



---

Indagini di Customer Satisfaction

Centro Informagiovani

10 Ottobre – 3 Dicembre 2016

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 19/12/2016*

**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 del Centro
- Quale informazione ha chiesto all'operatore
- Frequenza di utilizzo del servizio
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe il Centro Informagiovani ad un amico
- Sito web
- 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 150 questionari somministrati a campione attraverso auto-compilazione dal 10 ottobre al 3 dicembre 2016 agli utenti del Centro Informagiovani presso La Pelanda (gli intervistati rappresentano il 9% degli ingressi totali nel periodo d'indagine; nello specifico il campione intervistato è pari al 67% degli utenti che si sono recati al Centro per richiedere consulenza ed orientamento).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di  $\pm 2,74\%$ .

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 medio di soddisfazione dell'esperienza generale è molto buono (**2,77**), con una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 99%.

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine si collocano al di sopra dello standard minimo di 2,20. Al di sopra della media sul giudizio generale vi sono gli aspetti relativi al personale, che hanno raggiunto una soddisfazione molto elevata: la cortesia e professionalità (2,93), l'efficienza dell'operatore (2,92) e la completezza delle informazioni ricevute (2,78). Quest'ultimo aspetto è l'elemento che risulta più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, insieme all'efficienza degli operatori, che risultano essere anche le variabili più correlate al giudizio generale su tale servizio (cfr. pp. 16-18).

Il profilo degli intervistati è costituito per la quasi totalità da cittadini romani (86% del campione totale), di età compresa tra i 19 e 34 anni (74%; l'età media è di 23 anni), di genere femminile (54%), disoccupati (46%) e studenti (38%), in possesso di un titolo di diploma di scuola media inferiore e superiore (63%). Il 65% del campione totale dichiara di avere utilizzato il servizio per la prima volta.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza del servizio attraverso il passaparola (37% sul totale degli intervistati), seguono poi il canale web (26%) e scuola/università (16%).

Risulta significativo che tra gli utenti romani prevalgano il passaparola e la scuola/università: nel primo caso si tratta di diplomati con un'età compresa tra i 19 e 34 anni, mentre a conoscere il servizio tramite scuola/università sono soprattutto i minorenni, con un titolo di scuola media inferiore. Invece ad avere saputo del Centro attraverso il canale web sono in particolare gli utenti provenienti da fuori Roma, laureati, di età 19-34 anni.

## Tabella riassuntiva

Indagine <i>customer satisfaction</i> Centro Informagiovani 2016	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Deliziati	Insoddisfatti	Molto+Abba stanza soddisfatti
Indicazioni per raggiungere il Centro	2,31	2,00	147	3	0,668	42%	0%	88%
Orari di apertura	2,67	3,00	145	5	0,528	69%	1%	99%
Cortesia e professionalità	2,93	3,00	148	2	0,252	93%	0%	100%
Efficienza dell'operatore	2,92	3,00	149	1	0,273	92%	0%	100%
Completezza informazioni ricevute	2,78	3,00	147	3	0,414	78%	0%	100%
Materiali informativi distribuiti	2,36	2,00	137	13	0,639	45%	0%	91%
Pulizia del luogo	2,53	3,00	142	8	0,542	54%	1%	99%
<b>Giudizio generale Centro Informagiovani</b>	<b>2,77</b>	<b>3,00</b>	<b>137</b>	<b>13</b>	<b>0,437</b>	<b>78%</b>	<b>0%</b>	<b>99%</b>

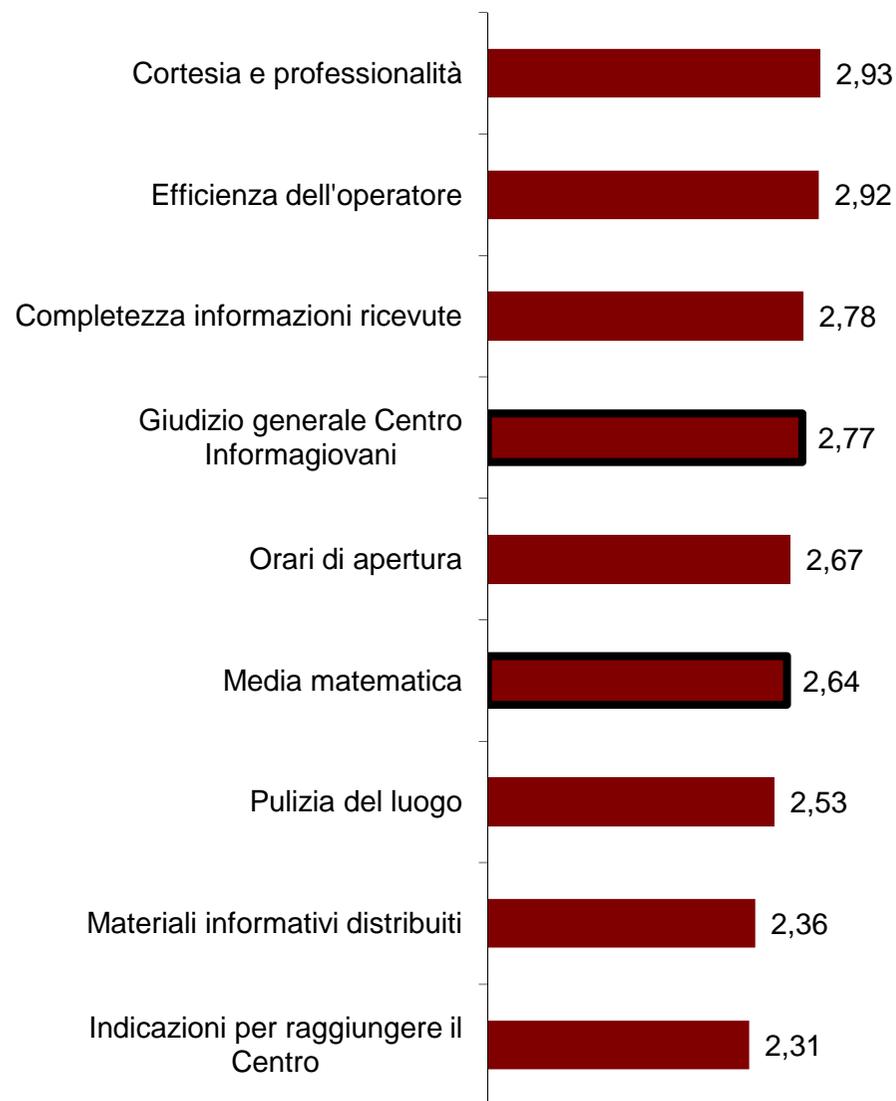
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*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 (2,64).

## 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.

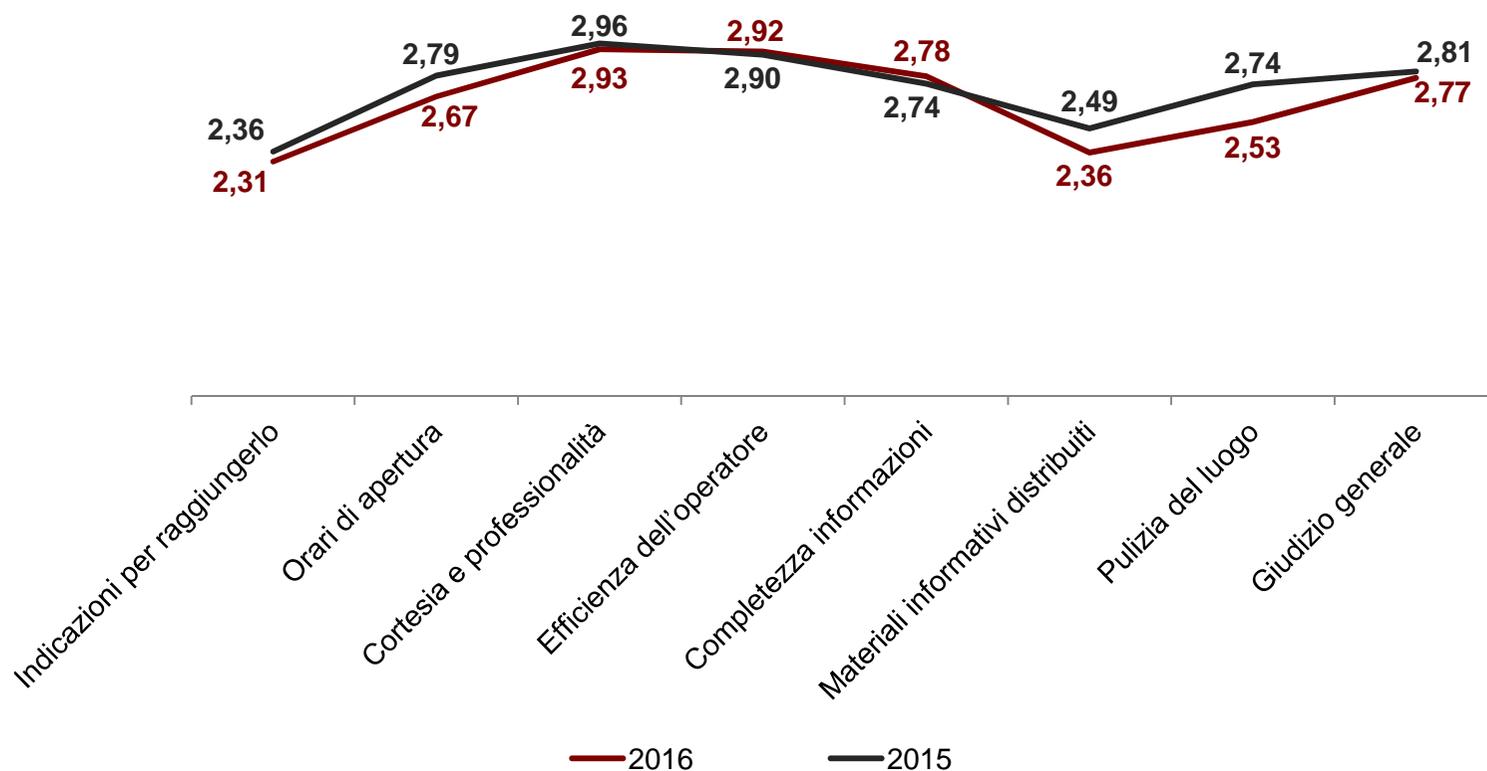
Gli aspetti oggetto d'indagine che sono stati maggiormente graditi sono quelli riguardanti gli operatori (**cortesia e professionalità**, ma anche la loro **efficienza**) e la **completezza delle informazioni ricevute**.



## Analisi del trend 2015-2016

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante, ma si registra una lieve diminuzione generale del livello medio di soddisfazione su vari aspetti oggetto d'indagine.

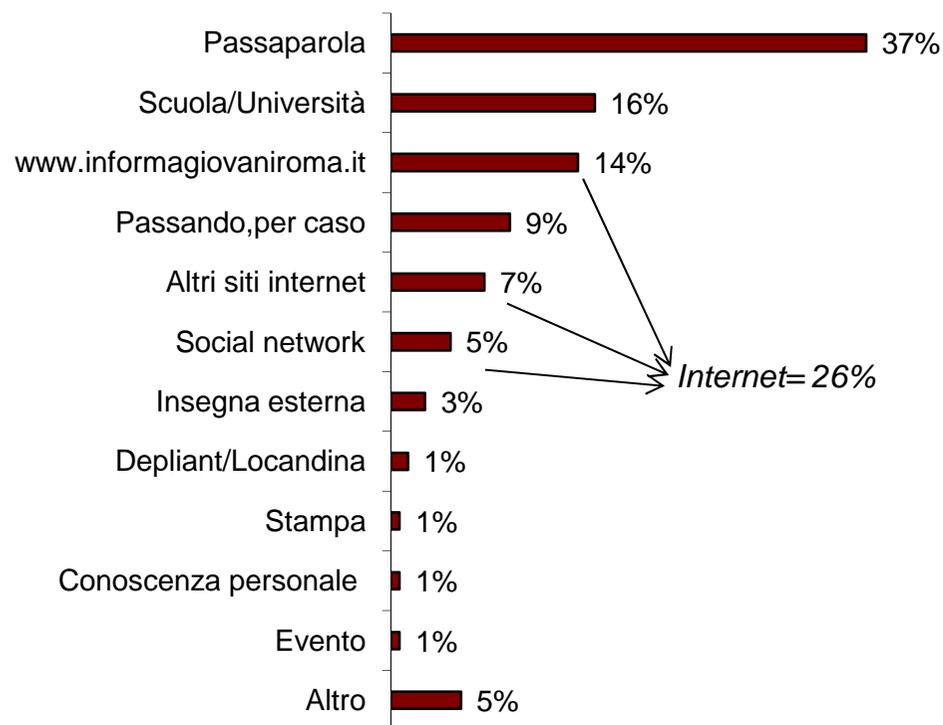
In aumento le medie relative all'efficienza dell'operatore e alla completezza delle informazioni ricevute, mentre si registra una flessione soprattutto sui materiali informativi distribuiti e sulla pulizia del luogo.



## Come è venuto a conoscenza del Centro

Il “passaparola” è il mezzo principale attraverso cui il 37% degli intervistati viene a conoscenza del *Centro Informagiovani* (nel 2015 la percentuale era pari al 44%), il 26% risponde “internet” (in aumento dal 19% dello scorso anno) e il 16% tramite “scuola/università” (9% nel 2015).

Risulta significativo che tra gli utenti romani prevalgano il passaparola e la scuola/università: nel primo caso si tratta di diplomati con un’età compresa tra i 19 e 34 anni, mentre a conoscere il servizio tramite scuola/università sono soprattutto i minorenni, con un titolo di scuola media inferiore. Invece ad avere saputo del Centro attraverso il canale web sono in particolare gli utenti provenienti da fuori Roma, laureati, di età 19-34 anni.



## Quale informazione ha chiesto all'operatore

Il 37% degli utenti intervistati dichiara di avere richiesto informazioni relative a “studio e formazione” (36% nel 2015), mentre il 27% è interessato a “lavoro e impresa” (era 25% lo scorso anno) e il 9 % a “borse di studio e stage” (11% nell'indagine precedente).

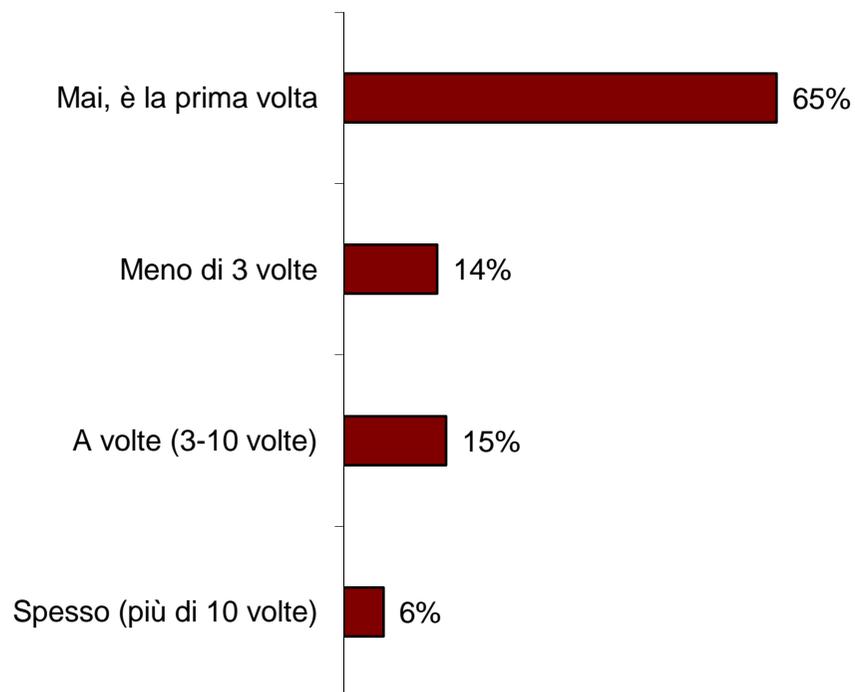
Da evidenziare che “studio e formazione” sia la risposta prevalente per gli utenti appartenenti alle fasce d'età compresa tra i 14 e 25 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore. Invece a richiedere informazioni su “lavoro e impresa” sono principalmente i giovani di età 26-34 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea.



## Frequenza di utilizzo del servizio

La maggior parte degli utenti intervistati dichiara di non avere mai utilizzato il servizio (65%; in lieve discesa dal 69% nel 2015), mentre il 35% ne ha già usufruito (il 14% risponde “Meno di tre volte”, il 15% “A volte - da 3 a 10 volte” e il 6% “Spesso - più di 10 volte”).

Su tale domanda non sono risultati significativi gli incroci sia con le variabili dicotomiche che con le altre in scala ordinale.



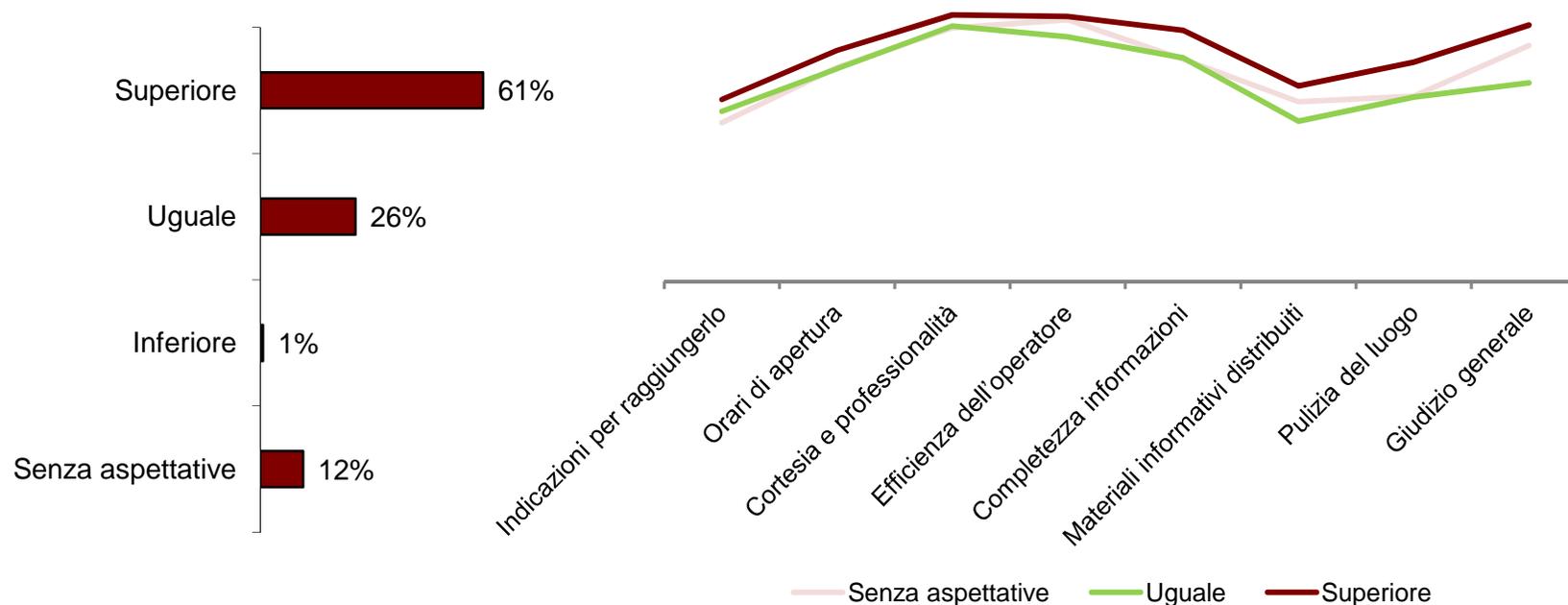
## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 12% degli utenti intervistati dichiara di non avere aspettative prima di usufruire del servizio.

Più della metà degli intervistati (61% sul totale) afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, mentre per il 26% è uguale e solo per il restante 1% è inferiore.

Risulta significativo che il giudizio sia superiore alle attese in particolare per gli utenti con un titolo di scuola media inferiore o superiore, che utilizzano il servizio per la prima volta e sono molto soddisfatti dell'esperienza complessiva. Invece il giudizio è uguale alle aspettative per coloro che hanno conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea, già fruitori di tale servizio e in generale sono abbastanza soddisfatti.

Ad avere un giudizio superiore alle aspettative sono soprattutto gli utenti che dichiarano di essere molto soddisfatti dei vari aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe il Centro Informagiovani ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti e hanno rilasciato come valutazione 9-10 – e i **detrattori** - utenti insoddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del Centro.

In questo caso la percentuale di chi consiglierà il *Centro Informagiovani* è pari al **68%**; ciò è indice di un elevato gradimento da parte degli utenti intervistati su tale servizio.



NET PROMOTER SCORE <i>Centro Informagiovani 2016</i>										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	1	1	11	32	40	65
0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	7%	21%	27%	43%
<b>DETRACTORI = 2%</b>							<b>PASSIVI = 28%</b>	<b>PROMOTORI = 70%</b>		
<b>70% - 2% = 68%</b>										

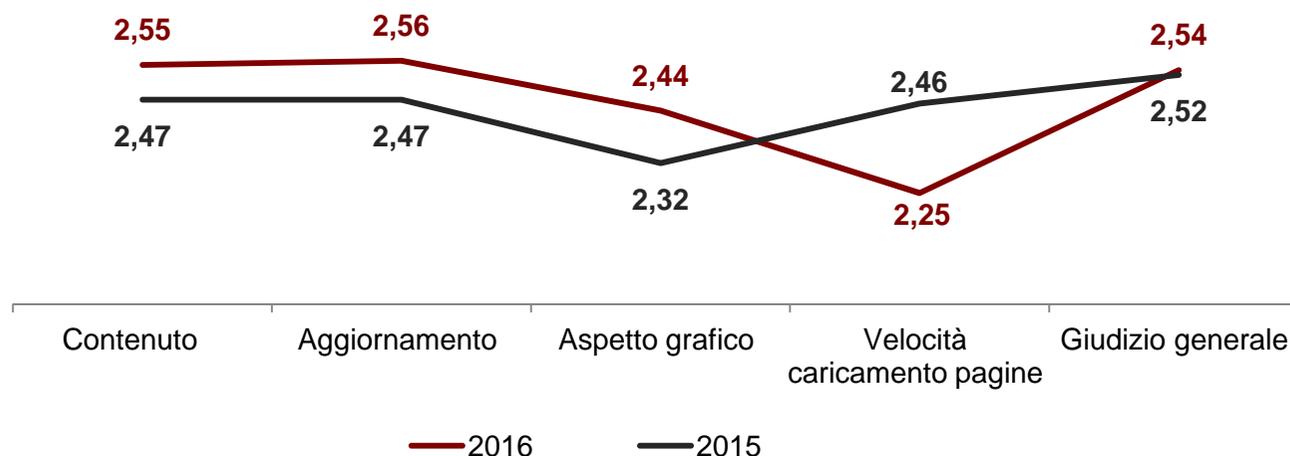
## Sito web

Il 51% degli utenti intervistati ha risposto alla sezione del questionario relativa ai vari aspetti del sito web *www.informagiovaniroma.it*.

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

Dall'analisi del trend rispetto allo scorso anno (*cf.* grafico sottostante) si evidenzia che la soddisfazione media aumenta su tutti gli aspetti oggetto di indagine, ad eccezione della velocità di caricamento delle pagine web, che rimane comunque al di sopra dello standard di 2,20.

Indagine customer satisfaction <i>www.informagiovaniroma.it</i> 2016	Media	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deliziati	Insoddisfatti	M+A sodd.
Contenuto	2,55	73	77	55%	0%	100%
Aggiornamento	2,56	70	80	57%	0%	99%
Aspetto grafico	2,44	70	80	47%	0%	97%
Velocità caricamento pagine	2,25	71	79	31%	0%	94%
<b>Giudizio generale sito web</b>	<b>2,54</b>	<b>69</b>	<b>81</b>	<b>57%</b>	<b>0%</b>	<b>97%</b>



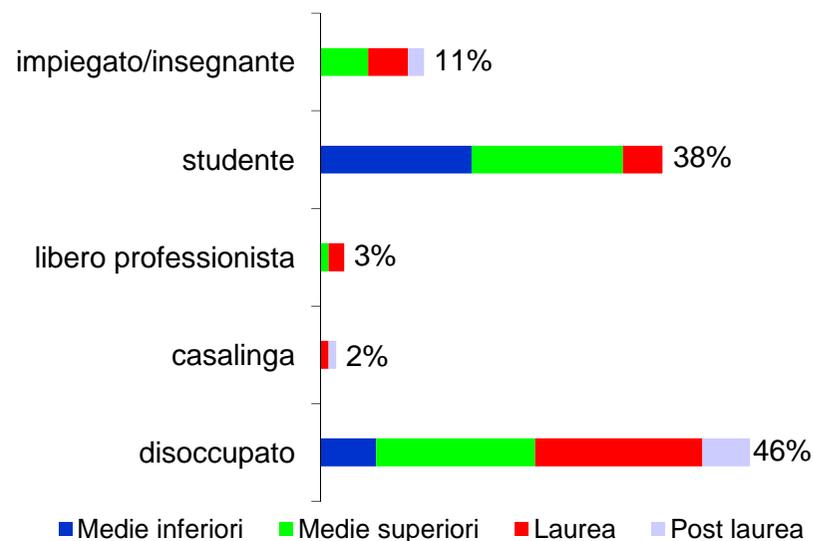
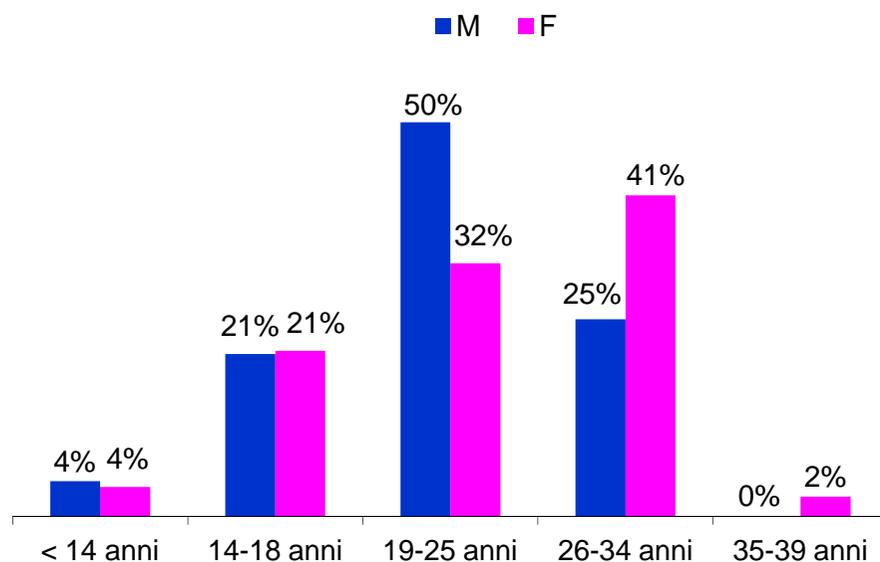
## Analisi socio-demografica (genere, età)

Anche quest'anno tra gli intervistati prevalgono le donne col 54% (62% nel 2015), soprattutto nella fascia 26-34 anni, mentre gli uomini sono predominanti nella fascia 19-25 anni.

Le fasce di età più rappresentate restano quelle comprese tra i 19 e 34 anni, che raggiungono complessivamente il 74% sul campione totale (nel 2015 erano il 76%). L'età media è di 23 anni (un anno in meno rispetto a quanto emerso nell'indagine precedente).

Il 63% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di scuola media inferiore o superiore (in calo dal 71% dello scorso anno).

Rispetto alle categorie professionali viene confermata la prevalenza di disoccupati col 46% sul totale degli intervistati (50% nell'indagine precedente) e di studenti (38%; percentuale corrispondente al 2015; oltre la metà di questi sono iscritti a varie facoltà universitarie, sia letterarie che scientifiche). Invece gli occupati dipendenti (impiegati/insegnanti) passano da 9% dello scorso anno a 11% nell'indagine attuale.

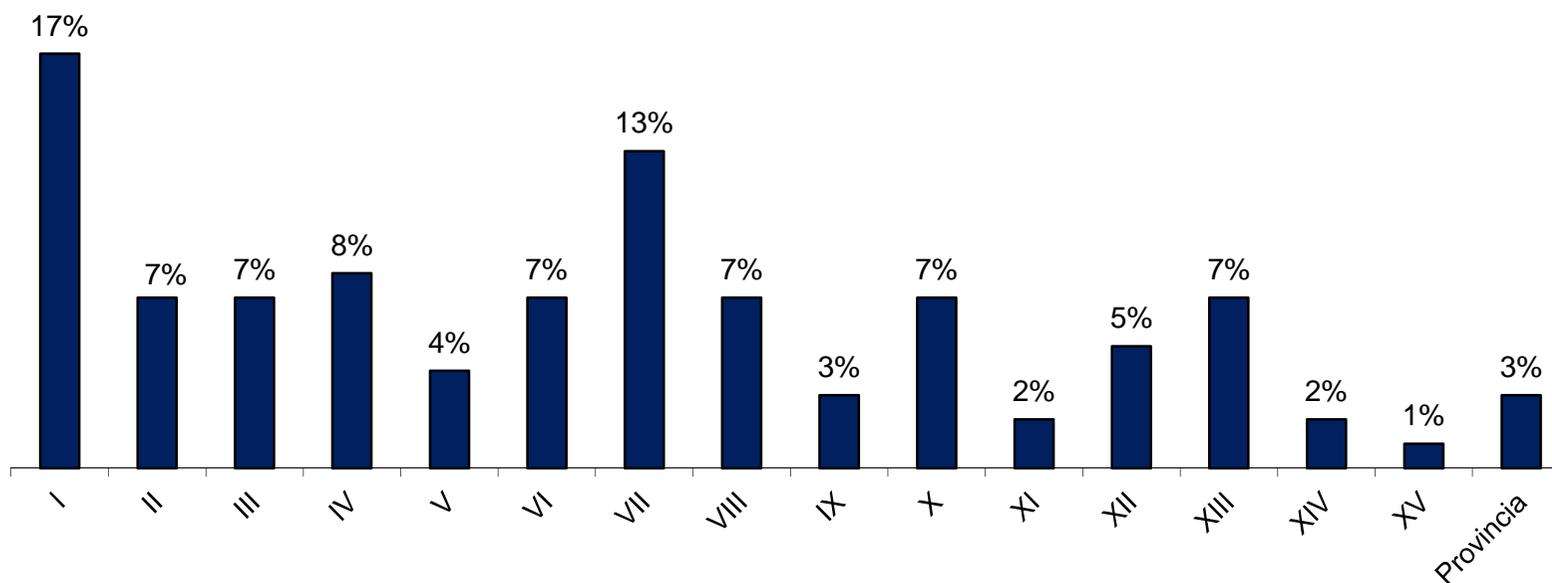
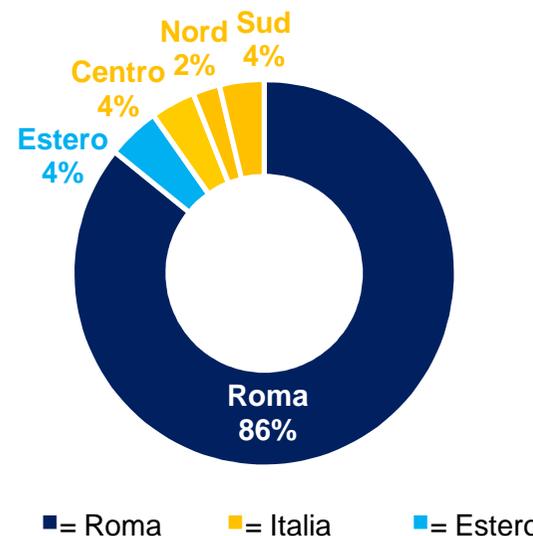


## Analisi socio-demografica: provenienza

Ben l'86% del campione intervistato è costituito da cittadini romani (81% nel 2015), mentre il 10% giunge da altre province italiane (6% nello scorso anno) e il restante 4% dall'estero (percentuale in calo rispetto al 12% emerso nel 2015).

Per i municipi di residenza si rimanda al grafico sottostante: prevalgono i Municipi I e VII, rispettivamente 17% e 13% sul campione totale.

Da evidenziare che viene rilevata un'utenza proveniente da tutti i Municipi del territorio romano.



## Correlazione - 1/2

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

<b>Coefficiente di correlazione di Spearman – Centro Informagiovani 2016</b>	Indicazioni per raggiungere lo sportello	Orari di apertura	Cortesia e professionalità	Efficienza dell'operatore	Completezza delle informazioni ricevute	Materiali informativi distribuiti	Pulizia del luogo	Giudizio generale
Indicazioni per raggiungere il Centro	1,000	,259 **	,223 **	,220 **	,216 **	,220 *	,332 **	,255 **
Orari di apertura	,259 **	1,000	,211 *	,324 **	,268 **	,257 **	,298 **	,389 **
Cortesia e professionalità	,223 **	,211 *	1,000	,610 **	,381 **	,231 **	,209 *	,372 **
Efficienza dell'operatore	,220 **	,324 **	,610 **	1,000	,505 **	,238 **	,133	,472 **
Completezza informazioni ricevute	,216 **	,268 **	,381 **	,505 **	1,000	,336 **	,391 **	,592 **
Materiali informativi distribuiti	,220 *	,257 **	,231 **	,238 **	,336 **	1,000	,542 **	,275 **
Pulizia del luogo	,332 **	,298 **	,209 *	,133	,391 **	,542 **	1,000	,333 **
Giudizio generale	,255 **	,389 **	,372 **	,472 **	,592 **	,275 **	,333 **	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 del servizio (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco). Tutti gli aspetti sono risultati significativi rispetto all'esperienza complessiva.

Al *Centro Informagiovani* gli aspetti che risultano più correlati al giudizio generale sono quelli relativi alla **completezza delle informazioni ricevute** e all'**efficienza dell'operatore**.

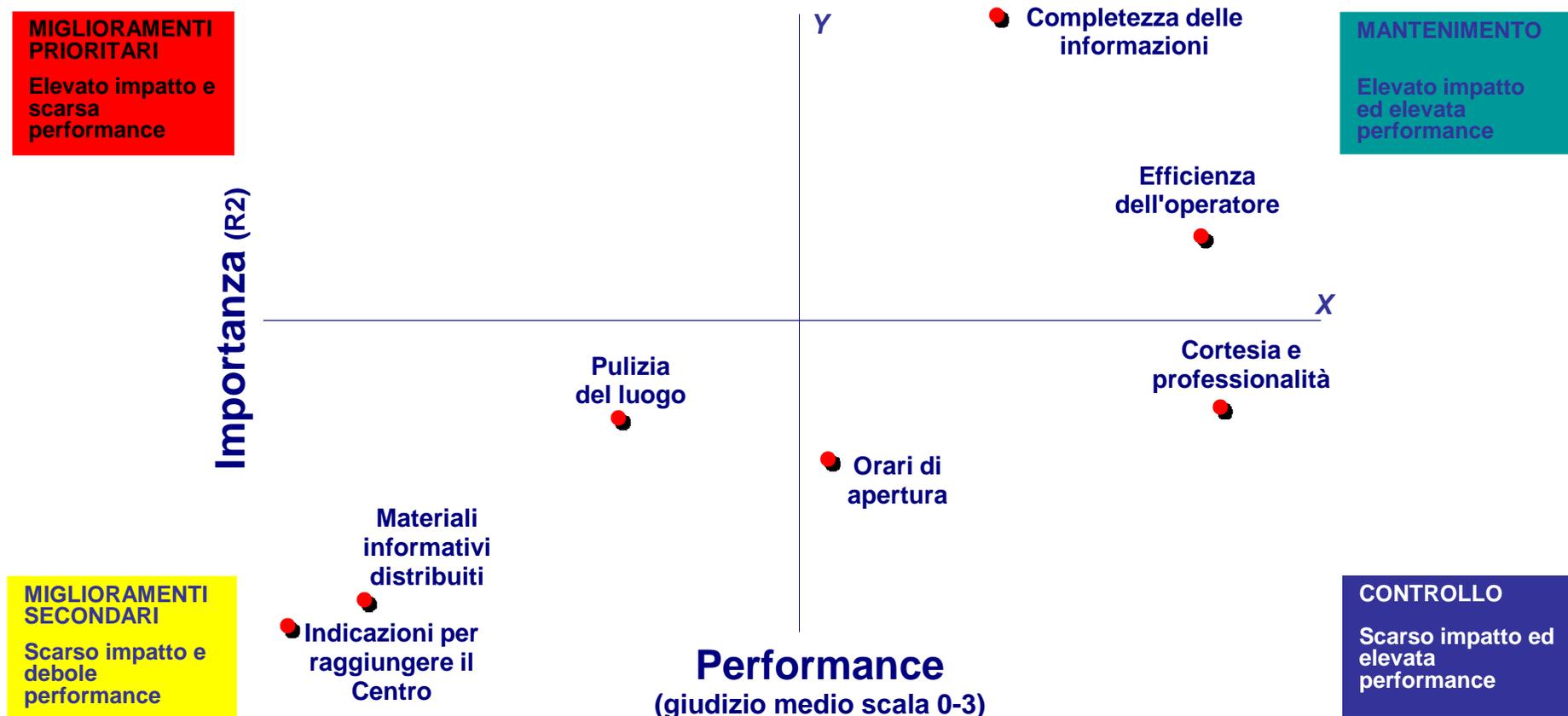
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sulla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione Rho di Spearman sul giudizio generale <i>Centro Informagiovani 2016</i>	
Completezza informazioni ricevute	0,592
Efficienza dell'operatore	0,472
Orari di apertura	0,389
Cortesìa e professionalità	0,372
Pulizia del luogo	0,333
Materiali informativi distribuiti	0,275
Indicazioni per raggiungere il Centro	0,255

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

La **completezza delle informazioni** è l'elemento più importante e soddisfacente, ma nel quadrante in alto a destra vi è anche l'**efficienza dell'operatore**. Nessuno degli aspetti indagati si posiziona tra i 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 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.

## Cluster Analysis

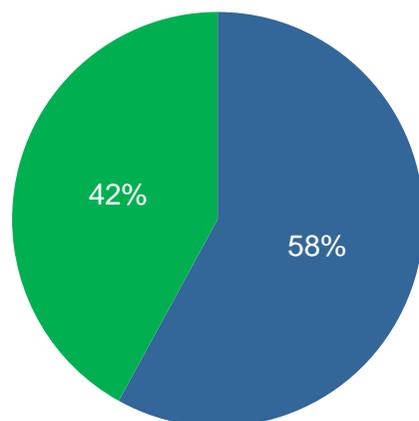
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è più che sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (87 individui nel *Cluster 1* e 63 nel *Cluster 2*).

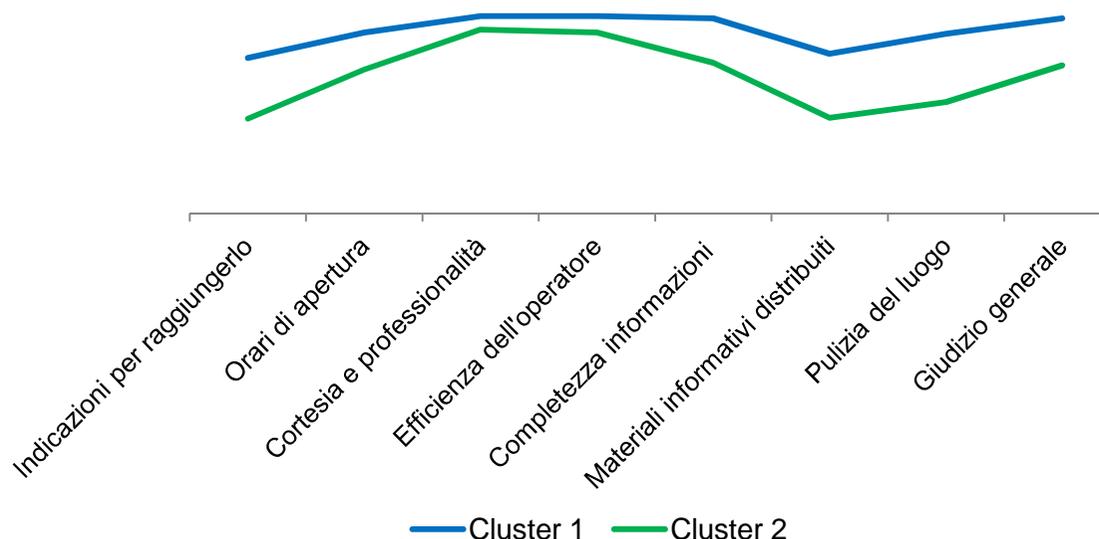
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che nella 1° tipologia i **Deliziati** hanno un giudizio complessivo molto buono sui vari aspetti oggetto d'indagine, mentre nella 2° tipologia i **Soddisfatti** sono coloro che hanno un livello di soddisfazione leggermente più basso.

**Cluster 1** Deliziati: in prevalenza donne, di età 19-25 anni, diplomati, studenti, conoscono il servizio tramite passaparola, tra le informazioni richieste prevalgono "studio e formazione", in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.

**Cluster 2** Soddisfatti: in prevalenza uomini, di età 26-34 anni, laureati, disoccupati, conoscono il servizio tramite internet, tra le informazioni richieste prevalgono "lavoro e impresa", in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2

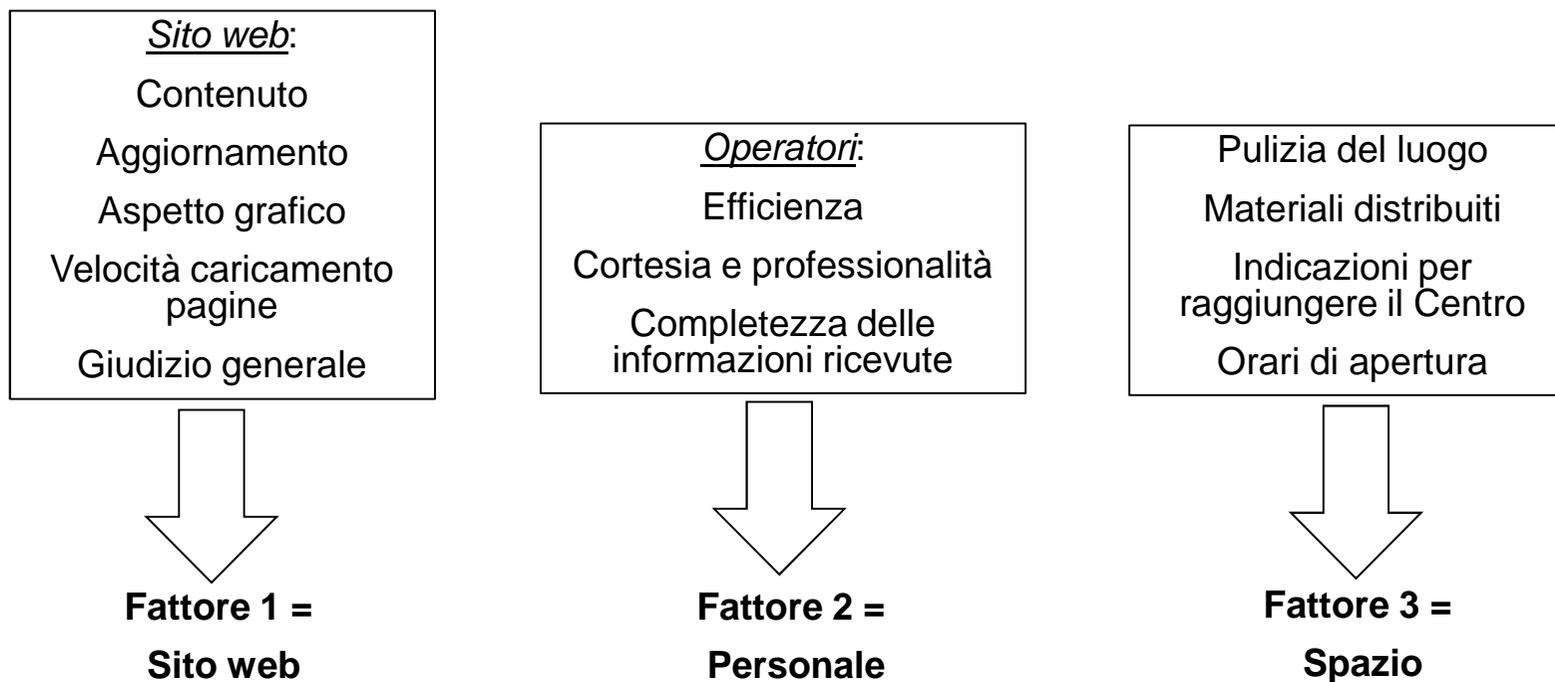


— Cluster 1 — Cluster 2

## Analisi Fattoriale

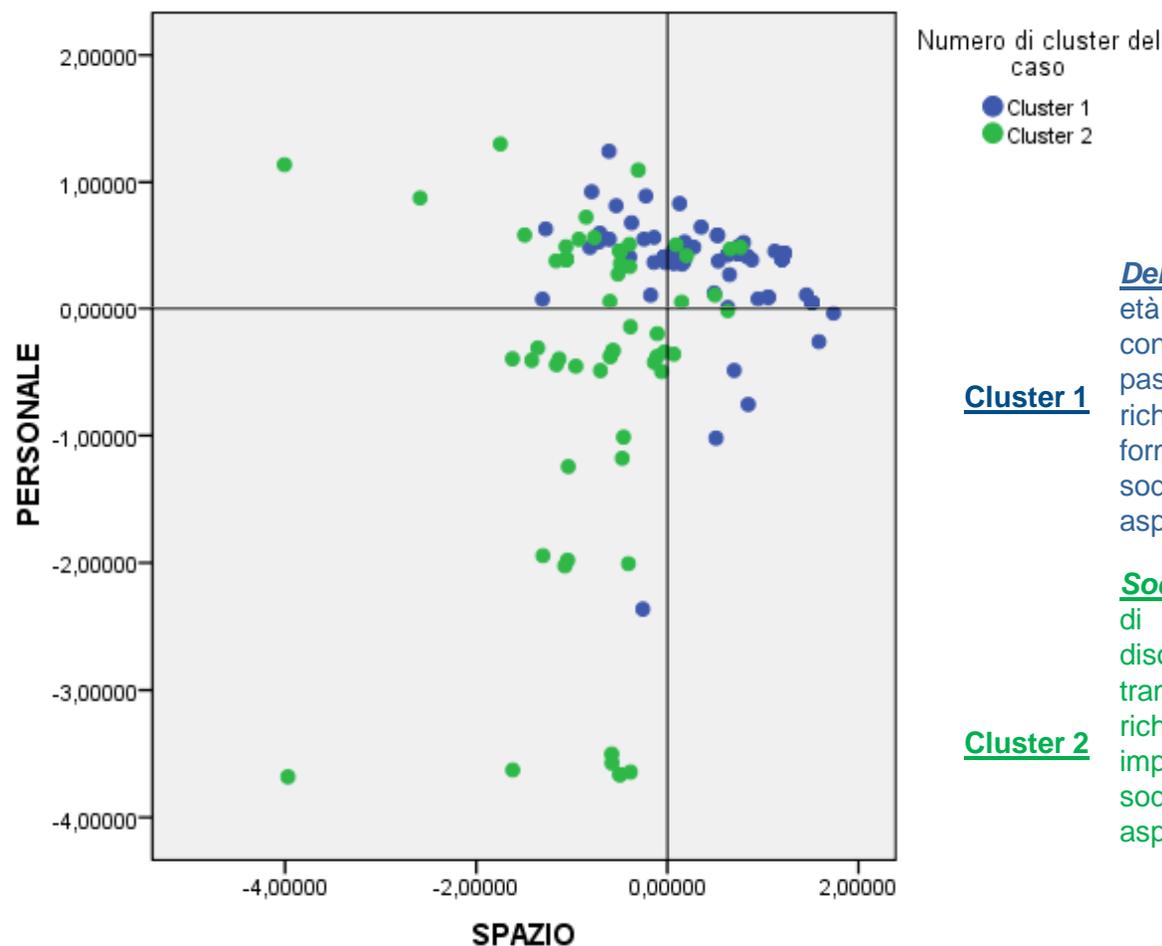
L'analisi fattoriale è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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 1, ovvero quello dei “Deliziati” mostra una maggiore soddisfazione sia sul Fattore 2 (*Personale*) che sul Fattore 3 (*Spazio*), mentre il Cluster 2 è tendenzialmente meno soddisfatto e vi è una dispersività più evidente.



**Deliziati:** in prevalenza donne, di età 19-25 anni, diplomati, studenti, conoscono il servizio tramite passaparola, tra le informazioni richieste prevalgono “studio e formazione”, in generale molto soddisfatti, giudizio superiore alle aspettative.

### Cluster 1

**Soddisfatti:** in prevalenza uomini, di età 26-34 anni, laureati, disoccupati, conoscono il servizio tramite internet, tra le informazioni richieste prevalgono “lavoro e impresa”, in generale abbastanza soddisfatti, giudizio uguale alle aspettative.

### Cluster 2

## **SUGGERIMENTI**

**NON RISPONDE. Totale 131**

**NIENTE** da migliorare. **Totale 2**

**ELOGIO** tutto ok, mi sono trovato molto bene. **Totale 5**

---

**PUBBLICITÀ** far conoscere di più il servizio, anche nelle università. **Totale 4**

**SERVIZI** dare un supporto più concreto nella ricerca di lavoro, collegamento con le università, fornire indicazioni su come bisogna compilare un *curriculum*, più offerte di lavoro. **Totale 4**

**ALTRO. Totale 3**

**CENTRO INFORMAGIOVANI 2016  
TOTALE 11 SUGGERIMENTI**



## Allegato 1 - Questionario

Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a migliorare l'organizzazione e la qualità del *Centro Informagiovani*. 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
<b>1. Indicazioni per raggiungere il Centro</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>2. Orari di apertura</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>3. Cortesia e professionalità dell'operatore</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4. Efficienza dell'operatore</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>5. Completezza delle informazioni ricevute</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>6. Materiali informativi distribuiti (depliant, volantini)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>7. Pulizia del luogo</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>8. Giudizio generale del Servizio Incontragiovani</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>9. Se conosce il sito internet <i>www.informagiovaniroma.it</i>:</b>	<input type="checkbox"/> non lo conosco			
<b>a) Contenuto</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>b) Aggiornamento</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>c) Aspetto grafico</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>d) Velocità caricamento pagine</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>e) Giudizio generale <i>www.informagiovaniroma.it</i></b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>10. Come è venuto a conoscenza del Centro Informagiovani?</b>				
<input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)	<input type="checkbox"/> passando, per caso		<input type="checkbox"/> social network (facebook, twitter)	
<input type="checkbox"/> <i>www.informagiovaniroma.it</i>	<input type="checkbox"/> depliant/locandina		<input type="checkbox"/> altro .....	
<input type="checkbox"/> altri siti internet.....	<input type="checkbox"/> passaparola			
<input type="checkbox"/> insegna esterna	<input type="checkbox"/> scuola/università			
<b>11. Quale informazione ha chiesto all'operatore?</b>				
<input type="checkbox"/> studio e formazione	<input type="checkbox"/> borse di studio e stage		<input type="checkbox"/> città e tempo libero	
<input type="checkbox"/> volontariato	<input type="checkbox"/> opportunità per giovani artisti		<input type="checkbox"/> lavora e impresa	
<input type="checkbox"/> concorsi opportunità della U.E.	<input type="checkbox"/> cultura ed eventi		<input type="checkbox"/> sconti e agevolazioni	
<b>12. Quanto utilizza questo servizio?</b>	<input type="checkbox"/> spesso (più di 10 volte all'anno) <input type="checkbox"/> a volte (da 3 a 10 volte all'anno) <input type="checkbox"/> meno di 3 volte <input type="checkbox"/> è la prima volta			
<b>13. Rispetto alle aspettative il suo grado di soddisfazione sul Servizio Incontragiovani è:</b>	<input type="checkbox"/> Superiore <input type="checkbox"/> Uguale <input type="checkbox"/> Inferiore <input type="checkbox"/> Non avevo aspettative			
<b>14. Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe il Servizio Incontragiovani ad un amico/a?</b>				
	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/> 9 <input type="checkbox"/> 10			
<b>15. Secondo Lei cosa potremmo migliorare per aumentare il Suo gradimento:</b>				

**DATI OBBLIGATORI PER FINI STATISTICI:**   **Età:** \_\_\_\_\_   **Sesso:**  maschio  femmina

**Titolo di studio:**  medie inferiori    medie superiori    laurea    post laurea

**Professione:**  impiegato/ insegnante    dirigente/quadro direttivo    studente    pensionato    libero professionista    casalinga    disoccupato

Roma (MUNICIPIO \_\_)    Altra provincia italiana: \_\_\_\_\_   **Nazionalità:** \_\_\_\_\_