



Indagini di Customer Satisfaction

Klimt. La Secessione e l'Italia

Museo di Roma

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Analisi del trend 2020-2022
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto al Museo di Roma
- Ha utilizzato la MIC Card per visitare la mostra
- 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)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di n. **1156 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate dal personale dell'Ufficio Customer Care con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) e **CAWI** (*Computer Assisted Web Interviewing*) dal **27 febbraio** al **5 marzo 2022** presso lo **Spazio Espositivo del Museo di Roma** (gli intervistati rappresentano il 10% degli ingressi totali alla mostra nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con un intervallo di confidenza del 95%, 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 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 **2,60** su 3,00 e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **96%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi emergono l'**allestimento** (2,62) e la **pubblicità - immagine della mostra** (2,61), ma quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dell'**audioguida** (2,14).

Il **contenuto** è la variabile ritenuta in assoluto più importante nella mappa delle priorità, ma anche quella più correlata al giudizio generale sulla mostra (pp. 16-18).

Invece tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti prevalgono il **contenuto** (71 suggerimenti) e l'**organizzazione generale** (55 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per la maggior parte da **cittadini romani** (72%), **impiegati** (44%), in possesso di un titolo di **laurea** o **specializzazione post laurea** (68%), appartenenti soprattutto alle fasce d'età adulta compresa tra i **45 e 64 anni** (43% sul campione totale degli intervistati).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra attraverso "**internet**" (47%), poi seguono il "**passaparola**" (20%), la "**stampa**" e la "**pubblicità**" (12% per entrambi).

Risulta significativo che *internet* e il *passaparola* siano i canali predominanti soprattutto per i turisti, nuovi visitatori, diplomati, giovani di età inferiore ai 44 anni, in generale molto soddisfatti della mostra. Invece la *stampa* e la *pubblicità* emergono in particolare per i romani, alcuni già stati al *Museo di Roma*, laureati, appartenenti alle fasce d'età 19-34 anni (*manifesti pubblicitari*) o al di sopra dei 55 anni (*articoli stampa*), che nel complesso dichiarano di essere abbastanza soddisfatti della mostra visitata.

Tabella riassuntiva

ics mostra <i>Klimt. La Secessione e l'Italia</i> Museo di Roma 2022	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Pubblicità (immagine mostra)	2,61	3,00	1131	25	0,526	2%	63%	0%	98%
Contenuto della mostra	2,60	3,00	1148	8	0,621	1%	66%	1%	95%
Pannelli e didascalie	2,58	3,00	1147	9	0,644	1%	65%	1%	94%
Supporti digitali	2,50	3,00	1073	83	0,680	7%	60%	1%	92%
Allestimento	2,62	3,00	1130	26	0,622	2%	68%	1%	95%
Audioguida	2,14	2,00	521	635	0,892	55%	41%	7%	80%
Chiarezza percorso di visita	2,50	3,00	1118	38	0,698	3%	60%	2%	92%
Bookshop mostra	2,21	2,00	937	219	0,794	19%	41%	3%	83%
Giudizio generale	2,60	3,00	1117	39	0,586	3%	64%	1%	96%

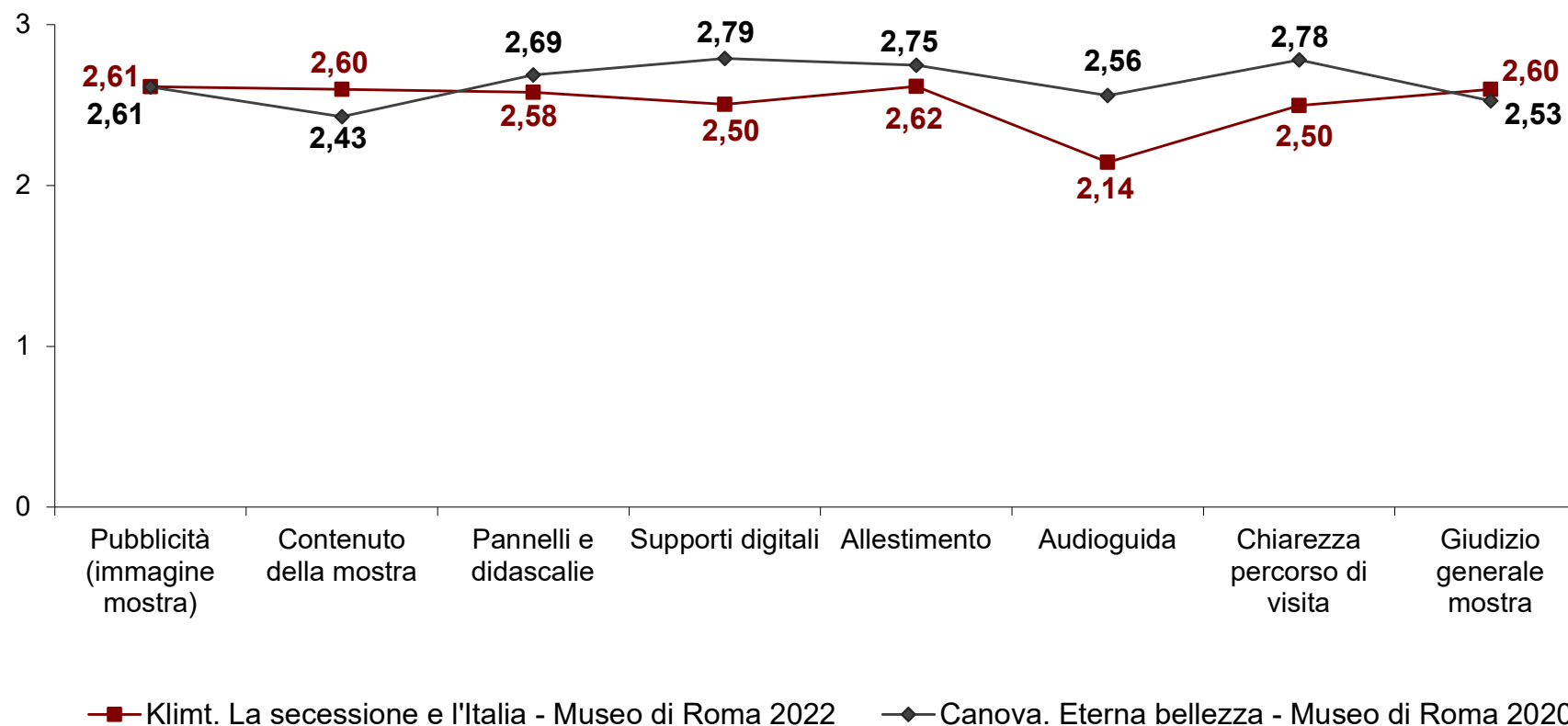
* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

**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 (2,47).

Analisi del trend 2020-2022

Il grafico sottostante evidenzia l'analisi del trend rispetto all'indagine precedente effettuata nel 2020 alla mostra "Canova. Eterna Bellezza".

In generale si rileva una flessione del livello di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti oggetto di indagine, seppure le medie siano molto buone. In aumento i valori relativi al **contenuto della mostra** e al **giudizio generale**, mentre resta invariato quello sulla **pubblicità** (immagine della mostra).

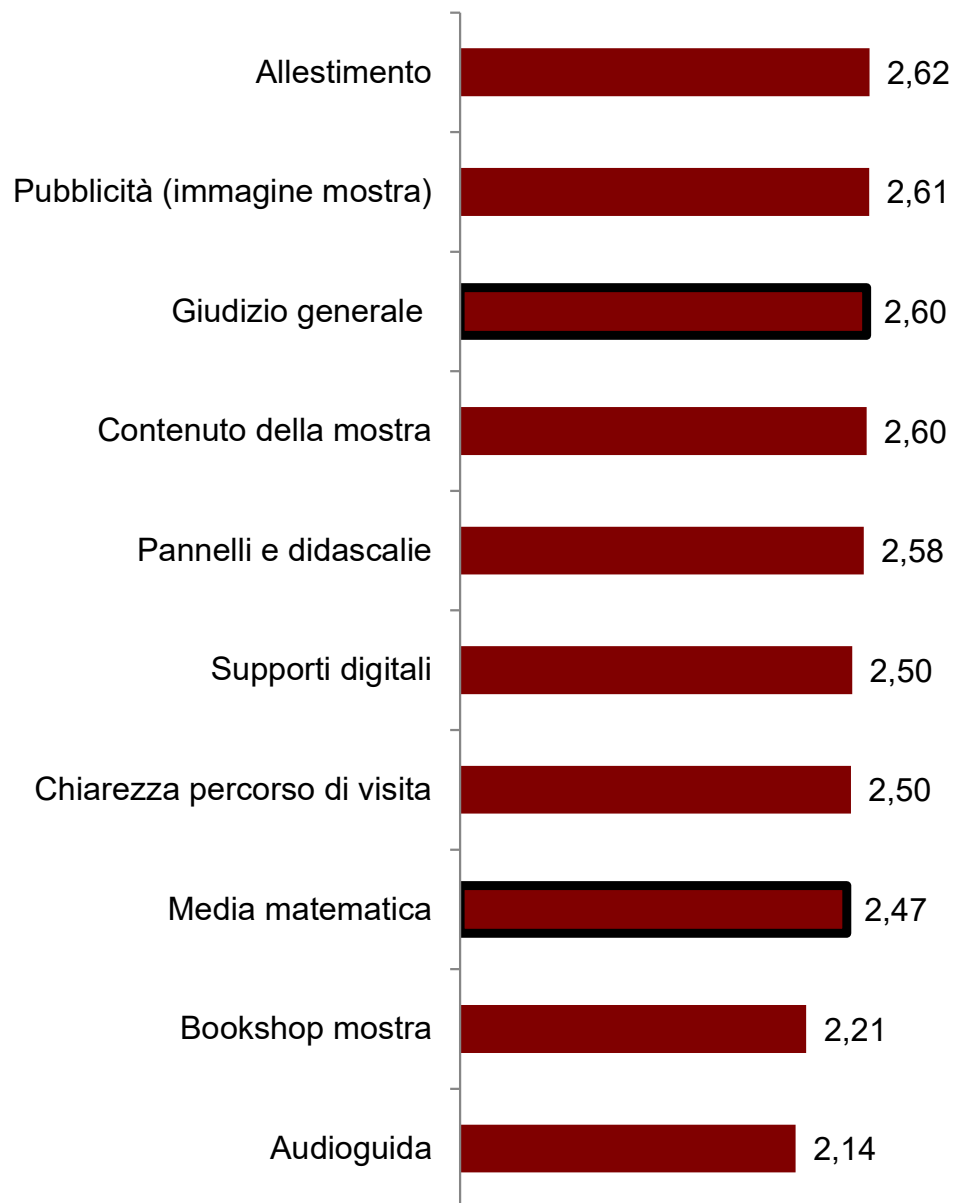


Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

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 emergono l'**allestimento** e la **pubblicità (immagine della mostra)**.

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dell'**audioguida** (media di 2,14; il 45% del campione ha risposto alla domanda su tale servizio).

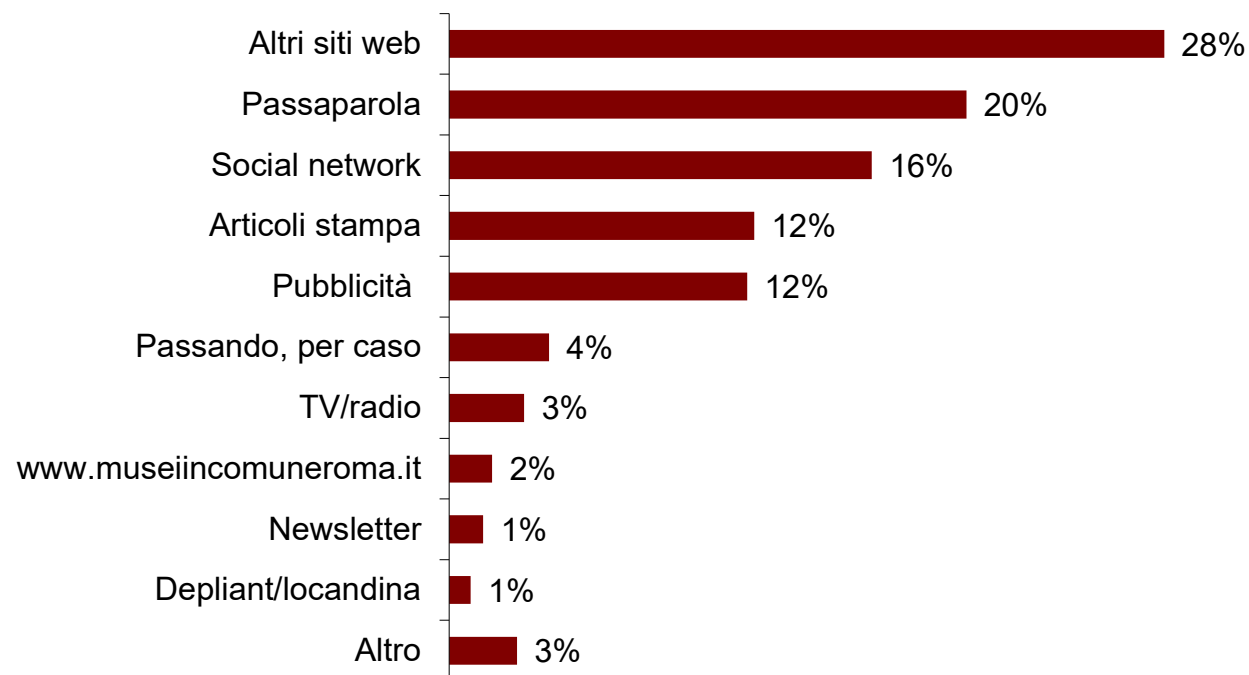


Come è venuto a conoscenza della mostra

Ben il 47% dei visitatori intervistati afferma di essere venuto a sapere della mostra attraverso **internet** (di cui il 28% riguarda “*altri siti web*”, il 16% “*social network*”, il 2% “*www.museiincomuneroma*” e l’1% “*newsletter*”).

Il 20% risponde **passaparola**, mentre un 12% indica gli **articoli stampa** e un 12% la **pubblicità** (in dettaglio l’8% si riferisce ai “*manifesti pubblicitari*” e il 4% alla “*pubblicità sulla stampa*”).

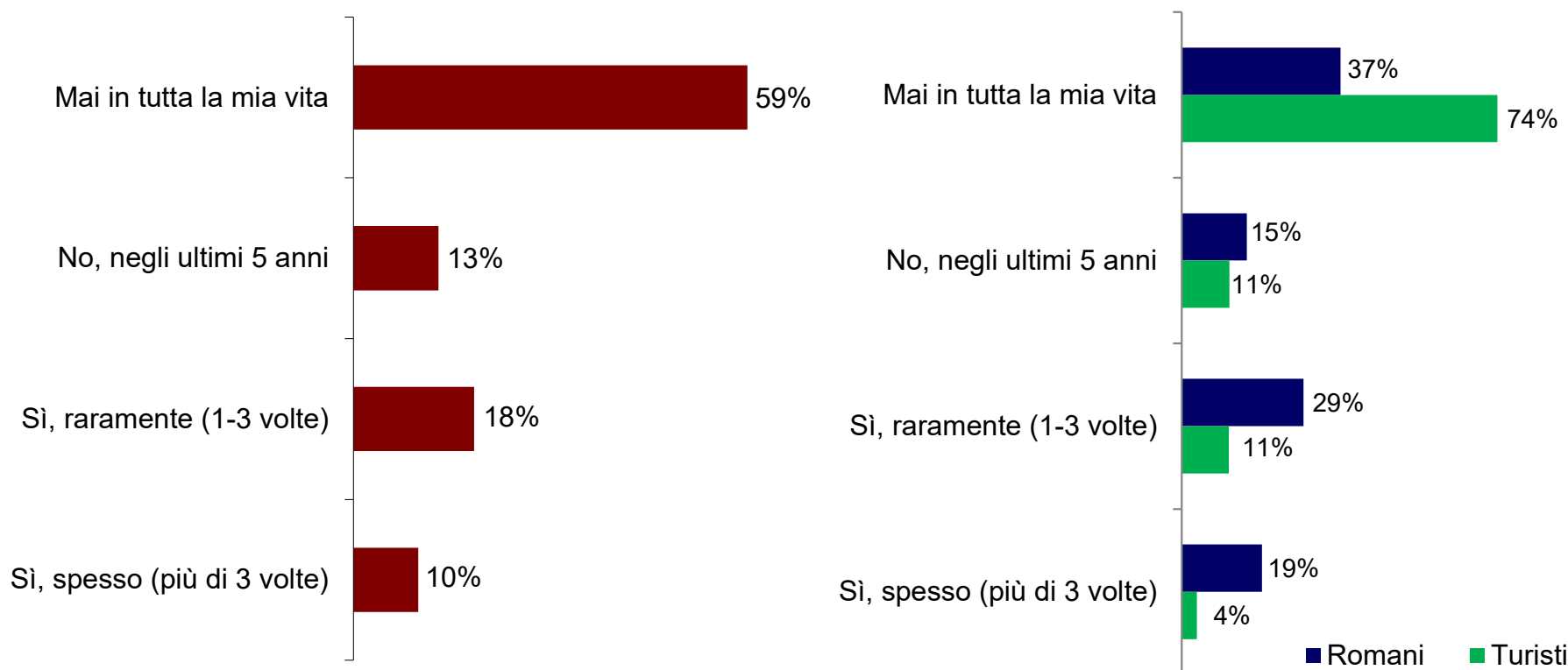
Risulta significativo che internet e il passaparola prevalgano soprattutto per i turisti, nuovi visitatori, diplomati, giovani di età inferiore ai 44 anni, in generale molto soddisfatti della mostra. Invece la stampa e la pubblicità emergono in particolare per i romani, alcuni già stati al *Museo di Roma*, laureati, appartenenti alle fasce d’età 19-34 anni (*manifesti pubblicitari*) o al di sopra dei 55 anni (*articoli stampa*), che nel complesso dichiarano di essere abbastanza soddisfatti della mostra visitata.



Negli ultimi cinque anni è già stato al Museo di Roma

Il 59% degli intervistati dichiara di non essere mai stato al *Museo di Roma*, il 13% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni, mentre il 28% già vi è stato (di cui il 18% “**da una a tre volte**” e il 10% “**più di tre volte**”).

Risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto turisti (*cf.* grafico sottostante a destra), diplomati, nel complesso molto soddisfatti della mostra. Invece ad essere già stati al Museo di Roma sono principalmente i romani, con titolo di laurea o specializzazione post laurea, il cui giudizio generale è abbastanza soddisfacente.



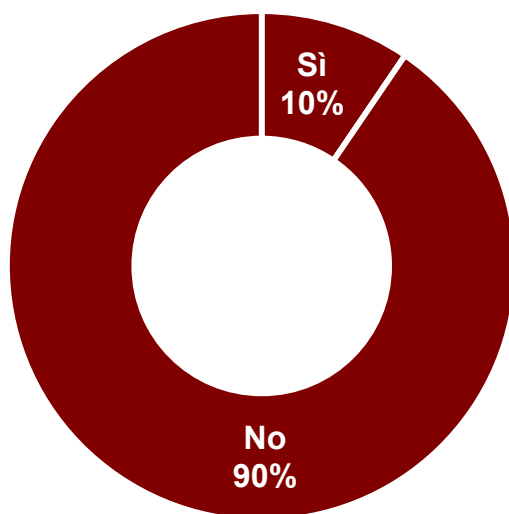
Ha utilizzato la **MIC Card** per visitare la mostra

Il 90% degli intervistati afferma di non avere usufruito della **MIC Card** per visitare tale mostra temporanea, mentre il restante 10% l'ha utilizzata (*cf.* grafico in basso a sinistra).

Tra coloro che hanno risposto affermativamente a tale domanda, ben il 92% **già possedeva la card** e solo l'8% l'ha acquistata in occasione della mostra.

Come si rileva nella tabella sottostante, tra le motivazioni per cui gli intervistati non sono possessori della MIC Card prevalgono le seguenti: **non sono residenti nell'Area Metropolitana di Roma (47%) e non la conoscono (34%)**.

Risulta significativo che ad utilizzare tale card siano prevalentemente i visitatori di età adulta oltre i 55 anni, con un titolo di laurea o post laurea, già stati al *Museo di Roma*. Invece a non usufruire della card sono in particolare coloro che hanno un'età fino ai 54 anni, diplomati, che vengono per la prima volta in questo museo.



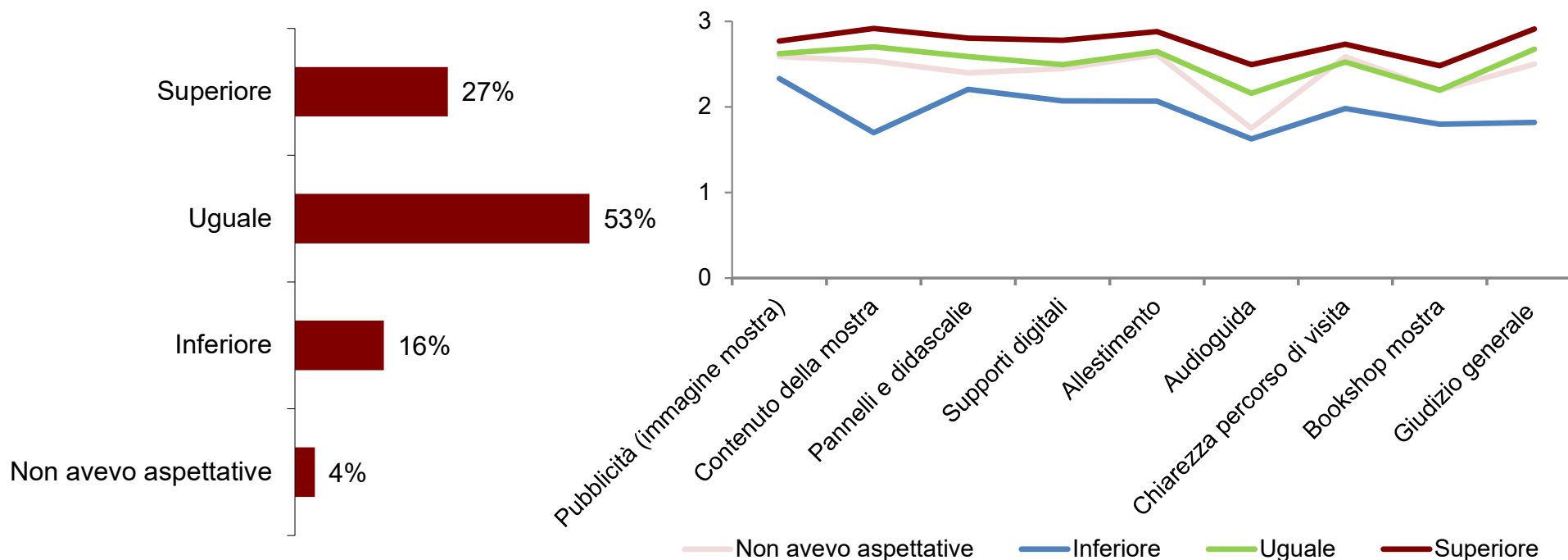
Motivazioni di non acquisto della MIC Card	n.	%
Non residente	491	47%
Non la conoscevo	353	34%
Non interessato, mancanza di tempo, utilità	79	7%
Categorie aventi diritto a gratuità	68	7%
Card scaduta da rinnovare, intenzione di acquistarla	16	2%
Altro	33	3%

Giudizio rispetto alle aspettative

Il 53% sul campione totale afferma di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 27% è superiore e per il 16% inferiore. Il 4% degli intervistati dichiara di non avere aspettative a priori prima della visita a tale mostra temporanea.

Risulta significativo che ad avere un giudizio superiore alle aspettative o ad esserne privi siano soprattutto i turisti, che vengono per la prima volta al *Museo di Roma*. Invece ad avere giudizio uguale o inferiore alle attese sono in particolare i romani, alcuni già stati in questo museo (*da una a tre volte*).

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

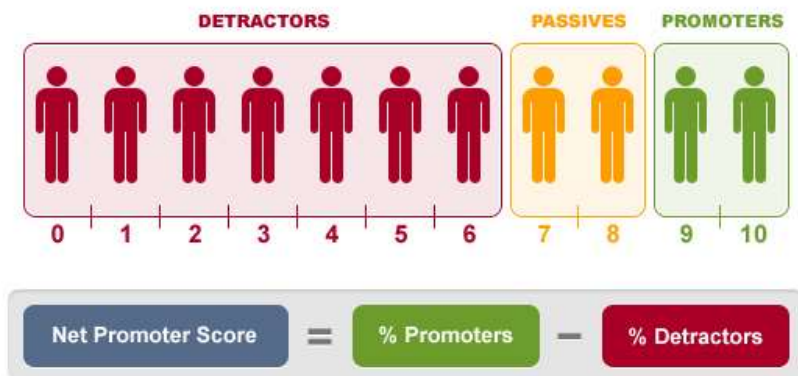


Consiglierebbe questa mostra ad un amico

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**, ovvero utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene della mostra temporanea che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari al **42%**.

Si evidenzia che il 40% del campione rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.



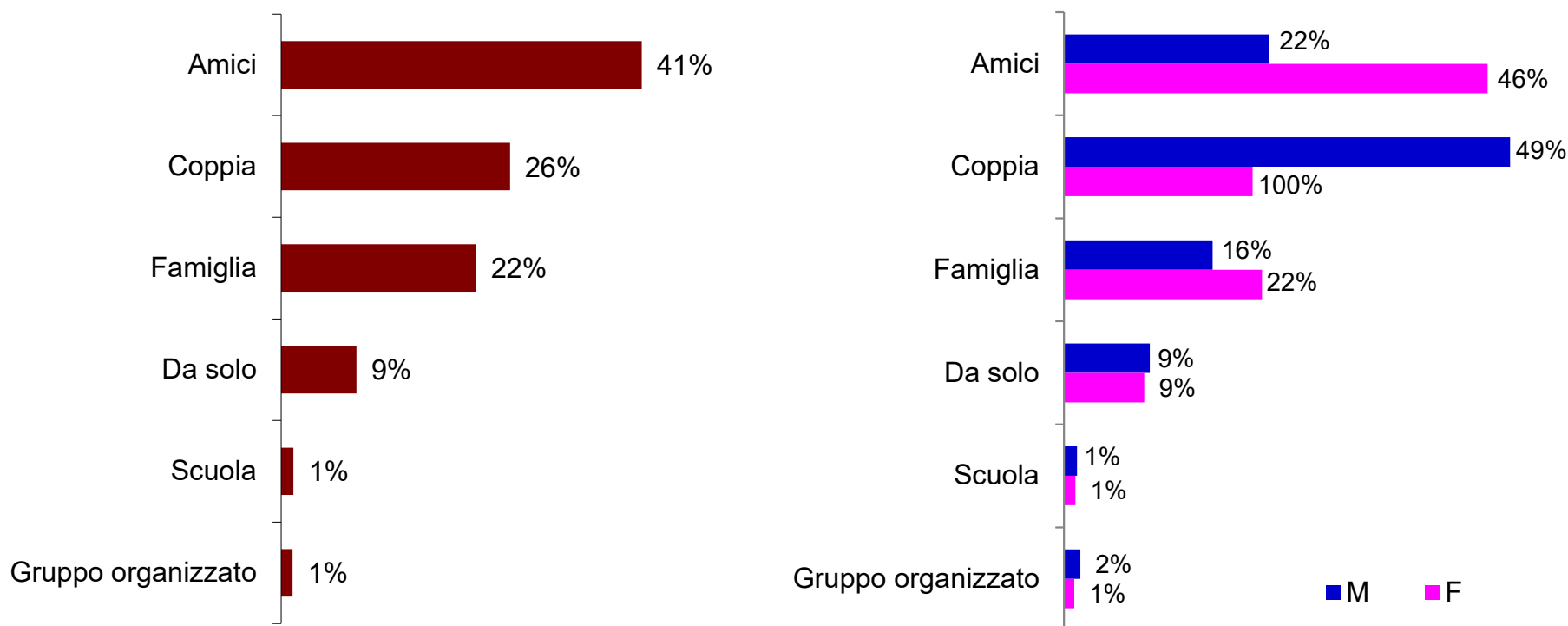
NET PROMOTER SCORE										
Mostra Klimt. La Secessione e l'Italia										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	3	4	8	5	22	54	152	314	244	347
0,3%	0,3%	0,3%	0,7%	0,4%	2%	5%	13%	27%	21%	30%
DETRATTORI = 9%							PASSIVI = 40%		PROMOTORI = 51%	
51%-9%=42%										

Con chi ha visitato la mostra

Il 41% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra con “**amici**”, il 26% “**in coppia**”, il 22% con la propria “**famiglia**”, il 9% viene “**da solo**”, un 1% vi si è recato con la “**scuola** e il restante 1% con un “**gruppo organizzato**”.

Risulta significativo che a venire con amici siano principalmente le donne (*cf.* grafico in basso a destra), residenti a Roma, appartenenti alle fasce d’età giovane dei 19-34 anni o adulta al di sopra dei 65 anni, con titolo di diploma superiore e un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente. Invece a visitare la mostra in coppia sono in prevalenza gli uomini, turisti, di età 26-39 anni, con titolo di laurea o post laurea, molto soddisfatti della loro esperienza.

A rispondere con la famiglia sono in particolare le donne, che giungono da altre province italiane, di età 40-54 anni, laureate, in generale molto soddisfatte della mostra visitata.



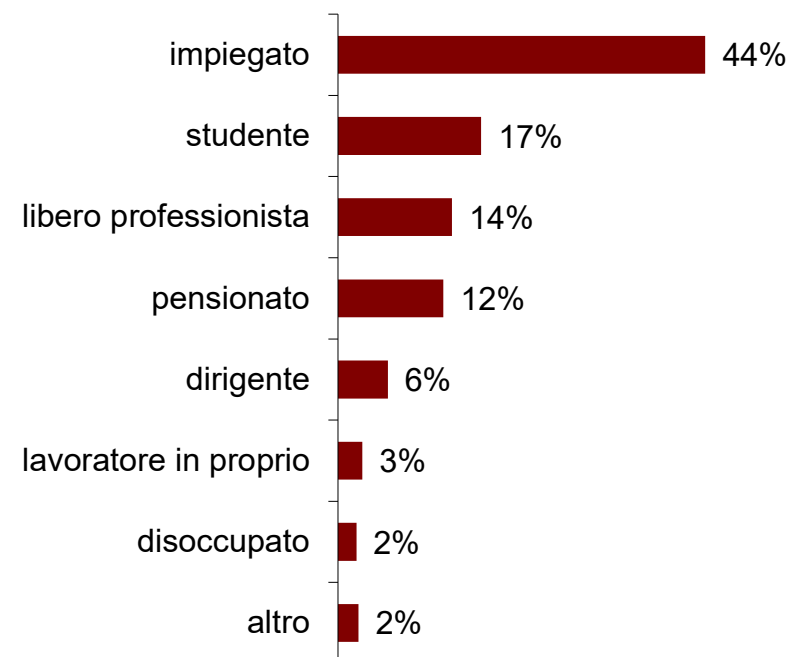
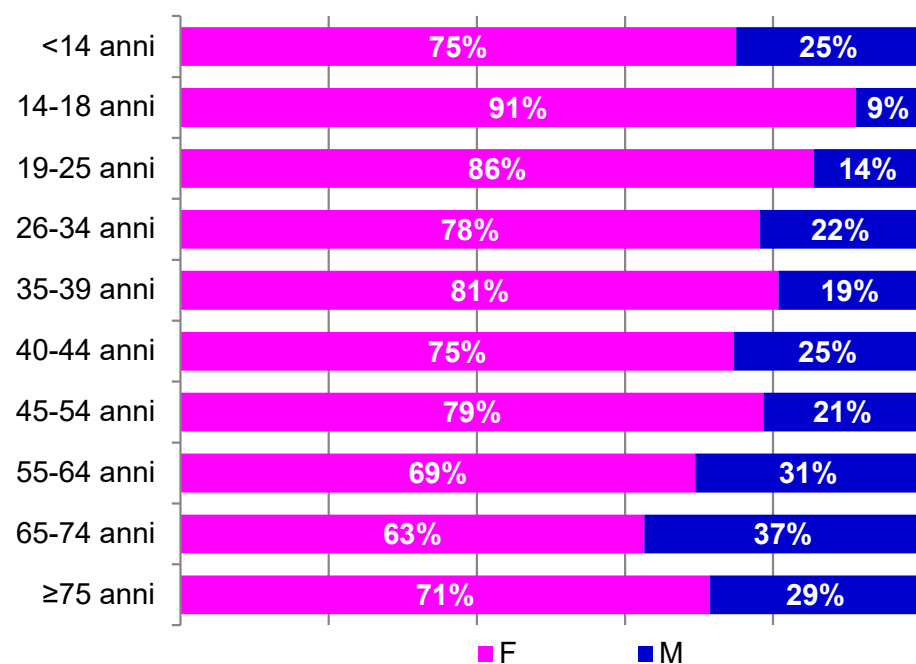
Analisi socio-demografica (genere, età, istruzione, professione)

In questa indagine prevale il **genere femminile**, che raggiunge il 76% sul totale, soprattutto nelle fasce di età dei 14-25 anni e 35-39 anni (*cf.* grafico in basso a sinistra).

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i **45 e 64 anni** (43%), mentre le fasce dei 19-34 anni raggiungono il 27%. La percentuale degli over 65 è pari al 13%, mentre quella dei minorenni è molto esigua (3%).

Il 68% del campione totale dichiara di possedere un titolo di **laurea o specializzazione post laurea**.

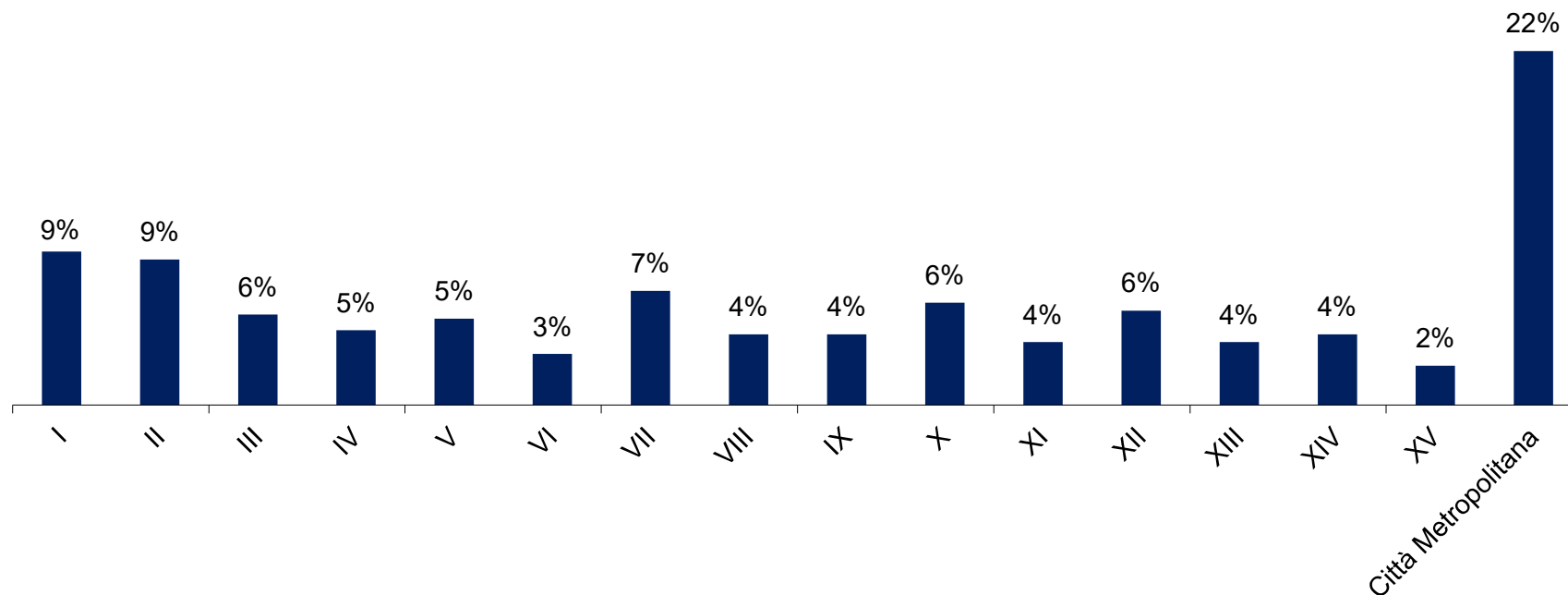
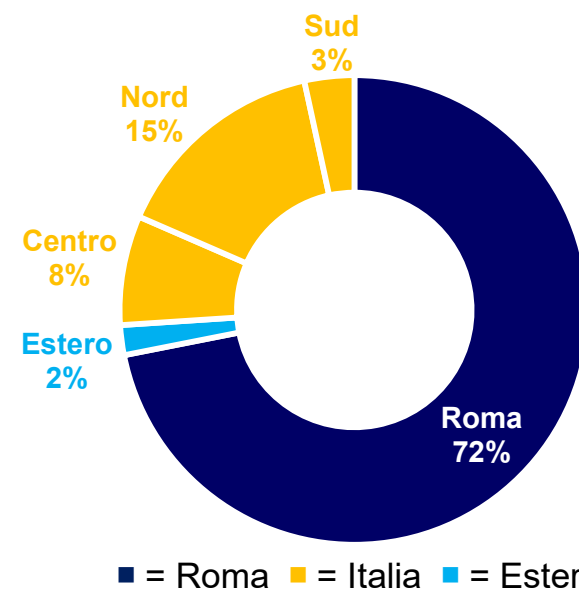
La categoria professionale più rappresentata è quella degli **impiegati** (44%); poi seguono gli studenti (17%), i liberi professionisti (14%) e i pensionati (12%).



Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 72% dei visitatori intervistati è costituito da **cittadini romani**, il 26% giunge da **altre province italiane** (di cui il 15% risiede nelle regioni settentrionali) e il restante 2% è rappresentato dai **turisti stranieri**.

Come si denota nel grafico sottostante, il 22% dei romani intervistati è residente nell'Area della Città Metropolitana, mentre è rilevante una distribuzione piuttosto equa tra i vari municipi di Roma Capitale.



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata <i>Rho di Spearman</i> ***	Pubblicità (immagine mostra)	Contenuto della mostra	Pannelli e didascalie	Allestimento	Audioguida	Supporti digitali	Chiarezza percorso di visita	Bookshop mostra	Giudizio generale
Pubblicità (immagine mostra)	1,000	,358**	,371**	,473**	,401**	,392**	,357**	,386**	,441**
Contenuto della mostra	,358**	1,000	,375**	,394**	,463**	,418**	,370**	,330**	,737**
Pannelli e didascalie	,371**	,375**	1,000	,572**	,548**	,430**	,445**	,393**	,474**
Allestimento	,473**	,394**	,572**	1,000	,531**	,527**	,425**	,471**	,487**
Audioguida	,401**	,463**	,548**	,531**	1,000	,432**	,518**	,386**	,566**
Supporti digitali	,392**	,418**	,430**	,527**	,432**	1,000	,482**	,432**	,507**
Chiarezza percorso di visita	,357**	,370**	,445**	,425**	,518**	,482**	1,000	,424**	,501**
Bookshop mostra	,386**	,330**	,393**	,471**	,386**	,432**	,424**	1,000	,423**
Giudizio generale	,441**	,737**	,474**	,487**	,566**	,507**	,501**	,423**	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).

Per la mostra “*Klimt. La Secessione e l'Italia*” la variabile che risulta più correlata al giudizio generale è il **contenuto**.

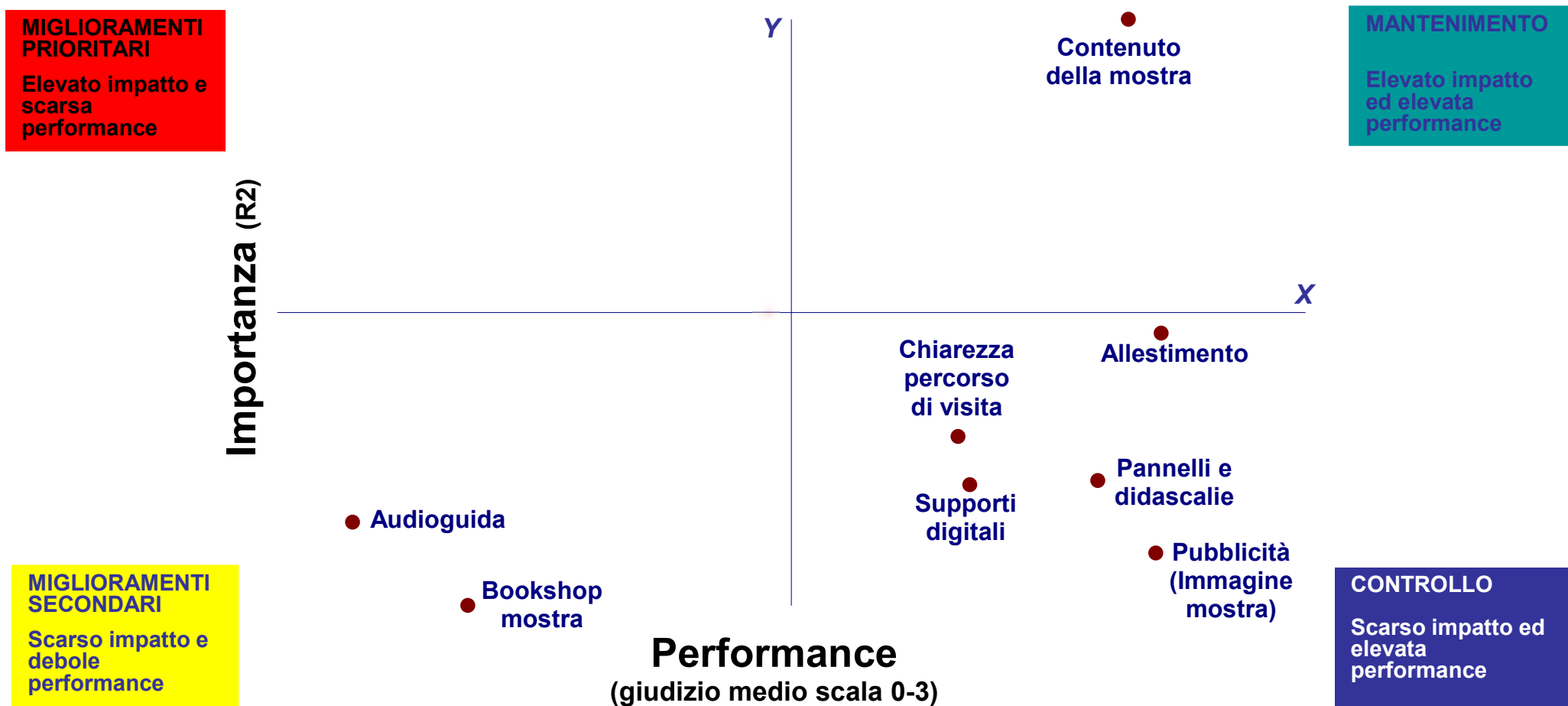
Nessuna delle variabili indagate ha un'incidenza negativa sul giudizio generale.

Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra	
Contenuto della mostra	0,737
Allestimento	0,566
Audioguida	0,507
Chiarezza percorso di visita	0,501
Supporti digitali	0,487
Pannelli e didascalie	0,474
Pubblicità (immagine mostra)	0,441
Bookshop mostra	0,423

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **contenuto** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante nella mappa (quadrante in alto a destra). 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 gli aspetti 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

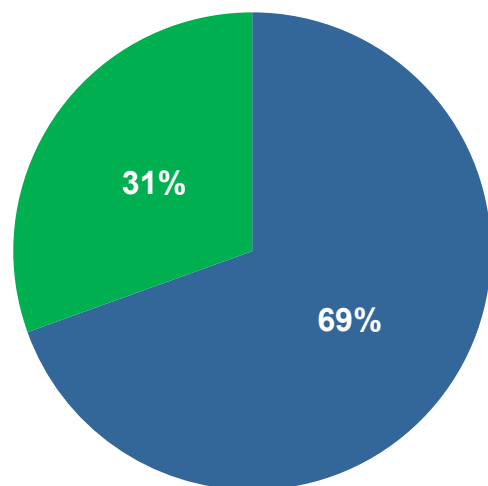
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è ottima per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (802 individui per il *Cluster 1* e 352 per il *Cluster 2*; n. 2 casi mancanti).

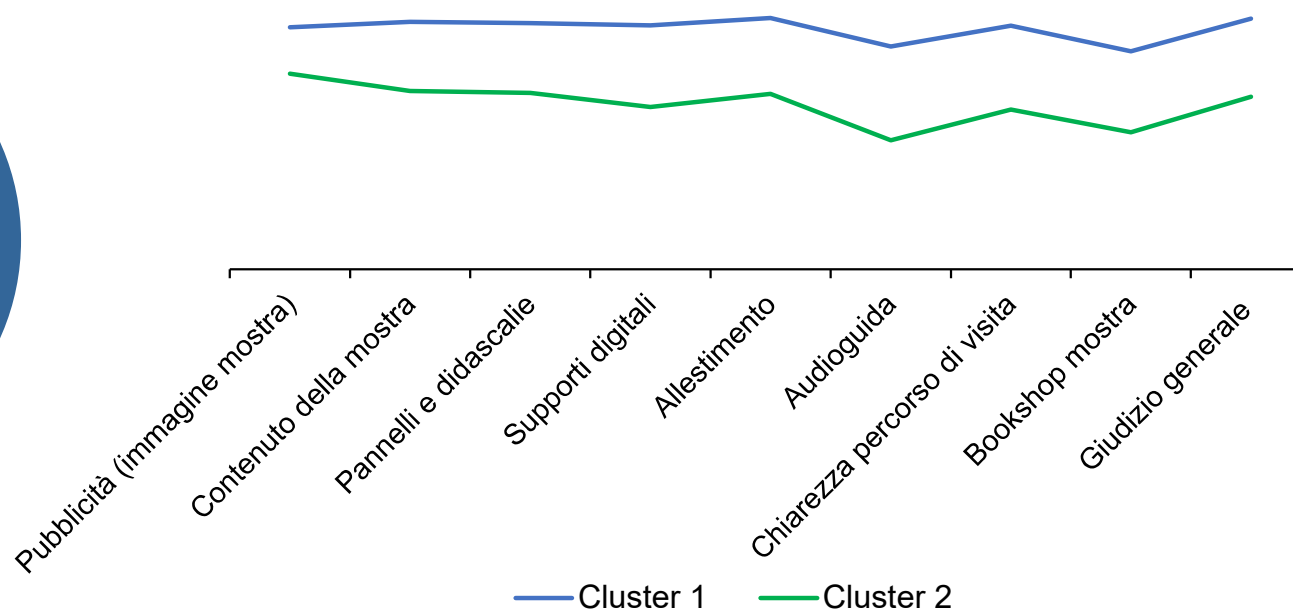
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 2° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su ognuno degli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza donne; turisti; di età giovane inferiore ai 25 anni o adulta al di sopra dei 55 anni; diplomati; studenti e pensionati; vengono a conoscenza della mostra tramite i canali web e social; vi si recano in coppia o da soli; giudizio superiore o uguale alle proprie aspettative.

Cluster 2 – Molto Soddisfatti: in prevalenza uomini; romani; di età compresa tra i 26 e 54 anni; con titolo di laurea o post laurea; impiegati e liberi professionisti; vengono a conoscenza della mostra attraverso il passaparola e la pubblicità; vi si recano con amici o la famiglia; giudizio inferiore alle proprie aspettative.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



— Cluster 1 — Cluster 2

Suggerimenti (1/2)

NIENTE da migliorare. **Totale 844**

ELOGI mostra bellissima (8), allestimento molto curato (4), continuate così (3), progetto grafico molto bello (1). **Totale 16**

CONTENUTO più opere di Klimt (65), altro (6). **Totale 71**

ORGANIZZAZIONE mostra affollata, troppa gente nelle sale (26); limitare l'accesso ai gruppi, non far entrare i gruppi con i singoli visitatori, ridurre il numero di persone per ciascun gruppo e far sostare le guide meno tempo davanti alle opere esposte, tutte con l'obbligo di radioguide (16); ingressi contingentati per evitare assembramenti nelle varie sale (9), altro (4). **Totale 55**

AUDIOGUIDA più informazioni, contenuto scarso (14); prevedere un *corner* apposito per evitare la fila in biglietteria da parte di chi ha acquistato il biglietto online (14); crea confusione perché i numeri non sono in ordine progressivo (11); numeri troppo piccoli (5); altro (5). **Totale 49**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni sulle opere (24); migliorare la posizione dei pannelli (7); ingrandire i caratteri, non sono leggibili (6); altro (6). **Totale 43**

ILLUMINAZIONE da migliorare (14); riflessi sulle opere (11); troppo bassa (9); didascalie al buio (6). **Totale 40**

PERCORSO confuso, da migliorare. **Totale 29**

Suggerimenti (2/2)

BOOKSHOP ampliare l'offerta con oggettistica, riproduzioni e locandine della mostra (10); caro, catalogo troppo costoso, aggiungere un catalogo in versione ridotta più economica (6); altro (3).

Totale 19

ALLESTIMENTO alcune sale sono eccessivamente piccole per le opere esposte (11); migliorare la disposizione dei quadri (5); altro (3). **Totale 19**

SUPPORTI DIGITALI più multimedialità e interattività (8); mettere dei QR code vicino alle opere per chi non ha l'audioguida, strumenti più innovativi (7); altro (2). **Totale 17**

ASSISTENZA IN SALA maggiore controllo del personale nelle sale (6); più gentilezza (6); altro (1). **Totale 13**

BIGLIETTO non sono molto chiare le varie tipologie di riduzioni per chi acquista online (5); troppo caro, prevedere delle riduzioni per studenti del settore di tutte le fasce d'età (5); altro (1). **Totale 11**

COMUNICAZIONE viene pubblicizzata come mostra di Klimt, invece ci sono molte opere di altri artisti e poche sue (7); altro (4). **Totale 11**


SICUREZZA mantenere il distanziamento (8); altro (3). **Totale 11**

SEGNALETICA INTERNA da migliorare, un po' confusa, anche per la toilette. **Totale 6**

ALTRO. Totale 17

**TOTALE 411 SUGGERIMENTI
MOSTRA KLIMT. LA SECESSIONE E L'ITALIA**

Allegato 1 – Questionario



Zètema
progetto cultura

27 Ottobre 2021 – 27 Marzo 2022
Klimt. La secessione e l'Italia
Museo di Roma

Data ___/___/___

Negli ultimi 5 anni è già venuto in questo museo?

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

Ha utilizzato la MiC Card per entrare al museo oggi?

Sì No

Come è venuto a conoscenza della mostra?

articoli su stampa altri siti internet TV/radio passando, per caso

pubblicità su stampa newsletter in biglietteria scuola/università

depliant-locandina passaparola (amici-parenti) social network (specificare:.....)

portale MiC-sito web museo manifesti pubblicitari altro (specificare:.....)

Indichi per questi aspetti il suo livello medio di soddisfazione seguendo la scala sottostante:	Non utilizzato	Molto soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Poco soddisfatto	Per niente soddisfatto
Pubblicità (Immagine della mostra)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contenuto della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apparato didattico (Pannelli e didascalie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali (video, ecc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allestimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Audioguida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiarezza percorso di visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giudizio generale della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Rispetto alle aspettative la mostra è:

Superiore alle aspettative Uguale alle aspettative Inferiore alle aspettative Senza aspettative

Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico/genitore?

MIN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MAX
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Con chi ha visitato la mostra?

Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro.....

Aspetti da migliorare nessuno

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES

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 diploma superiore laurea specializzazione post laurea

Professione:

<input type="checkbox"/> impiegato	<input type="checkbox"/> pensionato	<input type="checkbox"/> non occupato
<input type="checkbox"/> dirigente-quadro	<input type="checkbox"/> libero professionista	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio
<input type="checkbox"/> studente	<input type="checkbox"/> casalinga	<input type="checkbox"/> altro.....

Provenienza: Roma (Municipio/Zona:....) Italia Estero