



Data 04/10/2019

Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia – Casina delle Civette

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 **137** questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* in lingua **dal 10 al 18 settembre** presso la **Casina delle Civette di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 37% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea "*Clara Garesio. Mirabilia e Naturalia. Ceramiche e carte*".

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 $\pm 3,29\%$.

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 **2,87** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono la **pulizia del sito** (3,00), gli **orari di apertura** (2,96), il **personale di biglietteria** (2,95) e **in sala** (2,91), la **segnaletica interna** (2,88).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Il **personale** (sia **in sala** che **di biglietteria**) e le **opere della collezione** sono gli aspetti ritenuti in assoluto più importanti e soddisfacenti, ma anche quelli più correlati al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (*cf.* pp. 17-19).

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emergono la **segnaletica esterna** (n. 35 suggerimenti), i **supporti informativi** (n. 14 suggerimenti) e la **manutenzione esterna** (n. 14 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 36% da turisti **stranieri**, **pensionati** (34%) e **impiegati** (22%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (61%), soprattutto appartenenti alle fasce d'età **45-74 anni** (55% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevalgono il **passaparola** e **internet**, che raggiungono rispettivamente il 22% e 21% sul totale degli intervistati.

È significativo che il passaparola sia predominante in particolare per i turisti italiani, di età 55-74 anni, nuovi visitatori, laureati, con un giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti. Invece il canale web prevale tra i visitatori stranieri, di età 19-34 anni, che vengono per la prima volta, laureati, il cui giudizio è superiore alle attese o non ne hanno, in generale si ritengono abbastanza soddisfatti.

Tabella riassuntiva

Casina delle Civette 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	2,23	2,00	109	28	0,777	20%	40%	4%	86%
Orari di apertura	2,96	3,00	136	1	0,206	1%	96%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,95	3,00	121	16	0,218	12%	95%	0%	100%
Guardaroba	2,75	3,00	8	129	0,707	94%	88%	0%	88%
Opere della collezione	2,84	3,00	137	0	0,388	0%	85%	0%	99%
Supporti informativi	2,77	3,00	123	14	0,458	10%	79%	0%	98%
Personale in sala	2,91	3,00	67	70	0,336	51%	93%	0%	99%
Segnaletica interna	2,88	3,00	108	29	0,327	21%	88%	0%	100%
Posti a sedere	2,71	3,00	17	120	0,686	88%	82%	0%	88%
Pulizia del sito	3,00	3,00	137	0	0,000	0%	100%	0%	100%
Esperienza complessiva	2,87	3,00	136	1	0,340	1%	87%	0%	100%

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

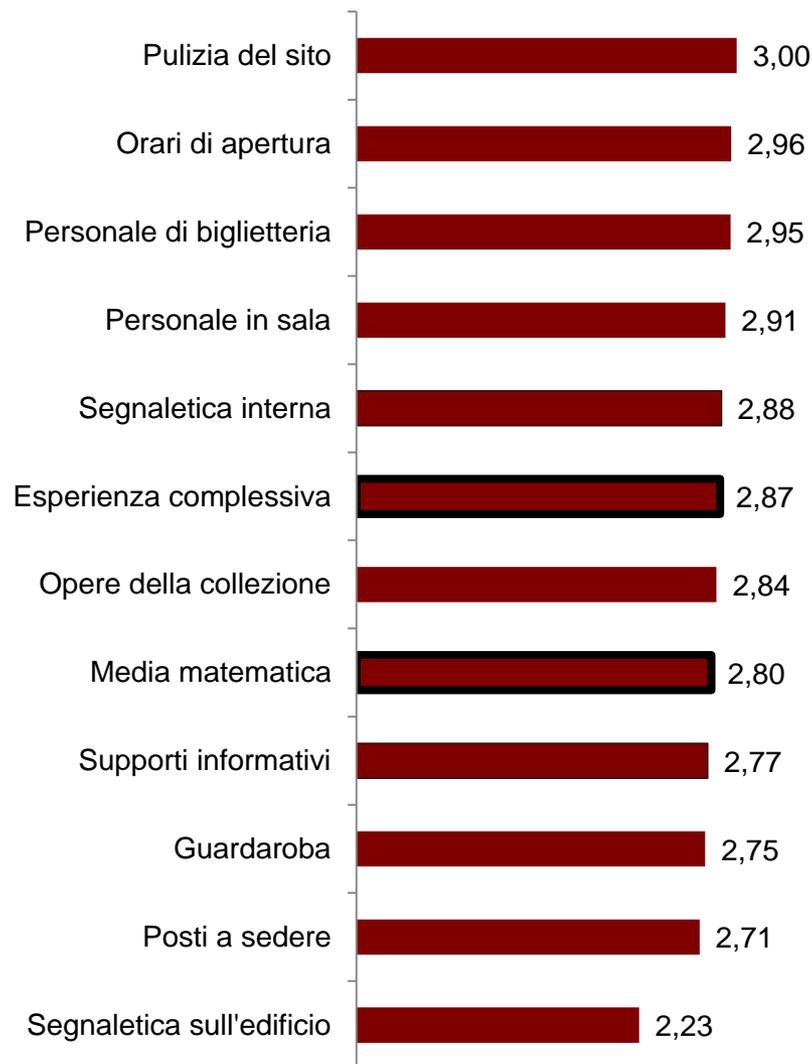
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,80).

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**, gli **orari di apertura**, il **personale** (sia di **biglietteria** che **in sala**), la **segnaletica interna**.

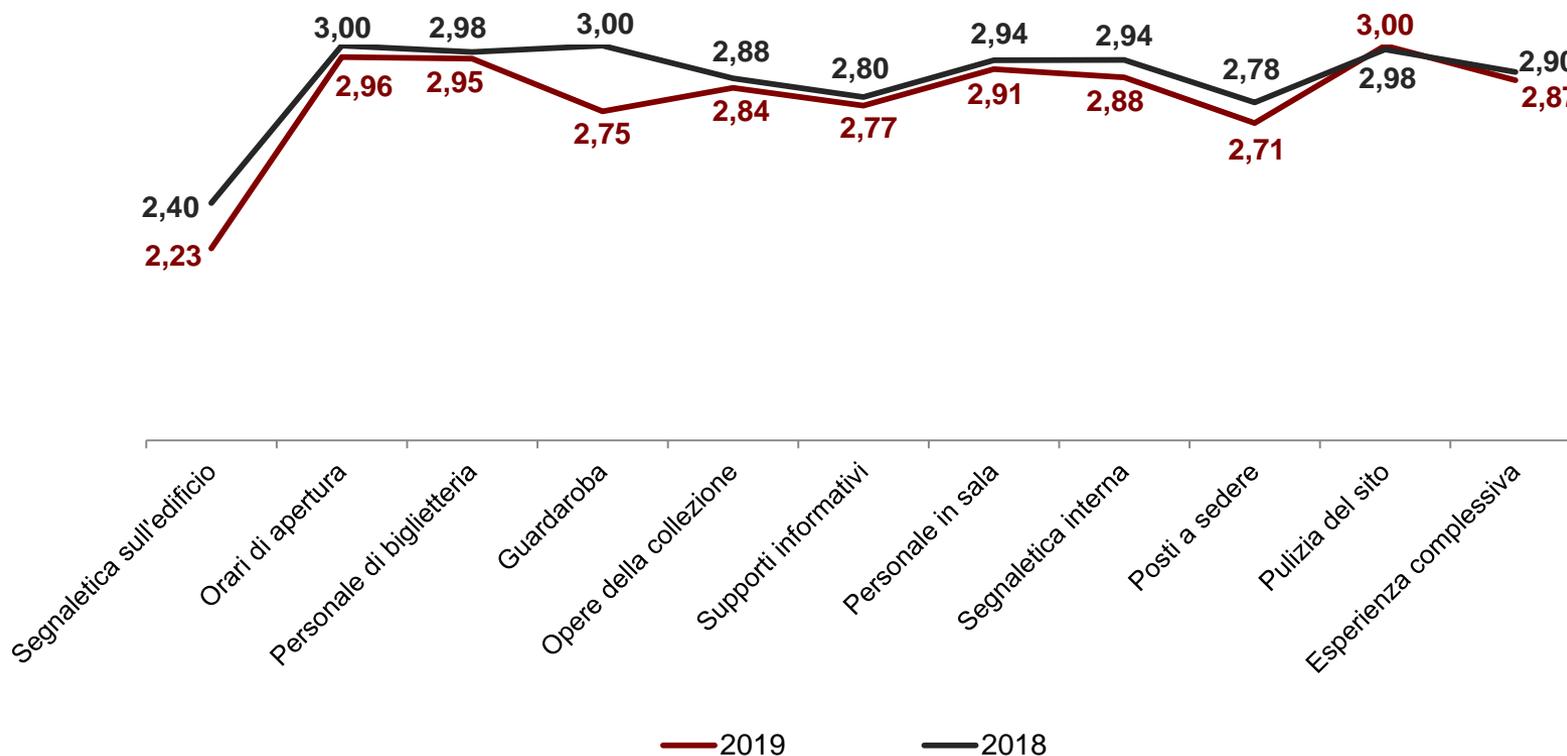
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare, anche se si registra una lieve flessione del livello di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti.

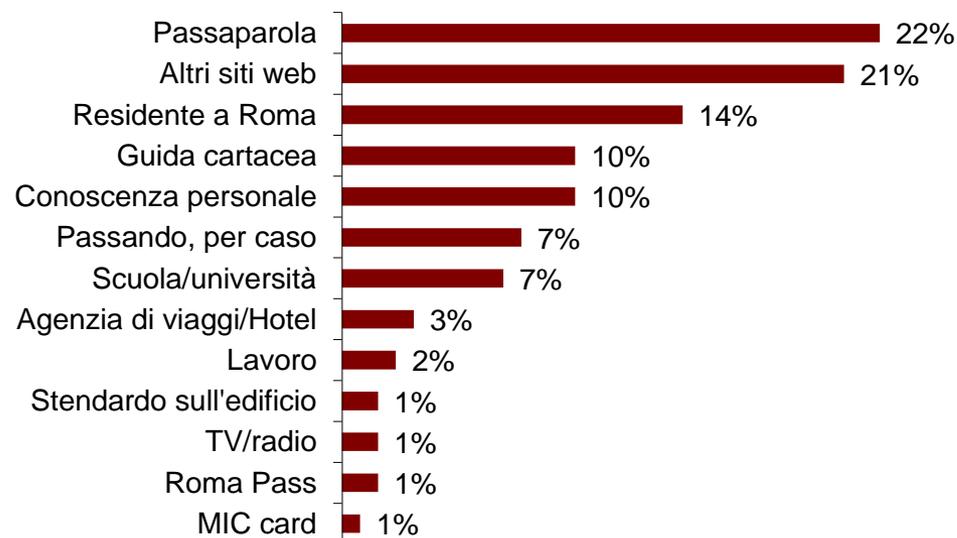
In particolare diminuisce il giudizio medio sul guardaroba (anche se solo il 6% degli intervistati ha usufruito di tale servizio) e sulla segnaletica sull'edificio, ma in entrambi i casi il valore resta superiore allo standard di 2,20. Invece la soddisfazione media sulla pulizia del sito aumenta ulteriormente, passando da 2,98 a 3,00.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 22% del campione intervistato è venuto a conoscenza di questo museo tramite il “**passaparola**” (in calo dal 30% della precedente indagine), il 21% attraverso “**internet**” (diminuisce dal 31% emerso nel 2018), mentre il 14% risponde di conoscerlo perché “**residente a Roma**” (era 13% lo scorso anno). Si evidenzia l’incremento percentuale di chi risponde “**guida cartacea**” (da 5% a 10%) e “**passando, per caso**” (da 2% a 7%) .

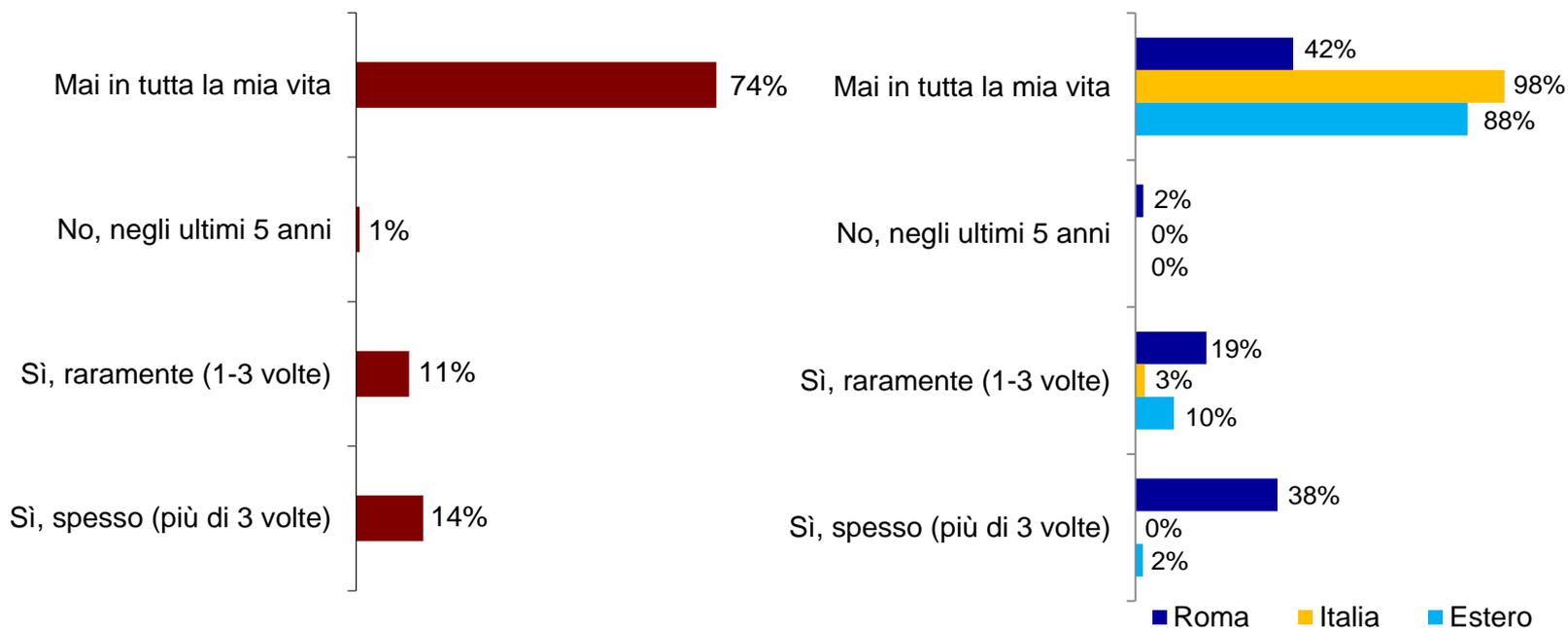
È significativo che il passaparola sia predominante in particolare per i turisti italiani, di età 55-74 anni, nuovi visitatori, laureati, con un giudizio superiore alle aspettative, nel complesso molto soddisfatti. Invece il canale web prevale tra i visitatori stranieri, di età 19-34 anni, che vengono per la prima volta, laureati, il cui giudizio è superiore alle attese o non ne hanno, in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Infine i romani dichiarano di avere conosciuto tale museo soprattutto perché risiedono in zona, hanno un’età adulta al di sopra dei 65 anni, diplomati, alcuni già stati alla *Casina delle Civette* e hanno utilizzato la *MIC card* per entrare, il loro giudizio è uguale alle aspettative e si dichiarano molto/abbastanza soddisfatti della loro esperienza.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 74% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima alla *Casina delle Civette di Villa Torlonia*, il 25% vi è già stato (di cui il 14% “**più di tre volte**” e l’11% “**da una a tre volte**”), mentre il restante 1% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

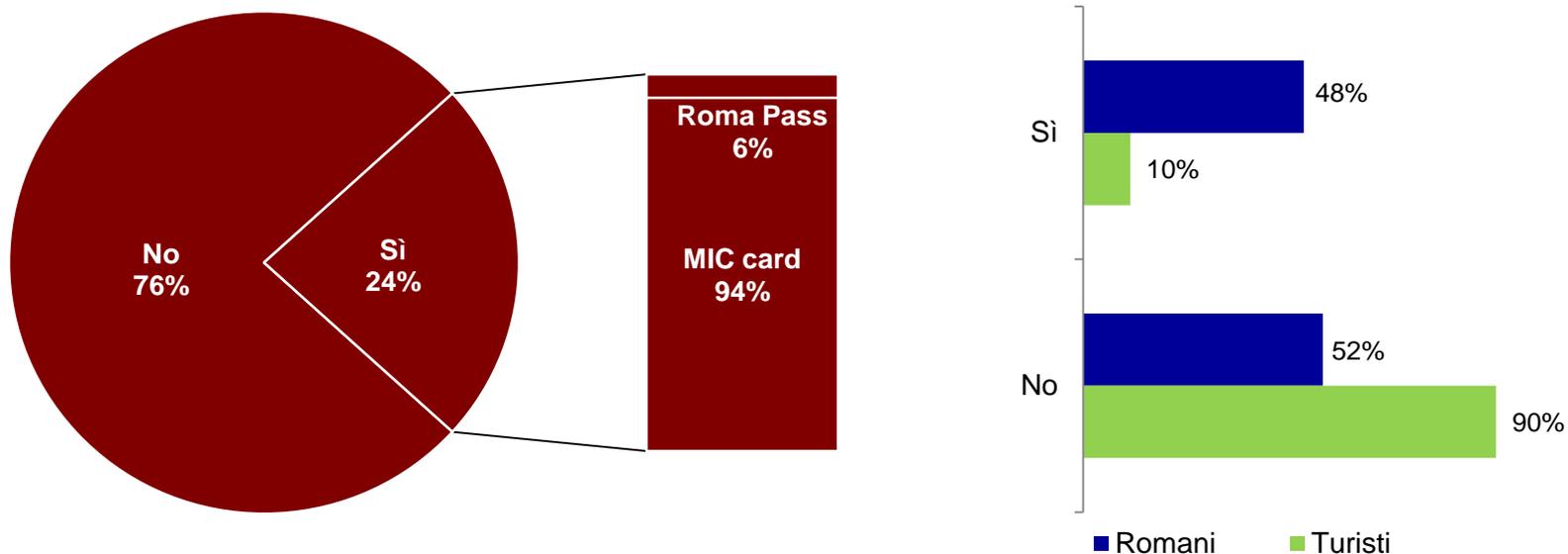
Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (*cf.* grafico sottostante a destra), che non utilizzano alcuna card per entrare, hanno visitato meno di tre musei nell’ultimo anno, il loro giudizio è superiore alle attese o ne sono privi, in generale abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già frequentato la *Casina delle Civette* sono prevalentemente i visitatori romani, la metà di essi ha usufruito della *MIC card*, sono stati in più di tre musei nell’ultimo anno, hanno un giudizio uguale alle attese e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 24% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 94% si riferisce alla **MIC card** e il restante 6% alla **Roma Pass**), mentre il 76% afferma di non averla utilizzata. Risulta significativo che a non fruire di alcuna card per entrare in tale museo siano principalmente i turisti, diplomati, che vengono per la prima volta alla *Casina delle Civette*, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale si ritengono abbastanza soddisfatti e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

Invece ad entrare con una card (*MIC card*) sono in prevalenza i visitatori romani (*cfr.* grafico in basso a destra), laureati, alcuni già stati in questo museo, il loro giudizio è uguale alle proprie attese, molto soddisfatti dell'esperienza complessiva e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

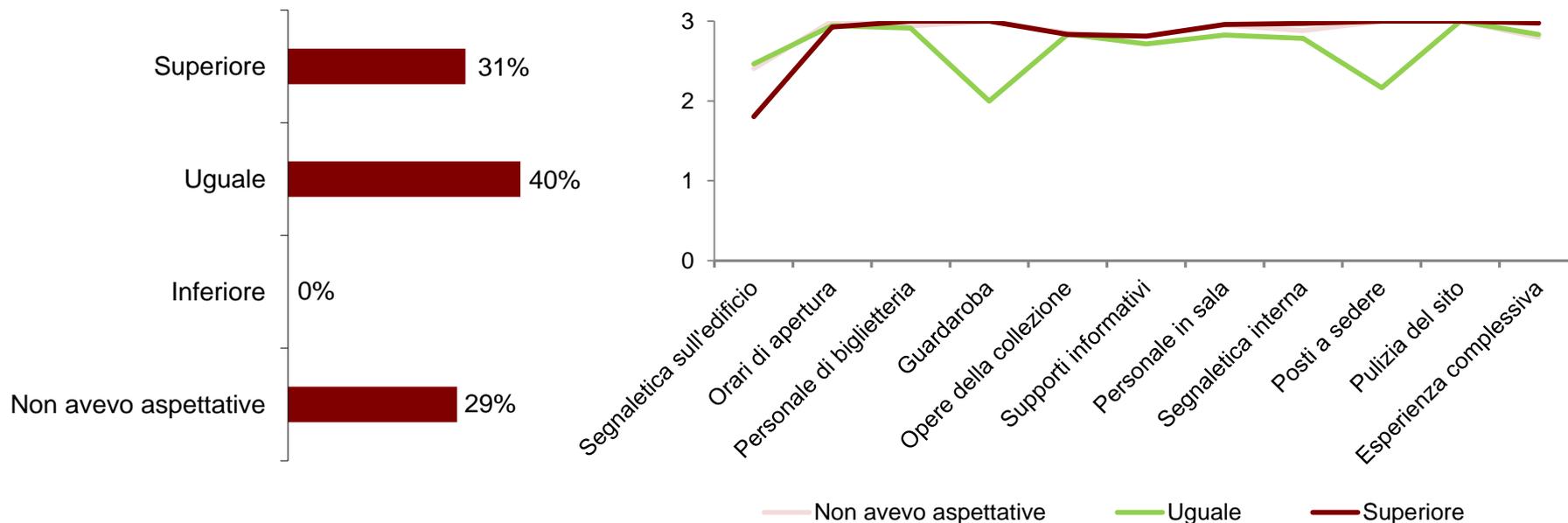


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 29% 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 31% è superiore. Nessuno degli intervistati ritiene tale museo inferiore rispetto alle aspettative.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano soprattutto i turisti, nuovi visitatori, molto soddisfatti della loro esperienza complessiva e hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono in particolare i romani, che hanno già visitato la *Casina delle Civette*, in generale si ritengono abbastanza soddisfatti e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei.

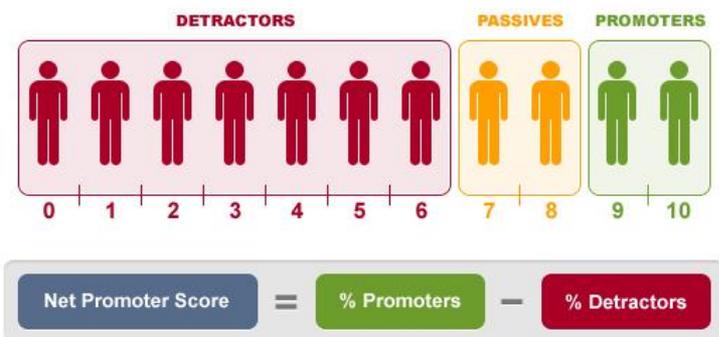
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti, ad eccezione della segnaletica sull'edificio (*cf.* grafico sottostante) poiché tale aspetto è stato maggiormente gradito da chi ha un giudizio uguale alle proprie attese o ne è privo.



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 *Casina delle Civette* è pari a **61%**; il 39% 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).

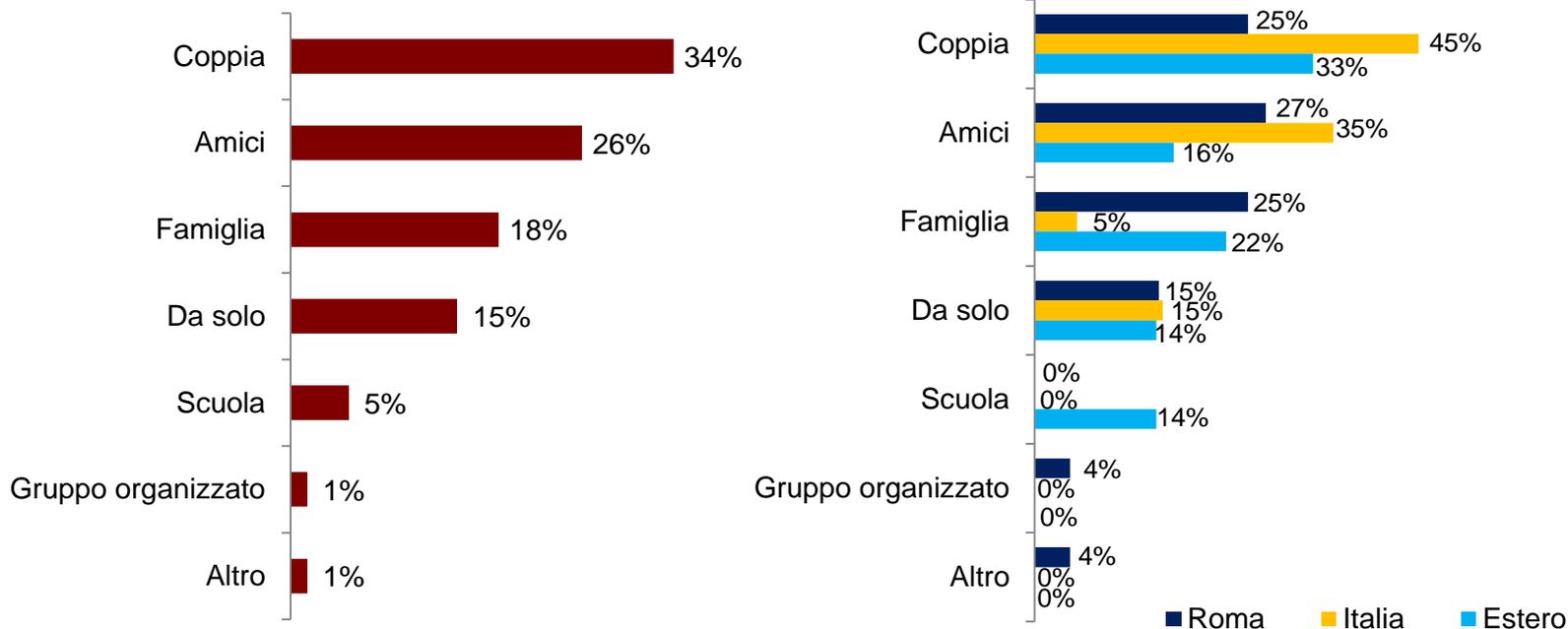


NET PROMOTER SCORE Casina delle Civette 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	0	17	37	31	52
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	12%	27%	23%	38%
DETRACTORI = 0%							PASSIVI = 39%	PROMOTORI = 61%		
61% - 0% = 61%										

Con chi ha visitato il museo

Il 34% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in **“coppia”**, il 26% in compagnia di **“amici”**, il 18% con la propria **“famiglia”**, il 15% vi si reca **“da solo”**, il 5% con la **“scuola”**, un 1% in **“gruppo organizzato”** e un 1% risponde **“altro”**.

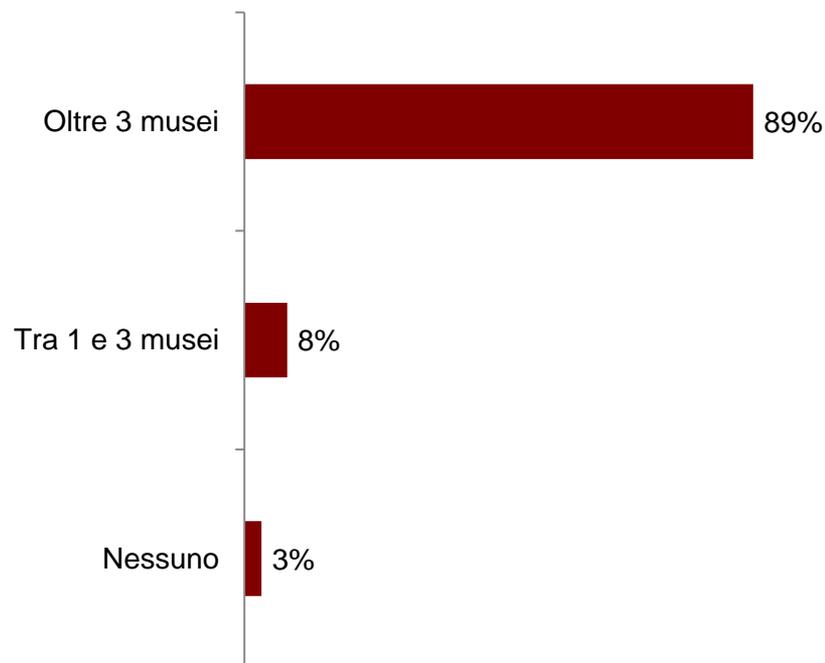
Risulta significativo che a venire in coppia o con amici siano soprattutto i visitatori italiani (cfr. grafico in basso a destra), che non hanno utilizzato una card per entrare nel museo e nell'ultimo anno si sono recati in più di tre musei, ma mentre chi risponde “amici” è diplomato e ha un'età adulta oltre i 55 anni, a venire in “coppia” sono soprattutto i visitatori con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, appartenenti alle fasce d'età 35-39 anni e 45-54 anni. Invece a recarsi in famiglia sono in particolare i romani, minorenni e di età 40-44 anni, con un titolo di scuola dell'obbligo o specializzazione post laurea, una parte di essi ha utilizzato la *MIC card* per entrare alla *Casina delle Civette* e nell'ultimo anno sono stati in meno di tre musei.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

L'89% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, l'8% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il restante 3% dei visitatori intervistati afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori che sono già stati a *Casina delle Civette*, il cui giudizio è uguale alle aspettative. Invece tra coloro che hanno frequentato meno di tre musei vi sono in prevalenza i nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle proprie attese o ne sono privi.



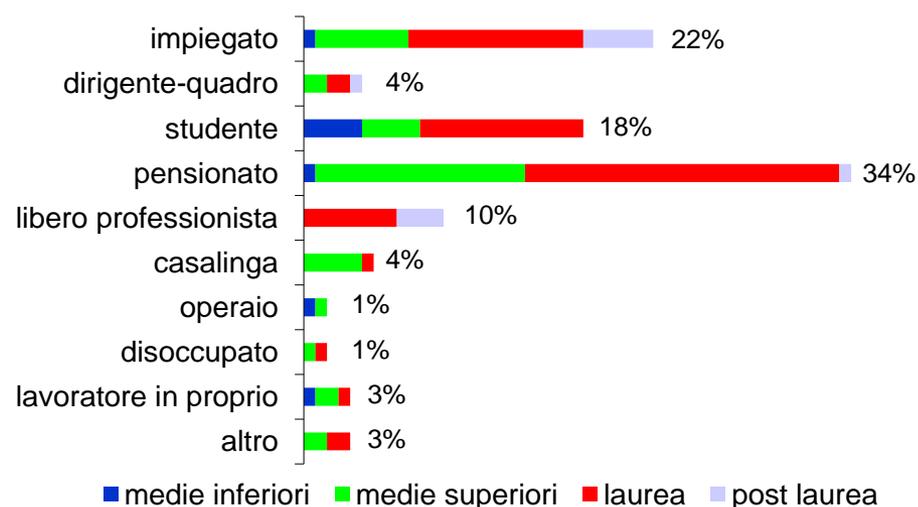
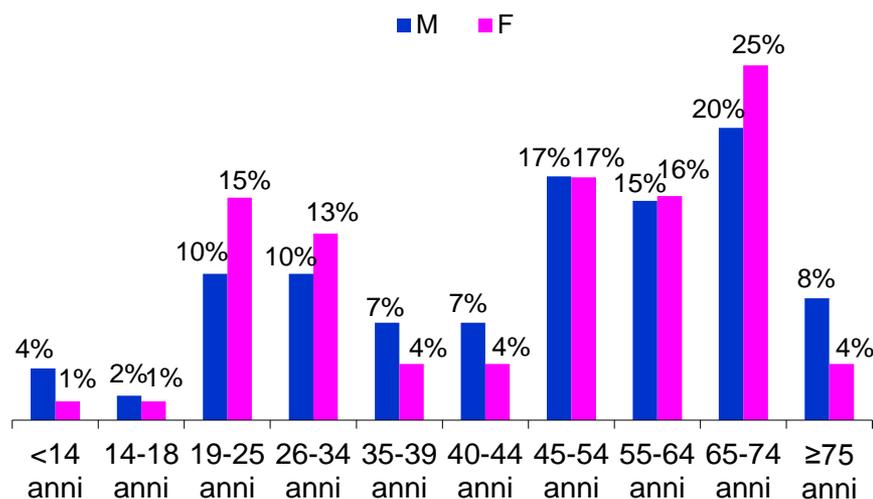
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche quest'anno prevale il **genere femminile** (57%; nel 2018 le donne erano il 63% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età giovane 19-34 anni e adulta 65-74 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce 35-44 anni e oltre i 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 55% sul totale degli intervistati (53% nel 2018). La percentuale dei giovani di età 19-34 anni cala da 28% a 25%.

Il 61% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (era 58% nell'indagine precedente).

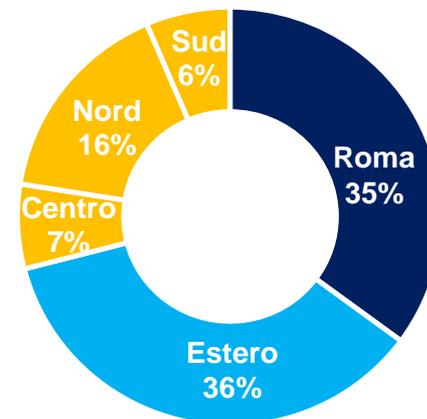
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** (34%; erano il 27% nel 2018), poi seguono gli impiegati (22%; stesso dato emerso nell'indagine precedente) e gli studenti (in calo dal 24% dello scorso anno al 18%).



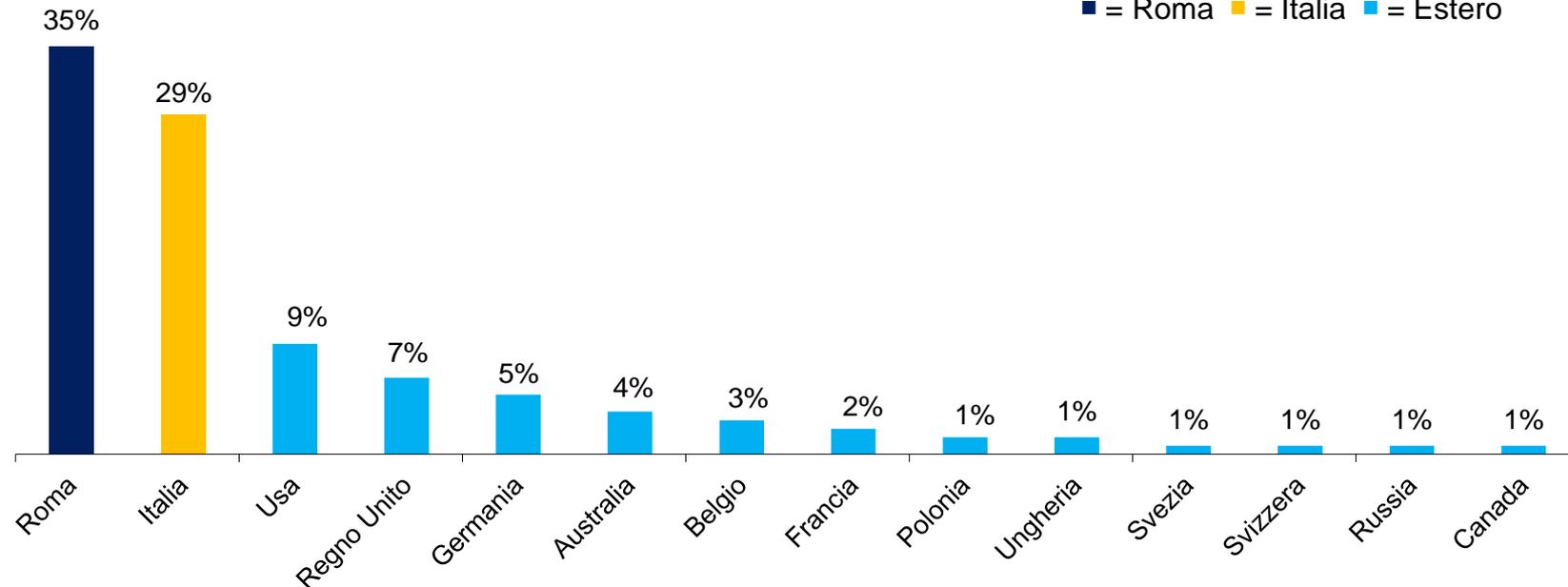
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 36% del campione intervistato è costituito da turisti **stranieri** (in aumento dal 26% nell'indagine precedente), il 35% è rappresentato dai romani (lo scorso anno erano il 44%), mentre il 29% giunge da altre province italiane (nel 2018 la percentuale era pari al 30%).

Tra le nazionalità estere prevalgono quella **statunitense** e quella **inglese** (raggiungono rispettivamente 9% e 7% 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.

Casina delle Civette 2019***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,292**	0,107	-0,632	-0,042	,269**	-0,055	0,228*	0,101	-0,030
Orari di apertura	0,292**	1,000	-0,052	.	-0,092	-0,106	-0,050	-0,090	-0,168	-0,085
Personale di biglietteria	0,107	-0,052	1,000	-0,200	-0,092	0,186	0,463**	0,592**	0,453	0,472**
Guardaroba	-0,632	.	-0,200	1,000	-0,143	-0,286	.	.	.	-0,218
Opere della collezione	-0,042	-0,092	-0,092	-0,143	1,000	0,106	0,269*	-0,154	.	0,379**
Supporti informativi	0,269**	-0,106	0,186	-0,286	0,106	1,000	0,220	0,281**	0,861**	0,276**
Personale in sala	-0,055	-0,050	0,463**	.	0,269*	0,220	1,000	-0,053	0,432	0,513**
Segnaletica interna	0,228*	-0,090	0,592**	.	-0,154	0,281**	-0,053	1,000	.	0,212*
Posti a sedere	0,101	-0,168	0,453	.	.	0,861**	0,432	.	1,000	0,461
Esperienza complessiva	-0,030	-0,085	0,472**	-0,218	0,379**	0,276**	0,513**	0,212*	0,461	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 la *Casina delle Civette* il **personale in sala** e di **biglietteria** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

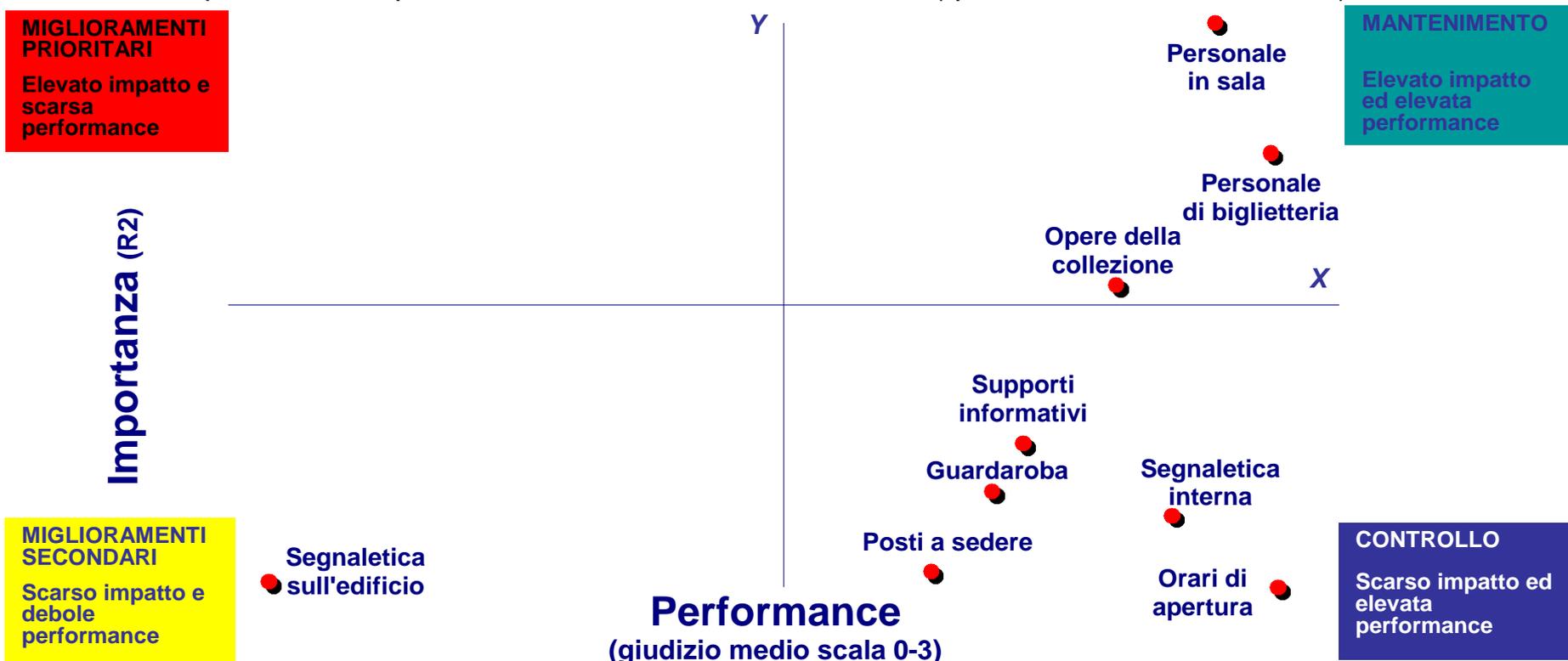
Tra gli aspetti indagati la segnaletica sull'edificio e gli orari di apertura hanno un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa (*cfr.* slide precedente).

Coefficiente di correlazione Rho di Spearman sull'esperienza complessiva Casina delle Civette - 2019	
Personale in sala	0,513
Personale di biglietteria	0,472
Opere della collezione	0,379
Supporti informativi	0,276
Segnaletica interna	0,212

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale in sala** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, insieme al **personale di biglietteria** e alle **opere della collezione**. Non emergono possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra). La pulizia del sito ha un coefficiente di regressione lineare nullo, pertanto non compare nella mappa sottostante.

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

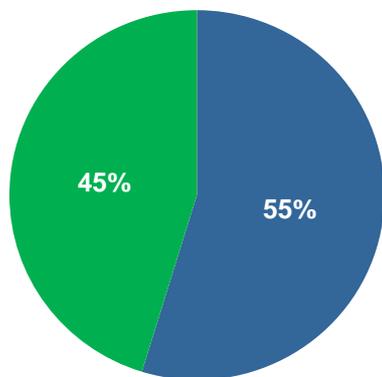
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (75 individui per il *Cluster 1* e 62 per il *Cluster 2*).

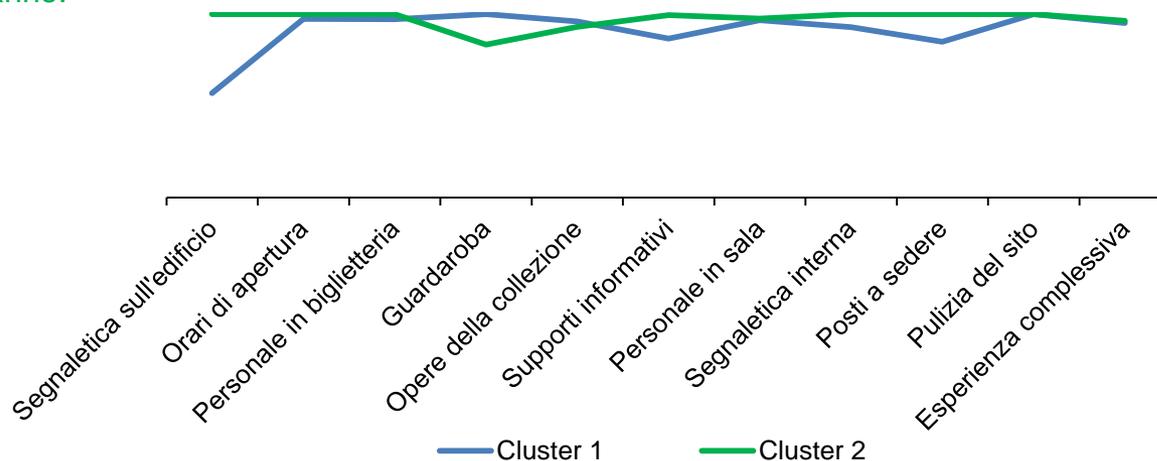
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Molto soddisfatti** hanno un giudizio complessivo più alto sui vari aspetti indagati.

Cluster 1 – Abbastanza soddisfatti: in prevalenza uomini, stranieri, appartenenti alle fasce d'età 26-54 anni, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, impiegati e liberi professionisti, nuovi visitatori, non hanno utilizzato una card per entrare, scoprono il museo tramite internet e la guida cartacea, vengono in coppia o in famiglia, giudizio superiore alle aspettative, hanno visitato tra uno e tre musei nell'ultimo anno.

Cluster 2 – Molto soddisfatti: in prevalenza donne, italiani (inclusi i romani), di età giovane 19-25 anni e adulta 55-74 anni, diplomati, studenti e pensionati, alcuni già stati in questo museo, entrano con la MIC card, scoprono il museo tramite il passaparola, vengono da soli o con amici, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.



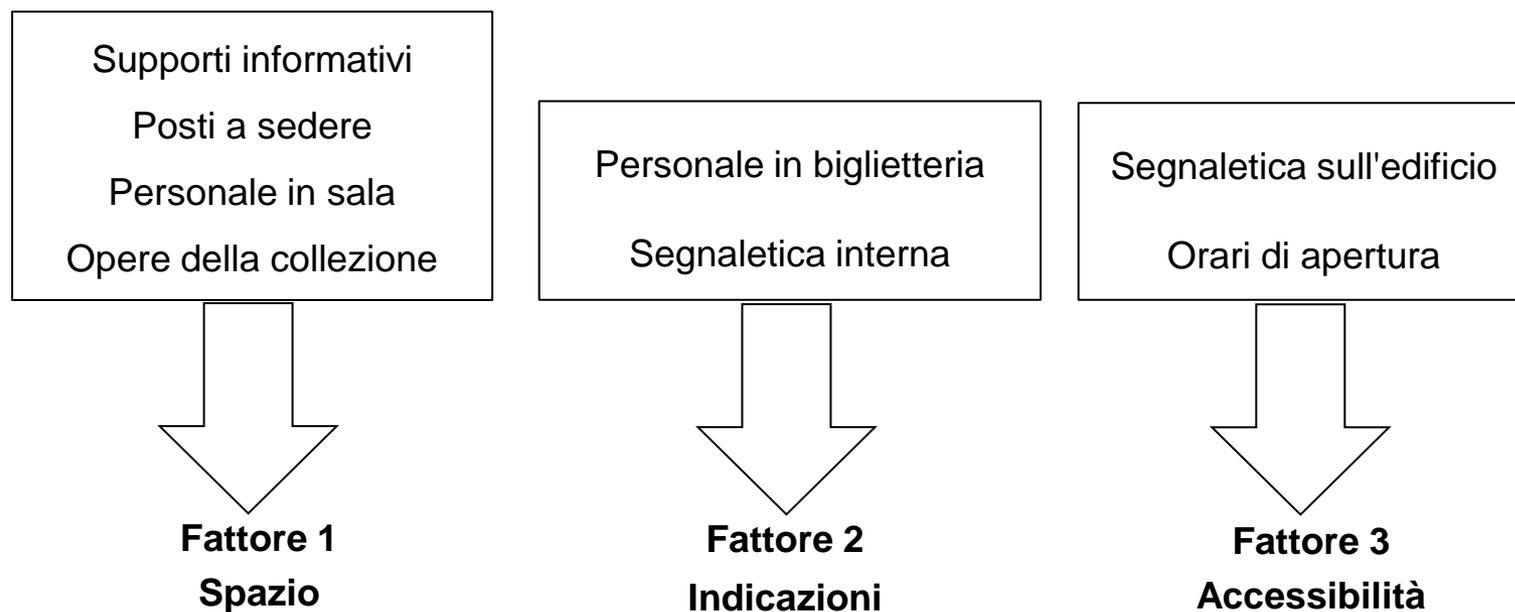
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

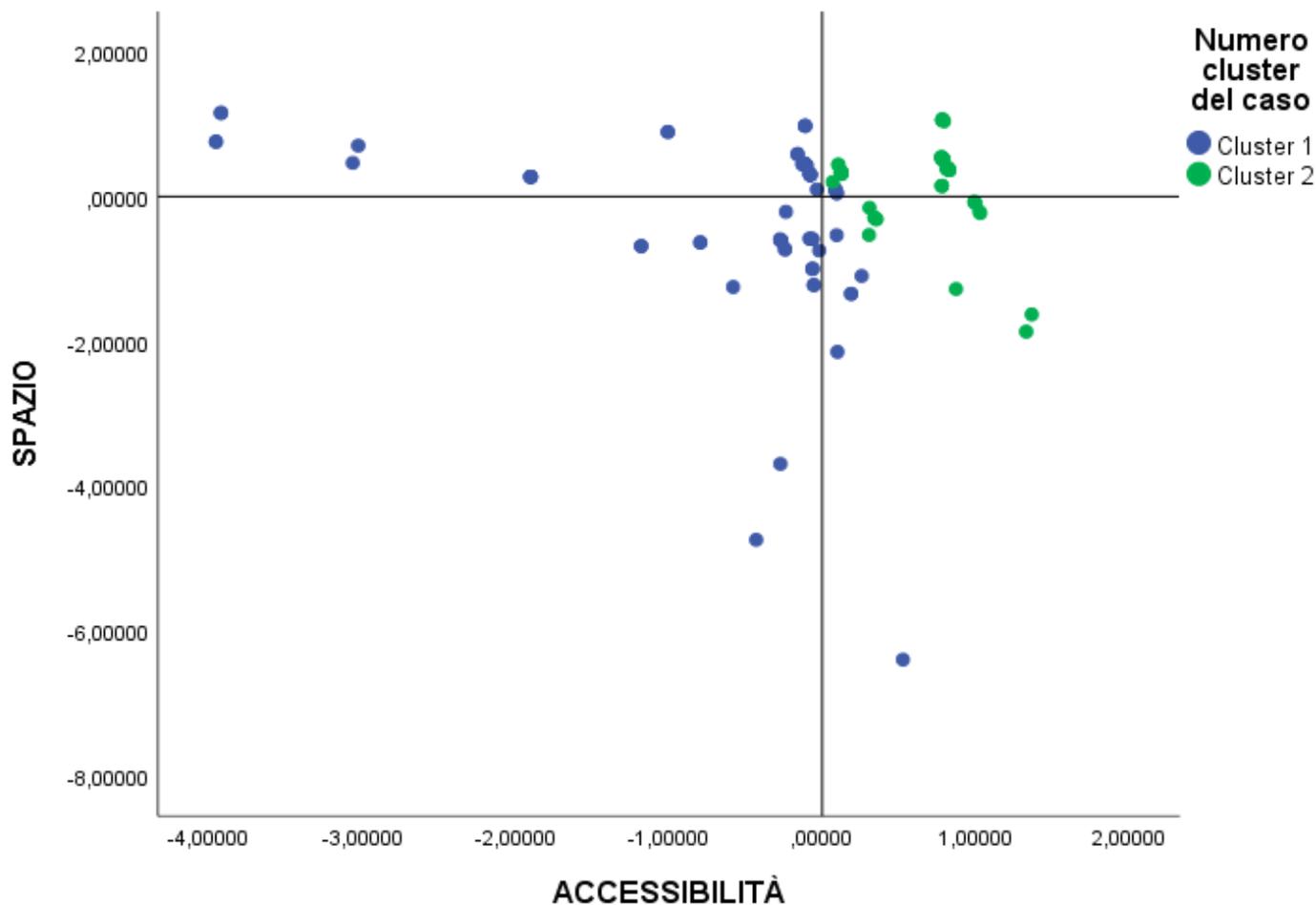
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e la pulizia del sito sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo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

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Analisi multivariate: Cluster Analysis e Fattoriale

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2, ovvero quello dei “Molto soddisfatti”, mostra una maggiore soddisfazione soprattutto sul Fattore 1 (*Spazio*), mentre si rileva una maggiore dispersività per il Cluster 1 degli “Abbastanza soddisfatti”.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 76**

ELOGI museo bellissimo (5), audioguida fatta molto bene (1). **Totale 6**

SEGNALETICA ESTERNA più indicazioni nella Villa per raggiungere la biglietteria (15) e per l'ingresso della *Casina delle Civette* (9), insufficiente all'interno del parco (9), altro (2). **Totale 35**

SUPPORTI INFORMATIVI più spiegazioni sulle opere e sull'edificio (5), aumentare le informazioni in inglese e migliorare la traduzione (4), altro (5). **Totale 14**

MANUTENZIONE ESTERNA curare maggiormente il parco e le aree circostanti. **Totale 14**

BIGLIETTERIA promuovere e proporre l'utilizzo dell'audioguida (5), altro (1). **Totale 6**

DEPLIANT inserire una mappa più chiara della Villa. **Totale 5**

PUBBLICITÀ maggiore promozione del museo. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 17**

TOTALE 95 SUGGERIMENTI
CASINA DELLE CIVETTE di VILLA TORLONIA

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)* _____