



Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini – Centrale Montemartini

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2023-2024
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Come è venuto a conoscenza della card
- 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 10 al 13 ottobre** presso la **Centrale Montemartini** (gli intervistati rappresentano il 13% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 99%, 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 2024, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,65** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **guardaroba** (3,00), la **pulizia del sito** (2,94), gli **orari di apertura** (2,83), il **personale in sala** (2,83) e di **biglietteria** (2,79), le **opere della collezione** (2,78).

La **segnaletica interna** e il **personale in sala** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa, ma anche quelli maggiormente correlati all'esperienza complessiva (*cfr.* pp. 18-20).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevale la richiesta di incrementare i **supporti digitali** (n. 16 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito in prevalenza da **turisti stranieri** (35%) e **italiani** (35%); **impiegati** (50%), **studenti** (19%) e **pensionati** (18%); **diplomati** (58%); di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (57% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo attraverso **passaparola** (45%) e **www.museiincomuneroma.it e canali social** (30%).

Risulta significativo che il *passaparola* emerga in particolare per i romani, di età inferiore ai 34 anni, alcuni già stati alla *Centrale Montemartini*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese o ne sono privi e hanno visitato meno di tre musei in quest'ultimo anno.

Invece *internet* è il mezzo predominante per i turisti, sia italiani (*www.museiincomuneroma.it e canali social*) che stranieri (*altri siti web e canali social*), di età compresa tra i 35 e 64 anni, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

Tabella riassuntiva

Centrale Montemartini 2024	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,46	2,00	103	0	0,538	0%	48%	0%	98%
Orari di apertura	2,83	3,00	103	0	0,382	0%	83%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,79	3,00	103	0	0,412	0%	79%	0%	100%
Guardaroba	3,00	3,00	1	102	-	99%	100%	0%	100%
Opere della collezione	2,78	3,00	103	0	0,418	0%	78%	0%	100%
Supporti informativi	2,51	3,00	103	0	0,608	0%	55%	0%	98%
Supporti digitali	2,56	3,00	101	2	0,555	2%	59%	0%	97%
Personale in sala	2,83	3,00	103	0	0,382	0%	83%	0%	100%
Segnaletica interna	2,64	3,00	102	1	0,577	1%	69%	0%	95%
Pulizia del sito	2,94	3,00	103	0	0,235	0%	94%	0%	100%
Libreria	2,50	3,00	54	49	0,575	48%	54%	0%	96%
Esperienza complessiva	2,65	3,00	103	0	0,479	0%	65%	0%	100%

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

**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,71).

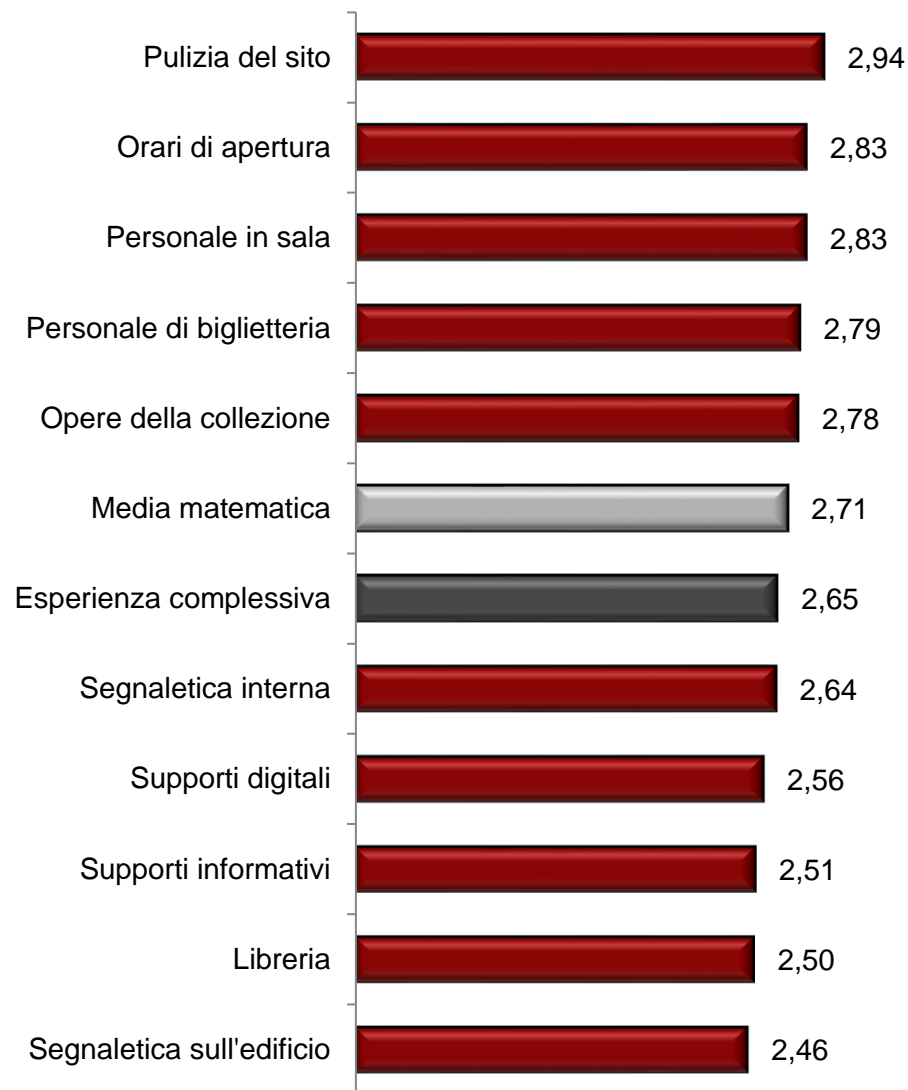
Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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**, gli **orari di apertura**, il **personale (in sala e di biglietteria)**, le **opere della collezione**.

Il guardaroba è stato escluso dal grafico perché solo un 1% degli intervistati ha risposto su tale servizio.

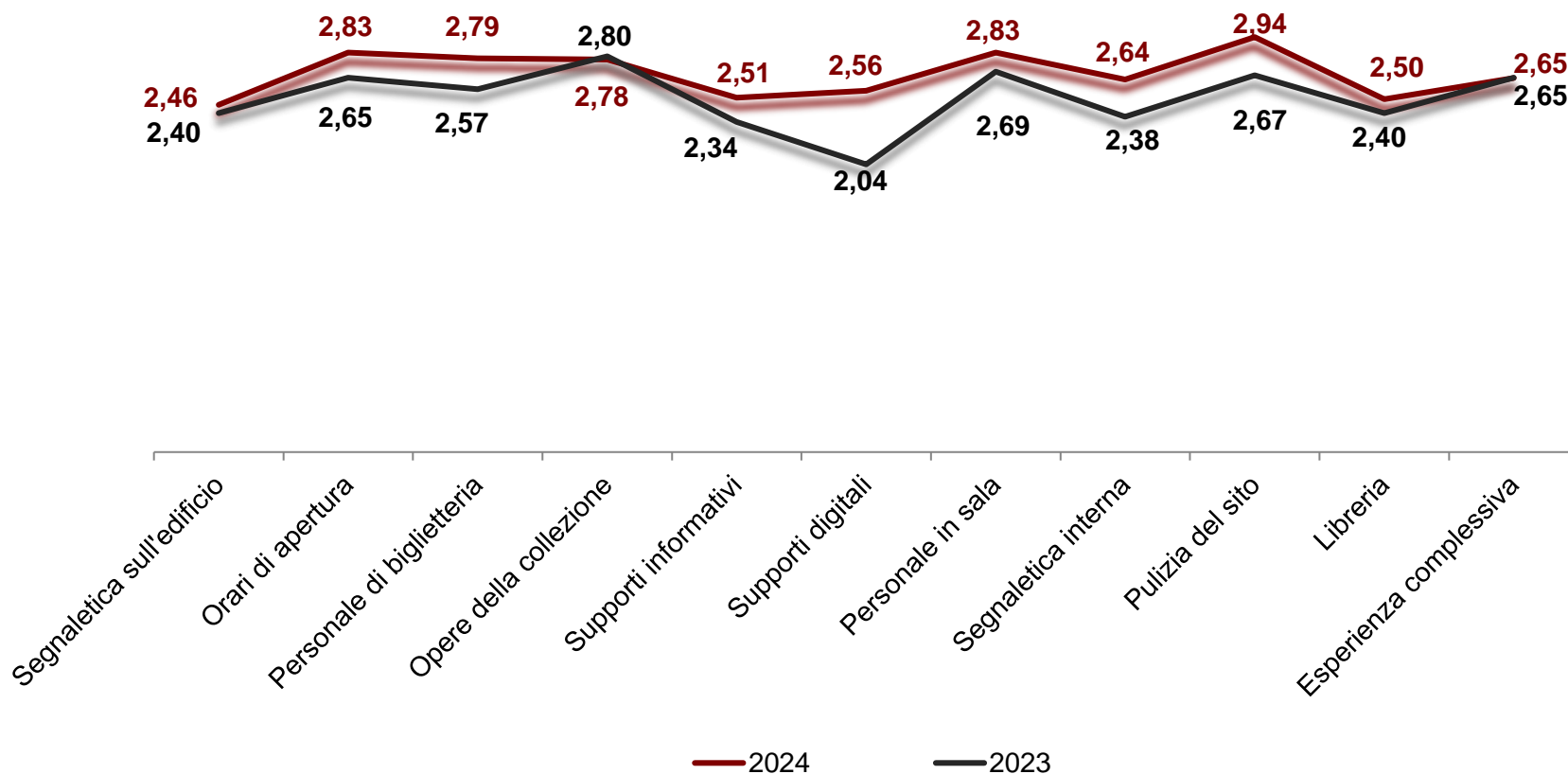
Tutte le medie sono superiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2023-2024

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

Si evidenzia un generale incremento del livello medio di soddisfazione, in particolare sui seguenti aspetti: **personale di biglietteria, supporti digitali, segnaletica interna e pulizia del sito**.

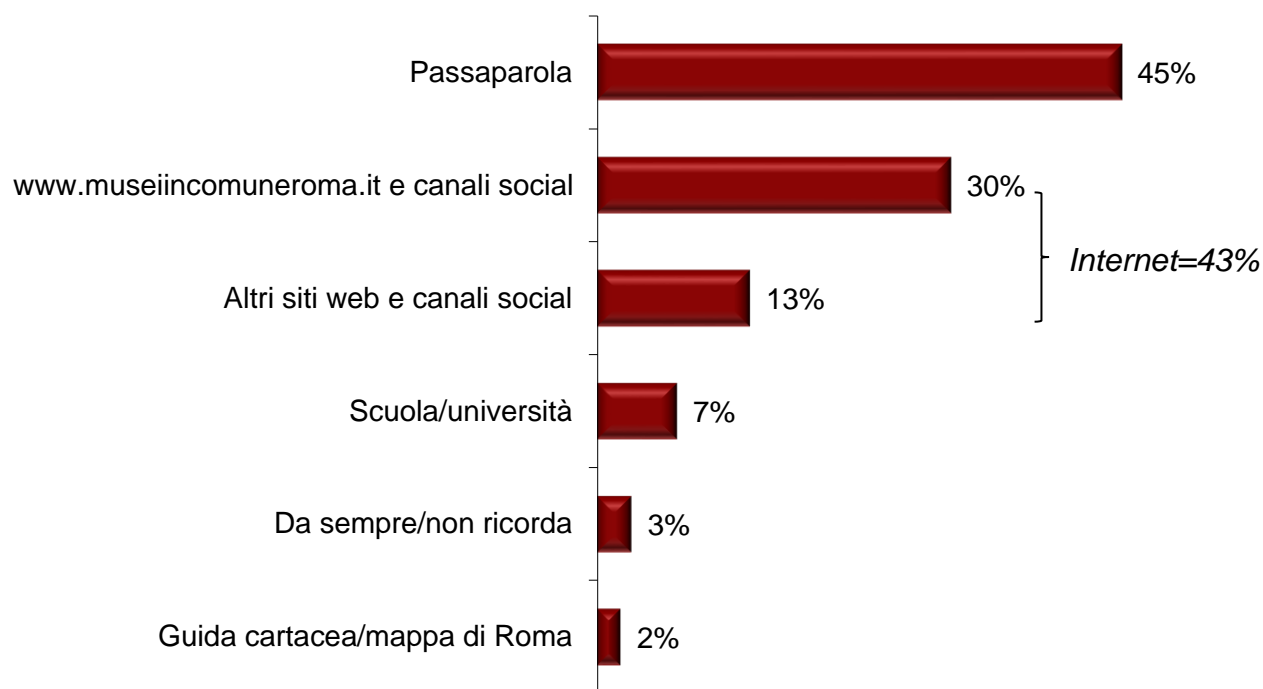


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 45% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**passaparola**”, mentre il 30% risponde “**www.museiincomuneroma.it e canali social**” e il 13% “**altri siti web e canali social**”.

Risulta significativo che il passaparola emerga in particolare per i romani, di età inferiore ai 34 anni, alcuni già stati alla *Centrale Montemartini*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese o ne sono privi e hanno visitato meno di tre musei in quest’ultimo anno.

Invece internet è il mezzo predominante per i turisti, sia italiani (*www.museiincomuneroma.it e canali social*) che stranieri (*altri siti web e canali social*), di età compresa tra i 35 e 64 anni, nuovi visitatori, con giudizio superiore alle aspettative e nell’ultimo anno sono stati in più di tre musei.

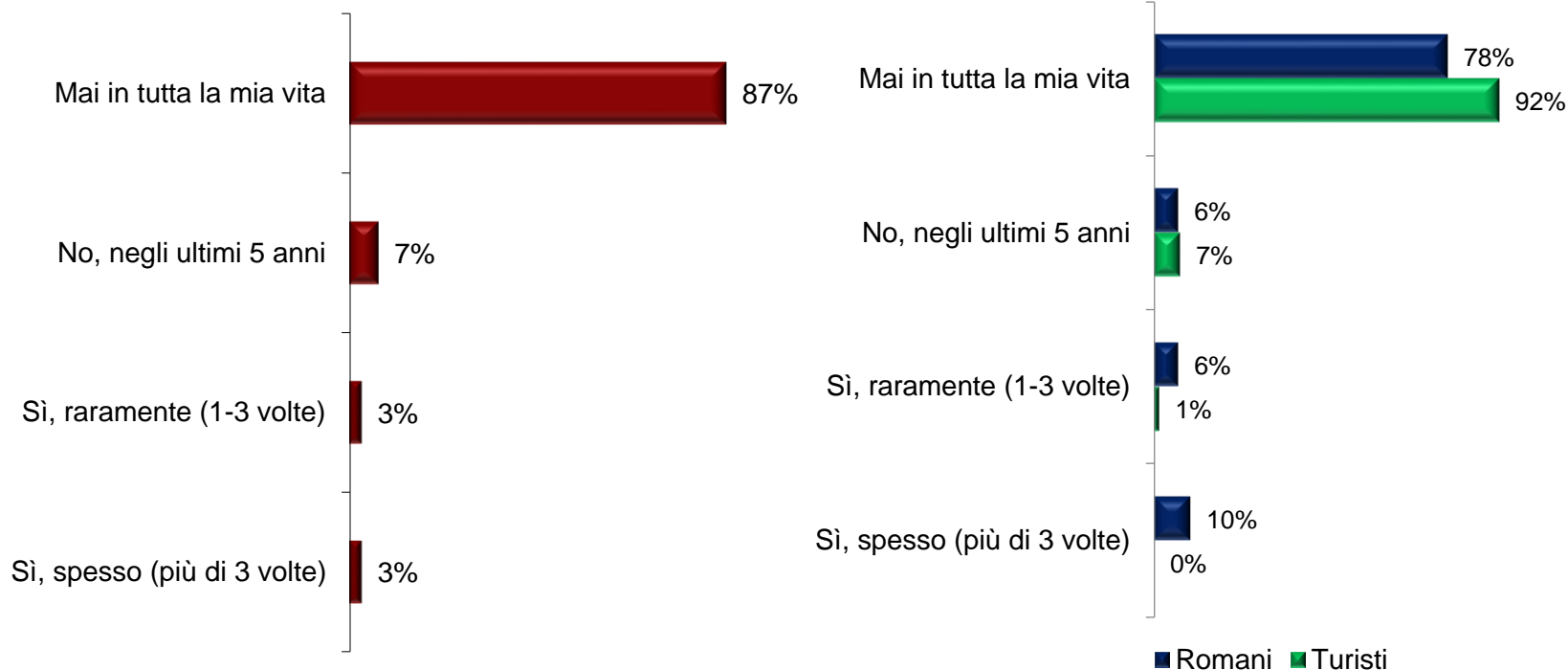


Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

L'87% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** alla *Centrale Montemartini*, il 7% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il restante 6% l'ha già visitata (di cui un 3% "da una a tre volte" e un 3% "più di tre volte").

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto turisti (*cf.* grafico in basso a destra), sia italiani che stranieri, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, il loro giudizio è superiore alle attese o ne sono privi e si ritengono nel complesso molto soddisfatti.

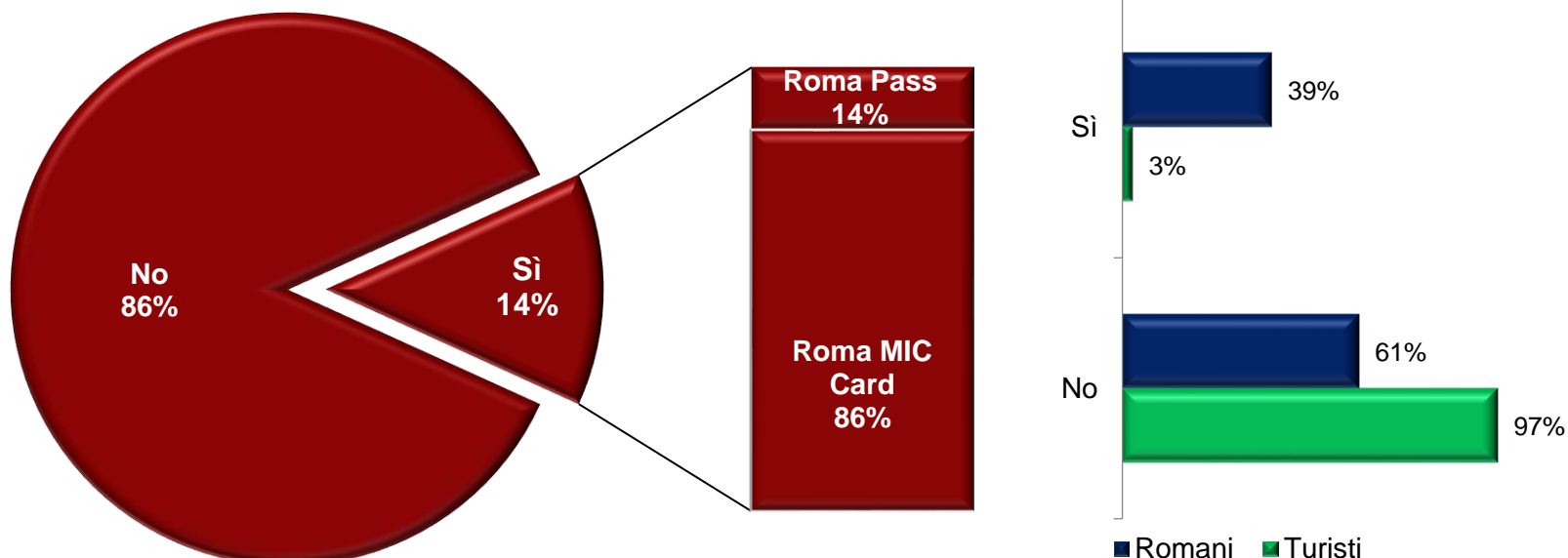
Invece ad avere già frequentato la *Centrale Montemartini* sono in particolare i visitatori romani, alcuni possessori della *Roma MIC Card*, con giudizio uguale alle proprie aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

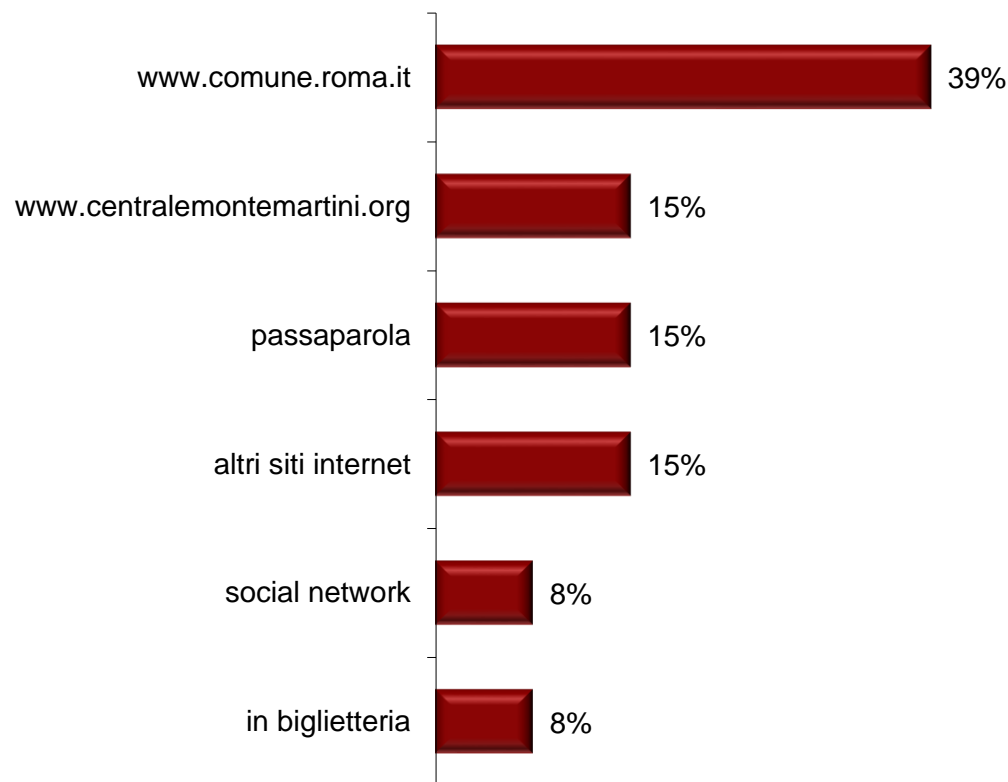
L'86% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 14% afferma di averla utilizzata (di cui l'86% si riferisce alla **Roma MIC Card** e il restante 14% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (*cf.* grafico sottostante a destra), di età 45-64 anni, alcuni già stati in questo museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Centrale Montemartini* sono in prevalenza i turisti, appartenenti alle fasce di età 19-44 anni e 65-74 anni, nuovi visitatori.



Come è venuto a conoscenza della card

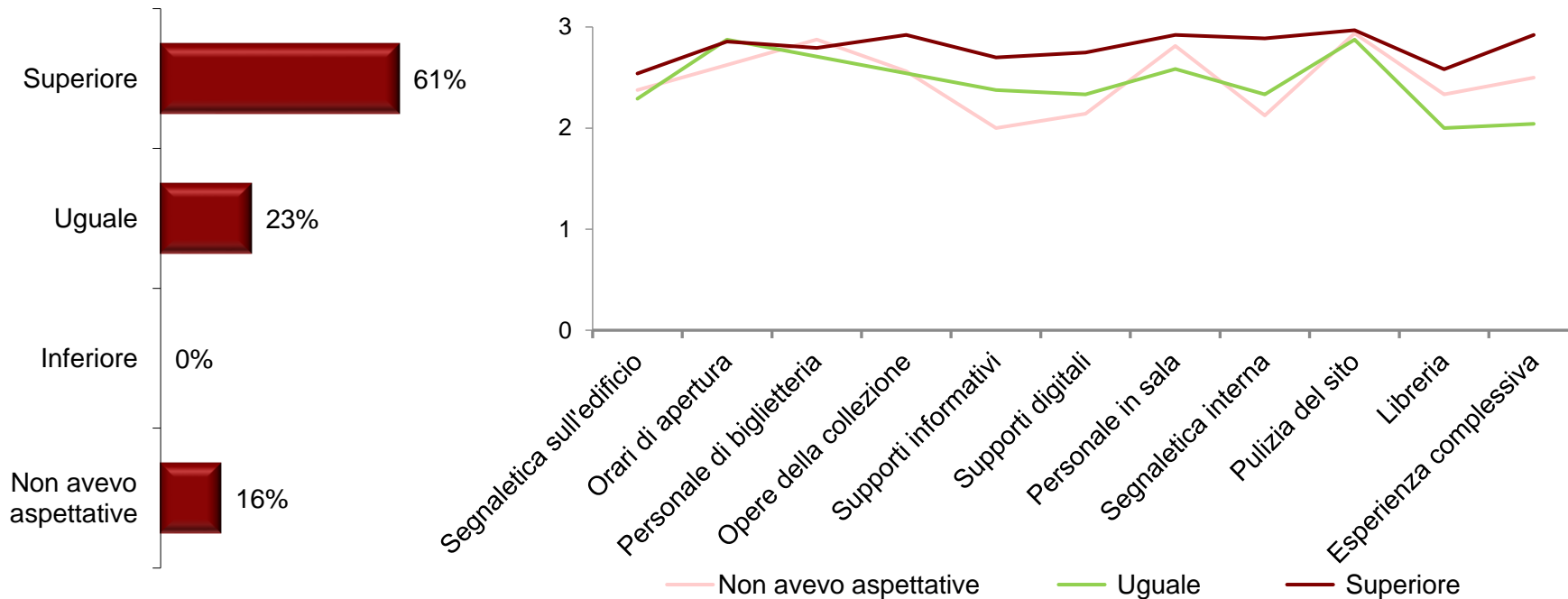
Tra coloro che hanno utilizzato una card per entrare alla *Centrale Montemartini* (14% sul totale degli intervistati; *cfr.* slide precedente), il 39% dichiara di esserne venuto a conoscenza tramite il sito **www.comune.roma.it**, un 15% risponde il sito del museo **www.centralemontemartini.org**, il 15% indica il **passaparola** e un ulteriore 15% **altri siti internet** (quest'ultima voce è l'unica che si riferisce alle risposte rilasciate sulla card **Roma Pass**).



Giudizio rispetto alle aspettative

Il 61% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 23% è uguale, mentre nessuno ritiene tale museo inferiore alle proprie aspettative. Il 16% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese siano soprattutto i visitatori romani, nel complesso molto soddisfatti, che hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente coloro che si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza e hanno visitato tra uno e tre musei. Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sui vari 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 *Centrale Montemartini* è pari al **70%**.

Si segnala inoltre che il 30% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Nessuno degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

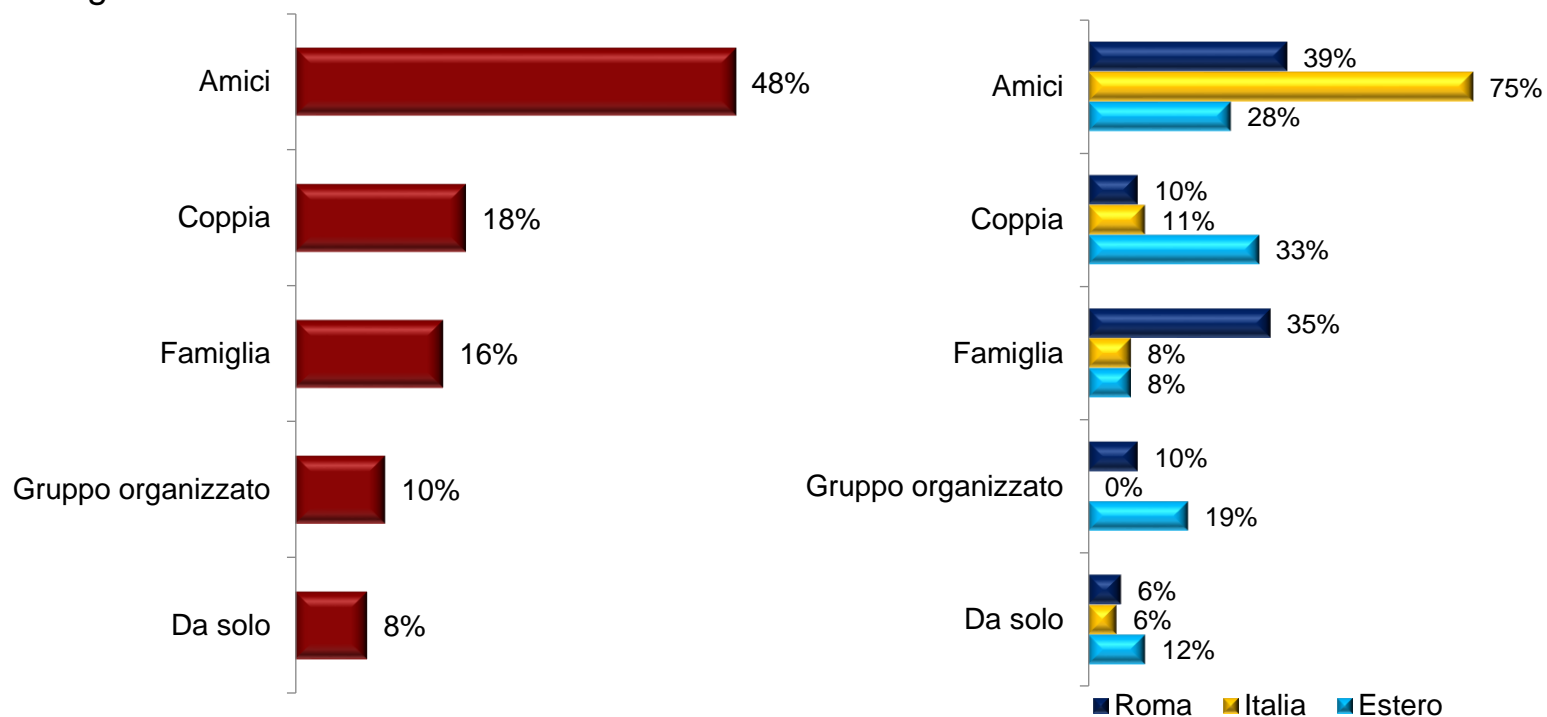


NET PROMOTER SCORE Centrale Montemartini 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	5	26	32	40
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	25%	31%	39%
DETRATTORI = 0%							PASSIVI = 30%	PROMOTORI = 70%		
70%-0%=70%										

Con chi ha visitato il museo

Il 48% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 18% in “**coppia**”, il 16% insieme alla “**famiglia**”, il 10% viene con un “**gruppo organizzato**” e il restante 8% “**da solo**”.

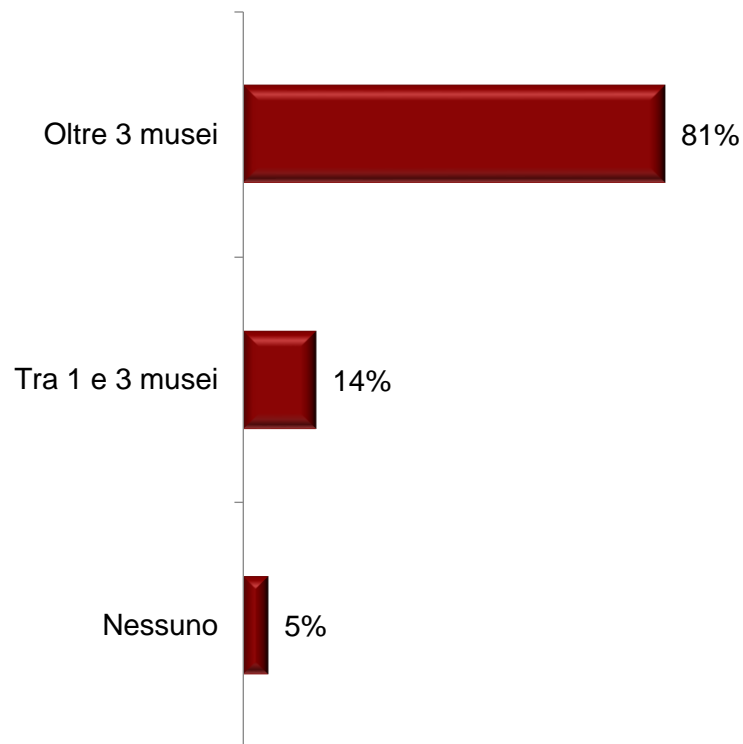
Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente i visitatori italiani, di età 55-74 anni, laureati, mai stati prima in questo museo. Invece a recarsi al museo in coppia sono in prevalenza i turisti stranieri, di età 35-54 anni, diplomati, nuovi visitatori. Infine a prediligere la visita al museo con la propria famiglia sono in particolare i romani, di età inferiore ai 25 anni, che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore/superiore, alcuni di essi già stati alla *Centrale Montemartini*.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'81% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 14% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre il 5% dichiara di non aver visitato quest'anno alcun museo.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori appartenenti alle fasce di età 19-34 anni e 55-74 anni, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono in particolare coloro che hanno un'età compresa tra i 35 e 44 anni, con giudizio superiore alle proprie attese.



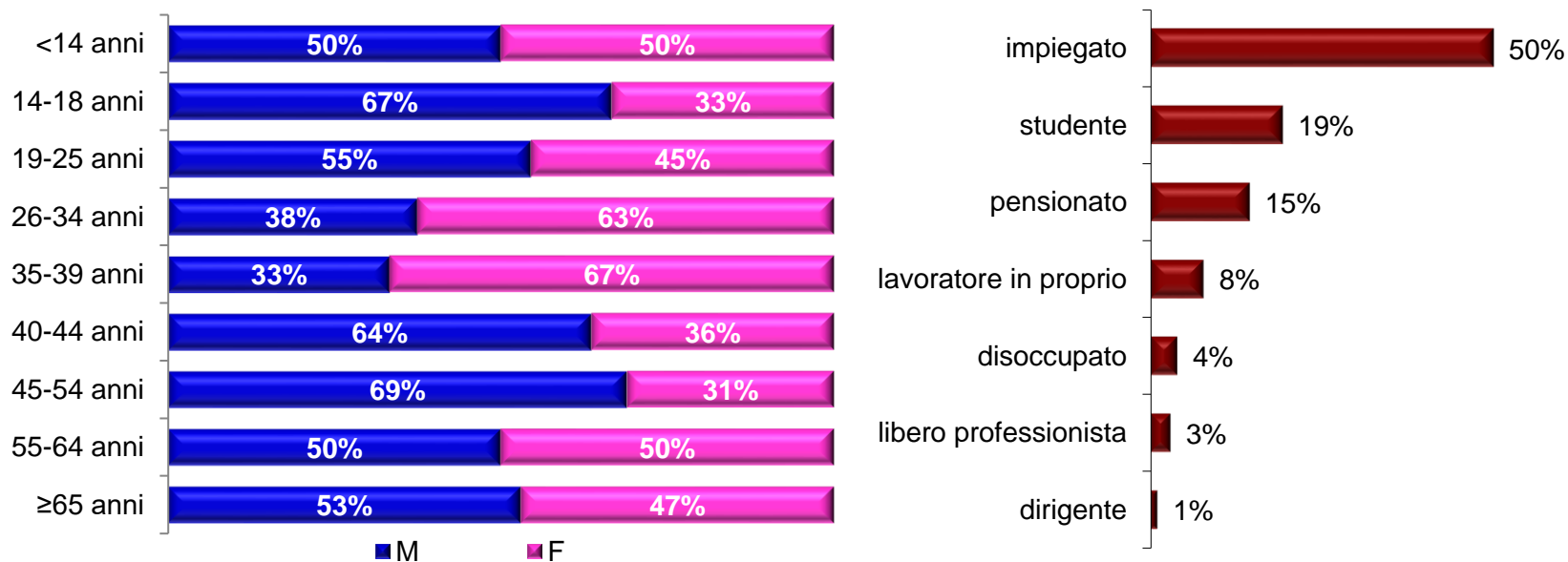
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere maschile** (56%; era il 46% nel 2023), soprattutto nelle fasce d'età 14-25 anni e 40-54 anni. Invece le donne sono predominanti nelle fasce dei 26-39 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle adulte **45-74 anni**, che raggiungono complessivamente il 57% sul totale degli intervistati (59% nel 2023). Inoltre si registra una lieve flessione dei ragazzi sotto i 25 anni (da 19% a 17%) e un aumento delle fasce 26-44 anni (da 14% a 24%).

Il 58% del campione totale dichiara di essere **diplomato** (30% nell'indagine precedente).

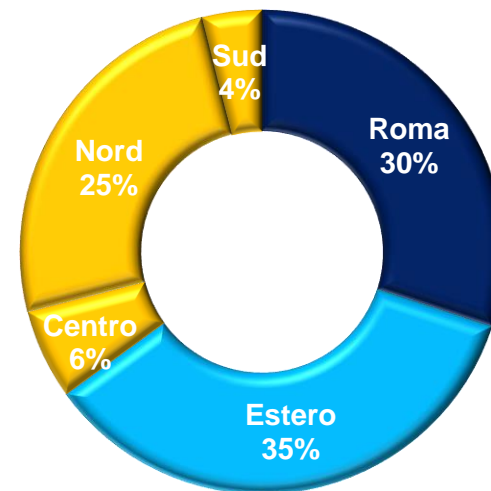
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (50%; erano il 27% nell'indagine precedente); seguono gli studenti (19%; nel 2023 erano il 25%) e i pensionati (in discesa dal 21% al 15%).



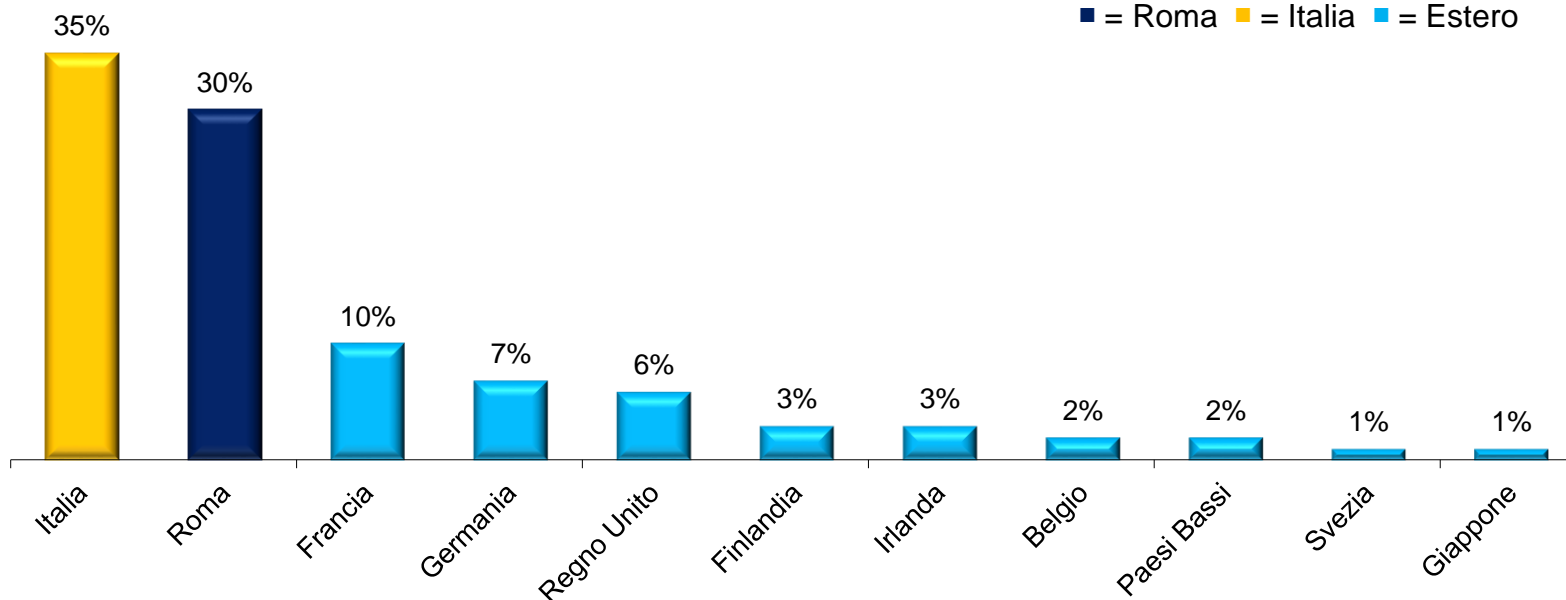
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 35% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (in discesa dal 53% dello scorso anno), un 35% giunge da **altre province italiane** (in netto aumento dal 9% emerso nell'indagine precedente), mentre i visitatori romani rappresentano il 30% (erano il 38% nel 2023).

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese** (10% 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.

Il guardaroba è stato escluso poiché il suo coefficiente di correlazione è risultato nullo (solo un 1% degli intervistati ha risposto su tale servizio).

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,367**	,379**	,216*	0,033	0,040	0,068	,225*	0,064	,379**	,270**
Orari di apertura	,367**	1,000	,571**	0,122	0,113	0,098	0,192	,212*	,322**	0,062	,199*
Personale di biglietteria	,379**	,571**	1,000	0,062	-0,047	-0,010	0,072	0,100	,376**	0,060	0,164
Opere della collezione	,216*	0,122	0,062	1,000	,389**	,385**	,367**	,353**	,364**	0,152	,340**
Supporti informativi	0,033	0,113	-0,047	,389**	1,000	,855**	,340**	,638**	0,184	0,138	,242*
Supporti digitali	0,040	0,098	-0,010	,385**	,855**	1,000	,400**	,721**	,204*	0,050	,269**
Personale in sala	0,068	0,192	0,072	,367**	,340**	,400**	1,000	,560**	,431**	0,222	,413**
Segnaletica interna	,225*	,212*	0,100	,353**	,638**	,721**	,560**	1,000	,256**	0,176	,477**
Pulizia del sito	0,064	,322**	,376**	,364**	0,184	,204*	,431**	,256**	1,000	0,007	0,165
Libreria	,379**	0,062	0,060	0,152	0,138	0,050	0,222	0,176	0,007	1,000	0,260
Esperienza complessiva	,270**	,199*	0,164	,340**	,242*	,269**	,413**	,477**	0,165	0,260	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 non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

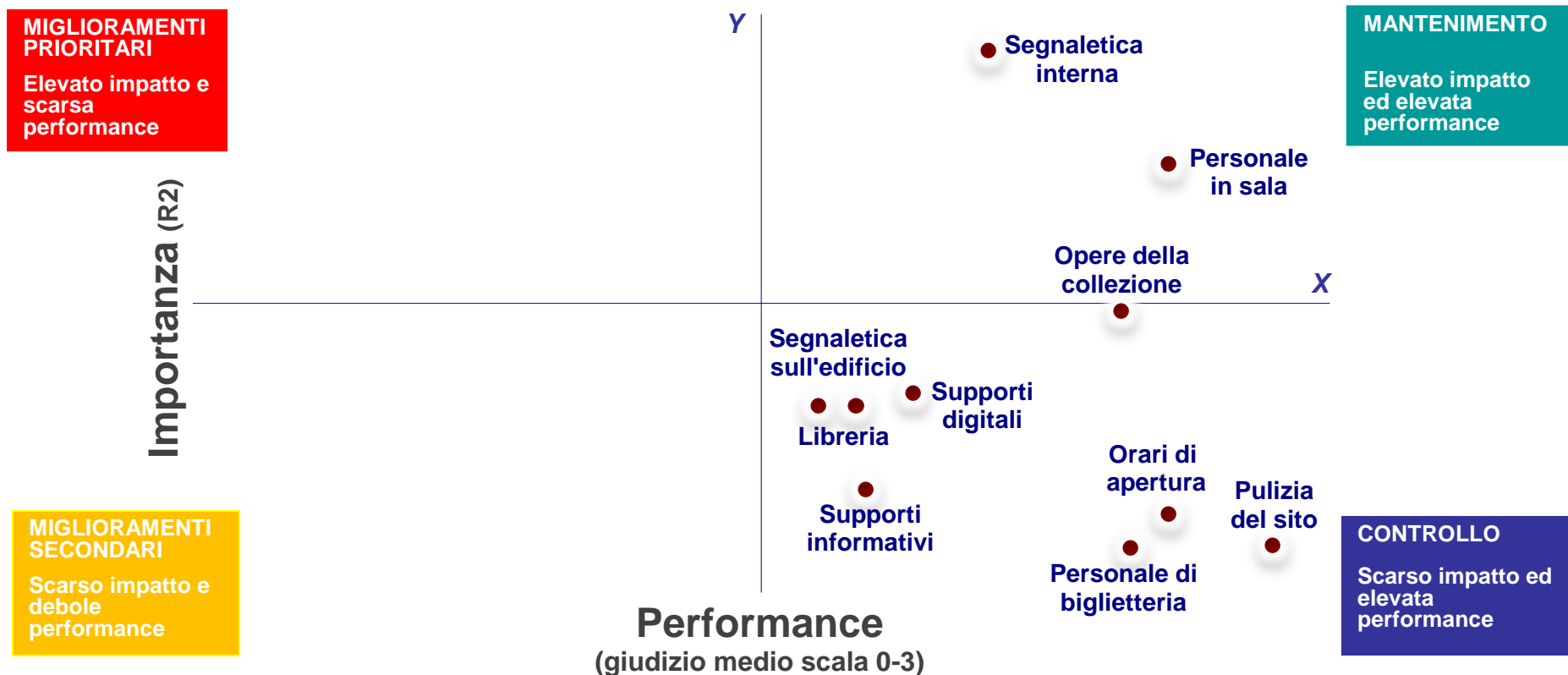
Per la *Centrale Montemartini* la **segnaletica interna** e il **personale in sala** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficiente di correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Segnaletica interna	0,477
Personale in sala	0,413
Opere della collezione	0,340
Segnaletica sull'edificio	0,270
Supporti digitali	0,269
Supporti informativi	0,242
Orari di apertura	0,199

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **segnaletica interna** e il **personale in sala** rappresentano gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti nella mappa (quadrante in alto a destra), mentre le **opere della collezione** si trovano in una posizione *borderline*. Non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se sono ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

Cluster Analysis

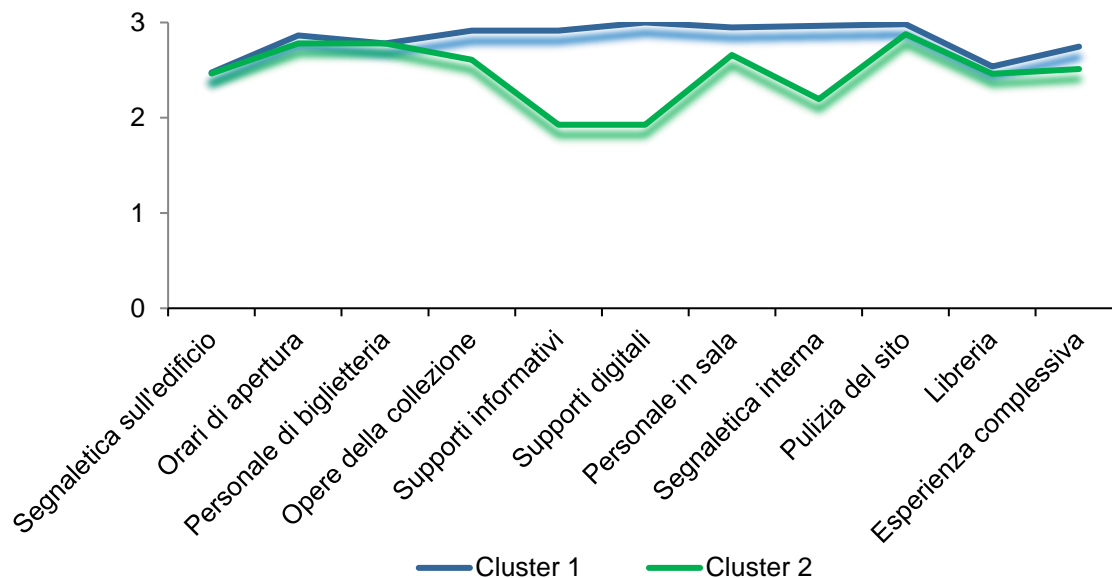
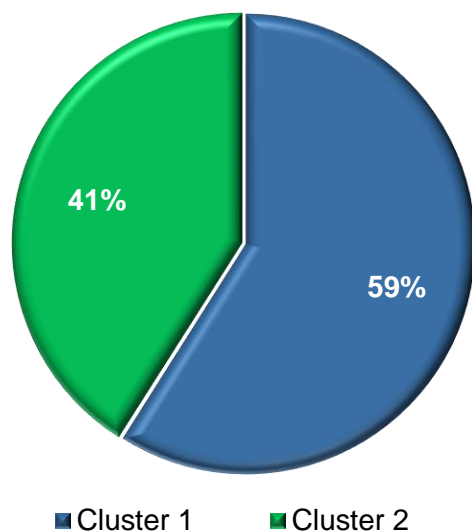
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (59 individui per il *Cluster 1* e 41 per il *Cluster 2*; n. 3 casi mancanti).

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

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza turisti stranieri; adulti di età 40-64 anni; impiegati; nuovi visitatori; scoprono il museo soprattutto tramite siti internet e social network; vengono con amici o in coppia; giudizio superiore alle aspettative; hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

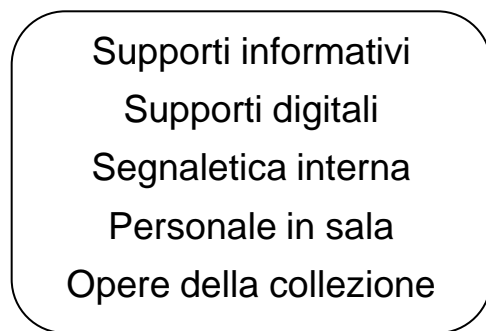
Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza italiani; di età ≤ 25 anni; studenti; alcuni già stati alla *Centrale Montemartini*; scoprono il museo soprattutto tramite passaparola e scuola/università; vengono da soli o con un gruppo organizzato; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi; hanno visitato meno 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 (il guardaroba è stato escluso poiché non è risultato significativo per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



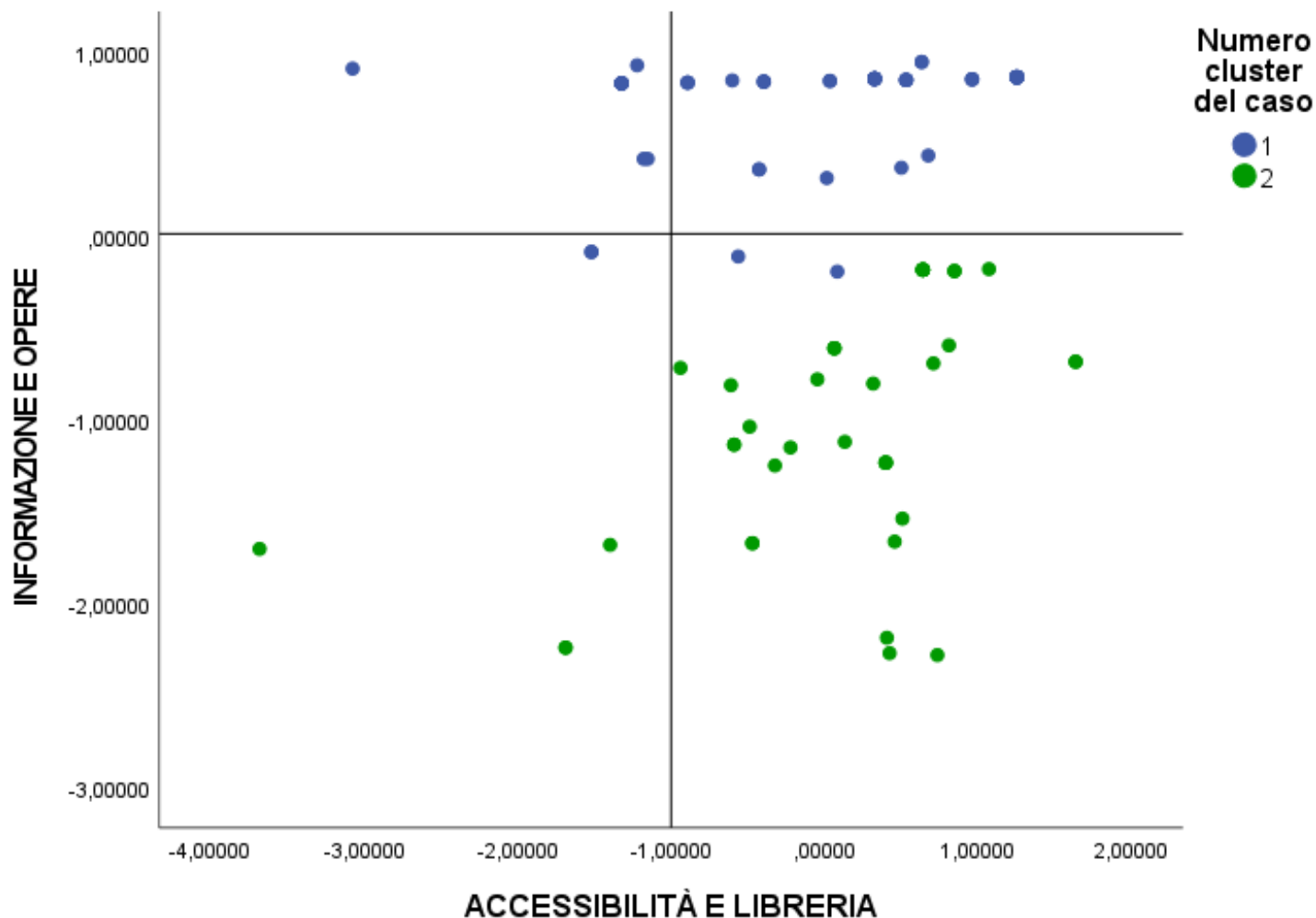
Fattore 1
INFORMAZIONE E OPERE



Fattore 2
ACCESSIBILITÀ E LIBRERIA

Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 1, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, in particolare sul Fattore 1 (*Informazione e Opere*).



Suggerimenti

NIENTE DA MIGLIORARE. Totale 49

ELOGI museo bellissimo. **Totale 3**

SUPPORTI DIGITALI da aumentare e migliorare. **Totale 16**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni sulle sale espositive (7), da tradurre in francese (5), altro (1). **Totale 13**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare (7); frecce direzionali, soprattutto per indicare l'uscita (4). **Totale 11**

COMUNICAZIONE promuovere di più il museo. **Totale 5**

SEGNALETICA ESTERNA più indicazioni per raggiungere il museo, evidenziare lo standardo sull'edificio. **Totale 4**

ALTRO. Totale 11

TOTALE 60 SUGGERIMENTI

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 Roma MIC Card) No

Se sì, come è venuto a conoscenza della card?.....

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

stampa (quotidiani/riviste) passando, per caso social e portale museiincomuneroma.it
 altri siti web e canali social passaparola (amici/parenti) affissioni pubblicitarie-schermi LED
 mostra o evento guida turistica/mappa di Roma da sempre/non ricordo altro (specificare:.....)

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 Altro Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....