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

**Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti:** visitatori di età 40-64 anni; laureati; impiegati e liberi professionisti; alcuni sono già stati in questo museo; ne vengono a conoscenza tramite siti internet, canali social e newsletter; vi si recano soprattutto in coppia o da soli; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno; giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2 – Molto soddisfatti:** visitatori minorenni e over 65 anni; diplomati; studenti e pensionati; vengono per la prima volta in questo museo; ne vengono a conoscenza attraverso il passaparola; vi si recano soprattutto in famiglia o con amici; hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

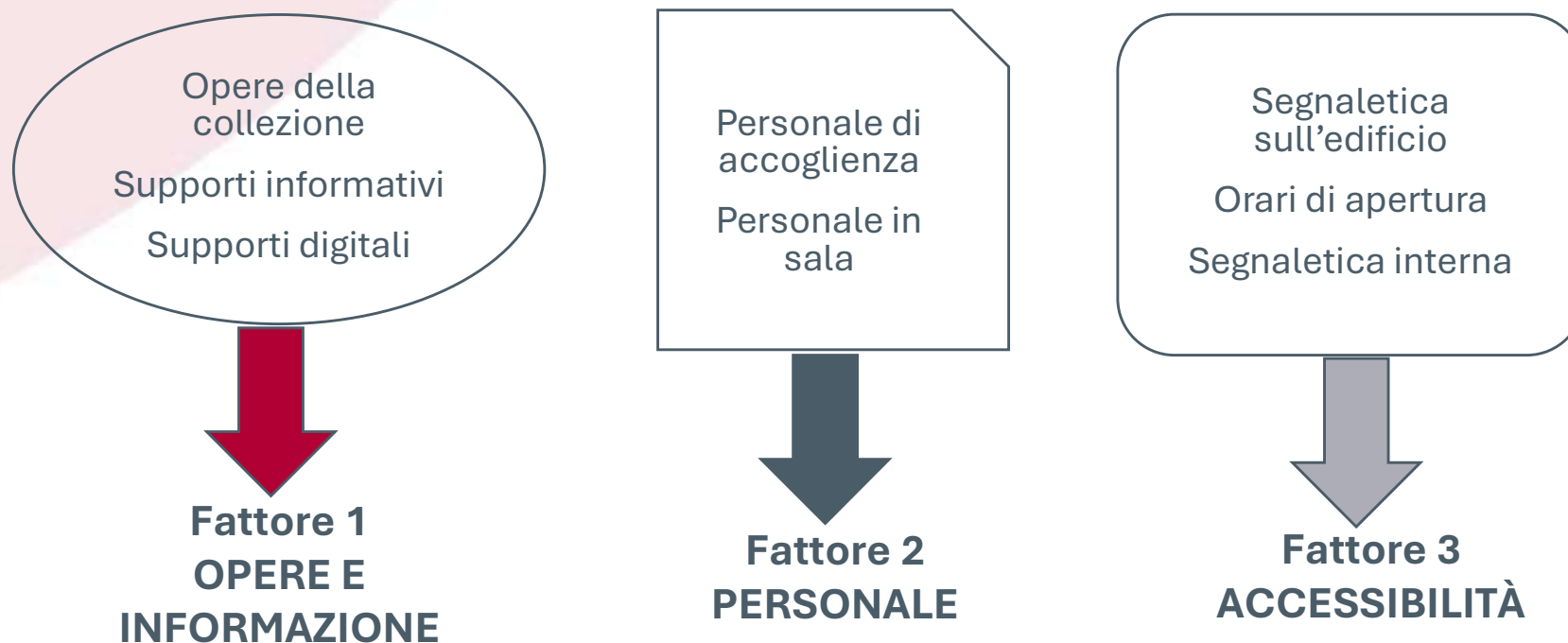


— Cluster 1 — Cluster 2

## Analisi Fattoriale

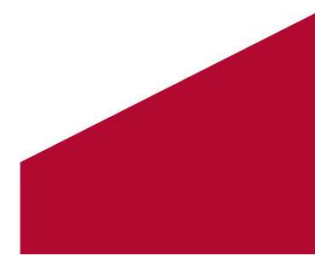
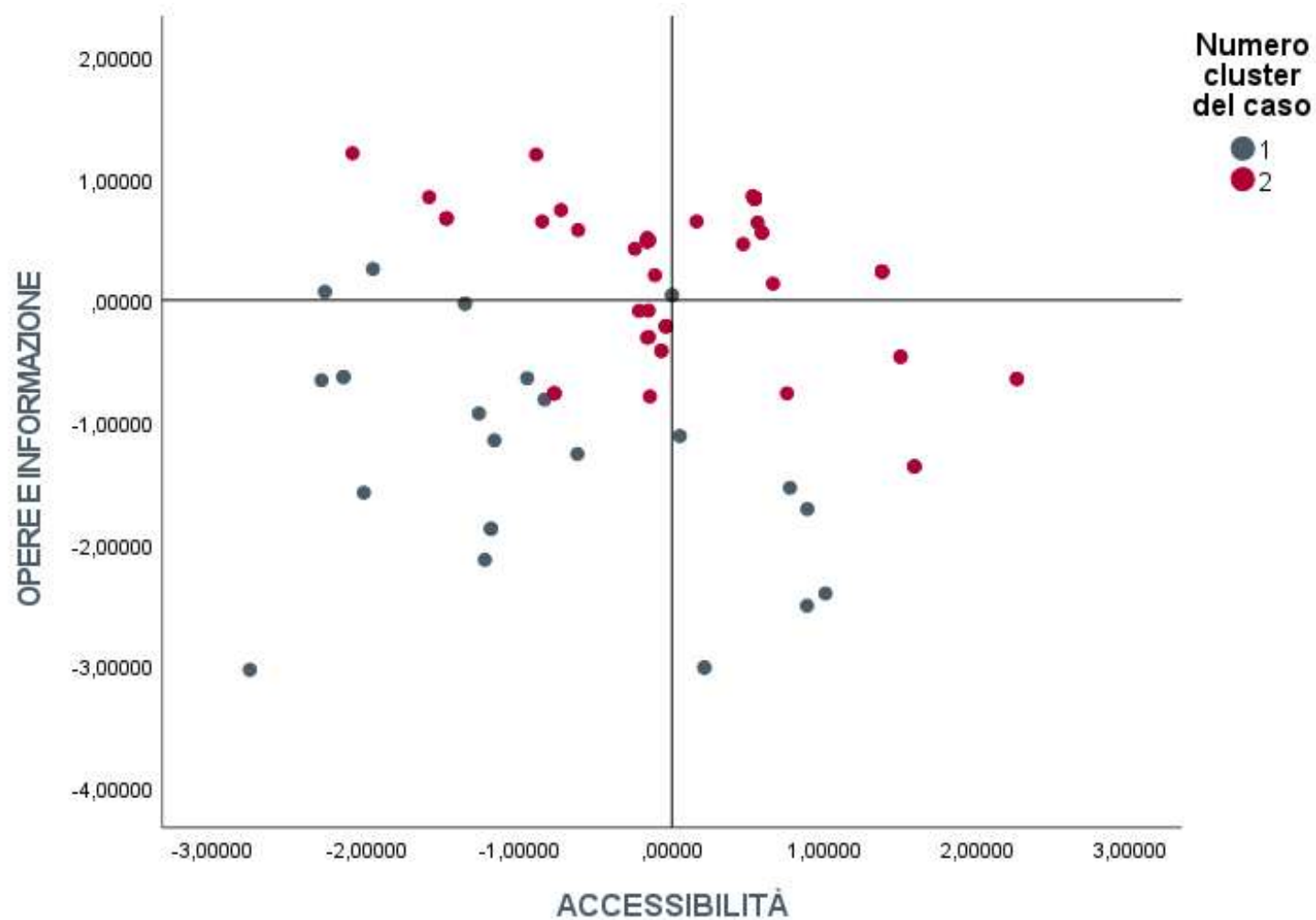
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la pulizia del sito è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

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 mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1 rileva una più ampia dispersività di giudizi, soprattutto sul Fattore 1 (“Opere e Informazione”).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 48**

**ELOGI** bellissimo museo, bella realtà per il quartiere (16); video fatto molto bene (6); ottima visita guidata, complimenti alla guida (6); supporti informativi ben fatti (2). **Totale 30**

---

**COMUNICAZIONE** promuovere di più il museo (20); altro (1).  
**Totale 21**

**SUPPORTI DIGITALI** maggiore interattività, più video e ricostruzioni 3D. **Totale 10**

**SEGNALETICA ESTERNA** da migliorare per arrivare. **Totale 9**

**SUPPORTI INFORMATIVI** da aumentare l'apparato didattico (3); troppo lunghi (3). **Totale 6**

**COLLEZIONE** un po' povera, da arricchire ad esempio con dei plastici. **Totale 6**

**DIDATTICA** maggiore frequenza di attività/eventi specifici, anche per famiglie. **Totale 5**

**ALTRO**. **Totale 16**

**TOTALE 73 SUGGERIMENTI**

# Allegato 1 – Questionario (fronte)

**Questionario**  
Indagine Sistema Musei in Comune

Customer Satisfaction  
M ICS 20 ITA ING 2025

**MUSEO/MUSEUM:** \_\_\_\_\_ **DATA/DATE:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ **ORA/HOUR:** \_\_\_/\_\_\_

Buongiorno, può dedicarmi pochi minuti per rispondere ad alcune domande sui servizi offerti da questo Museo per aiutarci a migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la visita?  
*Good morning, can I have few minutes of your time to ask you some questions about the service provided by this Museum in order to improve the quality and make your visit as comfortable as possible?*

---

**Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo? In the last five years, have you already visited this museum?**

Mai in tutta la mia vita/ Never  Sì, da 1 a 3 volte/ Yes, 1-3 times  
 No, negli ultimi 5 anni/ Not in the last 5 years  Sì, più di 3 volte/ Yes, more than 3 times

---

**Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Did you use any card to enter in the museum?**

Sì/ Yes, I did (quale?/which?  ROMA PASS  ROMA MIC CARD)  No/ No, I didn't

---

**Se sì, come è venuto a conoscenza della card? If yes, how did you find out this card?.....**

**Come è venuto a conoscenza del museo? How did you find out this museum?**

stampa (quotidiani/riviste)/ press (newspapers/magazines)  passaparola (amici/parenti)/ friends&relatives  
 [www.museiincomune.it](http://www.museiincomune.it)-sito del museo e canali social/ museum website  scuola-università/ school or university  
and social media  guida turistica cartacea/ guide book  
 altri siti e canali social/ other websites and social media  mappa di Roma/ map of Rome  
 passando per caso/ passing by  mostra o evento/ exhibition or event  
 affissioni pubblicitarie – schermi LED/ billboards–LED screens  altro/ other (specificare/ specify.....)  
 da sempre-non ricordo/ since forever-do not remember

---


Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala: <i>Please rate your degree of satisfaction with each of the items listed below, according to the scale:</i>	Molto soddisfatto <i>Very satisfied</i>	Abbastanza soddisfatto <i>Quite satisfied</i>	Poco soddisfatto <i>Slightly satisfied</i>	Per niente soddisfatto <i>Not satisfied at all</i>
Segnaletica-standardo sull'edificio/ <i>Banner on the building</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura del museo/ <i>Museum opening hours</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria-accoglienza/ <i>Ticket office-welcome staff</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba/ <i>Cloakroom</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione/ <i>Permanent collection</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi (pannelli e didascalie)/ <i>Information tools</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali/ <i>Digital teaching aids (video-computer)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di assistenza in sala/ <i>Attendant service</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna/ <i>Sign system</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito/ <i>Cleanliness</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria/ <i>Bookshop</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caffetteria/ <i>Café</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Giudizio generale/ <i>Overall Museum Experience</i></b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

Rispetto alle aspettative il museo è/ *With respect to your expectations, the museum is:*

Superiore alle aspettative/ *Higher than expectations*  Uguale alle aspettative/ *Equal to the expectations*  
 Inferiore alle aspettative/ *Lower than expectations*  Senza aspettative/ *No expectations*

## Allegato 1 – Questionario (retro)

	<b>Questionario</b> <b>Indagine Sistema Musei in Comune</b>	<i>Customer Satisfaction</i> <b>M ICS 20 ITA ING 2025</b>										
Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico? <i>How likely is it that you would recommend this museum to a friend, according to the scale 0-10?</i>												
MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Con chi ha visitato il museo?/ <i>Who did you come to visit this museum with?</i>												
<input type="checkbox"/> Da solo/ <i>By myself</i>			<input type="checkbox"/> Gruppo organizzato/ <i>Group Tour</i>			<input type="checkbox"/> Coppia/ <i>Partner</i>			<input type="checkbox"/> Amici/ <i>Friends</i>			
<input type="checkbox"/> Famiglia/ <i>Family</i>			<input type="checkbox"/> Scuola/ <i>School</i>									
Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?/ <i>In the last year, how many museums have you visited?</i>												
<input type="checkbox"/> Nessuno/ <i>None</i>			<input type="checkbox"/> Tra 1 e 3 musei / <i>1-3 museums</i>				<input type="checkbox"/> Oltre 3 musei / <i>More than 3 museums</i>					
Suggestimenti/ <i>Suggestions</i>			<input type="checkbox"/> No, niente/ <i>None</i>									
<hr/> <hr/> <hr/>												
<b>DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:</b>												
<b>Età/Age:</b> <input type="checkbox"/> ≤14 <input type="checkbox"/> 14-18 <input type="checkbox"/> 19-25 <input type="checkbox"/> 26-34 <input type="checkbox"/> 35-39 <input type="checkbox"/> 40-44 <input type="checkbox"/> 45-54 <input type="checkbox"/> 55-64 <input type="checkbox"/> 65-74 <input type="checkbox"/> ≥75 / <i>75 and more</i>												
<b>Sesso/Gender:</b> <input type="checkbox"/> Uomo/ <i>Man</i> <input type="checkbox"/> Donna/ <i>Woman</i> <input type="checkbox"/> Altro/ <i>Other</i>												
<b>Titolo di studio/Education:</b> <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo/ <i>primary school</i> <input type="checkbox"/> diploma superiore/ <i>high school</i>												
<input type="checkbox"/> laurea/ <i>degree</i>						<input type="checkbox"/> specializzazione post-laurea/ <i>postgraduate</i>						
<b>Professione/Job:</b>												
<input type="checkbox"/> impiegato-dipendente/ <i>employee</i>						<input type="checkbox"/> libero professionista/ <i>freelance-businessman</i>						
<input type="checkbox"/> dirigente/ <i>manager</i>						<input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i>						
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>						<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>						
<input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i>						<input type="checkbox"/> altro/ <i>other (specificare/ specify _____)</i>						
<b>Provenienza/Provenance:</b> <input type="checkbox"/> Roma/(Municipio/Zona o Città Metropolitana) (specificare _____)												
<input type="checkbox"/> Altra provincia italiana (specificare)/ <i>Other Italian province (specificare/ specify _____)</i>												
<input type="checkbox"/> Altra nazionalità (specificare)/ <i>Other nationality (specificare/ specify _____)</i>												



Zetema Progetto Cultura S.r.l.  
Via Attilio Benigni, 59 - 00156 Roma  
Tel 06 82077.1 / Fax 06 82077.105  
info@zetema.it - direzione@pec.zetema.it

**[www.zetema.it](http://www.zetema.it)**