



---

Indagini di Customer Satisfaction

Museo dell'Ara Pacis

8 – 13 Ottobre 2013

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità  
Data 13/1/2014*

**Zè**tema  
progetto cultura

## Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2012-2013
- Come è venuto a conoscenza del Museo
- Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo
- Ha utilizzato la Roma Pass
- 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 fattoriale e cluster
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario 2013 *somministrato nei Musei del Sistema*

## Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 622 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette dall'8 al 13 ottobre 2013 presso il Museo dell'Ara Pacis (gli intervistati rappresentano il 20% degli ingressi totali al museo).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una soddisfazione del 98%, un margine di errore di stima di  $\pm 1,10\%$ .

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.

Durante l'indagine non era in corso nessuna mostra temporanea.

## Sintesi dei risultati

Il livello medio di soddisfazione dell'esperienza generale è alto (**2,68**), con una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a 98%. Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: **pulizia degli spazi (2,90), personale in biglietteria (2,78), collezione (2,78), supporti digitali (2,76), orari di apertura (2,73), personale in libreria (2,71) e guardaroba (2,68)**. Nessuna media è al di sotto dello standard fissato a 2,10.

Dalla mappa delle priorità il personale in libreria, in biglietteria e in sala, la collezione, la libreria e la pulizia degli spazi sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti (cfr. p. 19). Non emergono aspetti da migliorare. Nella correlazione emergono come elementi più importanti per la soddisfazione finale personale in libreria, collezione, personale in biglietteria, pulizia degli spazi, personale in sala e libreria (cfr. p. 18).

Gli utenti hanno lasciato suggerimenti relativi a: biglietto troppo caro rispetto alle poche opere in visione (51), richiesta di aggiungere nei altre lingue (tedesco, francese, spagnolo, lingue orientali) ai supporti informativi (38), come anche nel depliant (24) e di rendere più immediata da Via di Ripetta l'identificazione dell'ingresso per il Museo (26).

Il profilo del visitatore è costituito soprattutto da turisti stranieri (78%), di età compresa tra 45 e 74 anni (il 48%) impiegati (31%) e pensionati (20%). Il 60% del campione ha conseguito un titolo di laurea o superiore.

I visitatori sono venuti a conoscenza del museo soprattutto attraverso "scuola/università" (24%), il 75% è alla prima visita di museo ma frequenta musei (84%). Il 7% ha usato la Roma Pass ed è entrato in coppia (37%).

## Tabella riassuntiva

ICS Museo dell'Ara Pacis 2013	Media	Mediana	Casi Validi	Mancanti	Deviazione std.	servizio non utilizzato	% Deliziati (molto sodd.)	% per niente sodd	% molto+ab b. Sodd
Segnaletica esterna	2,47	3	495	127	,673	19%	56%	1%	92%
Orari di apertura	2,73	3	610	12	,494	1%	75%	0%	98%
Personale in biglietteria	2,78	3	549	73	,421	11%	79%	0%	100%
Materiale all'accoglienza	2,34	2	419	203	,763	31%	49%	3%	88%
Guardaroba	2,68	3	285	337	,536	53%	72%	0%	97%
Personale in sala	2,66	3	438	184	,539	28%	68%	1%	98%
Segnaletica interna	2,59	3	538	84	,607	11%	64%	1%	96%
Posti a sedere	2,66	3	567	55	,594	8%	71%	1%	95%
Supporti informativi	2,58	3	591	31	,603	4%	63%	0%	95%
Supporti digitali	2,76	3	468	154	,494	23%	79%	0%	97%
Pulizia degli spazi	2,90	3	618	4	,310	0%	90%	0%	100%
Personale in libreria	2,71	3	230	392	,510	61%	73%	0%	98%
Libreria	2,66	3	379	243	,531	38%	69%	0%	98%
Collezione	2,78	3	621	1	,471	0%	80%	0%	98%
<b>Esperienza generale</b>	<b>2,68</b>	<b>3</b>	<b>617</b>	<b>5</b>	<b>,499</b>	<b>0%</b>	<b>70%</b>	<b>0%</b>	<b>98%</b>

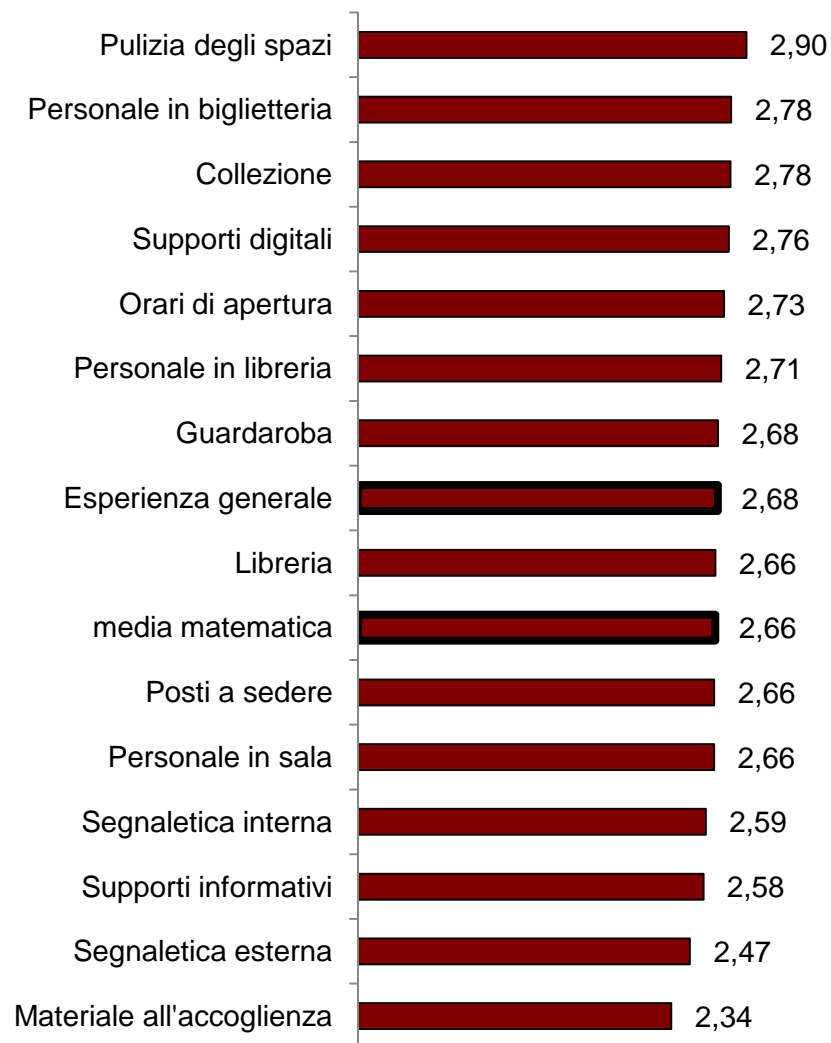
\* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

\*\*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 (2,66).

## 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. Nessuna media è al di sotto dello standard fissato a 2,10.

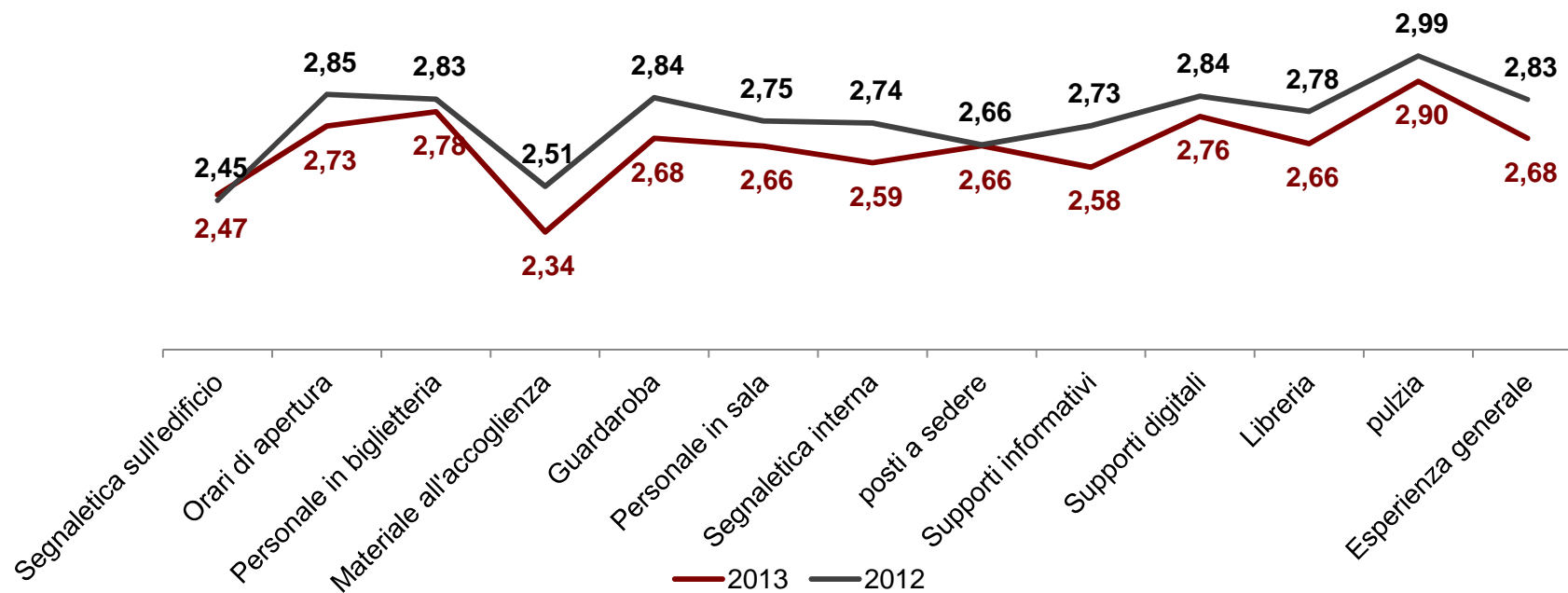
Al di sopra della media sull'esperienza generale sono i servizi che hanno una media di soddisfazione molto elevata: pulizia degli spazi, personale in biglietteria, collezione, supporti digitali, orari di apertura, personale in libreria, guardaroba.



## Analisi del trend 2012-2013

Tutti gli aspetti rimangono ad un livello di soddisfazione al di sopra dello standard di 2,10. Il trend risulta piuttosto costante tra i due anni anche se si registra una leggera flessione di quasi tutti gli aspetti mantenendo molto alto il livello di soddisfazione.

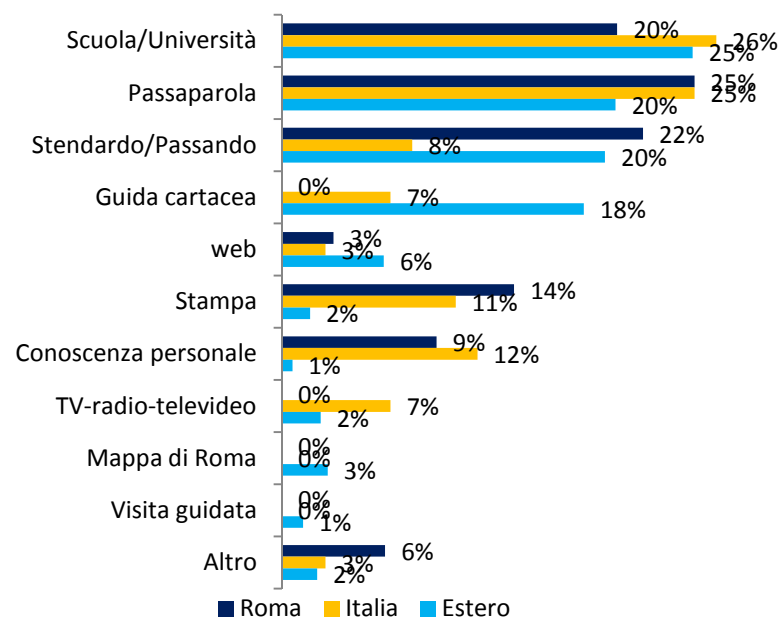
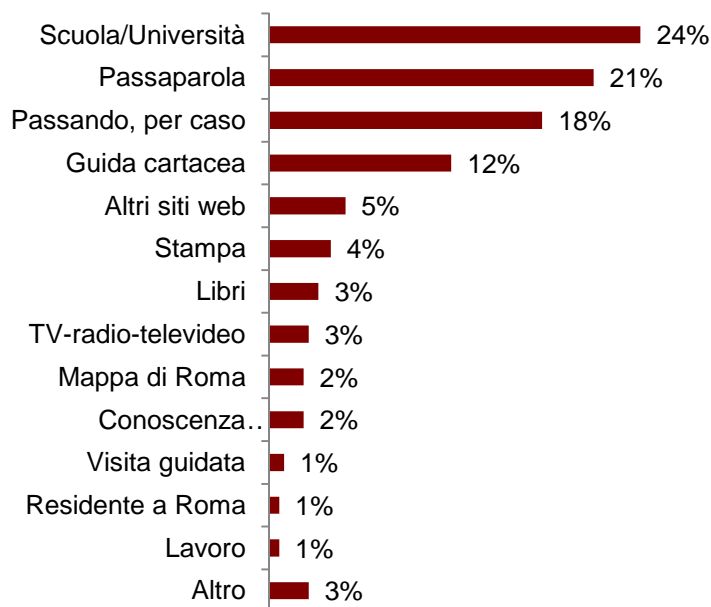
Per una lettura più completa, si ricorda che durante l'indagine del 2012 era presente la mostra temporanea *"Enrico Lucherini. Purché se ne parli"*, mentre quest'anno non c'erano mostre.



## Come è venuto a conoscenza del Museo

Gli intervistati indicano di essere venuti a conoscenza del museo soprattutto attraverso “scuola/università” (24%, nel 2012 era 21%), “passaparola” (21%, nel 2012 era 16%), “passando, per caso” (18%, nel 2012 13%) e “guida cartacea” (12%, nel 2012 era 16%).

Rispetto alla provenienza, oltre al passaparola e alla scuola fondamentali per tutti, i visitatori stranieri vengono a conoscenza del museo per caso, attraverso la guida cartacea e il web, mentre per il turista italiano attraverso la stampa e la conoscenza personale e per il cittadino romano la segnaletica esterna e la stampa.



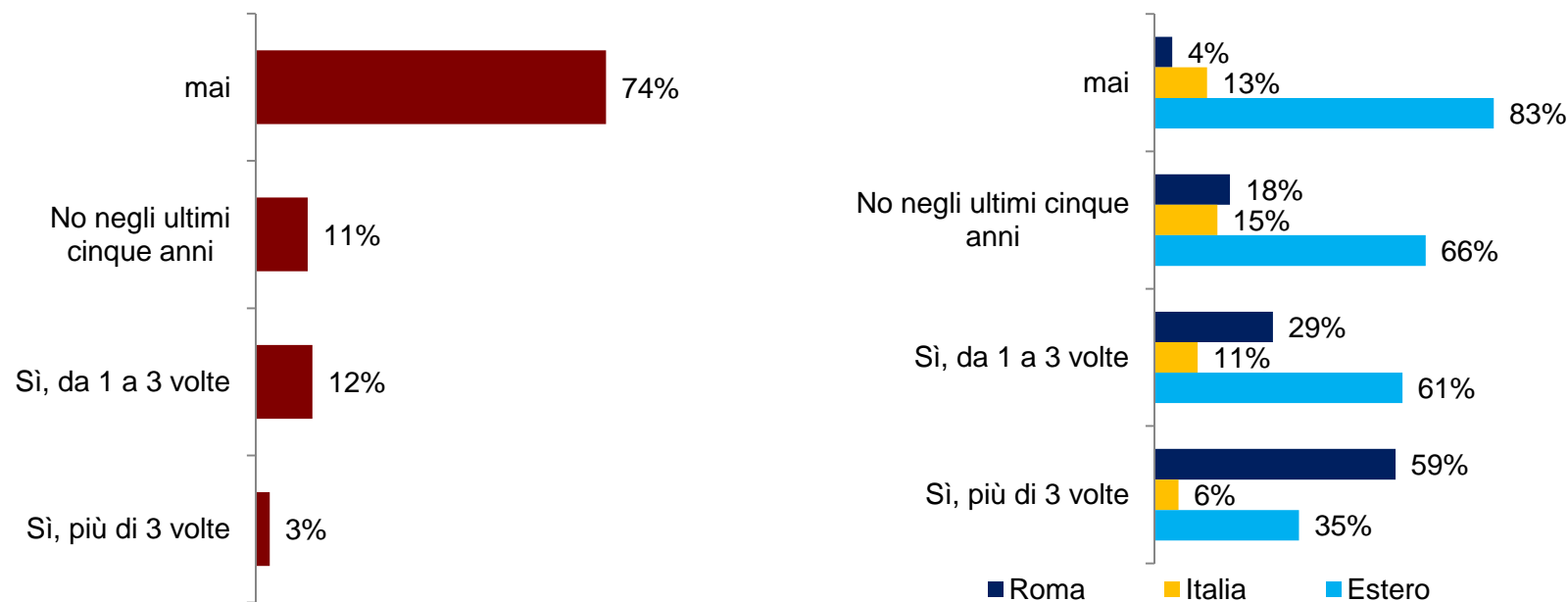


## Negli ultimi cinque anni ha già visitato questo museo

Il 74% dei visitatori intervistati dichiara di visitare per la prima volta il museo, mentre il 15% è già venuto nell'ultimo anno.

Rispetto alla provenienza del visitatore, il turista straniero si reca al museo per la prima volta (83%), mentre il 59% dei cittadini romani lo ha già visitato più di tre volte.

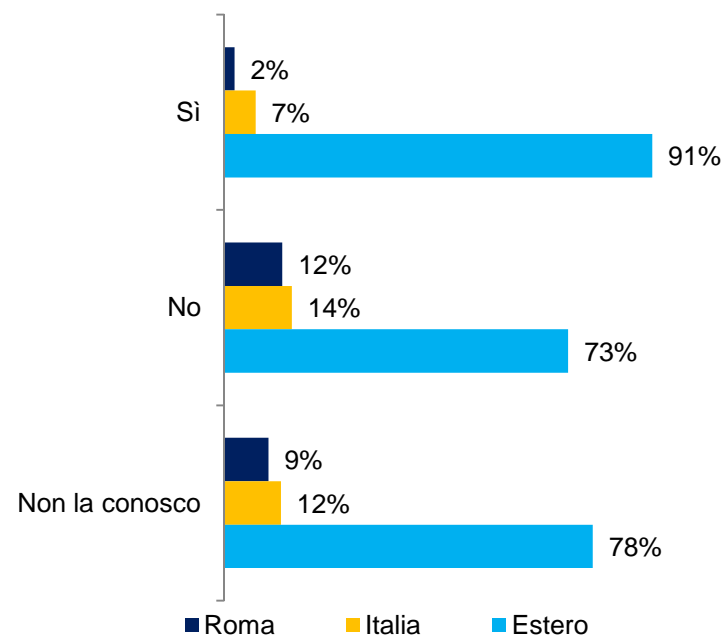
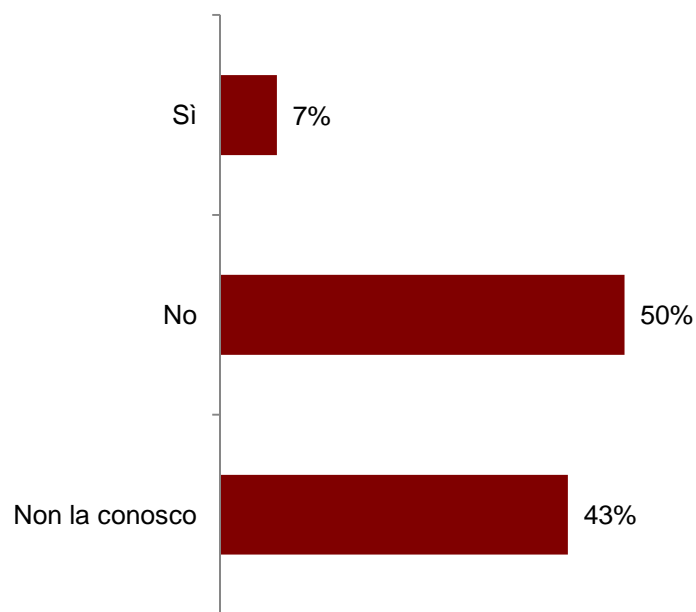
Rispetto all'età, coloro che hanno effettuato più di tre volte la visita nell'ultimo anno sono soprattutto 26-34enni e 40-54enni.



## Ha usato la Roma Pass?

A tale domanda è risultato che il 7% ha utilizzata la card *Roma Pass* per entrare al museo; il 50% del campione intervistato non l'ha usata ma la conosce, il 43% non la conosce.

Coloro che hanno usato la Roma Pass sono soprattutto turisti (91%), laureati-post laureati, 26-34enni e 45-64enni.

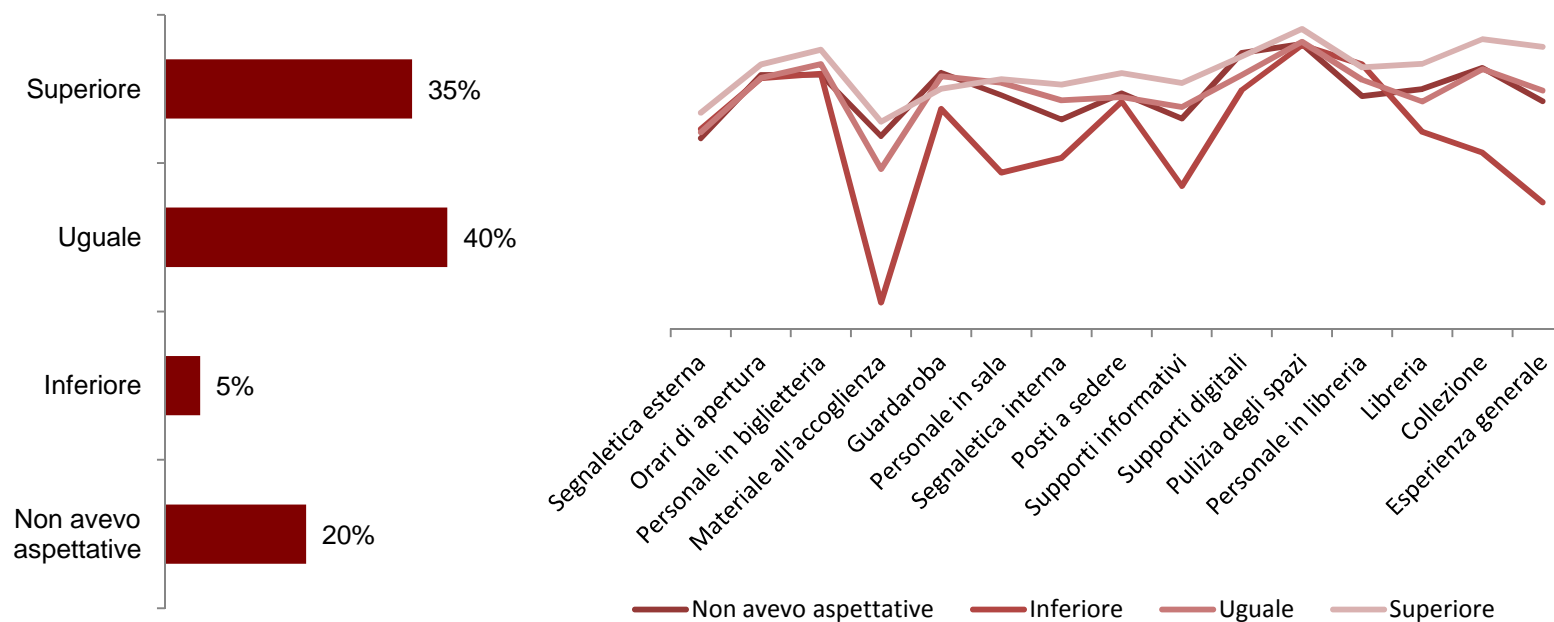


## Giudizio rispetto alle aspettative

Il 35% dei visitatori intervistati dichiara che l'esperienza complessiva al museo sia stata "superiore alle aspettative" (nel 2012 era il 47%), per il 40% è stata "uguale" (nel 2012 era il 48%), mentre per il 5% è stata inferiore alle aspettative (nel 2012 era il 6%).

Rispetto al profilo degli utenti, risulta che con l'aumento dell'età aumenti il livello di gradimento dell'esperienza.

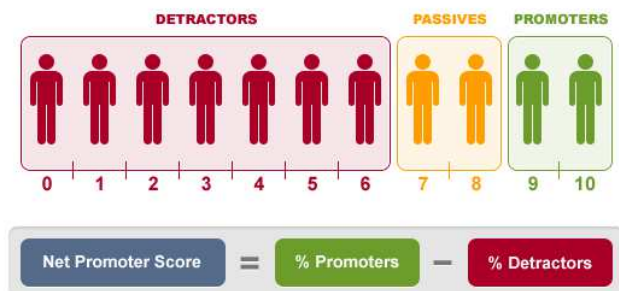
Coloro che non sono stati soddisfatti dell'esperienza rispetto alle aspettative credono che il prezzo del biglietto sia troppo alto rispetto ai pochi pezzi mostrati, non hanno trovato informazioni in lingua nei depliant distribuiti in biglietteria e nei supporti didattici.



## Con quale probabilità consiglierebbe questo museo ad un amico?

La fedeltà è l'elemento su cui si deve puntare, e questo indicatore contiene al suo interno la relazione tra fedeltà e raccomandazione. Chiedendo all'intervistato di rispondere alla domanda "Consiglierebbe questo museo un amico?" con una valutazione su una scala da 0 a 10, si ottiene che la differenza tra la percentuale dei promotori (cioè di coloro che si ritengono soddisfatti/molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10) e i detrattori (utenti insoddisfatti con valutazione da 0-6) corrisponde a coloro che parleranno realmente bene del museo che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà questo museo è pari al **33%**.



### Consiglierebbe ad un amico questo museo?

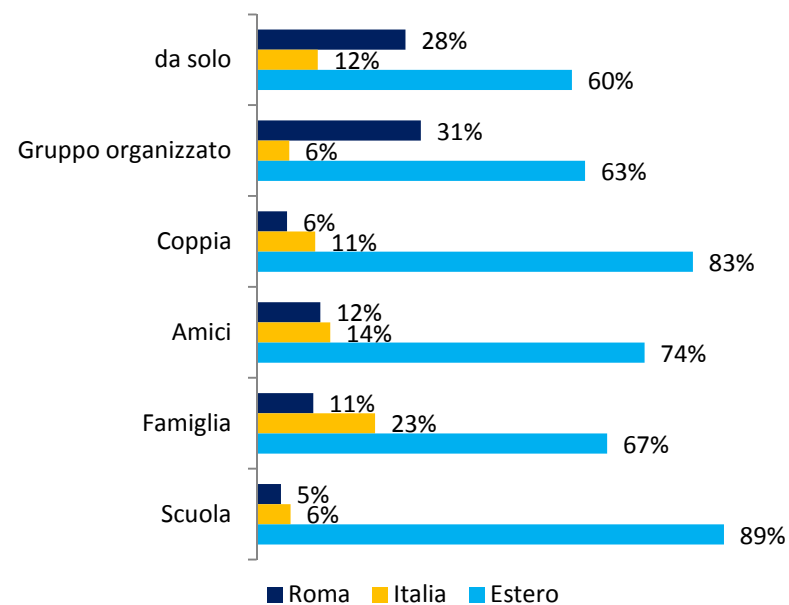
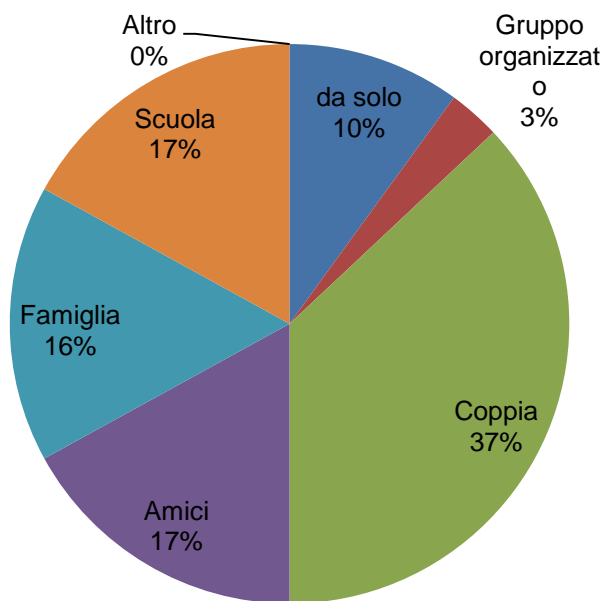
NET PROMOTER SCORE										
Museo dell'Ara Pacis										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
0	0	0	4	7	12	24	107	216	125	124
DETRATTORI =							PASSIVI =		PROMOTORI =	
47							323		249	
8%							52%		40%	
% PROMOTORI - % DETRATTORI =							33%			

## Con chi ha visitato il Museo?

Il 37% del pubblico intervistato viene al museo in coppia, il 17% con la scuola e amici, e il 16% in famiglia.

Rispetto alla provenienza i cittadini romani giungono preferibilmente con il gruppo organizzato (31%) o da soli (28%); i turisti italiani giungono con la famiglia (23%) e amici (14%) mentre i turisti stranieri preferibilmente con la scuola (89%) e in coppia (83%).

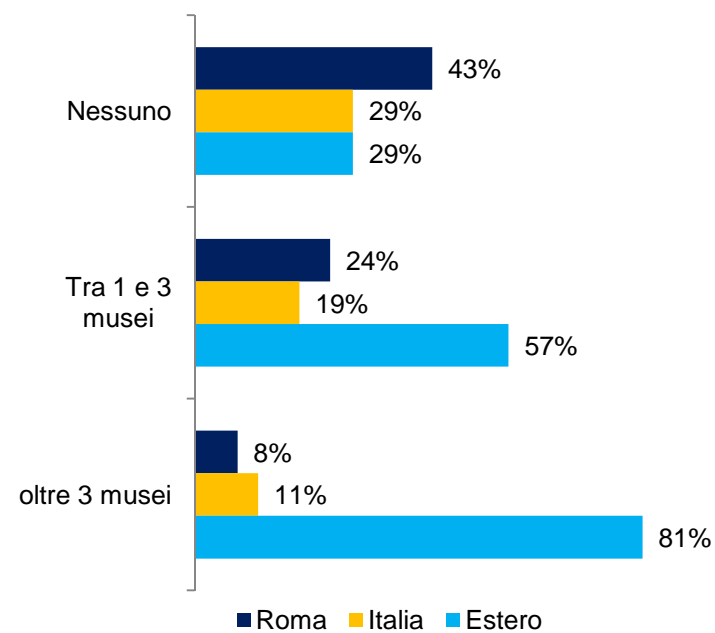
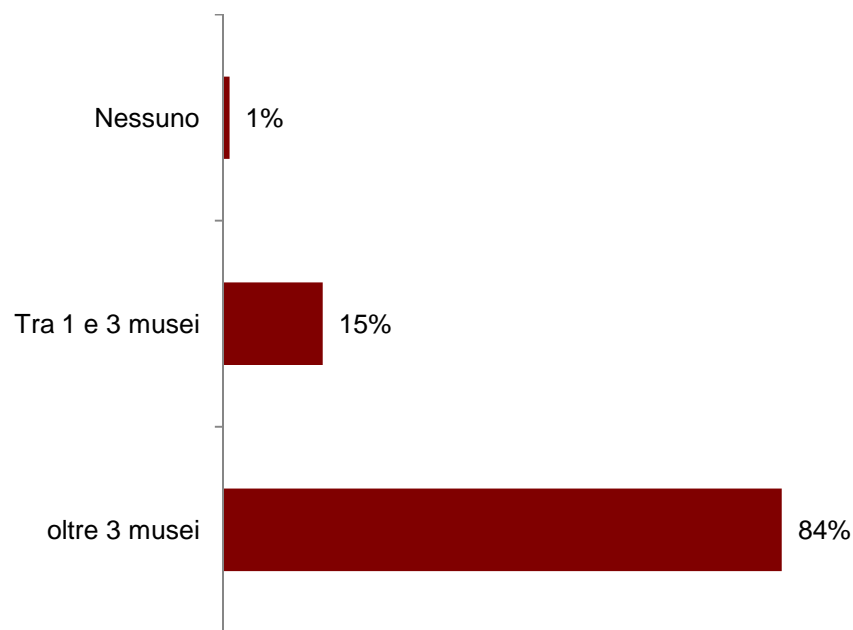
Rispetto alle professioni chi giunge con il gruppo organizzato è soprattutto impiegato mentre sono i pensionati a venire con amici e in coppia. I dirigenti con titolo post laurea si recano a visitare il museo da soli o in coppia.



## Nell'ultimo anno quanti musei ha visitato?

L'84% degli intervistati dichiara di aver visitato oltre 3 musei nell'ultimo anno. Solo il 15% tra 1 e 3 musei all'anno e 1% nessuno.

Risulta significativo che chi è maggiore frequentatore di musei sia un turista straniero (81%), di oltre 45 anni, laureato.



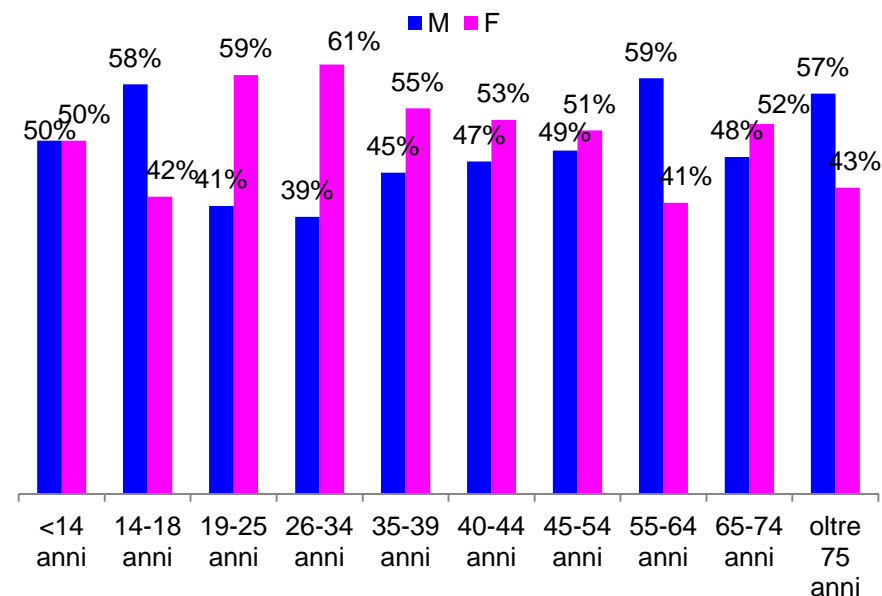
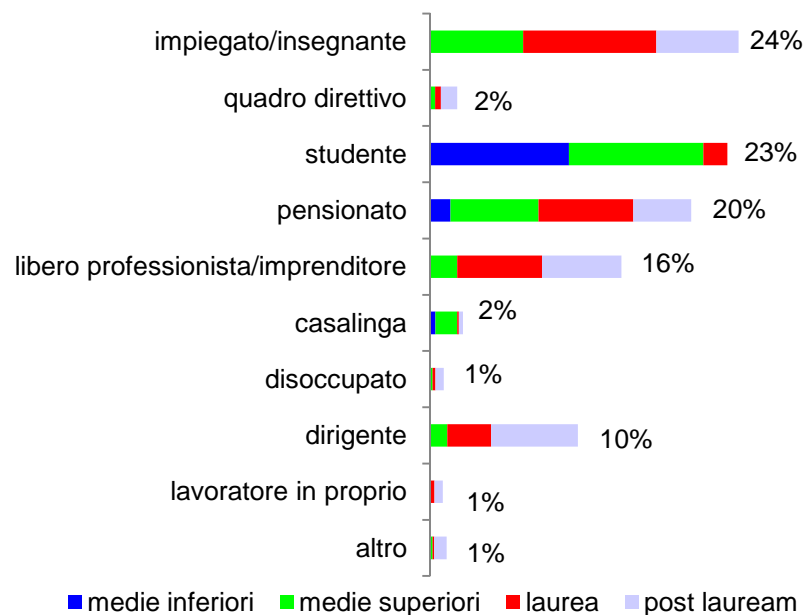
## Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

Risulta quest'anno la parità tra pubblico di genere femminile e maschile (nel 2012 il 56% era costituito dal genere femminile).

Le fasce di età più rappresentate sono quelle comprese tra 45 e 74 anni (il 48% sul campione totale; nel 2012 essi rappresentavano il 51%).

Confermati i dati relativi alle professioni dove prevale la presenza di impiegati e insegnanti (31%, del 2012) e pensionati (20, nel 2012 19%).

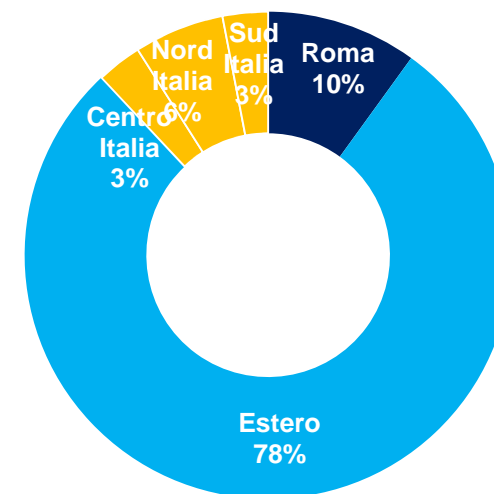
Il 61% del campione totale ha conseguito un titolo di laurea o superiore (60% nel 2012).



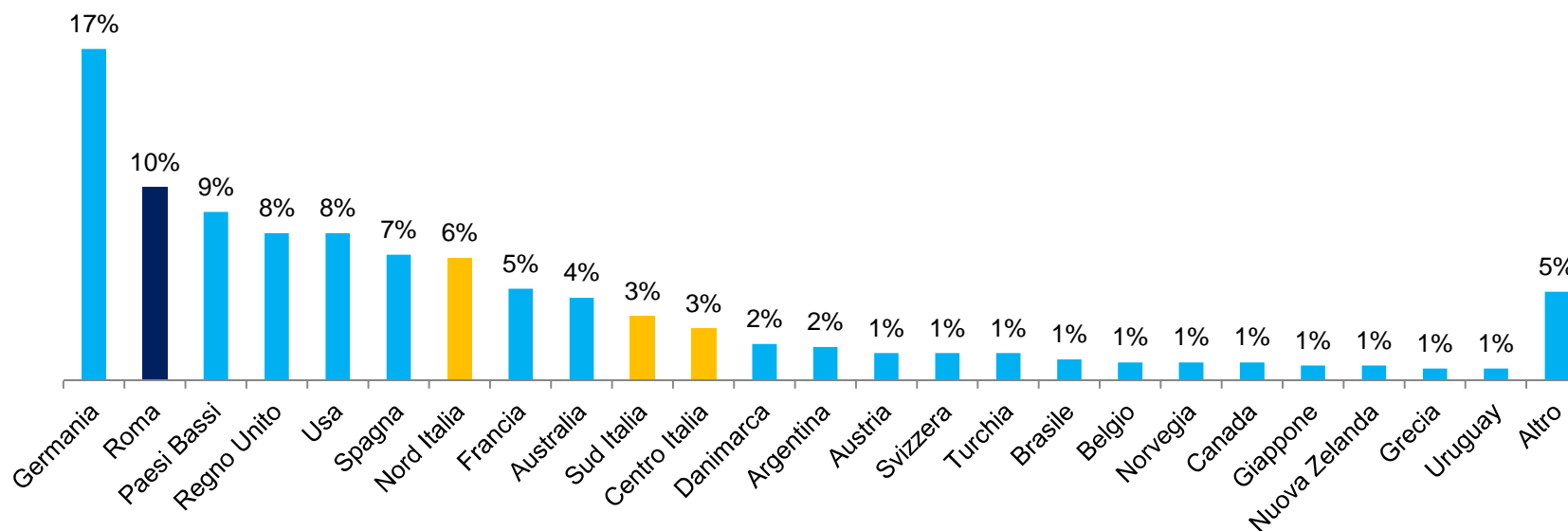
## Analisi socio-demografica (provenienza)

Il Museo dell'Ara Pacis è frequentato prevalentemente da turisti stranieri (78% in aumento rispetto al 69% del 2012). I turisti italiani rappresentano il 12% (22% nel 2012), mentre sono stabili, rispetto all'anno precedente, i cittadini romani (10%, nel 2012 erano il 9%).

Tra le nazionalità prevalgono quella tedesca (17% in aumento rispetto al 13% del 2012), olandese (9%, in aumento rispetto al 4% dell'anno scorso). Si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero





## Correlazione di Spearman 1/2

I coefficienti delle variabili risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

ICS Museo dell'Ara Pacis - Correlazione di Spearman 2013	Segnaletica esterna	Orari di apertura	Personale in biglietteria	Materiale all'accoglienza	Guardaroba	Personale in sala	Segnaletica interna	Posti a sedere	Supporti informativi	Supporti digitali	Pulizia degli spazi	Personale in libreria	Libreria	Collezione	Esperienza generale
Segnaletica esterna	1,000	,374**	,364**	,302**	,372**	,311**	,255**	,274**	,167**	,305**	,290**	,425**	,233**	,322**	,363**
Orari di apertura	,374**	1,000	,532**	,327**	,379**	,340**	,346**	,286**	,250**	,333**	,426**	,575**	,383**	,375**	,384**
Personale in biglietteria	,364**	,532**	1,000	,372**	,582**	,475**	,409**	,444**	,230**	,334**	,514**	,660**	,419**	,397**	,490**
Materiale all'accoglienza	,302**	,327**	,372**	1,000	,562**	,307**	,343**	,285**	,441**	,300**	,292**	,441**	,394**	,286**	,356**
Guardaroba	,372**	,379**	,582**	,562**	1,000	,438**	,369**	,375**	,320**	,254**	,474**	,556**	,286**	,414**	,411**
Personale in sala	,311**	,340**	,475**	,307**	,438**	1,000	,521**	,462**	,268**	,441**	,340**	,516**	,384**	,407**	,482**
Segnaletica interna	,255**	,346**	,409**	,343**	,369**	,521**	1,000	,418**	,323**	,327**	,310**	,574**	,305**	,291**	,427**
Posti a sedere	,274**	,286**	,444**	,285**	,375**	,462**	,418**	1,000	,215**	,304**	,382**	,460**	,371**	,283**	,467**
Supporti informativi	,167**	,250**	,230**	,441**	,320**	,268**	,323**	,215**	1,000	,455**	,330**	,398**	,279**	,351**	,374**
Supporti digitali	,305**	,333**	,334**	,300**	,254**	,441**	,327**	,304**	,455**	1,000	,407**	,442**	,320**	,331**	,437**
Pulizia degli spazi	,290**	,426**	,514**	,292**	,474**	,340**	,310**	,382**	,330**	,407**	1,000	,611**	,455**	,408**	,483**
Personale in libreria	,425**	,575**	,660**	,441**	,556**	,516**	,574**	,460**	,398**	,442**	,611**	1,000	,801**	,347**	,563**
Libreria	,233**	,383**	,419**	,394**	,286**	,384**	,305**	,371**	,279**	,320**	,455**	,801**	1,000	,247**	,480**
Collezione	,322**	,375**	,397**	,286**	,414**	,407**	,291**	,283**	,351**	,331**	,408**	,347**	,247**	1,000	,537**
Esperienza generale	,363**	,384**	,490**	,356**	,411**	,482**	,427**	,467**	,374**	,437**	,483**	,563**	,480**	,537**	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 di Spearman 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 complessiva del museo (cioè quelli che presentavano il doppio o singolo asterisco).

Tutti i coefficienti delle variabili sono risultati significativi.

Al Museo dell'Ara Pacis gli aspetti che risultano più correlati all'esperienza complessiva museale sono i seguenti: **personale in libreria, collezione, personale in biglietteria, pulizia degli spazi, personale in sala, libreria.**

Nessuno degli aspetti oggetto d'indagine ha un'incidenza negativa sull'esperienza generale.

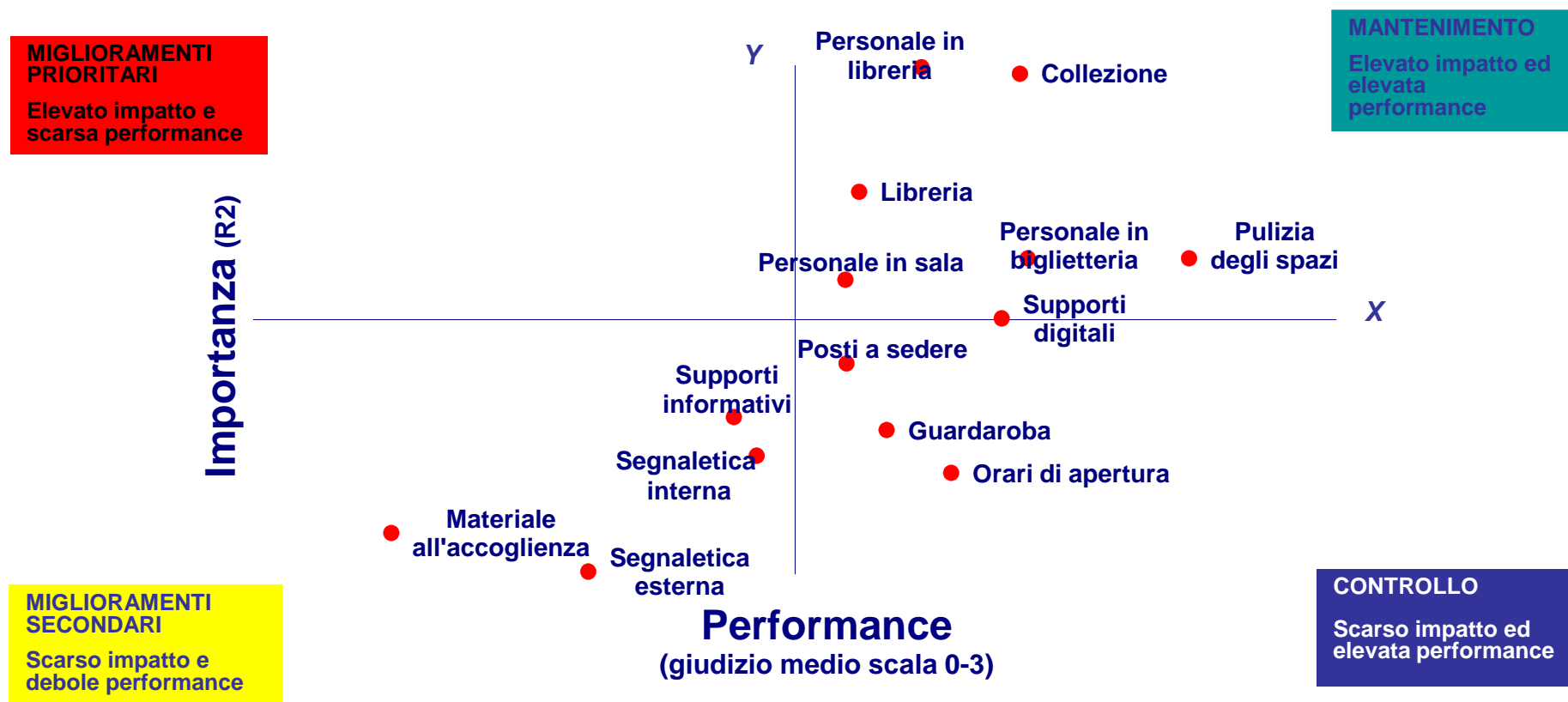
<b>Museo dell'Ara Pacis 2013</b> <b>Coefficiente di correlazione Rho di Spearman</b> <b>sul giudizio complessivo</b>	
Personale in libreria	0,563
Collezione	0,537
Personale in biglietteria	0,490
Pulizia degli spazi	0,483
Personale in sala	0,482
Libreria	0,480
Posti a sedere	0,467
Supporti digitali	0,437
Segnaletica interna	0,427
Guardaroba	0,411
Orari di apertura	0,384
Supporti informativi	0,374
Segnaletica esterna	0,363
Materiale all'accoglienza	0,356

## Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **personale in libreria, in biglietteria e in sala**, la **collezione**, la **libreria** e la **pulizia degli spazi** sono gli aspetti ritenuti più importanti e soddisfacenti. I supporti digitali sono borderline in zona neutra.

Non ci sono aspetti considerati importanti e migliorabili (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece i servizi che risultano di minore impatto sulla soddisfazione generale, anche quando 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.

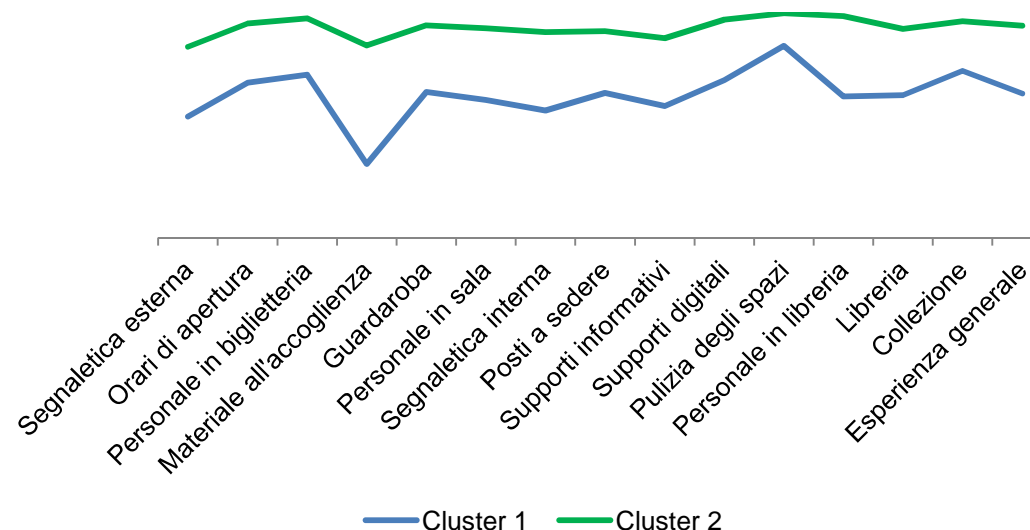
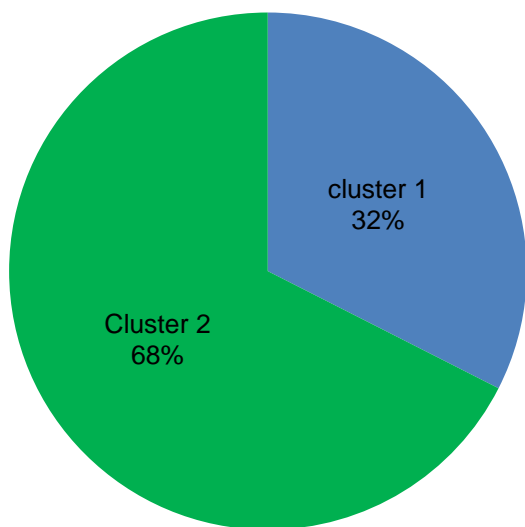
Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è sufficiente per garantire una lettura dei dati all'interno del cluster (con 200 casi nel 1 cluster e 400 nel secondo).

Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono alcune differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia sono **Soddisfatti** cioè presentano un livello più basso di soddisfazione rispetto al 2 cluster dei **Deliziati** che sono coloro che hanno un giudizio complessivo molto buono.

### I Cluster

**Cluster 1** Sono i Soddisfatti, cittadini romani, di età tra 40 e 54 anni

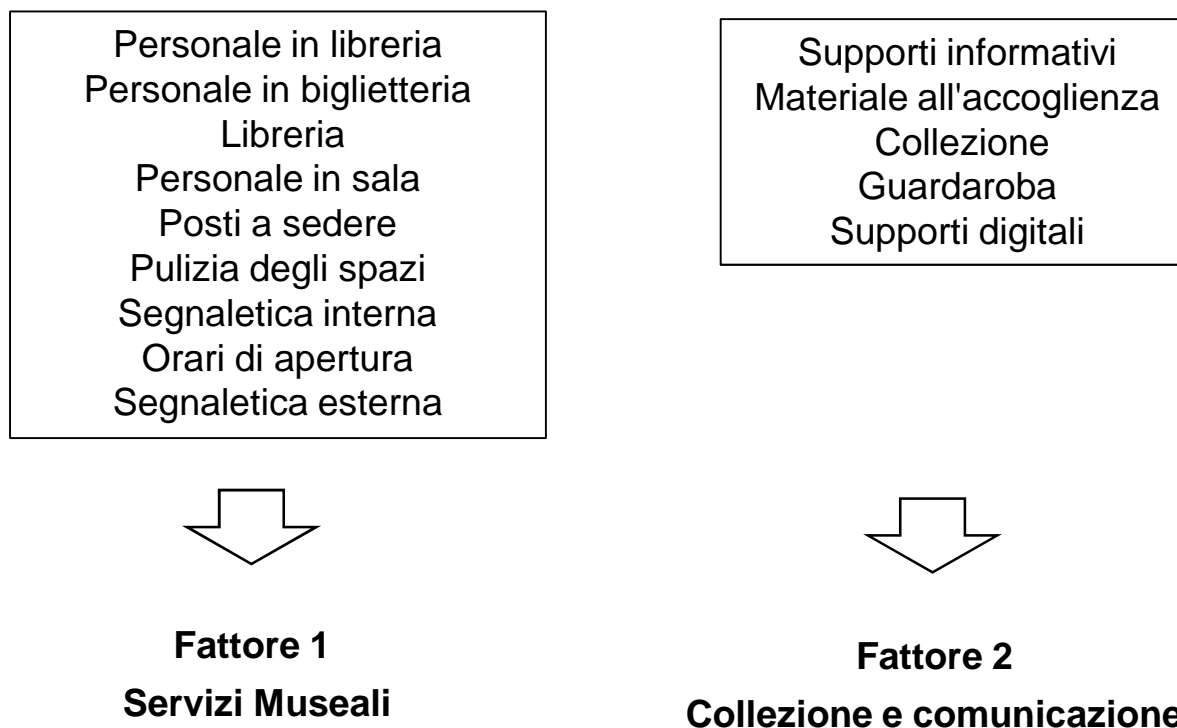
**Cluster 2** Sono i Deliziati, turisti italiani e stranieri di età compresa tra i 14 e 34 anni e tra 45 e 74 anni



## Analisi Fattoriale

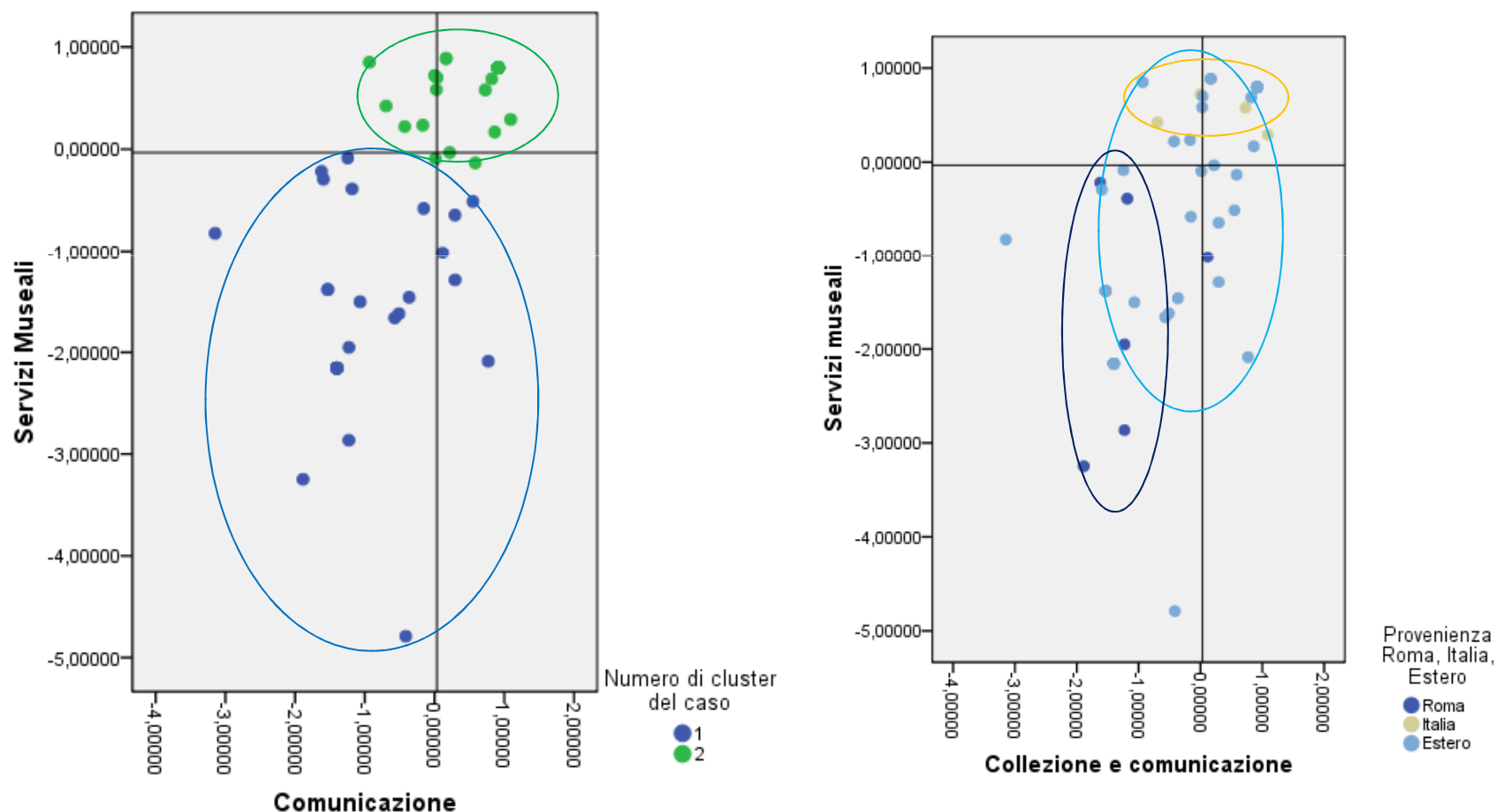
L'**analisi fattoriale** è una tecnica statistica che permette di ottenere **una riduzione della complessità del numero di variabili che spiegano un fenomeno**, aggregandole in delle macroaree.

Sono stati identificati statisticamente i seguenti 2 Fattori:



## Analisi multivariate: Fattoriale e Cluster Analysis

Come si rileva dal grafico, il Cluster 2 dei “Deliziati”, mostra un grande apprezzamento per i servizi mentre qualcuno è più critico sulla collezione e comunicazione, mentre il Cluster 1 dei “Soddisfatti” è più critico sui servizi museali e meno per il fattore collezione e comunicazione. A destra il grafico mette in evidenza che i turisti italiani sono soddisfatti dei servizi museali.



## APPREZZAMENTI

<b>MUSEO</b> stupendo, ben organizzato, bello il contrasto antico e moderna, luminoso, rilassante	25
<b>AUDIOGUIDA</b> unico dispositivo in più lingue, ottima, concisa, esaustiva	11
<b>VIDEO</b> ben fatto	3
<b>PERSONALE IN BIGLIETTERIA</b> complimenti	2
<b>SUPPORTI DIDATTICI</b> ottimi	1
<b>PULIZIA</b> ottima anche per i vetri	1
<b>Niente da migliorare</b>	<b>365</b>

## SUGGERIMENTI 1/2

**SUPPORTI DIDATTICI** mancano altre lingue (tedesco, francese, spagnolo, orientali) (38), poche informazioni storiche e di contestualizzazione dell'opera, sui personaggi e sui simboli, sui sacrifici, su Res Gestae (23), manca parte sulla costruzione moderna e Meyer (4), pannelli in posizioni scomode, non visibili, nascosti (6). **TOTALE 71 suggerimenti.**

**BIGLIETTO** troppo caro rispetto alle poche opere in visione (51), riduzioni per ragazzi, turisti e per famiglia e con biglietto ATAC (7). **TOTALE 58 suggerimenti.**

**DEPLIANT** in altre lingue (tedesco, francese, spagnolo) (24), informazioni scarse, aggiungere che il piano inferiore è chiuso se non ci sono mostre (11), altro (5). **TOTALE 40 suggerimenti.**

**SEGNALETICA ESTERNA** non si capisce che è il Museo dell'ara Pacis da via ripetta, poco evidente l'ingresso (26), altro (6). **TOTALE 32 suggerimenti.**

**CAFFETTERIA** manca il servizio di caffetteria. **TOTALE 30 suggerimenti.**

**COLLEZIONE** troppe poche opere: aggiungerne nel foyer e al piano inferiore; colorare il plastico dell'ara. **TOTALE 28 suggerimenti.**

## **SUGGERIMENTI 2/2**

**ORARI** prolungare fino alle 20 soprattutto nel we (13); anche apertura il lunedì (8). **TOTALE 21 suggerimenti**.

**SEGNALETICA INTERNA** aggiungere per indicare i bagni (10); altro (9): **TOTALE 19 suggerimenti**.

**POSTI A SEDERE** aumentare intorno ai laterali dell'Ara gli altri posti erano già pieni. **TOTALE 16 suggerimenti**.

**SUPPORTI DIGITALI/VIDEO** in altre lingue (13), aumentare supporti e tipologia (6), altro (4). **TOTALE 23 suggerimenti**.

**LIBRERIA** libri solo in italiano (6), poco fornita di souvenir e per bambini (7), altro (1). **TOTALE 14 suggerimenti**.

**AUDIOGUIDA** in varie lingue (tedesco, portoghese, olandese, orientali) (5), includere nel biglietto (5), altro (1). **TOTALE 11 suggerimenti**.

**GUARDAROBA** pochi armadietti (7), altro (1). **TOTALE 8 suggerimenti**.

**PARTI CHIUSE** rendere visibile piano inferiore, superiore e terrazza (5), altro (2). **TOTALE 7 suggerimenti**.

**PERSONALE IN SALA** poco cortese, rigido, non conosce lingue, poco visibile, non ha conoscenze sull'edificio. **TOTALE 7 suggerimenti**.

**ALTRO 25 suggerimenti**.

**TOTALE 409 Suggerimenti  
Al Museo dell'Ara Pacis 2013.**





22. **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*.....

23. **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*

24. **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:**  M    F

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

**Professione/Job:**

<input type="checkbox"/> impiegato-insegnante/ <i>employee-teacher</i>	<input type="checkbox"/> coadiuvante/ <i>family helper</i>
<input type="checkbox"/> dirigente/ <i>manager</i>	<input type="checkbox"/> apprendista/ <i>apprentice</i>
<input type="checkbox"/> direttivo-quadro/ <i>executive</i>	<input type="checkbox"/> casalinga/ <i>housewife</i>
<input type="checkbox"/> studente/ <i>student</i>	<input type="checkbox"/> operaio/ <i>workman</i>
<input type="checkbox"/> pensionato/ <i>retired</i>	<input type="checkbox"/> non occupato-in cerca di prima di occupazione/ <i>unemployed-first job seeker</i>
<input type="checkbox"/> libero professionista-imprenditore/ <i>freelance-businessman</i>	<input type="checkbox"/> lavoratore in proprio/ <i>self-employed</i>
<input type="checkbox"/> altro/other _____	

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