



---

Indagini di Customer Satisfaction

Casa delle Letterature

30 Novembre – 20 Dicembre 2016

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 16/01/2017*

**Zè**tema  
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 2015-2016
- Come è venuto a conoscenza della Casa
- Nell'ultimo anno è già venuto a Casa delle Letterature
- Motivazione della visita
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico
- Analisi socio-demografica
- Analisi multivariate (Cluster Analysis e Fattoriale)
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 145 questionari somministrati a campione sia attraverso autocompilazione che interviste dirette *face-to-face* rivolte agli utenti di *Casa delle Letterature* dal 30 novembre al 20 dicembre 2016 (gli intervistati rappresentano il 16% degli ingressi totali nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). In tale periodo erano presenti le seguenti iniziative: presentazione del libro "*Parole di Verità*" di Ostad Elahi (30 novembre); seminario nazionale "*Il futuro della psicoanalisi*" (1 dicembre).

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media dell'88%, un margine di errore di stima di  $\pm 5,31\%$ .

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 2016, 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 **2,51** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **100%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la pulizia del luogo (2,71), il gradimento dell'evento (2,68) e il personale di accoglienza (2,52).

La maggior parte delle medie relative ai vari aspetti oggetto d'indagine si collocano al di sopra dello standard minimo di 2,20, tranne la programmazione delle iniziative e gli orari di apertura (entrambi con una media di 2,04), la segnaletica esterna (1,98), la pubblicità e diffusione delle attività (1,84). Il personale di accoglienza è in assoluto l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente, mentre gli orari di apertura si collocano tra i miglioramenti prioritari nella mappa. Entrambe le variabili risultano essere anche gli aspetti più correlati al giudizio complessivo. Tra i suggerimenti rilasciati emergono quelli relativi agli orari di apertura, che gli utenti richiedono di estendere, includendo anche l'apertura il sabato (n. 35 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito quasi totalmente da romani (90%), studenti (80%), in possesso di un titolo di diploma superiore (52%), soprattutto appartenenti alla fascia di età 19-25 anni (61% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della Casa attraverso il "passaparola" (67% sul totale degli intervistati), mentre il 17% risponde "scuola/università". Risulta significativo che coloro che sono venuti a sapere di tale spazio culturale attraverso il passaparola siano principalmente i giovani di età fino ai 34 anni, con un titolo di laurea, che si sono già recati a *Casa delle Letterature*. Invece ad avere conosciuto la Casa tramite scuola/università sono soprattutto gli studenti, di età 19-25 anni, diplomati, che vengono per la prima volta.

## Tabella riassuntiva

Casa delle Letterature 2016	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Per niente soddisfatti	% Molto +Abbastanza soddisfatti
Facilità nel raggiungere la Casa	2,49	3,00	145	0	0,625	56%	0%	93%
Segnaletica esterna all'ingresso	1,98	2,00	140	5	0,800	29%	2%	71%
Orari di apertura	2,04	2,00	139	6	0,820	31%	4%	77%
Materiale informativo disponibile all'accoglienza	2,36	2,00	135	10	0,553	39%	0%	96%
Personale di accoglienza	2,52	3,00	145	0	0,678	61%	1%	91%
Segnaletica interna	2,32	2,00	142	3	0,678	42%	1%	91%
Pubblicità e diffusione delle attività	1,84	2,00	133	12	0,737	17%	3%	70%
Programmazione delle iniziative	2,04	2,00	134	11	0,692	25%	1%	81%
Gradimento dell'evento a cui ha partecipato	2,68	3,00	50	95	0,471	68%	0%	100%
Pulizia del luogo	2,71	3,00	144	1	0,486	72%	0%	99%
<b>Giudizio complessivo</b>	<b>2,51</b>	<b>3,00</b>	<b>144</b>	<b>1</b>	<b>0,502</b>	<b>51%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>

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

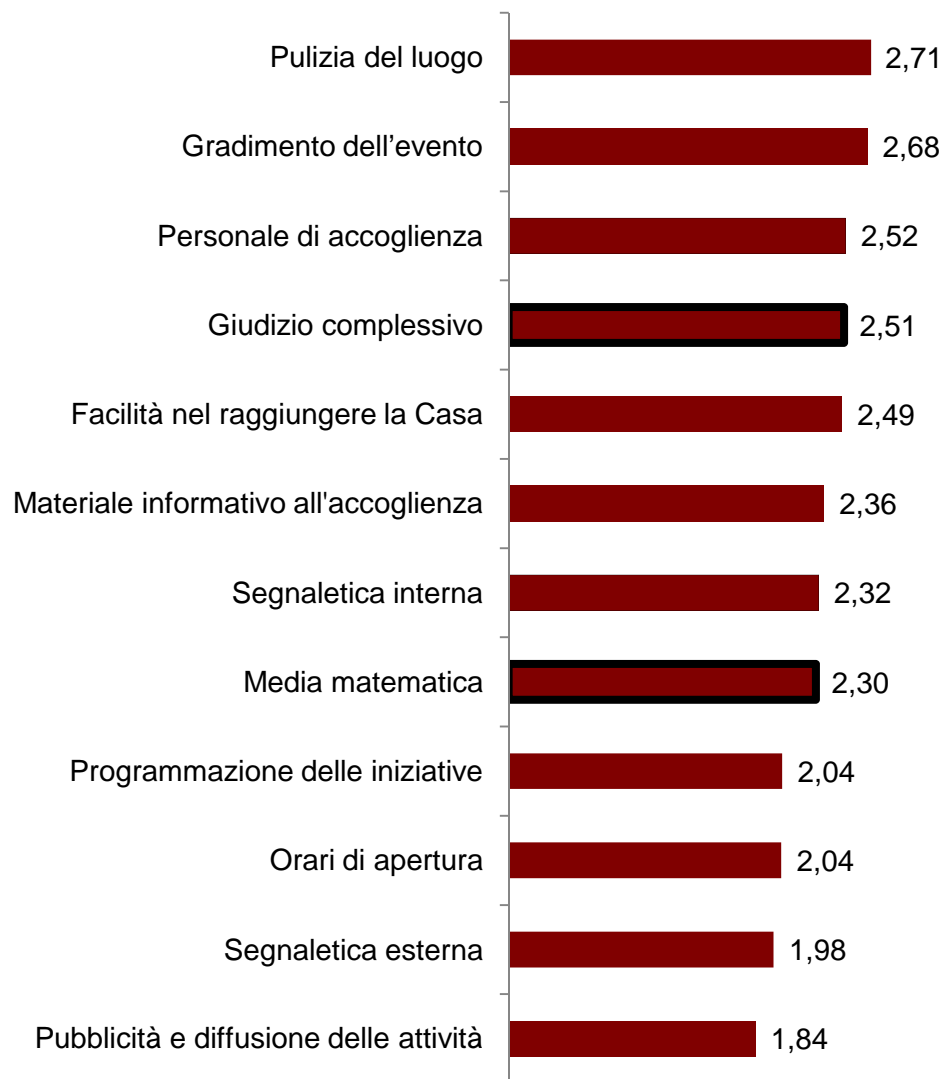
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,30).

## Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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

Gli aspetti che sono stati maggiormente graditi sono le seguenti: la **pulizia del luogo**, il **gradimento dell'evento** ed il **personale di accoglienza**.

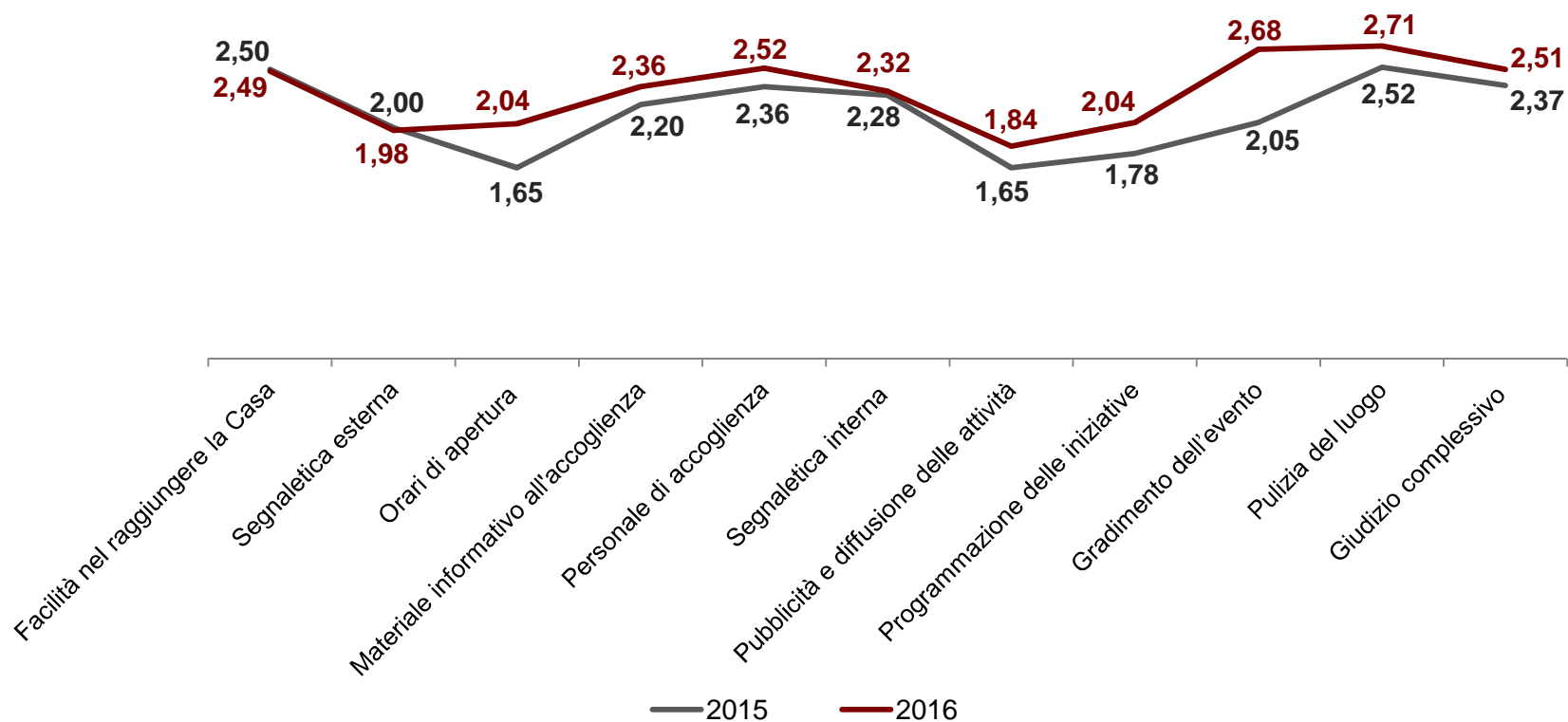
Tutte le variabili al di sotto della media matematica sono inferiori allo standard minimo di 2,20.



## Analisi del trend 2015-2016

Rispetto allo scorso anno, il trend risulta piuttosto costante e simile, ma si registra un incremento sui vari aspetti oggetto d'indagine.

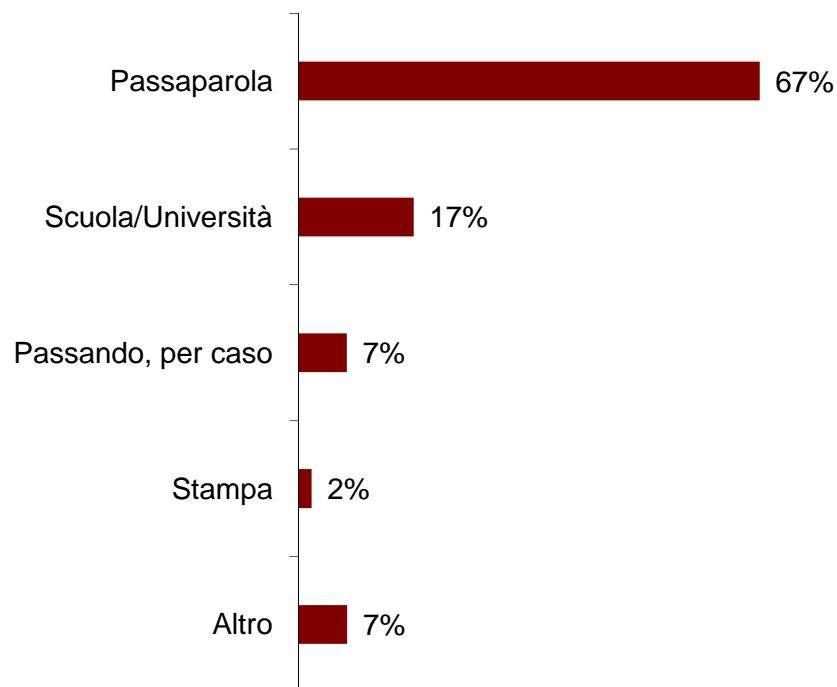
In particolare aumentano il gradimento dell'evento (su tale variabile risponde il 35% sul totale degli intervistati), gli orari di apertura, la pubblicità e diffusione delle attività e la programmazione delle iniziative, anche se questi ultimi tre aspetti restano al di sotto dello standard minimo di 2,20. Invece resta pressoché coincidente il giudizio medio sulla facilità nel raggiungere la Casa e sulla segnaletica esterna.



## Come è venuto a conoscenza della Casa

Ben il 67% degli intervistati dichiara di essere venuto a conoscenza della Casa tramite il “passaparola” (lo scorso anno era il 75%), il 17% attraverso “scuola/università” (era il 9% nel 2015) ed il 7% “passando per caso” (in lieve diminuzione rispetto al 10% nel 2015).

Risulta significativo che coloro che sono venuti a sapere di tale spazio culturale attraverso il passaparola siano principalmente i giovani di età fino ai 34 anni, con titolo di laurea, che hanno già frequentato *Casa delle Letterature* (oltre tre volte nell’ultimo anno). Invece ad avere conosciuto la Casa tramite scuola/università sono soprattutto gli studenti, di età 19-25 anni, diplomati, che vengono per la prima volta.

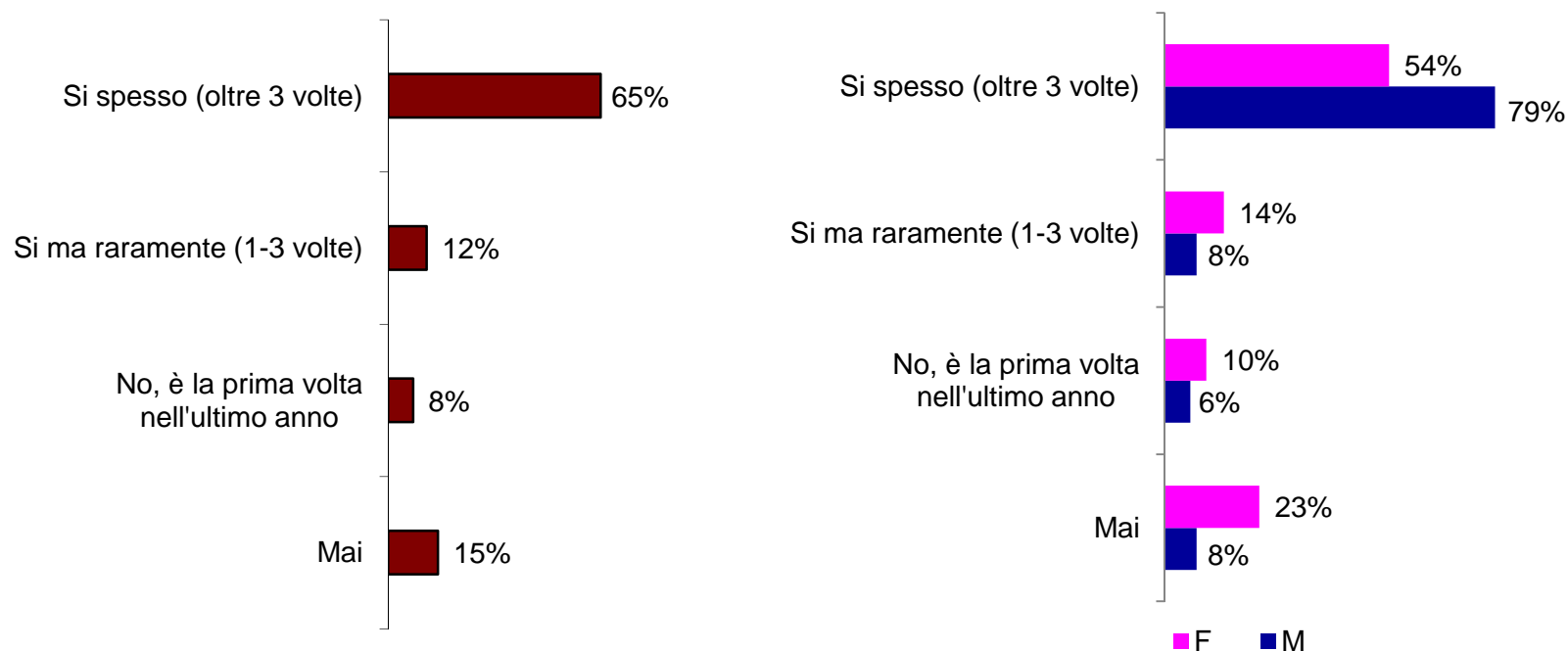




## Nell'ultimo anno è già stato a Casa delle Letterature

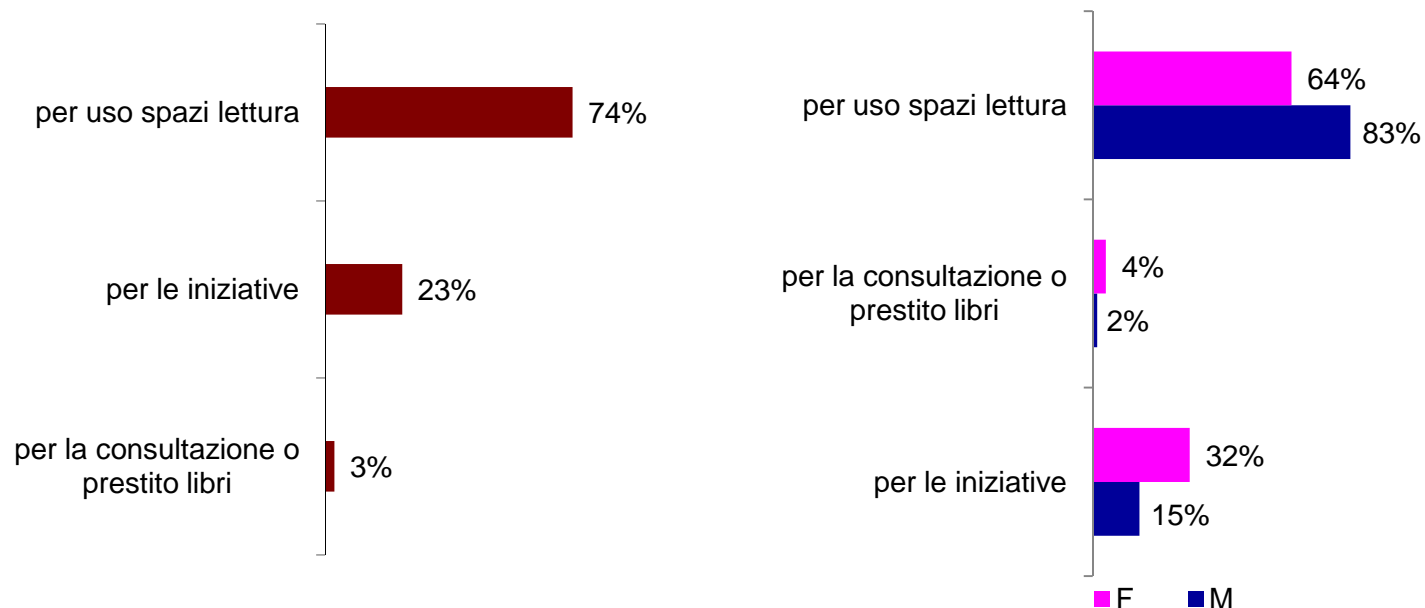
Ben il 77% degli intervistati dichiara di essere già stato a *Casa delle Letterature* nell'ultimo anno (65% "oltre tre volte" e 12% "da una a tre volte"), mentre il 23% non vi si è recato.

È rilevante che a frequentare abitualmente tale spazio culturale siano soprattutto gli uomini (cfr. grafico sottostante a destra), di età 14-25 anni, diplomati o laureati, in generale molto soddisfatti, con un giudizio uguale alle proprie aspettative. Invece i nuovi visitatori sono in prevalenza donne, di età 19-34 anni, alcuni con un titolo di specializzazione post laurea e un giudizio generale abbastanza soddisfacente o privi di attese a priori.



## Motivazione della visita

Il 74% sul campione totale dichiara di venire a *Casa delle Letterature* per utilizzare gli spazi lettura, il 23% per le iniziative ed il restante 3% per la consultazione/prestato dei libri. Risulta significativo che a fruire degli spazi lettura siano soprattutto gli uomini (*cfr.* grafico in basso a destra), di età 14-25 anni, che frequentano abitualmente *Casa delle Letterature*, in generale abbastanza soddisfatti. Invece a recarsi presso tale spazio per le iniziative sono in particolare le donne, di età giovane 19-34 anni o adulta oltre i 45 anni, nuovi visitatori, in generale molto o abbastanza soddisfatti.



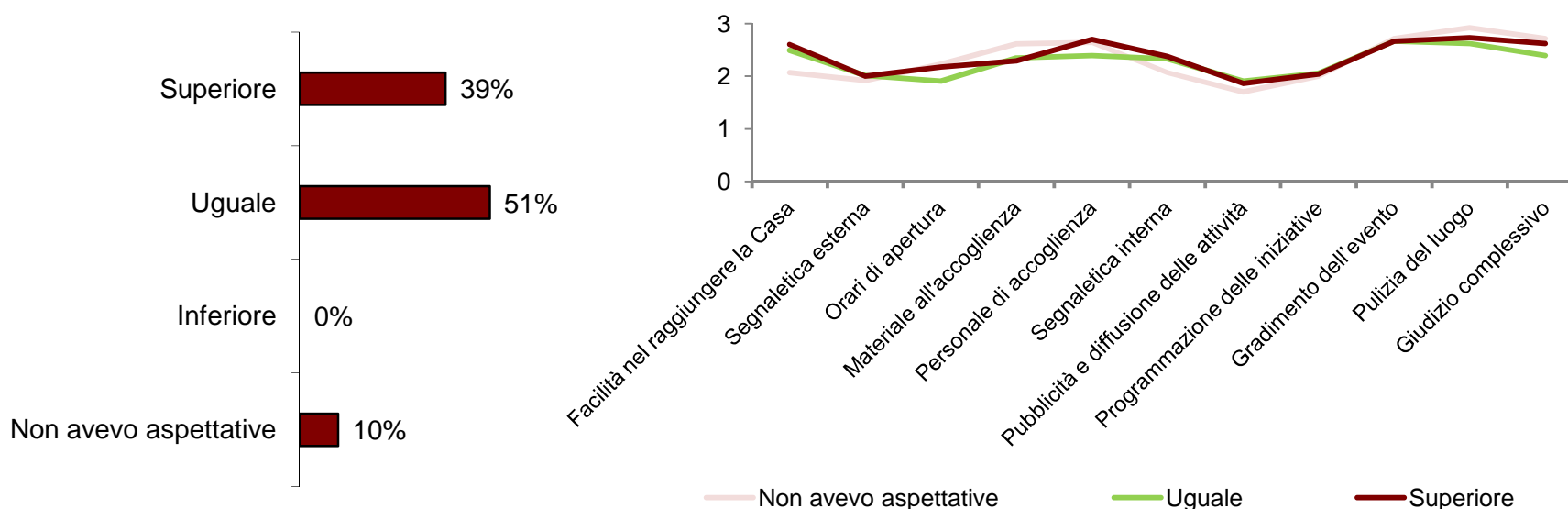
## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 10% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita.

Circa la metà di coloro che invece rispondono a tale domanda afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese (51% sul campione totale), per il 39% è superiore, mentre per nessuno l'esperienza risulta essere inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle proprie attese siano principalmente coloro che appartengono alla fascia d'età 26-34 anni e sono frequentatori abituali di *Casa delle Letterature* (oltre tre volte nell'ultimo anno). Invece hanno un giudizio uguale alle aspettative i fruitori che hanno un'età compresa tra i 14 e 25 anni e vengono di rado a *Casa delle Letterature* (da una a tre volte nell'ultimo anno). Chi è privo di aspettative appartiene soprattutto alla fascia 19-25 anni e si reca per la prima volta in tale spazio culturale.

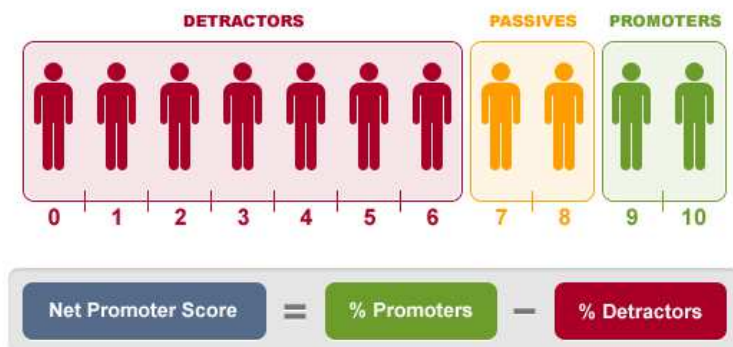
Come si denota dal grafico in basso a destra, il livello medio di soddisfazione sui vari aspetti è più alto da parte di chi ha un giudizio superiore alle aspettative o è privo di attese a priori.



## Consiglierebbe questo spazio culturale ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e 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 dello spazio visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà *Casa delle Letterature* è pari al **57%** (oltre la metà degli utenti intervistati rilascia una valutazione ottimale pari a 9-10).  
Da evidenziare che all'interno del campione intervistato solo un 1% costituisce i visitatori "detrattori", ovvero quelli che non consiglieranno tale museo.



NET PROMOTER SCORE Casa delle Letterature 2016										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	0	17	42	51	32
0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	12%	29%	36%	22%
<b>DETRATTORI = 1%</b>							<b>PASSIVI = 41%</b>		<b>PROMOTORI = 58%</b>	
<b>58% - 1% = 57%</b>										

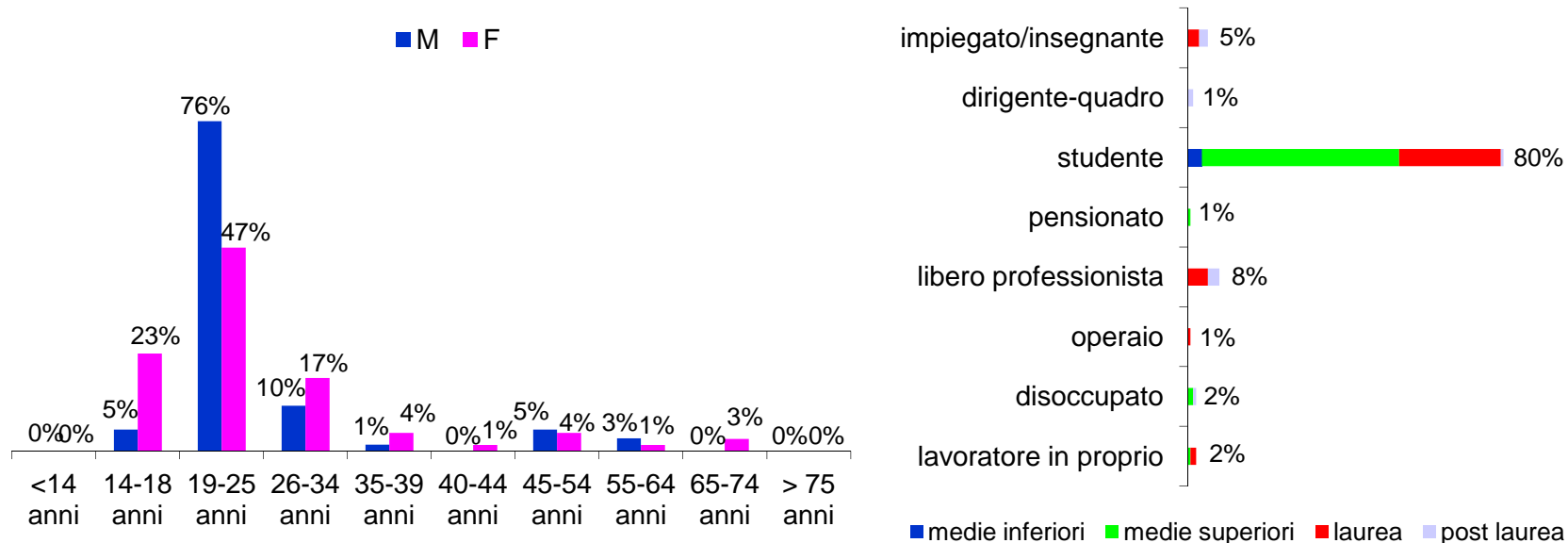
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Quest'anno prevale leggermente il genere femminile col 51% sul totale degli intervistati (in aumento dal 42% emerso nel 2015), soprattutto nella fasce di età 14-18 e 26-34 anni. Invece gli uomini emergono notevolmente nella fascia 19-25 anni.

La fascia d'età 19-25 anni risulta essere quella più rappresentata poiché raggiunge una percentuale pari al 61% (era 71% lo scorso anno).

Il 52% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di diploma superiore (61% nel 2015).

Paragonando i risultati relativi alle categorie professionali, rispetto all'indagine dello scorso anno, la percentuale più alta è di nuovo rappresentata dagli studenti (80% del campione; era 84% nel 2015). Poi seguono i liberi professionisti (passano da 7% nel 2015 a 8%) e gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (rispetto allo scorso anno la percentuale resta invariata al 5%).

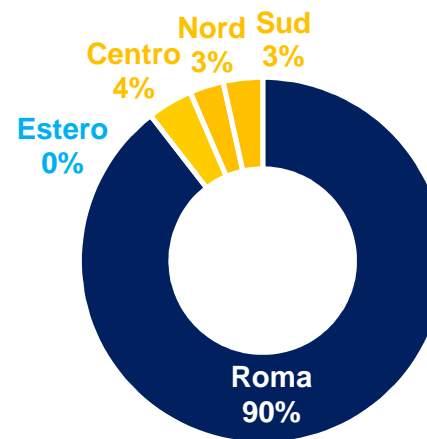


## Analisi socio-demografica (provenienza)

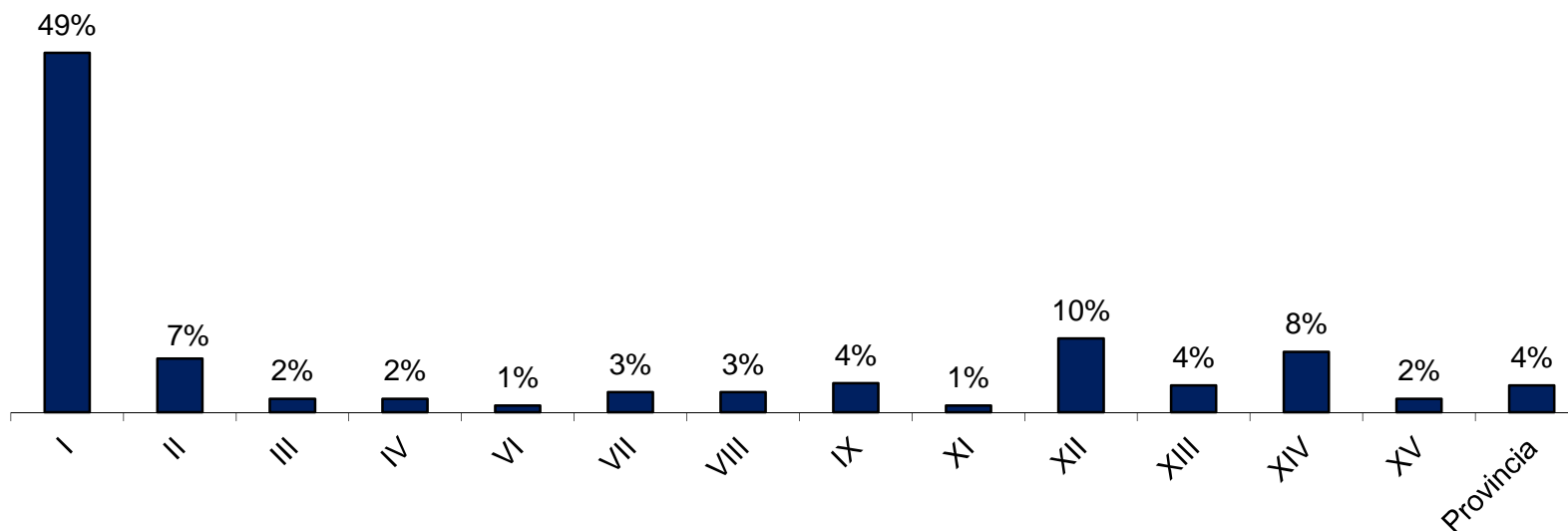
Il 90% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (in diminuzione rispetto al 97% nel 2015), mentre il restante 10% giunge da altre province italiane (in aumento rispetto al 3% dello scorso anno).

Tra i municipi in cui risiedono maggiormente gli intervistati prevale il Municipio I col 49% sul campione totale (è il municipio di appartenenza di *Casa delle Letterature*).

Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sui vari municipi di residenza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



## Cluster Analysis

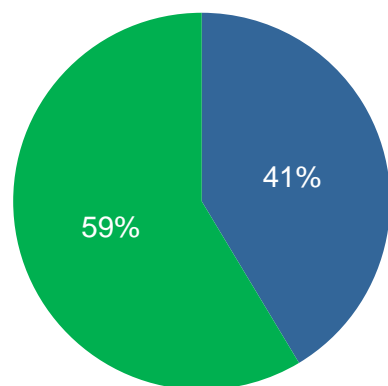
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (60 individui nel *Cluster 1* e 85 nel *Cluster 2*).

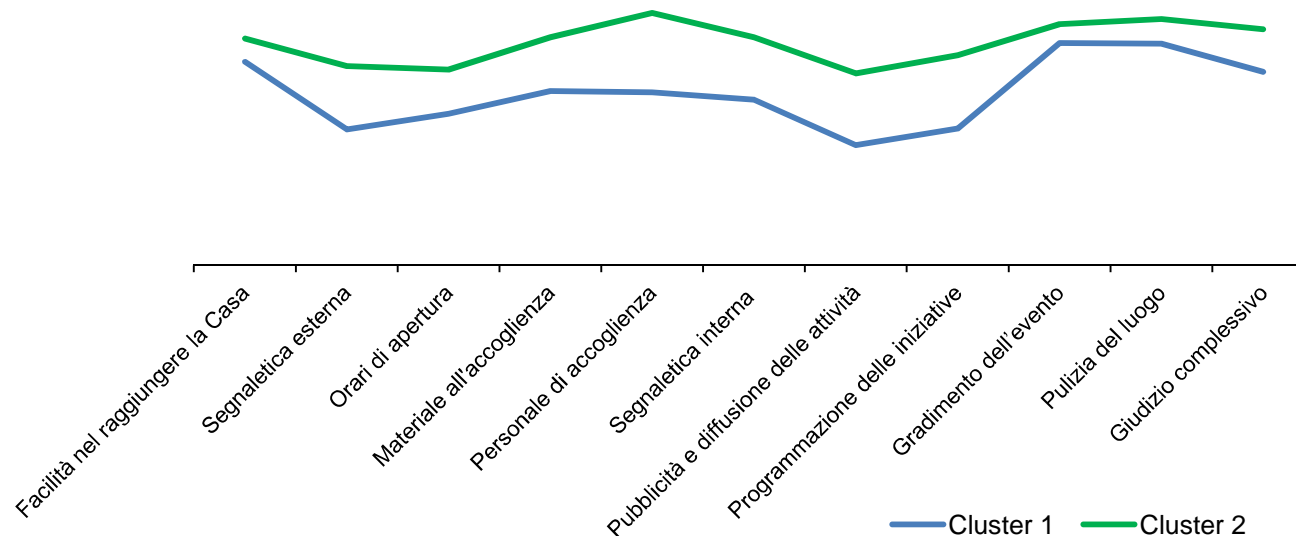
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Soddisfatti** sono ad a un livello più basso di soddisfazione, mentre nella 2° tipologia i **Deliziati** sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1** Soddisfatti: soprattutto giovani tra i 14 e 25 anni, diplomati, studenti, romani, già stati a Casa delle Letterature (oltre tre volte nell'ultimo anno), vengono principalmente per uso spazi lettura, in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2** Deliziati: soprattutto adulti tra i 26 e 54 anni, laureati, liberi professionisti, alcuni giungono da altre province italiane, vengono per la prima volta a Casa delle Letterature, vi si recano principalmente per le iniziative, in generale molto soddisfatti, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.



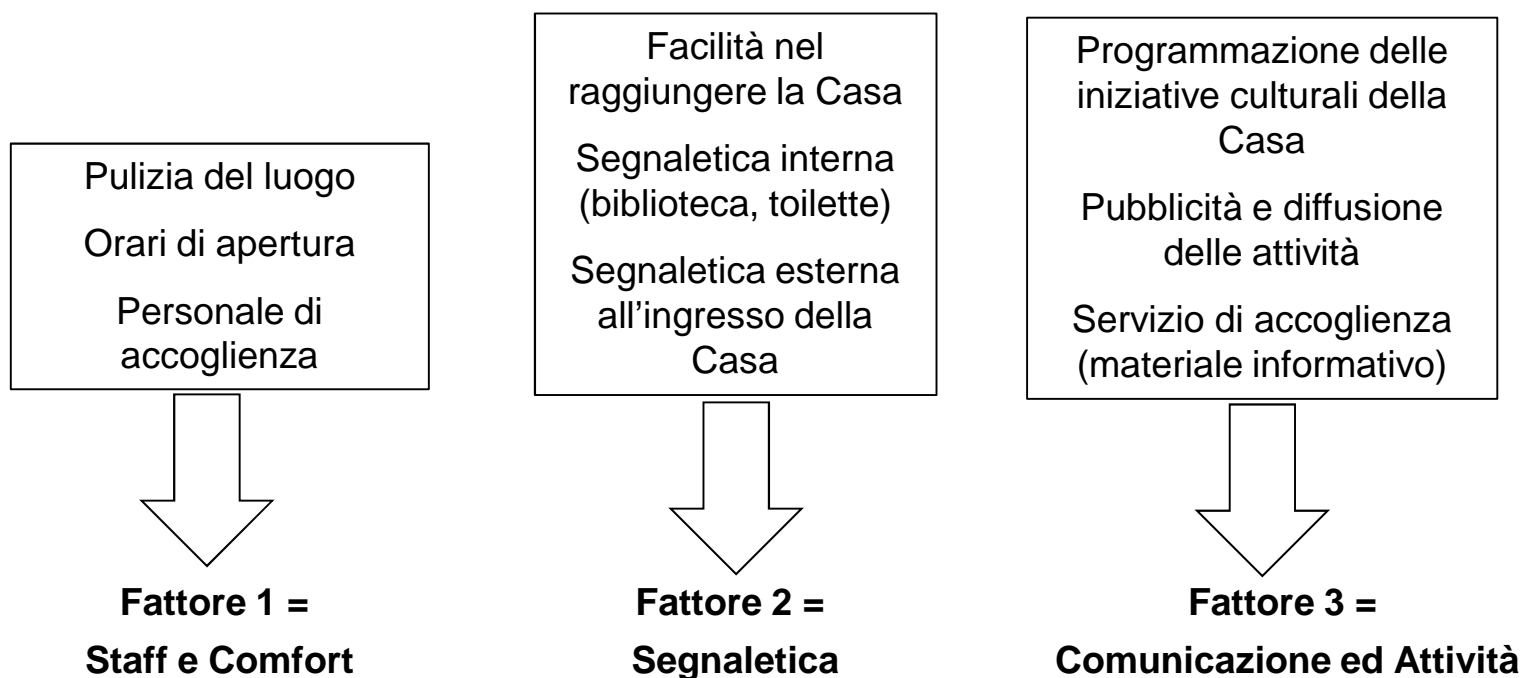
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



## 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.

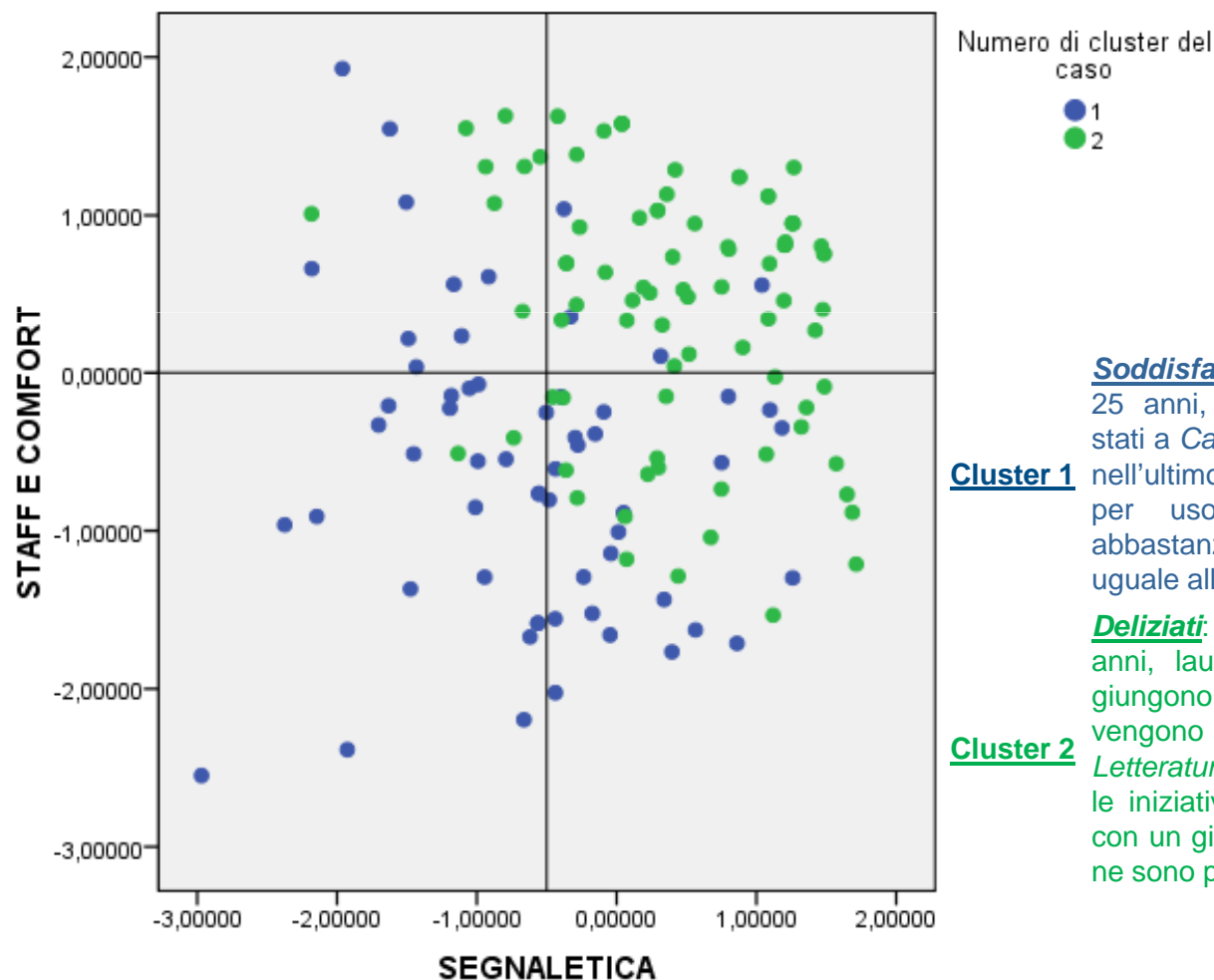
Con un discreto numero di variabili oggetto d'indagine sono stati identificati statisticamente i **3 Fattori** seguenti:





## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media, il Cluster 2 dei “*Deliziati*” risulta soddisfatto su entrambi i fattori, mentre il Cluster 1, ovvero quello dei “*Soddisfatti*” mostra una soddisfazione minore sul fattore 2 (“*Segnaletica*”).



**Cluster 1**  
**Soddisfatti:** soprattutto giovani tra i 14 e 25 anni, diplomati, studenti, romani, già stati a *Casa delle Letterature* (oltre tre volte nell’ultimo anno), vengono principalmente per uso spazi lettura, in generale abbastanza soddisfatti, con un giudizio uguale alle aspettative.

**Cluster 2**  
**Deliziati:** soprattutto adulti tra i 26 e 54 anni, laureati, liberi professionisti, alcuni giungono da altre province italiane, vengono per la prima volta a *Casa delle Letterature*, vi si recano principalmente per le iniziative, in generale molto soddisfatti, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.

## Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Facilità nel raggiungere la Casa	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Materiale informativo all'accoglienza	Personale di accoglienza	Segnaletica interna	Pubblicità e diffusione delle attività della Casa	Programmazione e delle iniziative	Gradimento dell'evento	Pulizia del luogo	Giudizio complessivo
Facilità nel raggiungere la Casa	1,000	,194*	,068	-,017	,180*	,310**	,154	,085	,112	-,033	,203*
Segnaletica esterna	,194*	1,000	,070	,230**	,395**	,389**	,263**	,189*	-,059	,087	,198*
Orari di apertura	,068	,070	1,000	,288**	,270**	,212*	,177*	,208*	-,031	,194*	,474**
Materiale informativo all'accoglienza	-,017	,230**	,288**	1,000	,437**	,304**	,284**	,439**	,002	,244**	,263**
Personale di accoglienza	,180*	,395**	,270**	,437**	1,000	,492**	,270**	,387**	,145	,204*	,499**
Segnaletica interna	,310**	,389**	,212*	,304**	,492**	1,000	,330**	,270**	-,066	,156	,355**
Pubblicità e diffusione delle attività	,154	,263**	,177*	,284**	,270**	,330**	1,000	,598**	,152	,056	,286**
Programmazione delle iniziative	,085	,189*	,208*	,439**	,387**	,270**	,598**	1,000	,284*	,181*	,296**
Gradimento dell'evento	,112	-,059	-,031	,002	,145	-,066	,152	,284*	1,000	,363*	,027
Pulizia del luogo	-,033	,087	,194*	,244**	,204*	,156	,056	,181*	,363*	1,000	,219**
Giudizio complessivo	,203*	,198*	,474**	,263**	,499**	,355**	,286**	,296**	,027	,219**	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 della Casa (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Il gradimento dell'evento è l'unico aspetto che non è risultato significativo rispetto all'esperienza complessiva e per tale motivo è stata escluso dalla tabella laterale.

A *Casa delle Letterature* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio complessivo sono il **personale di accoglienza** e gli **orari di apertura**.

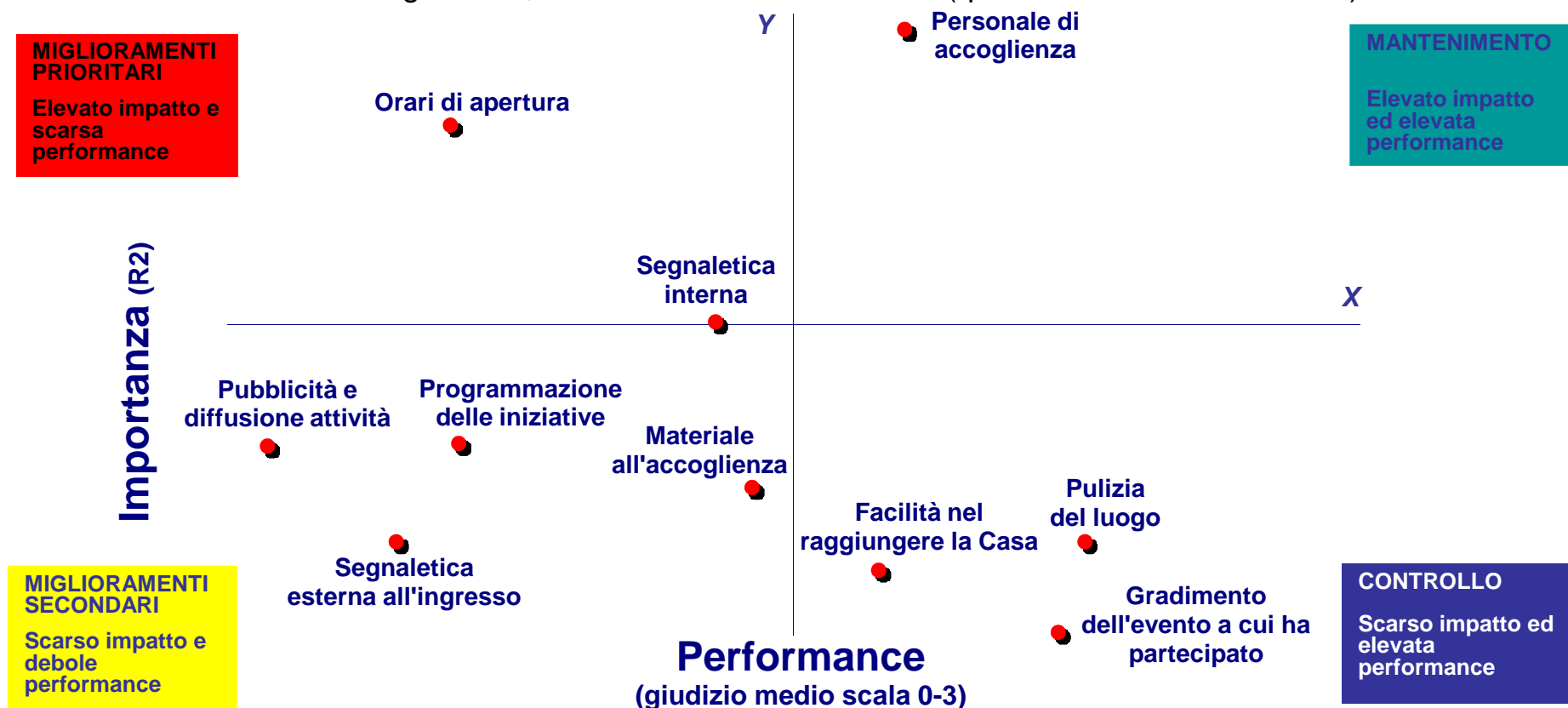
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio complessivo della Casa	
Personale di accoglienza	0,499
Orari di apertura	0,474
Segnaletica interna (biblioteca, toilette)	0,355
Programmazione delle iniziative culturali della Casa	0,296
Pubblicità e diffusione delle attività della Casa	0,286
Servizio di accoglienza (materiale informativo; depliant)	0,263
Pulizia del luogo	0,219
Facilità nel raggiungere la Casa	0,203
Segnaletica esterna all'ingresso della Casa	0,198

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale di accoglienza** è in assoluto l'aspetto ritenuto più importante e soddisfacente (quadrante in alto a destra). Gli **orari di apertura** si collocano tra i miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra), mentre la **segnaletica interna** si trova in una posizione *borderline*.

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



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

## **SUGGERIMENTI**

**NON RISPONDE. Totale 96**

---

**ORARI DI APERTURA** da anticipare e/o posticipare (26), apertura anche il sabato (8), altro (1).  
**Totale 35**

**SUPPORTI DIGITALI** migliorare la connessione internet. **Totale 9**

**POSTI A SEDERE** da aggiungere, migliorare le sedi. **Totale 6**

**ALTRO .Totale 21**

***Totale 71 Suggerimenti***  
***Casa delle Letterature 2016***



### Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, stiamo facendo un sondaggio sulla percezione dei servizi offerti a Casa delle Letterature al fine di migliorarne la qualità e rendere il più agevole possibile la fruizione. A tale scopo vorremmo sapere quanto si ritiene soddisfatto (da "Molto" a "Per niente") riguardo alle seguenti voci:

	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
1. <b>Facilità nel raggiungere la Casa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. <b>Segnaletica esterna all'ingresso della Casa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. <b>Orari di apertura</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. <b>Materiale disponibile all'accoglienza (depliant/brochure)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. <b>Personale di accoglienza</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. <b>Segnaletica interna (ad es. per biblioteca, toilette)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. <b>Pubblicità e diffusione delle attività della Casa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. <b>Programmazione delle iniziative culturali della Casa</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. <b>Gradimento dell'evento (solo se vi ha partecipato)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. <b>Pulizia del luogo</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. <b>GIUDIZIO COMPLESSIVO</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. **Rispetto alle aspettative, il suo giudizio generale è:**  Superiore  Uguale  Inferiore  Non avevo aspettative

13. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo spazio culturale ad un amico?**

- 0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

14. **Come è venuto a conoscenza di Casa delle Letterature?**

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)   | <input type="checkbox"/> Punto Informativo Turistico - PIT | <input type="checkbox"/> Televisione/Radio |
| <input type="checkbox"/> <a href="http://www.comune.roma.it/cultura">http://www.comune.roma.it/cultura</a> | <input type="checkbox"/> Contact Center 060608             | <input type="checkbox"/> Scuola/Università |
| <input type="checkbox"/> Altri siti internet   | <input type="checkbox"/> Depliant/Locandina                | <input type="checkbox"/> Newsletter        |
| <input type="checkbox"/> Stendardo sull'edificio   | <input type="checkbox"/> Passaparola                       | <input type="checkbox"/> Social network    |
| <input type="checkbox"/> Passando, per caso  | <input type="checkbox"/> Pubblicità                        | <input type="checkbox"/> Altro.....        |

15. **Per quale motivo vi si è recato?**  Per le iniziative  Per consultazione o prestito libri  Per uso spazio lettura  Altro.....

16. **Nell'ultimo anno è già venuto?**  Mai stato  No, prima volta nell'ultimo anno  Sì, ma raramente (1-3 volte)  Sì, spesso (oltre 3 volte)

17. **Suggerimenti**

.....

**DATI PERSONALI :** **Età:**  <14  14-18  19-25  26-34  35-39  40-44  45-54  55-64  65-74  >75 **Genere:**  M  F

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

**Professione:**  impiegato-insegnante  dirigente-quadro  studente  pensionato  libero professionista  casalinga  non occupato

lavoratore in proprio  altro (specificare a lato) .....

**Residenza:**  Roma (indicare Municipio:\_\_\_)  Altra provincia italiana: \_\_\_\_\_  Altra nazionalità: \_\_\_\_\_