

*Data 15/10/2019*

---

Indagini di Customer Satisfaction

Galleria d'Arte Moderna

17-28 Settembre 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 **160** questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione **dal 17 al 28 settembre**, presso la **Galleria d'Arte Moderna** (gli intervistati rappresentano il 13% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine era presente la mostra temporanea *“Donne. Corpo e immagine tra simbolo e rivoluzione”*.

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 91%, un margine di errore di stima di  $\pm 4,45\%$ .

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 buono, con una media di **2,63** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **96%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di biglietteria** (2,94), la **pulizia del sito** (2,84), il **personale in sala** (2,74) e gli **orari di apertura** (2,74), le **opere della collezione** (2,72).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei posti a sedere (2,07). Il **guardaroba** è la variabile che presenta il coefficiente di importanza più elevato e risulta essere l'aspetto più correlato al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19). Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti emerge la **temperatura** (n. 14 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 66% da **cittadini romani, impiegati** (31%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (71%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (60% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del museo attraverso **internet** (32% sul totale, di cui il 22% si riferisce al **portale MiC**), seguono il **passaparola** (31%) e la **stampa** (17%).

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso il canale web siano soprattutto gli stranieri, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle attese, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno e in generale sono molto soddisfatti. Invece il passaparola emerge principalmente tra gli italiani (inclusi romani), alcuni hanno già visitato questo museo, il loro giudizio è uguale alle proprie aspettative o ne sono privi, hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

## Tabella riassuntiva

Galleria d'Arte Moderna - 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,41	3,00	128	32	0,715	20%	52%	2%	90%
Orari di apertura	2,74	3,00	154	6	0,482	4%	76%	0%	98%
Personale di biglietteria	2,94	3,00	157	3	0,334	2%	96%	1%	99%
Guardaroba	2,40	3,00	45	115	0,939	72%	62%	9%	87%
Opere della collezione	2,72	3,00	151	9	0,544	6%	76%	1%	97%
Supporti informativi	2,39	3,00	156	4	0,715	3%	51%	1%	89%
Supporti digitali	2,38	3,00	131	29	0,818	18%	56%	3%	85%
Personale in sala	2,74	3,00	125	35	0,552	22%	79%	1%	96%
Segnaletica interna	2,39	3,00	148	12	0,753	8%	55%	1%	85%
Posti a sedere	2,07	2,00	141	19	0,825	12%	37%	1%	71%
Pulizia del sito	2,84	3,00	157	3	0,416	2%	86%	0%	98%
Libreria	2,50	3,00	86	74	0,664	46%	58%	1%	93%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,63</b>	<b>3,00</b>	<b>155</b>	<b>5</b>	<b>0,560</b>	<b>3%</b>	<b>66%</b>	<b>0%</b>	<b>96%</b>

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

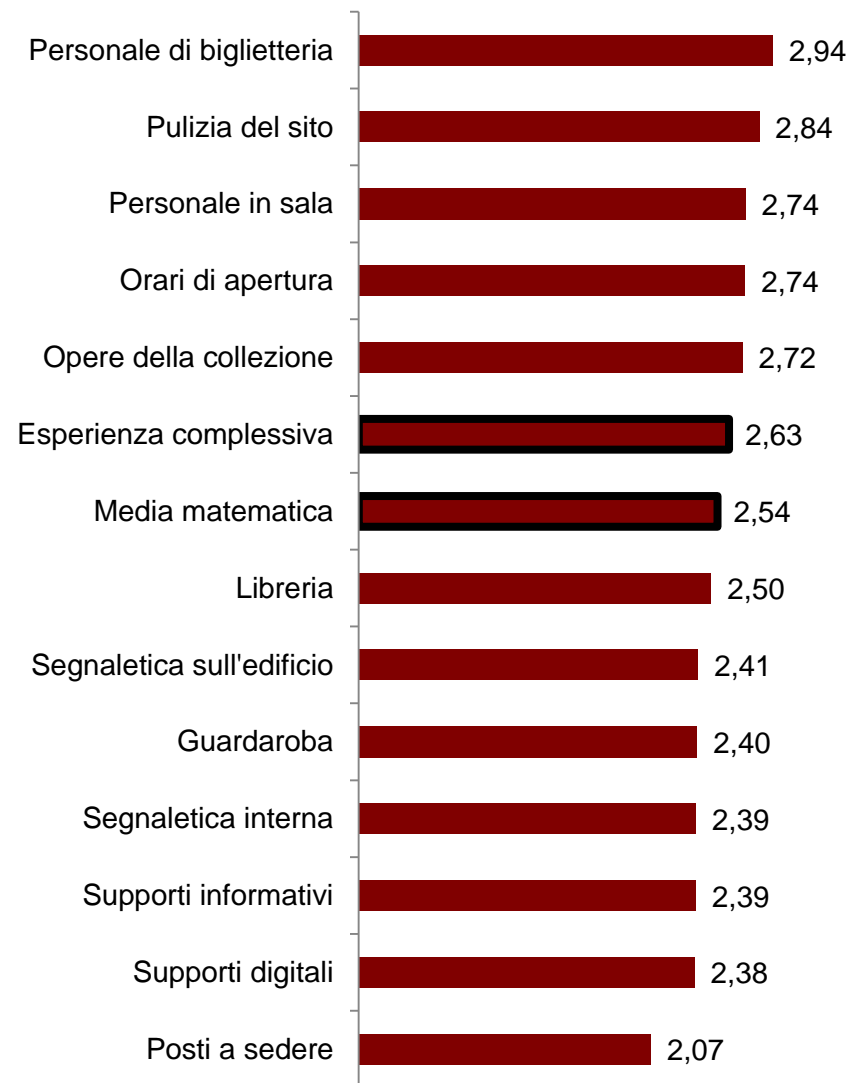
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,54).

## 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 **personale di biglietteria**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala**, gli **orari di apertura** e le **opere della collezione**.

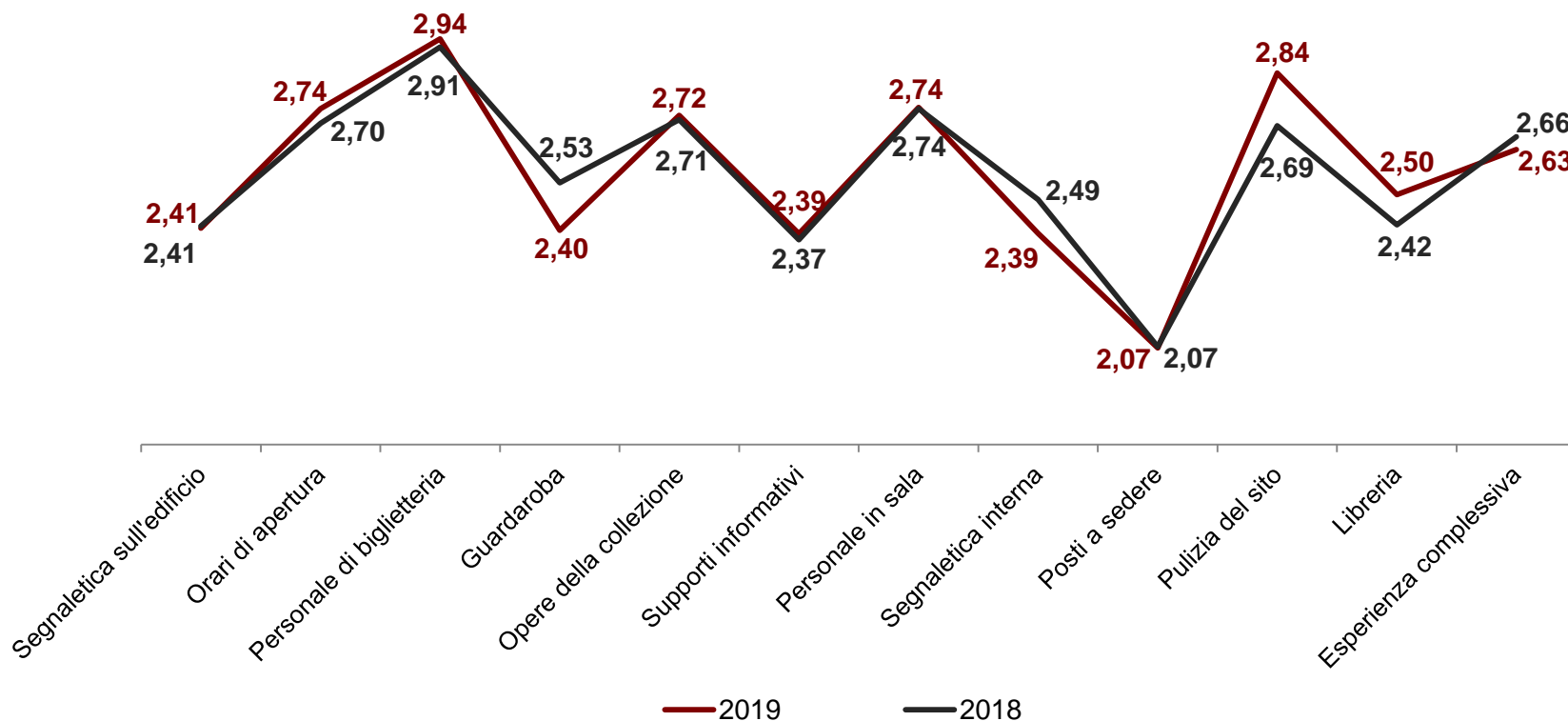
Tutte le medie sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **posti a sedere**.



## 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 sulla pulizia del sito e sulla libreria, mentre si registra una flessione sul guardaroba (il 28% degli intervistati ha usufruito di tale servizio) e sulla segnaletica interna, seppure in entrambi i casi la media resti superiore allo standard di 2,20. Invece la discrepanza delle medie relative agli altri aspetti risulta minima e in alcuni casi il giudizio è coincidente (segnaletica sull'edificio, personale in sala e posti a sedere).

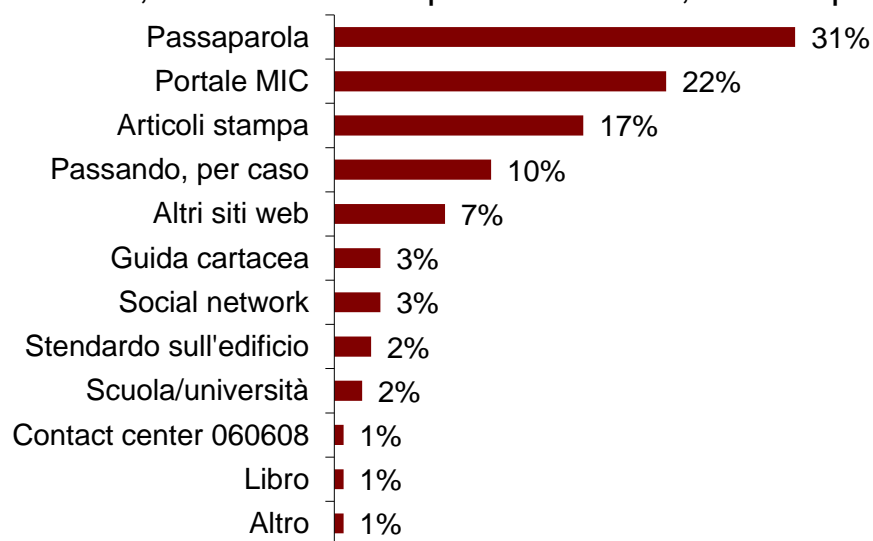


## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 32% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite **“internet”** (di cui il 22% si riferisce al **“portale MiC”**; nel 2018 la percentuale complessiva raggiungeva il 34% sul totale degli intervistati). Il 31% risponde **“passaparola”** (in netto aumento dal 17% emerso nell'indagine precedente), mentre la percentuale di coloro che lo hanno saputo attraverso **“articoli di stampa”** sale dal 7% al 17%. Rispetto allo scorso anno scende notevolmente la **“guida cartacea”**, che passa dal 10% al 3%.

È significativo che ad avere conosciuto il museo attraverso il canale web siano soprattutto gli stranieri, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle attese, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno e in generale sono molto soddisfatti. Invece il passaparola emerge principalmente tra gli italiani (inclusi romani), alcuni hanno già visitato questo museo, il loro giudizio è uguale alle proprie aspettative o ne sono privi, hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.

La stampa prevale tra i romani, la metà di essi già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, con un giudizio superiore alle attese, si sono recati in più di tre musei, nel complesso molto soddisfatti.





## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Ben il 66% del campione intervistato afferma di non essere mai stato prima alla *Galleria d'Arte Moderna*, il 23% vi è già stato (di cui il 16% “**da una a tre volte**” e il 7% “**più di tre volte**”), mentre il restante 11% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

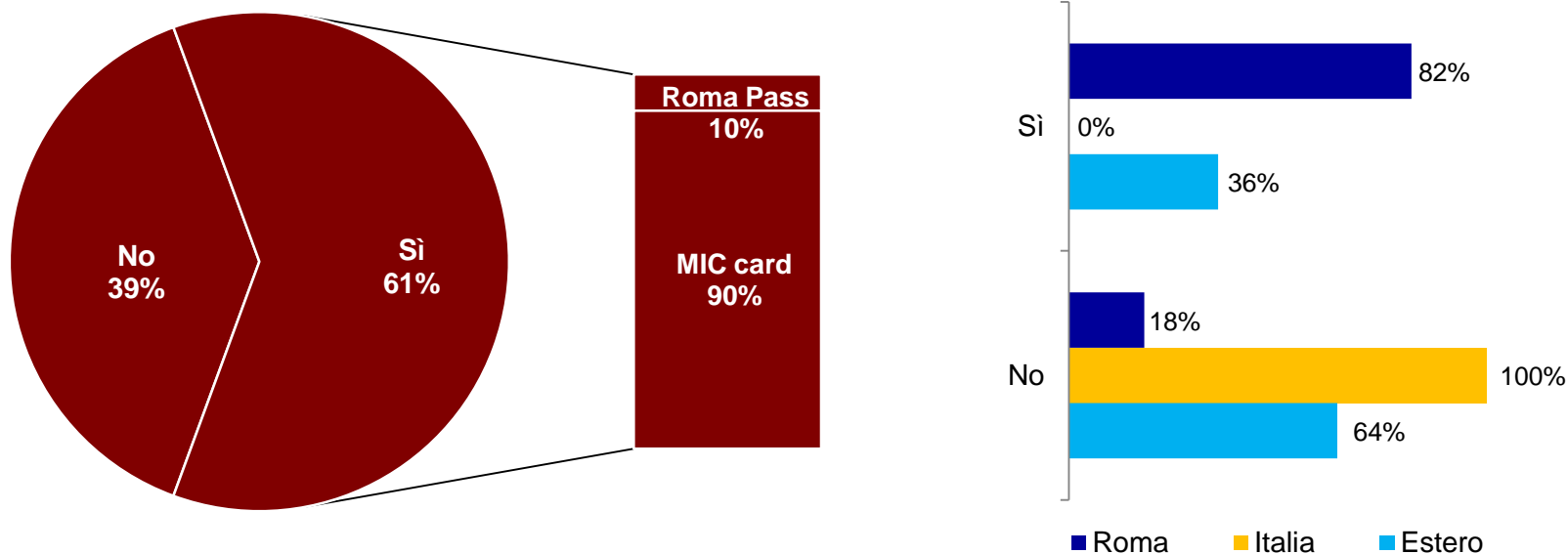
Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo siano soprattutto i turisti, prevalentemente italiani (*cf.* grafico sottostante a destra), che non hanno usufruito di alcuna card per entrare in questo museo, privi di aspettative, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno e in generale sono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visto la *Galleria d'Arte Moderna* sono prevalentemente i visitatori romani, la maggior parte di essi ha utilizzato la *MIC card*, il loro giudizio è superiore o uguale alle attese, hanno frequentato più di tre musei in quest'ultimo anno e si ritengono molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 61% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui il 90% si riferisce alla **MIC card** e il restante 10% alla **Roma Pass**), mentre il 39% afferma di non averla utilizzata affatto.

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i cittadini romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), alcuni dei quali già stati in questo museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Galleria d'Arte Moderna* sono principalmente i turisti, che vi si recano la prima volta.



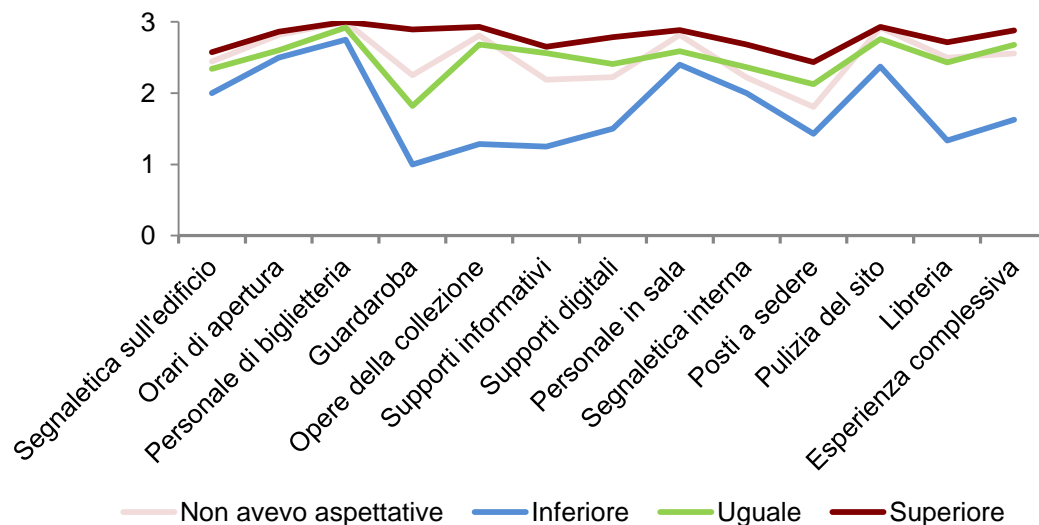
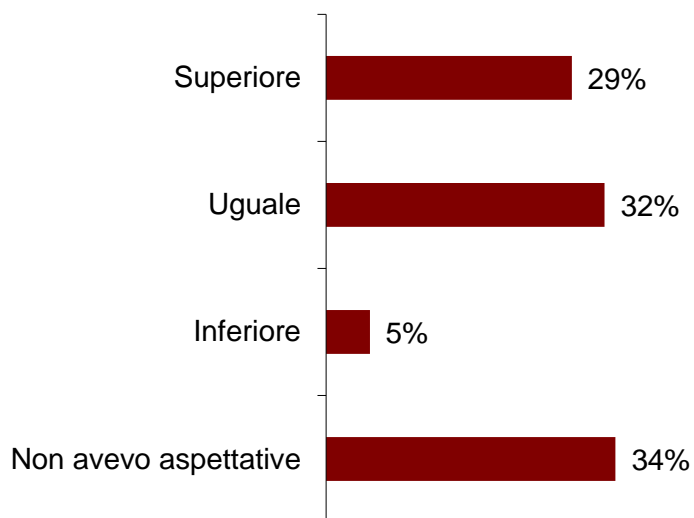
## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 34% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 32% afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese e per il 29% è superiore. Il 5% 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 romani, alcuni di essi già stati alla *Galleria d'Arte Moderna* e si ritengono molto soddisfatti, ma mentre chi ha un giudizio superiore alle attese ha un'età compresa tra i 40 e 54 anni e nell'ultimo anno è stato in più di tre musei, ad avere un giudizio uguale è soprattutto un target di età giovane 19-25 anni o adulta oltre i 65 anni, che è stato in meno di tre musei nell'ultimo anno.

Invece a non avere aspettative sono principalmente i turisti, nuovi visitatori, appartenenti alle fasce d'età 35-39 e 55-64 anni, hanno visitato meno di tre musei in quest'ultimo anno, in generale abbastanza soddisfatti.

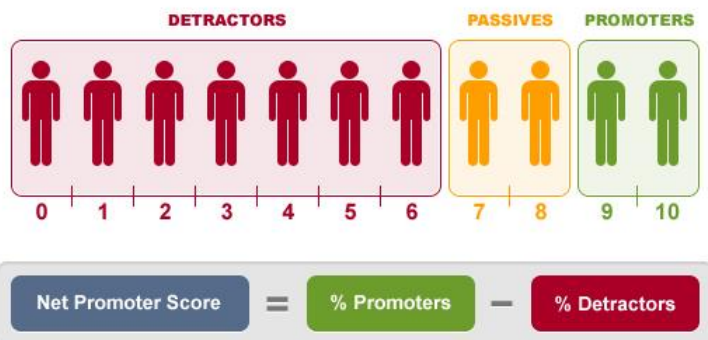
Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante).



## 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 *Galleria d'Arte Moderna* è pari a **32%**; il 44% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

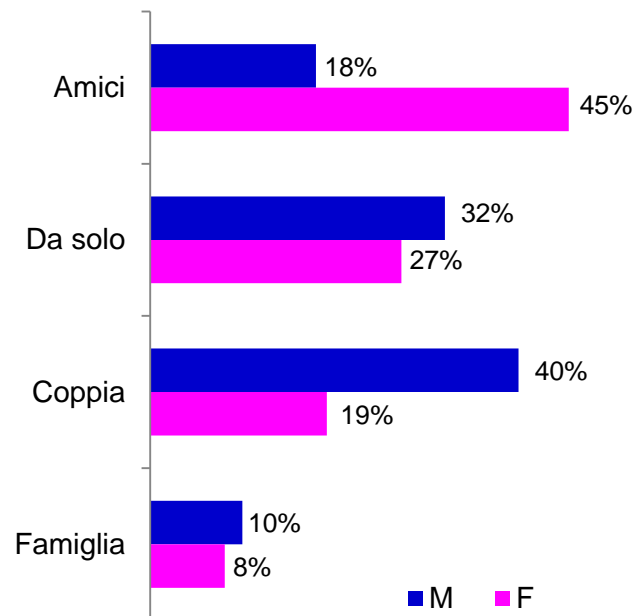
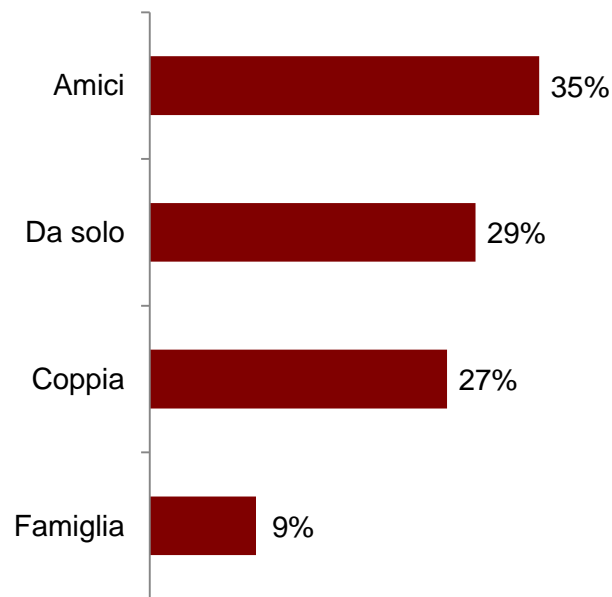


NET PROMOTER SCORE Galleria d'Arte Moderna 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	0	1	1	6	9	20	50	28	43
0,6%	0,6%	0%	0,6%	0,6%	4%	6%	13%	31%	18%	26%
<b>DETRATTORI = 12%</b>							<b>PASSIVI = 44%</b>		<b>PROMOTORI = 44%</b>	
<b>44% - 12% = 32%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 35% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di “**amici**”, il 29% vi si è recato “**da solo**”, il 27% in “**coppia**” e il 9% con la propria “**famiglia**”.

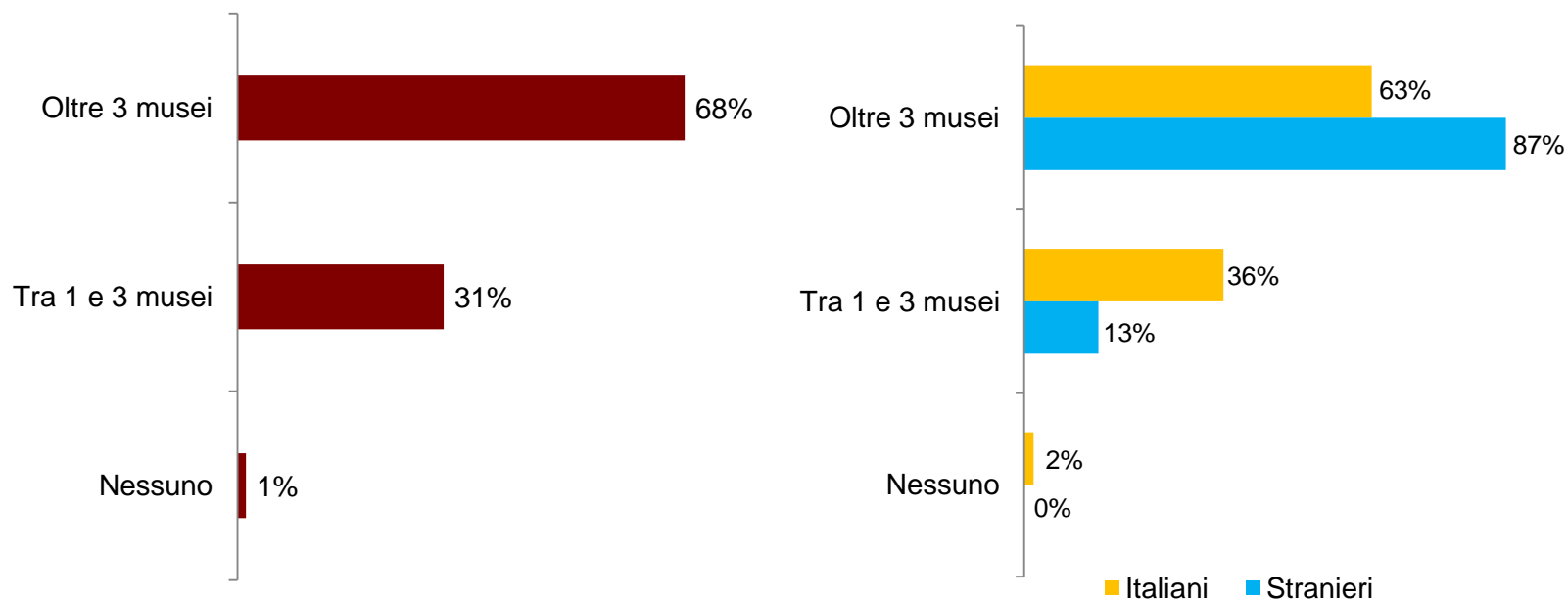
Risulta significativo che a venire con amici siano soprattutto le donne (*cf.* grafico in basso a destra), residenti sia a Roma che in altre province italiane, mentre vi si recano da soli prevalentemente gli uomini, che giungono dall'estero. Entrambe le categorie descritte hanno un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece a recarsi in coppia o con la famiglia sono principalmente i turisti stranieri, uomini, con un giudizio uguale alle attese, abbastanza soddisfatti della loro esperienza generale in tale museo.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 68% degli intervistati dichiara di avere visitato **“oltre tre musei”** nell'ultimo anno, il 31% 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 i turisti stranieri (*cfr.* grafico sottostante a destra), alcuni dei quali hanno utilizzato la card Roma Pass per entrare alla *Galleria d'Arte Moderna*. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i romani), che si recano in tale museo per la prima volta e non hanno utilizzato alcuna card per accedervi.



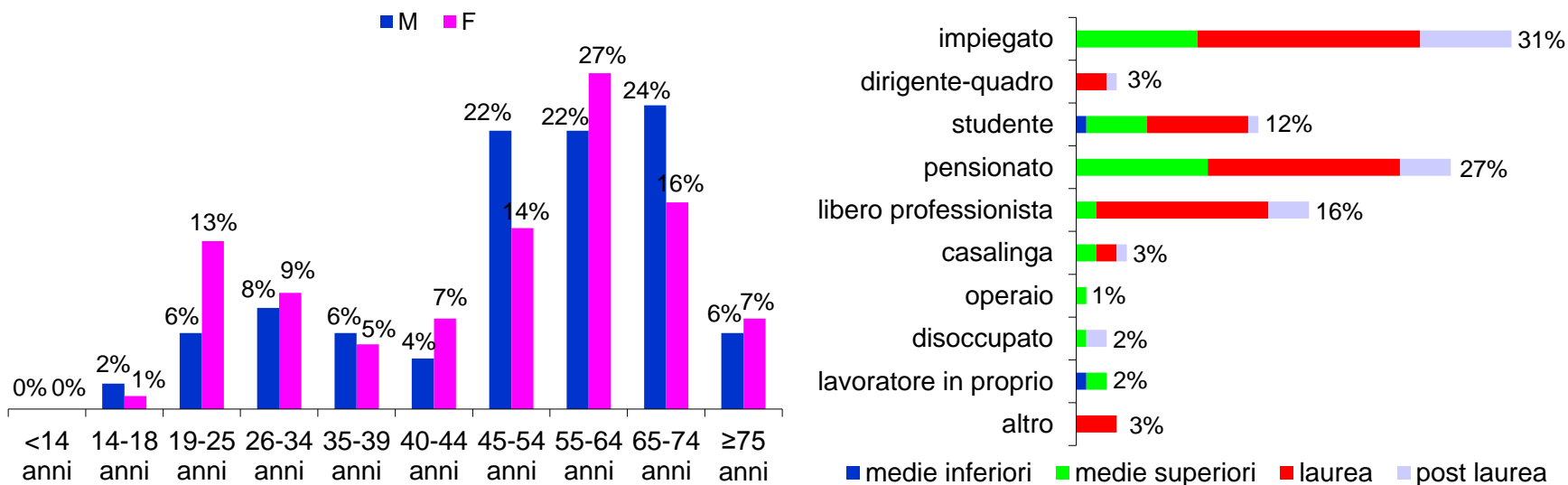
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (66%; lo scorso anno era il 55% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-34 anni, 40-44 anni e 55-64 anni.

Le fasce d'età più rappresentate sono quelle adulte comprese tra i **45 e 74 anni**, che raggiungono complessivamente il 60% sul totale degli intervistati (56% nel 2018).

Il 71% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (62% nell'indagine precedente).

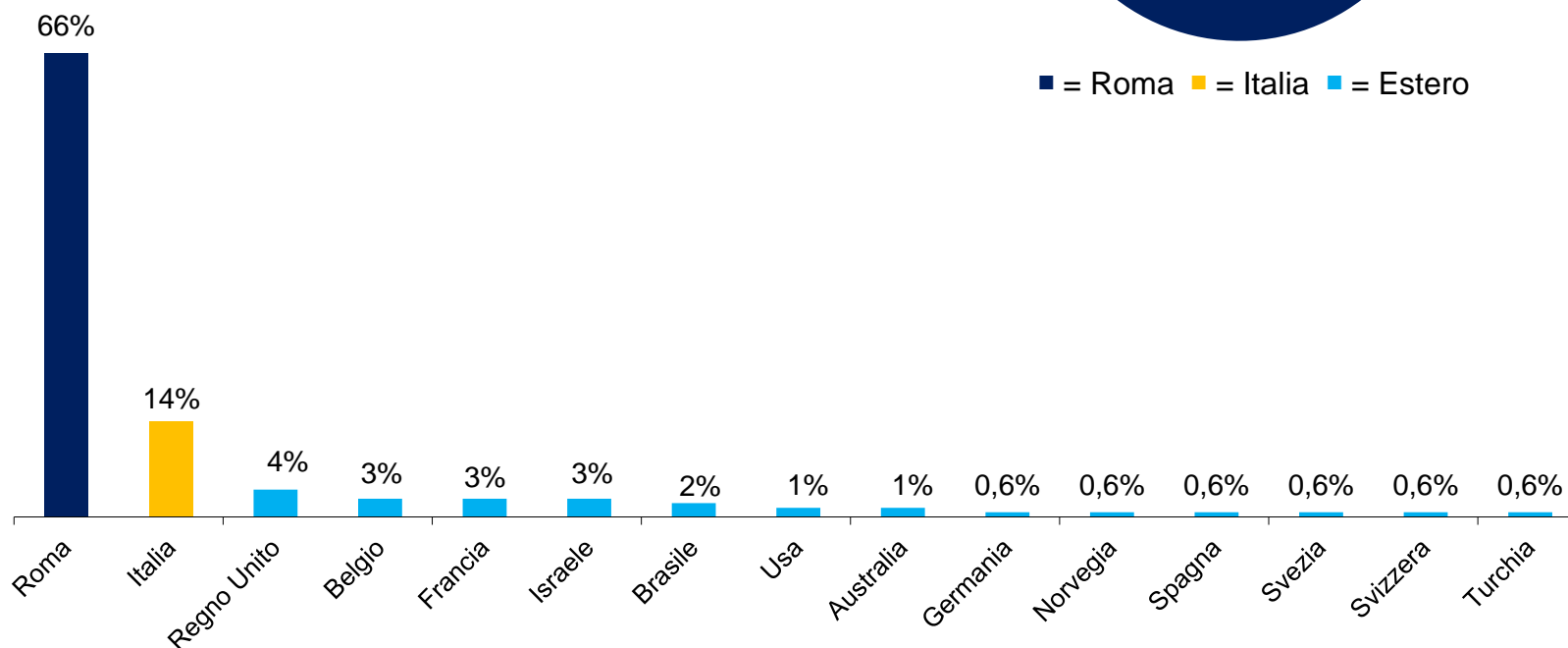
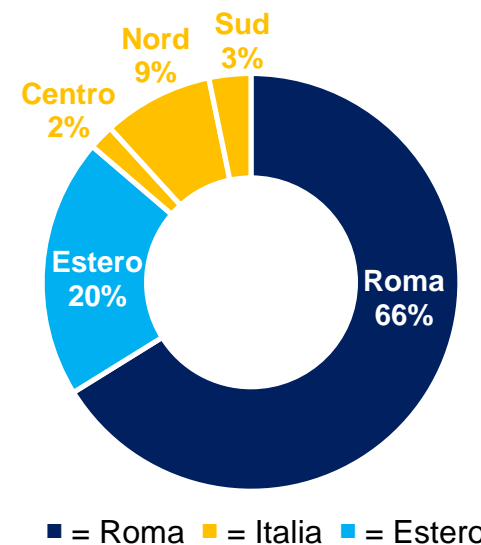
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** col 31% sul totale (in lieve aumento rispetto al 28% emerso nella scorsa indagine), poi seguono i pensionati (27%; erano il 28% nel 2018) e i liberi professionisti (passano da 11% a 16%). Invece si rileva una flessione della percentuale relativa ai dirigenti-quadri, che passano dal 9% al 3%.



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 66% del campione intervistato è costituito da visitatori **romani** (62% nell'indagine precedente), il 20% sono turisti **stranieri** (23% nel 2018), mentre coloro che giungono da **altre province italiane** rappresentano il 14% (lo scorso anno era 15%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **inglese** (4% sul totale degli stranieri); si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.





## Correlazione 1/2

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

<b>Galleria d'Arte Moderna 2019***</b>	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	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,280**	,250**	,629**	,331**	,203*	,203*	,283**	,279**	,245**	0,168	,338**	0,172
Orari di apertura	,280**	1,000	,196*	,439**	0,154	0,022	0,056	,267**	0,114	0,118	,363**	,269*	,214**
Personale di biglietteria	,250**	,196*	1,000	,313*	,259**	0,057	0,107	,264**	0,144	0,087	,358**	,272*	,206*
Guardaroba	,629**	,439**	,313*	1,000	,460**	,632**	,602**	,625**	,346*	0,287	0,225	,632**	,706**
Opere della collezione	,331**	0,154	,259**	,460**	1,000	,321**	,309**	,325**	0,159	0,089	,280**	,368**	,429**
Supporti informativi	,203*	0,022	0,057	,632**	,321**	1,000	,737**	0,164	,460**	,374**	,172*	,445**	,460**
Supporti digitali	,203*	0,056	0,107	,602**	,309**	,737**	1,000	,251**	,390**	,319**	,191*	,345**	,424**
Personale in sala	,283**	,267**	,264**	,625**	,325**	0,164	,251**	1,000	0,098	0,098	,317**	,474**	,266**
Segnaletica interna	,279**	0,114	0,144	,346*	0,159	,460**	,390**	0,098	1,000	,525**	,229**	,466**	,480**
Posti a sedere	,245**	0,118	0,087	0,287	0,089	,374**	,319**	0,098	,525**	1,000	,257**	,351**	,424**
Pulizia del sito	0,168	,363**	,358**	0,225	,280**	,172*	,191*	,317**	,229**	,257**	1,000	,435**	,328**
Libreria	,338**	,269*	,272*	,632**	,368**	,445**	,345**	,474**	,466**	,351**	,435**	1,000	,469**
Esperienza complessiva	0,172	,214**	,206*	,706**	,429**	,460**	,424**	,266**	,480**	,424**	,328**	,469**	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 *Galleria d'Arte Moderna* il **guardaroba** rappresenta l'aspetto più correlato alla soddisfazione generale, anche se il servizio è stato utilizzato solo dal 28% degli utenti intervistati.

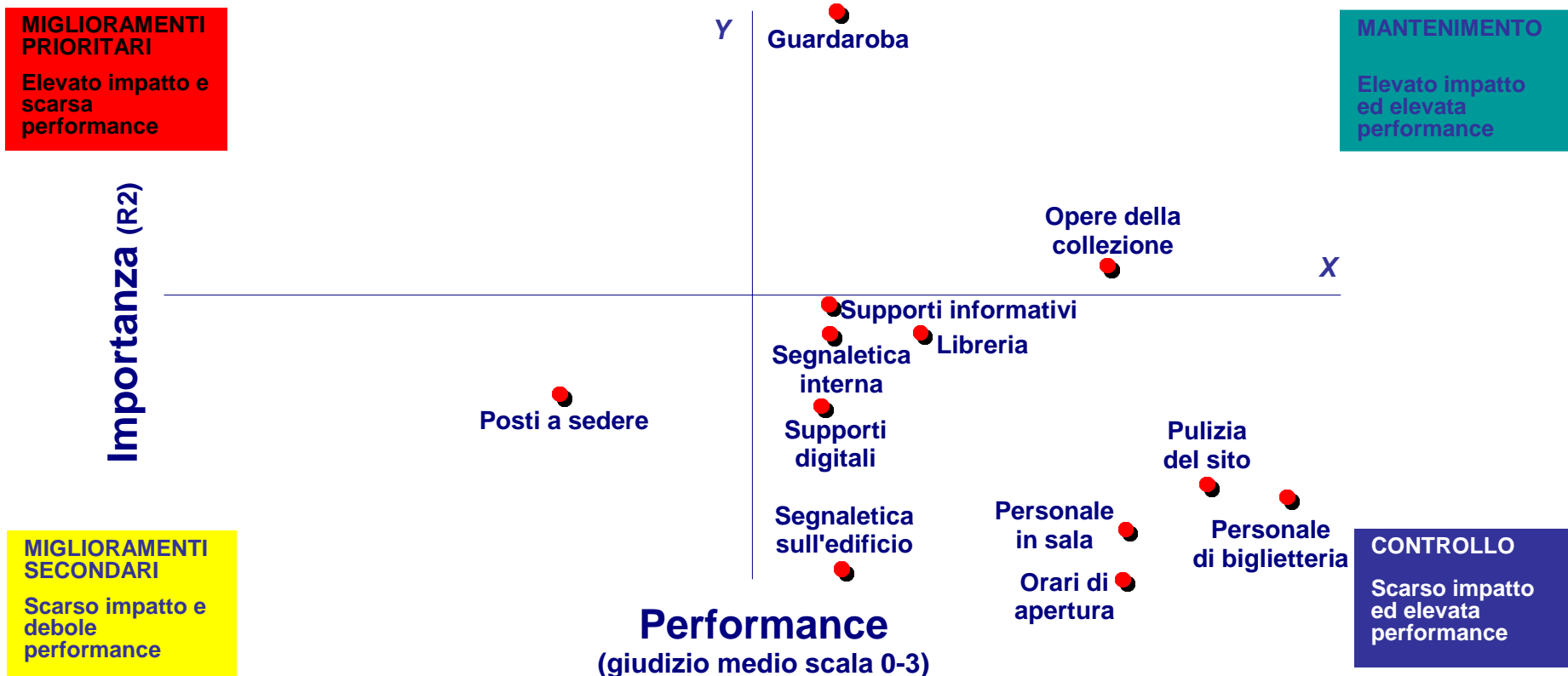
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Galleria d'Arte Moderna - 2019</i>	
Guardaroba	0,706
Segnaletica interna	0,480
Libreria	0,469
Supporti informativi	0,460
Opere della collezione	0,429
Supporti digitali	0,424
Posti a sedere	0,424
Pulizia del sito	0,328
Personale in sala	0,266
Orari di apertura	0,214
Personale di biglietteria	0,206

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **collezione** è l'aspetto ritenuto più soddisfacente, ma anche abbastanza importante (quadrante in alto a destra), però è il **guardaroba** la variabile che presenta il coefficiente di importanza maggiore, pur trovandosi in una posizione quasi *borderline*. 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

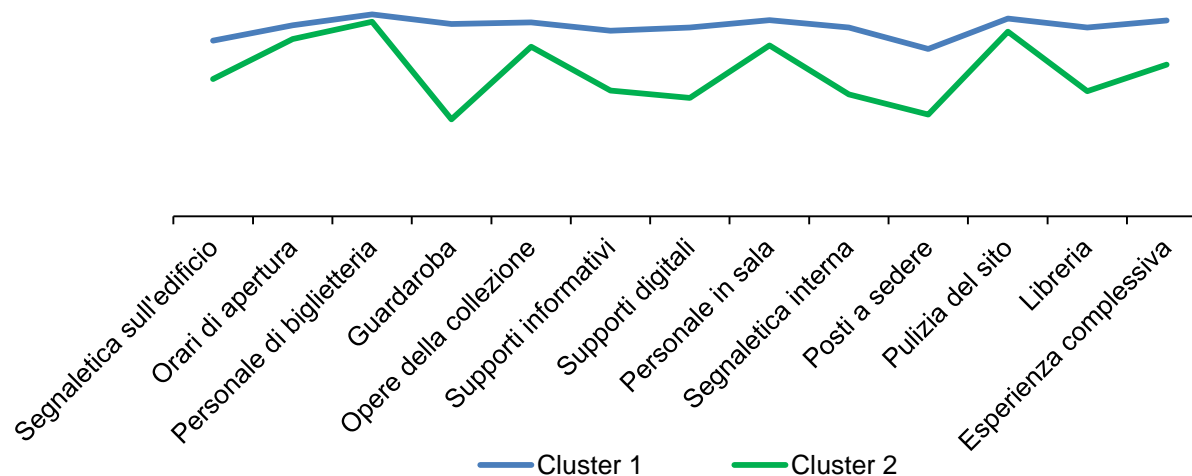
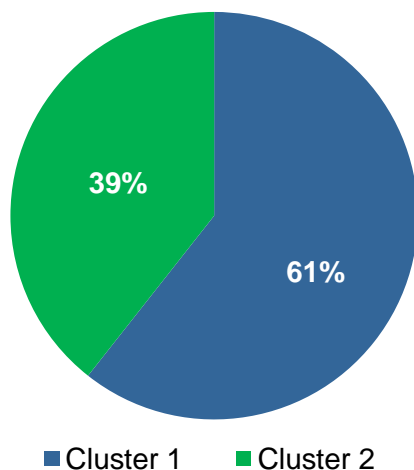
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (97 individui per il *Cluster 1* e 63 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** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione più alto sui vari aspetti indagati, mentre la 2° tipologia degli **Abbastanza soddisfatti** mostra un giudizio complessivo tendenzialmente più basso.

**Cluster 1 – Molto soddisfatti**: in prevalenza donne, residenti a Roma, di età 45-54 anni e oltre 65 anni, impiegati e liberi professionisti, alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, scoprono il museo attraverso la stampa e il portale MiC, utilizzano la MIC card per entrare, vengono con amici, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative.

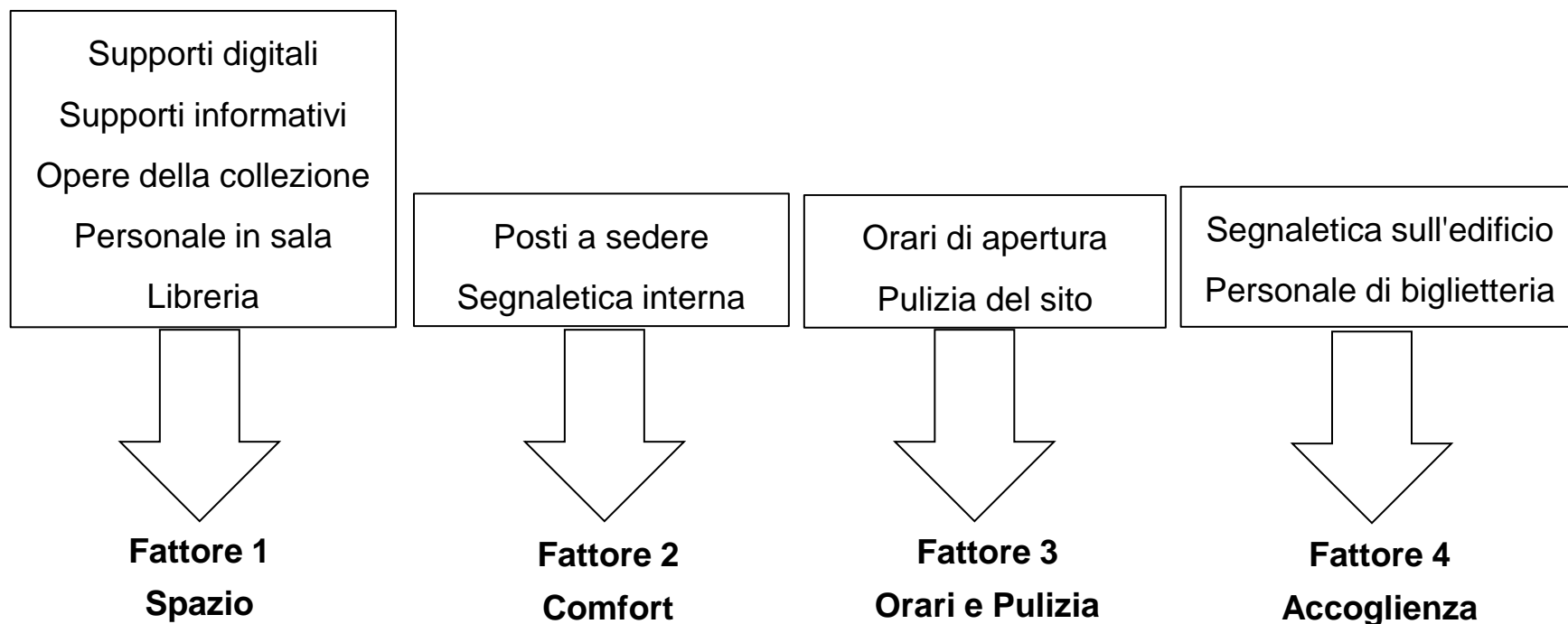
**Cluster 2 – Abbastanza soddisfatti**: in prevalenza uomini, turisti, di età 26-39 anni e 55-64 anni, studenti e pensionati, nuovi visitatori, scoprono il museo tramite il passaparola, vengono da soli o in coppia, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



## Analisi Fattoriale

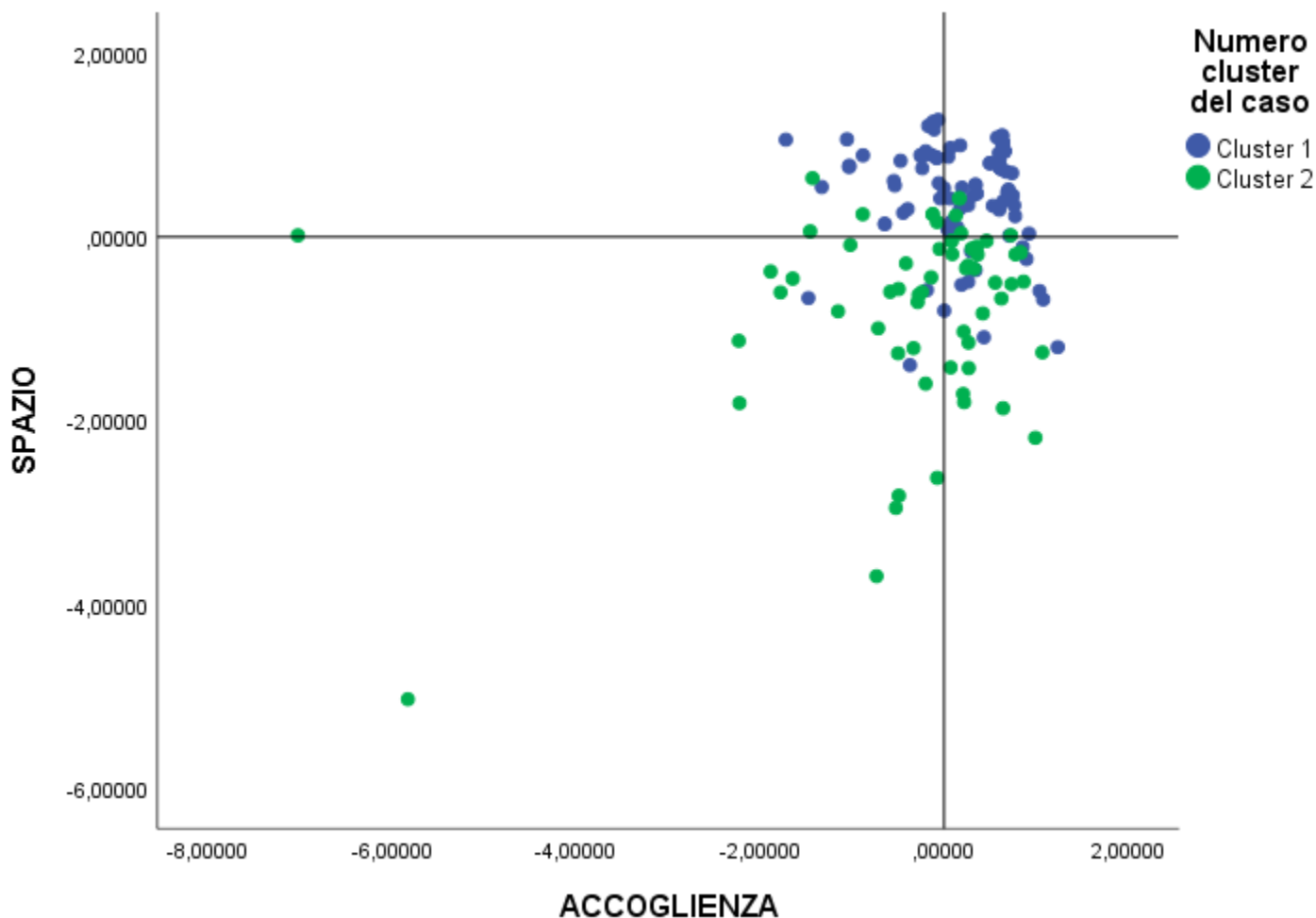
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba è stato escluso poiché non è risultato significativo per questo tipo di analisi).

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 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 1 (*Spazio*), mentre il Cluster 2 evidenzia una maggiore dispersività sui giudizi medi rilasciati dai visitatori intervistati.



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 31**

**ELOGI** piacciono il museo e la mostra. **Totale 8**

---

**TEMPERATURA** sale troppo fredde, regolare meglio l'aria condizionata. **Totale 14**

**SUPPORTI DIGITALI** arricchire, rendere l'esperienza più immersiva (4), altro (5). **Totale 9**

**SUPPORTI INFORMATIVI** didascalie delle opere troppo piccole (6), altro (2). **Totale 8**

**SEGNALETICA INTERNA** da aumentare le indicazioni sul percorso da seguire (4), altro (2).  
**Totale 6**

**COLLEZIONE** migliorare la selezione delle opere (4), altro (2). **Totale 6**

**ILLUMINAZIONE** delle opere insufficiente, fastidiosa, troppi riflessi. **Totale 5**

**ALTRO**. **Totale 19**

**TOTALE 67 SUGGERIMENTI  
GALLERIA D'ARTE MODERNA**





# 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)* \_\_\_\_\_