



Data 30/09/2019

Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia – Casino Nobile

10-18 Settembre 2019

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 **145** questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua **dal 10 al 18 settembre**, presso il **Casino Nobile di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 46% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea "*Luigi Boille. Luoghi di luce, scrittura del silenzio*" presso il Casino dei Principi.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 96%, un margine di errore di stima di $\pm 3,20\%$.

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 ottimo, con una media di **2,94** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (3,00), il **personale di biglietteria** (2,99), gli **orari di apertura** (2,95) e la **segnaletica interna** (2,95).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20. La **collezione** e il **personale di biglietteria** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono i **supporti digitali** (n. 30 suggerimenti) e la **segnaletica esterna** (n. 24 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 38% da turisti **stranieri**, **pensionati** (31%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (68%), 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 conoscenza del museo attraverso il **passaparola** (20% sul totale degli intervistati), segue chi risponde per **conoscenza personale** (15%) e **internet** (14%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso il passaparola siano soprattutto i nuovi visitatori, appartenenti alle fasce d'età 26-34 anni e 65-74 anni, che giungono da altre province italiane e hanno un giudizio superiore alle attese. Invece a rispondere conoscenza personale sono principalmente coloro che hanno già visitato il museo, di età adulta oltre i 45 anni, residenti a Roma, il cui giudizio è uguale alle proprie aspettative.

Il canale web prevale tra i visitatori che vengono per la prima volta al *Casino Nobile* di Villa Torlonia, di età 26-34 anni e 45-64 anni, turisti stranieri, privi di attese.

Tabella riassuntiva

Casino Nobile di Villa Torlonia - 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,31	2,00	127	18	0,613	12%	39%	0%	92%
Orari di apertura	2,95	3,00	143	2	0,217	1%	95%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,99	3,00	134	11	0,086	8%	99%	0%	100%
Guardaroba	2,24	3,00	17	128	0,970	88%	59%	0%	65%
Opere della collezione	2,86	3,00	145	0	0,353	0%	86%	0%	100%
Supporti informativi	2,82	3,00	137	8	0,436	6%	85%	0%	98%
Supporti digitali	2,43	3,00	81	64	0,688	44%	54%	0%	89%
Personale in sala	2,89	3,00	122	23	0,382	16%	92%	0%	98%
Segnaletica interna	2,95	3,00	129	16	0,227	11%	95%	0%	100%
Posti a sedere	2,68	3,00	73	72	0,468	50%	68%	0%	100%
Pulizia del sito	3,00	3,00	145	0	0,000	0%	100%	0%	100%
Libreria	2,61	3,00	83	62	0,490	43%	61%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,94	3,00	145	0	0,242	0%	94%	0%	100%

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

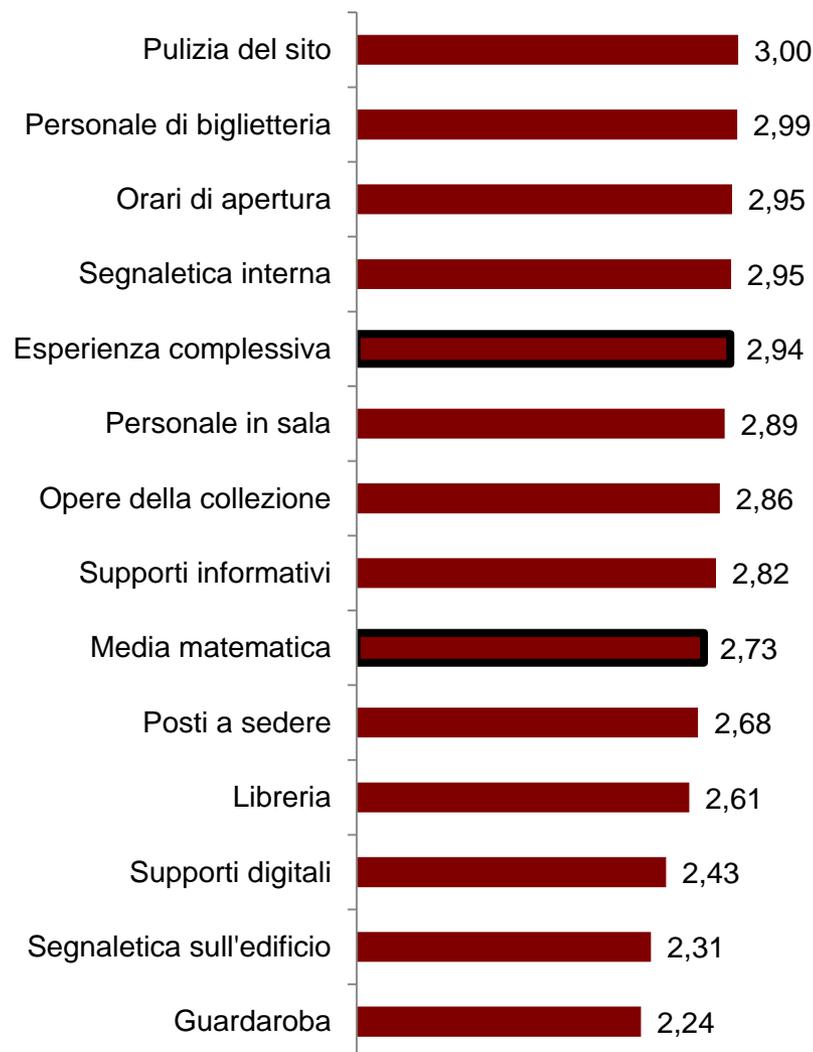
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,73).

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 la **pulizia del sito**, il **personale di biglietteria**, gli **orari di apertura** e la **segnaletica interna**.

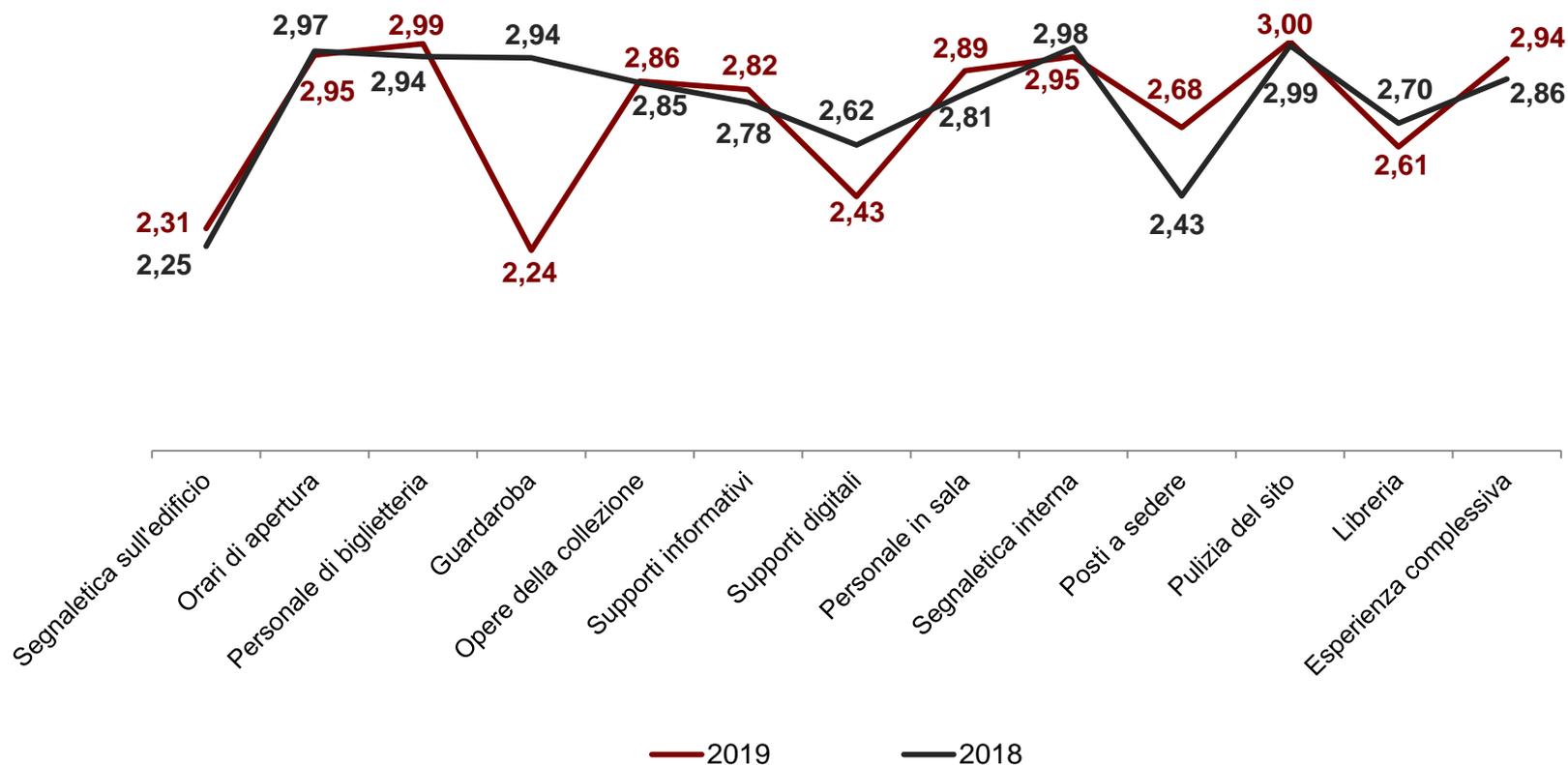
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



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.

In aumento il livello medio di soddisfazione soprattutto sul personale in sala e sui posti a sedere, mentre si registra una flessione significativa sul guardaroba (il 12% degli intervistati ha usufruito di tale servizio), seppure la media resti superiore allo standard di 2,20. Invece la discrepanza delle medie relative agli altri aspetti risulta minima.

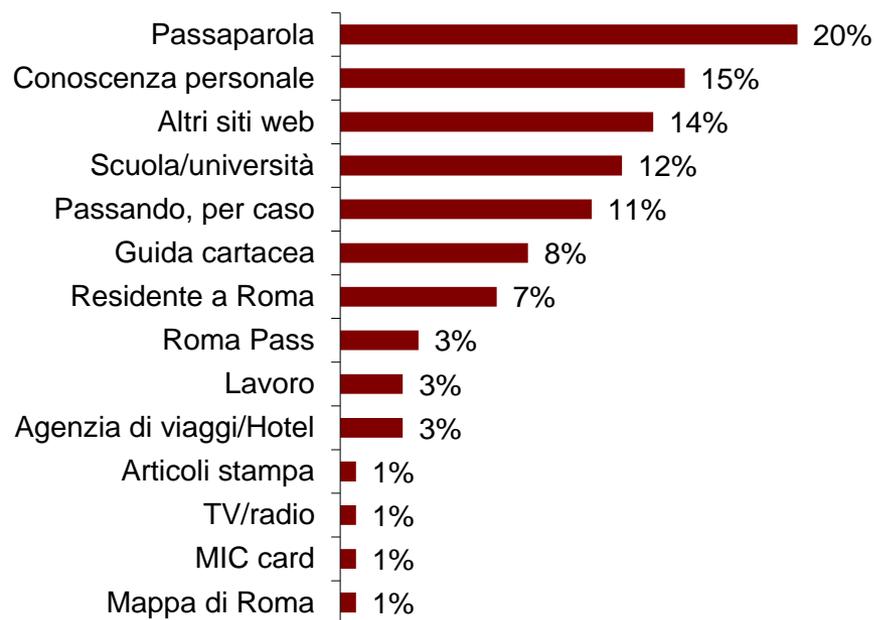


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 20% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite il “**passaparola**” (25% nel 2018), il 15% risponde per “**conoscenza personale**” (in aumento dal 10% dell’indagine scorsa), mentre scende la percentuale di coloro che lo hanno conosciuto attraverso “**internet**” (passano dal 22% al 14%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso il passaparola siano soprattutto i nuovi visitatori, appartenenti alle fasce d’età 26-34 anni e 65-74 anni, che giungono da altre province italiane e hanno un giudizio superiore alle attese. Invece a rispondere conoscenza personale sono stati principalmente coloro che hanno già visitato il museo, di età adulta oltre i 45 anni, residenti a Roma, il cui giudizio è uguale alle proprie aspettative.

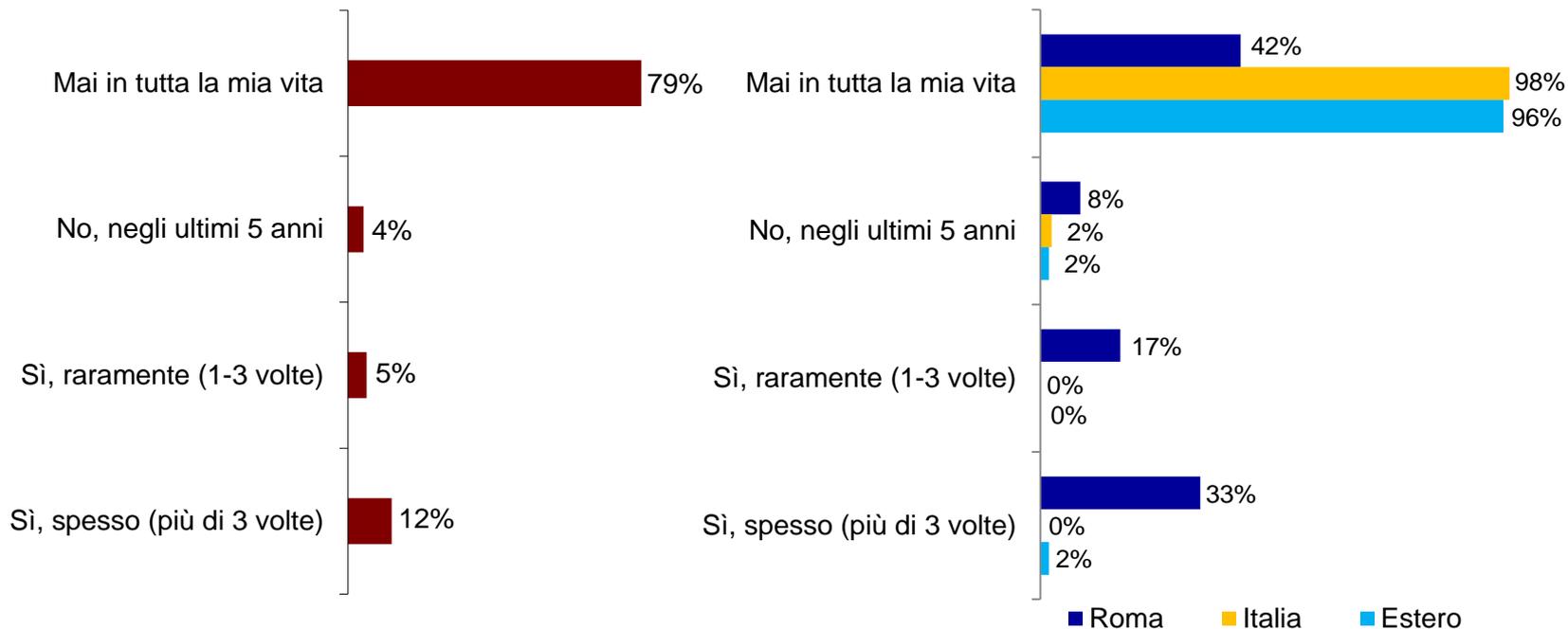
Il canale web prevale tra i visitatori che vengono per la prima volta al *Casino Nobile* di Villa Torlonia, di età 26-34 anni e 45-64 anni, turisti stranieri, privi di attese.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben il 79% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima al *Casino Nobile di Villa Torlonia*, il 17% vi è già stato (di cui il 12% “**più di tre volte**” e il 5% “**da una a tre volte**”), mentre il restante 4% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

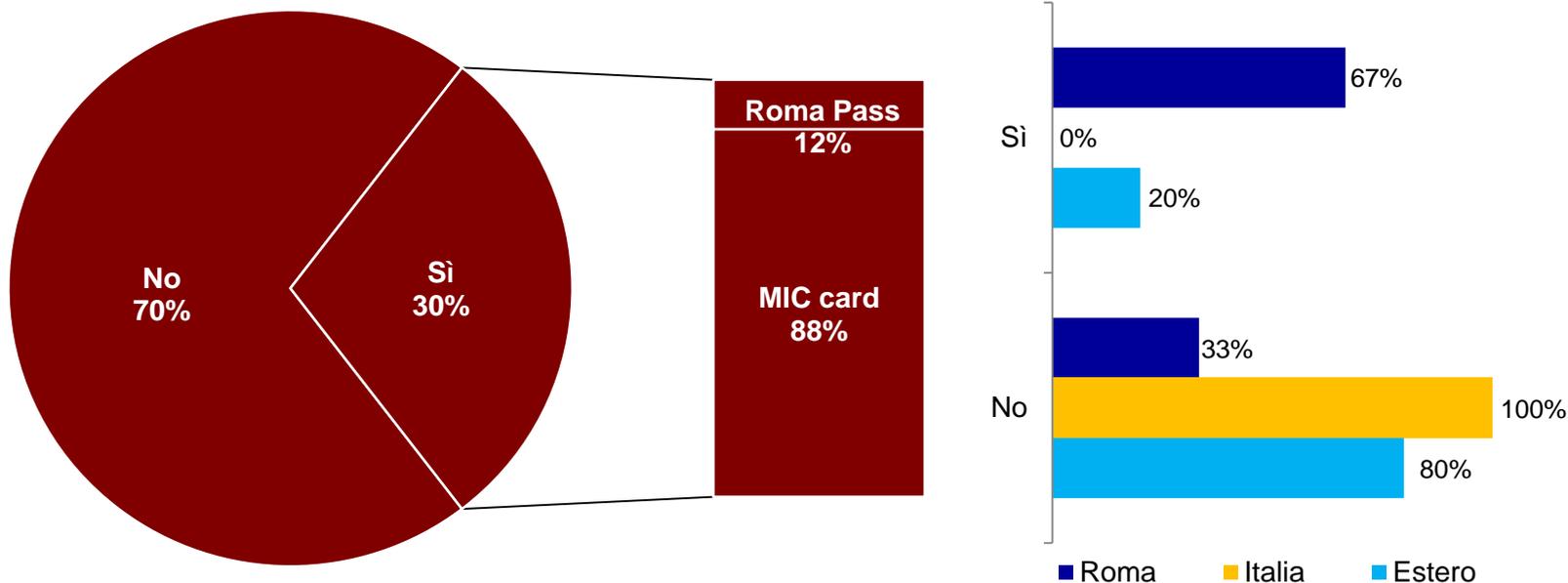
Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), che non hanno usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, privi di attese a priori e hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece ad avere già visto il *Casino Nobile* sono prevalentemente i visitatori romani, la maggior parte di essi ha utilizzato la *MIC card*, il loro giudizio è uguale alle attese e hanno frequentato meno di tre musei in quest’ultimo anno.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 30% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui l'88% si riferisce alla **MIC card** e il restante 12% alla **Roma Pass**), mentre il 70% afferma di non averla utilizzata affatto.

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), laureati, già stati in questo museo, il cui giudizio è uguale alle proprie attese. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Casino Nobile* di Villa Torlonia sono principalmente i turisti, diplomati, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.

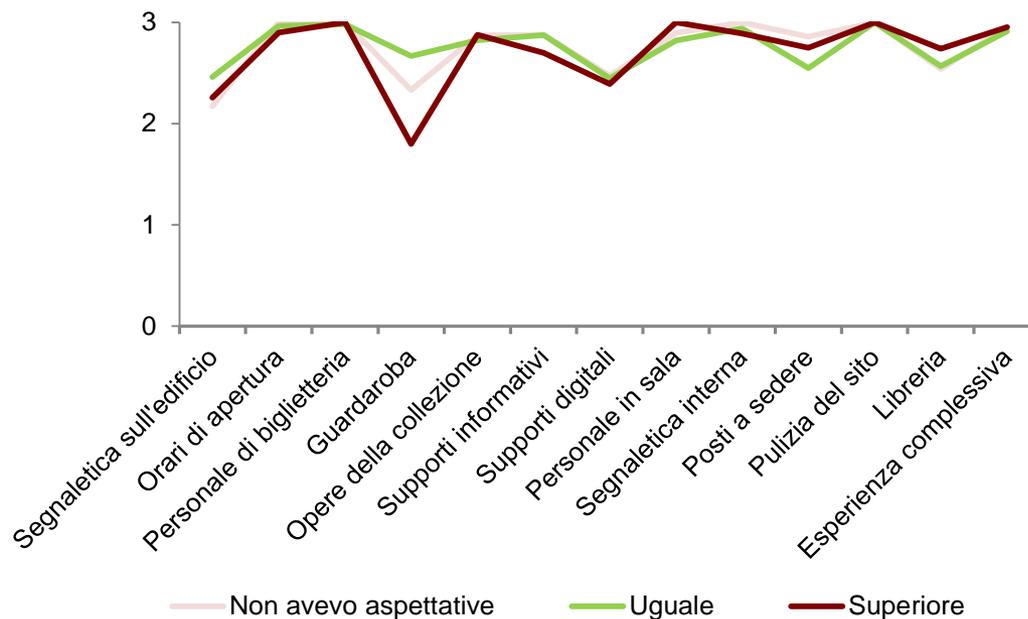
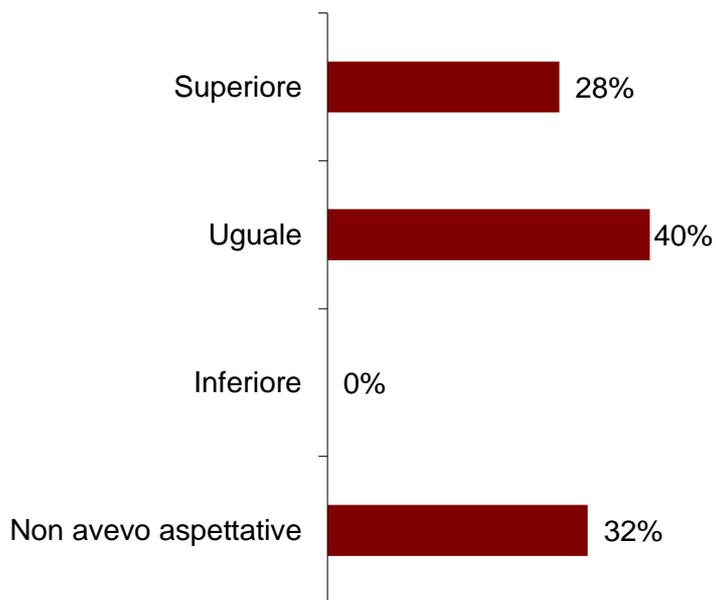


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 32% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 40% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese e per il 28% è superiore. Nessuno degli intervistati ritiene tale museo inferiore rispetto alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano in particolare i turisti, sia italiani (senza attese) che stranieri (giudizio superiore alle attese), nuovi visitatori, che nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei. Invece tra coloro che hanno un giudizio uguale alle aspettative prevalgono i cittadini romani, alcuni già stati al *Casino Nobile* di Villa Torlonia e hanno visitato più di tre musei in quest'ultimo anno.

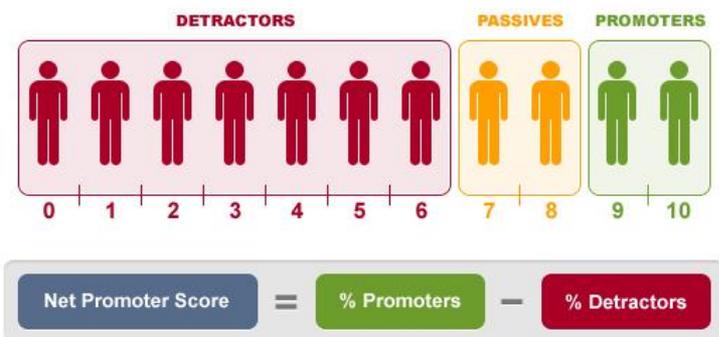
Coloro che hanno un giudizio superiore o uguale alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante), tranne che sul servizio di guardaroba, che risulta meno soddisfacente per chi rilascia un giudizio superiore alle proprie attese.



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 *Casino Nobile* è pari a **68%**; il 32% 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).



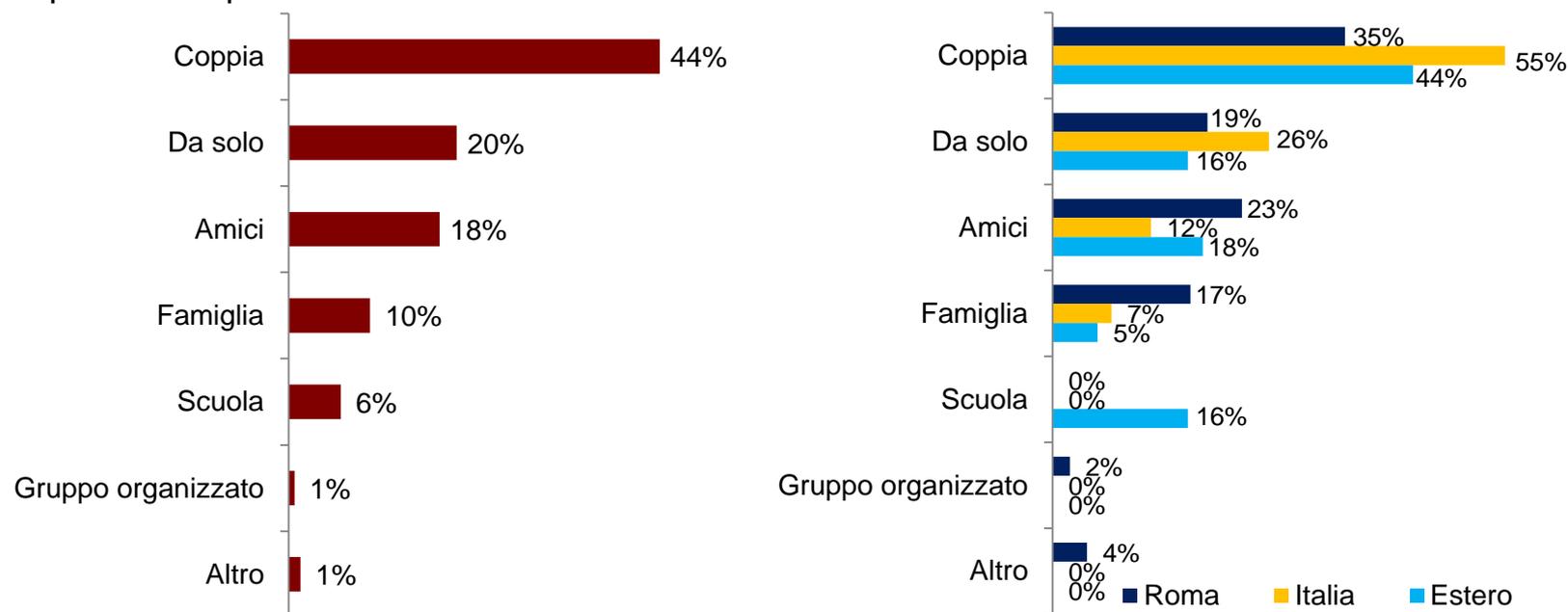
NET PROMOTER SCORE Casino Nobile di Villa Torlonia 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	4	43	58	40
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	29%	40%	28%
DETRACTORI = 0%							PASSIVI = 32%		PROMOTORI = 68%	
68% - 0% = 68%										

Con chi ha visitato il museo

Il 44% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo **“in coppia”**, il 20% vi si è recato **“da solo”**, il 18% con **“amici”**, il 10% con la propria **“famiglia”**, il 6% con la **“scuola”**, l'1% con un **“gruppo organizzato”**, e il restante 1% risponde **“altro”**.

Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto i turisti italiani (*cfr.* grafico in basso a destra), di età 55-74 anni, nuovi visitatori, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi.

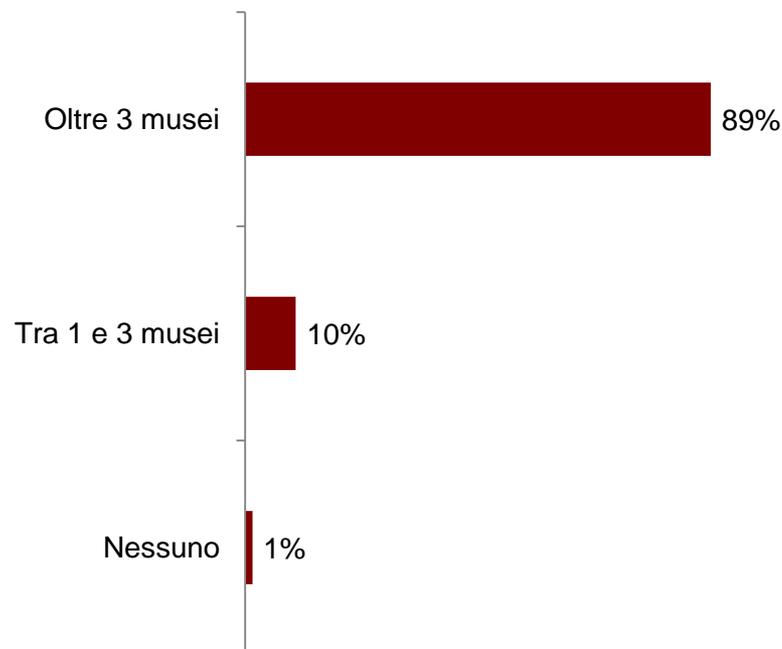
A recarsi da soli sono principalmente coloro che giungono da altre province italiane, appartenenti alle fasce d'età 26-34 anni e 40-54 anni, vengono per la prima volta in questo museo, laureati e il loro giudizio è uguale alle attese. Invece a venire con i propri amici sono in particolare i visitatori romani, alcuni già stati al *Casino Nobile*, diplomati e una parte di essi dichiara di non avere aspettative a priori.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben l'89% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 10% risponde **“tra uno e tre musei”**, mentre solo un 1% dei visitatori afferma di non essere stato in altri musei.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, il cui giudizio è uguale alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori diplomati, con un giudizio superiore alle proprie attese.



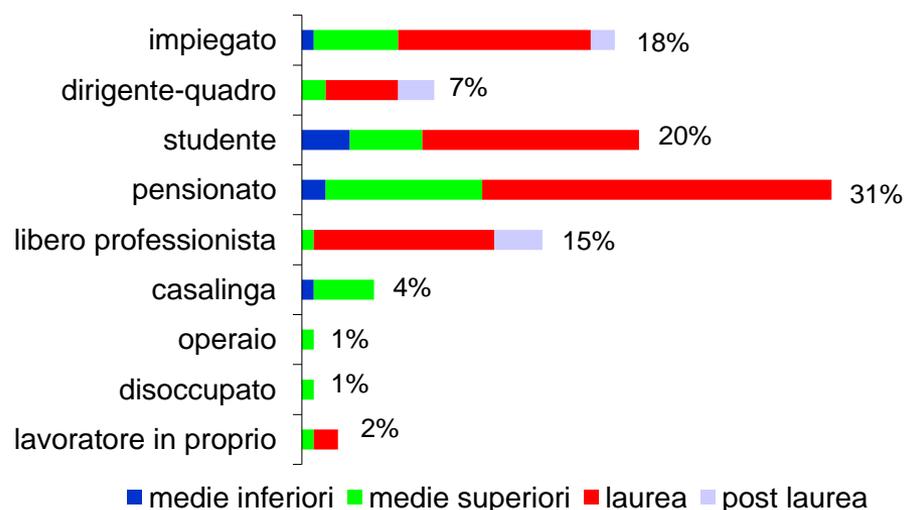
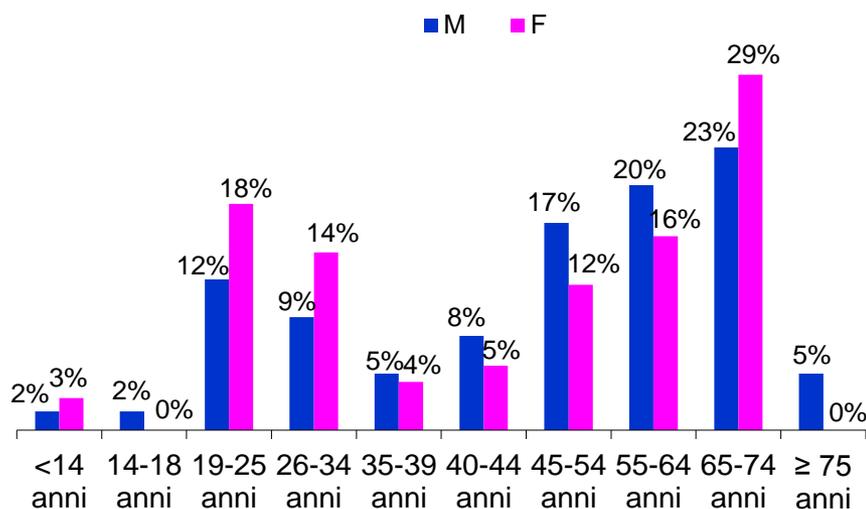
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (54%; lo scorso anno era il 56% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-34 anni e 65-74 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 57% sul totale degli intervistati (65% nel 2018). Invece le fasce dei giovani di età 19-34 anni rappresentano il 27% (in aumento dal 20% dello scorso anno).

Il 68% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (63% nell'indagine precedente).

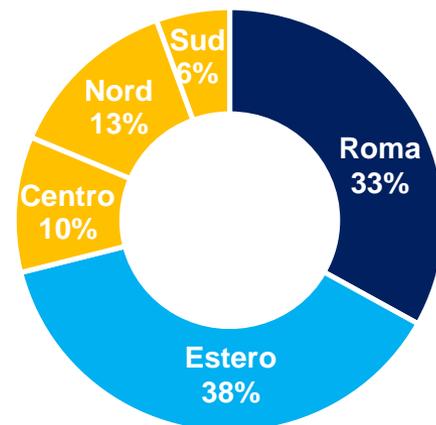
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** col 31% sul totale (in flessione rispetto al 39% emerso nella scorsa indagine), poi seguono gli occupati dipendenti (18%; erano il 14% nel 2018) e gli studenti (in aumento dall'11% dello scorso anno al 20%). In discesa i liberi professionisti (15%; nel 2018 la percentuale era pari al 23%).



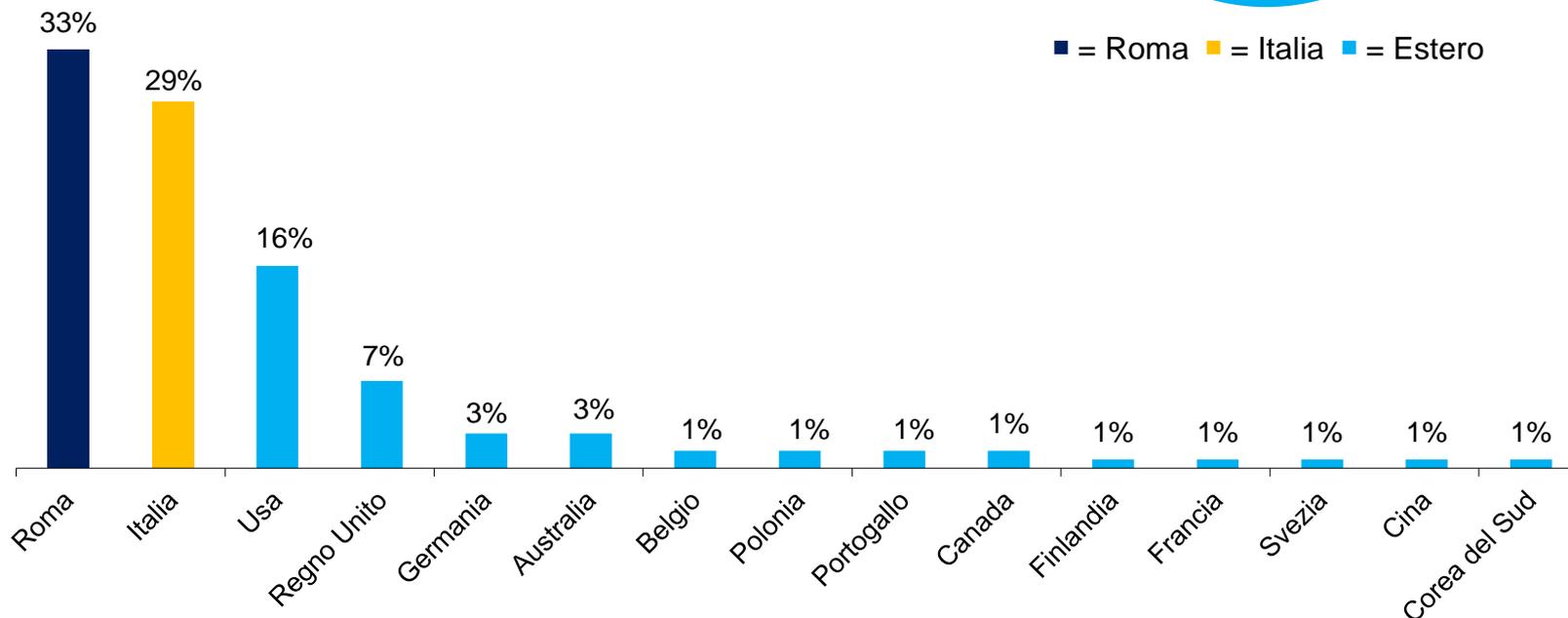
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 38% del campione intervistato proviene dall'**estero** (in aumento dal 33% dell'indagine precedente), il 33% è costituito dai residenti a Roma (41% nel 2018), mentre coloro che giungono da altre province italiane raggiungono il 29% (lo scorso anno erano il 26%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **statunitense** che raggiunge il 16% 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. La pulizia del sito non è stata inserita nella tabella sottostante poiché il coefficiente di correlazione è nullo.

Casino Nobile 2019***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,022	0,053	0,361	-0,196*	0,192*	0,166	0,035	0,019	0,184	-0,108	-0,106
Orari di apertura	0,022	1,000	-0,021		-0,003	-0,092	0,077	-0,069	-0,053	0,164	-0,126	-0,059
Personale in biglietteria	0,053	-0,021	1,000	-0,392	-0,036	0,238**	0,196	0,324**		0,174		0,323**
Guardaroba	0,361		-0,392	1,000		-0,365	-0,237	-0,108	0,096	-0,612	0,586	-0,206
Opere della collezione	-,196*	-0,003	-0,036		1,000	0,259**	-0,067	-0,120	-0,003	-0,121	0,272*	0,381**
Supporti informativi	,192*	-0,092	0,238**	-0,365	0,259**	1,000	0,315**	0,052	0,116	0,085	0,141	0,245**
Supporti digitali	0,166	0,077	0,196	-0,237	-0,067	0,315**	1,000	0,255*	0,100	0,403**	0,108	0,116
Personale in sala	0,035	-0,069	0,324**	-0,108	-0,120	0,052	0,255*	1,000	0,099	0,036	0,203	0,078
Segnaletica interna	0,019	-0,053		0,096	-0,003	0,116	0,100	0,099	1,000	0,021	-0,130	-0,057
Posti a sedere	0,184	0,164	0,174	-0,612	-0,121	0,085	0,403**	0,036	0,021	1,000	0,057	0,012
Libreria	-0,108	-0,126		0,586	0,272*	0,141	0,108	0,203	-0,130	0,057	1,000	0,116
Esperienza complessiva	-0,106	-0,059	0,323**	-0,206	0,381**	0,245**	0,116	0,078	-0,057	0,012	0,116	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 *Casino Nobile* la **collezione** e il **personale di biglietteria** rappresentano gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

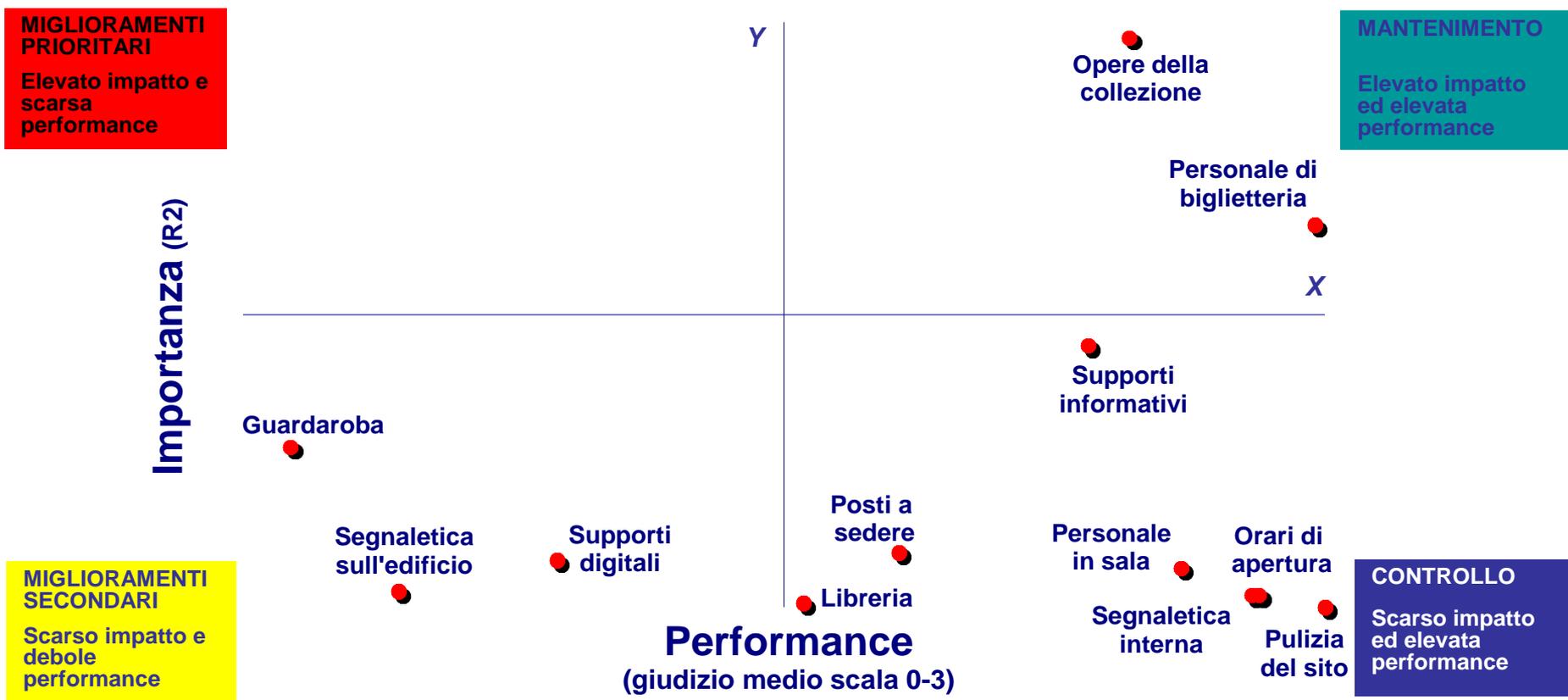
Tra gli aspetti indagati la segnaletica sull'edificio, gli orari di apertura, il servizio di guardaroba e la segnaletica interna hanno un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa (*cfr.* slide precedente).

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Casino Nobile di Villa Torlonia - 2019</i>	
Opere della collezione	0,381
Personale di biglietteria	0,323
Supporti informativi	0,245

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **collezione** e il **personale di biglietteria** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti (quadrante in alto a destra), mentre 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

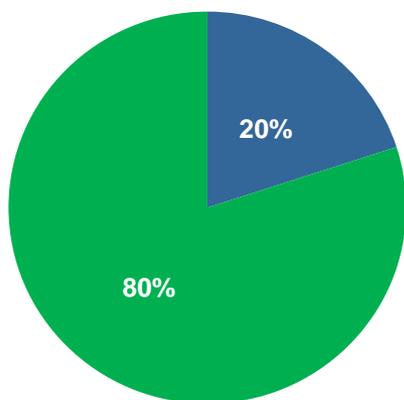
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è appena sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (12 individui per il *Cluster 1* e 48 per il *Cluster 2*; i casi mancanti sono 85).

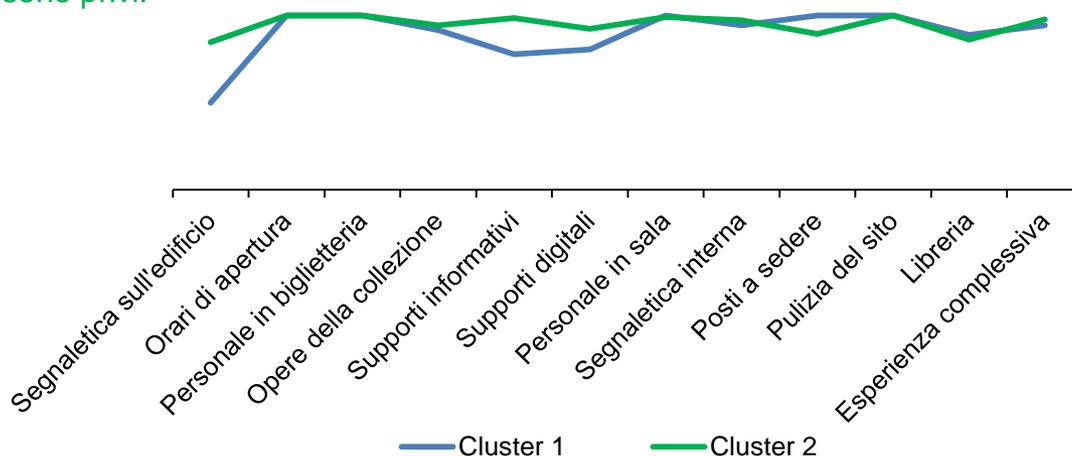
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più basso sui vari aspetti indagati (soprattutto sulla segnaletica sull'edificio), mentre la 2° tipologia dei **Molto soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più alto, tranne che sui posti a sedere.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne, residenti a Roma, di età 19-34 anni e 40-54 anni, diplomati, studenti e dirigenti/quadri, alcune già stati al Casino Nobile, scoprono il museo attraverso il passaparola, vengono con amici o con la famiglia, giudizio uguale alle aspettative.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza uomini, turisti, di età adulta oltre i 55 anni, laureati, pensionati e liberi professionisti, nuovi visitatori, scoprono il museo entrando nella Villa o tramite guide cartacee, vengono in coppia, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



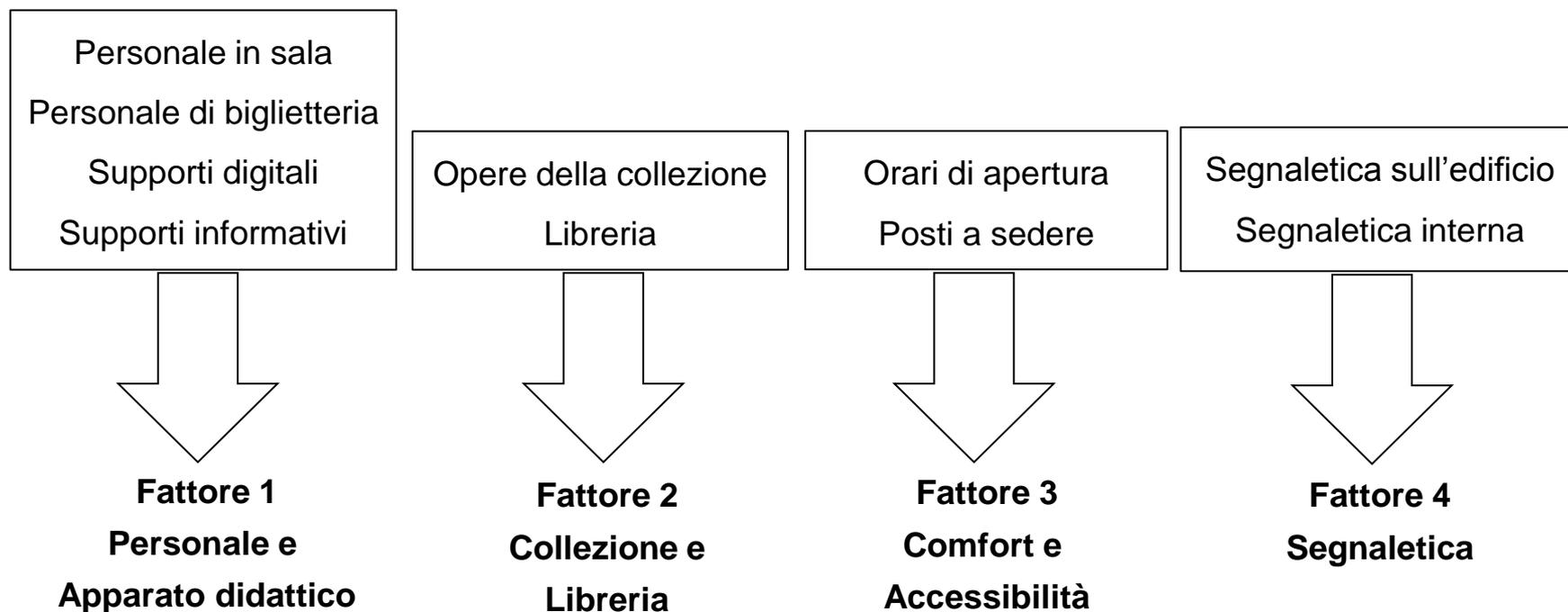
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

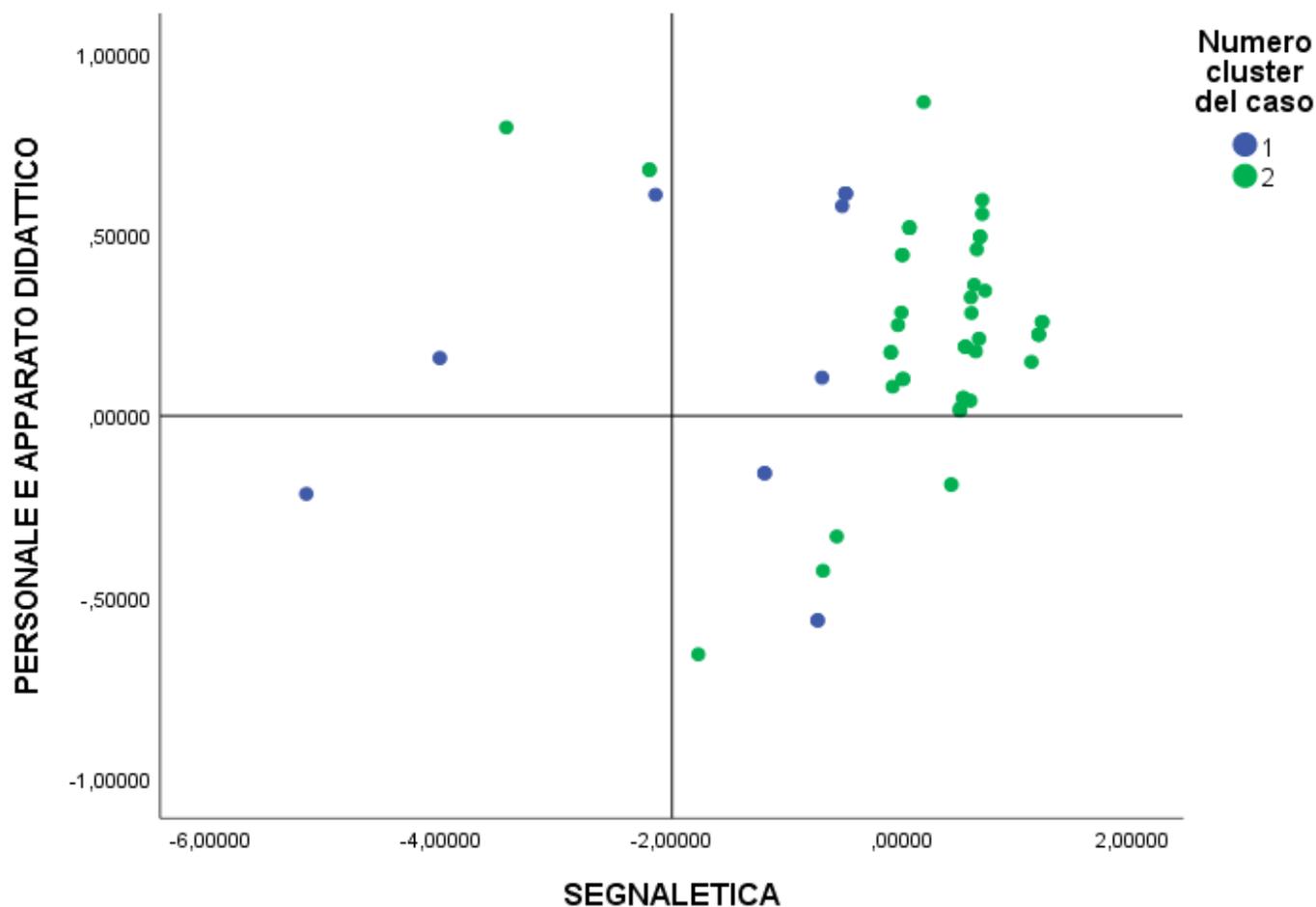
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e la pulizia del sito sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo 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 2, ovvero quello dei “*Molto Soddisfatti*” mostra una maggiore soddisfazione su entrambi i fattori, mentre il Cluster 2 evidenzia una maggiore dispersività sui giudizi medi rilasciati dai visitatori intervistati, soprattutto sul Fattore 4 (*Segnaletica*).



Suggerimenti 1/2

NIENTE da migliorare. **Totale 45**

ELOGI buoni i contenuti dell'audioguida (4), piace il museo (3), i dipinti della Scuola Romana (1) e il personale di biglietteria (1). **Totale 9**

SUPPORTI DIGITALI il video è solo in italiano, mancano dei sottotitoli in inglese, non comprensibile per i visitatori stranieri (18), più interattività (6), altro (6). **Totale 30**

SEGNALETICA ESTERNA più indicazioni per trovare la biglietteria (16), da aumentare all'interno della Villa (6), altro (5). **Totale 27**

ESTERNO maggiore cura del parco e diserbo. **Totale 24**

SUPPORTI INFORMATIVI troppo didascalici, maggiori dettagli e informazioni sul sito museale, più aneddoti , anche sulla funzione di utilizzo delle varie stanze (10), altro (7). **Totale 17**

AMBIENTI NON VISITABILI bunker sempre accessibile (7), aprire la terrazza (5), altro (1). **Totale 13**

PUBBLICITÀ maggiore promozione del museo, poco conosciuto. **Totale 12**

ASSISTENZA IN SALA personale non parla inglese. **Totale 6**

GUARDAROBA pochi armadietti, alcuni non funzionanti e mancano le chiavi. **Totale 6**

Suggerimenti 2/2

BIGLIETTO caro, dovrebbe includere l'audioguida. **Totale 5**

LIBRERIA maggiore assortimento di testi in inglese. **Totale 5**

ALLESTIMENTO modernizzare la sala video, è spoglia e angusta. **Totale 4**

AUDIOGUIDA non è interattiva. **Totale 4**

POSTI A SEDERE mancano delle panche, anche per ascoltare l'audioguida e ammirare la collezione. **Totale 4**

COLLEZIONE aggiungere degli arredi, più dipinti della Scuola Romana. **Totale 4**

ALTRO. Totale 13

**TOTALE 174 SUGGERIMENTI
CASINO NOBILE DI VILLA TORLONIA**

Allegato 1: Retro Questionario

20. Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with? <input type="checkbox"/> Da solo/ <i>By myself</i> <input type="checkbox"/> Gruppo organizzato/ <i>Group Tour</i> <input type="checkbox"/> Coppia/ <i>Partner-Companion</i> <input type="checkbox"/> Amici/ <i>Friends</i> <input type="checkbox"/> Famiglia/ <i>Family</i> <input type="checkbox"/> Scuola/ <i>School</i> <input type="checkbox"/> Altro/ <i>Other.....</i>	
21. Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited? <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>	
22. Aspetti da migliorare/ Features to improve <input type="checkbox"/> niente/ <i>nothing</i> <hr/> <hr/> <hr/>	
<u>DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:</u>	
<u>Età/Age:</u> <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 e più/ <i>75 and more</i>	
<u>Sesso/Gender:</u> <input type="checkbox"/> Uomo/ <i>Man</i> <input type="checkbox"/> Donna/ <i>Woman</i>	
<u>Titolo di studio/Education:</u> <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>	
<u>Professione/Job:</u> <input type="checkbox"/> impiegato/ <i>employee</i> <input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i> <input type="checkbox"/> dirigente-direttivo-quadro/ <i>manager-executive</i> <input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i> <input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i> <input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i> <input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i> <input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i> <input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i> <input type="checkbox"/> altro/ <i>other</i> _____	
<u>Provenienza/Provenance:</u> <input type="checkbox"/> Roma/ <i>Rome</i> <input type="checkbox"/> Altra provincia italiana/ <i>Other Italian province (specify)</i> _____ <input type="checkbox"/> Altra nazionalità/ <i>Other nationality (specify)</i> _____	