



---

Indagini di Customer Satisfaction

***Donne. Corpo e Immagine tra Simbolo e Rivoluzione***

Galleria d'Arte Moderna

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 03/05/2019*

**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
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto a Galleria d'Arte Moderna
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa mostra ad un amico
- Con chi ha visitato la mostra
- 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 166 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* dal 9 al 16 aprile 2019 presso la *Galleria d'Arte Moderna* (gli intervistati rappresentano il 37% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 98%, un margine di errore di stima di  $\pm 2,14\%$ .

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 **2,73** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Tra gli aspetti della mostra maggiormente graditi vi sono la pulizia del luogo (2,98), la chiarezza del percorso di visita (2,81) ed i supporti informativi, ovvero i pannelli e didascalie (2,76).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Il contenuto è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante, ma anche soddisfacente nella mappa, mentre nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (p. 17). Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti prevalgono i supporti digitali, in particolare la richiesta di sottotitoli in inglese, maggiore sinteticità e audio più alto per i video (25 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 49% da visitatori residenti a Roma, pensionati (30%), in possesso di un titolo di laurea o specializzazione post laurea (53%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (54% sul totale degli intervistati).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra attraverso "internet" (37% sul totale), mentre un 17% ne viene a conoscenza tramite il "passaparola", il 15% risponde "pubblicità" (di cui l'87% specifica "affissioni" e il restante 13% "pubblicità sulla stampa") e il 9% "scuola/università".

Risulta significativo che il canale web prevalga tra i turisti (soprattutto stranieri), di età 26-34 anni e 40-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, privi di aspettative, in generale molto soddisfatti su tale mostra. Invece il passaparola è il mezzo predominante per coloro che giungono da altre province italiane, di età adulta oltre i 45 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati in questo museo, il cui giudizio è superiore alle proprie attese o ne sono privi, nel complesso molto soddisfatti.

## Tabella riassuntiva

<b>ics mostra <i>Donne. Corpo e Immagine</i> 2019</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana*</b>	<b>Risposte valide</b>	<b>Risposte mancanti</b>	<b>Deviazione standard**</b>	<b>Servizio non utilizzato</b>	<b>Molto soddisfatti</b>	<b>Per niente soddisfatti</b>	<b>Molto+ Abbastanza soddisfatti</b>
Pubblicità (Immagine mostra)	2,70	3,00	160	6	0,460	4%	70%	0%	100%
Contenuto	2,64	3,00	166	0	0,540	0%	67%	1%	98%
Pannelli e didascalie	2,76	3,00	164	2	0,518	1%	79%	1%	98%
Allestimento	2,70	3,00	166	0	0,556	0%	75%	0%	95%
Supporti digitali	2,73	3,00	136	30	0,551	18%	78%	0%	95%
Chiarezza percorso di visita	2,81	3,00	160	6	0,442	4%	83%	0%	98%
Pulizia del luogo	2,98	3,00	161	5	0,136	3%	98%	0%	100%
<b>Giudizio generale mostra</b>	<b>2,73</b>	<b>3,00</b>	<b>166</b>	<b>0</b>	<b>0,507</b>	<b>0%</b>	<b>77%</b>	<b>0%</b>	<b>97%</b>

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

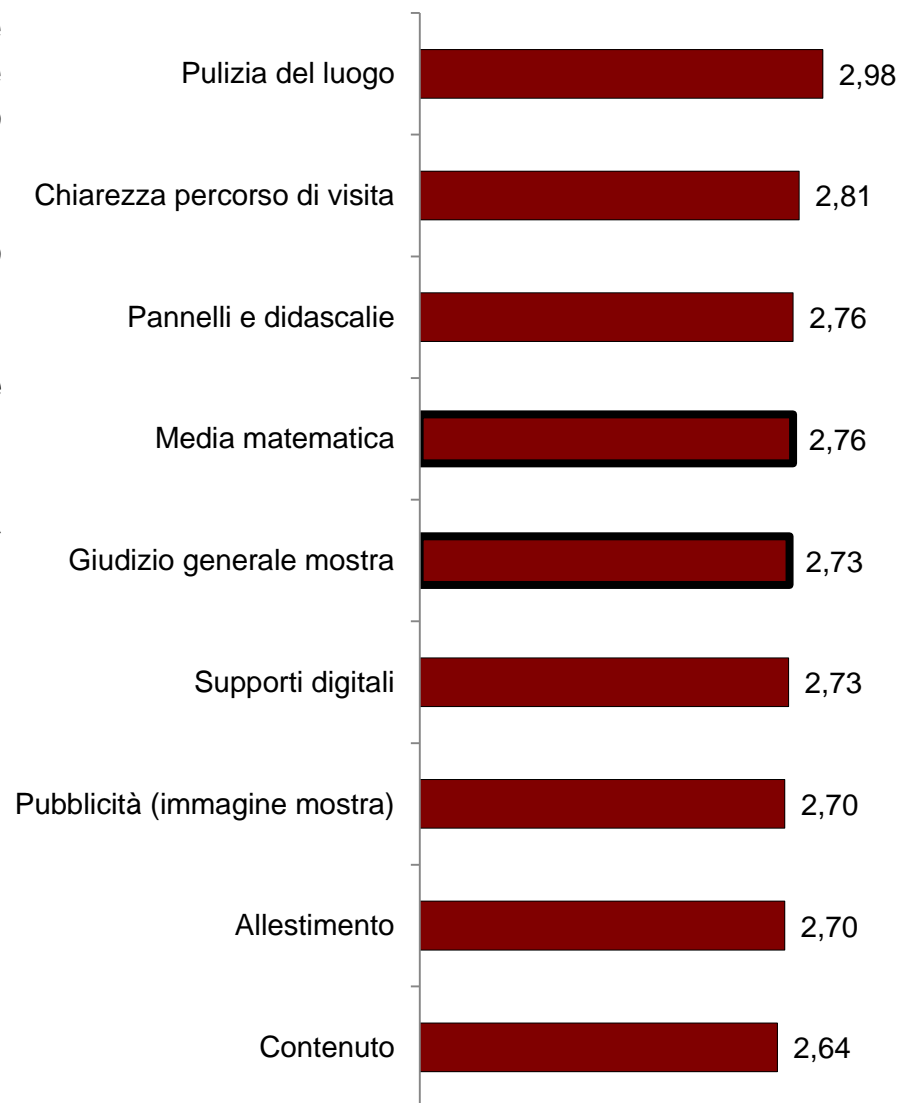
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,76).

## 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 maggiormente graditi sono la **pulizia del luogo**, la **chiarezza del percorso di visita** ed i **supporti informativi**, ovvero **pannelli e didascalie**.

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

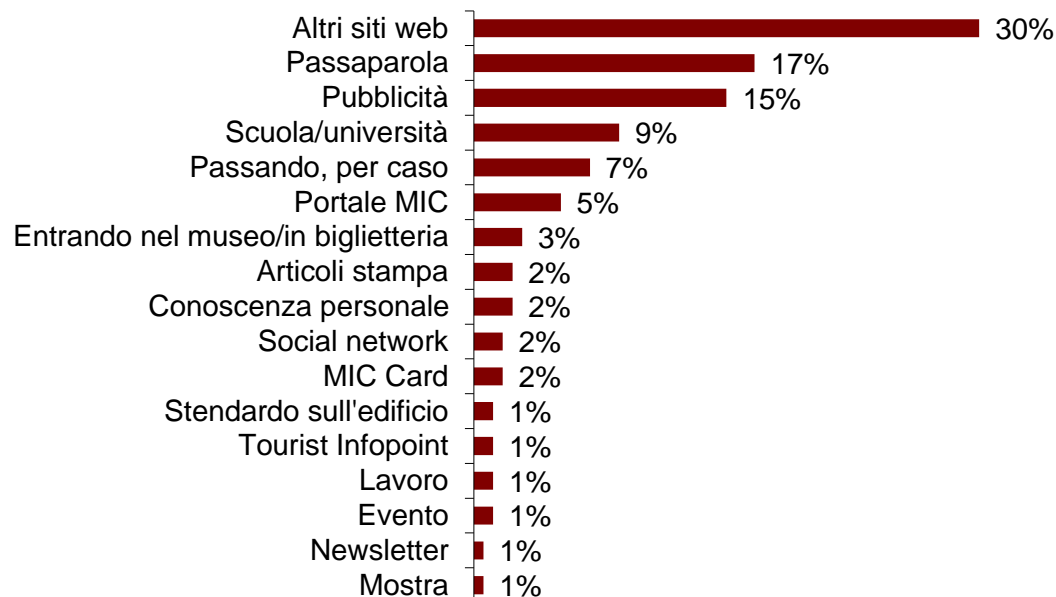


## Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 30% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza della mostra tramite “altri siti web”, il 17% attraverso il “passaparola”, il 15% risponde “pubblicità” (di cui l’87% specifica “affissioni” e il restante 13% “pubblicità sulla stampa”) e il 9% “scuola/università”.

Risulta significativo che il canale web prevalga tra i turisti (soprattutto stranieri), di età 26-34 anni e 40-54 anni, con un titolo di laurea o specializzazione post laurea, nuovi visitatori, privi di aspettative, in generale molto soddisfatti su tale mostra. Invece il passaparola è il mezzo predominante per coloro che giungono da altre province italiane, di età adulta oltre i 45 anni, con un titolo di scuola media inferiore o superiore, alcuni già stati in questo museo, il cui giudizio è superiore alle proprie attese o ne sono privi, nel complesso molto soddisfatti.

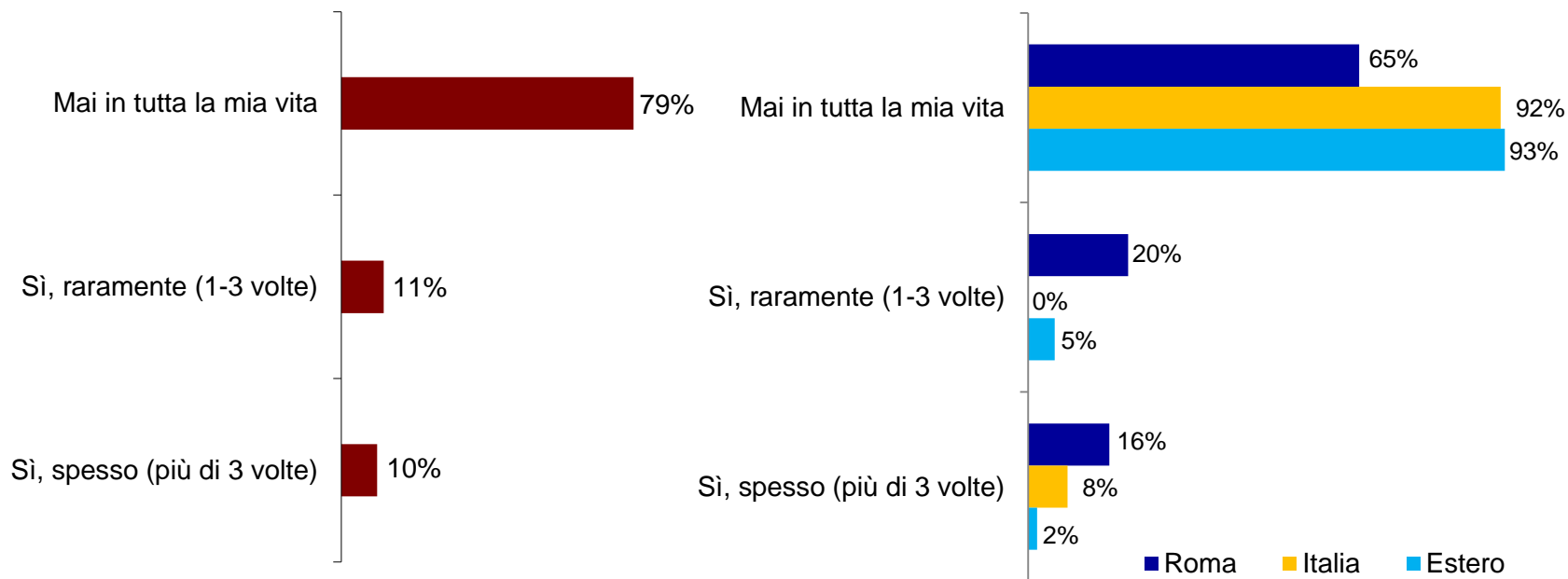
Infine la pubblicità emerge tra i romani, di età 19-34 anni, diplomati o laureati, alcuni sono già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, hanno un giudizio uguale alle aspettative e sono abbastanza soddisfatti della loro esperienza.



## Negli ultimi cinque anni è già stato alla Galleria d'Arte Moderna

Il 79% degli intervistati dichiara di non essere mai stato prima alla *Galleria d'Arte Moderna*, il restante 21% vi è già stato (di cui l'11% "da una a tre volte" e il 10% "più di tre volte").

Risulta significativo che la quasi totalità di coloro che non sono mai stati in questo museo siano soprattutto i turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), di età 19-34 anni e 40-54 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare alla *Galleria d'Arte Moderna*, privi di aspettative e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere già visitato il museo sono principalmente i romani, di età adulta al di sopra dei 55 anni, alcuni hanno usufruito della *MIC Card* per accedere al museo, il cui giudizio è superiore o uguale alle proprie attese ed in generale sono molto soddisfatti della mostra.

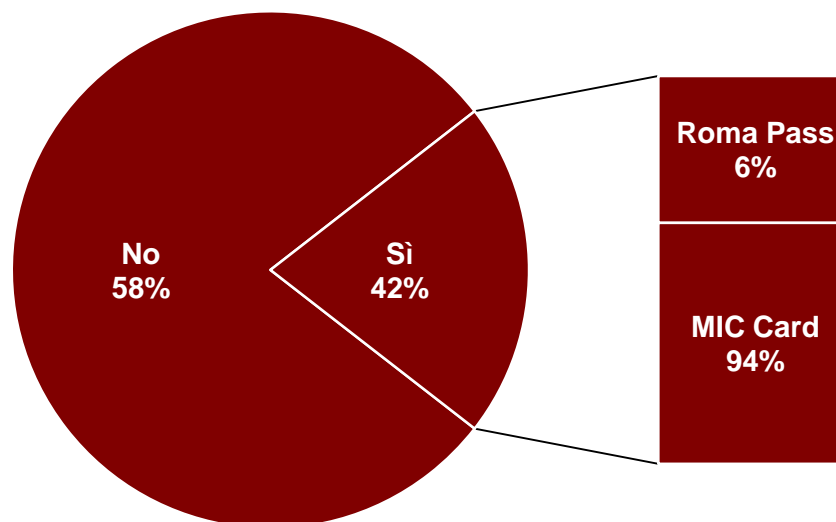




## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 42% degli intervistati afferma di avere utilizzato una card per accedere alla *Galleria d'Arte Moderna* (di cui il 94% la *MIC Card* e il 6% la *Roma Pass*), mentre il 58% del campione non ne ha usufruito.

Risulta significativo che a prediligere l'utilizzo di una card siano prevalentemente i romani (*MIC Card*), diplomati o laureati, alcuni sono già stati alla *Galleria d'Arte Moderna* e nel complesso si ritengono molto soddisfatti della mostra. Invece a non utilizzare le card sono prevalentemente i turisti (sia italiani che stranieri), che hanno conseguito un titolo di scuola media inferiore o post laurea, nuovi visitatori, in generale abbastanza soddisfatti della mostra visitata.



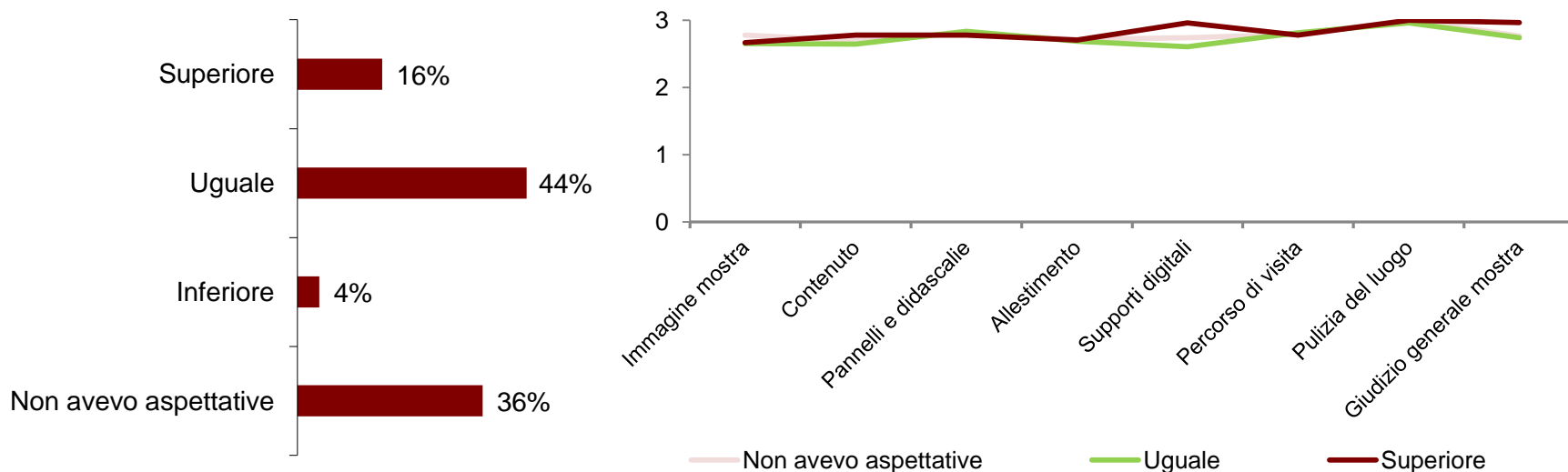
## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 36% degli intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita a questa mostra.

Il 44% sul campione totale afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 16% è superiore e per il restante 4% è inferiore.

Risulta significativo che ad avere un giudizio uguale alle proprie attese siano in particolare i visitatori italiani (inclusi i romani), di età giovane fino ai 34 anni oppure appartenenti alle fasce d'età adulta 45-54 anni e al di sopra dei 65 anni, alcuni già stati in questo museo, con un titolo di scuola media inferiore o superiore e nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece a non avere aspettative sulla mostra sono soprattutto i turisti stranieri, di età 19-25 anni e 35-44 anni, nuovi visitatori, diplomati, in generale molto soddisfatti della mostra, mentre coloro che hanno un giudizio superiore alle attese sono prevalentemente i romani, adulti di età 55-74 anni, che si sono già recati al museo, laureati e molto soddisfatti della loro esperienza complessiva.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (*cf.* grafico sottostante a destra).



## Consiglierebbe questa mostra 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 della mostra che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari a **36%**, ma si evidenzia che il 56% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.

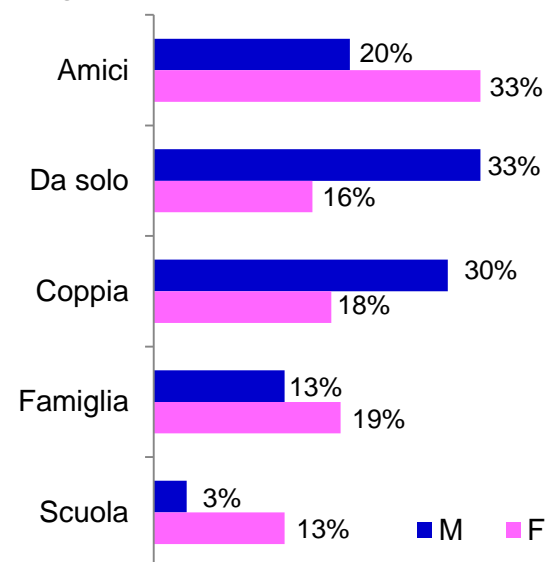
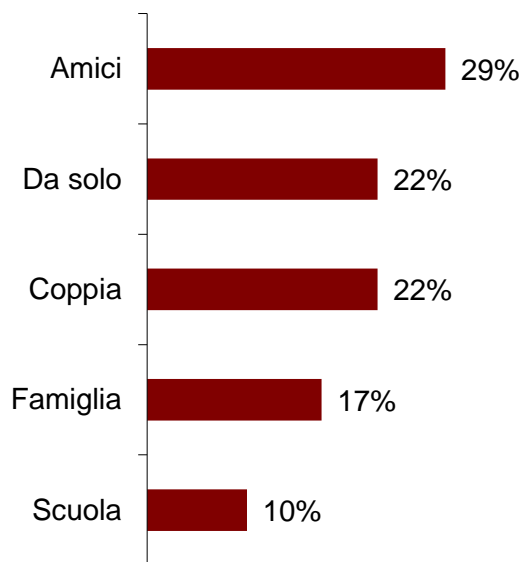


NET PROMOTER SCORE										
Mostra “ <i>Donne. Corpo e Immagine</i> ” – Galleria d’Arte Moderna 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	3	3	13	79	37	30
0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	8%	48%	22%	18%
<b>DETRACTORI = 4%</b>							<b>PASSIVI = 56%</b>		<b>PROMOTORI = 40%</b>	
<b>40% - 4% = 36%</b>										

## Con chi ha visitato la mostra

Il 29% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra in compagnia di “amici”, un 22% “da solo” ed un altro 22% in “coppia”, il 17% con la propria “famiglia”, mentre il restante 10% risponde con la “scuola”.

Risulta significativo che a venire con gli amici siano principalmente le donne (*cfr.* grafico sottostante a destra), residenti a Roma, di età giovane 19-25 anni o adulta al di sopra dei 65 anni, alcune già state in questo museo, con un giudizio uguale alle aspettative o ne sono prive. A recarsi alla mostra da soli sono soprattutto gli uomini, italiani (inclusi i romani), di età 26-34 anni e 55-64 anni, alcuni già stati alla *Galleria d'Arte Moderna*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese. A visitare la mostra in coppia sono in particolare gli uomini, turisti (sia italiani che stranieri), di età adulta oltre i 45 anni, nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle aspettative o non ne hanno. Invece la famiglia e la scuola prevalgono per le donne, di età inferiore ai 34 anni, ma nel primo caso si tratta di stranieri senza aspettative, mentre i gruppi di scolaresche sono in prevalenza di Roma e hanno un giudizio superiore o uguale alle attese.



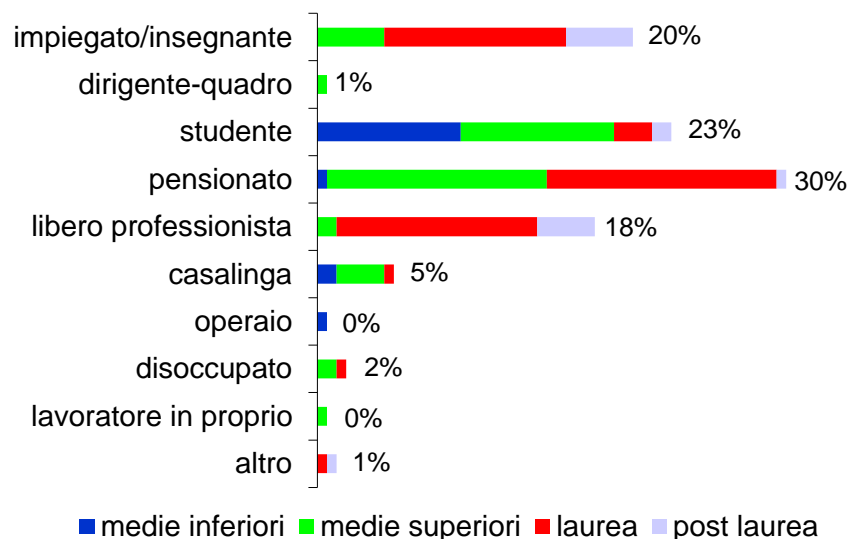
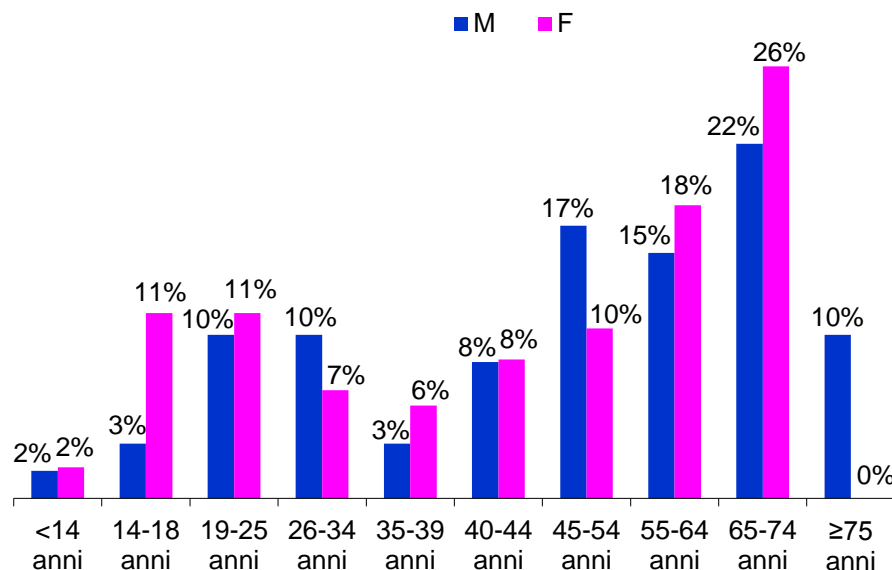
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il genere femminile (63% sul totale), soprattutto nelle fasce d'età 55-74 anni; invece gli uomini prevalgono nella fascia di età 45-54 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni, che raggiungono complessivamente il 54%.

Il 53% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea.

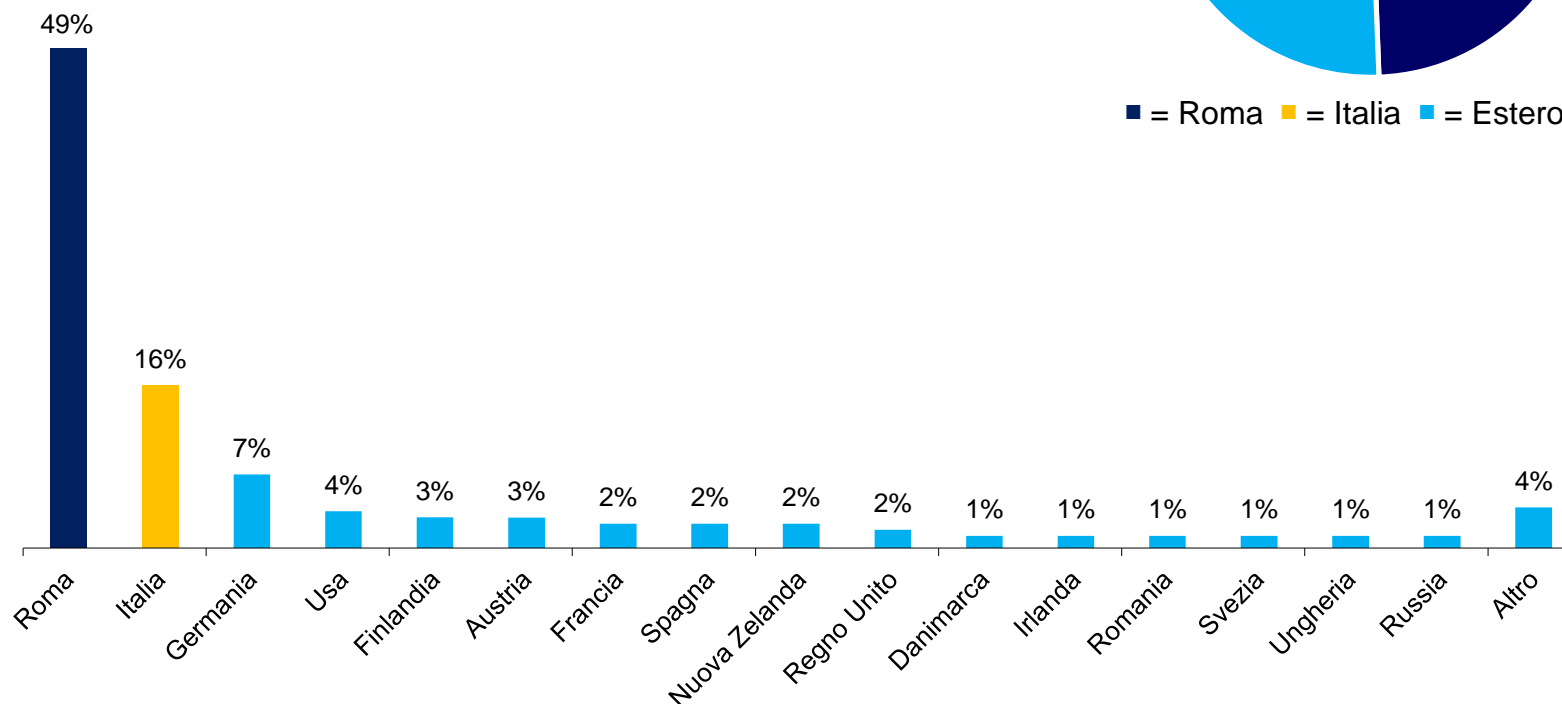
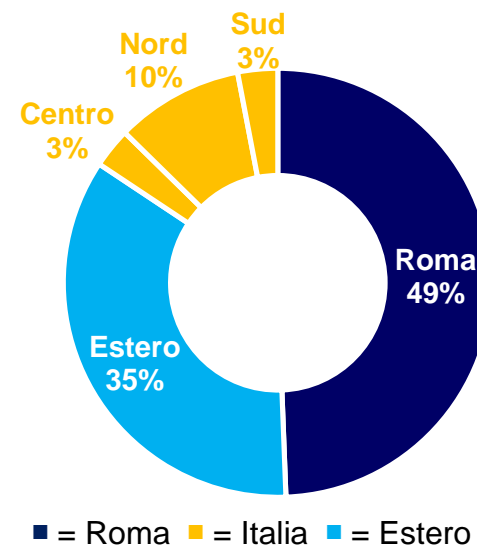
Come si evidenzia nel grafico sottostante a destra, rispetto alle categorie professionali prevalgono i pensionati, che rappresentano il 30% degli intervistati. Poi seguono gli studenti (23%), gli occupati dipendenti, ovvero impiegati/insegnanti (20%) ed i liberi professionisti (18%).



## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 49% del campione intervistato è residente a Roma, il 35% è costituito da visitatori stranieri, mentre il 16% proviene da altre città italiane.

La nazionalità prevalente è quella tedesca (7%), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



## Correlazione 1/2

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

<b>Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Mostra “Donne. Corpo e Immagine”</b>	Publicità (immagine mostra)	Contenuto	Pannelli e didascalie	Allestimento	Supporti digitali	Chiarezza percorso di visita	Pulizia del luogo	Giudizio generale mostra
Publicità (immagine mostra)	1,000	,382**	,169*	,285**	-0,069	,198*	,217**	0,092
Contenuto	,382**	1,000	,431**	,306**	,224**	0,030	,193*	,641**
Pannelli e didascalie	,169*	,431**	1,000	0,152	0,148	-0,032	,277**	,363**
Allestimento	,285**	,306**	0,152	1,000	0,138	,287**	,222**	0,081
Supporti digitali	-0,069	,224**	0,148	0,138	1,000	0,012	,227**	,213*
Chiarezza percorso di visita	,198*	0,030	-0,032	,287**	0,012	1,000	,292**	-0,002
Pulizia del luogo	,217**	,193*	,277**	,222**	,227**	,292**	1,000	0,136
Giudizio generale mostra	0,092	,641**	,363**	0,081	,213*	-0,002	0,136	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 mostra (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutti gli aspetti che non sono risultati significativi rispetto al giudizio generale sono stati esclusi dalla tabella laterale.

Alla mostra “*Donne. Corpo e Immagine*” la variabile che risulta più correlata al giudizio generale è il **contenuto**.

La chiarezza del percorso della visita ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo, seppure minima e non significativa.

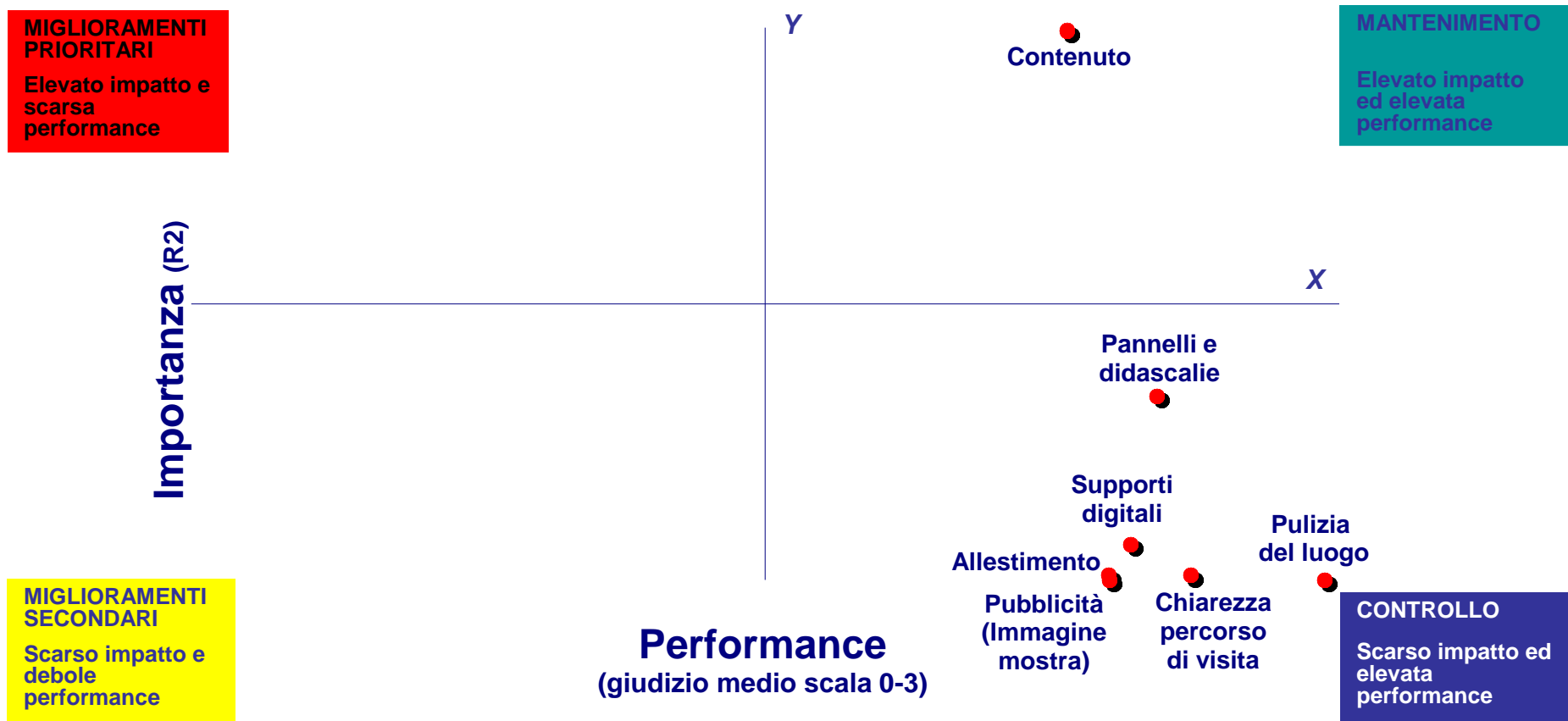
Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra “ <i>Donne. Corpo e Immagine</i> ”	
Contenuto	0,641
Pannelli e didascalie	0,363
Supporti digitali	0,213



## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **contenuto** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente, mentre nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge 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 sul giudizio generale della mostra, 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

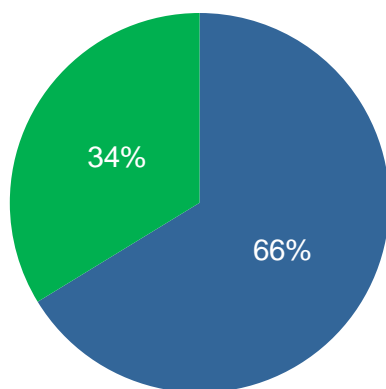
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (110 individui per il *Cluster 1* e 56 per il *Cluster 2*).

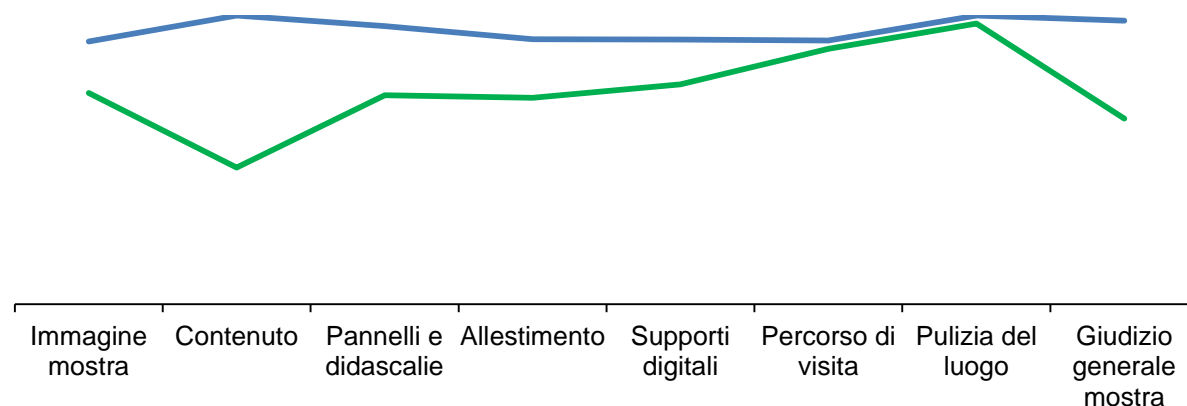
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti:** in prevalenza uomini, italiani (inclusi i romani), di età 35-44 anni o al di sopra di 65 anni, laureati, liberi professionisti o pensionati, alcuni già stati in questo museo, hanno utilizzato la MIC Card, sono venuti a conoscenza della mostra tramite il passaparola, vi si recano in coppia, famiglia o scuola, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti.

**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti:** in prevalenza donne, straniere, di età giovane fino ai 34 anni o adulta 45-64 anni, diplomati, studenti e occupati dipendenti, nuovi visitatori, non hanno usufruito di alcuna card, vengono a conoscenza della mostra tramite il web o passando per caso, vi si recano da soli o con amici, con un giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



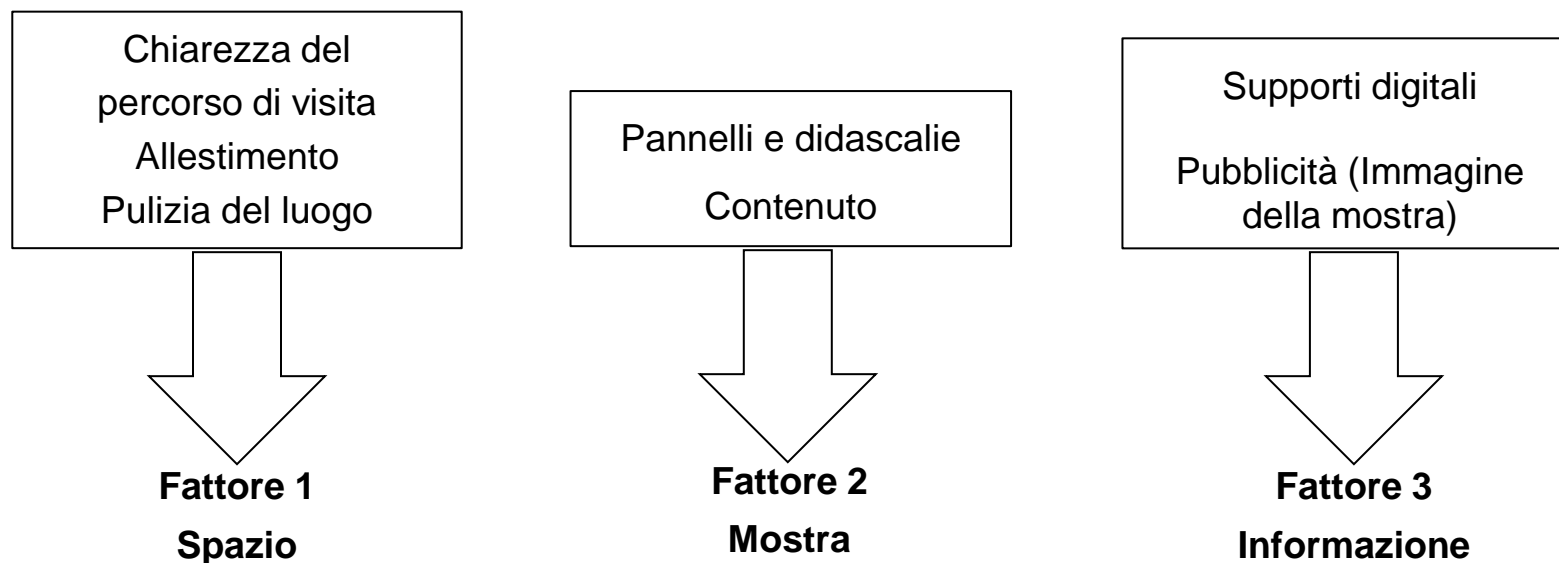
— Cluster 1

— Cluster 2

## Analisi Fattoriale

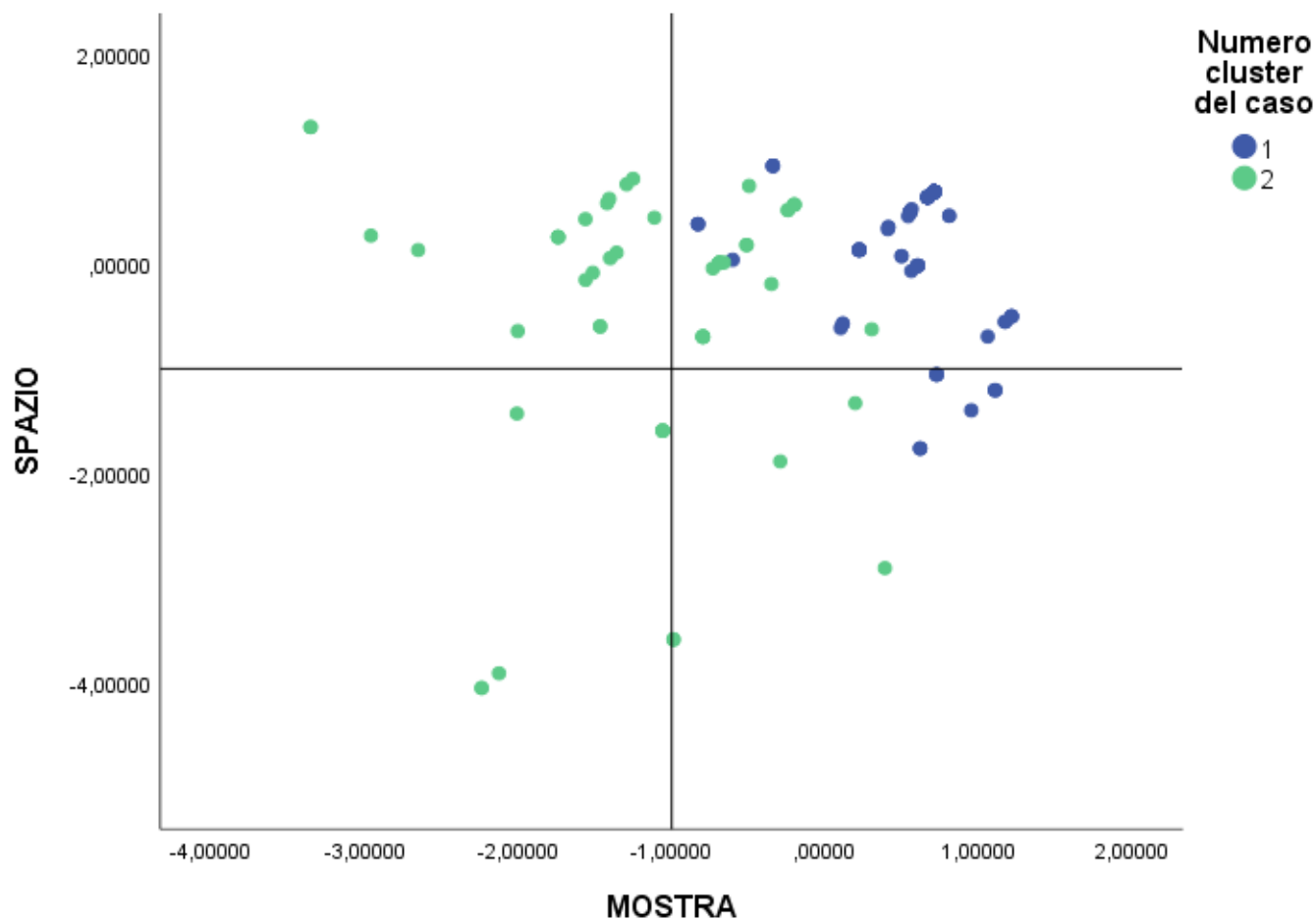
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (la pulizia del luogo è stata esclusa poiché non è risultata significativa per questo tipo di analisi).

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



## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico sottostante, rispetto alla media il Cluster 2 rileva una maggiore dispersività di giudizi e un livello medio di soddisfazione più basso, in particolare sul Fattore 2 (*Mostra*).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 89**

**ELOGI** mostra bellissima ed emozionante. **Totale 6**

---

**SUPPORTI DIGITALI** sottotitoli in inglese per il video (10), video troppo lunghi (6), audio basso (6), altro (3). **Totale 25**

**SUPPORTI INFORMATIVI** ingrandire i caratteri (6), più informazioni sulle opere esposte (3), pannelli più sintetici (3), solo in italiano e inglese (2), altro (3). **Totale 17**

**ILLUMINAZIONE** il puntamento delle luci penalizza alcune opere (11), altro (4). **Totale 15**

**CONTENUTO** più opere di artiste donne (4), sarebbe interessante il paragone con altri paesi, artisti e periodi storici differenti (3), altro (5). **Totale 12**

**PERCORSO** più lineare, meno dispersivo (5). **Totale 5**

**ALTRO.** **Totale 12**

**TOTALE 86 SUGGERIMENTI  
MOSTRA DONNE. CORPO E IMMAGINE**

## Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a rendere migliore l'organizzazione e la qualità dei nostri servizi di questa mostra temporanea.

**1. Negli ultimi 5 anni è già venuto alla Galleria d'Arte Moderna?**

- Mai in tutta la mia vita    No, negli ultimi 5 anni    Sì, raramente (1-3 volte)    Sì, spesso (oltre 3 volte)

**2. Ha utilizzato una card per entrare nel museo?**    Sì (quale?  Roma Pass    MIC Card)    No

**3. Attraverso quale canale di comunicazione è venuto a conoscenza della mostra?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste)<br><input type="checkbox"/> www.museiincomune.it/sito web museo<br><input type="checkbox"/> altri siti internet<br><input type="checkbox"/> stendardo sull'edificio<br><input type="checkbox"/> passando, per caso<br><input type="checkbox"/> passaparola (amici-parenti) | <input type="checkbox"/> pubblicità (indicare se stampa o affissione)<br><input type="checkbox"/> televisione/radio<br><input type="checkbox"/> scuola/università<br><input type="checkbox"/> social network<br><input type="checkbox"/> in biglietteria<br><input type="checkbox"/> altro..... |
|---|---|

**Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala sottostante:**

	Non utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto						
4. <b>Pubblicità (Immagine della mostra)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
5. <b>Contenuto della mostra</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
6. <b>Apparato didattico (Pannelli e didascalie)</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
7. <b>Allestimento</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
8. <b>Supporti digitali</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
9. <b>Chiarezza percorso di visita</b>	<input type="checkbox"/>	<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"/>	<input type="checkbox"/>						
11. <b>Giudizio generale della mostra</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
12. <b>Rispetto alle aspettative, il suo giudizio sulla mostra è:</b>		<input type="checkbox"/> Superiore	<input type="checkbox"/> Uguale	<input type="checkbox"/> Inferiore	<input type="checkbox"/> Non avevo aspettative						
13. <b>Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico?</b>											
	MIN <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 MAX

14. **Con chi ha visitato la mostra?**    Da solo    Gruppo organizzato    Coppia    Amici    Famiglia    Scuola    Altro

15. **Aspetti da migliorare**    Nessuno

**DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI :**

**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:** .....

**Provenienza:**  **Roma**    **Altra Provincia italiana:**.....    **Altra Nazionalità:**.....