



Indagini di Customer Satisfaction

Museo di Roma in Trastevere

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 2023-2024
- Come è venuto a conoscenza del museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Come è venuto a conoscenza della card
- 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. **100 questionari** somministrati a campione attraverso interviste *face-to-face* effettuate con il metodo **TAPI** (ausilio di tablet) **dal 17 al 20 ottobre** presso il **Museo di Roma in Trastevere** (gli intervistati rappresentano il 13% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine). Durante l'indagine erano in corso le mostre temporanee *"Dino Ignani. 80's Dark Rome"* e *"Roma ChilometroZero"*.

Questa numerosità appare piuttosto adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 97%, un margine di errore di stima di $\pm 3,36\%$.

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 2024, 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 **2,69** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Gli aspetti maggiormente graditi sono il **personale di biglietteria** (2,72), gli **orari di apertura** (2,67), la **pulizia del sito** (2,61), il **personale in sala** (2,51) e il **guardaroba** (2,45).

Quasi tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali** (2,14).

Il **personale in sala** e i **supporti digitali** rappresentano le variabili ritenute in assoluto più importanti nella mappa e sono anche quelle più correlate all'esperienza complessiva, ma solo i **supporti digitali** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (pp. 18-20). Invece tra i suggerimenti rilasciati emergono quelli sull'**allestimento** (n. 10 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 47% da **cittadini romani, impiegati** (47%), in possesso di un titolo di **laurea** (77%), appartenenti alle fasce d'età dei **26-39 anni** (39%).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che rispondono di essere venuti a sapere del museo tramite **mostra/evento** (21%); seguono le voci **passando, per caso** (18%) e **da sempre/non ricorda** (18%).

È significativo che a rispondere *mostra/evento* siano principalmente i turisti italiani, equamente ripartiti tra nuovi visitatori e chi è già stato al museo, con giudizio superiore alle attese o ne sono privi. Invece la voce *passando, per caso* prevale soprattutto per i turisti stranieri, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore alle attese. Infine *da sempre/non ricorda* è la risposta prevalente per i romani, già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, con hanno un giudizio uguale alle aspettative.

Tabella riassuntiva

<i>Museo di Roma in Trastevere 2024</i>	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	2,20	2,00	100	0	0,402	0%	20%	0%	100%
Orari di apertura	2,67	3,00	100	0	0,473	0%	67%	0%	100%
Personale di biglietteria	2,72	3,00	100	0	0,451	0%	72%	0%	100%
Guardaroba	2,45	2,00	53	47	0,503	47%	45%	0%	100%
Opere della collezione	2,39	2,50	100	0	0,709	0%	50%	2%	91%
Supporti informativi	2,28	2,00	98	2	0,493	2%	30%	0%	98%
Supporti digitali	2,14	2,00	96	4	0,573	4%	23%	1%	92%
Personale in sala	2,51	3,00	100	0	0,595	0%	56%	0%	95%
Segnaletica interna	2,36	2,00	100	0	0,578	0%	41%	0%	95%
Pulizia del sito	2,61	3,00	100	0	0,490	0%	61%	0%	100%
Libreria	2,23	2,00	71	29	0,484	29%	25%	0%	97%
Esperienza complessiva	2,69	3,00	100	0	0,486	0%	70%	0%	99%

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

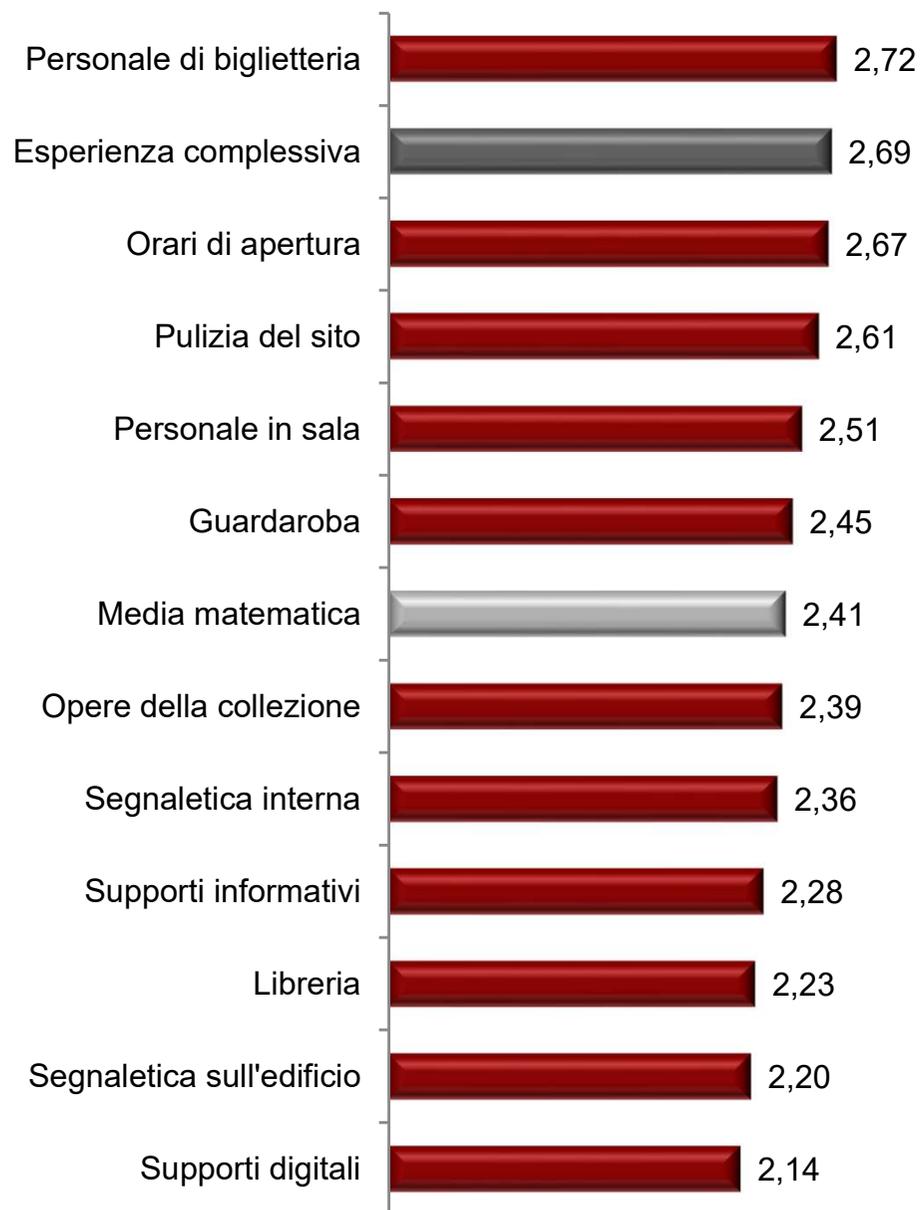
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,41).

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: il **personale di biglietteria**, gli **orari di apertura**, la **pulizia del sito**, il **personale in sala** e il **guardaroba**.

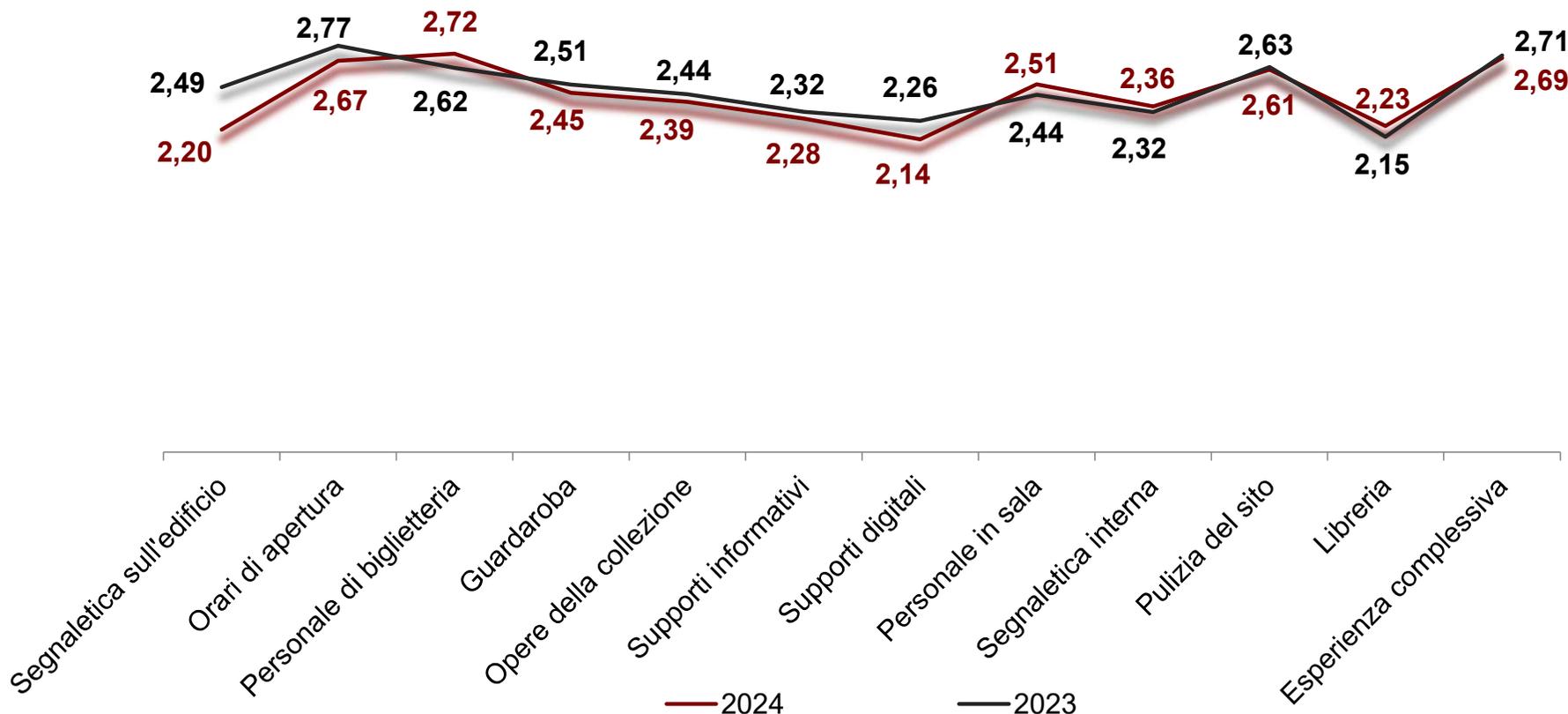
Quasi tutte le medie sono al di sopra dello standard minimo di 2,20, ad eccezione dei **supporti digitali**.



Analisi del trend 2023-2024

Rispetto alla precedente indagine il trend risulta piuttosto costante e lineare, seppure con qualche lieve discrepanza.

Si registra una flessione del livello di soddisfazione sulla maggior parte degli aspetti, ad eccezione del **personale (di biglietteria e in sala)**, della **segnaletica interna** e della **libreria**.

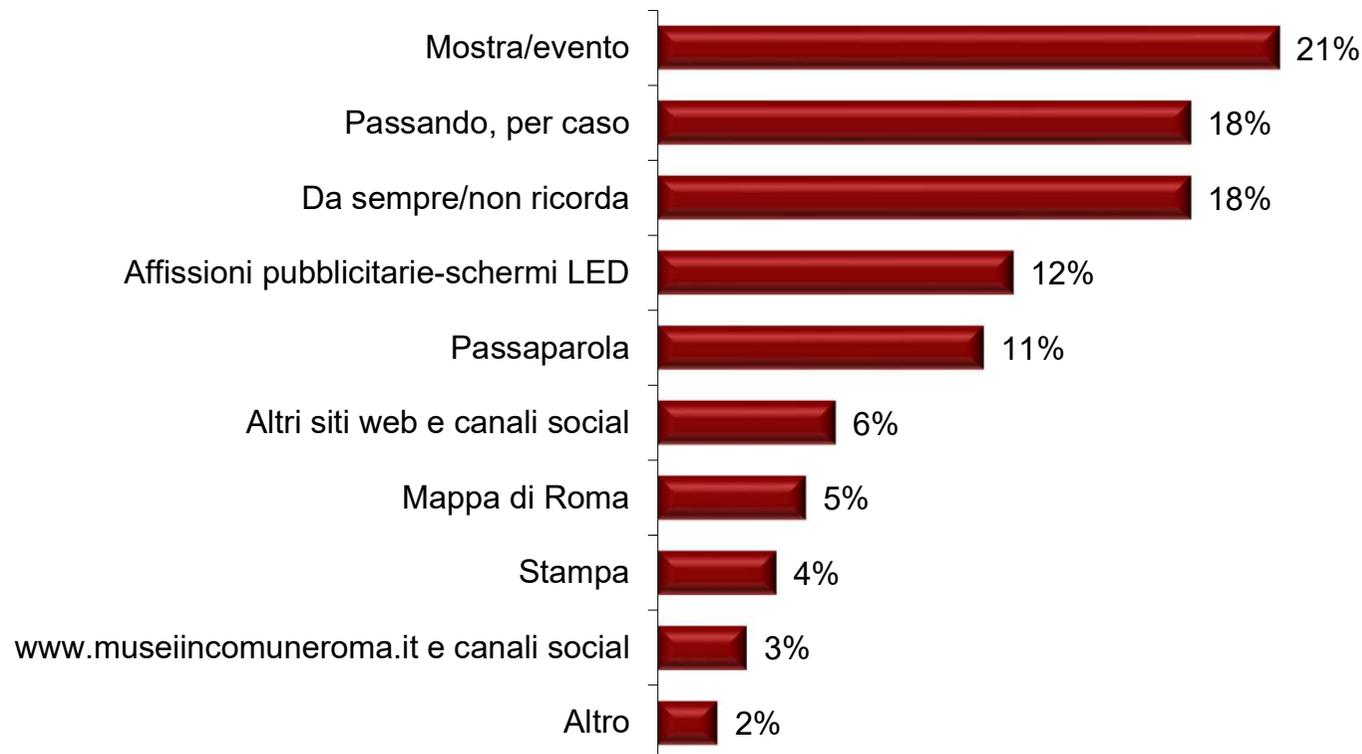


Come è venuto a conoscenza del museo

Il 21% del campione intervistato dichiara di essere venuto sapere del museo tramite “**mostra/evento**”, un 18% “**passando, per caso**” e un ulteriore 18% risponde “**da sempre/non ricorda**”.

È significativo che a rispondere mostra/evento siano principalmente i turisti italiani, equamente ripartiti tra nuovi visitatori e chi è già stato al museo, con giudizio superiore alle attese o ne sono privi. Invece la voce passando, per caso prevale soprattutto per i turisti stranieri, nuovi visitatori, il cui giudizio è superiore alle proprie attese.

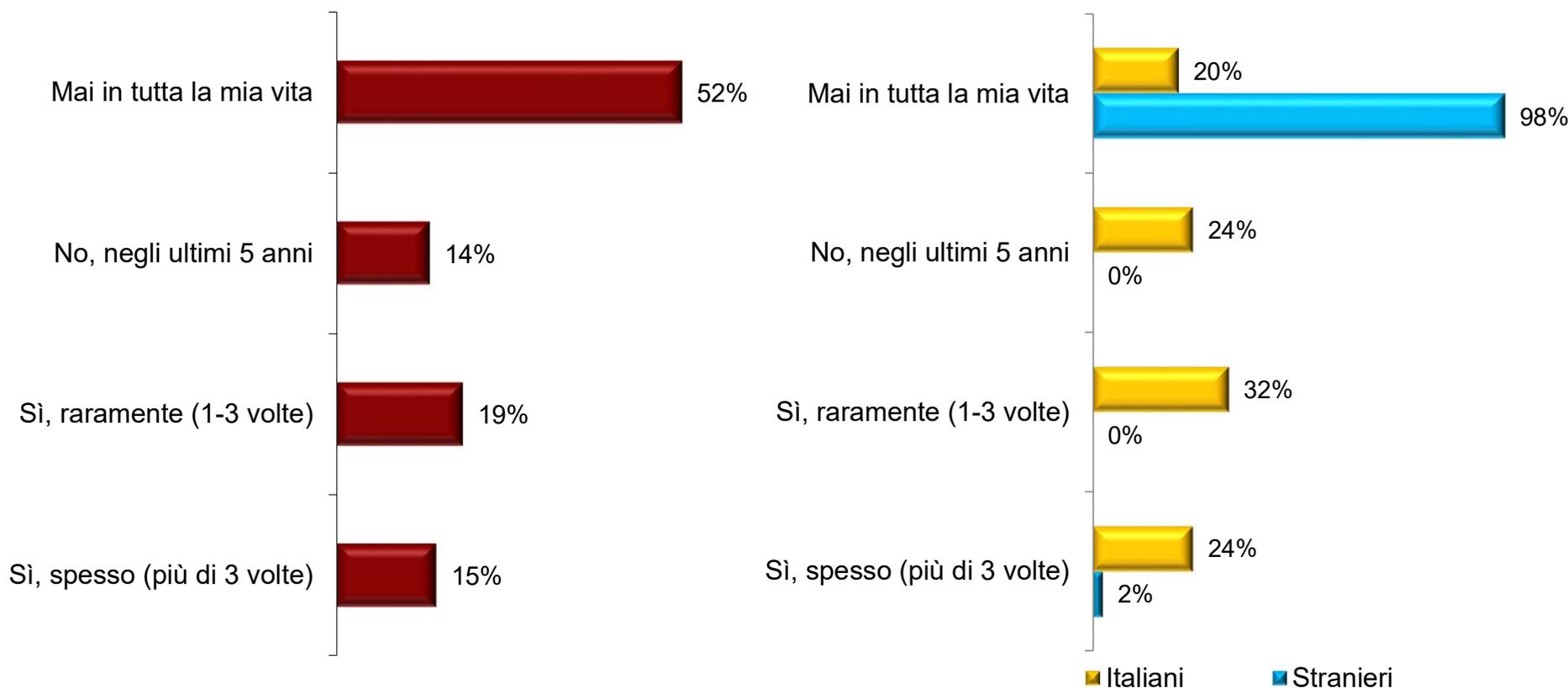
Infine da sempre/non ricorda è la risposta prevalente per i romani, già stati al *Museo di Roma in Trastevere*, che hanno un giudizio uguale alle aspettative.



Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 52% degli intervistati dichiara di non essere **mai stato prima** al *Museo di Roma in Trastevere*, il 34% vi è già stato (di cui il 19% raramente “*da una a tre volte*” e il 15% spesso “*più di tre volte*”), mentre il restante 14% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

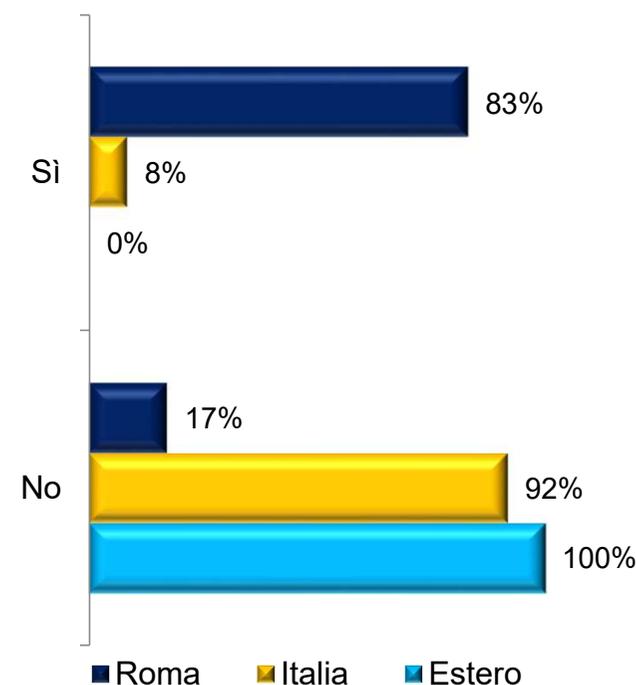
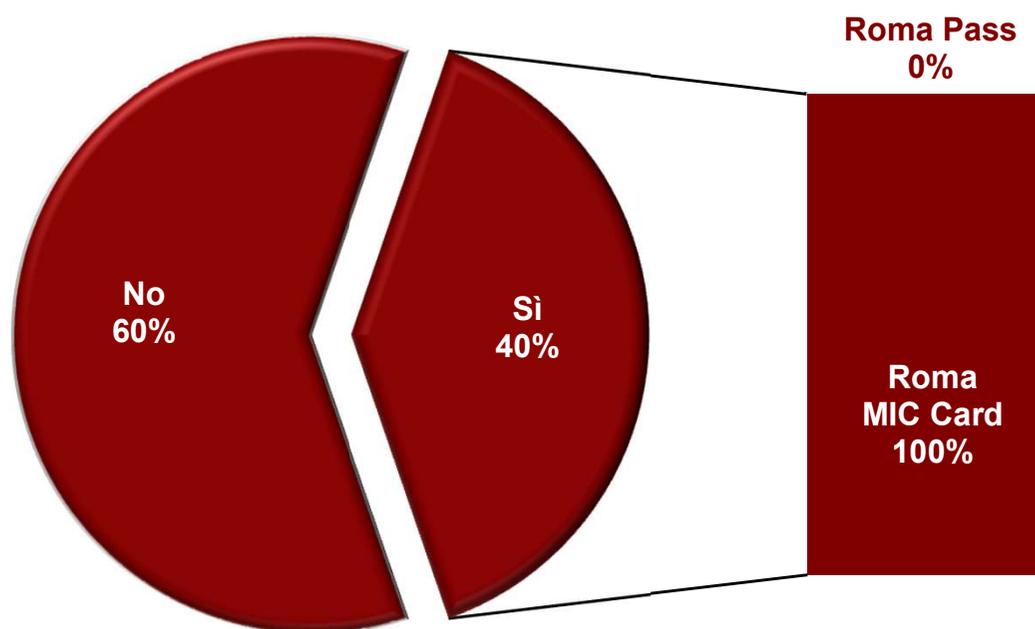
Come si denota dal grafico in basso a destra, risulta significativo che i nuovi visitatori siano soprattutto i turisti stranieri, di età inferiore ai 44 anni, che non hanno utilizzato alcuna card per entrare. Invece ad avere già visto il Museo di Roma in Trastevere sono prevalentemente i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), di età adulta 45-74 anni e alcuni di essi hanno usufruito della *Roma MIC Card*.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 60% degli intervistati non ha usufruito di alcuna card per accedere al museo, mentre il 40% afferma di averla utilizzata (il 100% si riferisce alla **Roma MIC Card**).

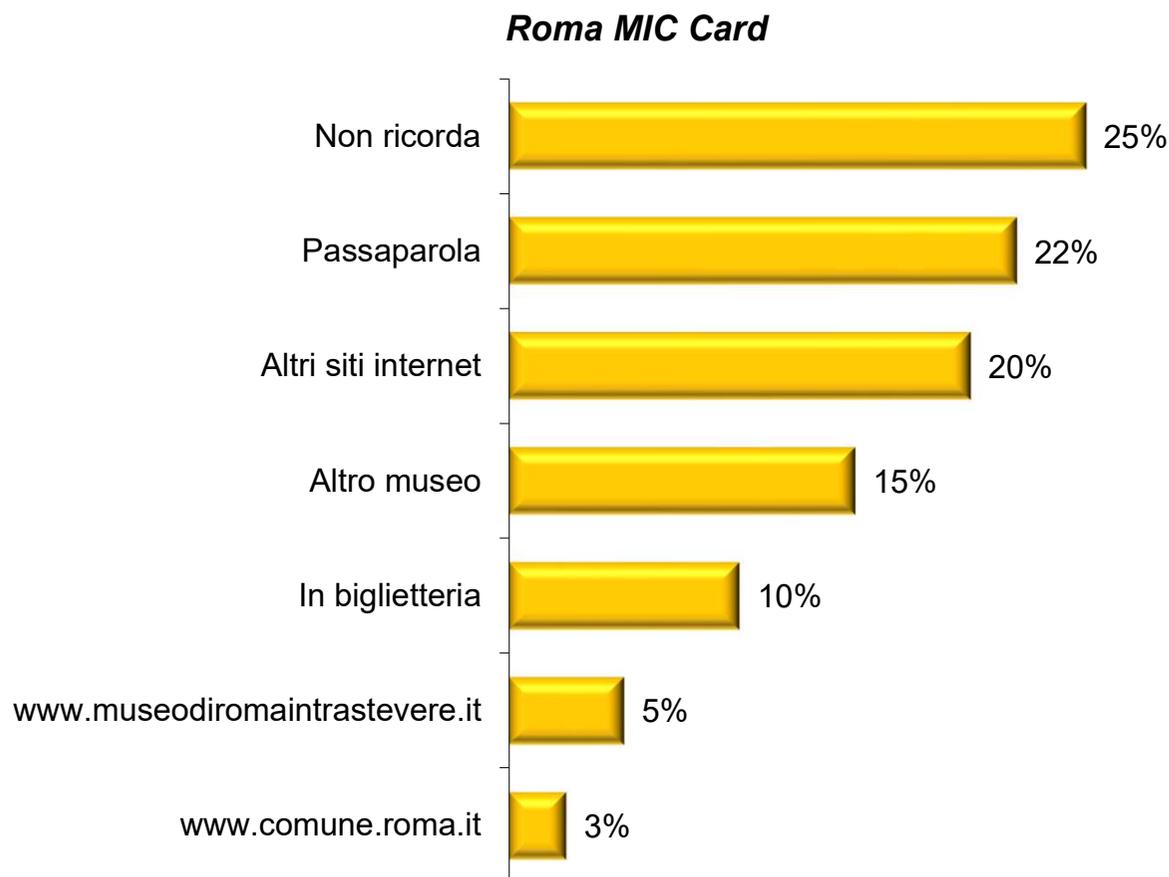
Risulta significativo che ad avere utilizzato la card siano soprattutto i visitatori romani (*cf.* grafico sottostante a destra), già stati in questo museo, il loro giudizio è uguale alle aspettative e nell'ultimo anno sono stati in più di tre musei. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare al *Museo di Roma in Trastevere* sono principalmente i turisti (sia italiani che stranieri), nuovi visitatori, con un giudizio superiore alle attese o ne sono privi e hanno frequentato meno di tre musei in quest'ultimo anno.



Come è venuto a conoscenza della card

Analizzando la domanda su come i visitatori siano venuti a conoscenza della card utilizzata (40% sul totale degli intervistati, *cfr.* slide precedente), per la *Roma MIC Card* emergono le voci: “non ricorda” (25%), “passaparola” (22%) e “altri siti internet” (20%).

Per tale indagine non è stato possibile effettuare un’analisi sulla card *Roma Pass* in quanto il campione intervistato non ne ha usufruito per accedere al museo.



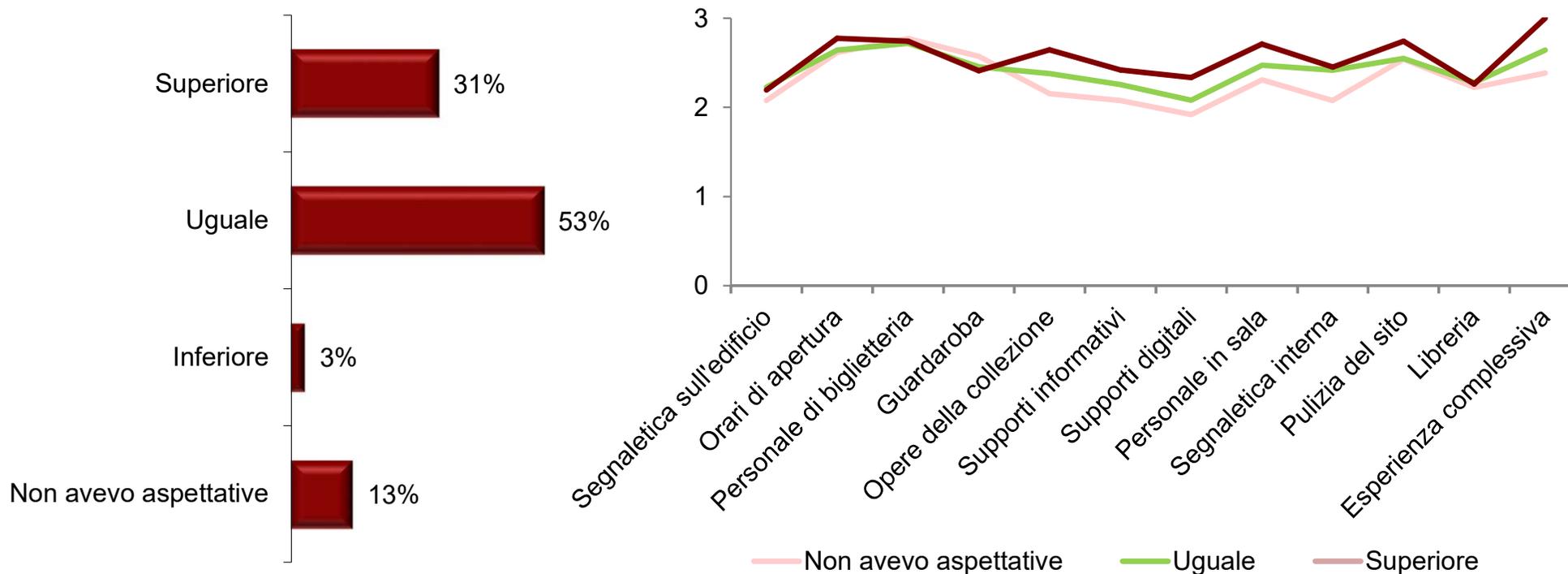
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 53% dei visitatori intervistati dichiara di avere un **giudizio uguale alle proprie attese**, per il 31% è superiore e solo per il 3% tale museo risulta essere inferiore rispetto alle proprie aspettative.

Il 13% 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 non utilizzano una card per entrare al *Museo di Roma in Trastevere*, in generale molto soddisfatti. Invece ad avere un giudizio uguale alle attese sono in prevalenza i visitatori che utilizzano la *Roma MIC Card* per accedere al museo e si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

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

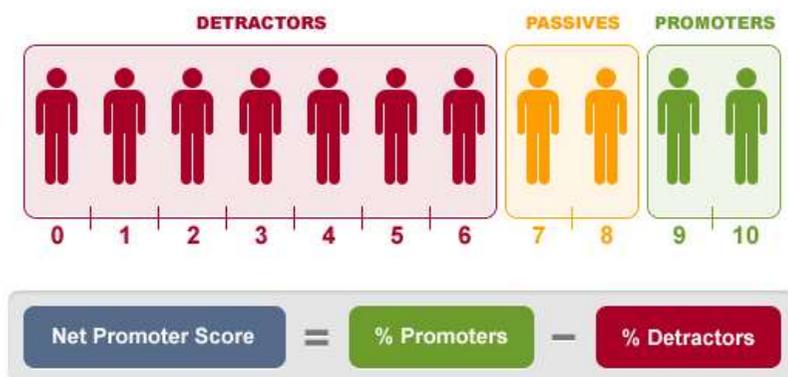


Consiglierebbe questo museo ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti 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 del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà il *Museo di Roma in Trastevere* è pari al **53%**.

Il 37% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”. Invece solo il 5% degli intervistati rientra nella categoria dei “*detrattori*” (valutazioni comprese nell’intervallo tra 0 e 6).

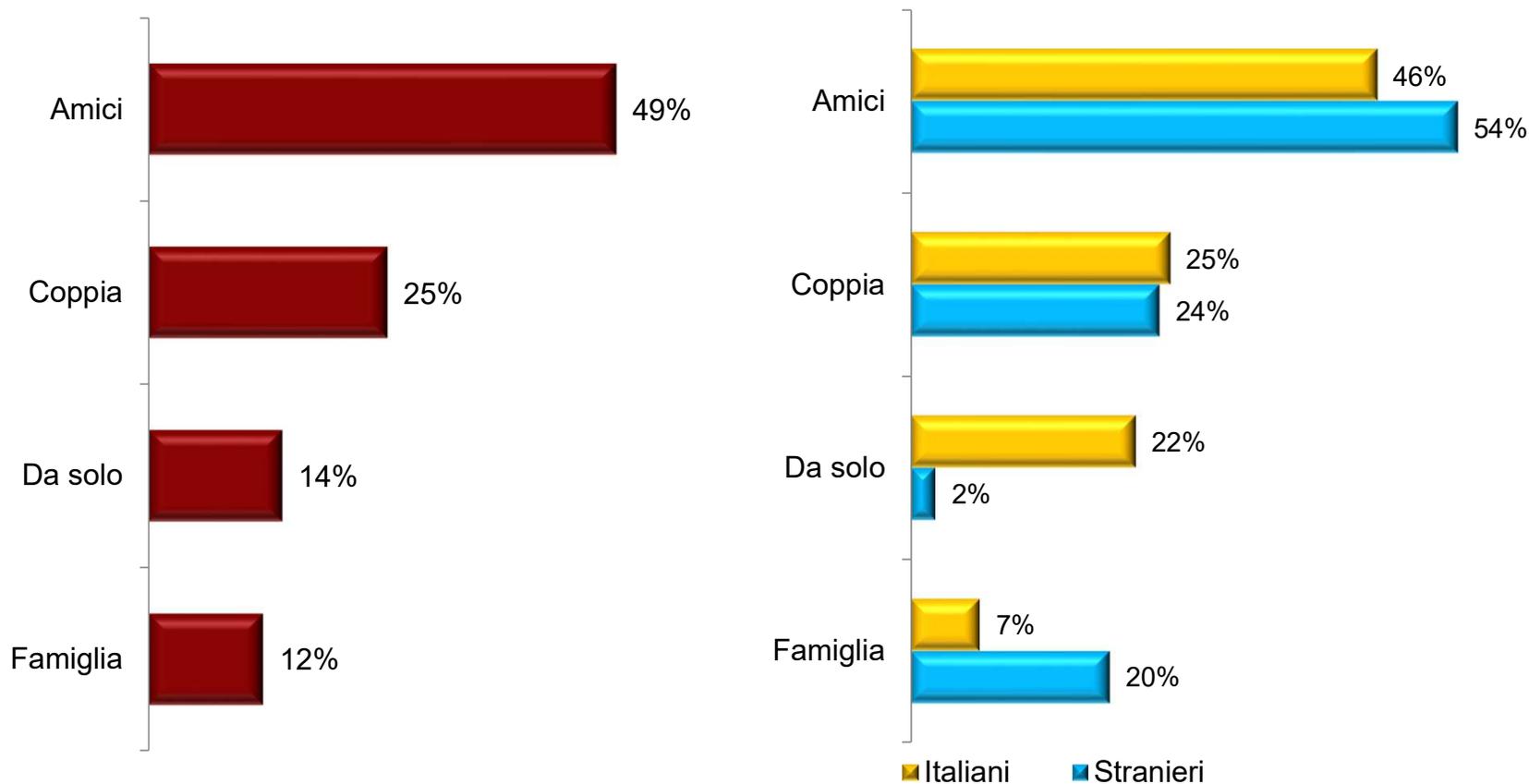


NET PROMOTER SCORE										
Museo di Roma in Trastevere 2024										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	0	4	1	13	24	29	29
0%	0%	0%	0%	0%	4%	1%	13%	24%	29%	29%
DETRACTORI = 5%							PASSIVI = 37%		PROMOTORI = 58%	
58%-5%=53%										

Con chi ha visitato il museo

Il 49% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo in compagnia di **“amici”**, il 25% in **“coppia”**, il 14% **“da solo”** e il restante 12% insieme alla propria **“famiglia”**.

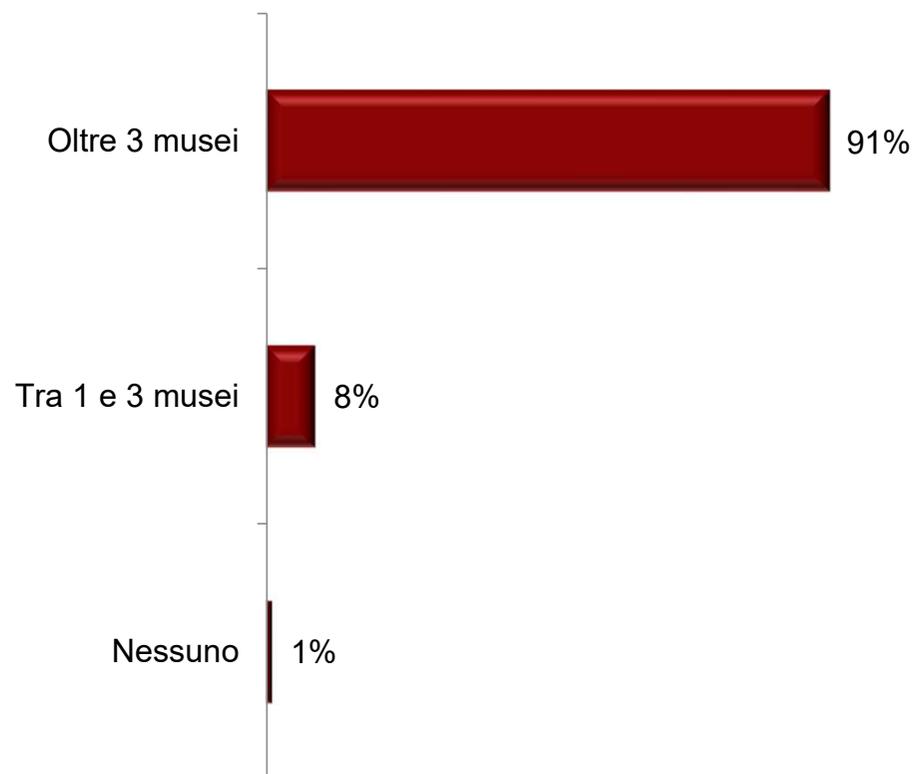
Risulta significativo che a venire con amici o famiglia siano principalmente i turisti stranieri (*cfr.* grafico in basso a destra), nuovi visitatori, che non hanno usufruito di alcuna card per entrare al museo. Invece a recarsi al museo in coppia o da soli sono in prevalenza i visitatori italiani (inclusi i residenti a Roma), alcuni sono già stati al *Museo di Roma in Trastevere* e hanno utilizzato la *Roma MIC Card* per accedervi.



Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Ben il 91% degli intervistati dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, l'8% risponde “**tra uno e tre musei**”, mentre solo l'1% dei visitatori intervistati afferma di non essere stato in altri musei.

Risulta significativo che ad avere visto più di tre musei nell'ultimo anno siano soprattutto coloro che hanno un giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi. Invece ad avere frequentato tra uno e tre musei sono prevalentemente i visitatori che rilasciano un giudizio superiore alle proprie attese.



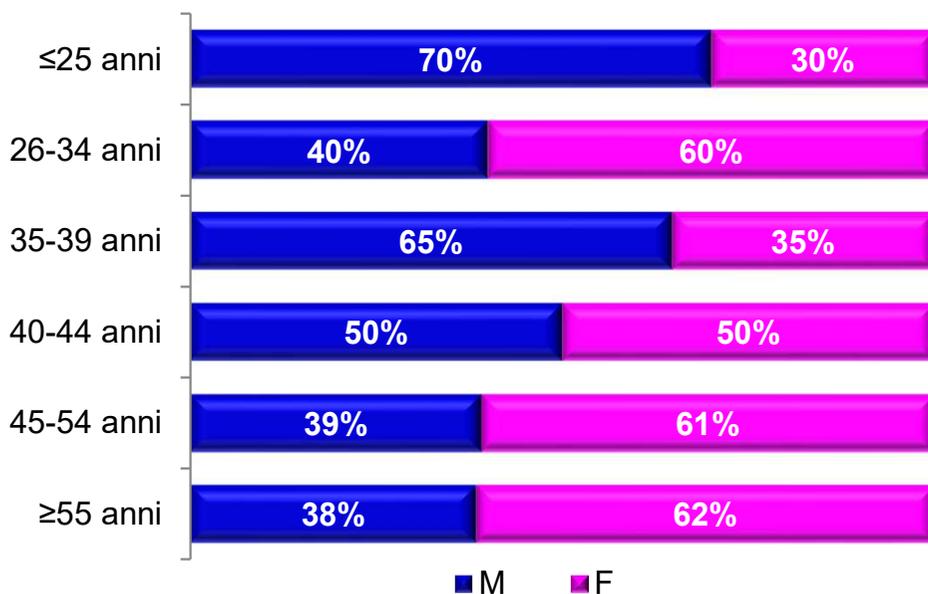
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Anche in questa indagine prevale il **genere femminile** (52%; nel 2023 era il 57% sul totale), soprattutto nelle fasce dei 26-34 anni e al di sopra dei 45 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce inferiori ai 25 anni e in quella dei 35-39 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età compresa tra i **26 e 39 anni** (39% sul totale; erano il 15% nell'indagine precedente). Inoltre, si evidenzia una notevole flessione percentuale delle fasce più adulte dei 45-74 anni, che passano dal 62% al 36%.

Il 77% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di **laurea o specializzazione post laurea** (78% nel 2023).

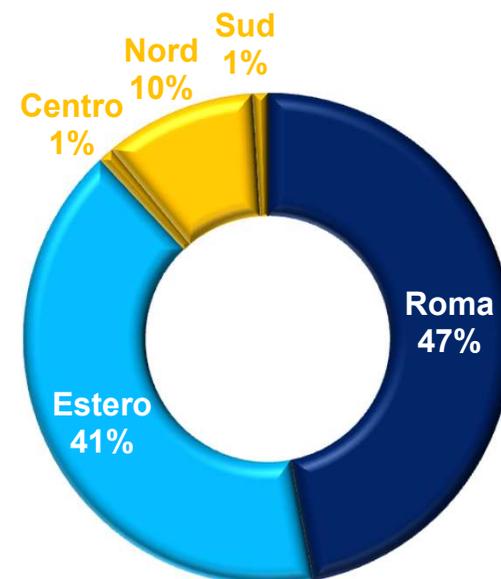
Rispetto alle categorie professionali prevalgono gli **impiegati** (47%; nell'indagine precedente erano il 40%); seguono i liberi professionisti (in aumento da 10% a 17%) e i lavoratori in proprio che passano da 8% a 17%. I pensionati scendono da 26% a 2%.



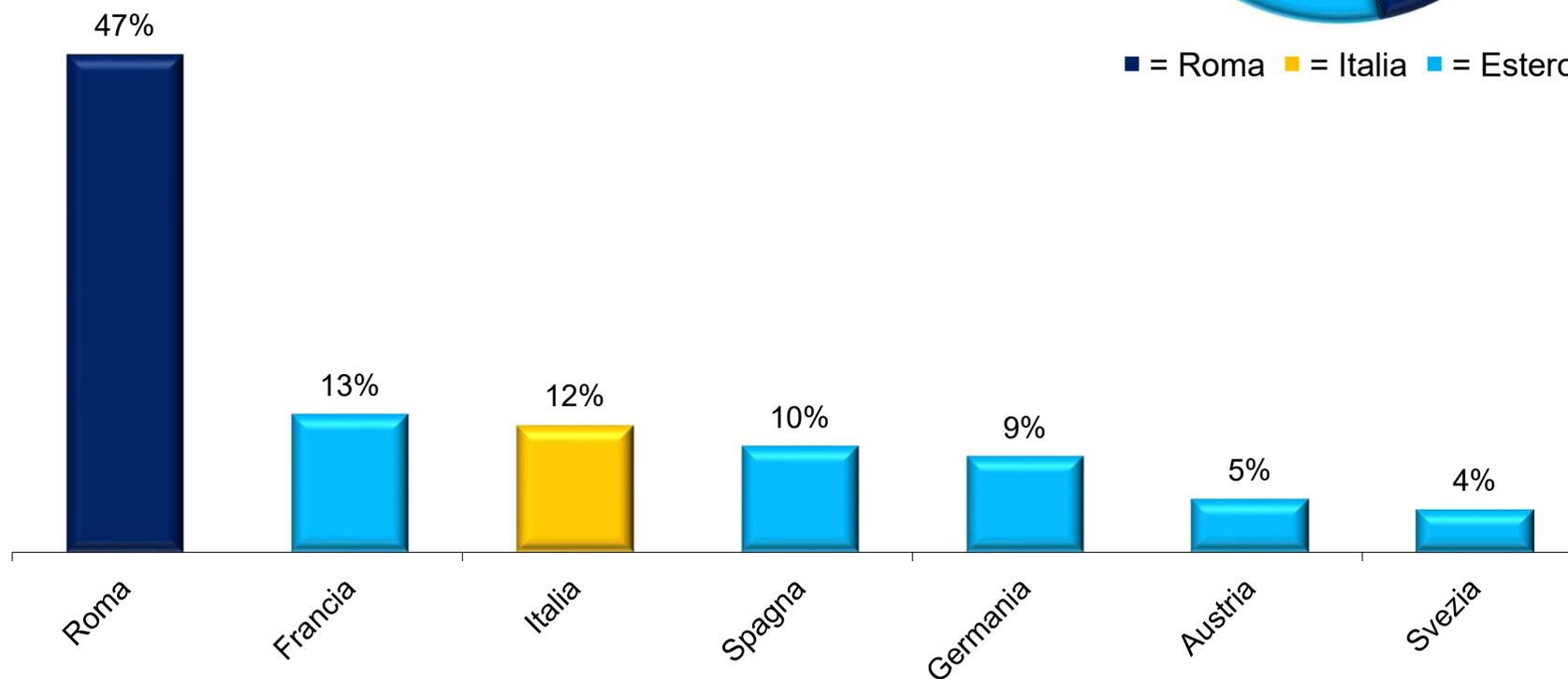
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 47% del campione totale è costituito da cittadini **romani** (56% nell'indagine precedente); il 41% proviene dall'estero (39% nel 2023) e il 12% giunge da altre province italiane (lo scorso anno la percentuale era pari al 5%).

Tra le nazionalità estere prevale quella **francese**, che raggiunge il 13% sul totale degli intervistati; si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

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

Correlazione bivariata di Spearman***	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Pulizia del sito	Libreria	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	0,191	0,089	,396**	0,173	,247*	,458**	0,153	,347**	0,144	,408**	0,057
Orari di apertura	0,191	1,000	,225*	0,127	0,121	0,136	,324**	0,127	-0,090	0,093	,241*	,243*
Personale di biglietteria	0,089	,225*	1,000	0,109	0,071	0,111	0,130	,227*	0,061	-0,042	0,092	,231*
Guardaroba	,396**	0,127	0,109	1,000	0,048	,557**	0,042	0,150	,281*	0,117	,459**	-0,172
Opere della collezione	0,173	0,121	0,071	0,048	1,000	,417**	,392**	0,144	,336**	,244*	,403**	,215*
Supporti informativi	,247*	0,136	0,111	,557**	,417**	1,000	,371**	,288**	,361**	,206*	,491**	0,075
Supporti digitali	,458**	,324**	0,130	0,042	,392**	,371**	1,000	,314**	,313**	,305**	,568**	,304**
Personale in sala	0,153	0,127	,227*	0,150	0,144	,288**	,314**	1,000	,223*	0,170	,291*	,317**
Segnaletica interna	,347**	-0,090	0,061	,281*	,336**	,361**	,313**	,223*	1,000	0,169	,589**	0,183
Pulizia del sito	0,144	0,093	-0,042	0,117	,244*	,206*	,305**	0,170	0,169	1,000	,317**	0,141
Libreria	,408**	,241*	0,092	,459**	,403**	,491**	,568**	,291*	,589**	,317**	1,000	0,216
Esperienza complessiva	0,057	,243*	,231*	-0,172	,215*	0,075	,304**	,317**	0,183	0,141	0,216	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 non ritenute significative rispetto all'esperienza complessiva sono state escluse dalla tabella laterale.

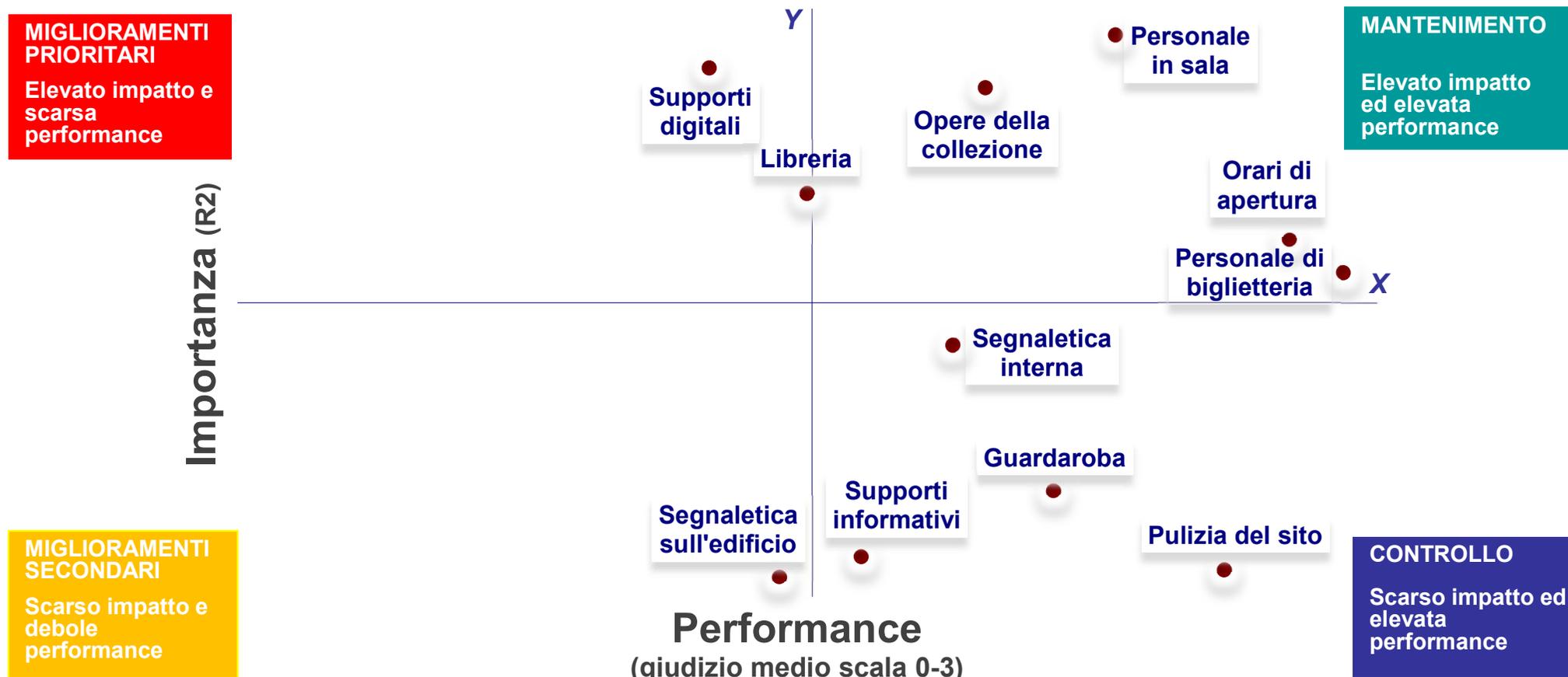
Per il *Museo di Roma in Trastevere* il **personale in sala** e i **supporti digitali** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

Coefficienti di correlazione di Spearman sull'esperienza complessiva	
Personale in sala	0,317
Supporti digitali	0,304
Orari di apertura	0,243
Personale di biglietteria	0,231
Opere della collezione	0,215

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale in sala** e le **opere della collezione** rappresentano gli aspetti ritenuti più importanti nella mappa poiché si posizionano nel quadrante in alto a destra, insieme agli **orari di apertura** e al **personale di biglietteria**, seppure quest’ultimi abbiano un coefficiente di importanza inferiore. Invece i **supporti digitali** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra), mentre la **libreria** si trova in una posizione *borderline*.

Al di sotto dell’asse delle ascisse si collocano i servizi che risultano di minore impatto sull’esperienza complessiva, 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 molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (76 individui per il *Cluster 1* e 24 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 completo □sedivminzepi

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne; residenti a Roma; di età adulta over 45 anni; diplomati; impiegati e liberi professionisti; alcuni già stati al *Museo di Roma in Trastevere*; lo hanno scoperto soprattutto passando per caso o attraverso le mostre temporanee; vengono con la propria famiglia; giudizio superiore alle aspettative.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini; turisti; di età 26-44 anni; laureati; lavoratori autonomi; nuovi visitatori; hanno scoperto il museo soprattutto tramite passaparola e affissioni pubblicitarie; vengono con amici o in coppia; giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi.

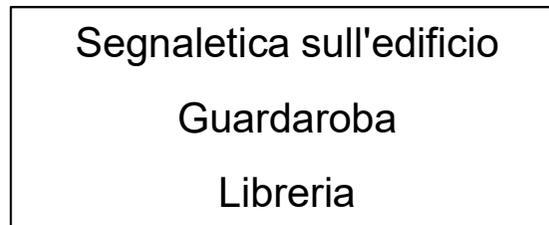
Analisi Fattoriale

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 (gli orari di apertura sono stati esclusi poiché non sono risultati significativi per questo tipo di analisi).

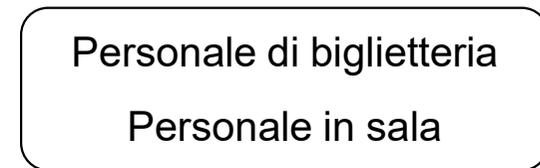
Sono stati identificati statisticamente i seguenti 3 Fattori dei vari aspetti oggetto dell'indagine:



Fattore 1
SPAZIO E OPERE



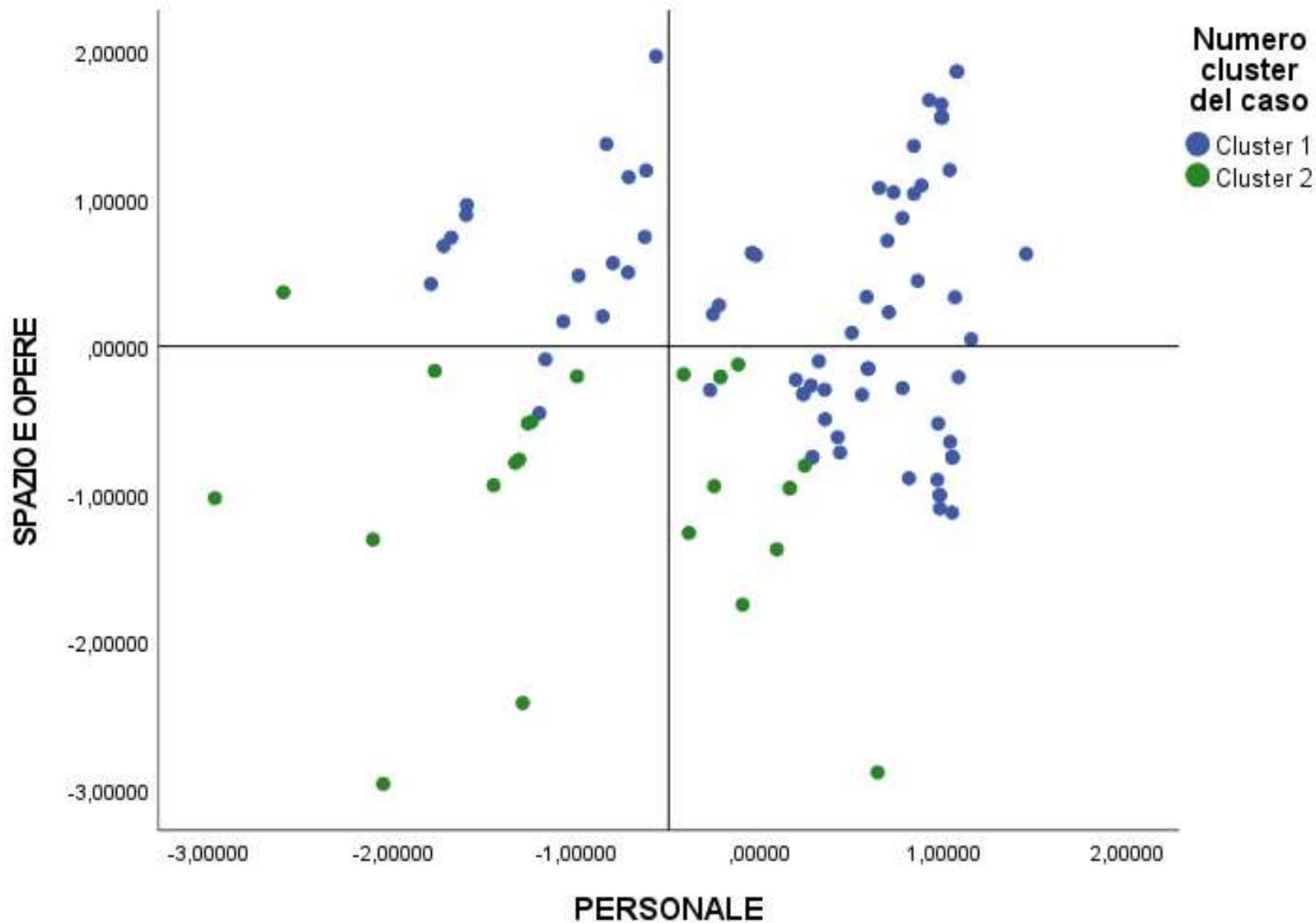
Fattore 2
ACCESSIBILITÀ E
SERVIZI AGGIUNTIVI



Fattore 3
PERSONALE

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 di riferimento.



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 82**

ALLESTIMENTO da rinnovare e valorizzare (8); altro (2). **Totale 10**

SUPPORTI DIGITALI più video, maggiore interattività. **Totale 5**

ALTRO. **Totale 8**

TOTALE 23 SUGGERIMENTI



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 Roma MIC Card) No

Se sì, come è venuto a conoscenza della card?.....

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

stampa (quotidiani/riviste) passando, per caso social e portale museiincomuneroma.it
 altri siti web e canali social passaparola (amici/parenti) affissioni pubblicitarie-schermi LED
 mostra o evento guida turistica/mappa di Roma da sempre/non ricordo altro (specificare:.....)

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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Orari di apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale di biglietteria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Guardaroba	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opere della collezione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti informativi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale in sala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segnaletica interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pulizia del sito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libreria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Esperienza complessiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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: Et : <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥75

Genere: M F Altro **Titolo di studio:** scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione: impiegato dirigente studente pensionato libero professionista operaio disoccupato altro.....

Provenienza: Roma (Municipio:) Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalit :.....