

*Data 30/12/2019*

---

Indagini di Customer Satisfaction

Musei Capitolini – Centrale Montemartini

18 Settembre – 24 Novembre 2019



## 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 2018-2019
- 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 **102** questionari somministrati a campione attraverso autocompilazione **dal 18 settembre al 24 novembre** presso la **Centrale Montemartini** (gli intervistati rappresentano il 3% degli ingressi totali al museo nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Durante l'indagine erano presenti le seguenti mostre temporanee: *“Volti di Roma alla Centrale Montemartini”*, *“Colori degli Etruschi”* e *“110 anni di luce. ACEA e ROMA”*.

Questa numerosità appare piuttosto adeguata, ma non rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione media del 79%, un margine di errore di stima di  $\pm 7,94\%$ .

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 piuttosto buono, con una media di **2,48** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **99%**.

Tra gli aspetti maggiormente graditi vi sono il **personale di biglietteria** (2,80), le **opere della collezione** (2,76), il **personale in sala** (2,69), gli **orari di apertura** (2,67) e la **pulizia del sito** (2,63).

La **segnaletica sull'edificio**, i **supporti informativi**, la **segnaletica interna**, il **guardaroba** e i **posti a sedere** sono al di sotto dello standard minimo di 2,20.

La **pulizia del sito** è la variabile ritenuta più soddisfacente e importante, mentre i **posti a sedere**, la **segnaletica interna**, il **guardaroba**, i **supporti informativi** e **digitali** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari nella mappa e sono le variabili più correlate all'esperienza complessiva (cfr. pp. 17-19). Tra i suggerimenti rilasciati dai visitatori intervistati prevalgono quelli sull'**illuminazione** (n. 13 suggerimenti) e sui **supporti informativi** (n. 12 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 53% da cittadini **romani**, **pensionati** (36%) e **impiegati** (28%), in possesso di un titolo di **scuola media inferiore o superiore** (55%), di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (67% sul campione totale).

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a sapere del museo attraverso **internet** (30%), poi seguono il **passaparola** (23%) e la **guida cartacea** (16%).

È significativo che ad avere utilizzato internet siano principalmente coloro che hanno usufruito della *MIC card* per accedere alla *Centrale Montemartini*, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti e hanno frequentato meno di tre musei nell'ultimo anno. Invece il passaparola prevale soprattutto per chi ha utilizzato la *MIC card* per entrare in questo museo, in generale sono molto soddisfatti e hanno visto vari musei nell'ultimo anno. La guida cartacea emerge tra i visitatori che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza e hanno visitato oltre tre musei nell'ultimo anno.

## Tabella riassuntiva

Musei Capitolini – Centrale Montemartini 2019	Media	Mediana	Risposte Valide	Risposte Mancanti	Deviazione standard	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Segnaletica sull'edificio	1,98	2,00	87	15	1,161	15%	47%	18%	69%
Orari di apertura	2,67	3,00	100	2	0,493	2%	68%	0%	99%
Personale di biglietteria	2,80	3,00	100	2	0,402	2%	80%	0%	100%
Guardaroba	1,83	2,00	71	31	0,971	30%	32%	7%	58%
Opere della collezione	2,76	3,00	100	2	0,474	2%	78%	0%	98%
Supporti informativi	1,88	2,00	90	12	1,015	12%	33%	12%	67%
Supporti digitali	1,34	1,00	67	35	1,175	34%	25%	31%	40%
Personale in sala	2,69	3,00	99	3	0,466	3%	69%	0%	100%
Segnaletica interna	1,86	2,00	92	10	1,012	10%	30%	14%	70%
Posti a sedere	1,69	2,00	100	2	1,070	2%	31%	15%	53%
Pulizia del sito	2,53	3,00	102	0	0,592	0%	58%	0%	95%
<b>Esperienza complessiva</b>	<b>2,48</b>	<b>2,00</b>	<b>97</b>	<b>5</b>	<b>0,523</b>	<b>5%</b>	<b>49%</b>	<b>0%</b>	<b>99%</b>

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

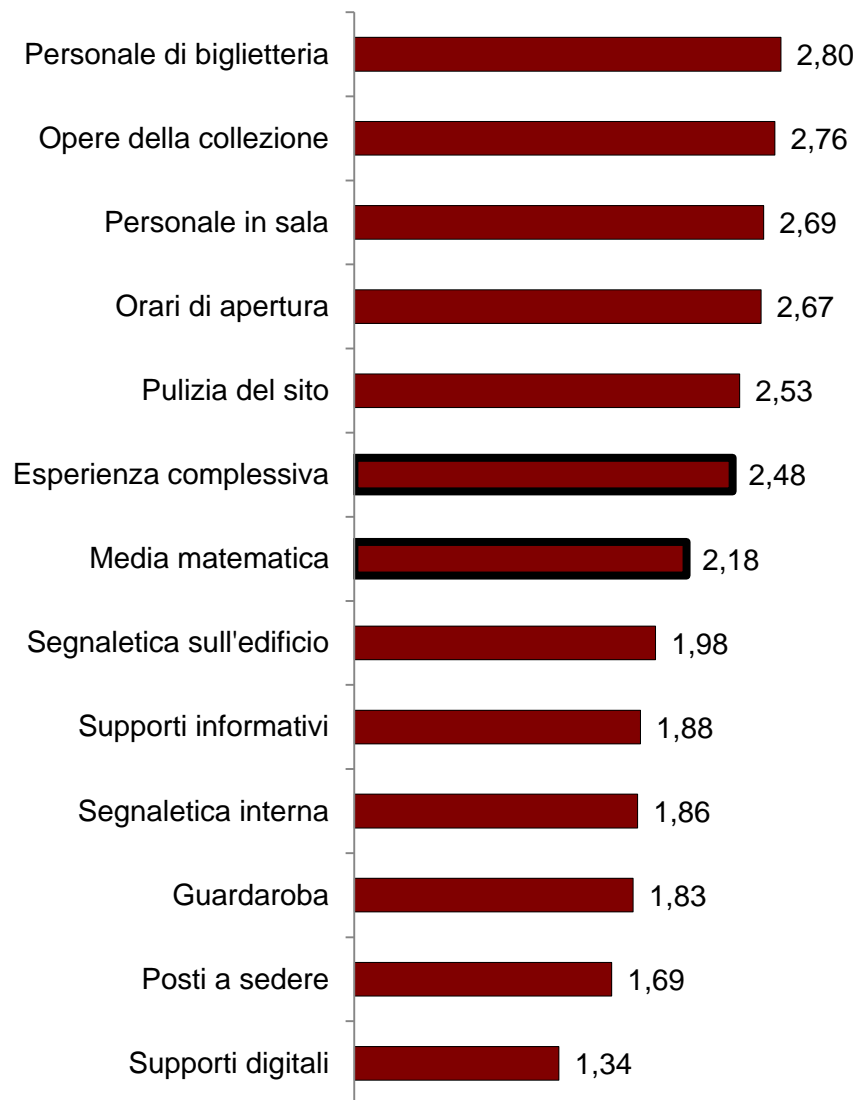
\*\*La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,18).

## 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**, le **opere della collezione**, il **personale in sala**, gli **orari di apertura** e la **pulizia del sito**.

La segnaletica sull'edificio, i **supporti informativi**, la **segnaletica interna**, il **guardaroba**, i **posti a sedere** e i **supporti digitali** sono inferiori allo standard di 2,20.

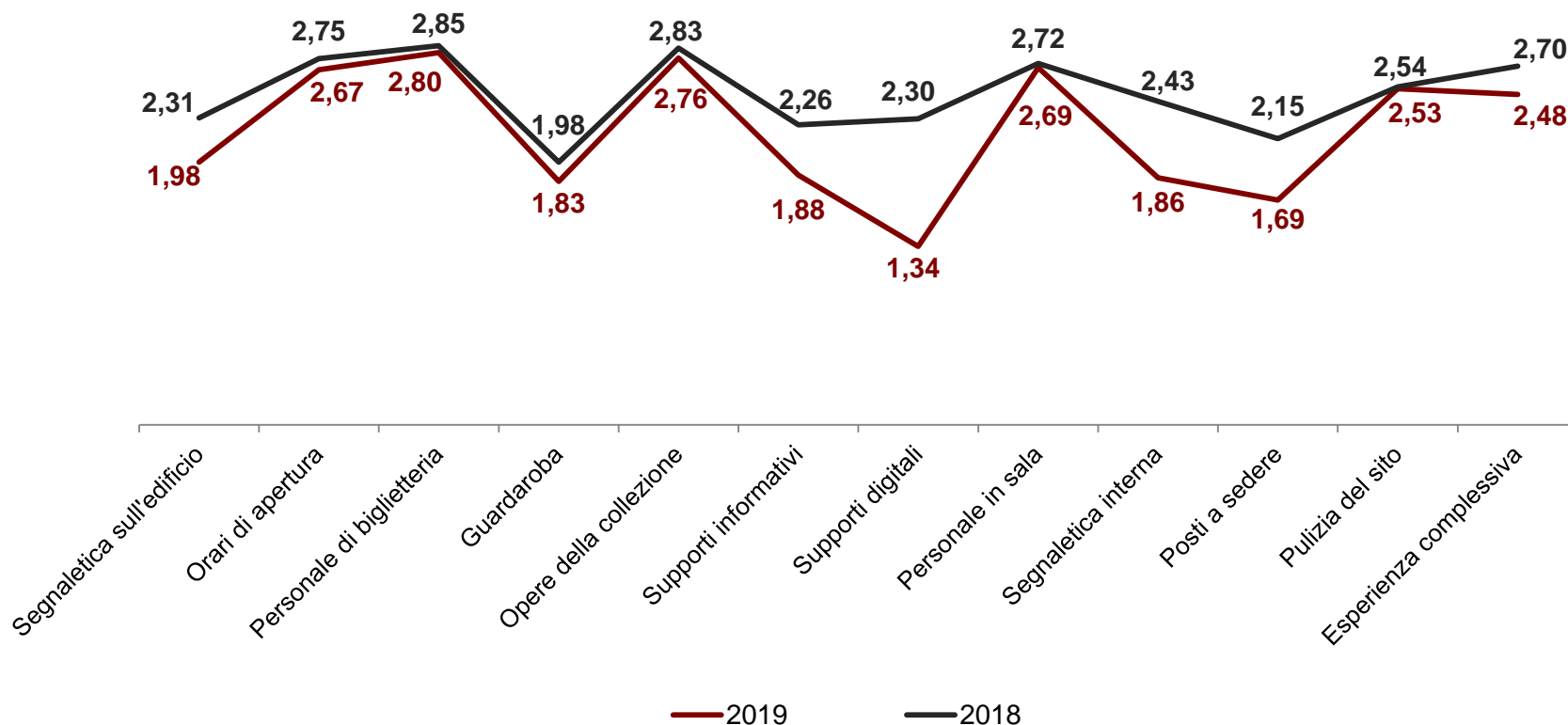


## Analisi del trend 2018-2019

Rispetto allo scorso anno il trend risulta piuttosto costante e lineare.

Tutti gli aspetti oggetto d'indagine subiscono una flessione, soprattutto la segnaletica sull'edificio, il guardaroba, i supporti informativi e digitali, la segnaletica interna e i posti a sedere, le cui medie scendono al di sotto dello standard minimo di 2,20.

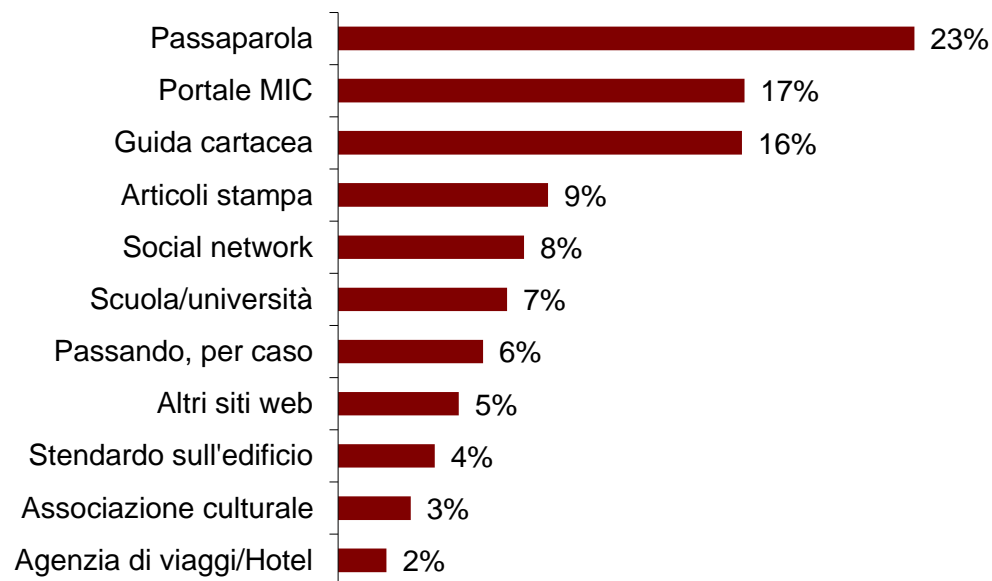
Le restanti variabili si mantengono al di sopra dello standard richiesto, pur registrando un lieve calo.



## Come è venuto a conoscenza del museo

Il 30% del campione intervistato afferma di essere venuto a conoscenza del museo tramite “**internet**” (di cui il 17% si riferisce al “**portale MiC**”; nel 2018 la percentuale complessiva del canale web raggiungeva il 23% sul totale degli intervistati). Il 23% risponde “**passaparola**” (in lieve aumento dal 26% emerso nell’indagine precedente), mentre la percentuale di coloro che lo hanno saputo attraverso “**guida cartacea**” sale dal 10% al 16%.

È significativo che ad avere utilizzato internet siano principalmente coloro che hanno usufruito della MIC card per accedere alla *Centrale Montemartini*, nel complesso si ritengono abbastanza soddisfatti e hanno frequentato meno di tre musei nell’ultimo anno. Invece il passaparola prevale soprattutto per chi ha utilizzato la MIC card per entrare in questo museo, in generale sono molto soddisfatti e hanno visto vari musei nell’ultimo anno. La guida cartacea emerge tra i visitatori che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, si dichiarano molto soddisfatti della loro esperienza e hanno visitato oltre tre musei nell’ultimo anno.



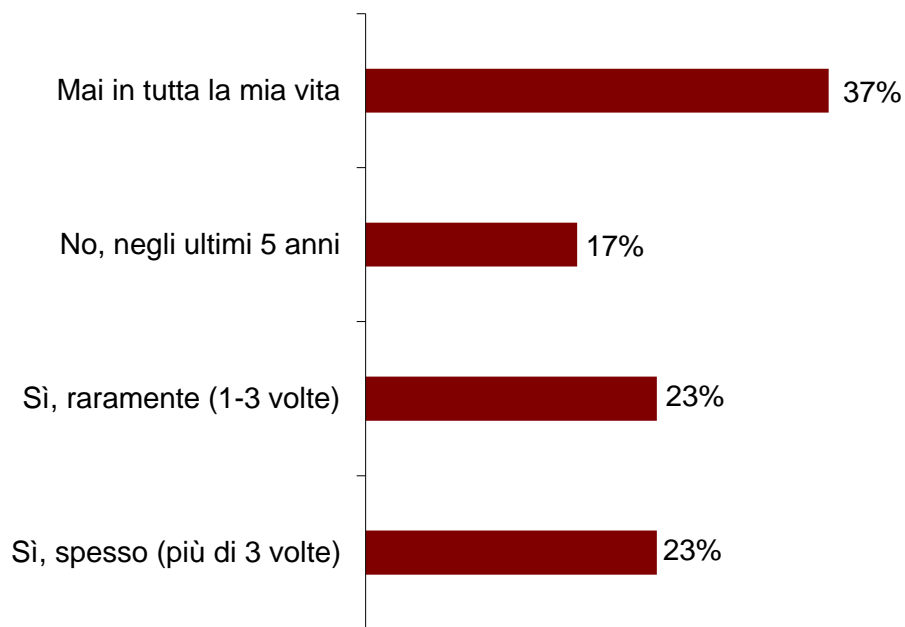


## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 37% degli intervistati dichiara di non essere mai stato prima alla *Centrale Montemartini*, il 46% l'ha già visitata (di cui un 23% **“da una a tre volte”** e un 23% **“più di tre volte”**) e il restante 17% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

Risulta significativo che a recarsi per la prima volta al museo visitato siano soprattutto coloro che non hanno utilizzato alcuna card per entrare, con un giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi e hanno visto meno di tre musei in quest'ultimo anno.

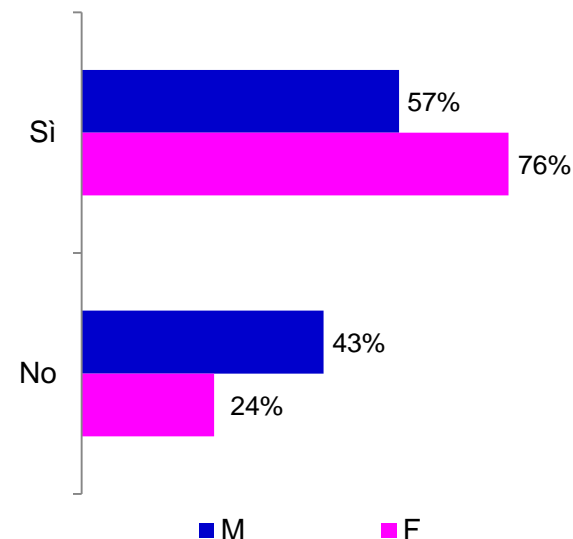
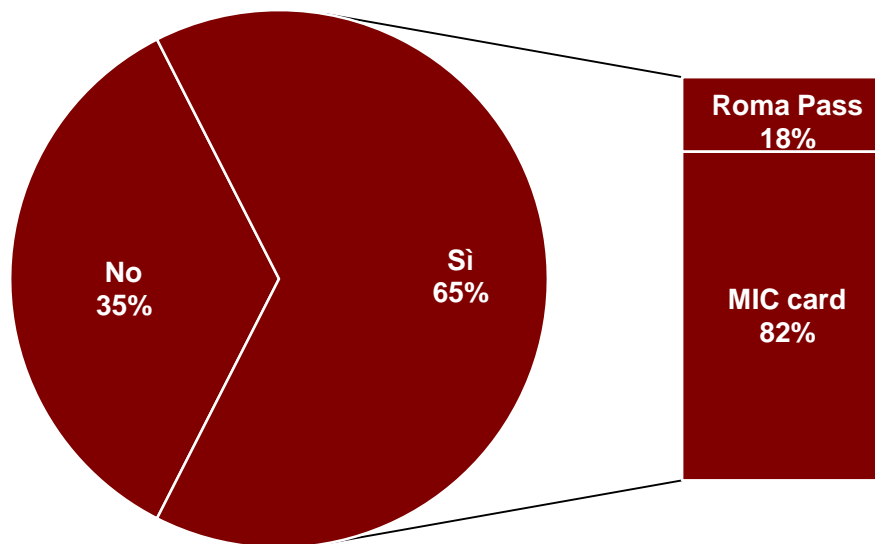
Invece ad avere già frequentato la *Centrale Montemartini* sono prevalentemente i possessori della *MIC card*, il cui giudizio è uguale alle proprie attese e sono stati in più di tre musei nell'ultimo anno.



## Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 65% degli intervistati ha usufruito di una card per entrare nel museo (di cui l'82% si riferisce alla **MIC card** e il restante 18% alla **Roma Pass**), mentre il 35% afferma di non averla utilizzata affatto.

Risulta significativo che ad avere utilizzato una card siano soprattutto le donne (cfr. grafico sottostante a destra), alcune di esse sono già state in questo museo. Invece a non avere usufruito di alcuna card per entrare alla *Centrale Montemartini* sono principalmente gli uomini, che visitano il museo per la prima volta.

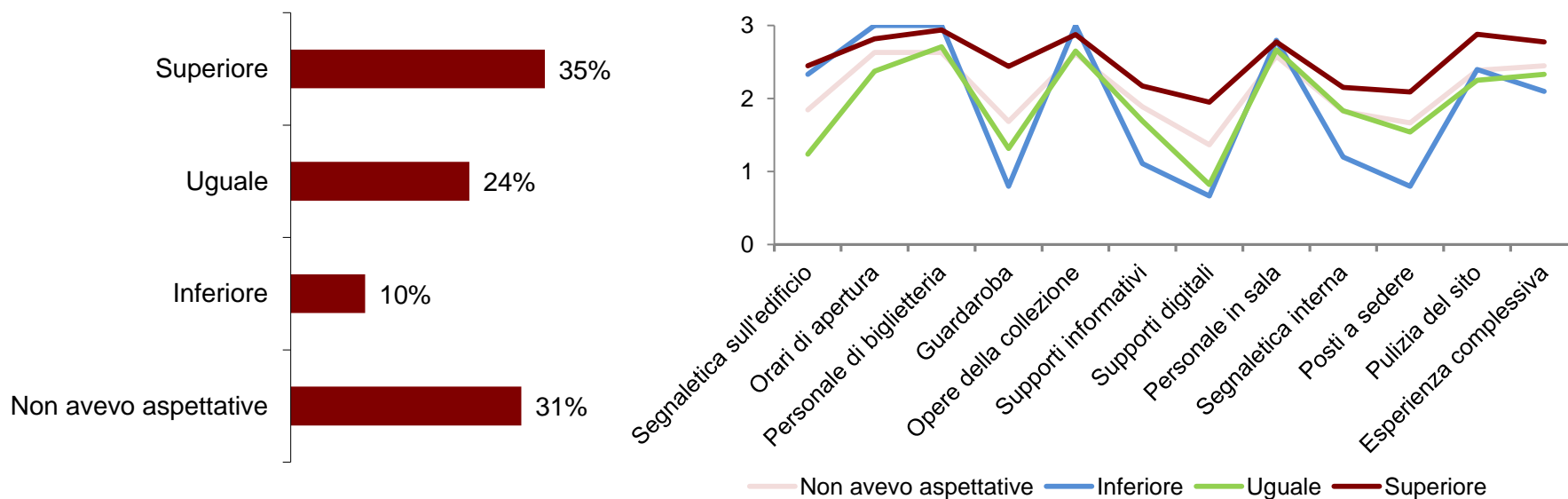


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 31% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima della visita, mentre il 35% afferma di avere un giudizio superiore alle proprie attese, per il 24% è uguale e per il restante 10% è inferiore.

È significativo che il giudizio sia superiore alle aspettative soprattutto per coloro che in generale si ritengono molto soddisfatti e si dividono equamente tra i nuovi visitatori e chi è già stato alla *Centrale Montemartini*. Invece chi ha un giudizio uguale alle attese è abbastanza soddisfatto nel complesso e ha già visitato il museo in passato, mentre a non avere aspettative sono in prevalenza i visitatori che vi si recano per la prima volta e sono molto o abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva.

Coloro che hanno un giudizio superiore alle aspettative sono tendenzialmente i più soddisfatti sui vari aspetti oggetto d'indagine, ad eccezione degli orari di apertura e della collezione (cfr. grafico sottostante).



## 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 *Musei Capitolini – Centrale Montemartini* è pari a **58%**; il 38% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “promotori”.

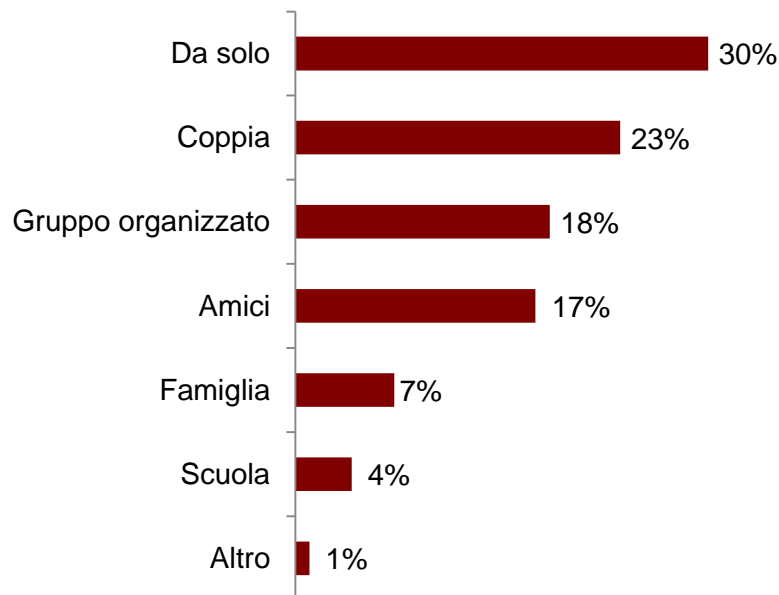


NET PROMOTER SCORE										
Musei Capitolini – Centrale Montemartini 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	0	1	0	1	14	25	31	30
0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	14%	24%	30%	30%
<b>DETRATTORI = 2%</b>							<b>PASSIVI = 38%</b>		<b>PROMOTORI = 60%</b>	
<b>60% - 2% = 58%</b>										

## Con chi ha visitato il museo

Il 30% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare il museo “**da solo**”, il 23% “**in coppia**”, il 18% con un “**gruppo organizzato**”, il 17% in compagnia di “**amici**”, il 7% con la propria “**famiglia**”, il 4% con la “**scuola**” ed il restante 1% risponde “**altro**”.

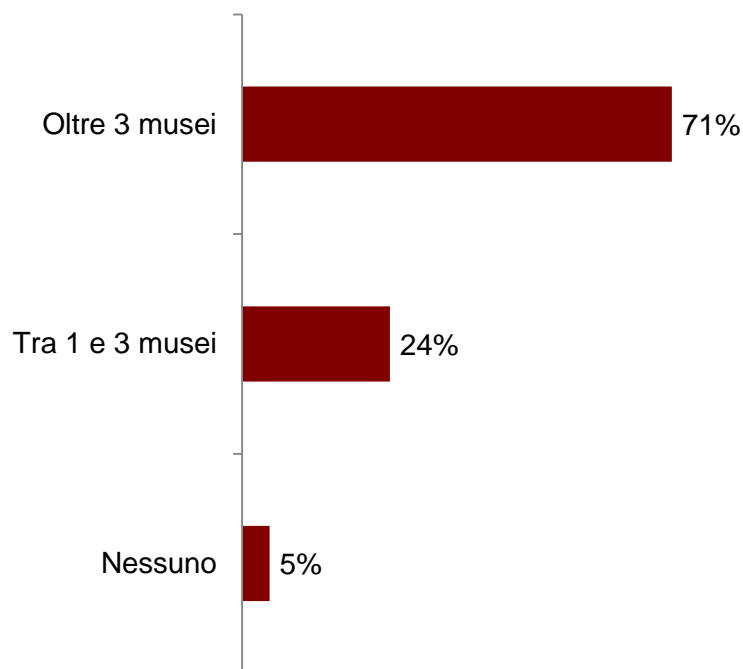
Risulta significativo che a venire da soli o con un gruppo organizzato siano in prevalenza i visitatori di età 26-39 anni e 55-64 anni (*da soli*) oppure oltre i 65 anni (*gruppo organizzato*), che hanno utilizzato la *MIC card* per entrare in questo museo, in generale sono molto soddisfatti e hanno frequentato più di tre musei in quest’ultimo anno. Invece a venire in coppia sono coloro che appartengono alle fasce d’età 40-54 anni, alcuni accedono al museo con la *Roma Pass*, si ritengono abbastanza soddisfatti della loro esperienza complessiva e quest’anno hanno visitato tra uno e tre musei. A rispondere amici sono principalmente gli adulti di età 45-54 anni, che non hanno usufruito di alcuna card, con un giudizio generale abbastanza soddisfacente e sono stati in vari musei nell’ultimo anno.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato

Il 71% sul campione totale dichiara di avere visitato “**oltre tre musei**” nell'ultimo anno, il 24% risponde “**tra uno e tre musei**” e solo il 5% “**nessuno**”.

Risulta significativo che ad avere frequentato più di tre musei nell'ultimo anno siano in prevalenza i visitatori che sono già stati alla *Centrale Montemartini*, mentre ad avere visitato meno di tre musei sono soprattutto coloro che si recano al museo per la prima volta.



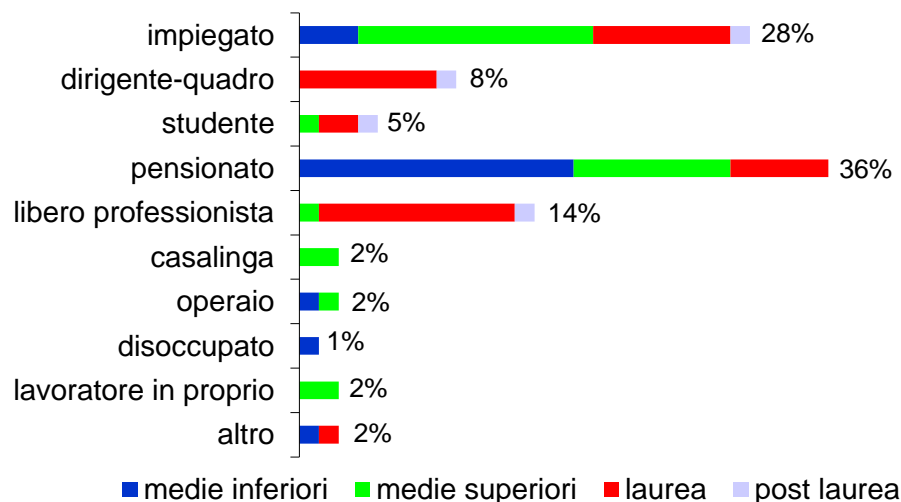
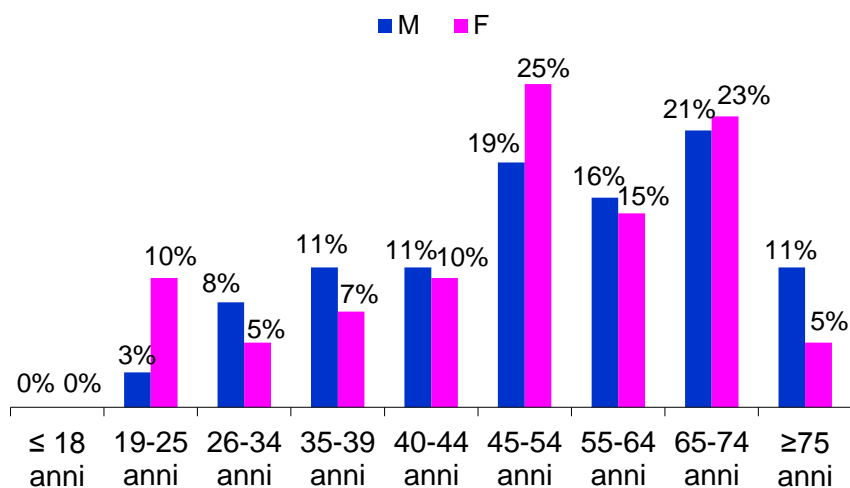
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In questa indagine prevale il **genere femminile** (52%; erano il 49% nel 2018), soprattutto nelle fasce d'età 19-25 anni, 45-54 anni e 65-74 anni. Invece gli uomini emergono nelle fasce dei 26-44 anni ed oltre i 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta **45-74 anni**, che raggiungono complessivamente il 67% sul totale degli intervistati (in netto aumento dal 35% emerso nel 2018). In discesa i giovani di età 19-39 anni, che passano dal 45% al 18%.

Il 55% del campione totale dichiara di avere conseguito un **titolo di scuola media inferiore o superiore** (era il 58% nell'indagine precedente).

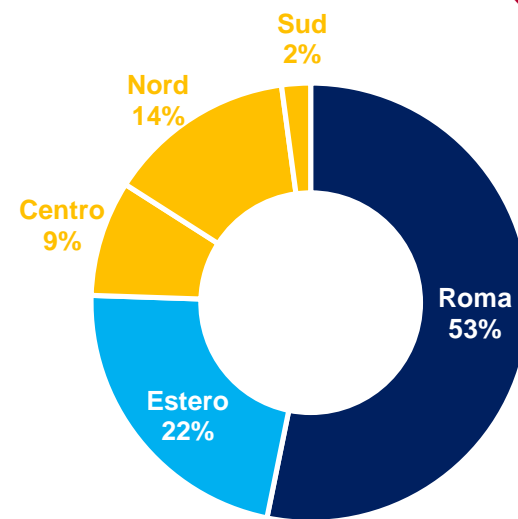
Rispetto alle categorie professionali, prevalgono i **pensionati** (36%; in netto aumento rispetto al 15% dell'indagine precedente), poi seguono gli **impiegati** (28%; lo scorso anno erano il 29%) e i liberi professionisti, che raggiungono il 14% (in lieve calo rispetto 16% dello scorso anno). Gli studenti scendono notevolmente dal 18% al 5%.



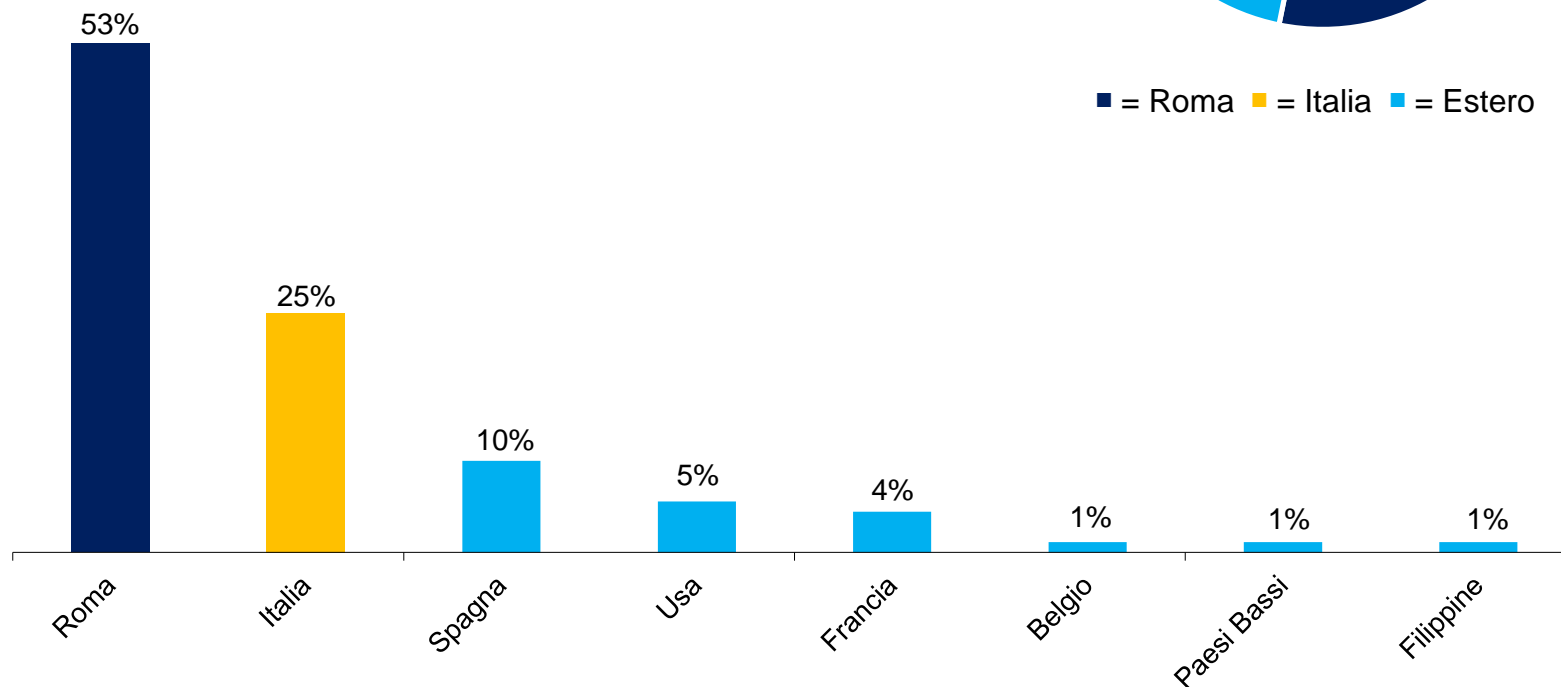
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 53% del campione intervistato è costituito da **visitatori romani** (lo scorso anno erano il 54%), il 25% giunge da altre province italiane (in netto calo dal 39% emerso nell'indagine precedente), mentre i turisti stranieri raggiungono il 22% (in aumento dal 7% nel 2018).

Tra le nazionalità estere prevale quella **spagnola**, che raggiunge il 10% sul totale degli stranieri intervistati; si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero





## Correlazione 1/2

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

<b>Musei Capitolini – Centrale Montemartini 2019***</b>	Segnaletica sull'edificio	Orari di apertura	Personale di biglietteria	Guardaroba	Opere della collezione	Supporti informativi	Supporti digitali	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Pulizia del sito	Esperienza complessiva
Segnaletica sull'edificio	1,000	,598**	,587**	,636**	,562**	0,008	0,226	,508**	-0,068	,214*	,353**	,258*
Orari di apertura	,598**	1,000	,679**	,389**	,741**	0,177	0,149	,550**	0,091	0,185	,398**	,401**
Personale di biglietteria	,587**	,679**	1,000	,419**	,810**	0,151	,281*	,636**	0,146	0,155	,508**	,370**
Guardaroba	,636**	,389**	,419**	1,000	,353**	,389**	,680**	,345**	,350**	,554**	,492**	,610**
Opere della collezione	,562**	,741**	,810**	,353**	1,000	0,154	0,176	,674**	0,188	0,180	,505**	,458**
Supporti informativi	0,008	0,177	0,151	,389**	0,154	1,000	,715**	,239*	,947**	,744**	,382**	,633**
Supporti digitali	0,226	0,149	,281*	,680**	0,176	,715**	1,000	0,228	,696**	,660**	,530**	,563**
Personale in sala	,508**	,550**	,636**	,345**	,674**	,239*	0,228	1,000	,241*	,279**	,437**	,369**
Segnaletica interna	-0,068	0,091	0,146	,350**	0,188	,947**	,696**	,241*	1,000	,769**	,438**	,636**
Posti a sedere	,214*	0,185	0,155	,554**	0,180	,744**	,660**	,279**	,769**	1,000	,446**	,717**
Pulizia del sito	,353**	,398**	,508**	,492**	,505**	,382**	,530**	,437**	,438**	,446**	1,000	,622**
Esperienza complessiva	,258*	,401**	,370**	,610**	,458**	,633**	,563**	,369**	,636**	,717**	,622**	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).

Dalla tabella laterale sono state escluse le variabili oggetto d'indagine che non sono risultate significative rispetto all'esperienza complessiva.

Per *Musei Capitolini – Centrale Montemartini* i **posti a sedere**, la **segnaletica interna**, i **supporti informativi**, la **pulizia del sito**, il **guardaroba** e i **supporti digitali** sono gli aspetti più correlati alla soddisfazione generale.

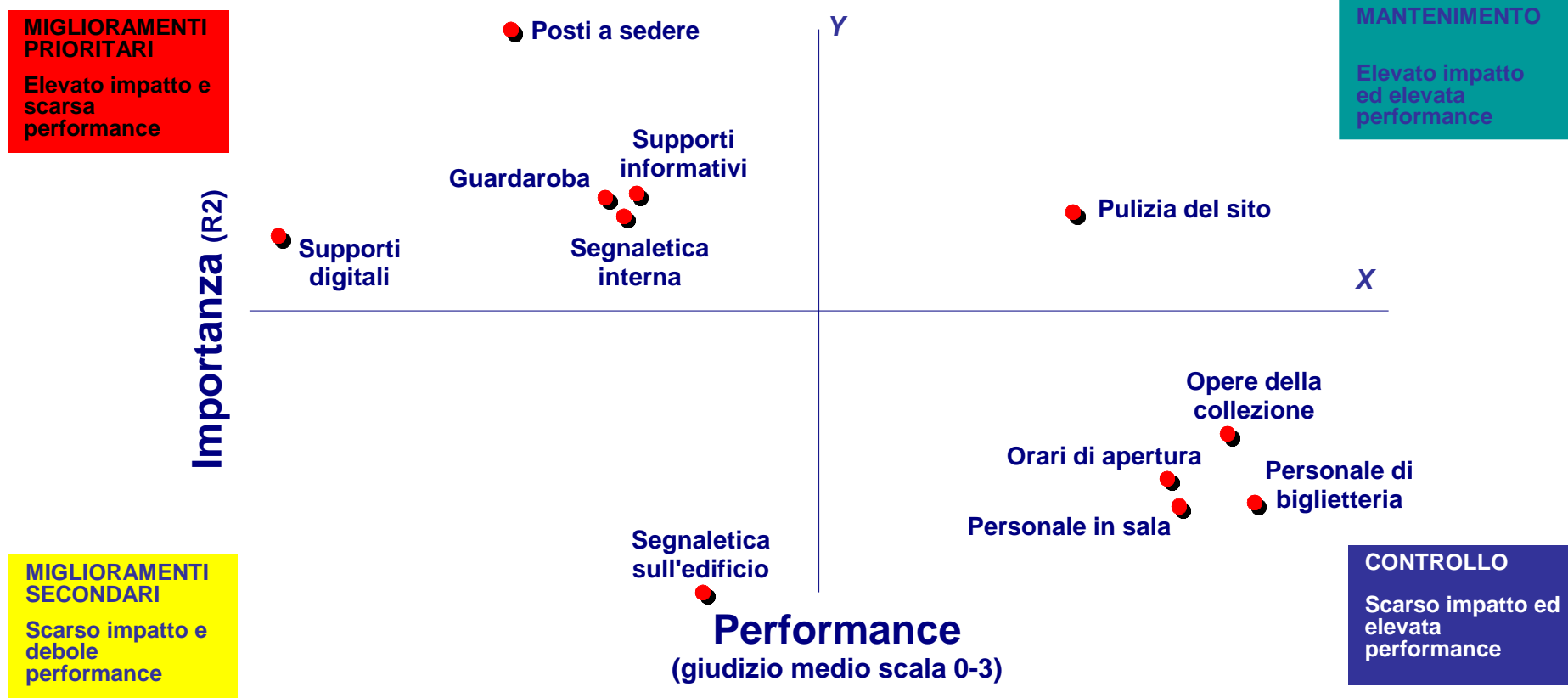
Nessuno degli aspetti indagati ha un'incidenza negativa sul giudizio complessivo.

Coefficiente di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sull'esperienza complessiva <i>Musei Capitolini – Centrale Montemartini</i> 2019	
Posti a sedere	0,717
Segnaletica interna	0,636
Supporti informativi	0,633
Pulizia del sito	0,622
Guardaroba	0,610
Supporti digitali	0,563
Opere della collezione	0,458
Orari di apertura	0,401
Personale di biglietteria	0,370
Personale in sala	0,369
Segnaletica sull'edificio	0,258

## Mapa delle priorità (Regressione lineare)

La **pulizia del sito** rappresenta l'aspetto ritenuto in assoluto più soddisfacente e importante (quadrante in alto a destra). Invece i **posti a sedere**, i **supporti informativi** e **digitali**, il **guardaroba** e la **segnaletica interna** emergono tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

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

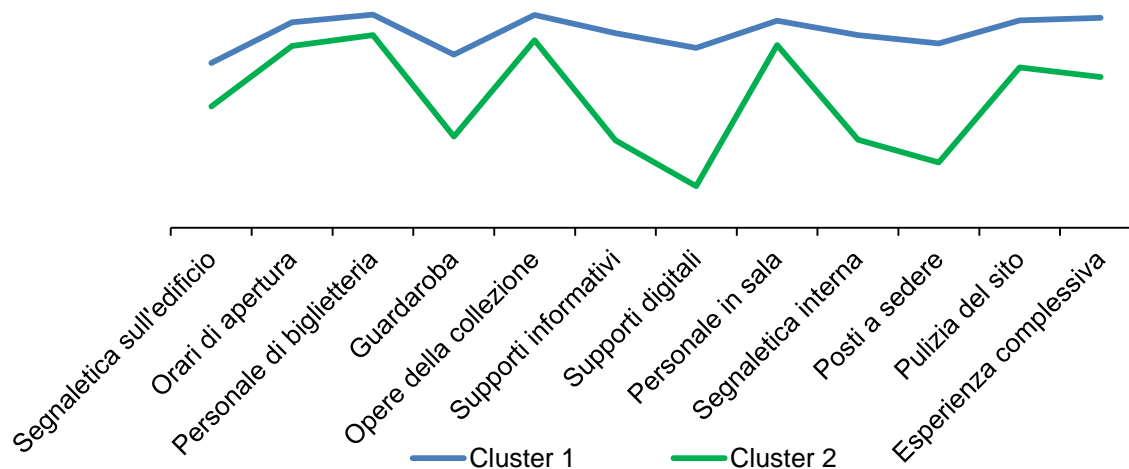
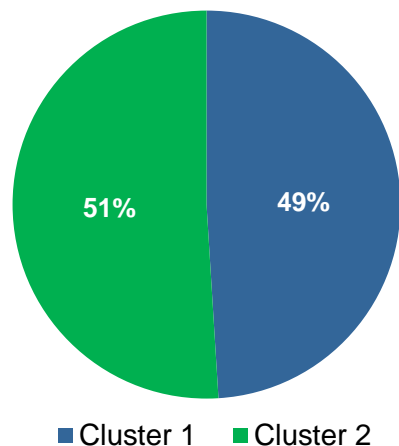
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è buona per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (50 individui per il *Cluster 1* e 52 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 mediamente più alto, mentre nella 2° tipologia gli **Abbastanza soddisfatti** sono a un livello più basso di soddisfazione sui vari aspetti oggetto d'indagine.

**Cluster 1 – Molto Soddisfatti**: in prevalenza romani, donne, di età adulta oltre i 65 anni, con un titolo di scuola media inferiore, pensionati, alcuni già stati in questo museo, ne vengono a conoscenza soprattutto tramite il passaparola, utilizzano la *MiC card* per entrare, vengono da soli o con un gruppo organizzato, giudizio superiore alle aspettative, hanno visitato meno di tre musei nell'ultimo anno.

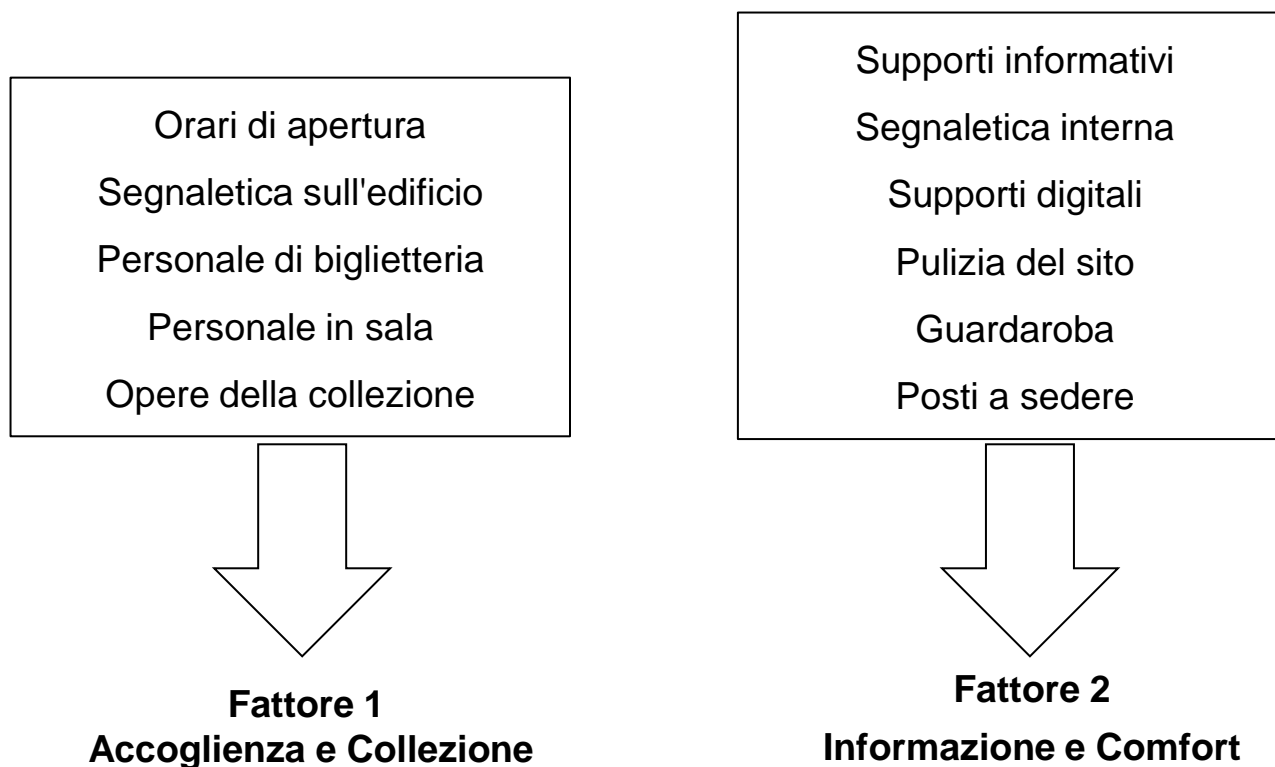
**Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti**: in prevalenza turisti, uomini, di età 45-64 anni, diplomati o laureati, impiegati e liberi professionisti, nuovi visitatori, hanno conosciuto il museo soprattutto tramite il *portale MiC* e la guida cartacea, non utilizzano alcuna card per entrare, vengono in coppia o con i propri amici, giudizio uguale alle aspettative o ne sono privi, hanno visitato più di tre musei nell'ultimo anno.



## Analisi Fattoriale

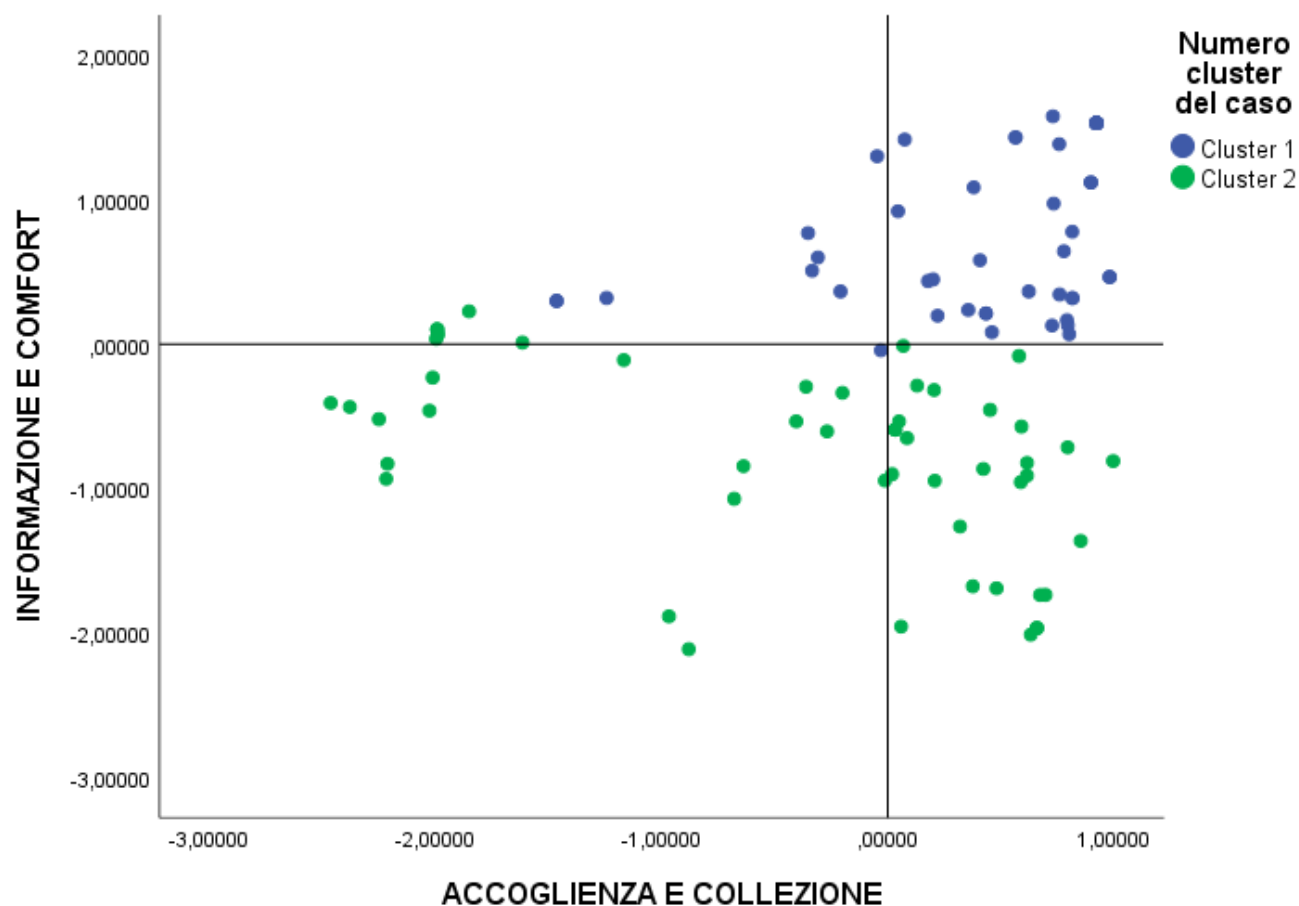
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

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, mentre il Cluster 2 degli “Abbastanza Soddisfatti” rileva una più ampia dispersività di giudizi, in particolare sul Fattore 2 (*Informazione e Comfort*).



## Suggerimenti

**NIENTE** da migliorare. **Totale 35**

**ELOGI** museo bellissimo, ottima l'iniziativa della *MIC card*. **Totale 2**

---

**ILLUMINAZIONE** insufficiente, da aumentare. **Totale 13**

**SUPPORTI INFORMATIVI** mancano didascalie (8), altro (4). **Totale 12**

**SERVIZI IGIENICI** odore sgradevole, maggiore pulizia. **Totale 11**

**LIBRERIA** manca un punto vendita fornito. **Totale 11**

**ALTRO**. **Totale 9**

**TOTALE 56 SUGGERIMENTI**  
**MUSEI CAPITOLINI – CENTRALE MONTEMARTINI**





# Allegato 1: Retro Questionario

20. **Con chi ha visitato il museo?/ Who did you come to visit this museum with?**  
 Da solo/ *By myself*     Gruppo organizzato/ *Group Tour*     Coppia/ *Partner-Companion*     Amici/ *Friends*  
 Famiglia/ *Family*     Scuola/ *School*     Altro/ *Other.....*

21. **Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato? In the last year, how many museums have you visited?**  
 Nessuno/ *None*     Tra 1 e 3 musei / *1-3 museums*     Oltre 3 musei / *More than 3 museums*

22. **Aspetti da migliorare/ Features to improve**  niente/ *nothing*  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI/ DATA REQUIRED FOR STATISTICAL PURPOSES:**

**Età/Age:**  <14     14 –18     19-25     26-34     35-39     40-44     45-54     55- 64     65-74     75 e più/ *75 and more*

**Sesso/Gender:**  Uomo/ *Man*     Donna/ *Woman*

**Titolo di studio/Education:**  scuola dell'obbligo/ *primary school*     diploma superiore/ *high school*  
 laurea/ *degree*     specializzazione post laurea/ *postgraduate*

**Professione/ Job:**

impiegato/ *employee*     casalinga/ *housewife*  
 dirigente-direttivo-quadro / *manager-executive*     operaio/ *workman*  
 studente/ *student*     non occupato-in cerca di prima di occupazione/ *unemployed-first job seeker*  
 pensionato/ *retired*     lavoratore in proprio/ *self-employed*  
 libero professionista-imprenditore/ *freelance-businessman*  
 altro/ *other* \_\_\_\_\_

**Provenienza/Provenance:**  Roma/ *Rome*  
 Altra provincia italiana/ *Other Italian province (specify)* \_\_\_\_\_  
 Altra nazionalità/ *Other nationality (specify)* \_\_\_\_\_