

Indagini di Customer Satisfaction

***La Notte dei Musei***

## 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 dell'iniziativa
- Partecipazione alle edizioni precedenti
- Ha già visitato questo museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico
- Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento
- Con chi è venuto al museo
- Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo
- Analisi socio-demografica
- Analisi univariate per tipologia di indagine
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 – Musei/spazi visitati in occasione di questo evento
- Allegato 2 – Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **1165** questionari somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) presso i **Musei Capitolini** e la **Centrale Montemartini**, ma anche online col metodo **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*), in occasione dell'evento **La Notte dei Musei** di **sabato 17 maggio 2025**.

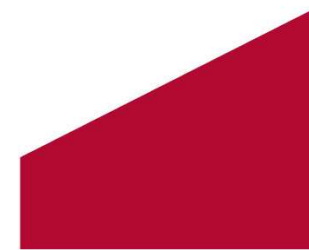
Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, poiché assicura, con una media di soddisfazione del 92%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,56\%$ .

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 buono, con una media di **2,52** su 3,00 e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **93%**.

L'aspetto maggiormente gradito è il **personale di accoglienza** (2,57), ma anche tutte le altre medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.

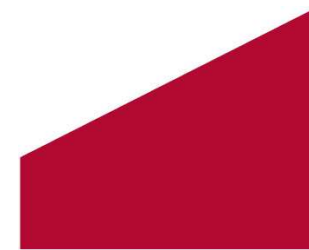
L'**organizzazione generale** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa delle priorità, oltre che quella più correlata al giudizio generale.

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **romani** (83%), **impiegati** (46%), **laureati** (46%), appartenenti soprattutto alle fasce di età dei **19-34 anni** (36%) e **45-64 anni** (34%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza dell'evento attraverso i "**social network**" (32%), seguiti dai "**siti internet**" (25%: il 13% si riferisce al portale *www.museiincomuneroma.it* e il 12% ad *altri siti internet*) e dal "**passaparola**" (21%).

Risulta significativo che a rispondere *social network* siano soprattutto i visitatori italiani (in prevalenza romani), di età 26-44 anni, con titolo di laurea/post laurea, in generale abbastanza o poco soddisfatti. Invece i *siti internet* emergono in particolare per i turisti stranieri, di età over 45 anni, laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti.

Infine, il *passaparola* prevale principalmente per coloro che giungono da altre province italiane, di età giovane fino ai 34 anni, diplomati, molto soddisfatti della loro esperienza.



## Tabella riassuntiva

<i>La Notte dei Musei 2025</i>	Media	Mediana*	Numero di casi validi	Mancata risposta	Deviazione standard**	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Organizzazione generale	2,39	3,00	1163	2	0,782	53%	4%	90%
Personale di accoglienza	2,57	3,00	1149	16	0,677	66%	2%	93%
Gradimento dello spettacolo	2,46	3,00	1133	32	0,762	59%	4%	90%
Programma	2,43	3,00	1113	52	0,718	53%	3%	92%
<b>Giudizio generale</b>	<b>2,52</b>	<b>3,00</b>	<b>1165</b>	<b>0</b>	<b>0,718</b>	<b>63%</b>	<b>3%</b>	<b>93%</b>

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

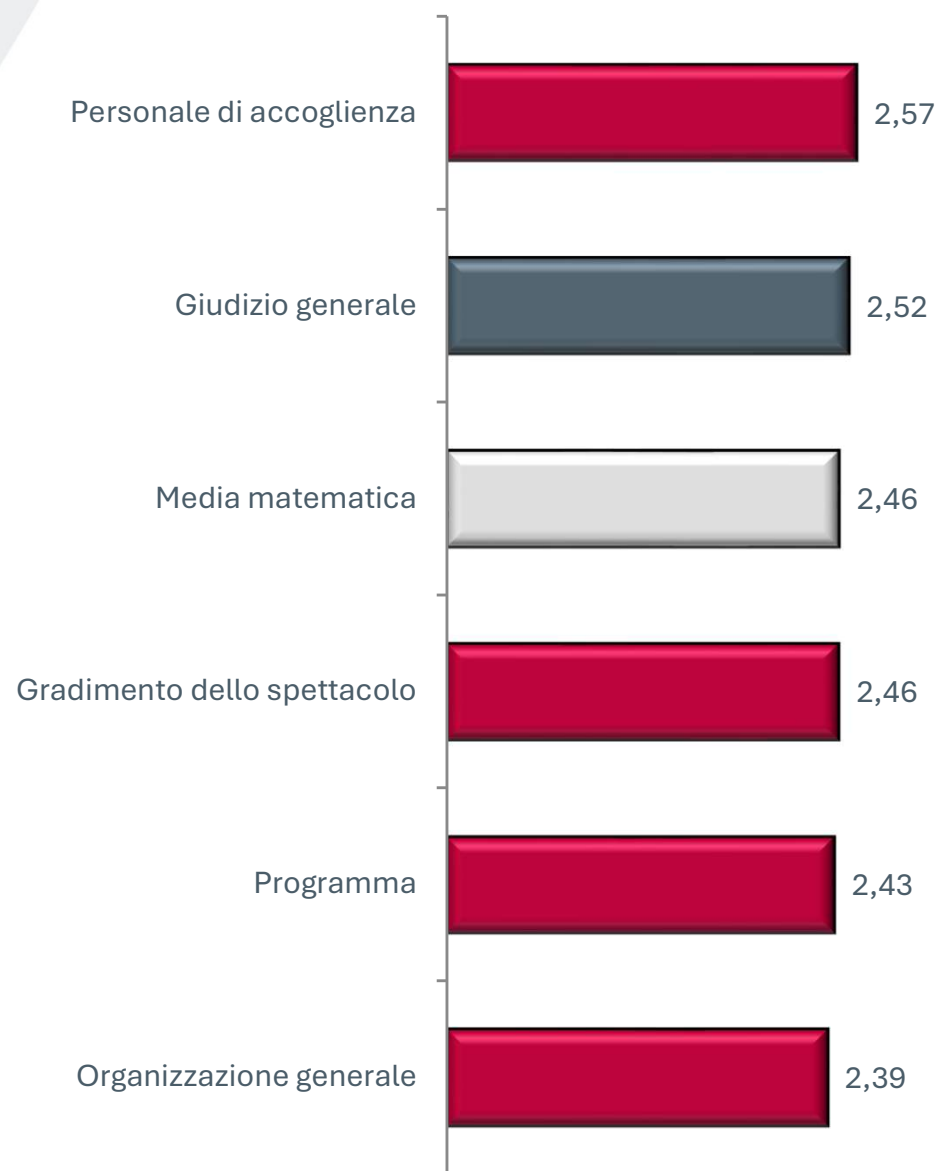
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,46).

## 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.

Il **personale di accoglienza** risulta l'aspetto più gradito dal campione intervistato.

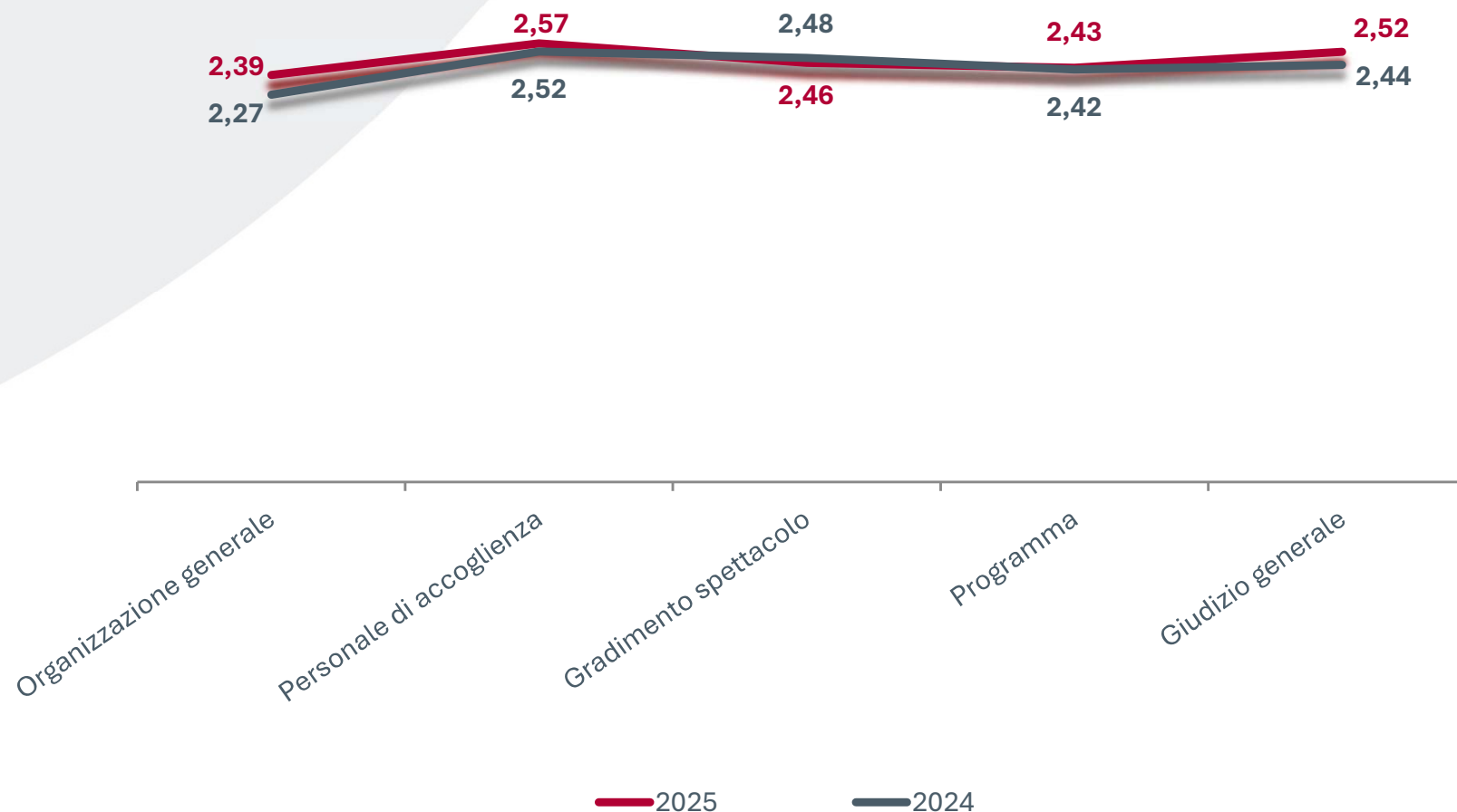
Tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2024-2025

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

Nel grafico sottostante si evidenzia un incremento del livello medio di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine, in particolare sull'**organizzazione generale**, mentre registra una lieve flessione il **gradimento dello spettacolo**.

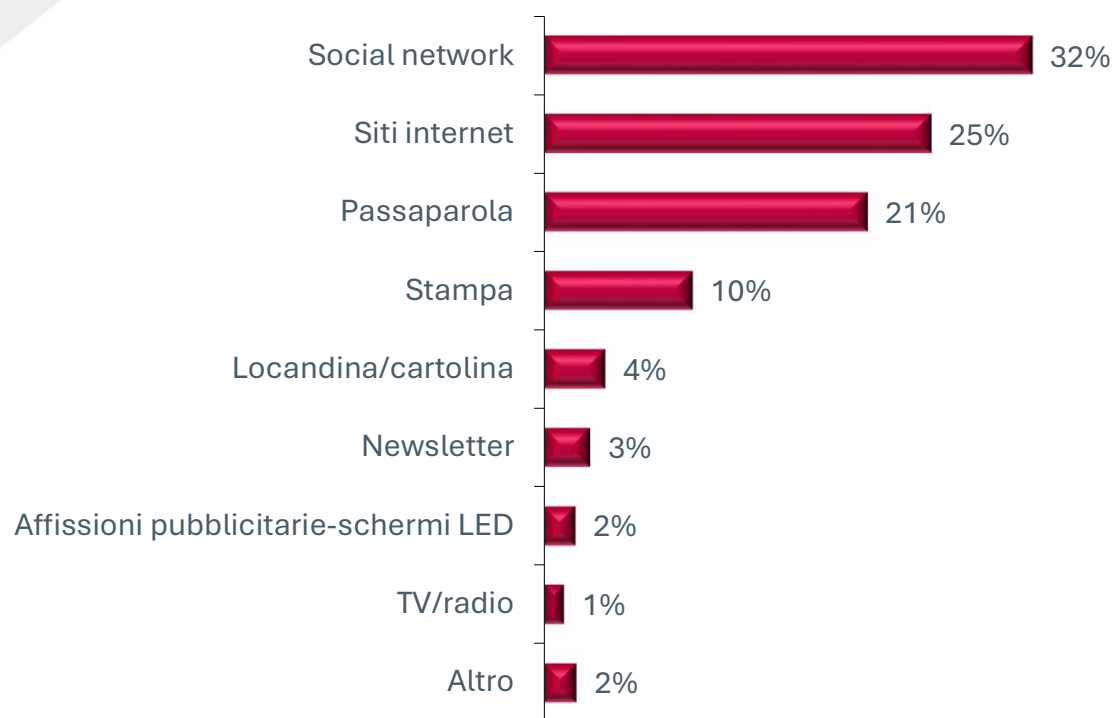


## Come è venuto a conoscenza dell'iniziativa

Il 32% dei visitatori intervistati afferma di essere venuto a sapere dell'iniziativa attraverso i “**social network**”, mentre il 25% indica i “**siti internet**” (di cui il 13% si riferisce al portale *www.museiincomuneroma.it* e il 12% ad *altri siti internet*) e il 21% il “**passaparola**”.

Risulta significativo che a rispondere social network siano soprattutto i visitatori italiani (in prevalenza romani), di età 26-44 anni, con titolo di laurea/post laurea, in generale abbastanza o poco soddisfatti. Invece i siti internet emergono in particolare per i turisti stranieri, di età over 45 anni, laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti.

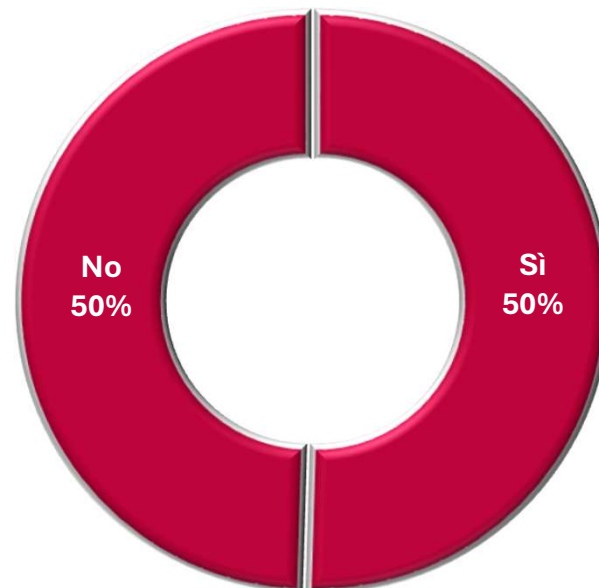
Infine, il passaparola prevale principalmente per coloro che giungono da altre province italiane, di età giovane fino ai 34 anni, diplomati, molto soddisfatti della loro esperienza.



## Partecipazione alle edizioni precedenti

La percentuale di quanti affermano di **avere già partecipato** a questa iniziativa è equamente ripartita rispetto a coloro che invece vi hanno assistito per la prima volta, risultando pari al 50% del campione intervistato.

È significativo che ad avere partecipato alle edizioni precedenti siano soprattutto i visitatori romani, in particolare di età adulta 40-64 anni, che hanno già visitato il museo scelto e hanno un giudizio uguale alle proprie aspettative. Invece vi partecipano per la prima volta in prevalenza i turisti (italiani e stranieri), di età giovane fino a 34 anni, che si recano per la prima volta in tali musei e il loro giudizio è superiore alle attese oppure ne sono privi.

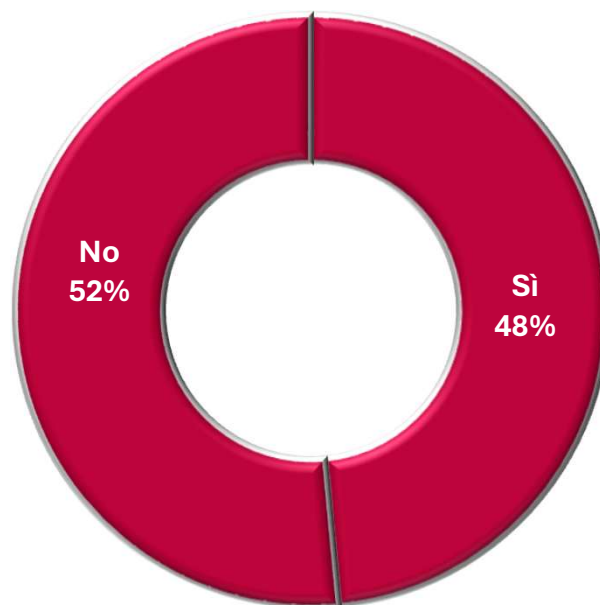


## Ha già visitato questo museo

Il 52% degli intervistati dichiara di essersi recato al museo **per la prima volta**, mentre il 48% lo ha già visitato.

Risulta significativo che ad avere già visitato il museo siano soprattutto i romani, con titolo di laurea/post laurea, che hanno partecipato alle precedenti edizioni dell'iniziativa, il cui giudizio è uguale o inferiore alle proprie attese. Invece a recarsi per la prima volta sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), diplomati, che non hanno aderito all'iniziativa in passato, il loro giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

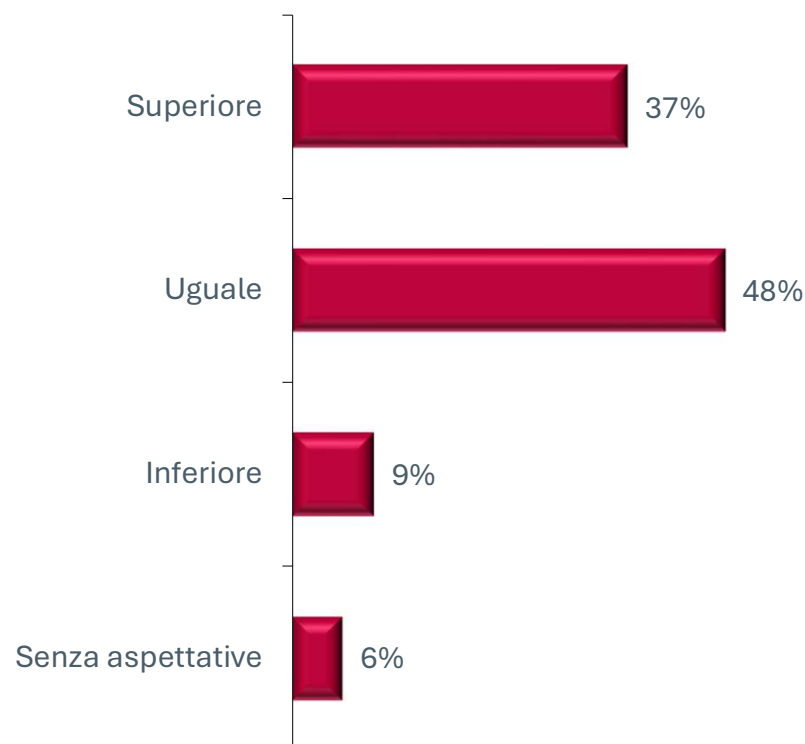
Tra i musei già visitati prevalgono in particolare i *Musei Capitolini* e i *Mercati di Traiano*, mentre la percentuale dei nuovi visitatori risulta più alta per la *Centrale Montemartini*.



## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 48% sul totale degli intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle aspettative**, per il 37% è superiore, mentre il 9% lo ritiene inferiore. Il 6% del campione infine afferma di non avere aspettative a priori.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative siano soprattutto i nuovi visitatori, di età adulta 45-74 anni, diplomati, in generale molto soddisfatti. Invece il giudizio è uguale alle proprie attese in particolare per coloro che sono già stati nei musei scelti, di età 26-44 anni, con titolo di laurea/post laurea, abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

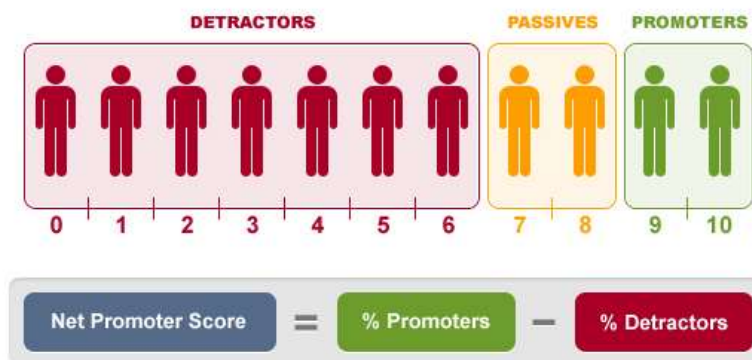


## Consiglierebbe questa iniziativa ad un amico

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**, ovvero utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene dell'iniziativa cui hanno partecipato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *La Notte dei Musei* è pari al **50%**.

Inoltre, si evidenzia che il 30% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei "promotori", mentre il 10% degli intervistati rilascia una valutazione bassa (da 0 a 6).

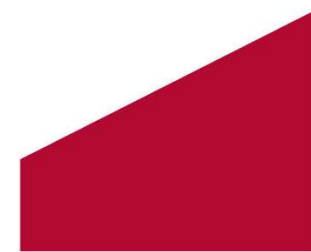
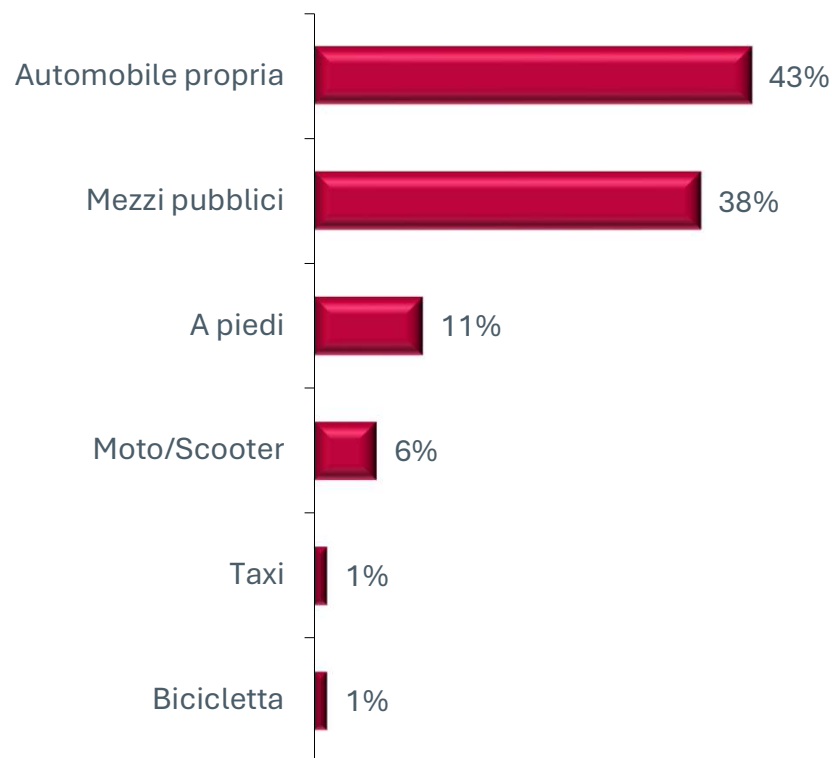


NET PROMOTER SCORE										
<i>La Notte dei Musei 2025</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35	4	8	17	11	16	34	98	249	212	491
2%	0%	1%	1%	1%	2%	3%	9%	21%	18%	42%
<b>DETRATTORI = 10%</b>							<b>PASSIVI= 30%</b>		<b>PROMOTORI= 60%</b>	
<b>60%-10%=50%</b>										

## Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il luogo dell'evento

Il 43% degli intervistati dichiara di avere utilizzato l'“**automobile propria**” per raggiungere il sito scelto, il 38% risponde i “**mezzi pubblici**”, l'11% vi è giunto “**a piedi**”, il 6% in “**moto/scooter**”, mentre un 1% del campione ha preferito il “**taxi**” e un 1% la “**bicicletta**”.

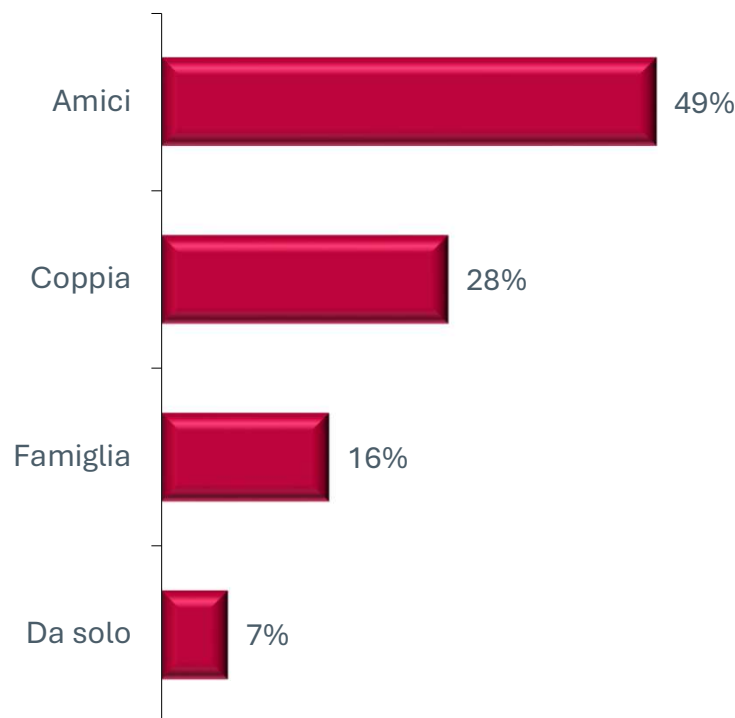
Risulta significativo che ad essersi spostati con la propria automobile siano maggiormente i residenti romani, di età adulta al di sopra dei 45 anni, diplomati, in generale molto soddisfatti. Invece a prediligere i mezzi pubblici sono stati in prevalenza i turisti (sia italiani che stranieri), di età giovane 19-34 anni, laureati, nel complesso abbastanza soddisfatti.



## Con chi è venuto al museo

Il 49% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo con “**amici**”, il 28% in “**coppia**”, il 16% ha partecipato con la “**famiglia**”, mentre il 7% risponde “**da solo**”.

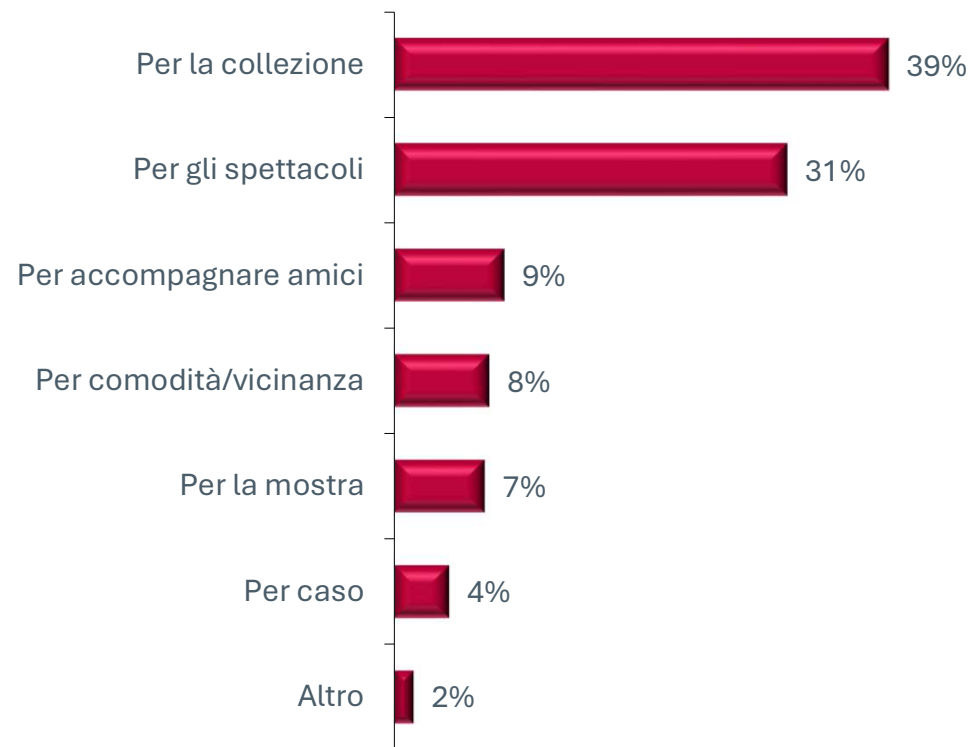
È significativo che a venire in compagnia di amici o della propria famiglia siano stati soprattutto i nuovi visitatori, di età giovane inferiore ai 34 anni oppure adulta 45-54 anni, che partecipano all’iniziativa per la prima volta e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece si recano al museo in coppia o da soli in prevalenza coloro che hanno già visitato il museo scelto, appartenenti alle fasce di età 35-44 anni (*coppia*) e over 55 anni (*da solo*), che hanno già preso parte all’evento in passato e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.



## Per quale motivo ha scelto di recarsi in questo museo

Il 39% sul campione totale dichiara di avere scelto il museo per la **collezione** e il 31% per gli **spettacoli**, mentre il 9% vi si è recato per **accompagnare amici**, l'8% lo ha prediletto per **comodità/vicinanza**, il 7% per la **mostra**, il 4% risponde **per caso** e il restante 2% indica **altro**.

Risulta significativo che a scegliere il museo per la collezione siano soprattutto i turisti, che non hanno aderito in passato all'iniziativa e vengono al museo per la prima volta, in generale abbastanza soddisfatti. Invece a rispondere per gli spettacoli sono in prevalenza i visitatori romani, che hanno partecipato alle precedenti edizioni e già stati in questo museo, il cui giudizio complessivo sull'iniziativa è molto soddisfacente.



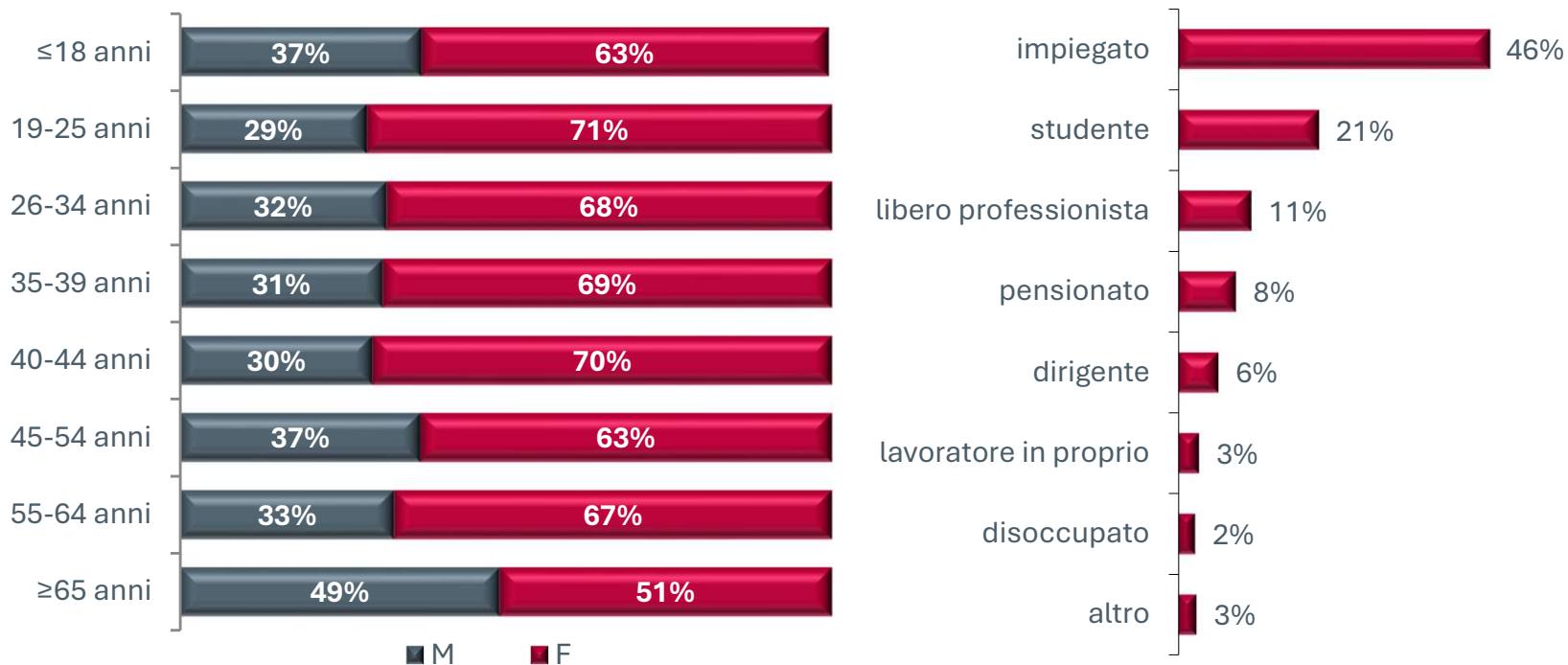
## Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

Il 65% del campione appartiene al **genere femminile**, che prevale in tutte le fasce d'età (cfr. grafico in basso a sinistra), il 33% a quello maschile e il restante 2% risponde altro.

Le fasce di età più rappresentate sono quelle di età giovane compresa tra i **19 e 34 anni** (36%), seguite da quelle dei **45-64 anni** (34%).

Il 46% del campione dichiara di possedere un titolo di **laurea**.

La categoria professionale predominante è quella degli **impiegati** (46%; cfr. grafico sottostante a destra); seguono gli studenti (21%) e i liberi professionisti (11%).

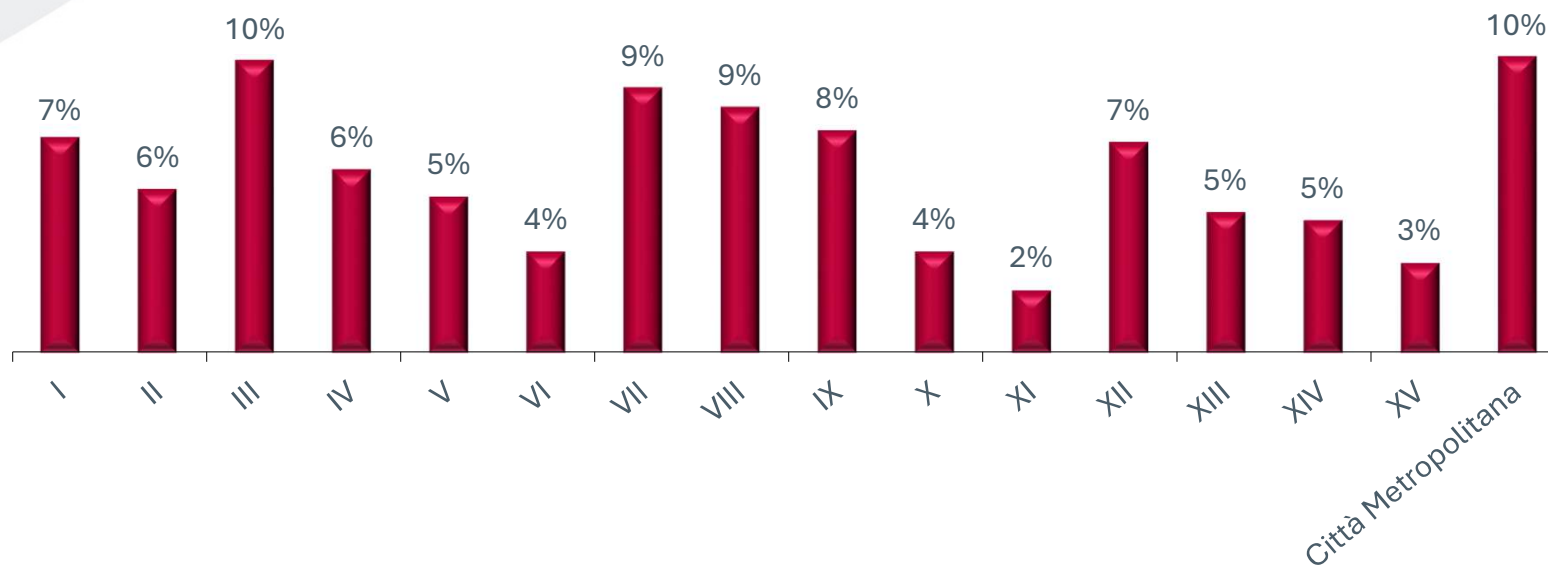
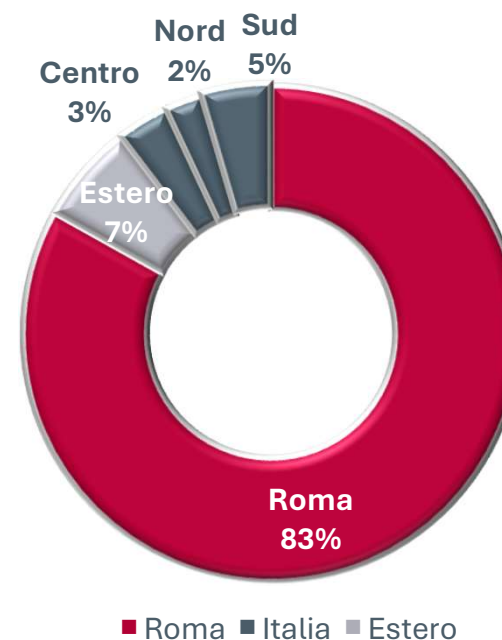


## Analisi socio-demografica (provenienza)

L'83% del campione intervistato è costituito dai **residenti a Roma**, il 10% giunge da altre città italiane (di cui il 5% dal *Sud Italia*, il 3% dal *Centro* e il 2% dal *Nord*), mentre il restante 7% proviene dall'estero.

Analizzando i vari municipi di residenza dei romani intervistati emerge il **Municipio III** (10%), seguito dai **Municipi VII e VIII** (9% per ciascuno).

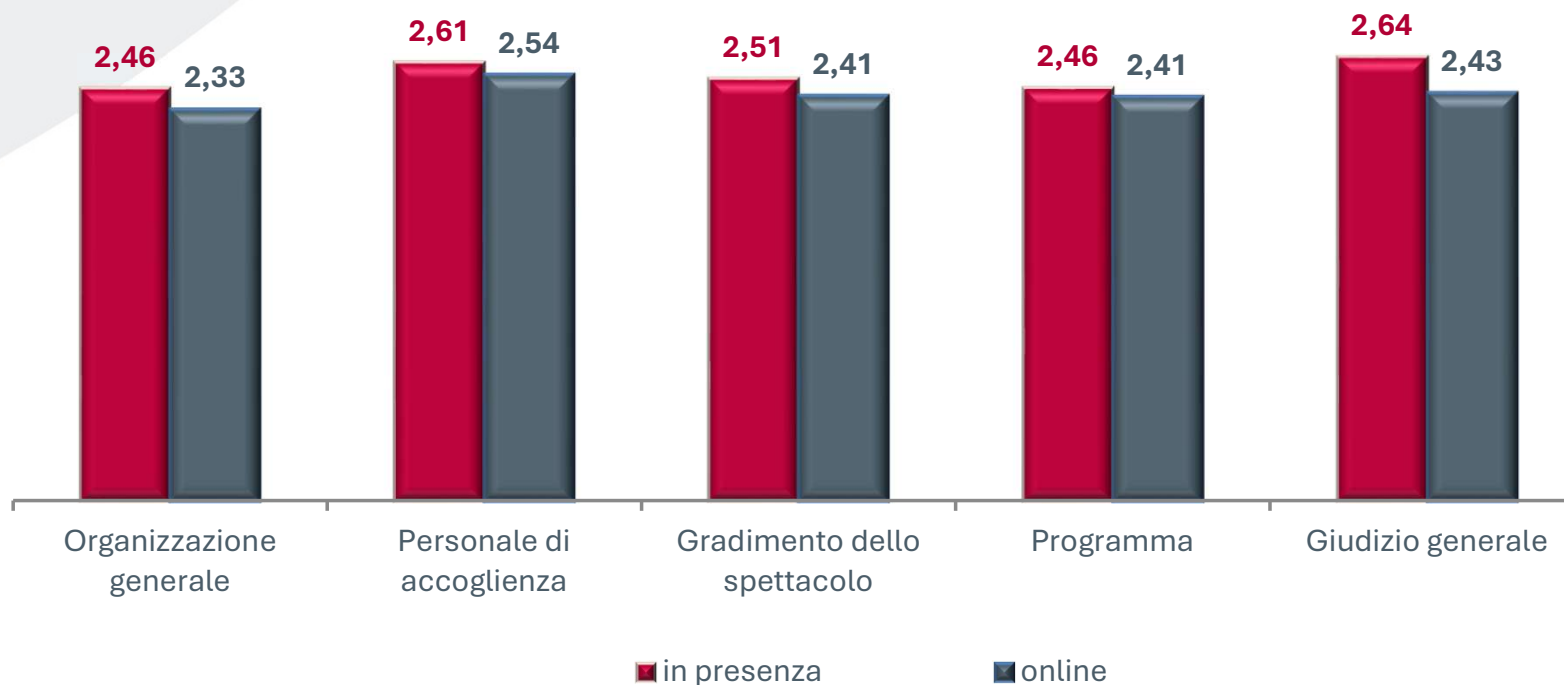
Si rileva, inoltre, un'adesione all'iniziativa da parte dei cittadini che risiedono in tutto il territorio capitolino, incluse le zone periferiche e la Città Metropolitana (*cf.* grafico sottostante).



## Analisi univariate per tipologia di indagine

Analizzando il livello medio di soddisfazione per metodologia, si denota un gradimento leggermente più alto per l'indagine effettuata **in presenza** (*Musei Capitolini e Centrale Montemartini*) durante la serata del 17 maggio rispetto al **form online** compilato dai visitatori attraverso la metodologia CAWI (scansione del QR-code e compilazione del questionario da smartphone, pc o tablet) anche nei giorni successivi all'evento.

Risulta significativo che per l'indagine in presenza sia più elevata la percentuale dei turisti (sia italiani che stranieri), giovani di età inferiore ai 34 anni, che sono venuti a conoscenza dell'iniziativa soprattutto con il passaparola ed internet, si sono recati al museo scelto in particolare per visitare la collezione permanente, si sono spostati con i mezzi pubblici o a piedi e hanno partecipato all'evento in compagnia di amici.



## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata di Spearman***</b>	Organizzazione generale	Personale di accoglienza	Gradimento dello spettacolo	Programma	Giudizio generale
Organizzazione generale	1,000	,559**	,459**	,534**	,631**
Personale di accoglienza	,559**	1,000	,426**	,474**	,528**
Gradimento dello spettacolo	,459**	,426**	1,000	,603**	,462**
Programma	,534**	,474**	,603**	1,000	,532**
Giudizio generale	,631**	,528**	,462**	,532**	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.

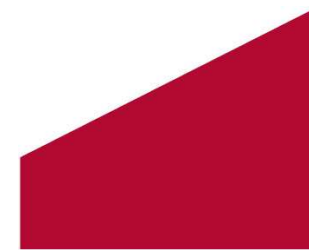
## Correlazione 2/2

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 Notte dei Musei 2025* la variabile che risulta più correlata al giudizio generale è l'**organizzazione generale**.

Coefficienti di correlazione <i>di Spearman</i> sul giudizio generale	
Organizzazione generale	0,631
Programma	0,532
Personale di accoglienza	0,528
Gradimento dello spettacolo	0,462



## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

L'**organizzazione generale** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa sottostante. 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).



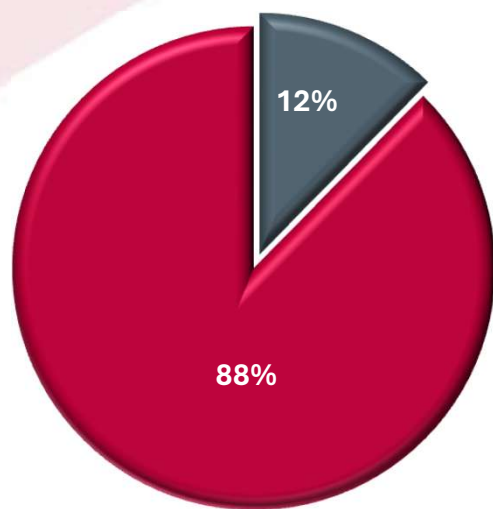
## Cluster Analysis

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

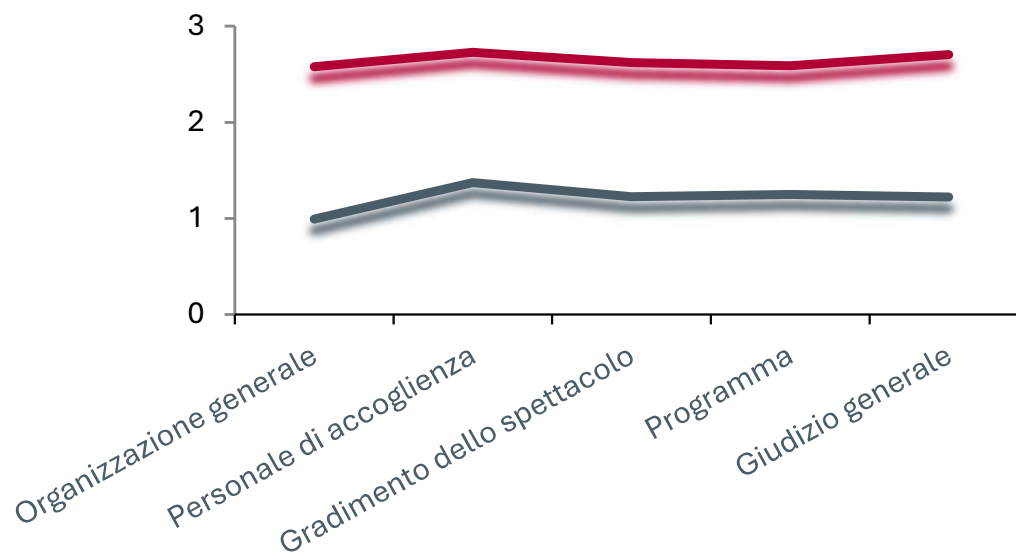
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è abbastanza buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (**144** individui per il *Cluster 1* e **1021** per il *Cluster 2*; nessun caso mancante).

**Cluster 1 – Abbastanza o poco soddisfatti:** in prevalenza uomini; turisti italiani; di età 26-44 anni; titolo di laurea/post laurea; impiegati e liberi professionisti; vengono a conoscenza dell'evento tramite i social network; vi si recano soprattutto con i mezzi pubblici; in coppia o da soli; giudizio inferiore alle aspettative o ne sono privi.

**Cluster 2 – Molto soddisfatti:** in prevalenza donne; residenti a Roma e turisti stranieri; minorenni e di età 45-74 anni; titolo di diploma; studenti e pensionati; vengono a conoscenza dell'evento tramite passaparola e siti internet; vi si recano soprattutto con automobile propria; con amici o in famiglia; giudizio superiore o uguale alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



— Cluster 1 — Cluster 2

## Suggerimenti 1/2

**NIENTE** da migliorare. **Totale 390**

**ELOGI** da ripetere più volte durante l'anno (35); bellissima serata, ottima iniziativa (34); bellissimi sia il museo che la mostra (14); è piaciuto tanto lo spettacolo e molto bravi gli artisti (9); utile la prenotazione per le mostre, bene la gestione delle file, anche per i possessori della *Roma MIC Card* (7); personale cortese e gentile (3). **Totale 102**

---

**ORGANIZZAZIONE** gestire meglio le code all'ingresso, lunghe file, non si riesce ad entrare (72); estendere l'evento all'intero weekend o in più giorni per consentire una migliore fruizione (41); prevedere dei punti ristoro e/o distributori automatici (12); organizzare delle visite guidate (8); altro (14). **Totale 147**

**COMUNICAZIONE** non erano chiare le modalità di accesso, poche indicazioni sull'entrata e quali fossero le file (17); far uscire il programma con maggiore anticipo, mandare per tempo la newsletter agli iscritti (16); gli orari degli spettacoli e quelli di chiusura dei musei non corrispondevano a quanto indicato nel programma (13); informare che con la *Roma MIC Card* c'è ingresso prioritario/ fila dedicata (11); fare più pubblicità all'iniziativa (9); altro (5). **Totale 71**

**PRENOTAZIONE/ACQUISTO** dare la possibilità di prenotare oppure acquistare online. **Totale 53**

## Suggerimenti 2/2

**PROGRAMMA** diversificare gli spettacoli, più generi musicali adatti ai giovani (21); anche in altre lingue (7); aumentare il numero degli spettacoli nella serata (7); altro (4). **Totale 39**

**SPETTACOLO** migliorare l'acustica, non si sentiva bene. **Totale 38**

**POSTI A SEDERE** aggiungere più sedie nelle sale dedicate agli eventi. **Totale 22**

**TRASPORTO PUBBLICO** intensificare le corse dei mezzi pubblici per raggiungere i vari eventi in programma, posticipare la chiusura della metropolitana. **Totale 12**

**BIGLIETTO** gratuito per tutti i musei/spazi, in alcuni si pagava (7); altro (2). **Totale 9**

**SITO INTERNET** rendere il programma più interattivo, anche con mappe, creare un'apposita app dedicata all'iniziativa. **Totale 8**


**BIGLIETTERIA** possibilità di acquistare i biglietti mentre si fa la fila per entrare, il pos non funzionava, **Totale 7**

**PERSONALE** non era molto informato, alcuni non hanno saputo gestire al meglio le file. **Totale 5**

**ALTRO. Totale 10**

**TOTALE 421 SUGGERIMENTI**

## Allegato 1 - Questionario

ROMA 		LA NOTTE DEI MUSEI		Zetema <small>progetto cultura</small>									
Gentile visitatore, le chiediamo cortesemente di dedicarci qualche minuto per aiutarci a migliorare la qualità dell'iniziativa.													
<b>Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala laterale:</b>													
		Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto								
Organizzazione generale		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
Personale di accoglienza		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
Gradimento dello spettacolo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
Programma		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
Giudizio generale di "LA NOTTE DEI MUSEI"		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>								
<b>Rispetto alle aspettative, il suo grado di soddisfazione è:</b>													
<input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Senza aspettative													
<b>Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo evento ad un amico?</b>													
	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"/>	
<b>Come è venuto a conoscenza dell'evento "La Notte dei Musei"?</b>													
<input type="checkbox"/> stampa <input type="checkbox"/> social network (quale?.....) <input type="checkbox"/> TV/radio													
<input type="checkbox"/> locandina/cartolina <input type="checkbox"/> newsletter <input type="checkbox"/> altro (specificare:.....)													
<input type="checkbox"/> <a href="http://www.museiincomuneroma.it">www.museiincomuneroma.it</a> <input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti)													
<input type="checkbox"/> altri siti internet <input type="checkbox"/> affissioni pubblicitarie-LED													
<b>Quale mezzo ha utilizzato per raggiungere il museo?</b>													
<input type="checkbox"/> Automobile <input type="checkbox"/> Moto/Scooter <input type="checkbox"/> Bicicletta <input type="checkbox"/> A piedi													
<input type="checkbox"/> Mezzi pubblici <input type="checkbox"/> Taxi <input type="checkbox"/> Car Sharing													
<b>Ha partecipato alle precedenti edizioni di questo evento?</b> <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No													
<b>Con chi è venuto al museo?</b>													
<input type="checkbox"/> Da solo <input type="checkbox"/> Gruppo organizzato <input type="checkbox"/> Coppia													
<input type="checkbox"/> Amici <input type="checkbox"/> Famiglia <input type="checkbox"/> Scuola													
<b>Ha già visitato questo museo?</b> <input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No													
<b>Per quale motivo ha scelto questo museo?</b>													
<input type="checkbox"/> Per gli spettacoli <input type="checkbox"/> Per il museo <input type="checkbox"/> Per la mostra temporanea <input type="checkbox"/> Per caso													
<input type="checkbox"/> Per stare con gli amici <input type="checkbox"/> Per comodità/vicinanza <input type="checkbox"/> Altro (specificare:.....)													
<b>SUGGERIMENTI</b>													
_____													
_____													
<b>DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI:</b>													
<b>Età:</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													
<b>Genere:</b> <input type="checkbox"/> Uomo <input type="checkbox"/> Donna <input type="checkbox"/> Altro													
<b>Titolo di studio:</b> <input type="checkbox"/> scuola dell'obbligo <input type="checkbox"/> diploma superiore <input type="checkbox"/> laurea <input type="checkbox"/> post-laurea													
<b>Professione:</b>													
<input type="checkbox"/> impiegato <input type="checkbox"/> pensionato													
<input type="checkbox"/> dirigente <input type="checkbox"/> libero professionista													
<input type="checkbox"/> studente <input type="checkbox"/> disoccupato													
<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio <input type="checkbox"/> altro .....													
<b>Provenienza:</b> <input type="checkbox"/> Roma (Municipio/Zona:.....) <input type="checkbox"/> Provincia italiana (quale:.....)													





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)**