



Indagini di Customer Satisfaction

Musei di Villa Torlonia - Casino Nobile

27 Settembre - 1 Ottobre 2022

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 2021-2022
- 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 n. **121 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 27 settembre al 1 ottobre** presso il **Casino Nobile di Villa Torlonia** (gli intervistati rappresentano il 21% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine era presente la mostra temporanea: *“Il secondo sguardo. La poesia parallela di Manilo Amodeo e Savina Tavano”*.

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 93%, un margine di errore di stima di $\pm 4,57\%$.

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 2022, 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 **2,67** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono la **pulizia del sito** (2,88), le **opere della collezione** (2,70) e il **personale di biglietteria** (2,69).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **libreria** (media di 2,11; il 61% degli intervistati ha risposto su tale servizio). Il **guardaroba** e l'**audioguida** rientrano tra i miglioramenti prioritari nella mappa (anche se tali servizi sono stato utilizzati rispettivamente dal 26% e dal 25% degli intervistati), ma sono anche le variabili più correlate al giudizio medio rilasciato sull'esperienza complessiva, insieme alle **opere della collezione** (cfr. pp. 17-19).

Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sulla **segnaletica esterna** all'interno della Villa (n. 9 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 63% da cittadini **romani**, **impiegati** (32%) e **studenti** (23%), in possesso di un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (50%), appartenenti alle fasce di età **45 e 64 anni** (40%) e **19-34 anni** (29%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di chi viene a sapere del museo per **conoscenza personale** (28%), poi seguono: **passaparola** (15%), **residente a Roma** (13%) e **altri siti web** (11%).

È significativo che la risposta *conoscenza personale* sia prevalente soprattutto per i visitatori italiani, di età 35-39 anni e 45-64 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Le voci *passaparola* e *residente a Roma* emergono in particolare per i romani, di età 19-34 anni, con titolo di diploma/laurea, molti già stati al *Casino Nobile*, in generale molto (passaparola) o abbastanza (residente a Roma) soddisfatti. Invece a rispondere *altri siti web* sono principalmente i turisti stranieri, di età 40-44 anni, laureati, nuovi visitatori, molto soddisfatti della loro esperienza.

Tabella riassuntiva

Casino Nobile di Villa Torlonia - 2022	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,61	3,00	121	0	0,522	0%	63%	0%	98%
Orari di apertura	2,61	3,00	121	0	0,597	0%	67%	0%	94%
Personale di biglietteria	2,69	3,00	121	0	0,463	0%	69%	0%	100%
Guardaroba	2,27	2,00	30	91	0,740	75%	43%	0%	83%
Opere della collezione	2,70	3,00	121	0	0,494	0%	72%	0%	98%
Audioguida	2,22	2,00	32	89	0,751	74%	41%	0%	81%
Supporti informativi	2,61	3,00	118	3	0,524	2%	63%	0%	98%
Supporti digitali	2,26	2,00	108	13	0,766	11%	44%	2%	84%
Personale in sala	2,53	3,00	119	2	0,550	2%	55%	0%	97%
Segnaletica interna	2,55	3,00	121	0	0,592	0%	60%	0%	95%
Pulizia del sito	2,88	3,00	120	1	0,347	1%	89%	0%	99%
Libreria	2,11	2,00	74	47	0,632	39%	26%	0%	85%
Esperienza complessiva	2,67	3,00	121	0	0,490	0%	68%	0%	99%

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

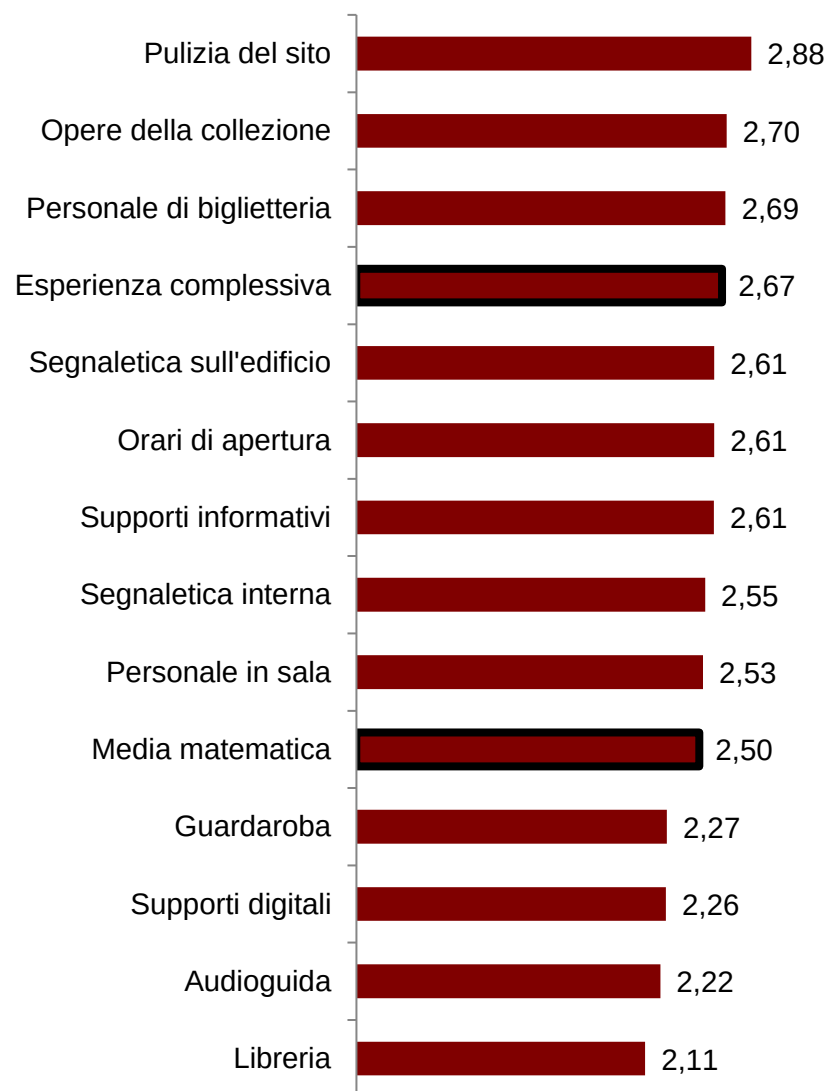
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,50).

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.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono: la **pulizia del sito**, le **opere della collezione**, il **personale di biglietteria**.

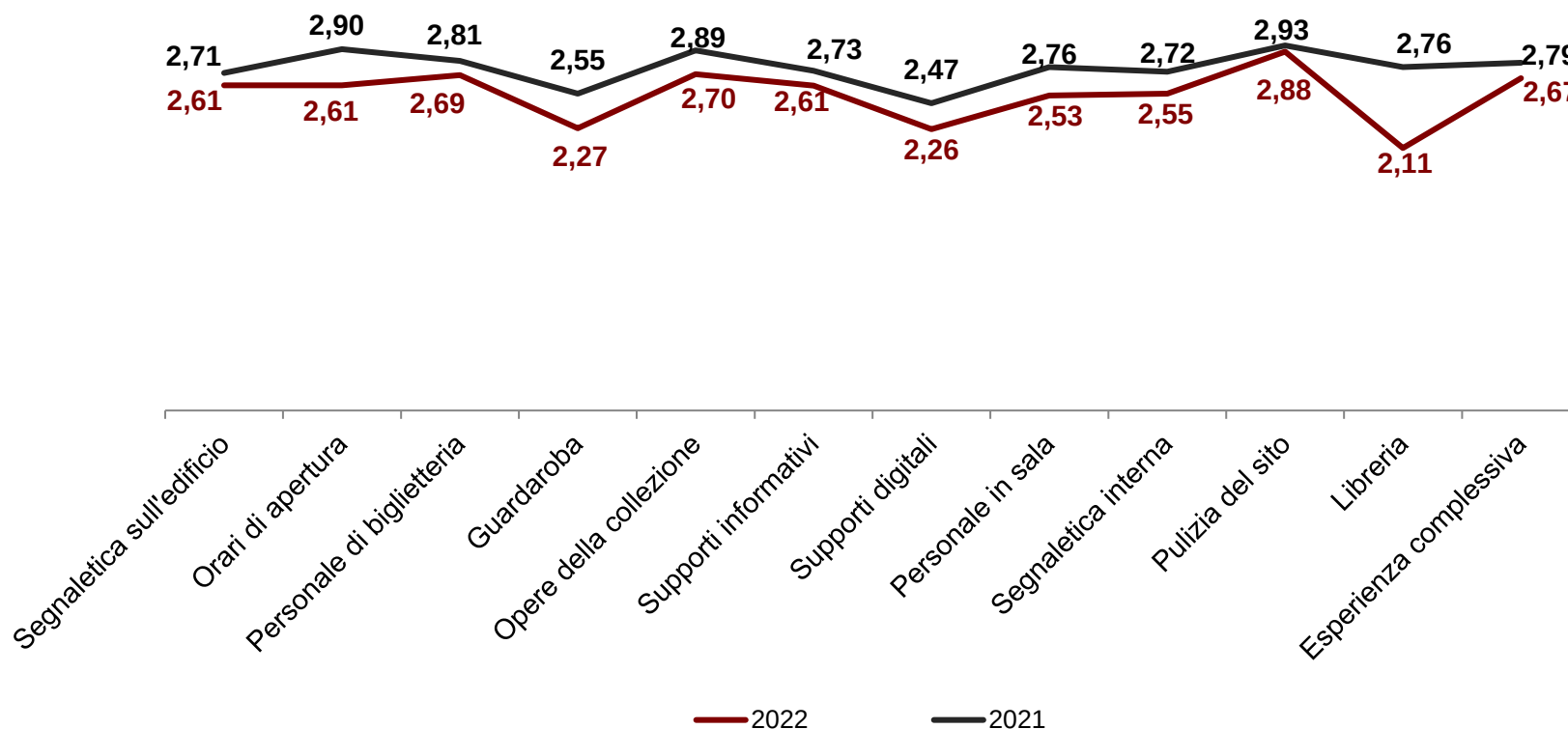
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione della **libreria**.



Analisi del trend 2021-2022

Rispetto alla precedente indagine, il trend risulta piuttosto costante e lineare.

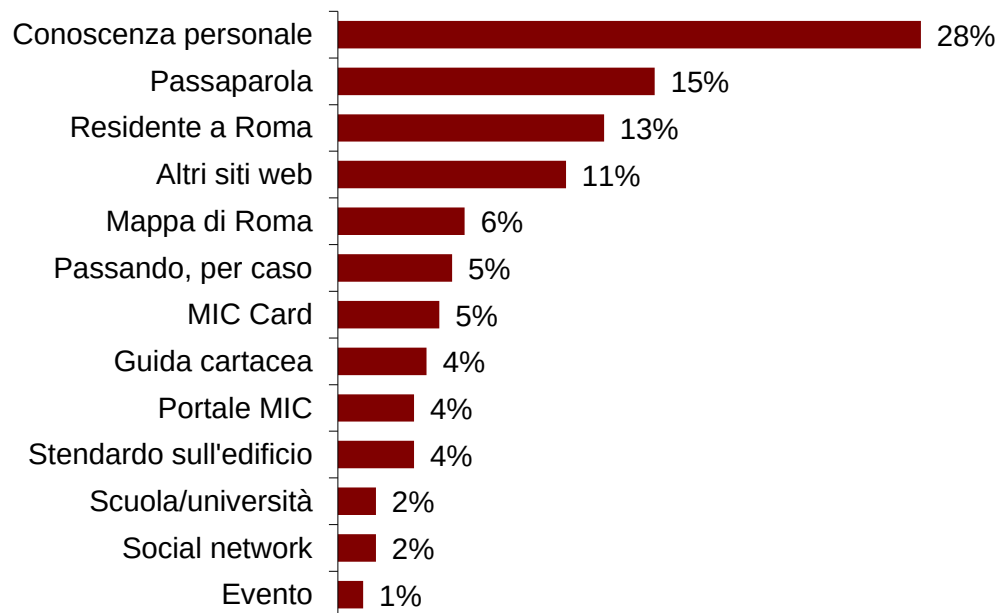
Si evidenzia una flessione generale del livello medio di soddisfazione, in particolare sul guardaroba, sui supporti digitali e sulla libreria, ma solo quest'ultimo aspetto scende al di sotto dello standard minimo di 2,20.



Come è venuto a conoscenza del museo

Il 23% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere del museo per “**conoscenza personale**” (era 13% nel 2021), mentre il 15% risponde “**passaparola**” (12% nell’indagine precedente), il 13% perché è “**residente a Roma**” (lo scorso anno era 23%) e l’11% tramite “**altri siti web**” (in amento dal 7% nel 2021). Invece la “**mappa di Roma**” diminuisce dal 15% al 6%.

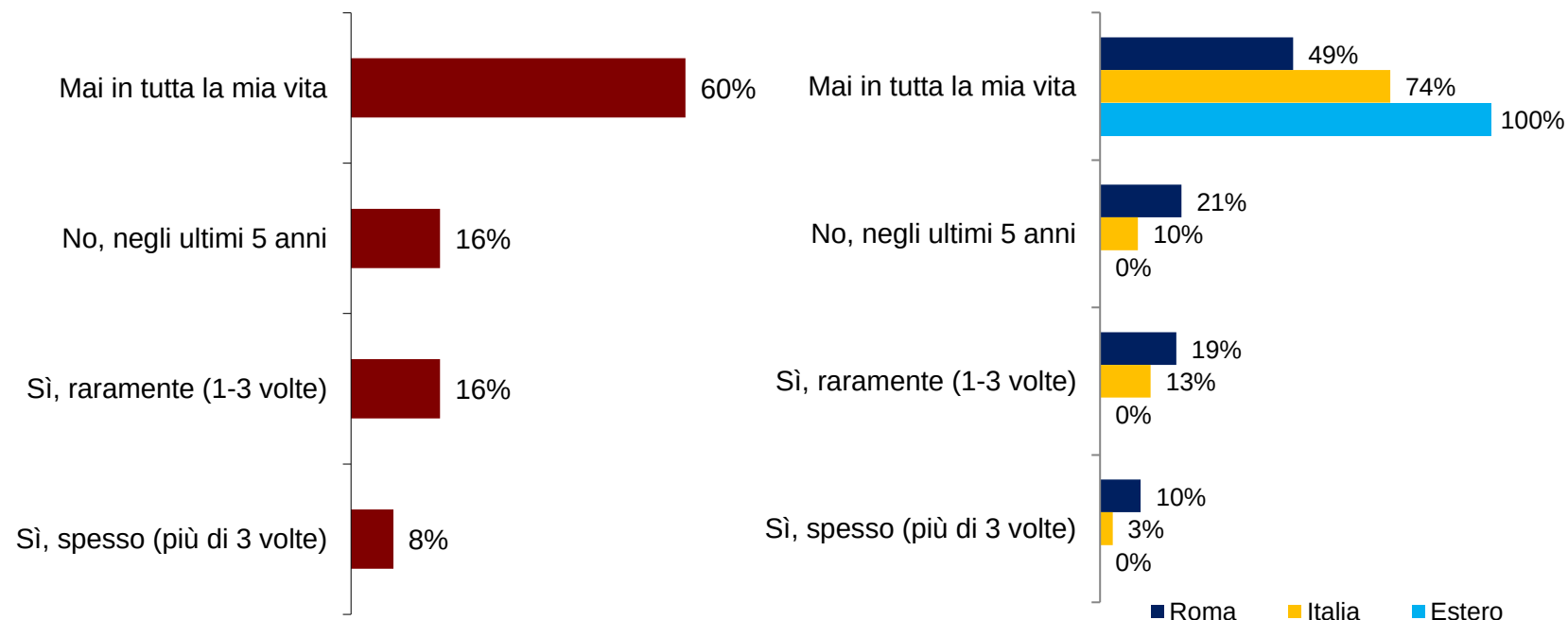
È significativo che la risposta conoscenza personale sia prevalente soprattutto per i visitatori italiani, di età 35-39 anni e 45-64 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo e nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Le voci passaparola e residente a Roma emergono in particolare per i romani, di età 19-34 anni, con titolo di diploma/laurea, molti già stati al *Casino Nobile*, in generale molto (*passaparola*) o abbastanza (*residente a Roma*) soddisfatti. Invece a rispondere altri siti web sono principalmente i turisti stranieri, di età 40-44 anni, laureati, nuovi visitatori, molto soddisfatti della loro esperienza.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 60% degli intervistati dichiara di **non essere mai stato prima** al *Casino Nobile di Villa Torlonia*, il 24% l'ha già visitato (di cui il 16% “*da una a tre volte*” e l'8% “*più di tre volte*”), mentre il restante 16% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

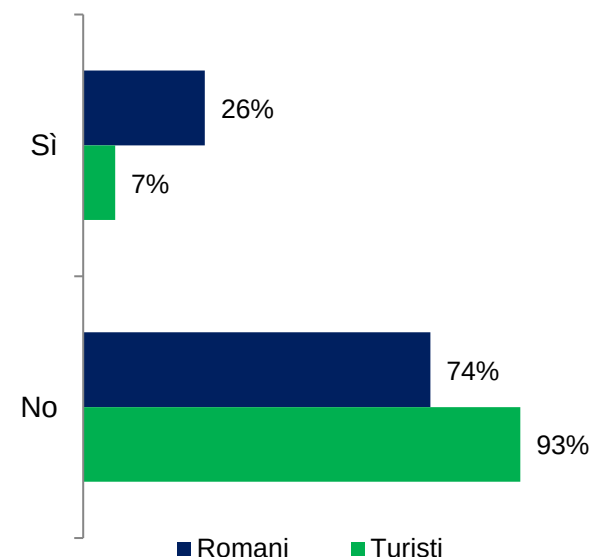
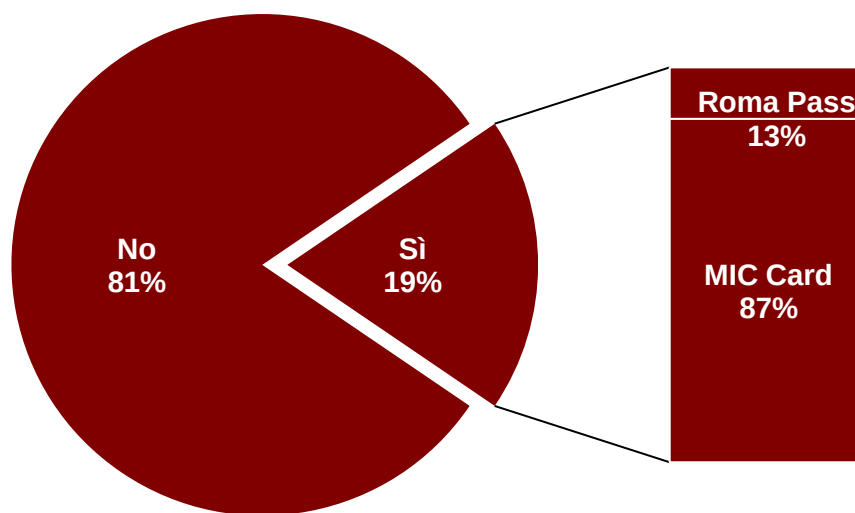
Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti, sia italiani che stranieri (cfr. grafico in basso a destra), diplomati, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere già visto il *Casino Nobile* sono prevalentemente i visitatori romani, che hanno conseguito un titolo di laurea o post laurea, il cui giudizio è uguale alle proprie attese.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

L'81% degli intervistati non ha usufruito di una card per entrare nel museo, mentre il 19% afferma di averla utilizzata (di cui l'87% si riferisce alla **MIC Card** e il restante 13% alla **Roma Pass**).

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto i visitatori romani (cfr. grafico sottostante a destra), alcuni già stati in questo museo, il cui giudizio è uguale alle proprie aspettative. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Casino Nobile* sono in particolare i turisti, nuovi visitatori, che hanno un giudizio superiore alle attese o ne sono privi.

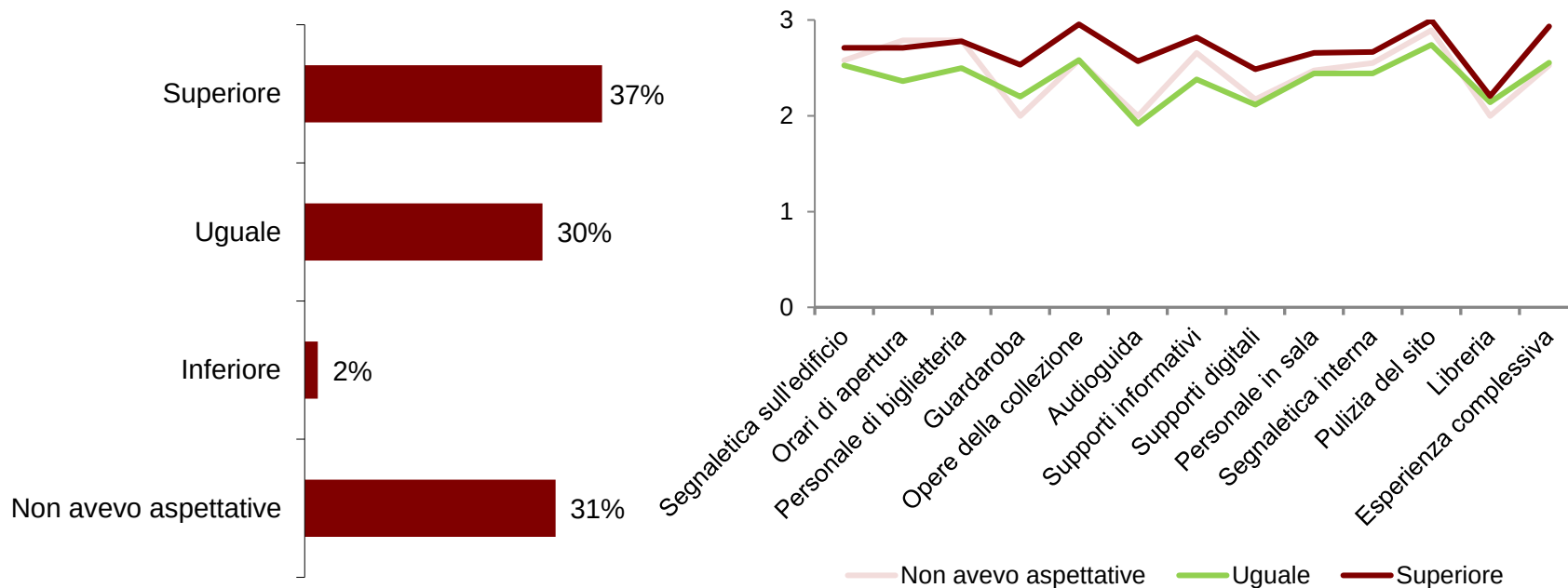


Giudizio rispetto alle aspettative

Il 37% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio superiore alle proprie attese**, per il 30% è uguale, mentre solo per il 2% risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative. Il 31% degli intervistati afferma di non avere aspettative prima della visita.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle attese o ad esserne privi siano soprattutto coloro che vengono per la prima volta al *Casino Nobile*, laureati e hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno. Invece ad avere un giudizio uguale alle aspettative sono principalmente i visitatori già stati in questo museo, diplomati, che hanno visto meno di tre musei in quest'ultimo anno.

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



Consiglierebbe questo museo 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 del museo visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Casino Nobile* è pari a **52%**.

Il 38% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 5% rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

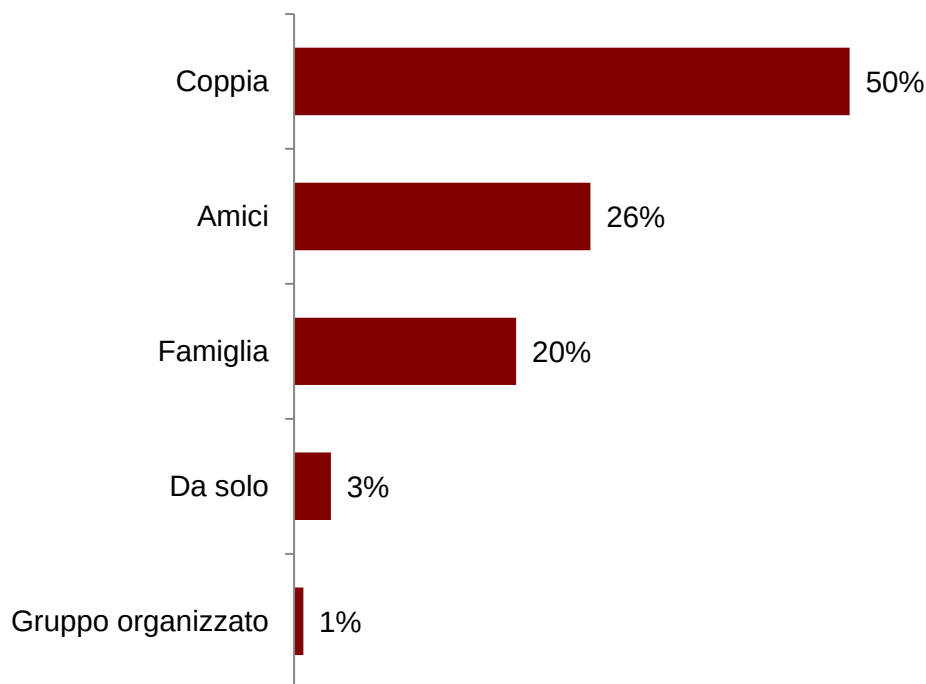


NET PROMOTORE SCORE										
Musei di Villa Torlonia – Casino Nobile 2022										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	0	6	14	31	40	30
0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	12%	26%	33%	24%
DETRATTORI = 5%							PASSIVI = 38%	PROMOTORI = 57%		
57%-5%=52%										

Con chi ha visitato il museo

Il 50% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in “**coppia**”, il 26% in compagnia di “**amici**”, il 20% viene con la propria “**famiglia**”, il 3% “**da solo**” e il restante 1% con un “**gruppo organizzato**”.

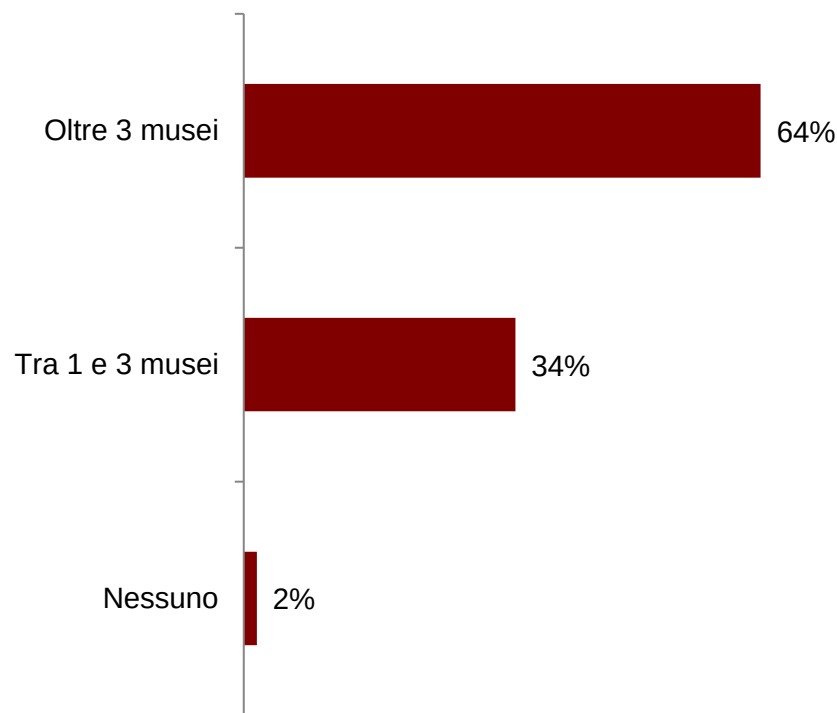
Risulta significativo che a venire in coppia siano soprattutto gli uomini, che affermano di essere molto soddisfatti della loro esperienza in tale museo. A rispondere con amici sono in prevalenza le donne, in generale molto soddisfatte, mentre a recarsi al *Casino Nobile* con la propria famiglia sono principalmente le donne che rilasciano un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 64% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 34% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre il 2% afferma di non essere stato in alcun museo.

Risulta significativo che ad essersi recati in più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto i visitatori che nel complesso si ritengono molto soddisfatti. Invece ad avere frequentato meno di tre musei sono prevalentemente coloro che in generale si ritengono abbastanza soddisfatti del museo visitato.



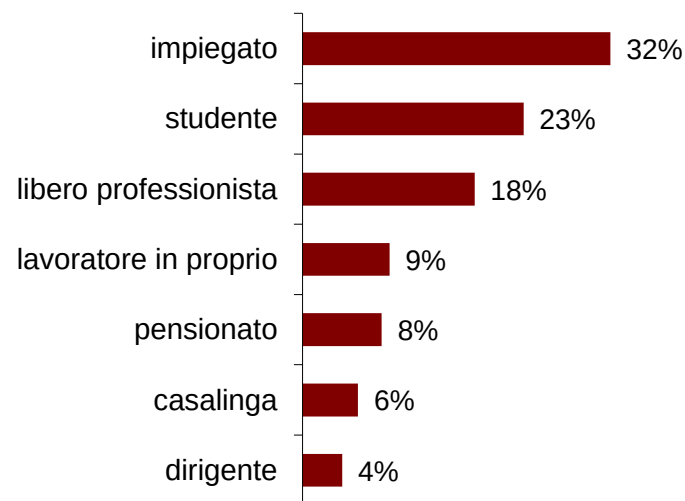
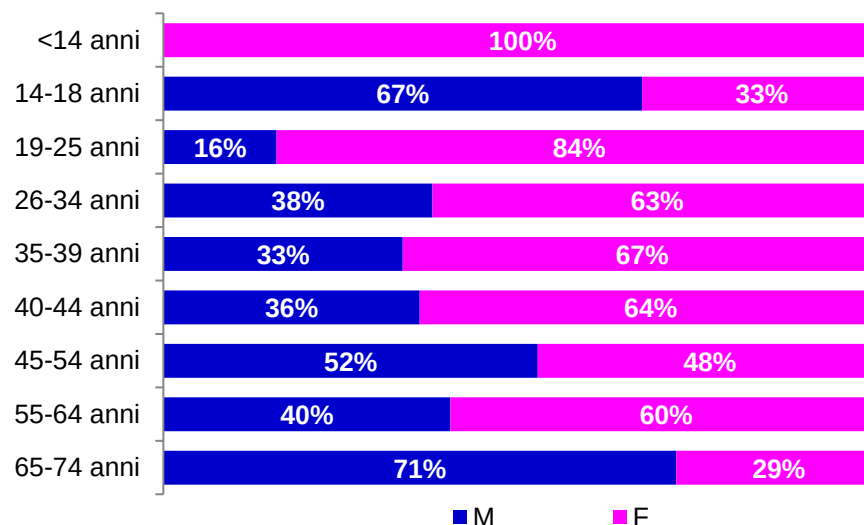
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (59%; era 54% nel 2021), soprattutto nelle fasce d'età dei 19-44 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce di età 14-18 anni, 45-54 anni e 65-74 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **45-64 anni**, che raggiungono complessivamente il 40% sul totale degli intervistati (42% nel 2021). Inoltre si registra un incremento della fascia **19-34 anni**, che passa da 24% a 29%.

Il 50% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (84% nell'indagine precedente).

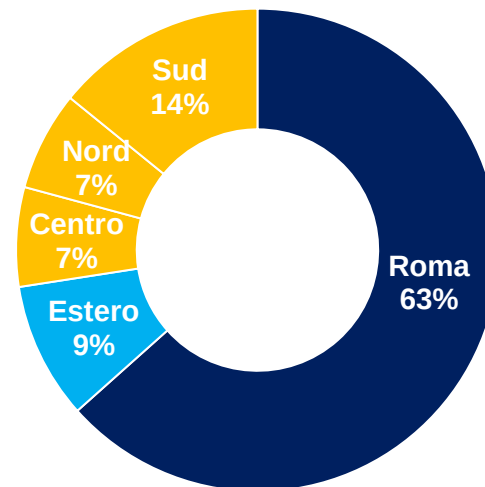
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono gli **impiegati** (32%; in discesa dal 43% dell'indagine precedente); poi seguono gli **studenti** (in aumento dal 10% al 23%) e i **liberi professionisti** (passano da 17% a 18%).



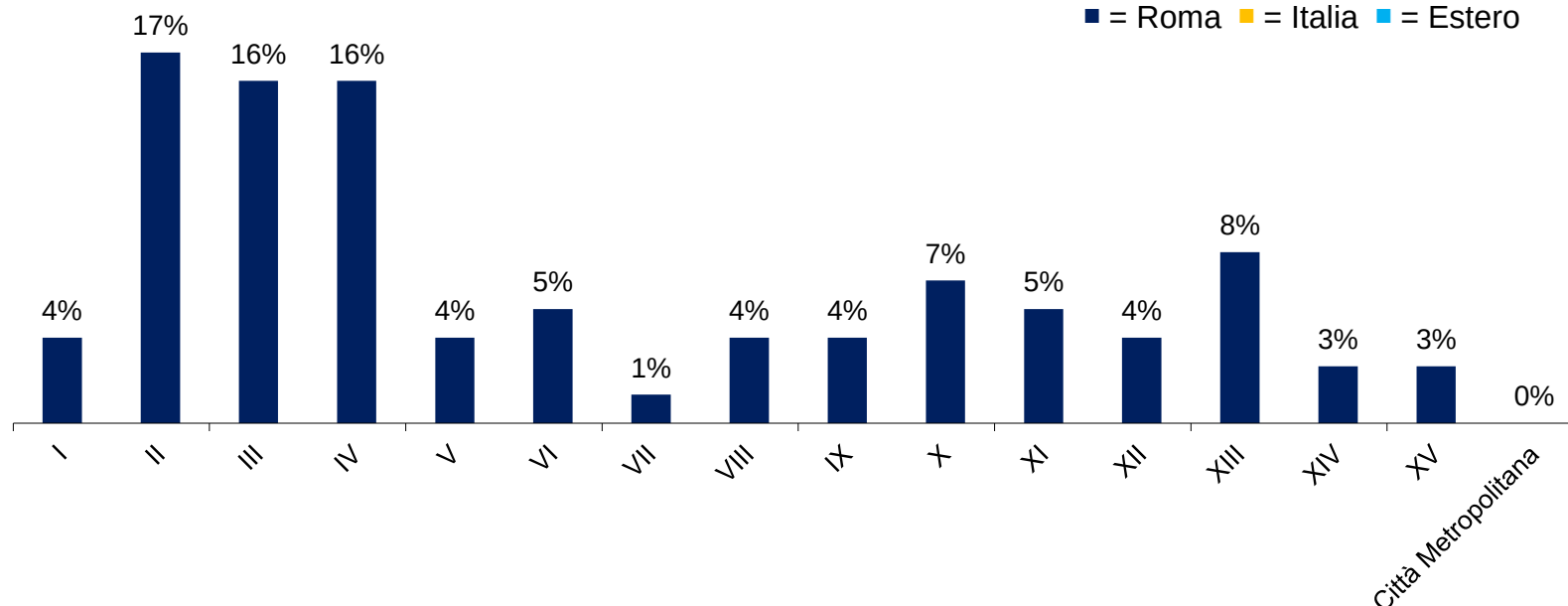
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 63% del campione intervistato è costituito da cittadini **romani** (in netto incremento dal 54% emerso nell'indagine precedente); il 28% giunge da altre province italiane (25% nel 2021) e il restante 9% dall'estero (in discesa dal 21% nella scorsa indagine).

Si rimanda al grafico sottostante per i dettagli sui municipi di residenza dei romani intervistati: prevalgono i **Municipi II** (17%), **III** e **IV** (16% per entrambi).



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata Rho di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Audioguida	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,289**	,341**	0,307	,301**	,446*	,374**	,382**	,224*	0,165	0,107	0,162	,327**
Orari di apertura	,289**	1,000	,381**	-0,054	,248**	,486**	,447**	,260**	,417**	,456**	,260**	0,180	,240**
Personale di biglietteria	,341**	,381**	1,000	,386*	,263**	,684**	,437**	,317**	,391**	,194*	0,177	0,117	,315**
Guardaroba	0,307	-0,054	,386*	1,000	0,272	0,316	,453*	0,295	0,125	0,157	- 0,020	0,389	,630**
Opere della collezione	,301**	,248**	,263**	0,272	1,000	,574**	,390**	,362**	,442**	,304**	,376**	,238*	,525**
Audioguida	,446*	,486**	,684**	0,316	,574**	1,000	,565**	,773**	,588**	0,346	,458**	0,404	,658**
Supporti informativi	,374**	,447**	,437**	,453*	,390**	,565**	1,000	,460**	,520**	,480**	,331**	0,160	,424**
Supporti digitali	,382**	,260**	,317**	0,295	,362**	,773**	,460**	1,000	,436**	,384**	,262**	,549**	,469**
Personale in sala	,224*	,417**	,391**	0,125	,442**	,588**	,520**	,436**	1,000	,535**	,212*	0,032	,334**
Segnaletica interna	0,165	,456**	,194*	0,157	,304**	0,346	,480**	,384**	,535**	1,000	,220*	0,075	,348**
Pulizia del sito	0,107	,260**	0,177	-0,020	,376**	,458**	,331**	,262**	,212*	,220*	1,000	0,002	,376**
Libreria	0,162	0,180	0,117	0,389	,238*	0,404	0,160	,549**	0,032	0,075	0,002	1,000	,320**
Esperienza complessiva	,327**	,240**	,315**	,630**	,525**	,658**	,424**	,469**	,334**	,348**	,376**	,320**	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).

Tutte le variabili sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

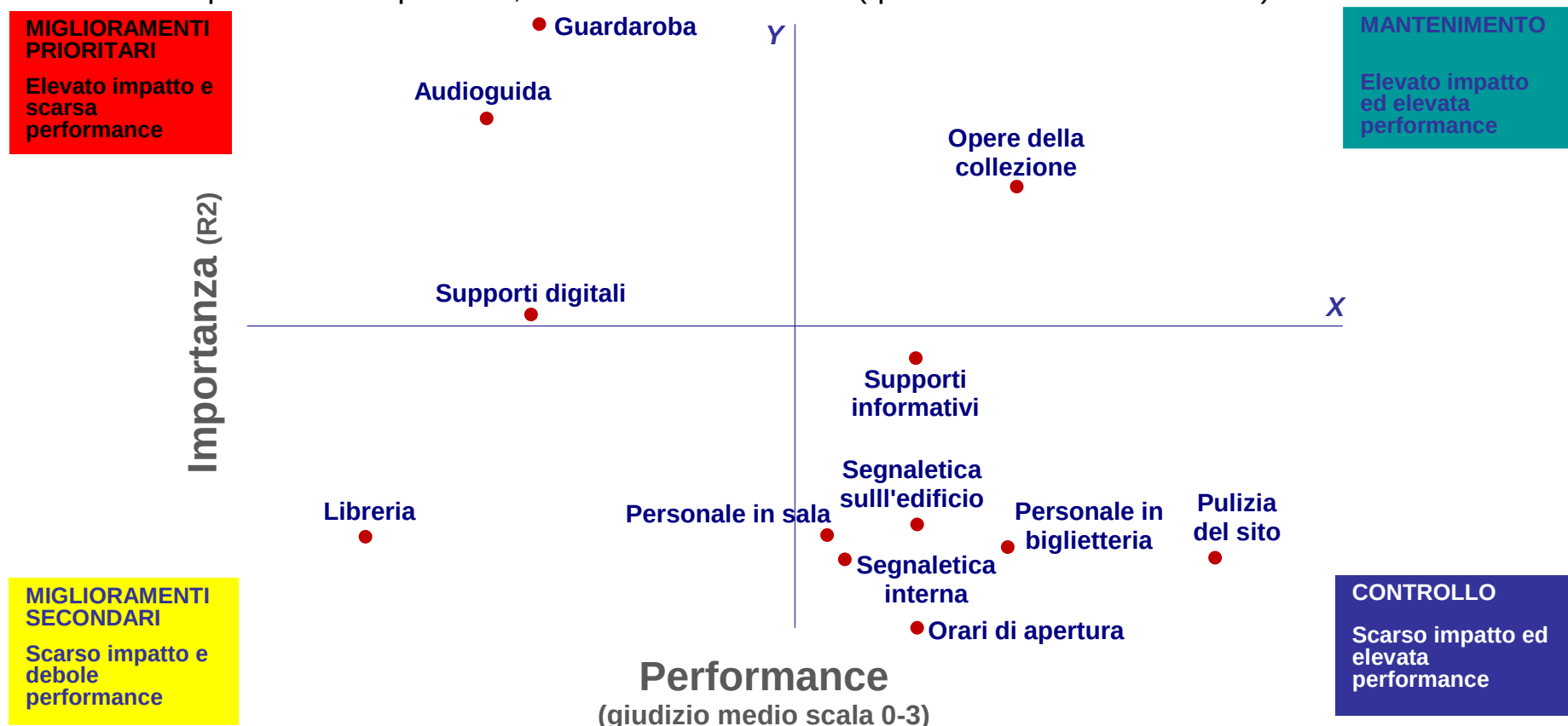
Per il *Casino Nobile* l'**audioguida** e il **guardaroba** (anche se tali servizi sono stati utilizzati rispettivamente dal 26% e dal 25% degli intervistati), le **opere delle collezioni** ed i **supporti digitali** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

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

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva	
Audioguida	0,658
Guardaroba	0,630
Opere della collezione	0,525
Supporti digitali	0,469
Supporti informativi	0,424
Pulizia del sito	0,376
Segnaletica interna	0,348
Personale in sala	0,334
Segnaletica sull'edificio	0,327
Libreria	0,320
Personale di biglietteria	0,315
Orari di apertura	0,240

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **guardaroba** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa e rientra tra i miglioramenti prioritari insieme all'**audioguida** nel quadrante in alto a sinistra, dove vi sono anche i **supporti digitali**, seppure in una posizione *borderline*. Invece le **opere della collezione** risultano la variabile di maggiore impatto e performance (quadrante in alto a destra). Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull'esperienza complessiva, anche se ritenuti ottimi (quadrante in basso a destra).



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

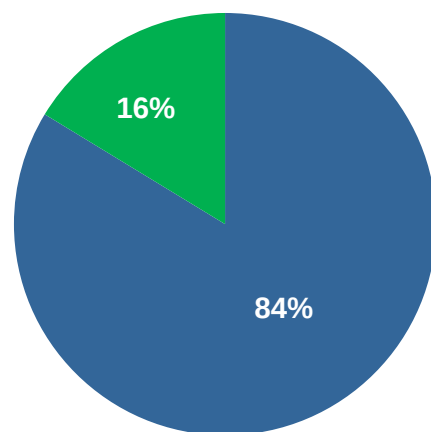
Cluster Analysis

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

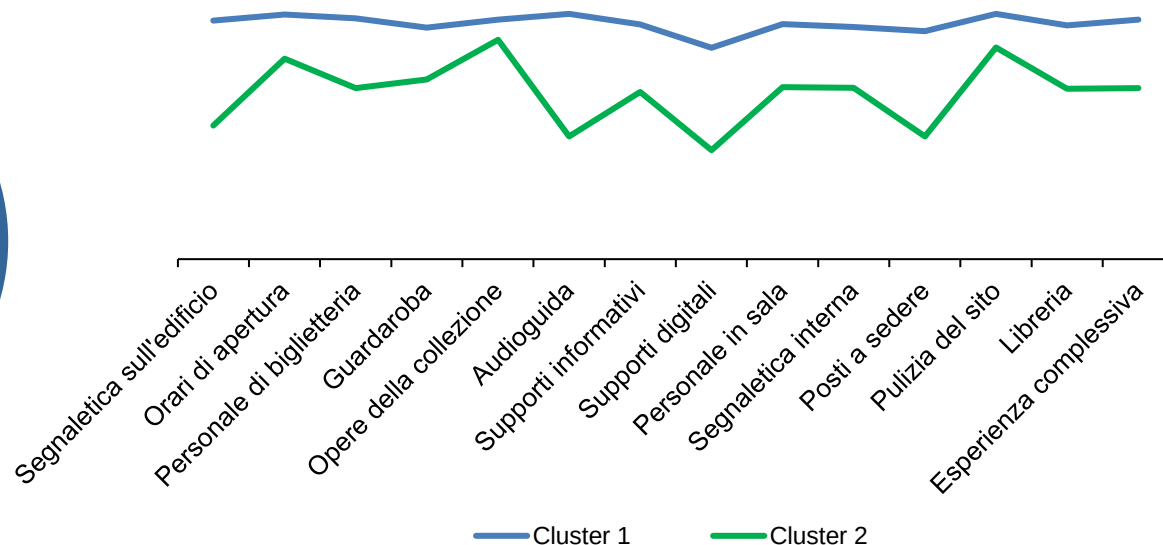
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (80 individui per il *Cluster 1* e 41 per il *Cluster 2*; nessun caso mancante). Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo mediamente più alto sui vari aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza turisti; di età adulta 45-64 anni; laureati; liberi professionisti e lavoratori autonomi; nuovi visitatori; scoprono il museo tramite altri siti web e il passaparola; vengono in coppia o con la famiglia; giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza romani; di giovane 19-39 anni; diplomati; studenti e impiegati; alcuni già stati al *Casino Nobile*; scoprono il museo tramite conoscenza personale e perché sono residenti a Roma; vengono con amici o da soli; giudizio uguale alle aspettative.



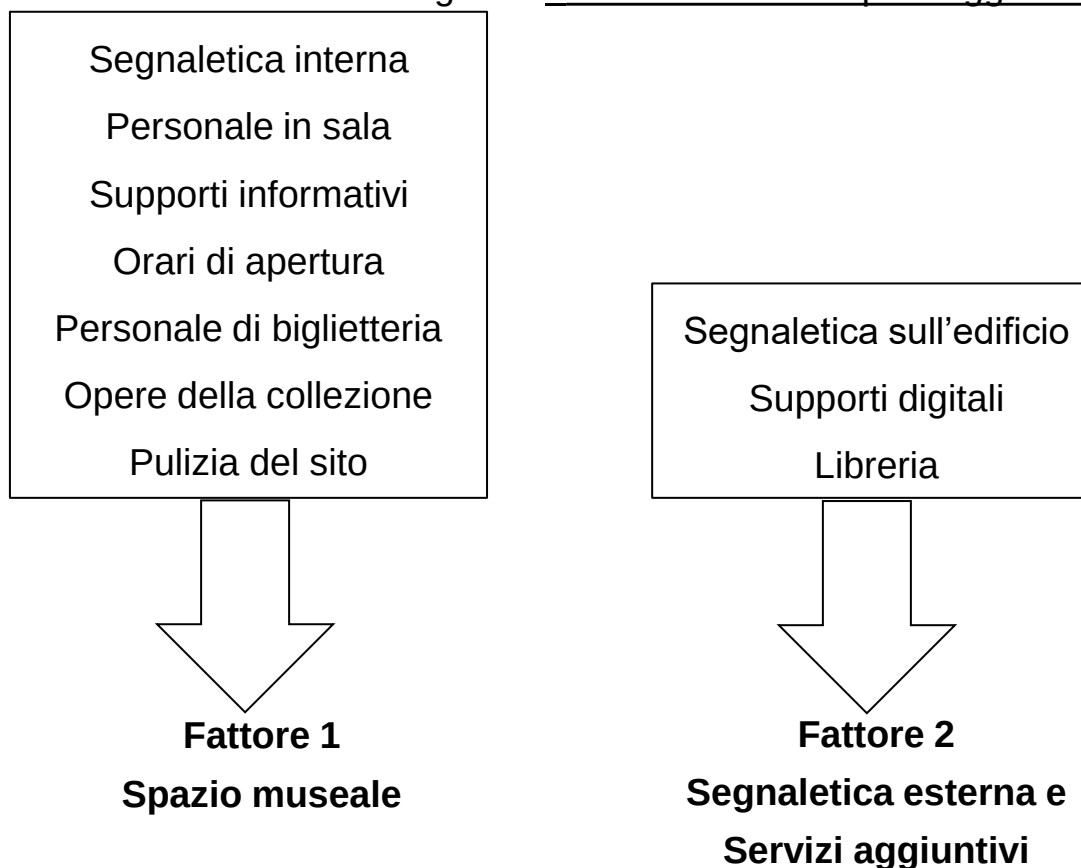
■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Analisi Fattoriale

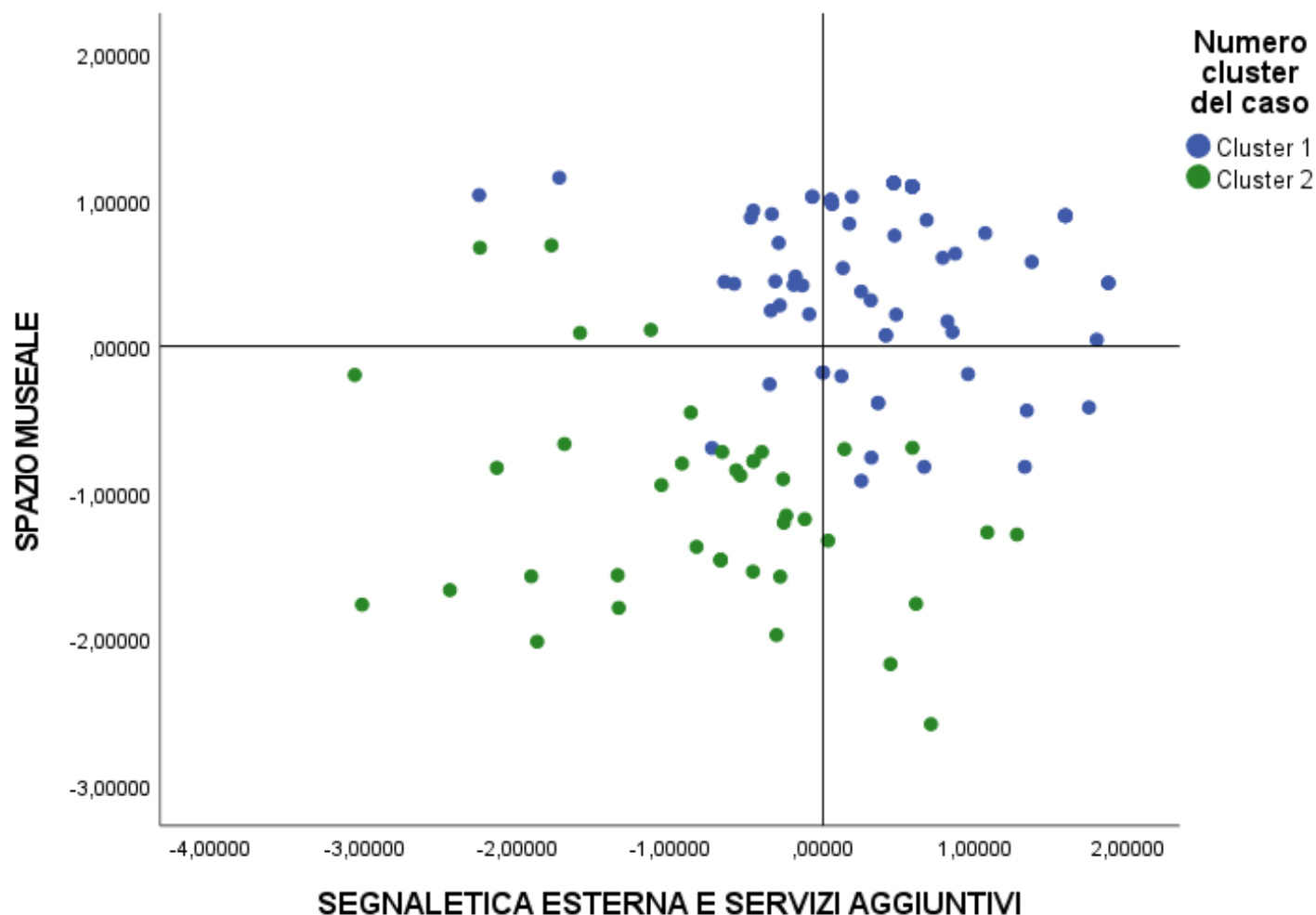
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree (il guardaroba e l'audioguida sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di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

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 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 su entrambi i fattori, soprattutto sul Fattore 2 (*Segnaletica esterna e Servizi aggiuntivi*).



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 4**

ELOGI museo bellissimo (5), molto interessante il video (2). **Totale 7**

SEGNALETICA ESTERNA aumentare le indicazioni nel parco. **Totale 9**

SUPPORTI INFORMATIVI traduzione in altre lingue (3); più chiari e visibili i nomi delle varie sale (3); altro (2). **Totale 8**

AMBIENTI NON VISITABILI aprire il bunker. **Totale 5**

SUPPORTI DIGITALI creare dei percorsi guidati interattivi (3); migliorare il video (2). **Totale 5**

POSTI A SEDERE da aggiungere. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 9**

TOTALE 40 SUGGERIMENTI
MUSEI DI VILLA TORLONIA – CASINO NOBILE

Allegato 1 - Questionario

Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo?

☐ Mai in tutta la mia vita ☐ No, negli ultimi 5 anni ☐ Sì da 1 a 3 volte ☐ Sì più di 3 volte

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

La prima volta, come è venuto a conoscenza del museo?

☐ stampa (quotidiani/riviste) ☐ stendardo sull'edificio ☐ scuola-università ☐ social network
☐ www.museiincomuneroma.it ☐ amici/parenti ☐ altri siti internet ☐ scuola-università ☐ altro.....

Indichi per favore il suo indice di gradimento (da Molto a Per niente soddisfatto) dei seguenti aspetti:

	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Segnaletica sull'edificio	☐	☐	☐	☐	☐
Orari di apertura	☐	☐	☐	☐	☐
Personale di biglietteria	☐	☐	☐	☐	☐
Guardaroba	☐	☐	☐	☐	☐
Opere della collezione	☐	☐	☐	☐	☐
Audioguida	☐	☐	☐	☐	☐
Supporti informativi	☐	☐	☐	☐	☐
Supporti digitali	☐	☐	☐	☐	☐
Personale di assistenza in sala	☐	☐	☐	☐	☐
Segnaletica interna	☐	☐	☐	☐	☐
Pulizia del sito	☐	☐	☐	☐	☐
Libreria	☐	☐	☐	☐	☐
Esperienza complessiva	☐	☐	☐	☐	☐

Rispetto alle aspettative il suo giudizio sul servizio è: ☐ Superiore ☐ Uguale ☐ Inferiore ☐ Non avevo aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questo museo ad un amico?

MINIMO ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 MASSIMO

Con chi ha visitato il museo? ☐ Da solo ☐ Gruppo organizzato ☐ Coppia ☐ Amici ☐ Famiglia ☐ Scuola ☐ Altro.....

Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? ☐ Nessuno ☐ Tra 1 e 3 musei ☐ Oltre 3 musei

Aspetti da migliorare _____

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 ☐ dirigente ☐ studente ☐ pensionato ☐ libero professionista ☐ casalinga ☐ operaio ☐ disoccupato ☐ altro.....

Provenienza: ☐ Roma (Municipio:) ☐ Altra Provincia italiana:..... ☐ Altra Nazionalità:.....