

*Data 17/12/2019*

---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma

15-22 Ottobre 2019

Zè

Zètema  
progetto cultura

## 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 2018-2019
- 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 **207** questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua **dal 15 al 22 ottobre** presso il **Museo di Roma** (gli intervistati rappresentano il 27% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea "*Canova. Eterna bellezza*".

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  $\pm 1,91\%$ .

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 2019, 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 **2,73** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **98%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **guardaroba** (3,00), il **personale in sala** (2,97), la **pulizia del sito** (2,97), gli **orari di apertura** (2,96), la **segnaletica sull'edificio** (2,93), il **personale di biglietteria** (2,93) e la **libreria** (2,87).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **collezione** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche quello più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alla libreria e alla caffetteria (*cf.* pp. 17-19). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti informativi** (n. 36 suggerimenti) e la **segnaletica interna** (n. 24 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 71% da turisti **stranieri**, **impiegati** (29%) e **pensionati** (23%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (68%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (46% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo **passando, per caso** (35% sul totale degli intervistati), segue chi risponde tramite **internet** (22%) e **passaparola** (16%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano soprattutto gli stranieri, nuovi visitatori, di età giovane fino ai 25 anni o adulta 40-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, privi di aspettative e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece a rispondere internet sono stati principalmente i turisti, sia italiani che stranieri, che vengono per la prima volta al *Museo di Roma*, di età 26-39 anni, laureati, il cui giudizio è uguale alle proprie aspettative, in generale molto soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

Museo di Roma 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,93	3,00	168	39	0,312	19%	95%	1%	99%
Orari di apertura	2,96	3,00	207	0	0,247	0%	97%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,93	3,00	201	6	0,282	3%	93%	0%	100%
Guardaroba	3,00	3,00	54	153	0,000	74%	100%	0%	100%
Opere della collezione	2,73	3,00	207	0	0,497	0%	75%	0%	98%
Supporti informativi	2,57	3,00	201	6	0,653	3%	65%	1%	94%
Supporti digitali	2,76	3,00	124	83	0,466	40%	77%	0%	98%
Personale in sala	2,97	3,00	113	94	0,161	45%	97%	0%	100%
Segnaletica interna	2,69	3,00	200	7	0,588	3%	75%	1%	95%
Posti a sedere	2,84	3,00	150	57	0,386	28%	85%	0%	99%
Pulizia del sito	2,97	3,00	207	0	0,181	0%	97%	0%	100%
Libreria	2,87	3,00	79	128	0,335	62%	87%	0%	100%
Caffetteria	2,79	3,00	34	173	0,641	84%	88%	3%	94%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,73</b>	<b>3,00</b>	<b>207</b>	<b>0</b>	<b>0,497</b>	<b>0%</b>	<b>75%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

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

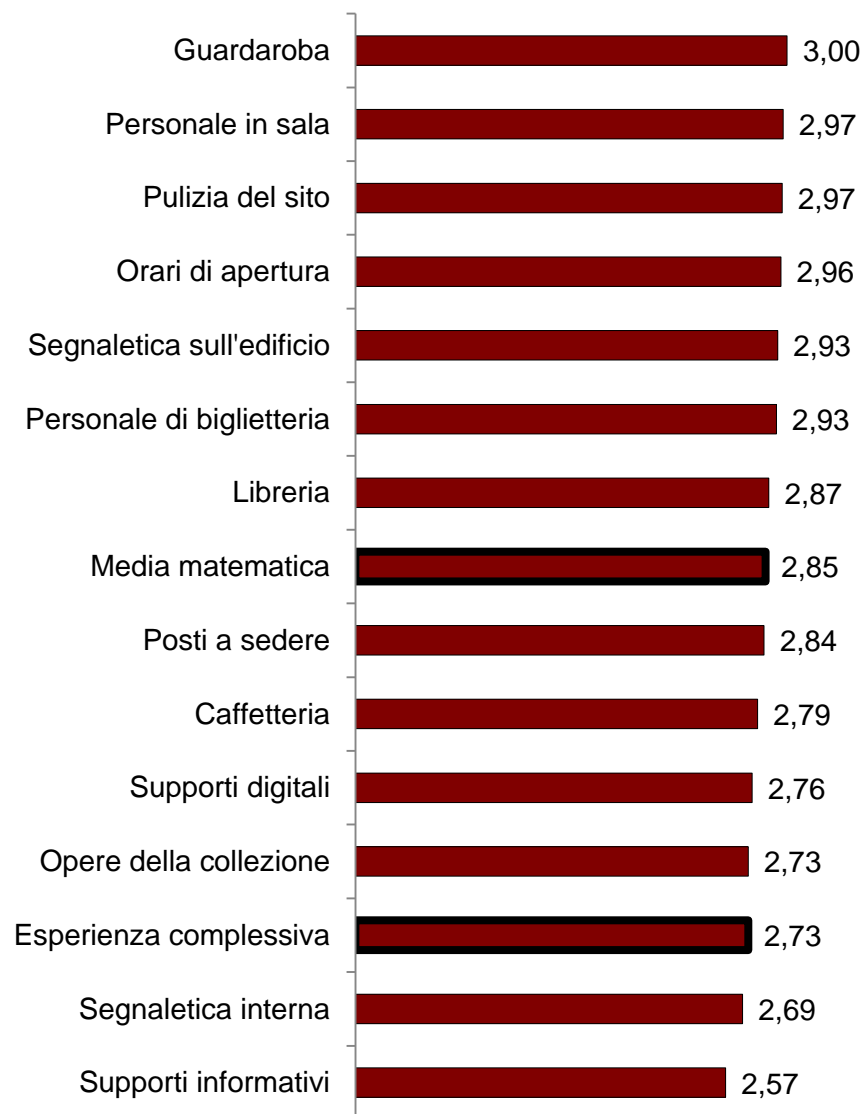
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,85).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **guardaroba**, il **personale in sala**, la **pulizia del sito**, gli **orari di apertura**, la **segnaletica sull'edificio**, il **personale di biglietteria** e la **libreria**.

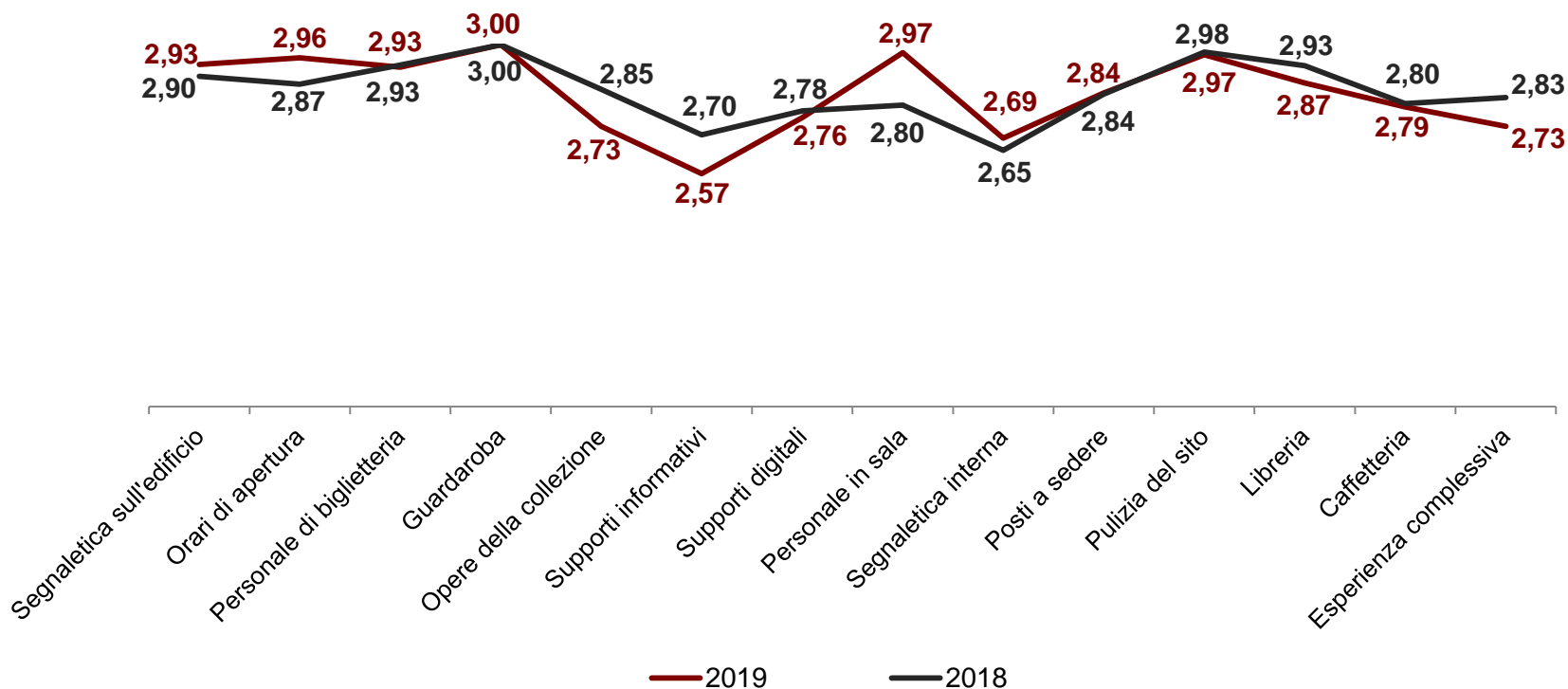
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta abbastanza costante e lineare, anche se si rileva uno scostamento su alcune variabili oggetto d'indagine.

Si registra un aumento del livello medio di soddisfazione soprattutto sugli orari di apertura e sul personale in sala, mentre scendono le medie relative alle opere della collezione, ai supporti informativi, alla pulizia del sito e all'esperienza complessiva, seppure siano tutte ben superiori allo standard di 2,20. Invece la discrepanza dei valori medi relativi agli altri aspetti risulta minima.

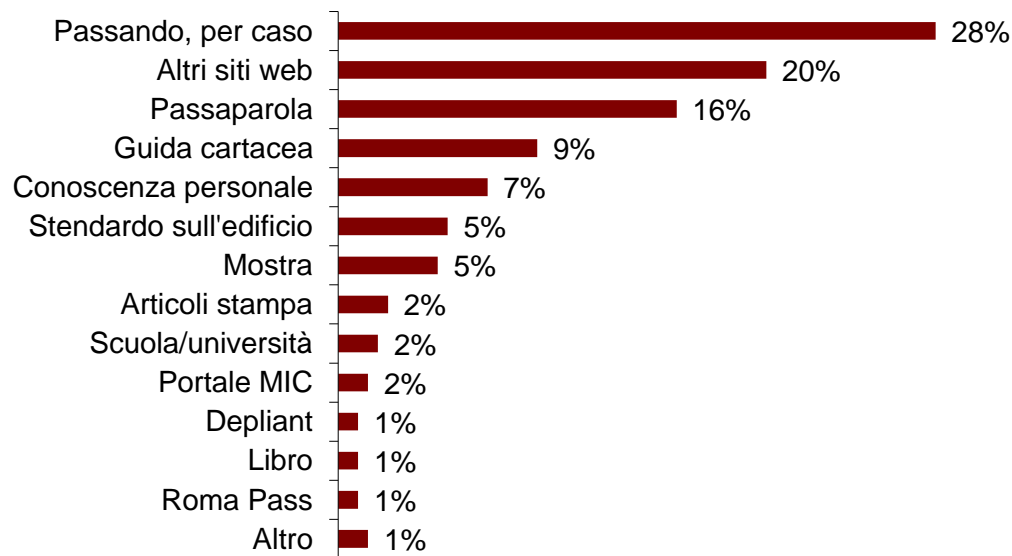


## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 28% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo “**passando, per caso**” (35% nel 2018), il 22% risponde tramite “**internet**” (in netto aumento dall’8% dell’indagine precedente) e il 16% lo ha scoperto attraverso il “**passaparola**” (in salita dal 9% emerso lo scorso anno).

È significativo che ad avere conosciuto il museo passando, per caso siano soprattutto gli stranieri, nuovi visitatori, di età giovane fino ai 25 anni o adulta 40-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, privi di aspettative e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece a rispondere internet sono stati principalmente i turisti, sia italiani che stranieri, che vengono per la prima volta al *Museo di Roma*, di età 26-39 anni, laureati, il cui giudizio è uguale alle proprie aspettative, in generale molto soddisfatti.

Il passaparola prevale tra i visitatori romani, alcuni dei quali hanno già visitato il museo, di età adulta 55-74 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.

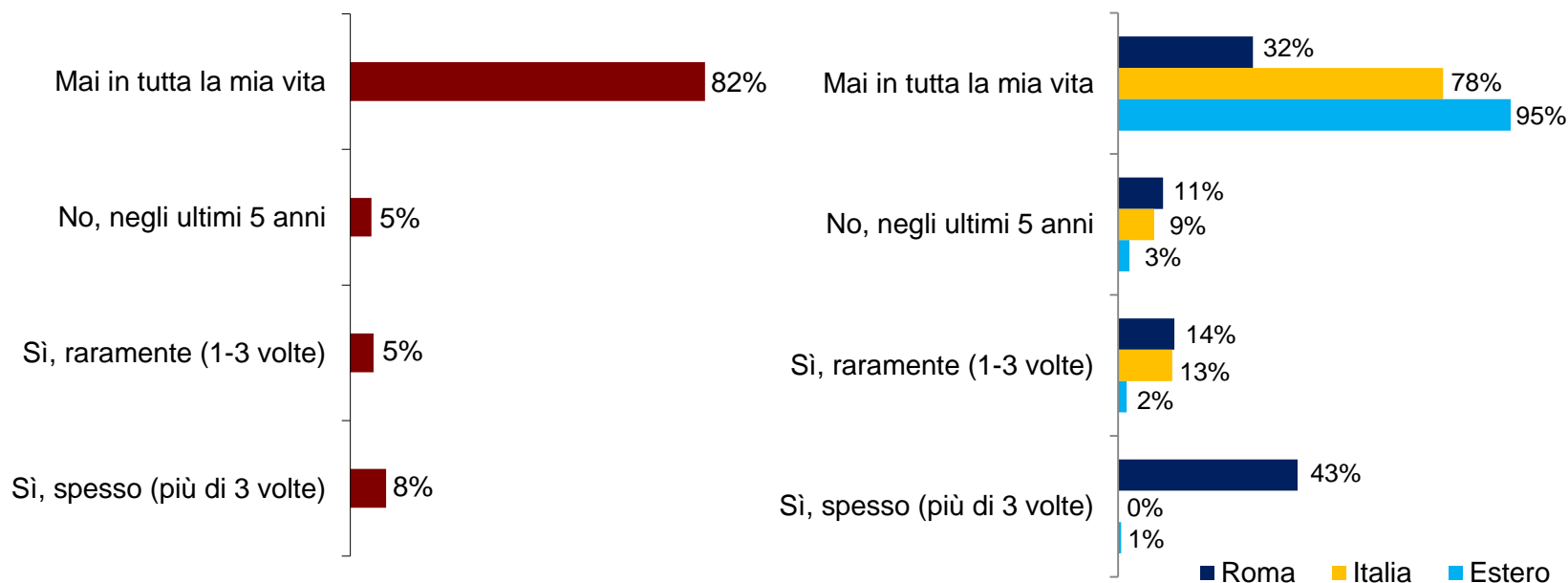




## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

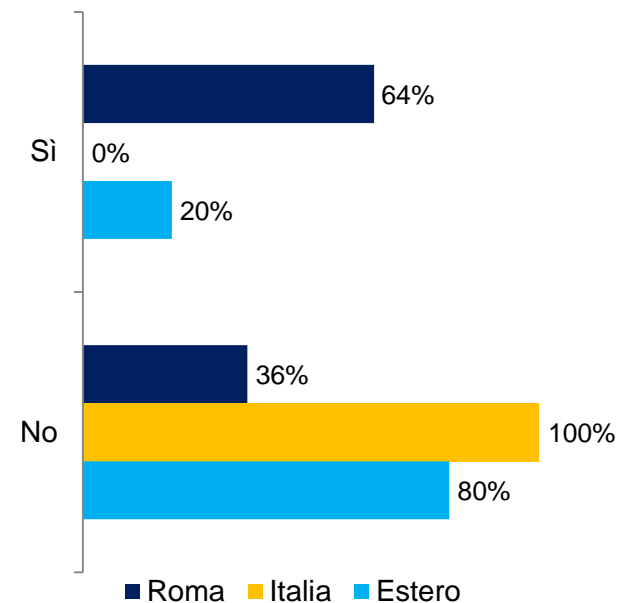
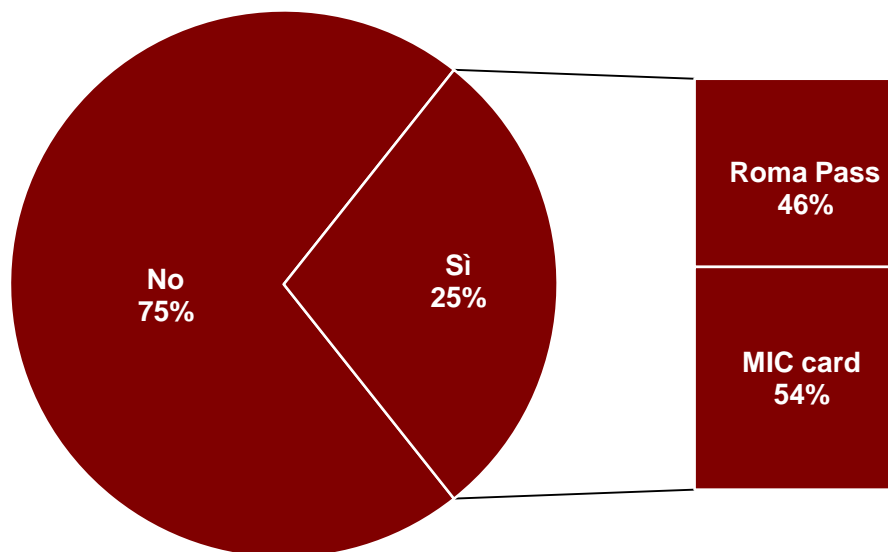
Ben l'82% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima al *Museo di Roma*, il 13% vi è già stato (di cui l'8% **“più di tre volte”** e il 5% **“da una a tre volte”**), mentre il restante 5% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, appartenenti alle fasce di età 19-44 anni, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare, con giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visto il *Museo di Roma* sono prevalentemente i visitatori romani, con un diploma di scuola media inferiore o superiore, di età adulta oltre i 45 anni, molti di essi hanno utilizzato la *MIC card*, il loro giudizio è uguale alle attese e nel complesso si ritengono molto soddisfatti.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 25% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 54% si riferisce alla **MIC card** e il restante 46% alla **Roma Pass**), mentre il 75% afferma di non averla utilizzata. Risulta significativo che ad essere entrati con una card siano soprattutto i romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), alcuni già stati in questo museo, con un giudizio superiore alle proprie attese, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno e in generale sono molto soddisfatti. Invece a non avere utilizzato alcuna card per entrare al *Museo di Roma* sono principalmente i turisti (in prevalenza italiani), nuovi visitatori, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi, nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei e si ritengono abbastanza soddisfatti dell'esperienza complessiva.

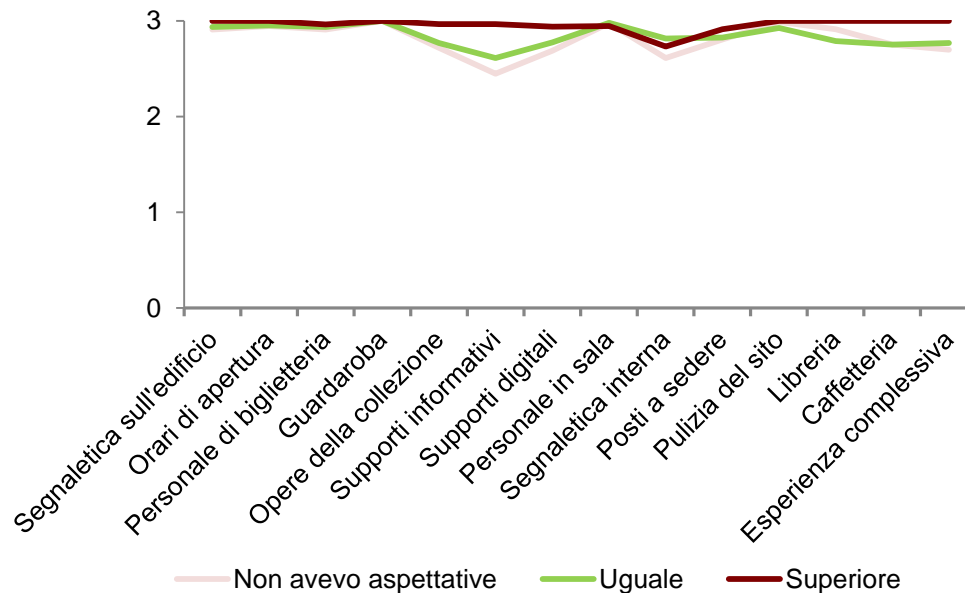
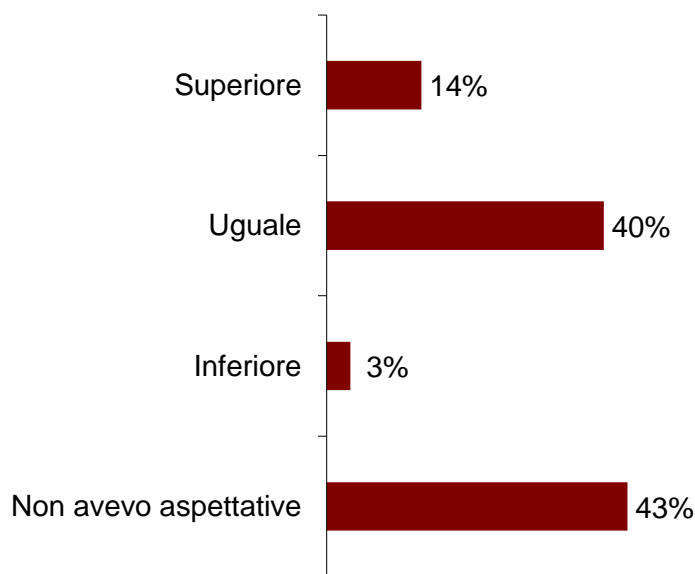


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 43% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 40% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 14% è superiore e solo il 3% degli intervistati ritiene tale museo inferiore rispetto alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore o uguale alle aspettative siano in particolare i visitatori romani, alcuni già stati al *Museo di Roma*, che hanno utilizzato la *MIC card* per entrare e in generale si ritengono molto soddisfatti. Invece tra coloro che non hanno attese a priori prevalgono i turisti, nuovi visitatori, che non hanno usufruito di alcuna card e nel complesso sono abbastanza soddisfatti.

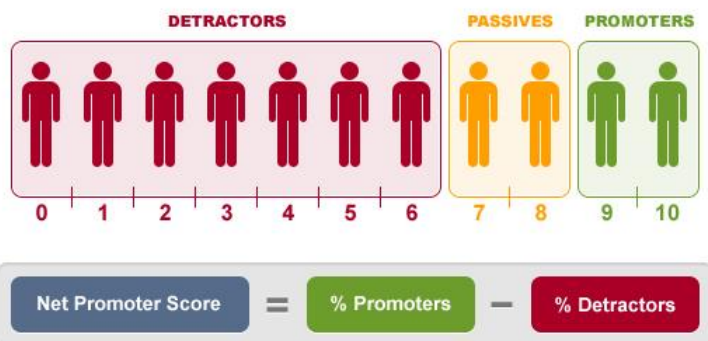
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra), tranne che sul personale in sala e sulla segnaletica interna, che vengono più graditi da chi ha un giudizio uguale alle proprie attese.



## 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 a **35%**; il 53% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

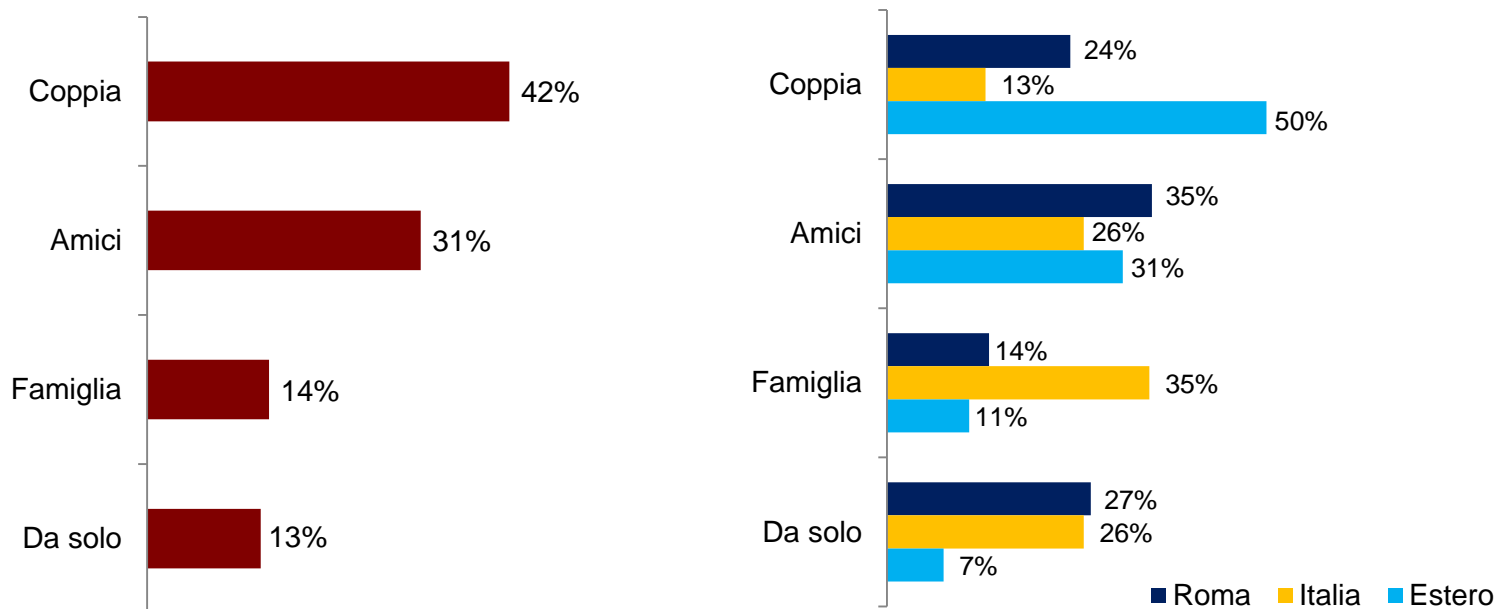


NET PROMOTER SCORE Museo di Roma 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	6	7	31	77	48	37
0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	15%	38%	23%	18%
<b>DETRATTORI = 6%</b>							<b>PASSIVI = 53%</b>	<b>PROMOTORI = 41%</b>		
<b>41% - 6% = 35%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 42% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 31% vi si è recato con “**amici**”, il 14% con la propria “**famiglia**” e il 13% risponde “**da solo**”.

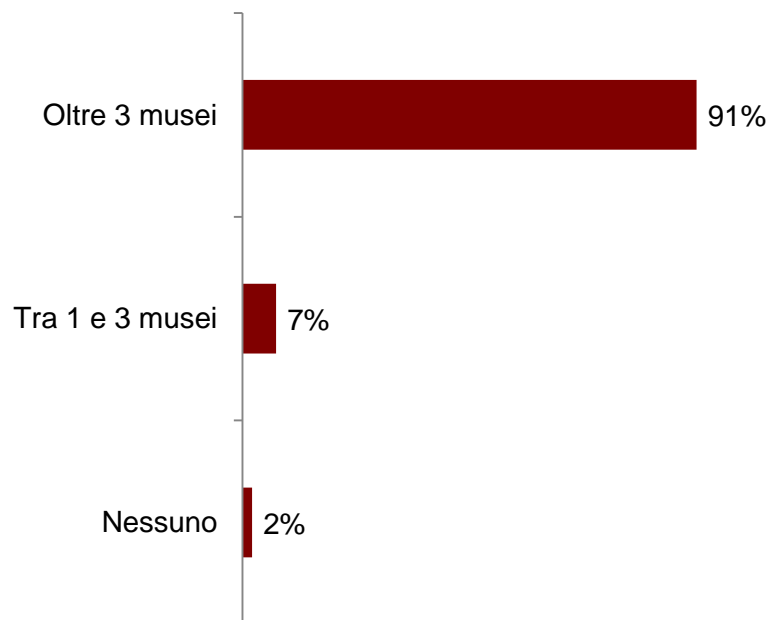
Risulta significativo che a venire in coppia o con la famiglia siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico in basso a destra), appartenenti alle fasce di età minorenni e 45-54 anni (*famiglia*) o 35-44 anni (*coppia*), che visitano il *Museo di Roma* per la prima volta, diplomati, non utilizzano alcuna card per entrare nel museo, hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno e in generale sono abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi con amici o da soli sono principalmente i cittadini romani, alcuni già stati in questo museo, laureati, hanno usufruito della *MIC card* per accedere e sono stati in più di tre musei nell’ultimo anno, ma mentre chi viene in compagnia di amici è di età giovane 19-34 anni e si ritiene molto soddisfatto della propria esperienza complessiva, chi è da solo, ha un’età adulta oltre i 55 anni ed è abbastanza soddisfatto.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 91% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, mentre il restante 7% risponde “**tra uno e tre musei**” e solo il 2% risponde “**nessuno**”.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che vengono in questo museo per la prima volta e si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori che sono già stati al *Museo di Roma* e si ritengono abbastanza soddisfatti dell'esperienza complessiva.



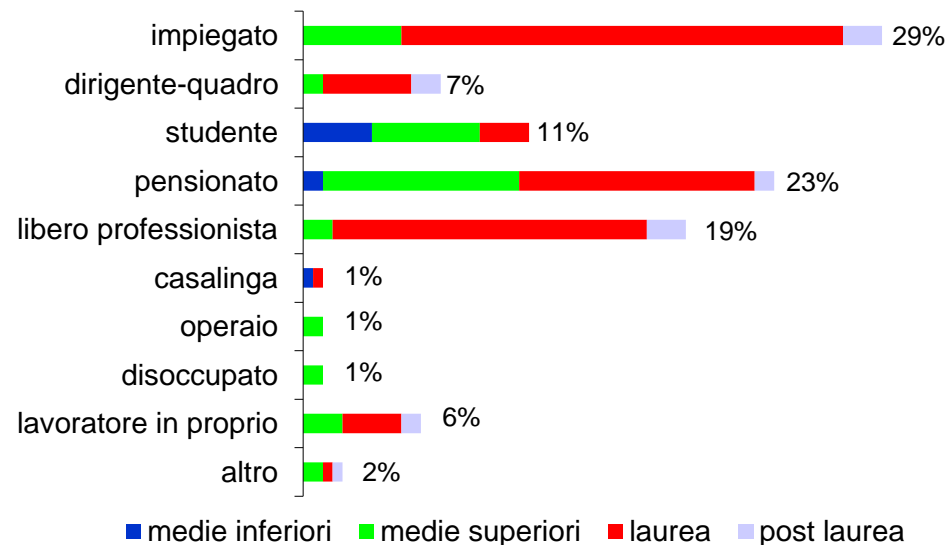
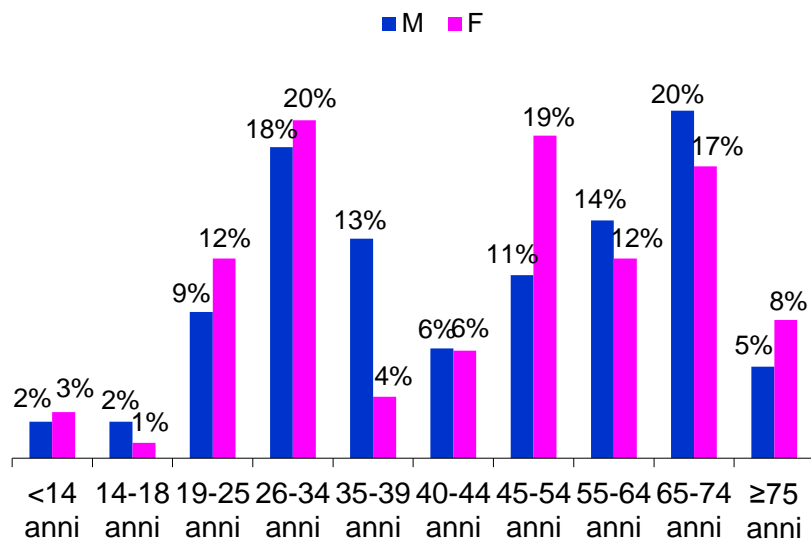
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; lo scorso anno era il 48% sul totale), soprattutto nelle fasce dei 19-34 anni, 45-54 anni e oltre 75 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 46% sul totale degli intervistati (in discesa dal 58% nel 2018). In aumento i giovani di età 19-39 anni, che passano dal 16% al 29%.

Il 68% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (79% nell'indagine precedente).

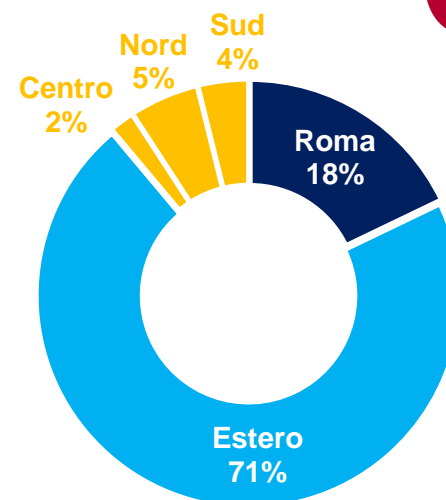
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** col 29% sul totale (27% nella scorsa indagine), poi seguono i pensionati (23%; erano il 27% nel 2018) e i liberi professionisti (passano da 22% a 19%).



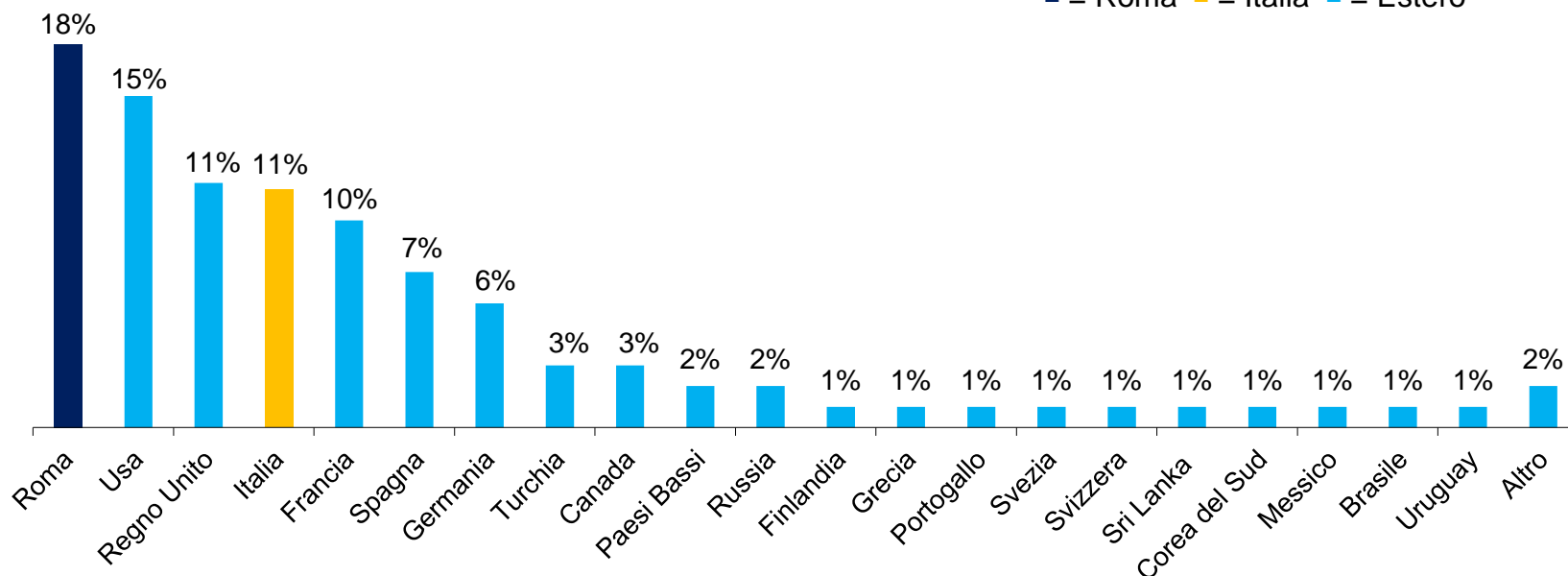
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 71% del campione intervistato proviene dall'**estero** (erano il 73% nell'indagine precedente), il 18% è costituito dai residenti a Roma (in lieve discesa dal 21% emerso nel 2018), mentre coloro che giungono da altre province italiane raggiungono l'11% (lo scorso anno erano il 6%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense**, che raggiunge il 15% sul totale degli stranieri 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 non è stato inserito nella tabella sottostante poiché il coefficiente di correlazione è nullo.

<b>Museo di Roma 2019***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Libreria	Caffetteria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	-0,042	,313**	0,085	-0,116	-0,190	-0,047	0,136	-0,094	-0,042	.	,745**	,220**
Orari di apertura	-0,042	1,000	,165*	-0,047	0,113	-0,069	-0,022	-0,109	-0,049	-0,035	.	.	0,073
Personale di biglietteria	,313**	,165*	1,000	-0,017	0,051	0,021	-0,057	0,000	0,110	-0,048	-0,079	,484**	0,065
Opere della collezione	0,085	-0,047	-0,017	1,000	,139*	-0,138	0,035	,283**	-0,049	-0,107	,282*	,729**	,457**
Supporti informativi	-0,116	0,113	0,051	,139*	1,000	,233**	0,160	-0,039	0,015	-0,054	-0,127	-0,064	,216**
Supporti digitali	-0,190	-0,069	0,021	-0,138	,233**	1,000	0,058	0,086	,328**	,379**	-0,022	0,130	0,113
Personale in sala	-0,047	-0,022	-0,057	0,035	0,160	0,058	1,000	0,003	-0,096	-0,036	-0,081	,418*	0,052
Segnaletica interna	0,136	-0,109	0,000	,283**	-0,039	0,086	0,003	1,000	,280**	0,068	,251*	,445*	,327**
Posti a sedere	-0,094	-0,049	0,110	-0,049	0,015	,328**	-0,096	,280**	1,000	,433**	0,173	0,233	,171*
Pulizia del sito	-0,042	-0,035	-0,048	-0,107	-0,054	,379**	-0,036	0,068	,433**	1,000	-0,061	0,189	0,074
Libreria	.	.	-0,079	,282*	-0,127	-0,022	-0,081	,251*	0,173	-0,061	1,000	.	,503**
Caffetteria	,745**	.	,484**	,729**	-0,064	0,130	,418*	,445*	0,233	0,189	.	1,000	,393*
Esperienza complessiva	,220**	0,073	0,065	,457**	,216**	0,113	0,052	,327**	,171*	0,074	,503**	,393*	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).

Le variabili che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

Per il *Museo di Roma* la **libreria** e la **collezione** rappresentano gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

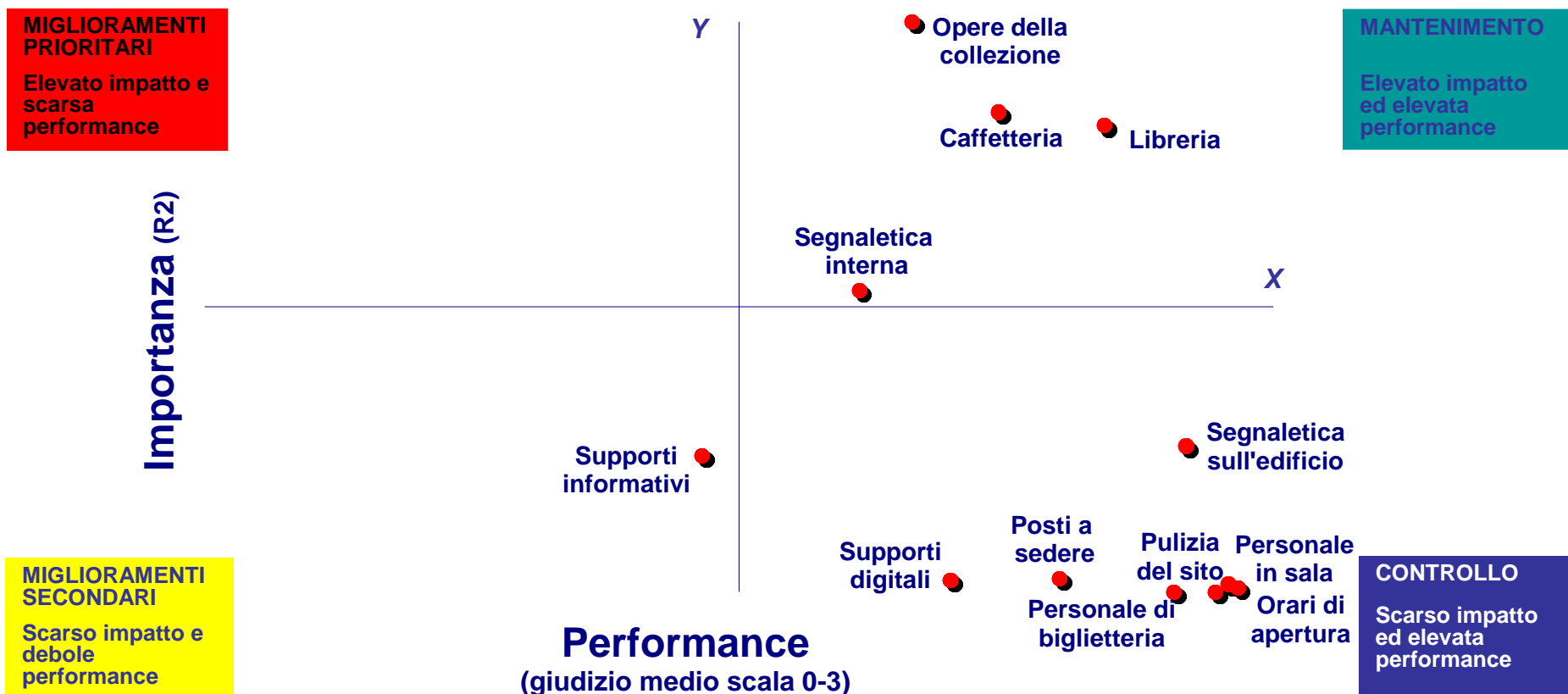
Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Museo di Roma - 2019</i>	
Libreria	0,503
Opere della collezione	0,457
Caffetteria	0,393
Segnaletica interna	0,327
Segnaletica sull'edificio	0,220
Supporti informativi	0,216
Posti a sedere	0,171

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **collezione** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, ma anche la **caffetteria**, la **libreria** e la **segnaletica interna** si posizionano nel quadrante in alto a destra. Invece non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece 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

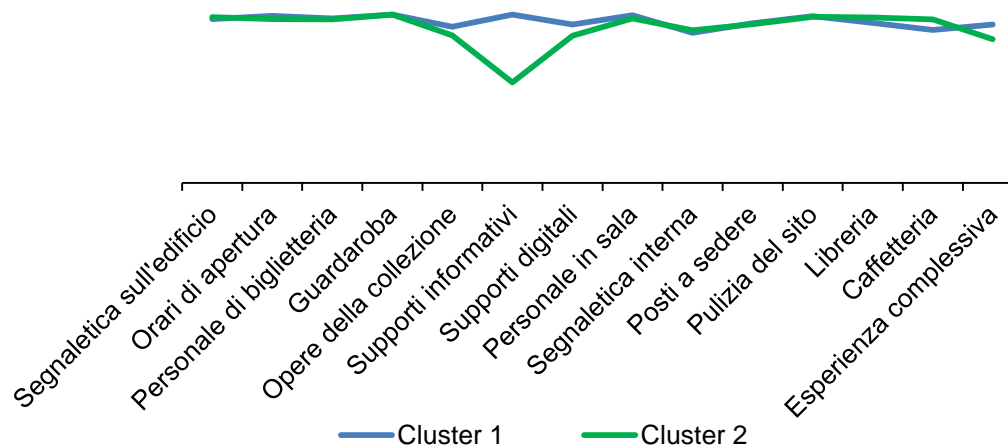
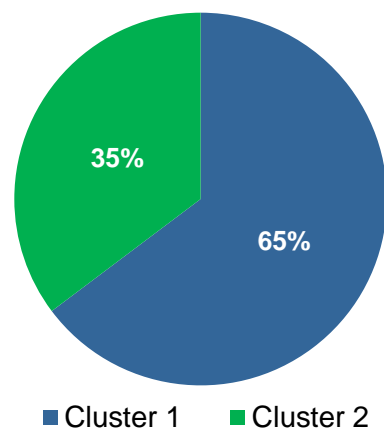
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (134 individui per il *Cluster 1* e 73 per il *Cluster 2*).

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** mostrano un giudizio complessivo tendenzialmente più alto (tranne che sulla libreria e sulla caffetteria), mentre la 2° tipologia degli **Abbastanza soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più basso sui vari aspetti indagati (soprattutto sui supporti informativi).

**Cluster 1 – Molto soddisfatti:** in prevalenza italiani (inclusi romani), donne, di età giovane 19-34 anni o adulta oltre i 65 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, studenti e pensionati, alcuni già stati al *Museo di Roma*, hanno utilizzato la *MIC card*, scoprono il museo attraverso il passaparola, vengono da soli o con amici, giudizio superiore alle aspettative, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.

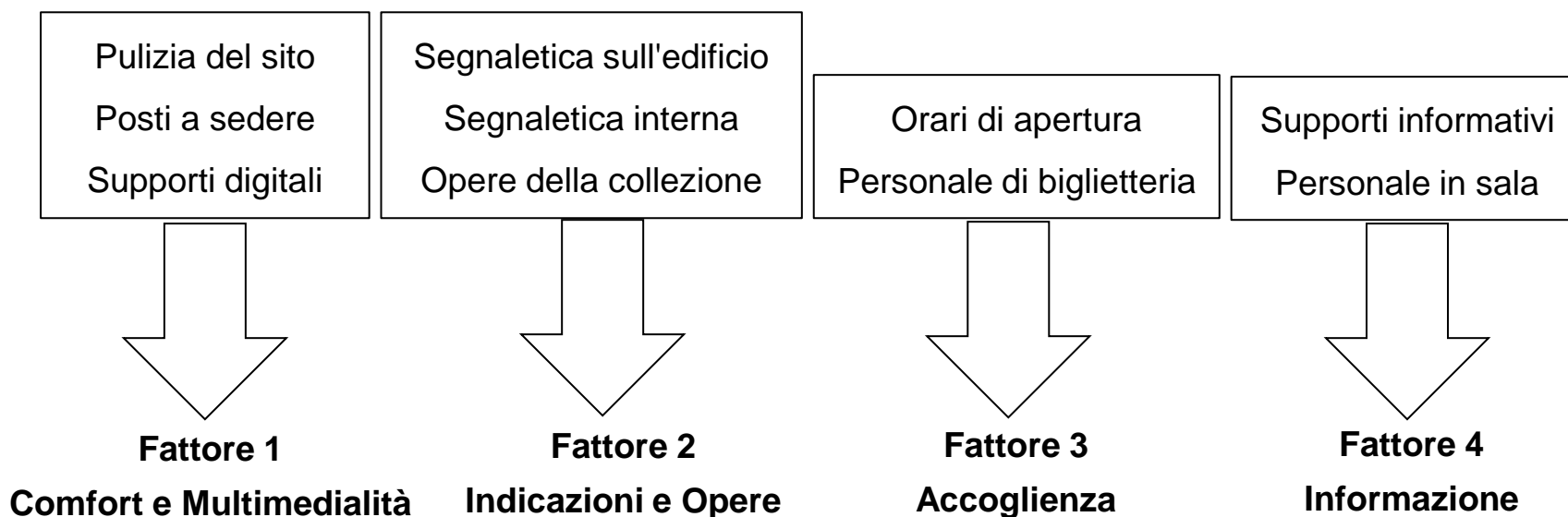
**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza stranieri, uomini, di età 40-64 anni, diplomati, impiegati e liberi professionisti, nuovi visitatori, alcuni hanno utilizzato la Roma Pass per entrare, scoprono il museo passando per caso, tramite internet e guida cartacea, vengono in coppia, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.



## Analisi Fattoriale

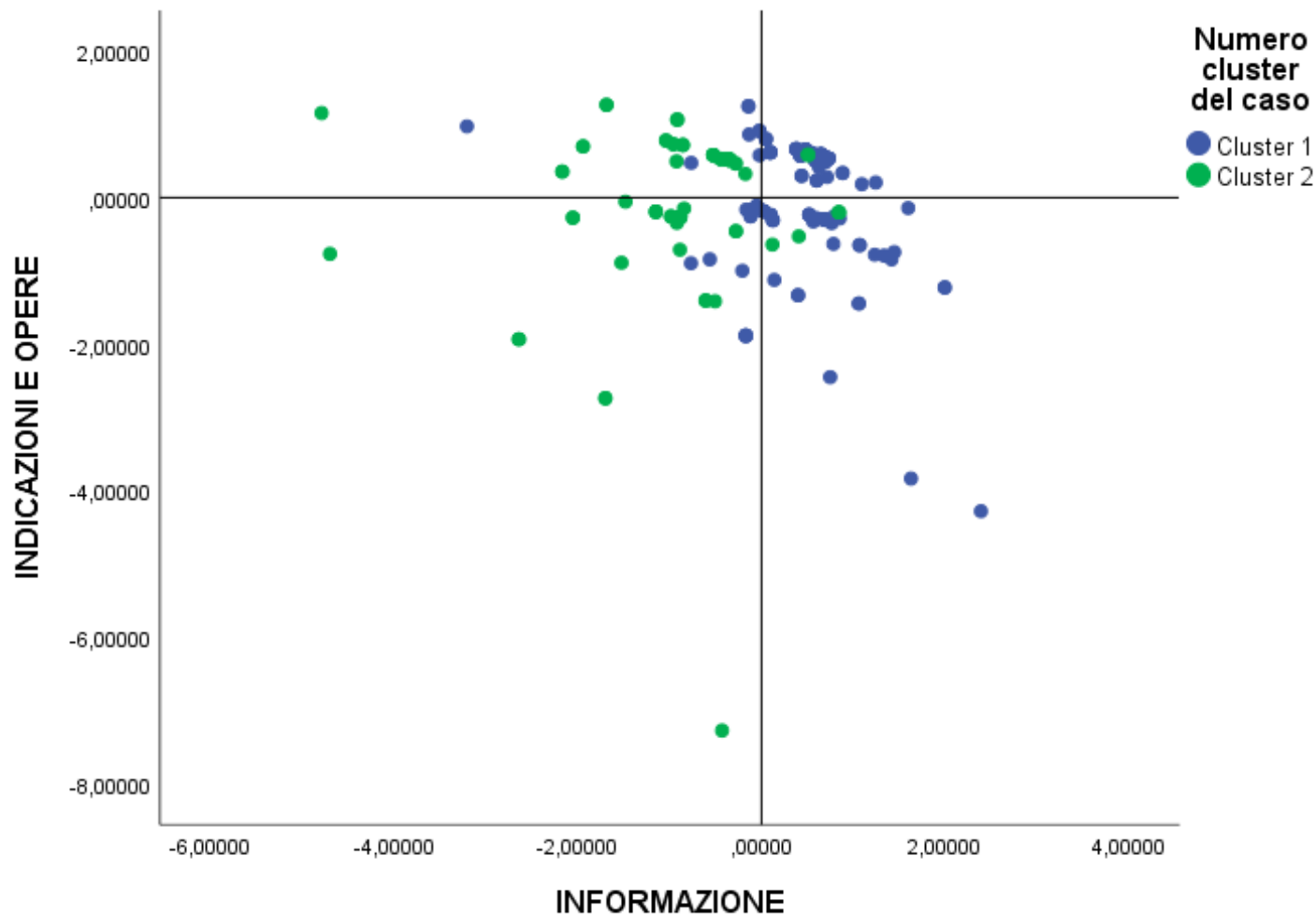
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba, la libreria e la caffetteria sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 4 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



## 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, soprattutto sul Fattore 4 (*Informazione*).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 99**

**ELOGI** palazzo stupendo. **Totale 2**

---

**SUPPORTI INFORMATIVI** tradotti in più lingue (21), maggiori informazioni sulla storia di Roma (6), altro (9). **Totale 36**

**SEGNALETICA INTERNA** da migliorare sul percorso e nelle varie sale (8), più indicazioni per l'ascensore (5), poco chiara per i vari piani del museo (5), altro (6). **Totale 24**

**BIGLIETTO** un po' caro rispetto alla collezione e agli altri musei (12), altro (7). **Totale 19**

**SUPPORTI DIGITALI** in più lingue (8), alcuni non sono funzionanti (6), più interattività (4). **Totale 18**

**COLLEZIONE** da arricchire con più opere (8), altro (2). **Totale 10**

**DEPLIANT** tradotto in altre lingue (9), altro (1). **Totale 10**

**BIGLIETTERIA** personale un po' lento (5), altro (3). **Totale 8**

**PERCORSO** non chiaro, non si capisce bene dove ci si trova (6), altro (1). **Totale 7**

**POSTI A SEDERE** da aumentare. **Totale 5**

**ALTRO**. **Totale 25**

**TOTALE 162 SUGGERIMENTI  
MUSEO DI ROMA**





# Allegato 1: Retro Questionario

20. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**  
 Da solo/ *By myself*     Gruppo organizzato/ *Group Tour*     Coppia/ *Partner-Companion*     Amici/ *Friends*  
 Famiglia/ *Family*     Scuola/ *School*     Altro/ *Other.....*

21. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**  
 Nessuno/ *None*     Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums*     Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

22. **Aspetti da migliorare/ Features to improve**  niente/ *nothing*  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:**

**Età/Age:**  <14     14 -18     19-25     26-34     35-39     40-44     45-54     55- 64     65-74     75 e più/ *75 and more*

**Sesso/Gender:**  Uomo/ *Man*     Donna/ *Woman*

**Titolo di studio/Education:**  scuola dell'obbligo/ *primary school*     diploma superiore/ *high school*  
 laurea/ *degree*     specializzazione post laurea/ *postgraduate*

**Professione/Job:**  
 impiegato/ *employee*     casalinga/ *housewife*  
 dirigente-direttivo-quadro/ *manager-executive*     operaio/ *workman*  
 studente/ *student*     non occupato-in cerca di prima di occupazione/ *unemployed-first job seeker*  
 pensionato/ *retired*     lavoratore in proprio/ *self-employed*  
 libero professionista-imprenditore/ *freelance-businessman*  
 altro/ *other* \_\_\_\_\_

**Provenienza/Provenance:**  Roma/ *Rome*  
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specify)* \_\_\_\_\_  
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* \_\_\_\_\_