



LA DOMANDA DI PSICOLOGIA NELLA POPOLAZIONE ITALIANA

- Ricerca promossa dal CNOP e realizzata nell'ambito della Fondazione della Professione Psicologica Adriano Ossicini.
- Gruppo di ricerca:
 - A. Claudio Bosio (Fondazione Adriano Ossicini): responsabile del progetto
 - Edoardo Lozza (Dip. Psicologia, Univ. Cattolica) e Luca P. Vecchio (Dip. Psicologia, Univ. Milano-Bicocca): direttori della ricerca
 - Giulia Sesini (Dip. Psicologia, Univ. Cattolica) e Stefano Delbosq (Dip. Psicologia, Univ. Milano-Bicocca): ricercatori

Avvertenza- Riprese e citazioni da questa ricerca dovranno essere accompagnate dal seguente rinvio: Lozza, E., Vecchio, L.P., Sesini, G., Delbosq, S. & Bosio, A.C. (2026). *La domanda di psicologia nella popolazione italiana*. Roma: Fondazione Adriano Ossicini (www.fondazioneossicini.it)

Introduzione



La Fondazione della professione psicologica Adriano Ossicini con il contributo del Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi (CNOP) ha promosso una ricerca sulla domanda di psicologia in Italia.

La ricerca rappresenta il completamento di un percorso avviato con una rilevazione sugli psicologi che operano nel nostro Paese, già pubblicata (cfr., *Lo stato e le prospettive delle professioni psicologiche in Italia: IV Monitor 2023-2024*, <https://www.fondazioneossicini.it/monitor>).

Disegnando un percorso a due vie abbiamo inteso esplorare la pratica psicologica lungo una doppia prospettiva ancorata:

- a) all'offerta di prestazioni psicologiche (→ psicologi attivi nella professione),
- b) alla domanda di psicologia espressa dalla popolazione (→ utente finale attuale e potenziale).

Introduzione (segue)

Esplorare entrambi i punti di vista ci è sembrata una buona opzione per:

- contenere il limite di autoreferenzialità inevitabilmente insito nella visione di un solo attore;
- orientare la progettazione dell'offerta psicologica «su base di domanda», cioè a partire dal senso e dai percorsi avviati da chi si rivolge (o non) alla psicologia e agli psicologi.

Come già detto, questa pubblicazione concerne la ricerca dedicata alla domanda di psicologia, mentre quella sui professionisti psicologi è già fruibile sul sito della Fondazione. Questo rapporto, in particolare, si articola in tre sezioni:

- A** Una sintesi dei principali risultati accompagnata da alcune considerazioni finalizzate ad un loro sviluppo sul piano operativo (Executive Report);
- B** Una documentazione analitica dei risultati della ricerca (Rapporto tecnico);
- C** Una documentazione metodologica sugli strumenti di indagine adottati (Appendice).

A. EXECUTIVE REPORT: **SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI E CONSIDERAZIONI SULLA RICERCA**

A.0 Scopi e metodologia della ricerca

SCOPI

- Dimensionare e descrivere le articolazioni/segmentazioni della domanda (attuale/latente/«non-domanda»^o) presenti nella popolazione italiana:
 - La domanda attuale: contenuti, percorsi, esperienza di fruizione;
 - La domanda prospettica riferibile alla popolazione;
 - L'immagine e il valore sociale dell'offerta di psicologia;
 - Aspettative e prefigurazioni sul futuro dell'offerta di psicologia.

(^o) Domanda «attuale»: parte della popolazione che ha effettivamente e volontariamente fruito di una consultazione psicologica .

Domanda «latente»: parte della popolazione che ha espresso una propensione a consultare uno psicologo ma che non ha realizzato in concreto tale proposito.

«Non-domanda»: parte della popolazione che non ha mai preso in considerazione l'idea di consultare uno psicologo.

A.0 Scopi e metodologia della ricerca (segue)

METODOLOGIA

- Indagine svolta sulla popolazione italiana maggiorenne.
- Campione rappresentativo della popolazione (parametri di rappresentatività: età, sesso, regione, centro di residenza, istruzione, occupazione): N =2009.
- Questionario online (CAWI) veicolato su panel provider.
- Periodo di rilevazione: 28/4/2025 – 09/05/2025.

A.1 Domanda attuale/latente/«non-domanda» di psicologia: VIEW 2025 (I)

QUADRO GENERALE

- L'analisi comparata fra «domanda attuale» (consultato uno psicologo almeno una volta nella vita), «domanda latente» (ci ha pensato ma non attuato) e «non-domanda» (mai pensato) offre le seguenti stime di base:

	NON-DOMANDA (non ci ha pensato)	DOMANDA TOTALE		TASSO DI CONVERSIONE (domanda attuale / totale domanda)
		DOMANDA LATENTE (ci ha pensato ma non è andato)	DOMANDA ATTUALE (ci è effettivamente andato)	
DOMANDA DI PSICOLOGIA (TOTALE)	37% (18.5 milioni)	30% (15 milioni)	33% (16.5 milioni)	52%
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	46% (23 milioni)	27% (13.5 milioni)	27% (13.7 milioni)	50%
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI) (°)	87%° (43.5 milioni)	4%°° (2 milioni)	9%°°° (4.4 milioni)	70%
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	94% (47 milioni)	4% (2 milioni)	2% (1.2 milioni)	33%

- Di fatto, la domanda di psicologia che si attua in un comportamento di consultazione tende a equivalersi alla «domanda latente» (pensata ma non attuata). Da notare come il tasso di conversione (domanda potenziale → domanda attuale) aumenti nel caso di una consultazione dello psicologo per i figli e cada in riferimento ai genitori.

(°) In riferimento alle famiglie con figli e non al totale popolazione: ° 80%; °° 6%; °°° 14%.

A.1 Domanda attuale/latente/«non-domanda» di psicologia: VIEW 2025 (II)



I DRIVER PSICOSOCIALI DELLA DOMANDA

- La domanda attuale di psicologia si accentua in questi segmenti della popolazione:
 - donne;
 - giovani;
 - con istruzione elevata.
- L’impatto di queste variabili sulla domanda risulta però piuttosto contenuto (spiegando solo il 5% della varianza totale del fenomeno).
- Di fatto, la domanda attuale di psicologia tende a configurarsi come un fenomeno trasversale rispetto alle caratteristiche psicosociali della popolazione.

A.2 Domanda attuale per sé (I)

DIMENSIONI

<u>ALL TIME</u>	27% (13.7 milioni)	→	TASSO DI CONVERSIONE: 50%
<u>ULTIMI 12 MESI</u>	10% (5 milioni)		

MOTIVAZIONI ALLA CONSULTAZIONE

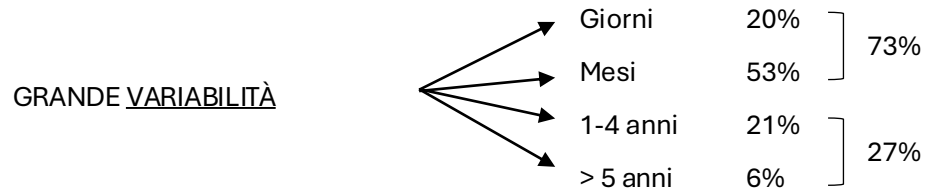
<u>DUE DRIVER INTERAGENTI</u>	→	Percezioni di difficoltà personali/relazionali
	→	Domanda di aiuto/supporto per stare meglio/capire/gestire la situazione

PERCORSO DI SCELTA

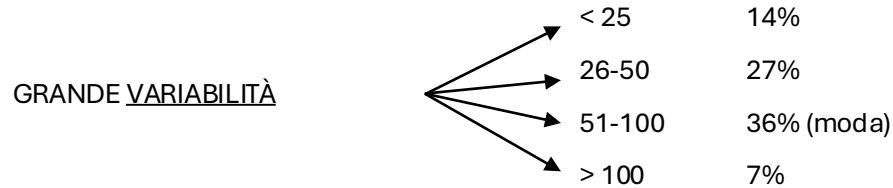
<u>DECISIONE</u>	→	<u>Autonoma</u> (65%)
	→	Influenti (familiari/amici: 20%, medico: 16%)
<u>SCELTA «PERSONALIZZATA»</u>	→	Specifico professionista (74%)
<u>AMBITO PRIVATO</u>	→	63% (scelta obbligata per il 13% data la carenza di welfare!)

A.2 Domanda attuale per sé (II)

DURATA DELLA CONSULTAZIONE



COSTO CONSULTAZIONE (SINGOLA) (€)



VALUTAZIONE COSTO

ADEGUATO	52%
ECESSIVO	32% (44% AMBITO PRIVATO)

A.2 Domanda attuale per sé (III)

SODDISFAZIONE

- VALUTAZIONE COMPLESSIVA ELEVATA
 - Molto + abbastanza 79%
 - Poco + per nulla 21%
- VALUTAZIONE ANALITICA

	PUNTI DI DEBOLEZZA (Molto + abbastanza: < 60%)	PUNTI POSITIVI MIGLIORABILI (Molto + abbastanza: >60%<80%)	PUNTI DI FORZA (Molto + abbastanza: > 80)
PRIORITARI →		<ul style="list-style-type: none"> • Risultato concreto ottenuto • Efficacia complessiva del percorso • Capacità dello psicologo nel fornire supporto/aiuto 	<ul style="list-style-type: none"> • Competenza del professionista • Affidabilità del professionista
SECONDARI →		<ul style="list-style-type: none"> • Costo del percorso 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificazione e comprensione del problema • Rispetto degli incontri e dei tempi concordati • Contesto in cui è avvenuto l'incontro (modalità, regole) • Accoglienza

A.3 Domanda attuale per i figli (I)

DIMENSIONI

ALL TIME

**TOTALE
CAMPIONE**

9%

CHI HA FIGLI

14% (4.4 MILIONI)

→ ALTO TASSO DI CONVERSIONE
DELLA DOMANDA:
70%

MOTIVI DELLA CONSULTAZIONE

AMPIO SPETTRO DI MOTIVI

Disagi generali (emotivi, relazionali)

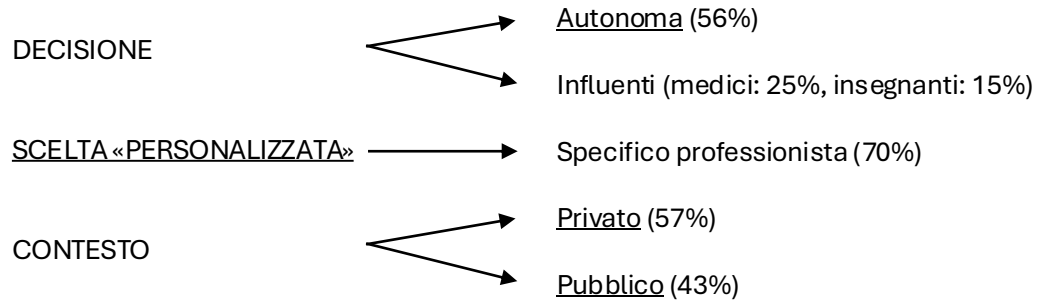
Disagi «focali» (crescita, disturbi alimentari, dipendenze,...)

Scuola (apprendimento/disinteresse,...)

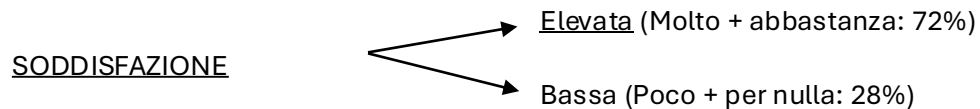
Crisi familiare (separazione/lutto,...)

A.3 Domanda attuale per i figli (II)

PERCORSO DI SCELTA



QUALITÀ DELL'ESPERIENZA



A.4 Domanda attuale per i genitori (I)

DIMENSIONI

ALL TIME **TOTALE CAMPIONE**
2% (1.2 MILIONI) → BASSO TASSO DI CONVERSIONE DELLA DOMANDA:
33%

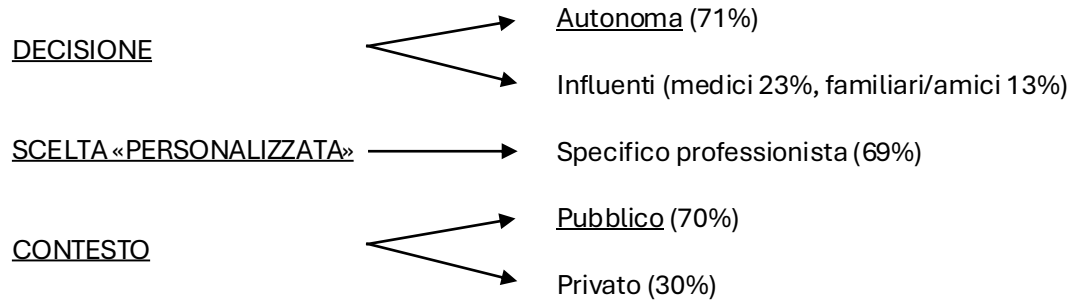
MOTIVI DELLA CONSULTAZIONE

AMPIO SPETTRO DI MOTIVI →

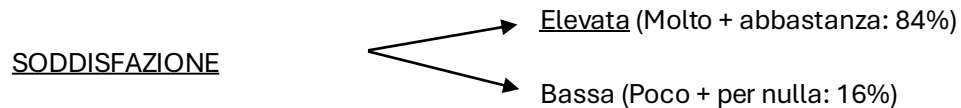
- Disagi generali (umore, stress, relazionali)
- Disagi «focali» (cognitivi, comportamentali, dipendenze)
- Eventi traumatici (malattia, lutto, separazione)

A.4 Domanda attuale per i genitori (II)

PERCORSO DI SCELTA



QUALITÀ DELL'ESPERIENZA




A.5 Domanda attuale per sé/per i figli/per i genitori: UN CONFRONTO - QUADRO DI SINTESI (I)




Il confronto è fatto solo negli indicatori comparabili.

	Domanda per sé	Domanda per i figli	Domanda per i genitori
DIMENSIONI ALL TIME	27% (13.7 milioni)	9% (4.4 milioni)	2% (1.2 milioni)
TASSO DI CONVERSIONE (domanda potenziale → domanda attuale)	Medio (50%)	Alto (70%)	Basso (33%)
DECISIONE (influenti: familiari, medici, insegnanti)	> <u>Autonoma</u> (65%) < Influenti	<u>Autonoma</u> (56%) e <u>Influenti</u>	> <u>Autonoma</u> (69%) < Influenti
SCELTA	> <u>Psicologo specifico</u> (74%) < Struttura / centro	> <u>Psicologo specifico</u> (70%) < Struttura / centro	> <u>Psicologo specifico</u> (69%) < Struttura / centro
CONTESTO	> <u>Privato</u> (63%) < Pubblico	<u>Privato</u> (57%) e <u>Pubblico</u> (43%)	> <u>Pubblico</u> (70%) < Privato
SODDISFAZIONE	<u>Alta</u> (79%)	<u>Alta</u> (72%)	<u>Alta</u> (84%)

A.5 Domanda attuale per sé/per i figli/per i genitori: UN CONFRONTO - QUADRO DI SINTESI (II)

In sintesi, accanto ad alcune significative comunalità inter-segmento, si osservano specificità così schematizzabili:

COMUNALITÀ INTER-SEGMENTO

<ul style="list-style-type: none">• Scelta di uno <u>psicologo specifico</u> («orientamento personale»)• <u>Soddisfazione elevata</u> post-consultazione (70-80%)

	VARIAZIONI FRA SEGMENTI		
	SÉ	FIGLI	GENITORI
			
Tasso di conversione (dom. potenziale → dom. attuale)	Medio (50%)	Alto (70%)	Basso (33%)
Decisione per la consultazione	> Autonoma	Autonoma e influenti (medici, insegnanti)	> Autonoma
Contesto della consultazione	> Privato	Privato e pubblico	> Pubblico

A.6 La domanda latente

DIMENSIONI

«Ho pensato di andare dallo psicologo
ma non l'ho fatto» 27%
(13.5 milioni)

MOTIVI DELLA MANCATA CONSULTAZIONE

- Economici (46%)
- Propensione a «fare da sé» (37%)
- Difficoltà ad affrontare il problema (21%)
- Difficoltà a intercettare un professionista (17%)

ACCENTUAZIONI NEI SEGMENTI

- Giovani
- Nelle Isole

A.7 La non-domanda

DIMENSIONI

«Non ho mai pensato di rivolgermi ad uno psicologo»

46%
(23 milioni)

ACCENTUAZIONI NEI SEGMENTI

- Uomini
- Over 55 anni
- Minore livello di istruzione
- Non occupati

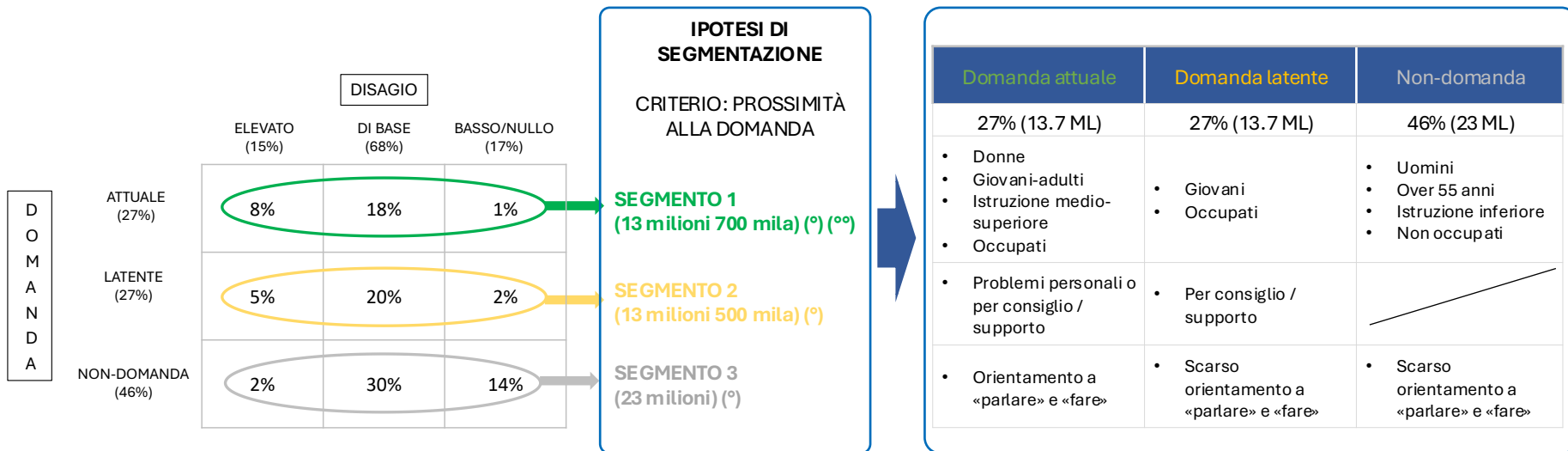
A.8 Segmentazione attuale e prospettica della domanda di psicologia (I)

- La ricerca ha sondato un'ipotesi di segmentazione basata su due indicatori:
 - Sviluppo / articolazione della domanda di psicologia (attuale / latente / non-domanda);
 - Esperienza di disagio psichico (grado e forme di sofferenza psicologica vissute nel recente periodo).
- L'incrocio fra i due indicatori articola la popolazione come segue:

		DISAGIO		
		ELEVATO (15%)	DI BASE (68%)	BASSO/NULLO (17%)
D O M A N D A	ATTUALE (27%)	8%	18%	1%
	LATENTE (27%)	5%	20%	2%
	NON-DOMANDA (46%)	2%	30%	14%

A.8 Segmentazione attuale e prospettica della domanda di psicologia (II)

- La distribuzione dei dati mostra come la variabilità inter-celle dipenda soprattutto dai percorsi di costruzione della domanda piuttosto che dal livello di sofferenza psichica sperimentata dai soggetti.
- Ciò porta a proporre - ai fini di una gestione attuale e prospettica del fenomeno - una segmentazione basata sui percorsi di costruzione della domanda e articolata secondo criteri di prossimità alla attualizzazione della domanda.



(°) Proiezione sull'universo della popolazione italiana >18 anni (n=50 milioni - Fonte: ISTAT)

(°°) Ultimi 12 mesi: 5 milioni circa

A.9 Oltre la domanda: i contesti di scambio con lo psicologo



Al di là delle motivazioni personali e private che portano (o non) ad una consultazione dello psicologo, il 39% degli intervistati (19.5 milioni) ha avuto altre interazioni / incontri con psicologi in vari contesti di scambio. Fra questi:

- scuola
- ospedale
- area «formazione»
- area «»lavoro»-aziendale

Per circa un quarto della popolazione (11.5 milioni) si tratta dell'unica esperienza che media la figura dello psicologo: un canale (pubblico e socialmente partecipato) decisamente rilevante (quasi quanto quello personale-privato) ai fini della rappresentazione della professione psicologica nella popolazione.

A.10 L'immagine della professione psicologica

REPUTAZIONE SOCIALE (FIDUCIA E PRESTIGIO)



- Rispetto al contesto delle varie professioni, il lavoro dello psicologo si colloca in posizione intermedia (né alta, né bassa) nella valutazione della sua reputazione sociale.

CODICI DI IMMAGINE



- L'esplorazione in profondità evidenzia tre ancoraggi di base della professione psicologica:
 - Focus sulla mente;
 - Presa in carico dei problemi;
 - Offerta di aiuto/supporto per la loro gestione.
- Ad un livello più superficiale (meno consolidato nella rappresentazione) si osserva un quarto codice:
 - Orientamento alla promozione del benessere/delle capacità (non solo cura).

VALORE DELLA PROFESSIONE



- L'attribuzione di valore alla professione è elevata (70%).
- Punti di forza prioritari a sostegno della valutazione sono:
 - L'utilità sociale della professione;
 - Il suo fondamento scientifico e il riconoscimento di un buon supporto formativo;
 - La possibilità di capire il senso e il valore dell'offerta (cosa offre).
- Non emergono rilevanti punti di debolezza.

A.11 Il futuro della professione: sentiment e prefigurazioni

- Sorretta da un sentiment largamente positivo (71%), il futuro della professione psicologica è prefigurato in espansione, soprattutto per quelle aree di attività ritenute di maggiore utilità.
- Il profilo è ricco di potenziali sviluppi ad ampio raggio:
 - Offerta di aiuto, diagnosi, riabilitazione;
 - Interventi di sostegno in vari contesti (emergenze, ospedale, consultorio, comunità...);capa
 - Interventi nella scuola;
 - Presenza nel sociale con attività di prevenzione/promozione della salute.
- L'approfondimento di alcuni punti topici:
 - Non si osservano particolari criticità di orientamento nella ricerca di uno psicologo («saprei dove rivolgermi/trovarlo»);
 - Anche la disponibilità alla spesa per una consultazione appare sufficientemente in linea con la realtà attuale, anche se sottodimensionata rispetto ad essa;
 - La prospettiva di una relazione personale prossimale con lo psicologo appare di gran lunga preferibile rispetto ad uno scenario di consultazione strutturato a distanza;
 - L'ipotesi di una presenza dell'Intelligenza Artificiale (IA) nell'attività di consultazione ottiene accoglimenti minoritari ma non irrilevanti, soprattutto se gestita in modalità «blended»;
 - Quasi plebiscitario infine il favore riservato all'offerta dello psicologo di base nell'ambito del Sistema Sanitario Nazionale.

A.12 Considerazioni sui risultati (I)

Alla ricerca sulla «Domanda di psicologia» nella popolazione italiana è stata assegnata una doppia finalità:

- coprire un vuoto informativo sull'utenza (attuale e potenziale) di prestazioni psicologiche, offrendone una lettura articolata non solo sul piano dei comportamenti ma anche su quello delle dinamiche e dei processi che la portano a configurarsi come tale;
- sviluppare uno strumento di comprensione dell'utenza «su base di domanda». Ciò al fine di favorire un'interazione virtuosa fra domanda e offerta di psicologia nella progettazione strategica della professione.

In questa prospettiva la ricerca si propone come un «testo aperto» con cui confrontarsi nell'attività di progettazione/indirizzo della professione.

Accenniamo qui ad alcuni spunti suggeriti dall'indagine. Altri potranno essere colti e supportati da chi vorrà cimentarsi nella lettura dei risultati.

A.12 Considerazioni sui risultati (II)

LE DIMENSIONI E LA SEGMENTAZIONE DELL'UTENZA

- Osserviamo un'utenza «attuale» e «potenziale» di ampie dimensioni che ormai riguarda in modo strutturale e strutturante consistenti fasce della popolazione equi-divise nei due segmenti (circa 13.5 milioni ciascuna).
- Ricordiamo che la segmentazione poggia su diversi percorsi di costruzione della domanda piuttosto che su una differenziazione fra livelli di disagio.



- Ai percorsi di costruzione della domanda, dunque, pare opportuno fare attenzione per un buon management dell'utenza (attuale e potenziale) di psicologia e per un efficace design dell'offerta.

A.12 Considerazioni sui risultati (III)

LE CARATTERISTICHE DEL PERCORSO: CONTESTO PRIVATO E/O PUBBLICO

- Il percorso di costruzione della domanda mostra diversi snodi da approfondire nel loro significato.
- Fra questi, certamente l'opzione fra contesto privato o pubblico che si pone a chi va in cerca di uno psicologo.
- È un tema certamente su cui riflettere anche perché si intreccia con l'orientamento a sviluppare un contatto personale con un professionista (anziché con un'organizzazione di servizi) oggi nettamente prevalente nella mappa orientativa dell'utenza.
- E tuttavia la scelta del privato risulta essere anche una condizione imposta dalle carenze del welfare. Carenze indirettamente segnalate anche dal peso economico di una consultazione privata, ritenuto eccessivo e fattore impedente per fasce non trascurabili della popolazione; motivo non secondario per cui la «domanda latente» non si trasforma in «domanda attuale»).



- Insomma una riflessione sull'offerta veicolata dal welfare sembra opportuna: non solo per le difficoltà economiche ad accedere ad un'offerta privata ma anche per la debolezza del pubblico servizio ad incrociare la domanda dell'utenza e a fungere da segnale di orientamento per l'utenza nell'attivare un percorso di domanda.

A.12 Considerazioni sui risultati (IV)

LE CARATTERISTICHE DEL PERCORSO: VARIABILITÀ

- Lo sviluppo attuativo della domanda presenta una grande variabilità di percorso.
- Due indicatori al riguardo:
 - la durata della consultazione (da pochi giorni a diversi anni);
 - il costo della consultazione (da 25€ a 100€ o più).
- Si tratta forse di un pluralità dotata d'una sua ragionevolezza intrinseca.
- Il punto, però, è di mettere ordine nella costruzione sociale dell'offerta.



- Detto altrimenti, non offriamo un solo servizio di psicologia ma una linea di servizi; il che sollecita una buona rappresentazione della articolazione differenziale dell'offerta, a supporto di una buona risposta interpretativa della domanda.

A.12 Considerazioni sui risultati (V)

LE CARATTERISTICHE DEL PERCORSO: L'ESPERIENZA DI CONSULTAZIONE

- Ad oggi l'esperienza di consultazione si rivela soddisfacente per gran parte dell'utenza (79%), un punto da approfondire e valorizzare.
- Ad oggi possiamo dire che:
 - le capacità di fornire supporto/aiuto, competenza e affidabilità del professionista si configurano come punti forza prioritari di questa esperienza...
 - ...rivelando un profilo professionale (ancorché migliorabile) che non presenta evidenti punti di debolezza.



- Come capitalizzare e mettere a valore una realtà esperienziale personale-privata nella costruzione sociale del valore della professione?

A.12 Considerazioni sui risultati (VI)

LE CARATTERISTICHE DEL PERCORSO: DOMANDA PER SÉ/PER I FIGLI/PER I GENITORI

- Abbiamo descritto un'articolazione di percorso legata al network familiare oltretutto a se stessi.
- Si tratta di percorsi che sollecitano significative diversità di modulazione.
- Rimandiamo per questo ai dati della ricerca.
- Qui ci preme soltanto richiamare una difficoltà di conversione della domanda potenziale in attuale per quanto concerne il segmento «genitori» (33%). Ciò, in presenza di segnali di disagio non trascurabili.



- Come superare una certa inerzia che sembra emergere nella gestione di questo segmento? (Anche a fronte dello scenario prefigurato dall'andamento demografico della popolazione).

A.12 Considerazioni sui risultati (VII)

PREFIGURARE LA DOMANDA POTENZIALE

- Abbiamo già sottolineato l'opportunità di segmentare l'utenza su base di domanda.
- In questo senso, la ricerca indica che segmenti della popolazione da focalizzare prioritariamente nella prefigurazione della domanda futuribile di psicologia:
 - la domanda attuale;
 - la domanda latente (pensata ma non attuata).
- Si tratta di due segmenti che prospettano due dinamiche di approccio differenti.



- Come capitalizzare l'esperienza (positiva) di una consistente fascia della popolazione?
- Come sostenere la disclosure di una domanda implicita?

A.12 Considerazioni sui risultati (VIII)

ATTENZIONE AI CONTESTI «PUBBLICI» DI SCAMBIO CON LO PSICOLOGO

- Al di là del percorso di consultazione avviato per ragioni personali e private:
 - circa il 40% degli intervistati (19.5 milioni) ha incontrato uno psicologo in contesti di scambio pubblici (scuole, ospedale, esperienze di formazione, area lavoro-aziendale);
 - per circa la metà di essi (11.5 milioni) si tratta dell'unico canale di incontro con la professione psicologica.



- Siamo dunque di fronte a un fenomeno di peso nella costruzione sociale dell'offerta psicologica...
- ...tutto da approfondire nelle modalità di gestione in relazione all'impatto che ha sulla rappresentazione della professione psicologica.

A.12 Considerazioni sui risultati (IX)

IL CAPITALE DI IMMAGINE DELLA PROFESSIONE PSICOLOGICA

- Esplorata con diversi approcci, l'immagine della professione psicologica si regge su una rappresentazione:
 - ben ancorata nei fondamenti (focus sulla mente, presa in carico dei problemi, offerta di aiuto/supporto);
 - riconosciuta nel valore dei suoi attributi (a cominciare dal riconoscimento della sua utilità sociale).
- Si tratta di valori radicati nella rappresentazione privata ma che sembrano incontrare qualche difficoltà a transitare sul piano della rappresentazione sociale della professione (oggi posizionata in un'area intermedia «senza infamia e senza lode»).



- Come capitalizzare sul piano pubblico il valore della prestazione professionale sperimentato nell'esperienza di consultazione privata?

A.12 Considerazioni sui risultati (X)

GUARDANDO AL FUTURO DELLA PROFESSIONE

- Al di là delle domande e degli interrogativi che abbiamo aperto, l'esplorazione della domanda di psicologia sembra alla fine consegnarci due nuovi viatici per la professione:
 - un sentiment largamente positivo circa un suo futuro in espansione;
 - la disponibilità ad articolare il futuro professionale entro un'ampia gamma di contenuti e di servizi;
- Un atout da leggere e interpretare nella gestione dei diversi posizionamenti su cui si articola l'offerta di psicologia (si veda al riguardo anche il IV Monitor-2024, sullo stato e sulle prospettive delle professioni psicologiche in Italia realizzato dalla Fondazione Adriano Ossicini).



- Intrecciare le visioni della domanda e dell'offerta nella progettazione futura della professione psicologica

B. RAPPORTO TECNICO: Documentazione dei risultati

	Tavole (pag.)		Tavole (pag.)
Scopi, obiettivi e metodologia della ricerca	B.0 (37)	La domanda latente	B.6 (99)
Le dimensioni della domanda: attuale / latente / non-domanda	B.1 (46)	La non-domanda	B.7 (106)
Caratteristiche della domanda attuale: per sé	B.2 (55)	La segmentazione della domanda attuale e prospettica di psicologia: una proposta	B.8 (111)
Caratteristiche della domanda attuale: per i figli	B.3 (75)	Oltre la domanda: i contesti di scambio con lo psicologo	B.9 (125)
Caratteristiche della domanda attuale: per i genitori	B.4 (84)	L'immagine della professione psicologica	B.10 (131)
Domanda attuale per sé, per i figli e per i genitori: un confronto	B.5 (92)	Il futuro della professione: sentiment e prefigurazioni	B.11 (153)

B.0. SCOPI, OBIETTIVI E METODOLOGIA DELLA RICERCA

B.01 Gli scopi della ricerca (I)

Il progetto si propone di valutare lo stato e le prospettive delle professioni psicologiche dal punto di vista della «domanda», ossia dei destinatari attuali e potenziali dei servizi e delle prestazioni professionali di carattere psicologico.

Nello specifico, la ricerca si propone di:

1

Dimensionare e descrivere la domanda attuale di prestazioni psicologiche espressa dalla popolazione italiana

2

Stimare la domanda latente e la «non domanda» di prestazioni psicologiche nella popolazione italiana

3

Esplorare l'immagine e la rappresentazione dello psicologo presenti nell'opinione pubblica

4

Stimare le potenzialità di sviluppo delle professioni psicologiche a partire dalle opportunità e dai vincoli rintracciabili nella domanda attuale e latente

B.01 Gli scopi della ricerca (II)

Nota.

Nella presentazione della ricerca viene adottata la seguente classificazione della «domanda».

DOMANDA ATTUALE	«Ha pensato di rivolgersi a uno psicologo e l'ha effettivamente consultato» (nel corso della vita/negli ultimi 12 mesi)
DOMANDA LATENTE	«Ha pensato di rivolgersi ad uno psicologo ma non è seguita una consultazione»
«NON-DOMANDA»	«Non ha mai pensato di rivolgersi ad uno psicologo»

L'analisi della «domanda», in particolare, è stata sviluppata in relazione ai seguenti target destinatari dell'intervento.

DOMANDA «PER Sé»	Domanda diretta
DOMANDA «PER I FIGLI»	Domanda mediata
DOMANDA «PER I GENITORI»	Domanda mediata

B.02 Temi di indagine

La domanda attuale



- Stima quantitativa della domanda (diretta e mediata: per sé, per i figli, per i genitori)
- Modalità, forme, contenuti della domanda e risultati dell'esperienza di consultazione
- Contesti di incontro con lo psicologo (pubblico e privato)

La domanda latente e la non-domanda



- Stima e analisi della domanda latente e della non-domanda

Segmentazione della domanda e stima della domanda attuale e potenziale



- Modello di segmentazione della domanda attuale e potenziale

Oltre la domanda: altre modalità di incontro con lo psicologo



- Forme indirette di incontro con lo psicologo mediate da committenti «terzi»

L'immagine dello psicologo



- Confronto con altre professioni
- Rappresentazione spontanea
- Rappresentazione guidata

Il futuro delle professioni psicologiche



- Domanda futura: attese
- Prefigurazioni dello sviluppo della professione psicologica

B.03 Metodologia della ricerca^o (I)

Progettazione



- Progettazione operativa sviluppata sulla base delle linee guida definite dal responsabile designato dalla Fondazione Adriano Ossicini
- Approvazione del progetto da parte della Commissione Etica dell'Università Cattolica

Popolazione di riferimento



- Universo di riferimento: popolazione italiana maggiorenne
- N = ~50 milioni (fonte: ISTAT, 2025)

Campione



- N = 2.009
- Parametri di riferimento:
 - Genere incrociato con età;
 - Regione di provenienza;
 - Ampiezza centro di residenza;
 - Titolo di studio;
 - Status occupazionale.

B.03 Metodologia della ricerca (II)

La rilevazione



- Questionario online (CAWI) veicolato tramite panel provider
- Periodo di rilevazione: dal 28/04/2025 al 09/05/2025 (due settimane)

Lo strumento



- Questionario strutturato (vedi Appendice)

Campione teorico e campione rilevato



- La rilevazione ha originato un campione reale con un'eccellente sovrapposizione rispetto a quello atteso:
 - Le differenze tra campione teorico e rilevato risultano infatti inferiori a $\pm 3\%$ (a eccezione del parametro 'istruzione' dove si osservano scostamenti pari a circa il 10%^o)
- Si è comunque provveduto con opportune ponderazioni alla perfetta sovrapposizione fra i due campioni, considerando i parametri di riferimento (efficienza statistica post-ponderazione: 85%)

^o Il fenomeno è usuale nelle indagini tramite panel provider.

B.04 Descrizione del campione (I)

Genere, età, istruzione, figli

	Campione teorico	Campione rilevato (n= 2.009) ^o	Δ (R-T)
<u>Sesso</u>	%	%	
Maschi	48,5	47,6	-0,9
Femmine	51,5	52,1	0,6

	%	%	
<u>Età</u>			
Fino a 24 anni	8,3	7,2	-1,1
25 – 34 anni	12,5	11,2	-1,3
35 – 44 anni	13,9	14,8	0,9
45 – 54 anni	17,8	19,0	1,2
55 – 64 anni	18,5	19,9	1,4
Oltre 65 anni	29,0	27,9	-1,1

	%	%	
<u>Istruzione</u>			
Licenza media o elementare	44,8	35,1	-9,7
Diploma di scuola superiore	37,8	45,5	7,7
Laurea	17,4	19,4	2

	Totale rispondenti (n= 2.009)
<u>Figli</u> ^{oo}	%
Non ha figli	38
Ha figli	62
<u>Età dei figli</u>	
Fino a 1 anno	1
1-5 anni	6
6-11 anni	11
12-14 anni	7
15-17 anni	8
Oltre 18 anni	42

^o 5 soggetti hanno indicato «Non binario»

^{oo} Variabile non usata come para metro di ponderazione

B.04 Descrizione del campione (II)

Regione di residenza, ampiezza centro di residenza

	Campione teorico	Campione rilevato (n= 2.009)	Δ (R-T)
<u>Regione di residenza</u>	%	%	
Abruzzo	2,2	2,5	0,3
Basilicata	0,9	1,1	0,2
Calabria	3,2	2,8	-0,4
Campania	9,6	7,4	-2,2
Emilia-Romagna	7,4	7,5	0,1
Friuli-Venezia Giulia	2,0	2,7	0,7
Lazio	9,7	8,7	-1
Liguria	2,5	2,6	0,1
Lombardia	16,8	17,1	0,3
Marche	2,5	2,3	-0,2
Molise	0,5	0,4	-0,1
Piemonte	7,2	7,4	0,2
Puglia	6,7	8,4	1,7
Sardegna	2,8	3,3	0,5
Sicilia	8,2	8,0	-0,2
Toscana	6,2	6,5	0,3
Trentino-Alto-Adige	1,8	1,3	-0,5
Umbria	1,4	0,9	-0,5
Valle d'Aosta	0,2	0,2	0
Veneto	8,2	8,8	0,6

	Campione teorico	Campione rilevato (n= 2.009)	Δ (R-T)
<u>Ampiezza centro</u>	%	%	
Fino 5.000 abitanti	16,0	16,8	1,8
5-50.000 abitanti	50,0	48,1	-1,9
50-100.000 abitanti	11,0	11,6	0,6
oltre i 100.000 abitanti	23,0	23,4	0,4

B.04 Descrizione del campione (III)

Status occupazionale, professione, reddito

	Campione teorico	Campione rilevato (n= 2.009)	Δ (R-T)
Status occupazionale	%	%	
Occupato	56,1	53,3	-2,8
Non occupato	43,9	46,7	2,8

	Totale rispondenti (n= 2.009)
Professione ^{oo}	%
Dipendente (pubblico/privato)	44
Lavoratore-trice autonomo-a / libera professione	8
Imprenditore-trice / Commerciante	2
Studente-ssa	4
Casalingo-a	12
Disoccupato-a	7
Pensionato-a	23

	Totale rispondenti (n= 2.009)
Reddito annuo lordo del nucleo familiare ^{oo}	%
Meno di 10.000€	10
10-25.000€	26
25-40.000€	29
40-55.000€	10
Oltre 55.000€	11
Preferisco non rispondere / non so	14

^{oo} Variabile non usata come parametro di ponderazione

B.1. LE DIMENSIONI DELLA DOMANDA: ATTUALE / LATENTE / NON-DOMANDA

STIMA (tavole B.1.2 – B.1.3)

- In generale circa 2 italiani su 3 hanno pensato di consultare uno psicologo (per sé e per familiari) almeno una volta nella vita.
- Di fatto, circa 1 italiano su 3, pari a circa 16 milioni e 500 mila persone, dichiara di essersi rivolto effettivamente a uno psicologo per sé o per altri in qualche momento della propria vita:
 - La maggior parte (27%) per ragioni personali;
 - Una quote minore per i figli (9% °);
 - Più marginale la richiesta per i genitori (2%).
- In generale, il rapporto tra coloro che ipotizzano di consultare uno psicologo e chi effettivamente si reca da un professionista è pari a circa il 52%:
 - il rapporto si accentua per quanto riguarda la domanda di prestazioni per i figli (tasso di conversione: 70%)...
 - ...mentre diminuisce per la domanda per i genitori (tasso di conversione: 33%).

PROFILO (tavole B.1.4 – B.1.5)

- La domanda attuale di prestazioni psicologiche presenta variazioni in relazione al profilo socio-demografico dell'utenza e, di fatto, la domanda cresce:
 - Presso le donne;
 - Nei segmenti di età giovane;
 - Nelle persone con istruzione medio-superiore o laureati;
 - Tra chi ha un'occupazione.
- Un'analisi di regressione logistica evidenzia la significatività statistica delle relazioni fra domanda e sesso, età e istruzione. Va tuttavia notato come il peso complessivo di queste variabili socio-demografiche nel determinare il profilo della domanda attuale sia modesto (spiegando solo il 5% della domanda di consultazione).

B.1.2 La domanda di prestazioni psicologiche

(Base: totale campione, n=2009)

D4. Lei personalmente ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? Ed è poi andato/a?

D25. Ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo per altre persone?

[D28-35. In ogni caso, si è mai effettivamente rivolto/a a uno psicologo per i suoi [figli/genitori]??]

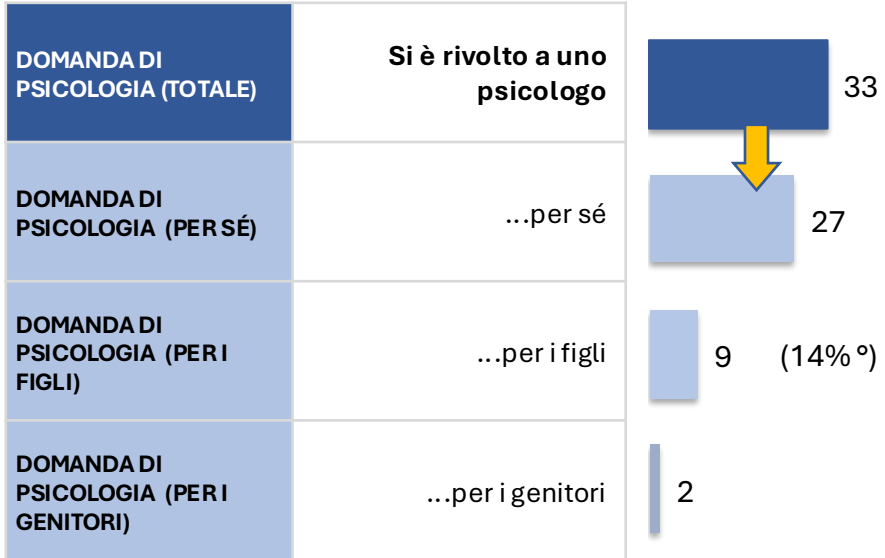
	DOMANDA TOTALE (ci ha almeno pensato)	DOMANDA ATTUALE (ci è effettivamente andato)	TASSO DI CONVERSIONE	NON-DOMANDA (non ci ha pensato)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (TOTALE)	63% (1273)	33% (666)	52%	37% (736)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	54% (1089)	27% (551)	50%	46% (920)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI)	13% ^o (251)	9% ^{oo} (177)	70%	87% ^{ooo} (1758)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	6% (125)	2% (48)	33%	94% (1884)

In riferimento alle sole famiglie con figli:

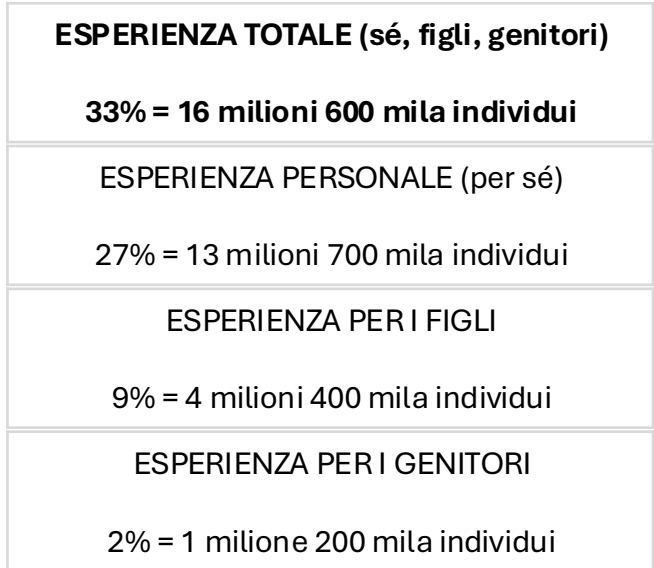
^o 20%; ^{oo} 14%; ^{ooo} 80%

B.1.3 La domanda attuale di prestazioni psicologiche

(Base: totale campione, n=2009)



PROIEZIONI ASSOLUTE °°

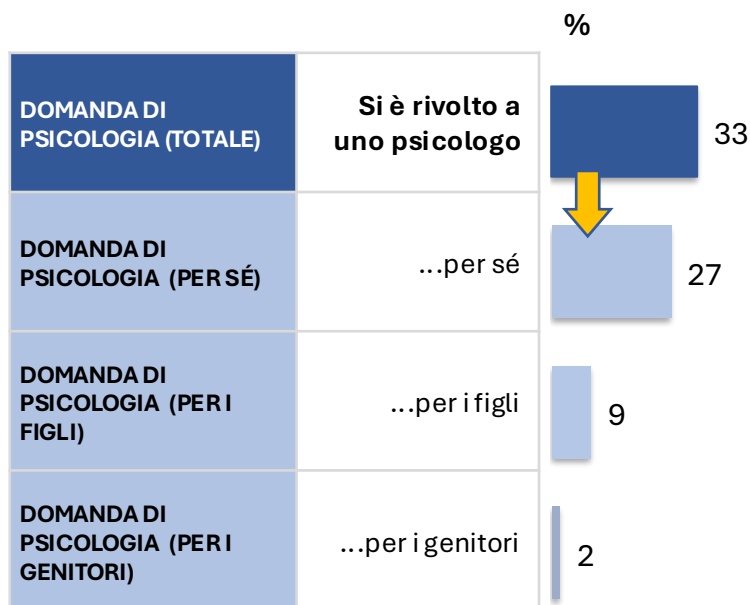


° Base= individui con figli

°° Proiezione sull'universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

B.1.4 Profilo dell'utenza attuale (I)

(Base: totale campione, n= 2009)

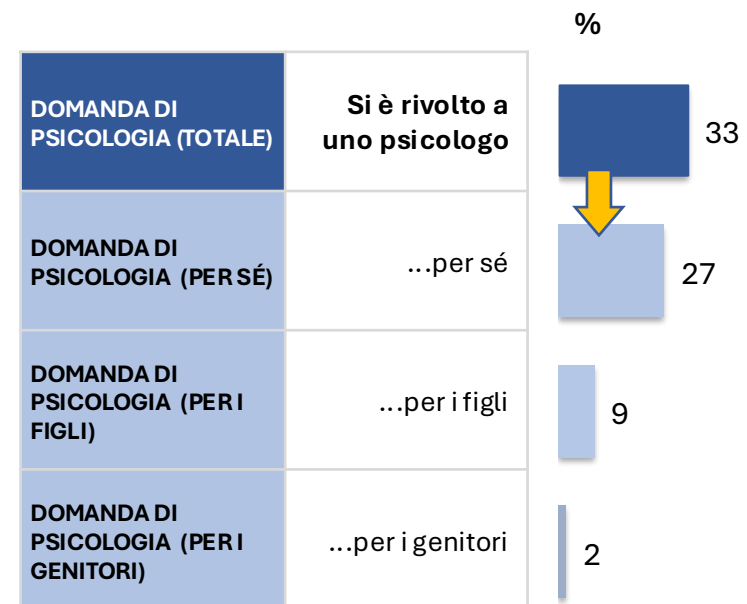


GENERE		ETÀ					
Maschio (N=971)	Femmina (N=1033)	18-24 anni (N=167)	25-34 anni (N=253)	35-44 anni (N=279)	45-54 anni (N=356)	55-64 anni (N=370)	Oltre 65 anni (N=583)
29	37	44	38	38	38	36	21
23	32	43	36	36	28	26	16
8	9	2	2	9	15	14	7
3	2	8	4	3	1	2	0

La domanda di psicologia nella popolazione italiana
 Differenze positive/negative significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.1.4 Profilo dell'utenza attuale (II)

(Base: totale campione, n= 2009)

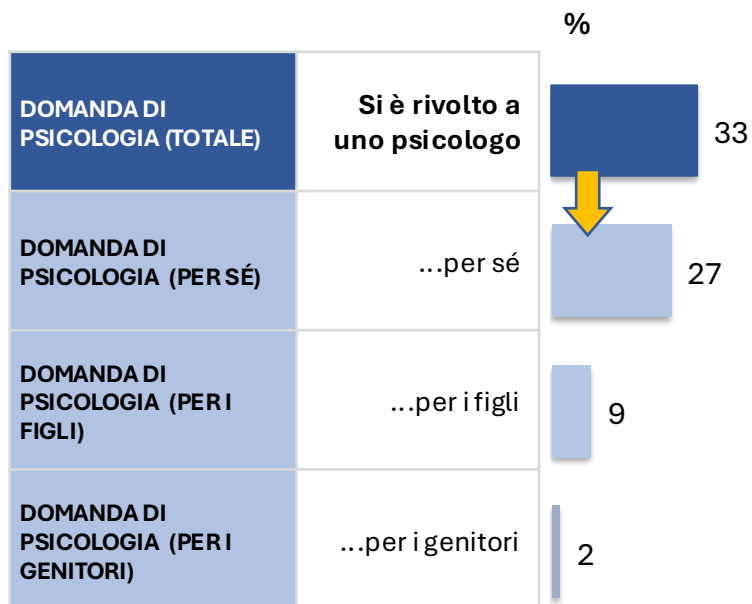


	AREA GEOGRAFICA					ISTRUZIONE		
	Nord-ovest (N=536)	Nord-est (N=390)	Centro (N=398)	Sud (N=465)	Isole (N=220)	Elementare o media inferiore (N=903)	Media superiore (N=765)	Laurea (N=342)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (TOTALE)	35	32	37	34	22	28	36	39
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	28	28	31	27	20	21	32	35
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI)	10	7	9	10	5	11	7	7
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	2	2	3	3	1	1	3	5

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).
La domanda di psicologia nella popolazione italiana

B.1.4 Profilo dell'utenza attuale (III)

(Base: totale campione, n= 2009)



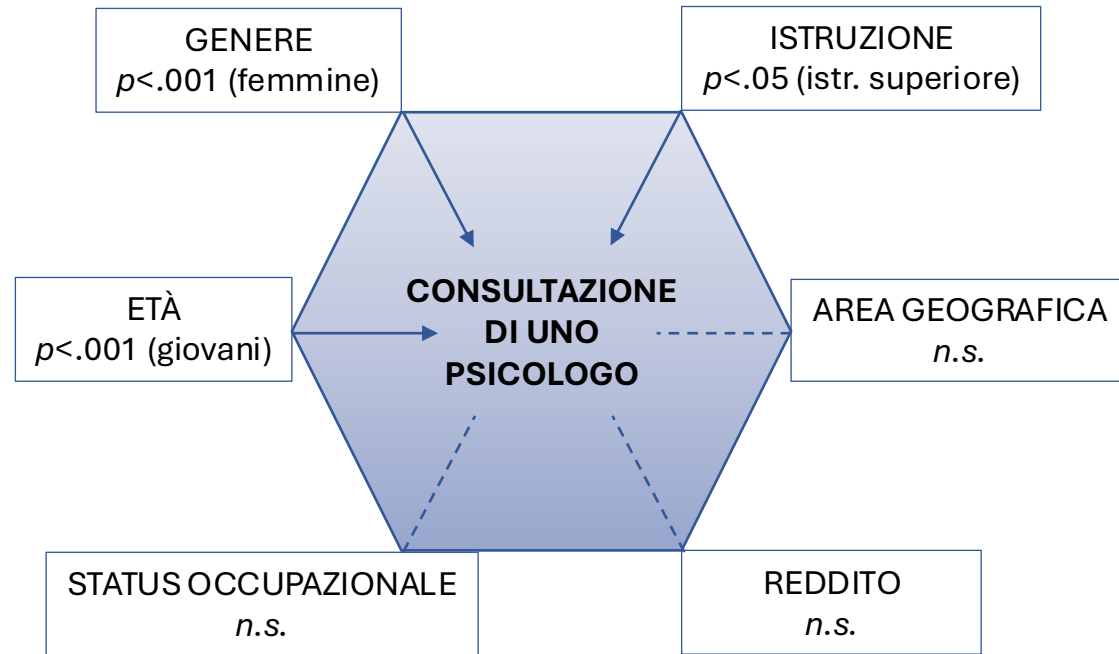
STATUS OCCUPAZIONALE		REDDITO				
Occupato/a (N=1125)	Non occupato/a (N=884)	Fino a 10.000€ (N=202)	Tra 10 e 25.000€ (N=546)	Tra 25 e 40.000€ (N=580)	Oltre 40.000€ (N=406)	Non risponde (N=275)
36	29	38	32	32	35	32
30	24	33	27	26	28	28
10	7	8	8	10	10	7
3	2	2	2	2	5	1

La domanda di psicologia nella popolazione italiana al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.1.5 L'impatto delle caratteristiche socio-demografiche sul profilo di utenza attuale dello psicologo

(Base: totale campione, n=2009)

Regressione logistica (°):
 $R^2 = .05$



° La regressione logistica permette di stimare l'influenza di una o più variabili indipendenti di natura nominale o continua (in questo caso i fattori socio-demografici) su una variabile dipendente (l'esperienza di consultazione con uno psicologo). L'indice R^2 (varianza spiegata) può essere letto come una misura (che varia da 0 a 1) della capacità del modello di influenzare il risultato di ordine generale).

Il grafico mostra l'esistenza di tre variabili significative sul piano statistico (genere, età, istruzione). Il loro peso complessivo nell'orientare il profilo dell'utenza appare tuttavia limitato (R^2 di Nagelkerke=0.05).

B.2. CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA ATTUALE: PER SÉ Approfondimenti

Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per sé

- Questa sezione è dedicata alla domanda di prestazioni psicologiche per sé.

	DOMANDA TOTALE LATENTE + ATTUALE (ci ha almeno pensato)	DOMANDA ATTUALE (ci è effettivamente andato)	TASSO DI CONVERSIONE	NON-DOMANDA (non ci ha pensato)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (TOTALE)	63% (1273)	33% (666)	52%	37% (736)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	54% (1089)	27% (551)	50%	46% (920)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI)	13% ^o (251)	9% ^{oo} (177)	70%	87% ^{ooo} (1758)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	6% (125)	2% (48)	33%	94% (1884)

In riferimento alle famiglie con figli:

^o 20%; ^{oo} 14%; ^{ooo} 80%

B.2.1 Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per sé (I)

STIMA E MOTIVAZIONI (tavole B.2.2 – B.2.3)

- Il 27% della popolazione italiana (circa 16.5 milioni) riporta di essersi rivolto a uno psicologo per sé in qualche momento della propria vita; tra questi, il 10% si è rivolto a uno psicologo nel corso degli ultimi 12 mesi (circa 5 milioni di individui).
- Il ricorso a uno psicologo è attivato sulla base di un doppio ordine di motivazioni:
 - La percezione di avere difficoltà sul piano personale e/o relazionale;
 - L'aspettativa di ricevere un aiuto / supporto finalizzato a migliorare il proprio benessere e la propria resilienza a fronte di problemi in atto.

Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per sé (II)

AUTONOMIA E INFLUENTI NELLA SCELTA (tavola B.2.4)

- Nella maggioranza dei casi la decisione di rivolgersi a uno psicologo è stata maturata in autonomia (65%).
- Quando influenzata da altri, i punti di riferimento sono prevalentemente:
 - Familiari e amici (20% dei casi);
 - Medici di famiglia e anche specialisti (16% dei casi).

CRITERI DI SCELTA (tavola B.2.5)

- La costruzione della scelta si articola come un «percorso personalizzato» mirato:
 - all'individuazione di uno specifico professionista (74%);
 - perlopiù in ambito privato (63%)...
 - ...anche se per un 13% tale scelta risulta motivata da carenza di disponibilità nel sistema pubblico.

Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per sé (III)

LA DURATA DELLA PRESTAZIONE (tavola B.2.6)

- La durata del trattamento è alquanto variabile, ripartita tra consultazioni:
 - Di qualche giorno (20%);
 - Di qualche mese (42%);
 - Di qualche anno (21%);
 - Di 5 anni o più (6%).

MODALITÀ DELLA PRESTAZIONE (tavola B.2.7)

- Sono più diffuse le forme di consultazione in presenza (87%) rispetto a quelle svolte online (9%). Queste ultime tuttavia aumentano significativamente nel recente periodo (19%).

IL COSTO DELLA PRESTAZIONE (tavole B.2.8 – B.2.9)

- In media, sono stati spesi 59€ per la singola prestazione, con un incremento del costo nell'ambito privato. La distribuzione delle risposte mostra un'ampia dispersione (con una tendenza modale compresa fra i 51-100€).
- Il costo della singola consultazione è percepito come giusto da poco più della metà delle persone (52%), mentre il 32% di rispondenti ha espresso criticità sul livello del prezzo pagato, specialmente tra chi si è rivolto a un professionista in ambito privato (44%).

Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per sé (IV)

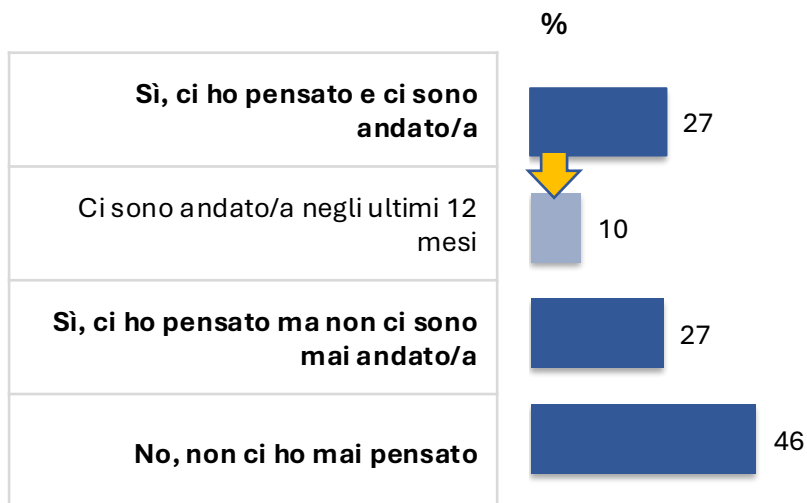
IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE E RELATIVI DRIVERS (tavole B.2.10 – B.2.14)

- La prestazione ricevuta ha generato esiti soggettivamente soddisfacenti nella gran parte dei casi (79%).
- Non si osservano variazioni nella soddisfazione soggettiva in relazione al contesto pubblico o privato delle prestazioni.
- L'analisi di regressione lineare ha consentito di evidenziare le dimensioni della soddisfazione maggiormente rilevanti nel determinare la soddisfazione complessiva:
 - la competenza e l'affidabilità del professionista costituiscono i punti di forza prioritari dell'esperienza (buone valutazioni e peso nella soddisfazione complessiva);
 - l'efficacia del percorso, i risultati ottenuti e la capacità effettiva dello psicologo di fornire supporto si configurano come aree valutate positivamente anche se migliorabili;
 - da osservare infine come nella prestazione psicologica non emergano dimensioni sostanzialmente critiche (punti di debolezza).

B.2.2 Stima della domanda di prestazioni psicologiche per sé

(Base: totale campione, n=2009)

D4. Lei personalmente ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? Ed è poi andato/a?



PROIEZIONI ASSOLUTE °

13 milioni 700 mila individui

5 milioni di individui

13 milioni 500 mila individui

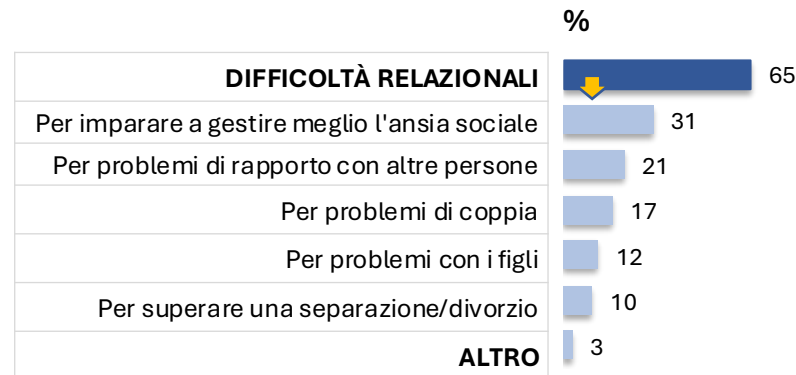
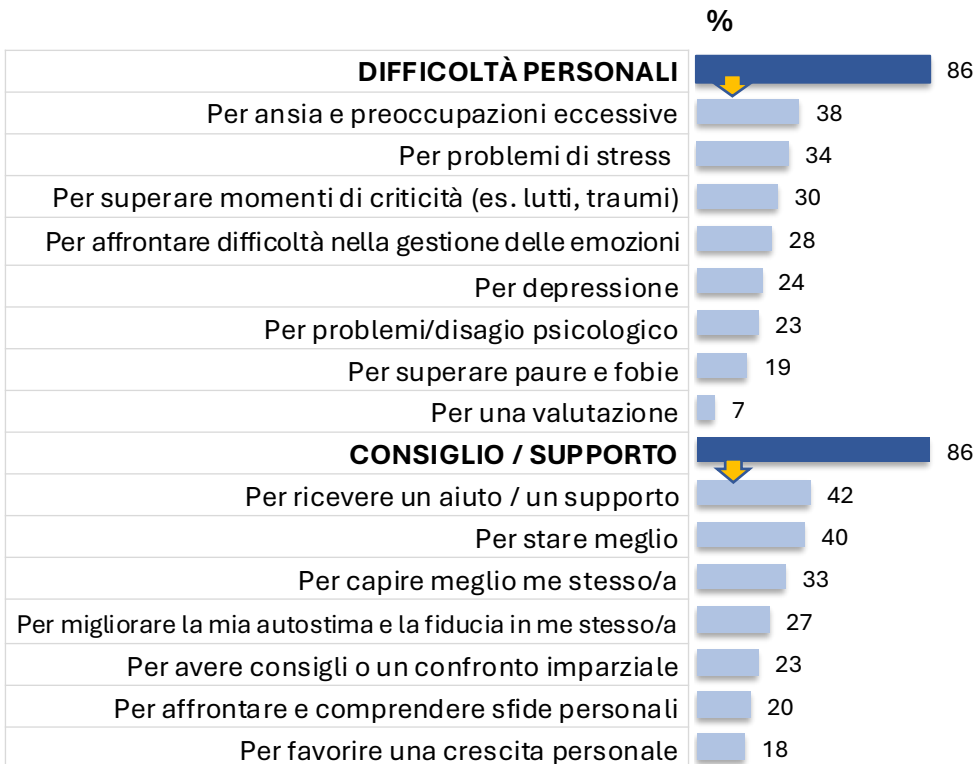
23 milioni di individui

° Proiezione sull'universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

B.2.3 La domanda per sé: contenuti

(Base: ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per sé, n=1089)

D5. Per quale/i motivo/i ha pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo?



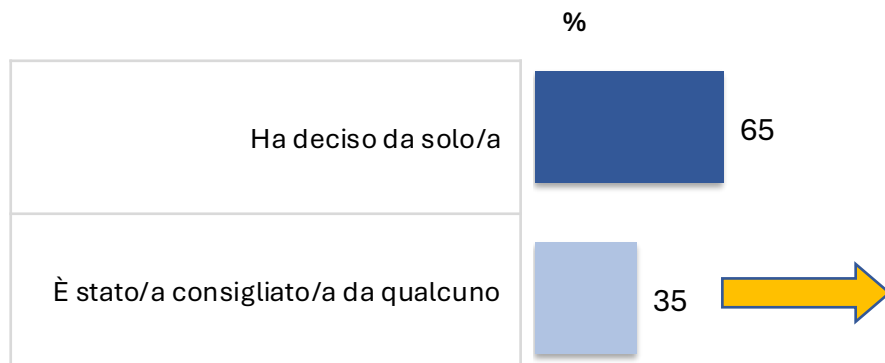
Media N° motivi **5,0**

Cita almeno un motivo in relazione a tutte e tre le aree **53%**

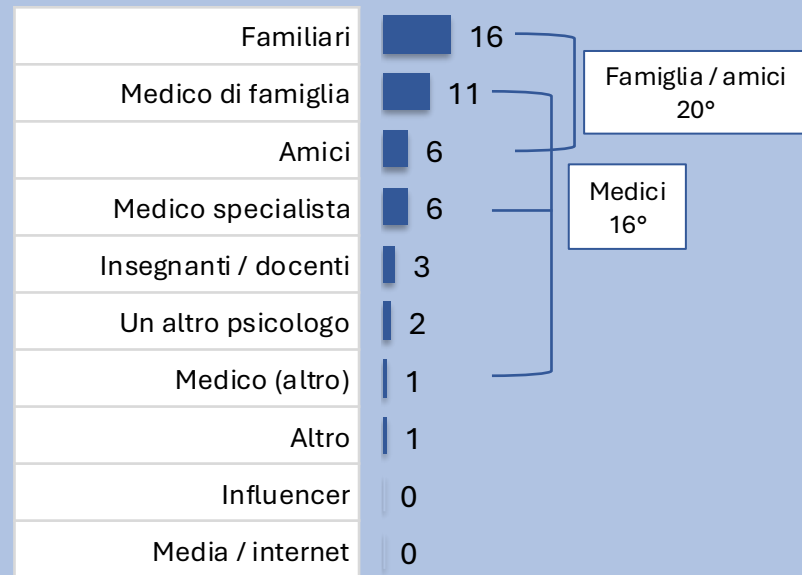
B.2.4 La costruzione della domanda: la decisione

(Base: si è rivolto a uno psicologo, n=551)

D8. Ha deciso da solo/a di rivolgersi a uno psicologo o è stato consigliato/a?



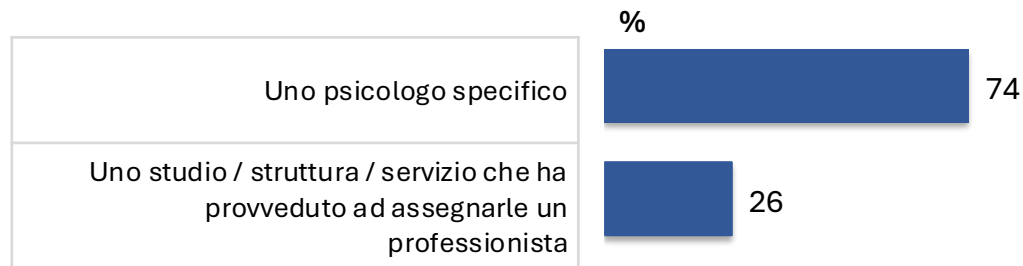
D9. Da chi è stato consigliato?



B.2.5 La costruzione della domanda: quale psicologo?

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

D14. Si è rivolto a?

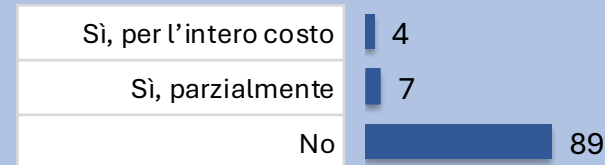


D15. E Lei si è rivolto a uno psicologo o una struttura...

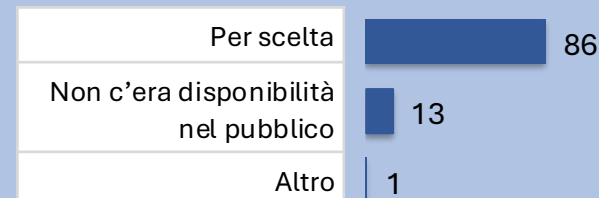


(Base: si è rivolto a uno psicologo in ambito privato, n=348)

D15b. Ha fatto ricorso a una copertura assicurativa per coprire il costo dello psicologo?



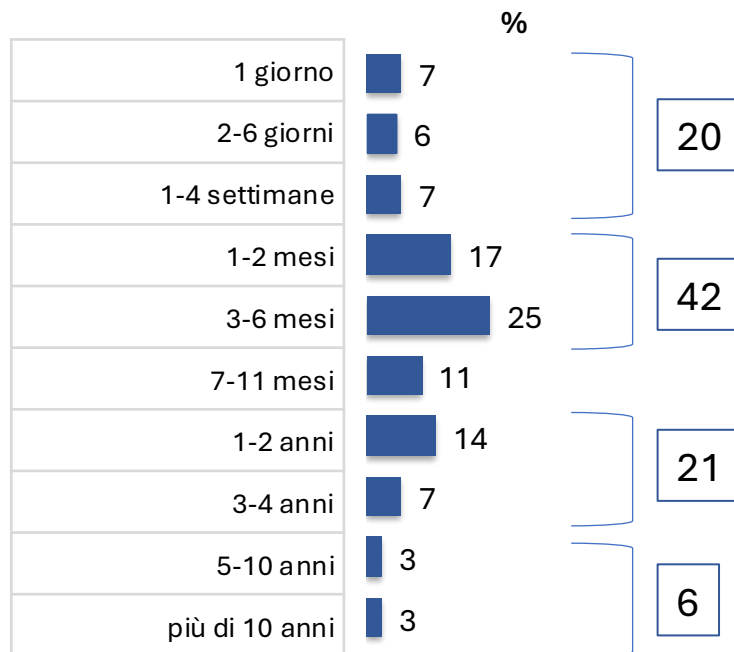
D17. Per quale motivo si è rivolto a uno psicologo in ambito privato?



B.2.6 Il percorso di consultazione: durata

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

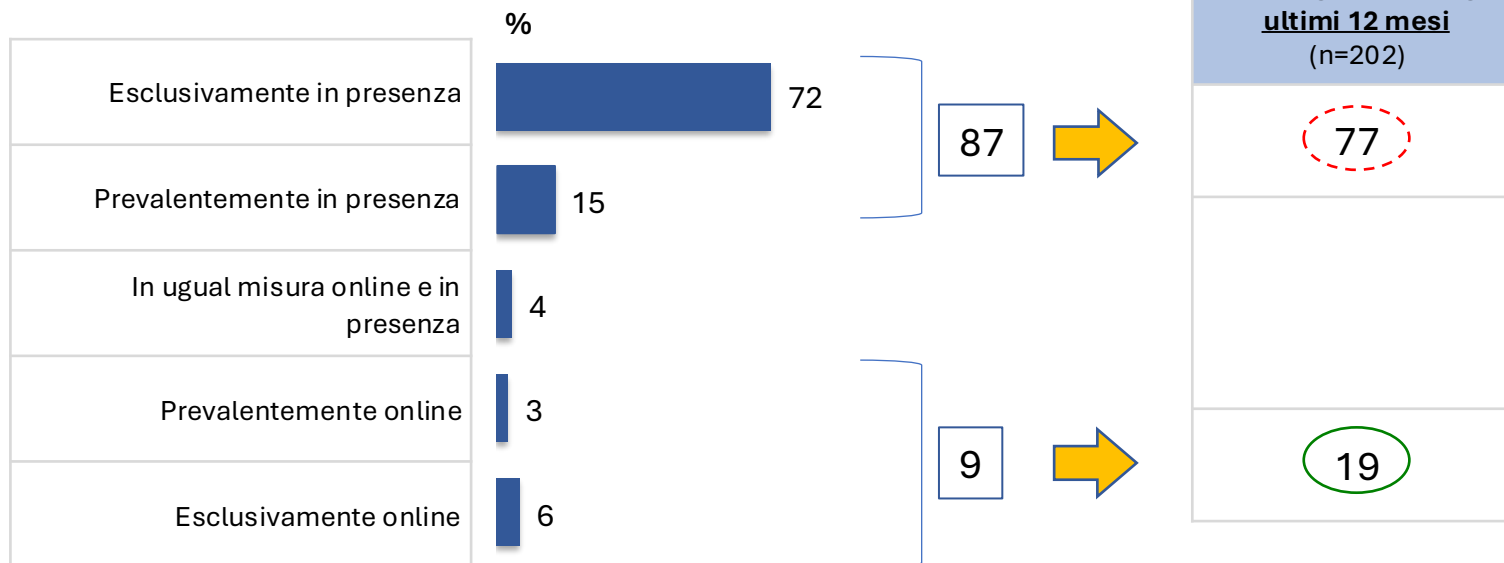
D12. E da quanto tempo dura [è durata, se conclusa] la consultazione?



B.2.7 Modalità di consultazione: in presenza/online

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

D13. E come si svolgono [si sono svolti] gli incontri con lo psicologo?

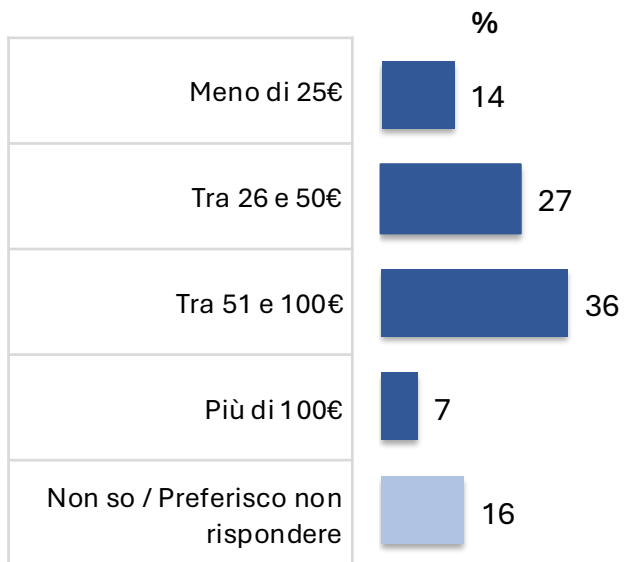


○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.2.8 Il costo della consultazione per sé °

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

D20. Qual è stato il costo di una singola consultazione dallo psicologo?



Media

59 €

Base: Ambito pubblico (n=203)	Base: Ambito privato (n=348)	Base: Ultimi 12 mesi (n=202)
35	3	12
16	33	29
12	49	40
3	9	8
34	6	11
42 €	66 €	55 €

° Il dato è da leggere con cautela tenendo conto dei fattori qui non stimati che possono determinare il costo sostenuto dal singolo paziente, quali:

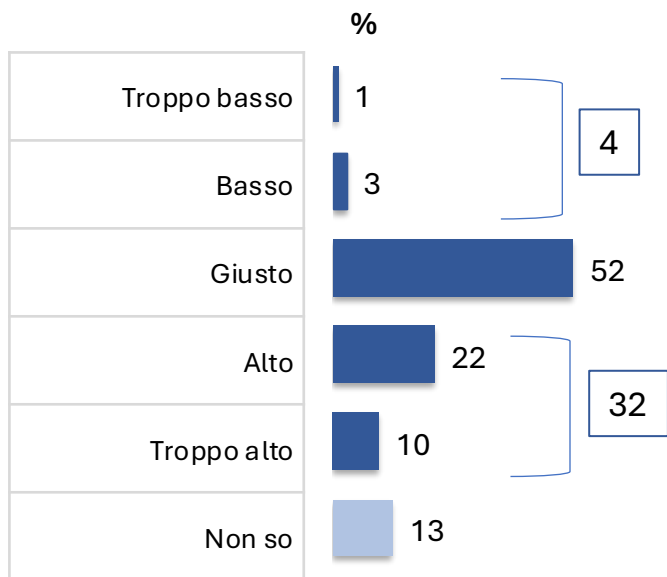
- il costo del ticket (ambito pubblico);
- le convenzioni aziendali (ambito privato);
- la modalità di svolgimento della prestazione (individuale, coppia, gruppo).

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.2.9 Valutazione del costo della consultazione per sé (I)

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

D21. Pensa che il costo della singola consultazione sia stato?



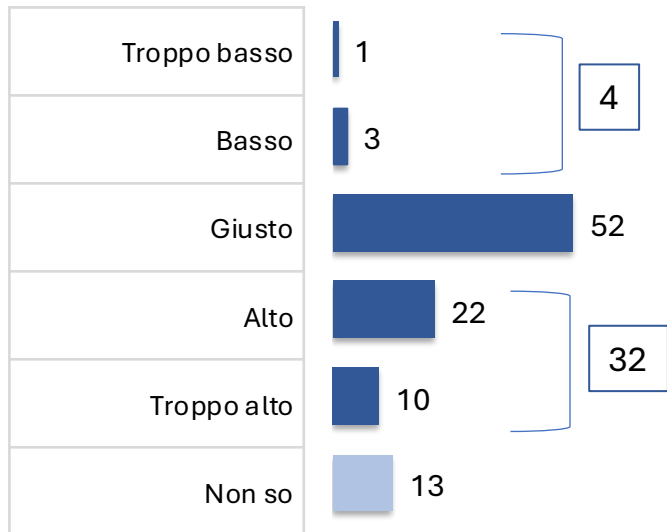
	Base: Ambito pubblico (n=203)	Base: Ambito privato (n=348)	Base: Ultimi 12 mesi (n=202)
Troppo basso	6	2	4
Basso	53	51	53
Alto	11	44	32
Troppo alto	30	3	11

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.2.9 Valutazione del costo della consultazione per sé (II)

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

INCROCIO CON IL COSTO DELLA
CONSULTAZIONE



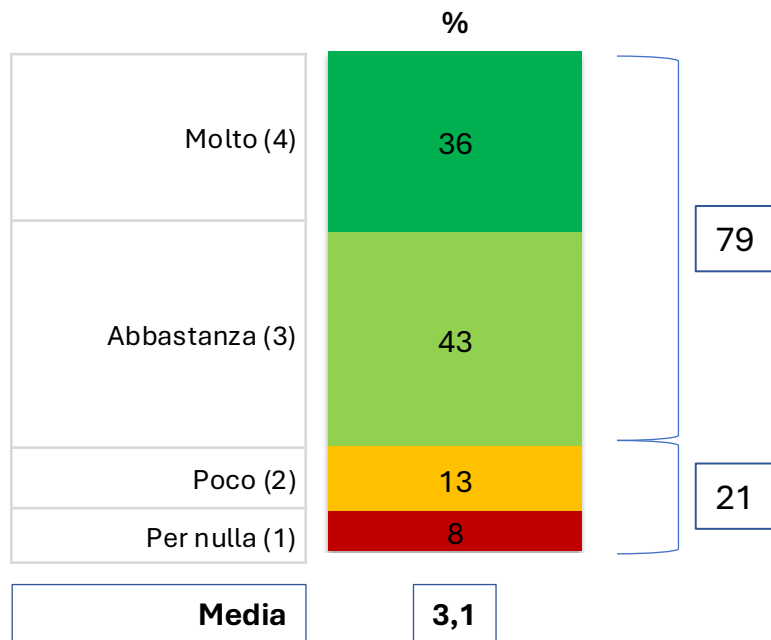
	Meno di 25€ (n=80)	Tra 26 e 50€ (n=149)	Tra 51 e 100 (n=196)	Più di 100€ (n=37)	Non so / Preferisco non rispondere (n=89)
Troppo basso	14	3	1	0	2
Basso	66	65	47	30	35
Giusto	3	28	51	67	7
Alto	17	4	1	3	56

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.2.10 Il livello di soddisfazione: valutazione generale per sé

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

D18. Quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con lo psicologo?



Base: Ambito pubblico (n=203)	Base: Ambito privato (n=348)
29	39
50	40
11	14
10	7

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

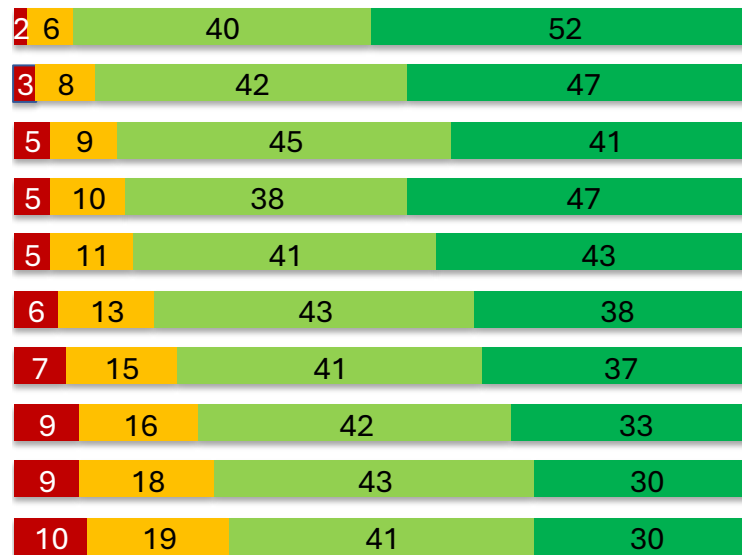
B.2.11 Il livello di soddisfazione: valutazione analitica

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

D19. Quanto è soddisfatto/a dei seguenti aspetti?

Accoglienza
Rispetto degli incontri e dei tempi concordati
Contesto in cui è avvenuto l'incontro (modalità, regole...)
Affidabilità del professionista
Competenza del professionista
Identificazione e comprensione del problema
Capacità dello psicologo nel fornire supporto/aiuto
Efficacia complessiva del percorso
Costo del percorso
Risultato concreto ottenuto

■ Per nulla (1) ■ Poco (2) ■ Abbastanza (3) ■ Molto (4)



Molto + Abbastanza soddisfatto/a (%)	Media
92	3,4
89	3,3
86	3,2
85	3,3
84	3,2
81	3,1
78	3,1
75	3,0
73	3,0
71	2,9

B.2.12 I drivers del livello di soddisfazione per sé: regressione lineare

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

Regressione lineare (°): $R^2 = .72$

SODDISFAZIONE COMPLESSIVA
Risultato concreto ottenuto
Capacità dello psicologo nel fornire supporto/aiuto
Efficacia complessiva del percorso
Competenza del professionista
Affidabilità del professionista
Accoglienza
Identificazione e comprensione del problema
Costo del percorso
Rispetto degli incontri e dei tempi concordati
Contesto in cui è avvenuto l'incontro (modalità, regole...)

% tot. valutazioni positive	Media	Valore β (°)
79	3,1	\
71	2,9	0,24***
78	3,1	0,22***
75	3,0	0,21***
84	3,2	0,12*
85	3,3	0,11*
92	3,4	-0,07*
81	3,1	0,07 ^{n.s.}
73	3,0	0,04 ^{n.s.}
89	3,3	0,03 ^{n.s.}
86	3,2	0,00 ^{n.s.}

(°) L'analisi di regressione lineare ha permesso di valutare l'impatto delle dimensioni analitiche della soddisfazione sulla soddisfazione totale.

Il valore di R^2 del modello indica la percentuale di varianza della soddisfazione totale spiegata dalle dimensioni analitiche [R^2 del modello = ,72].

Il coefficiente β indica quanto ogni dimensione (i.e. ognuno dei dieci aspetti della soddisfazione) è importante nel spiegare l'andamento della soddisfazione totale.

I livelli di significatività corrispondono a:
 *** $p < .001$;
 ** $p < .01$;
 * $p < .05$.

B.2.13 I drivers del livello di soddisfazione per sé: valutazione e peso delle dimensioni analitiche sulla soddisfazione complessiva

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

I risultati dell'analisi possono così essere schematizzati:

DIMENSIONI	VALUTAZIONE IN SÉ	PESO SULLA SODDISFAZIONE COMPLESSIVA
Risultato concreto ottenuto	(+)	+
Efficacia complessiva del percorso	(+)	+
Capacità dello psicologo nel fornire supporto/aiuto	(+)	+
Competenza del professionista	+	(+)
Affidabilità del professionista	+	(+)
Accoglienza	+	(-)
Identificazione e comprensione del problema	+	/
Costo del percorso	(+)	/
Rispetto degli incontri e dei tempi concordati	+	/
Contesto in cui è avvenuto l'incontro (modalità, regole...)	+	/

Legenda:

+: Impatto positivo

(+): Impatto moderatamente positivo

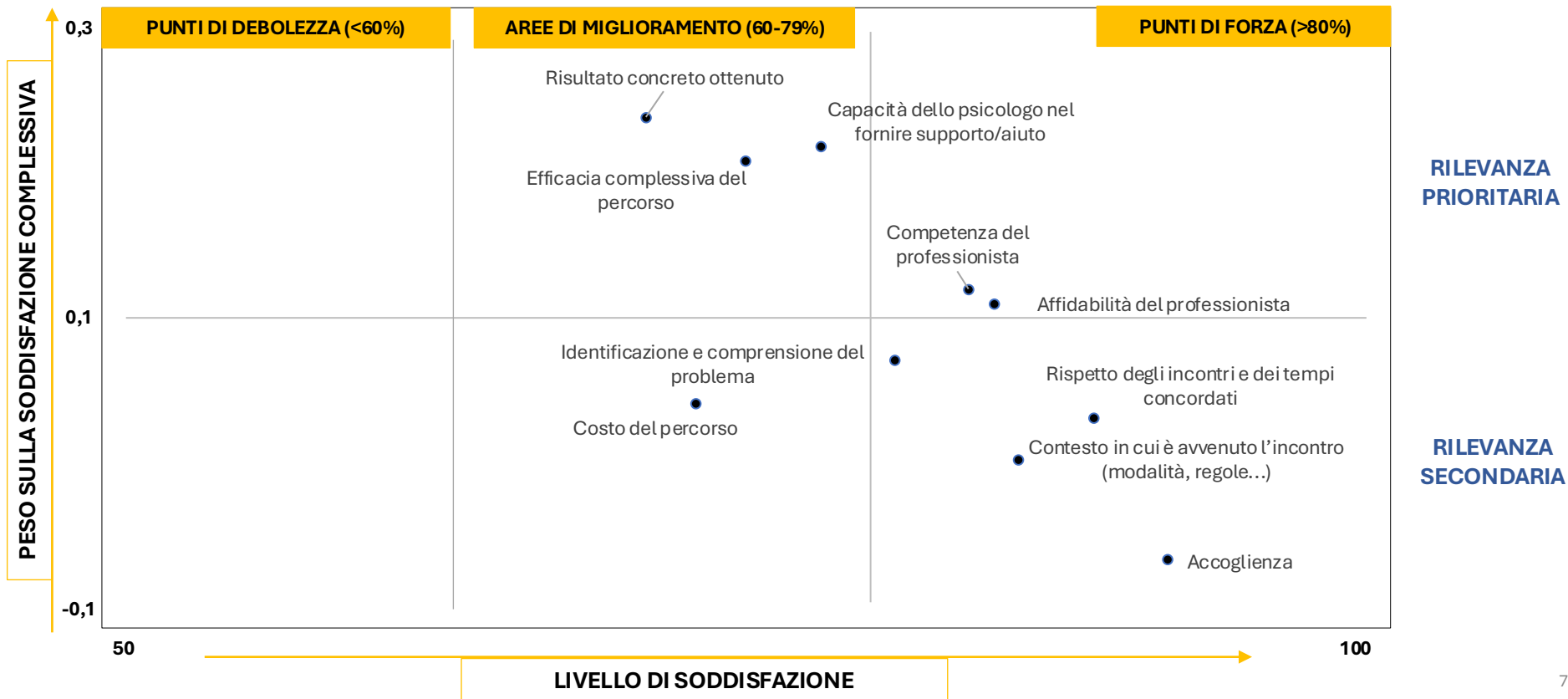
(-): Impatto moderatamente negativo

/: Valore statisticamente non significativo

B.2.14 I driver del livello di soddisfazione per sé: schema

(Base: si è rivolto a uno psicologo per sé, n=551)

I risultati dell'analisi possono così essere schematizzati:



B.3. CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA ATTUALE: PER I FIGLI

B.3.0 Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per i figli

- Questa sezione è dedicata alla domanda di prestazioni psicologiche per i figli.

	DOMANDA TOTALE LATENTE + ATTUALE (ci ha almeno pensato)	DOMANDA ATTUALE (ci è effettivamente andato)	TASSO DI CONVERSIONE	NON-DOMANDA (non ci ha pensato)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (TOTALE)	63% (1273)	33% (666)	52%	37% (736)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	54% (1089)	27% (551)	50%	46% (920)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI)	13% ^o (251)	9% ^{oo} (177)	70%	87% ^{ooo} (1758)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	6% (125)	2% (48)	33%	94% (1884)

In riferimento alle sole famiglie con figli:

^o 20%; ^{oo} 14%; ^{ooo} 80%

STIMA E MOTIVAZIONI (tavole B.3.2 – B.3.3)

- Il 13% del campione ha considerato la possibilità di rivolgersi a un professionista psicologo per i figli.
- Il 9% del campione (percentuale che sale al 14% tra coloro che hanno figli) ha avuto diretto contatto con uno psicologo una volta nella vita.
- Un ampio spettro di motivi sostiene la richiesta di consultazione: da generali problemi emotivi (più frequenti) a quelli focalizzati su temi più specifici (es., scuola, supporto con le persone, difficoltà nella fase di crescita).

GLI ORIENTAMENTI NELLA SCELTA (tavola B.3.4)

- La decisione di rivolgersi a uno psicologo è stata maturata quasi in egual misura in autonomia (56%) e considerando il consiglio altrui (44%).
- In questo secondo caso, di:
 - Professionisti medici (25%);
 - Insegnanti (15%).

B.3.1 La domanda di prestazioni psicologiche per i figli (II)

LA SCELTA DELLO PSICOLOGO (tavola B.3.5)

- L'accesso alle consultazioni psicologiche è orientato verso un professionista specifico anziché verso una struttura nella maggior parte dei casi (70%).
- Il contesto professionale privato (57%) risulta leggermente superiore rispetto a quello pubblico (43%).

IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE (tavola B.3.6)

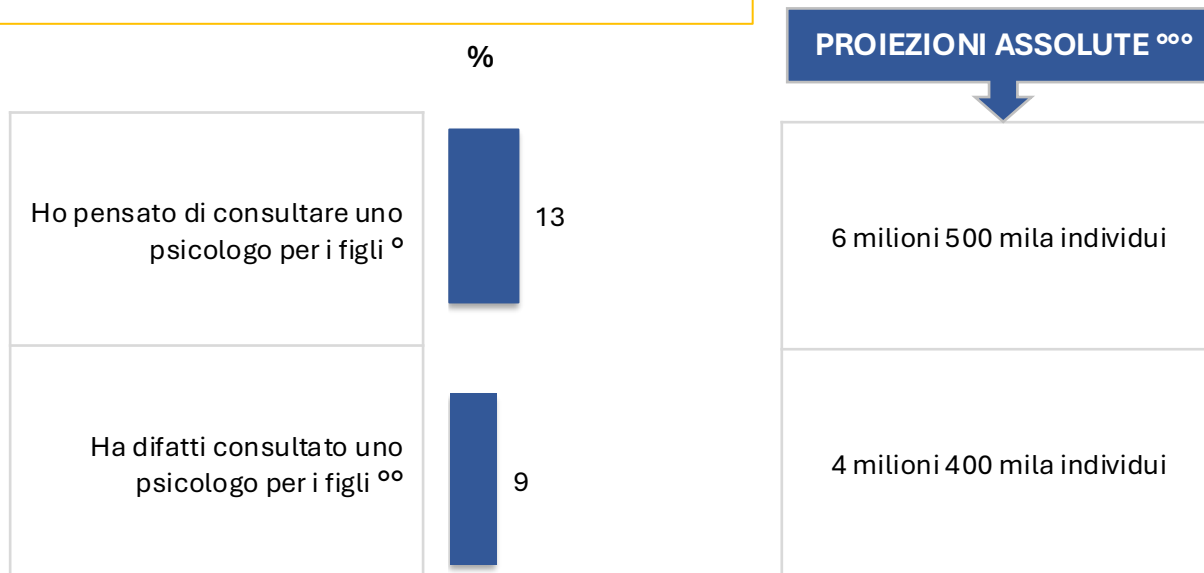
- La soddisfazione espressa da chi si è rivolto a uno psicologo per i figli è alta (il 72% delle persone che esprimono un giudizio positivo).

B.3.2 La domanda di prestazioni psicologiche per altri

(Base: totale campione, n=2009)

D25. Ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo per [i suoi figli]?

[D28. In ogni caso, si è mai effettivamente rivolto/a a uno psicologo per i suoi figli?]



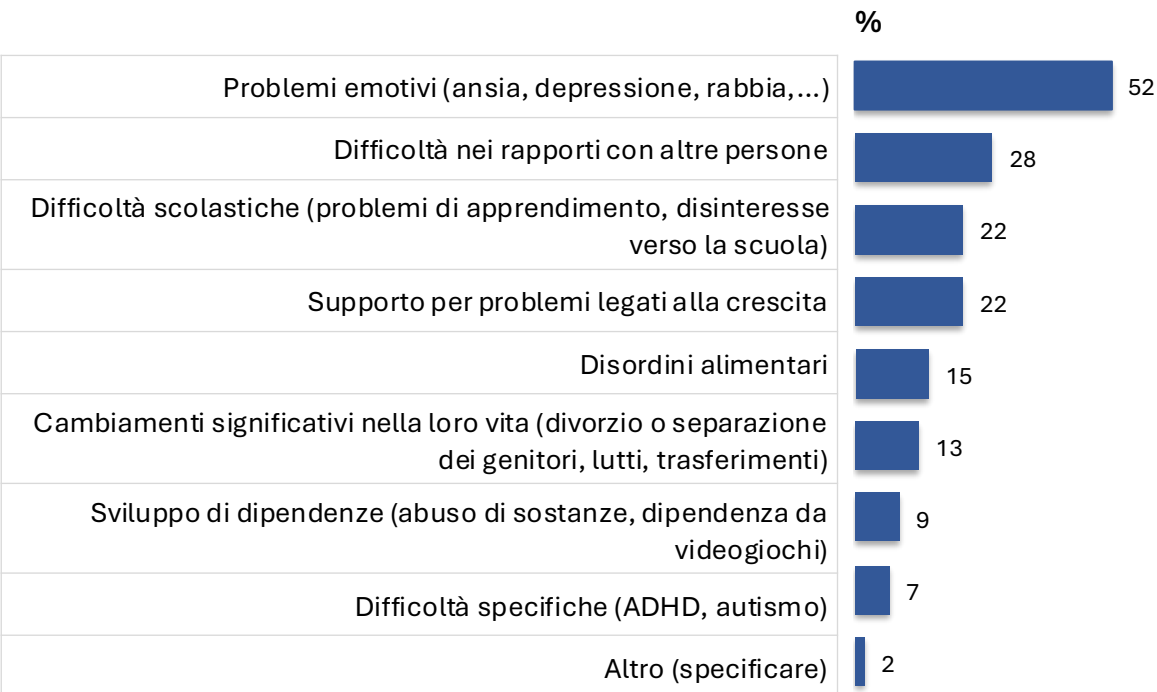
° 20% e °° 14% tra chi ha figli

°° Proiezione sull'universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

B.3.3 I contenuti della domanda per i figli

(Base: ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per i figli, n=251)

D27. Per quali motivi ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per suo figlio / i suoi figli?

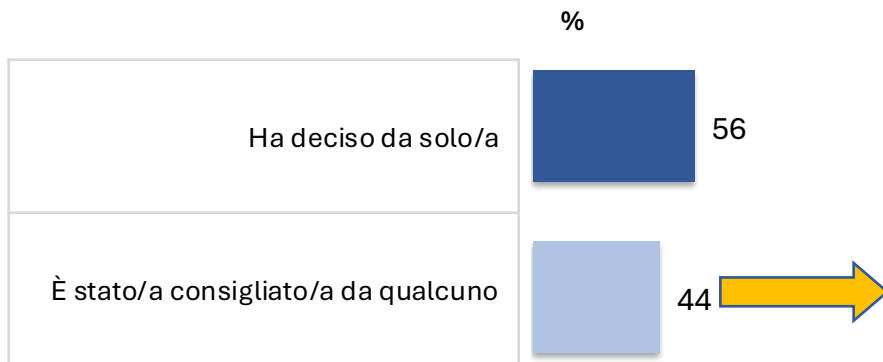


Base: ci ho pensato e ci sono andato/a (n=177)	Base: ci ho pensato ma non ci sono andato/a (n=74)
55	46
28	27
24	17
22	23
15	14
12	16
9	11
9	3
2	3

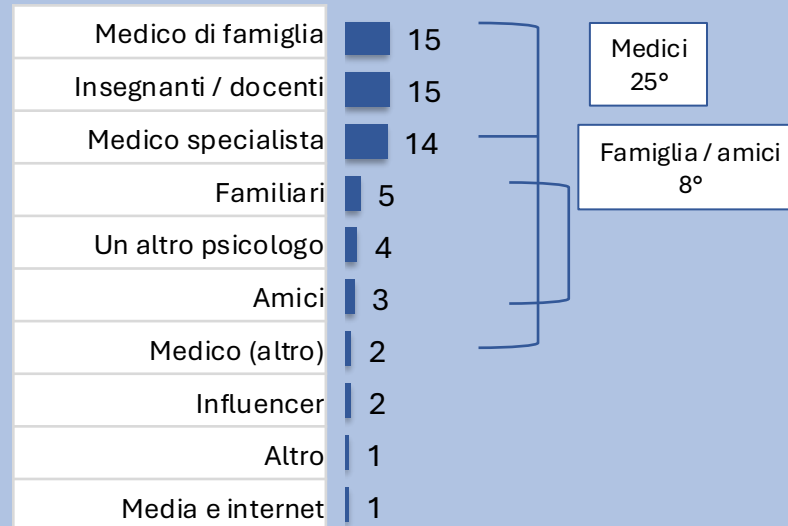
B.3.4 La decisione: orientamenti (per i figli)

(Base: si è rivolto a uno psicologo per i figli, n=177)

D29. Ha deciso da solo/a di rivolgersi a uno psicologo o è stato consigliato/a?



D30. Da chi è stato consigliato?

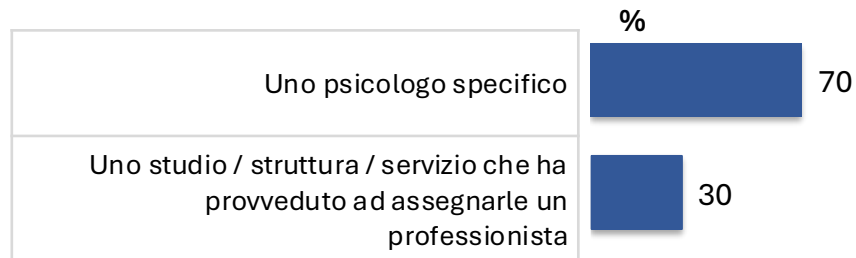


° somma logica (chi indica almeno una delle risposte)

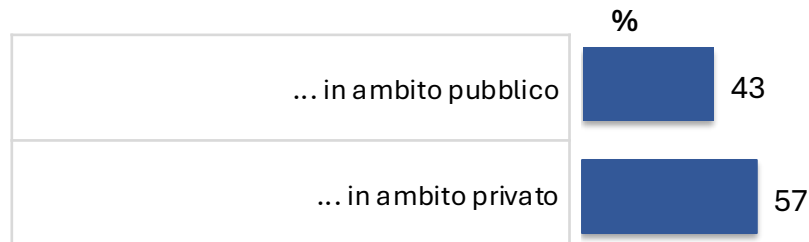
B.3.5 La scelta dello psicologo (per i figli)

(Base: si è rivolto a uno psicologo per i figli, n=177)

D31. Si è rivolto a?



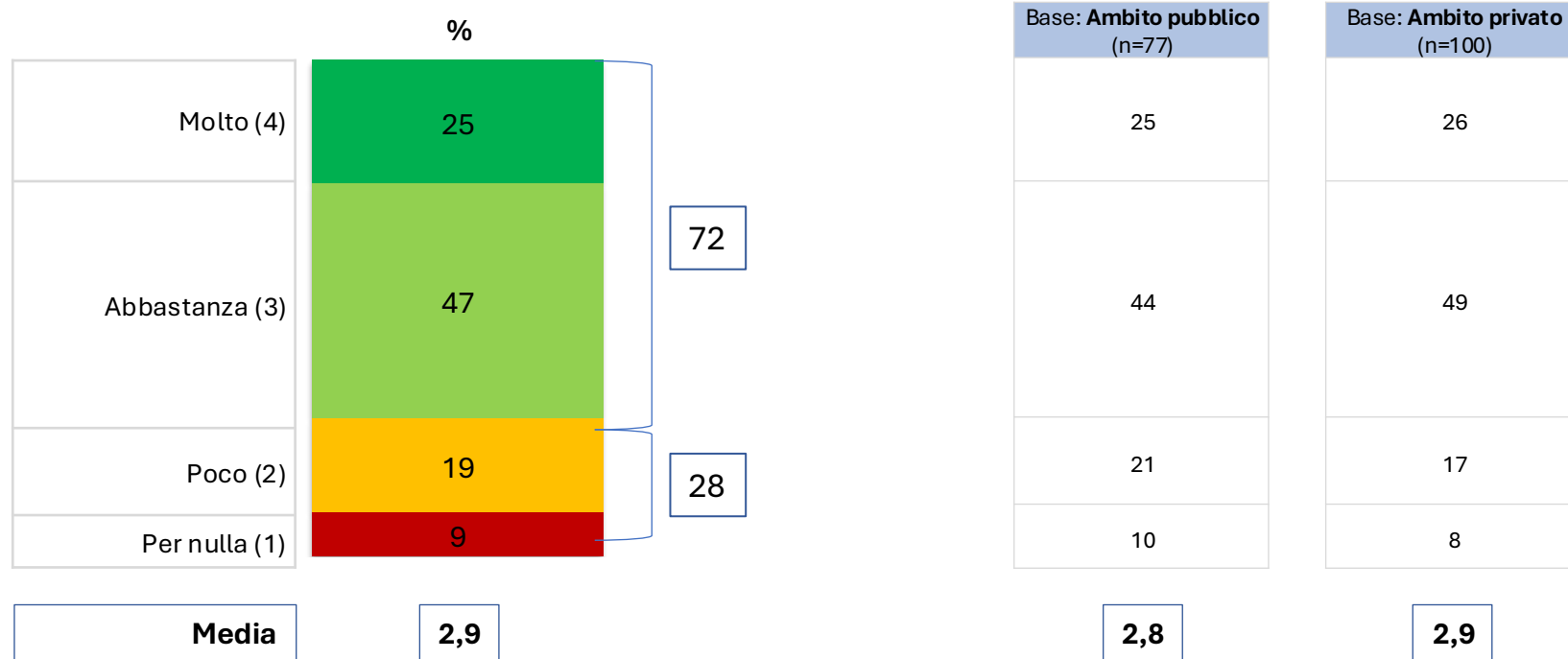
D32. E Lei si è rivolto a uno psicologo o una struttura...



B.3.6 La consultazione: il livello di soddisfazione generale (per i figli)

(Base: si è rivolto a uno psicologo per i figli, n=177)

D33. Quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con lo psicologo?



B.4. CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA ATTUALE: PER I GENITORI

Le caratteristiche della domanda attuale di prestazioni psicologiche per i genitori

- Questa sezione è dedicata alla domanda di prestazioni psicologiche per i genitori.

	DOMANDA TOTALE LATENTE + ATTUALE (ci ha almeno pensato)	DOMANDA ATTUALE (ci è effettivamente andato)	TASSO DI CONVERSIONE	NON-DOMANDA (non ci ha pensato)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (TOTALE)	63% (1273)	33% (666)	52%	37% (736)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	54% (1089)	27% (551)	50%	46% (920)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI)	13% (251)	9% (177)	70%	87% (1758)
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	6% (125)	2% (48)	33%	94% (1884)

PROIEZIONI ASSOLUTE °	3.6 MILIONI	1.2 MILIONI
------------------------------	--------------------	--------------------

La domanda di psicologia nella popolazione italiana
RAPPORTO TECNICO

° Proiezione sull'universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

B.4.1 Domanda di prestazioni psicologiche per i genitori (I)

STIMA E MOTIVAZIONI (tavola B.4.2)

- Una quota minoritaria ma non irrilevante di intervistati si è rivolta a uno psicologo in qualche momento della vita per un proprio genitore (2%, circa 1.2 milioni di individui).
- Il tasso di conversione della domanda potenziale in attuale appare piuttosto contenuto (33%).
- La domanda di prestazioni psicologiche per i genitori appare motivata da un'ampia gamma di ragioni: dai cambiamenti nell'umore (45%) alle difficoltà nelle relazioni familiari (37%), alla gestione dello stress (34%)...
- ...fino ad arrivare a problemi di dipendenza (ludopatia...).

LA DECISIONE (tavola B.4.3)

- Il ricorso allo psicologo per i propri genitori è stato maturato prevalentemente in autonomia (71%), altrimenti con il consiglio dei medici (23%).

B.4.1 Domanda di prestazioni psicologiche per i genitori (II)

LA SCELTA (tavola B.4.4)

- Come nei segmenti di domanda visti in precedenza, la scelta si è orientata su un professionista specifico (69%), piuttosto che a una struttura. Nettamente prevalente in ogni caso, l'orientamento a fruire dei servizi pubblici (70%) anziché privati.

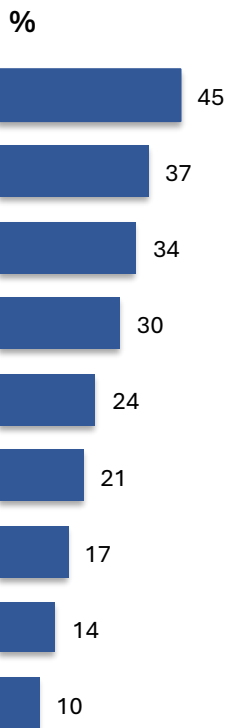
IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE (tavola B.4.5)

- L'esperienza di prestazioni psicologiche per i genitori appare valutata in modo positivo nella gran parte dei casi (85%).

B.4.2 I contenuti della domanda per i genitori

(Base: ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per i genitori, n=125)

D34. Per quali motivi ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per i suoi genitori?

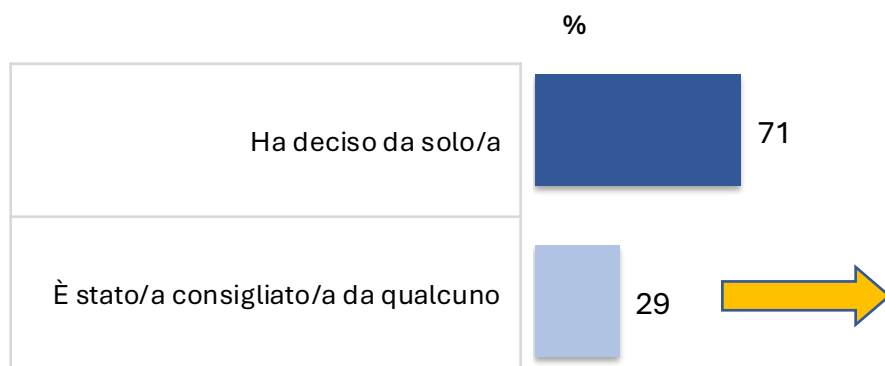


	Base: ci ho pensato e ci sono andato/a (n=48)	Base: ci ho pensato ma non ci sono andato/a (n=77)
Cambiamenti nell'umore (es. depressione, ansia, irritabilità)	43	47
Difficoltà nelle relazioni familiari (es. conflitti con i figli, con il partner)	34	39
Difficoltà nella gestione dello stress	33	35
Eventi traumatici recenti (es. lutto, malattia grave, separazione)	31	30
Problemi comportamentali (es. aggressività, isolamento sociale)	21	26
Difficoltà cognitive (es. perdita di memoria, sospetto di demenza...)	31	16
Difficoltà nella gestione della quotidianità (es. igiene personale, alimentazione, gestione domestica)	17	17
Per avere indicazioni su come mantenere un buon funzionamento cognitivo / emotivo e/o prevenire un decadimento cognitivo	21	10
Problemi di dipendenza (ad es. ludopatia)	13	8

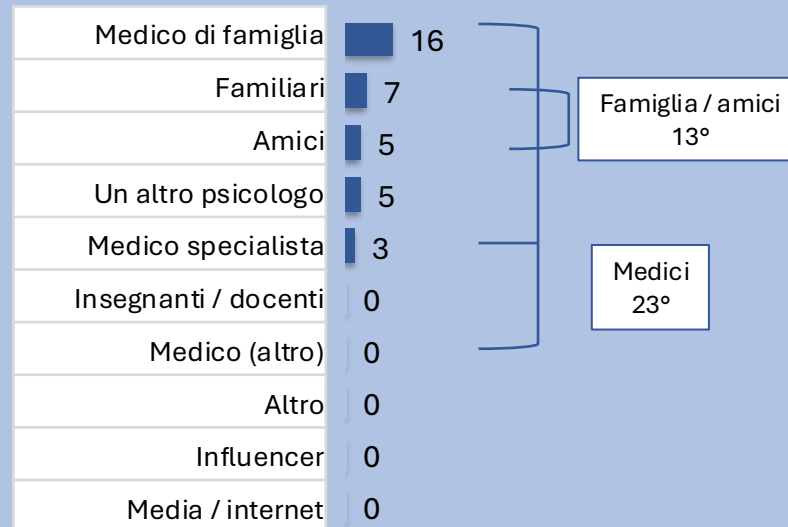
B.4.3 Gli orientamenti nella scelta per i genitori

(Base: si è rivolto a uno psicologo per i genitori, n=48)

D36. Ha deciso da solo/a di rivolgersi a uno psicologo o è stato consigliato/a?



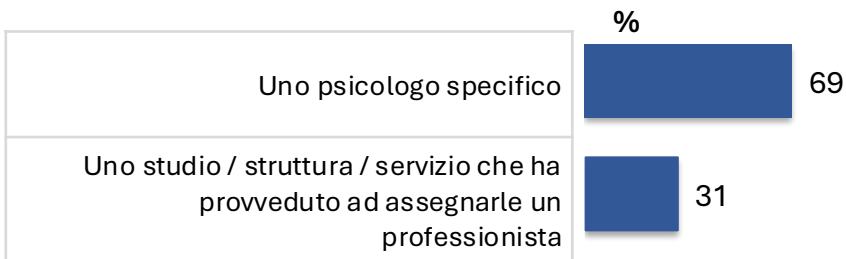
D37. Da chi è stato consigliato?



B.4.4 Le circostanze della domanda per i genitori

(Base: si è rivolto a uno psicologo per i genitori, n=48)

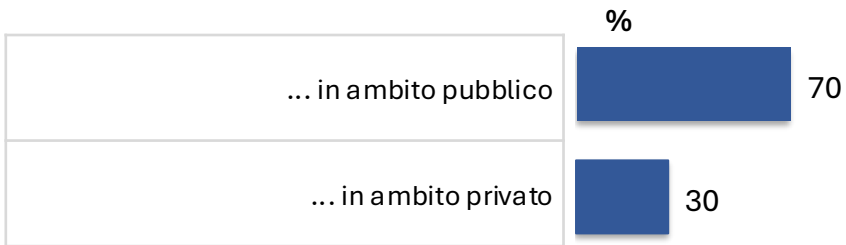
D38. Si è rivolto a?





Base: Ambito pubblico (n=32)
58
41

Base: Ambito privato (n=16)
93
7

D39. E Lei si è rivolto a uno psicologo o una struttura...

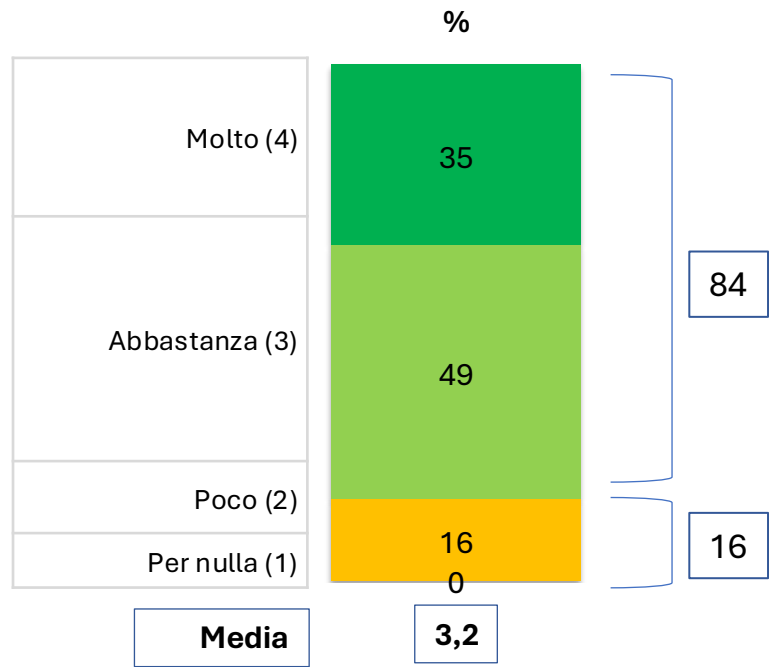


 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.4.5 Il livello di soddisfazione: valutazione generale per i genitori

(Base: si è rivolto a uno psicologo per i genitori, n=48)

D40. Quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con lo psicologo?



Base: Ambito pubblico (n=32)
42
43
15
0
3,2

Base: Ambito privato (n=16)
19
62
19
0
3

/ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.5. DOMANDA ATTUALE PER SÉ, PER I FIGLI E PER I GENITORI: UN CONFRONTO

La domanda attuale per sé, per i figli e per i genitori: un confronto (I)

Confrontiamo qui le caratteristiche relative alla domanda attuale in relazione ai tre segmenti della domanda considerati (cfr. tavole B.2, B.3, B.4). Il confronto è fatto solo sugli indicatori comparabili.

	Domanda per sé	Domanda per i figli	Domanda per i genitori
DIMENSIONI ALL TIME	27% (13.7 milioni)	9% (4.4 milioni)	2% (1.2 milioni)
TASSO DI CONVERSIONE (domanda potenziale → domanda attuale)	Medio (50%)	Alto (70%)	Basso (33%)
DECISIONE (influenti: familiari, medici)	> <u>Autonoma</u> (65%) < Influenti	<u>Autonoma</u> (56%) e <u>Influenti</u> (44%)	> <u>Autonoma</u> (69%) < Influenti
SCELTA	> <u>Psicologo specifico</u> (74%) < Struttura / centro	> <u>Psicologo specifico</u> (70%) < Struttura / centro	> <u>Psicologo specifico</u> (69%) < Struttura / centro
CONTESTO	> <u>Privato</u> (63%) < Pubblico	<u>Privato</u> (57%) e <u>Pubblico</u> (43%)	> <u>Pubblico</u> (70%) < Privato
SODDISFAZIONE	<u>Alta</u> (79%)	<u>Alta</u> (72%)	<u>Alta</u> (84%)




In sintesi, accanto ad alcune significative comunalità inter-segmento, si osservano altre specificità così schematizzabili:

COMUNALITÀ INTER-SEGMENTO



- Scelta di uno psicologo specifico («orientamento personale»)
- Soddisfazione elevata post-consultazione (70-80%)

VARIAZIONI FRA SEGMENTI

	SÉ	FIGLI	GENITORI
			
Tasso di conversione (dom. potenziale → dom. attuale)	Medio (50%)	Alto (70%)	Basso (33%)
Decisione per la consultazione	> Autonoma	Autonoma e influenti (medici, insegnanti)	> Autonoma
Contesto della consultazione	> Privato	Privato e pubblico	> Pubblico

La domanda attuale per sé, per i figli e per i genitori: Attuazione della domanda

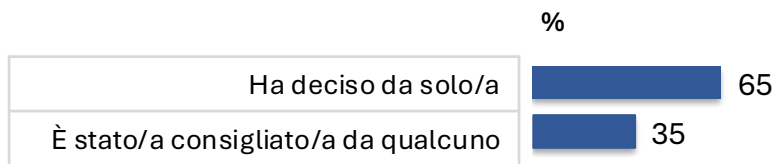
	DOMANDA TOTALE LATENTE + ATTUALE (ci ha almeno pensato)	DOMANDA ATTUALE (ci è effettivamente andato)	TASSO DI CONVERSIONE
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER SÉ)	54% (1089)	27% (551)	50%
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I FIGLI)	13% (251)	9% (177)	70%
DOMANDA DI PSICOLOGIA (PER I GENITORI)	6% (125)	2% (48)	33%

B.5.2 Orientamenti nella scelta

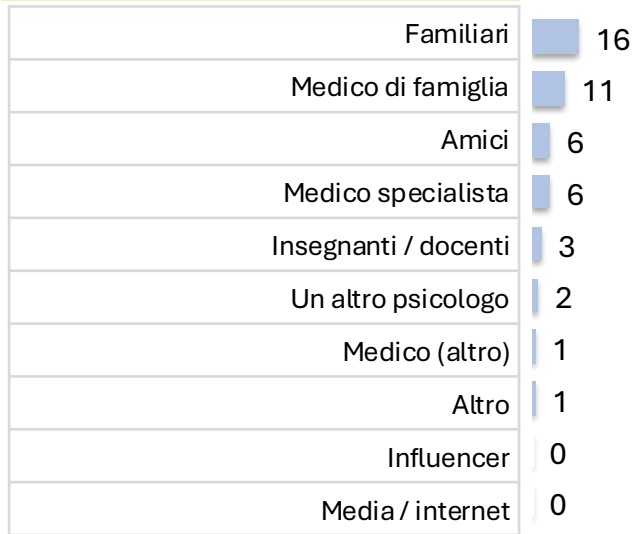
(Base: si è rivolto a uno psicologo, n=666)

D8-29-36. Ha deciso da solo/a di rivolgersi a uno psicologo o è stato consigliato/a?

LA DOMANDA PER SÉ (n=551)



D9-30-37. Da chi è stato consigliato?



LA DOMANDA PER ALTRI

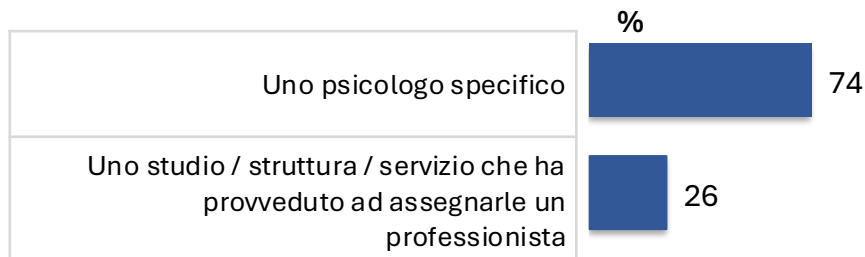
	DOMANDA PER I FIGLI (n=177)	DOMANDA PER I GENITORI (n=48)
	56	71
	44	29
	5	7
	15	16
	3	5
	14	3
	15	0
	4	5
	2	0
	1	0
	2	0
	1	0

B.5.3 Percorso della domanda

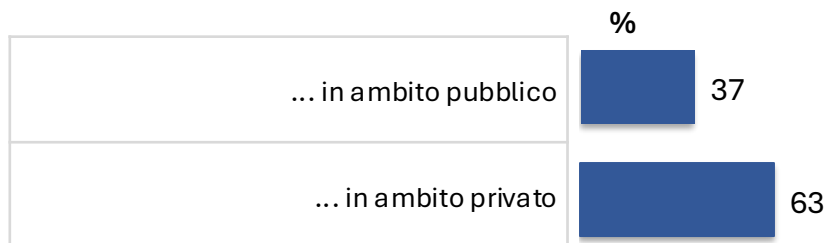
(Base: si è rivolto a uno psicologo, n=666)

LA DOMANDA PER SÉ (n=551)

D14-31-38. Si è rivolto a?



D15-32-39. E Lei si è rivolto a uno psicologo o una struttura...



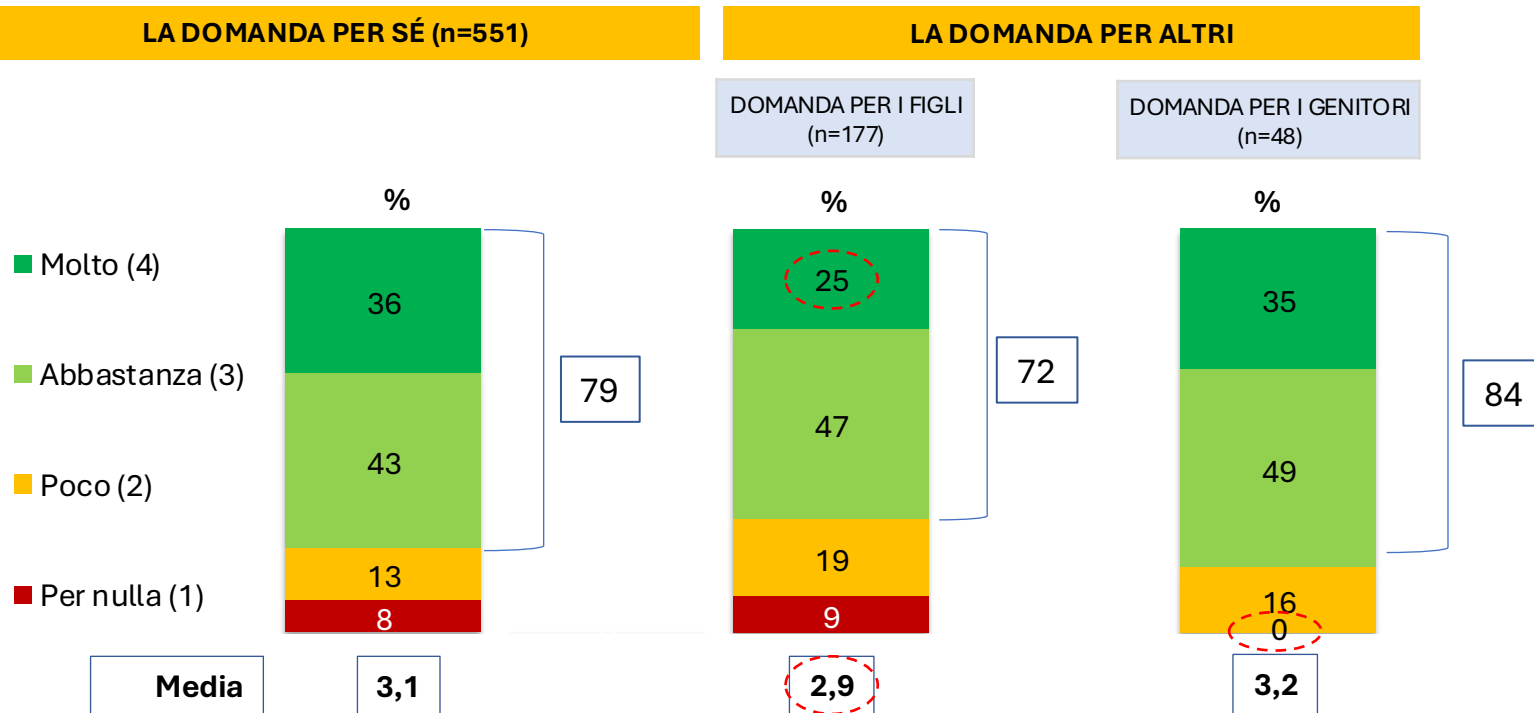
LA DOMANDA PER ALTRI

	DOMANDA PER I FIGLI (n=177)	DOMANDA PER I GENITORI (n=48)
	70	69
	30	31
	43	70
	57	30

B.5.4 Valutazione dell'esperienza

(Base: si è rivolto a uno psicologo, n=666)

D18-33-40. Quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con lo psicologo?

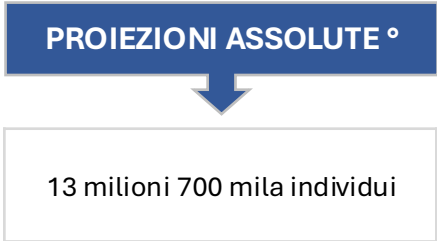
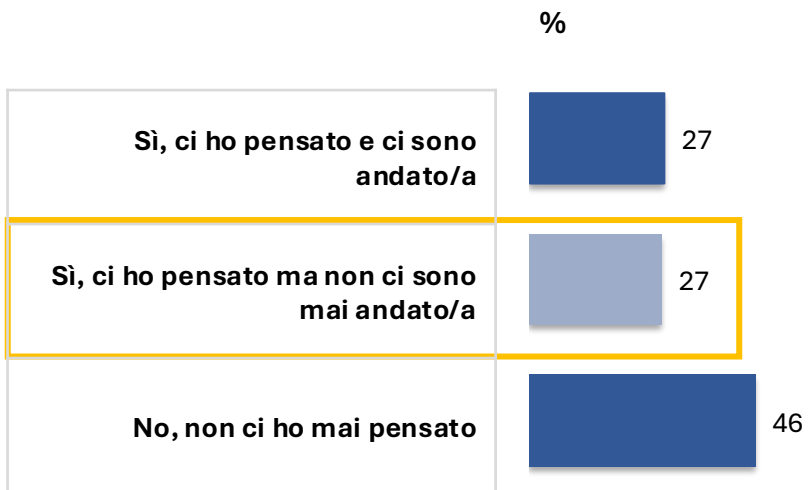


○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (n < .05).

B.6. LA DOMANDA LATENTE

- Questa sezione è dedicata alla domanda latente , ovvero quella parte della popolazione che ha espresso una propensione a consultare uno psicologo per sé ma che non ha realizzato in concreto tale proposito.

D4. Lei personalmente ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? Ed è poi andato/a?



° Proiezione sull’universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

LA DOMANDA LATENTE (tavole B.6.2 – B.6.3)

- Come dimensioni, la domanda latente è simile a quella attuale (circa 13.7 milioni di persone): una larga fetta di popolazione, di fatto, ha pensato di consultare uno psicologo ma non ha attuato una scelta in tal senso.
- Guardando il profilo della domanda latente, si notano alcune accentuazioni socio-demografiche:
 - più giovani (segmento più propenso anche a sviluppare una consultazione fattuale);
 - maggiore concentrazione nelle Isole.

I MOTIVI DELLA MANCATA CONSULTAZIONE (tavola B.6.4)

- Diversi sono i motivi che impediscono la trasformazione della domanda in una consultazione vera e propria:
 - economici anzitutto (46%);
- Più limitati ma non irrilevanti altri motivi legati a:
 - la decisione di «fare da sé» (21%)
 - difficoltà personali di affrontare il problema (21%);
 - difficoltà contestuali (intercettazione del professionista: 21%; mancanza di tempo: 13%).
- Decisamente minoritaria la scarsa reputazione riservata agli psicologi (9%).

B.6.2 Profilo della domanda latente per sé

(Base: totale campione, n=2009)

	%
DOMANDA ATTUALE (n=551)	27
DOMANDA LATENTE (n=538)	27

GENERE		ETÀ					
Maschio (n=971)	Femmina (n=1033)	18-24 anni (N=167)	25-34 anni (N=253)	35-44 anni (N=279)	45-54 anni (N=356)	55-64 anni (N=370)	Oltre 65 anni (N=583)
23	32	43	36	36	28	26	16
24	29	34	40	24	30	23	21



○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.6.3. Profilo della domanda latente per sé

(Base: totale campione, n=2009)

	%
DOMANDA ATTUALE (n=551)	27
DOMANDA LATENTE (n=538)	27

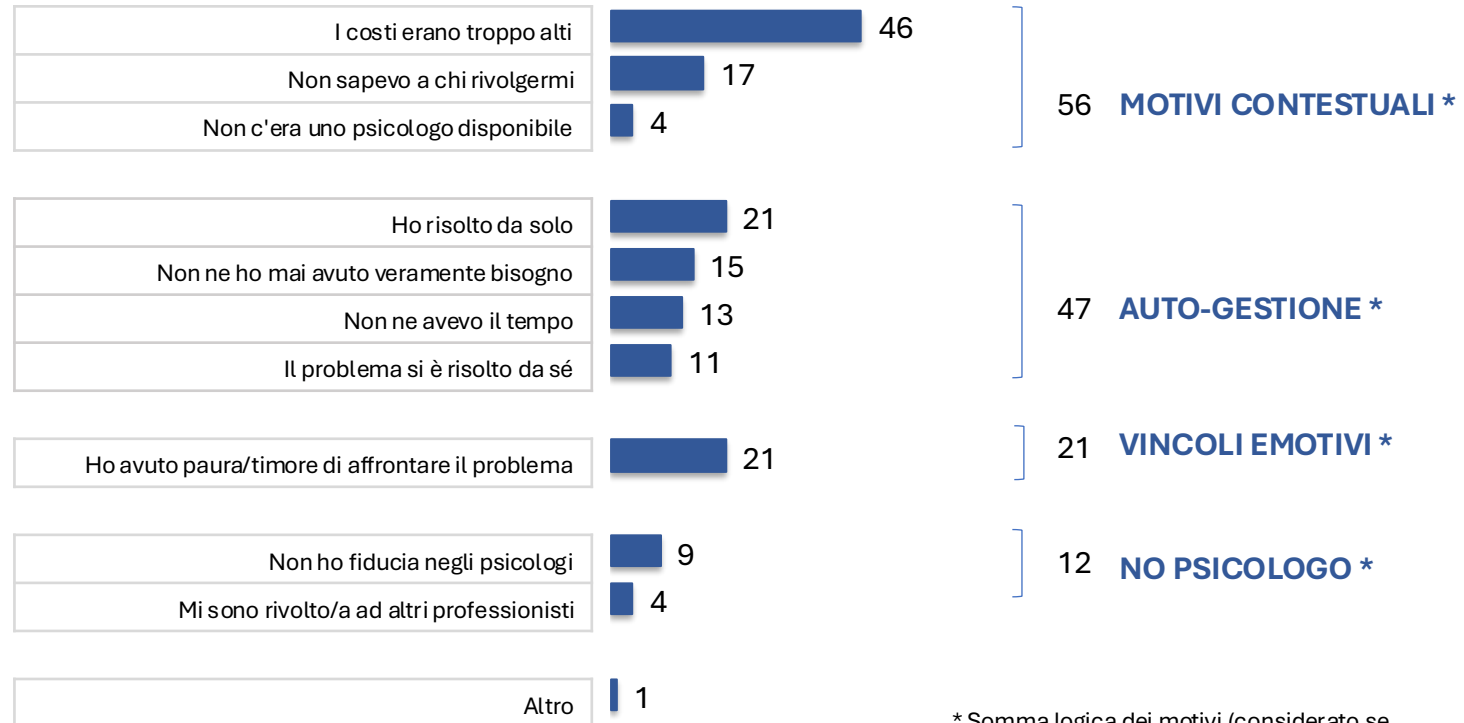
	AREA GEOGRAFICA					ISTRUZIONE		
	Nord-est (N=390)	Nord-ovest (N=536)	Centro (N=398)	Sud (n=465)	Isole (n=220)	Licenza media e inferiore (n=903)	Diploma (n=765)	Laurea e superiore (n=342)
DOMANDA ATTUALE (n=551)	28	28	31	27	20	21	32	35
DOMANDA LATENTE (n=538)	20	25	30	29	33	26	26	30

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.6.4 I motivi della mancata consultazione (domanda latente per sé)

(Base: domanda prossimale, n=538)

D22. Lei ha detto di aver pensato di rivolgersi uno psicologo ma di non esserci mai andato/a. Per quale motivo NON l'ha fatto?

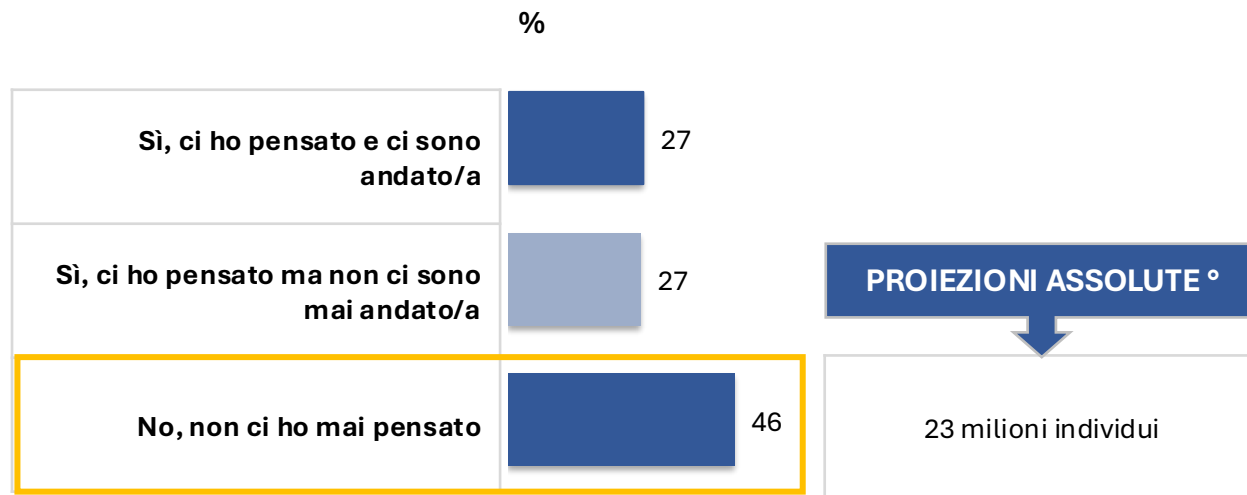


B.7. LA NON-DOMANDA

B.7.0 La non-domanda

Consideriamo qui il segmento di popolazione che non ha mai preso in considerazione l'idea di consultare uno psicologo: poco meno della metà della popolazione (circa 23 milioni).

D4. Lei personalmente ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? Ed è poi andato/a?



° Proiezione sull'universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

LA NON-DOMANDA (tavole B.7.2)

- Guardando il profilo della domanda latente , si notano alcune accentuazioni per le seguenti caratteristiche socio-demografiche:
 - maschi;
 - over 55 anni;
 - minore livello di istruzione;
 - non occupati;
 - livello di reddito basso.

B.7.2 Profilo dei segmenti: un confronto (I)

(Base: totale campione, n= 2009)



		Totale (n=2009)	Domanda attuale (n=551)	Domanda latente (n=538)	Non-domanda (n=920)
		%	%	%	%
GENERE	Maschio	48	40	43	56
	Femmina	52	60	57	44
ETÀ	18-24 anni	8	13	10	4
	25-34 anni	13	17	19	7
	35-44 anni	14	18	12	12
	45-54 anni	18	18	20	16
	55-64 anni	18	17	16	21
	Oltre 65 anni	29	17	23	40
AREA GEOGRAFICA	Nord-ovest	27	27	25	28
	Nord-est	19	20	14	22
	Centro	20	22	22	17
	Sud	23	23	25	22
	Isole	11	8	14	11

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.7.3 Profilo dei segmenti: un confronto (II)

(Base: totale campione, n= 2009)

		Totale (n=2009)	Domanda attuale (n=551)	Domanda latente (n=538)	Non-domanda (n=920)
		%	%	%	%
ISTRUZIONE	Licenza elementare o media	45	34	44	52
	Diploma	38	44	37	35
	Laurea	17	22	19	13
OCCUPAZIONE	Occupato/a	56	61	64	48
	Non occupato/a	44	39	36	52
REDDITO	Fino a 10.000€	10	12	12	8
	Tra 10 e 25.000€	27	27	26	28
	Tra 25 e 40.000€	29	27	32	28
	Oltre 40.000€	20	20	20	20
	Non risponde	14	14	10	16

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

B.8. LA SEGMENTAZIONE DELLA DOMANDA ATTUALE E PROSPETTICA DI PSICOLOGIA: UNA PROPOSTA

- Inseriamo a questo punto della presentazione un'analisi di secondo livello sui dati di base della ricerca, finalizzata a sviluppare un'ipotesi di lavoro per stimare al meglio la domanda di psicologia attuale e prospettica nella popolazione italiana.
- L'ipotesi si costruisce sulla base di due indicatori di fondo:
 - 1) lo stato della domanda «per sé» così come è stato rilevato e descritto (domanda attuale, domanda latente, non-domanda);
 - 2) l'esperienza di disagio psicologico vissuta dagli intervistati.
- L'ipotesi di lavoro è generata dall'incrocio fra questi due indicatori e ruota attorno a questi interrogativi di fondo:
 - quale intreccio fra l'esperienza di disagio e la costruzione della domanda di psicologia?
 - è possibile disegnare una segmentazione della domanda a partire dall'incrocio fra queste due variabili?

- Prima di procedere nell'esercizio è però necessario presentare i dati relativi al disagio psicologico presente nella popolazione così come rilevato in questa ricerca.
- Va precisato che l'indicatore qui utilizzato rappresenta un estimatore esperienziale del malessere psicologico individuale. In quanto tale esso non costituisce uno strumento di valutazione psicodiagnostica in senso proprio, ma piuttosto un estimatore del disagio così come questo viene vissuto nell'esperienza delle persone°.

° Per approfondimenti sulle caratteristiche di costruzione dello strumento, cfr. Bosio, A.C. e Margola, D. (2002). La costruzione sociale della domanda di aiuto psicologico in Italia, *Psicologia della Salute*, 3, 77-90.

- L'esperienza del disagio psicologico, considerato nella sua globalità, appare molto diffuso nella popolazione toccando circa l'80% degli intervistati (con riferimento agli ultimi 3 mesi di vita, tavola B.8.2).
- La percezione di gravità di tale esperienza varia ampiamente. In particolare, inserendo nell'analisi due indicatori concernenti la durata e l'intensità del disagio è possibile stimare^o in circa 7.5 milioni di persone il segmento di popolazione caratterizzato da una elevata esperienza di sofferenza psicologica, mentre la gran parte dei rispondenti (circa 34.1 milioni di persone) riporta un livello di disagio più moderato (tavole B.8.3 – B.8.4).

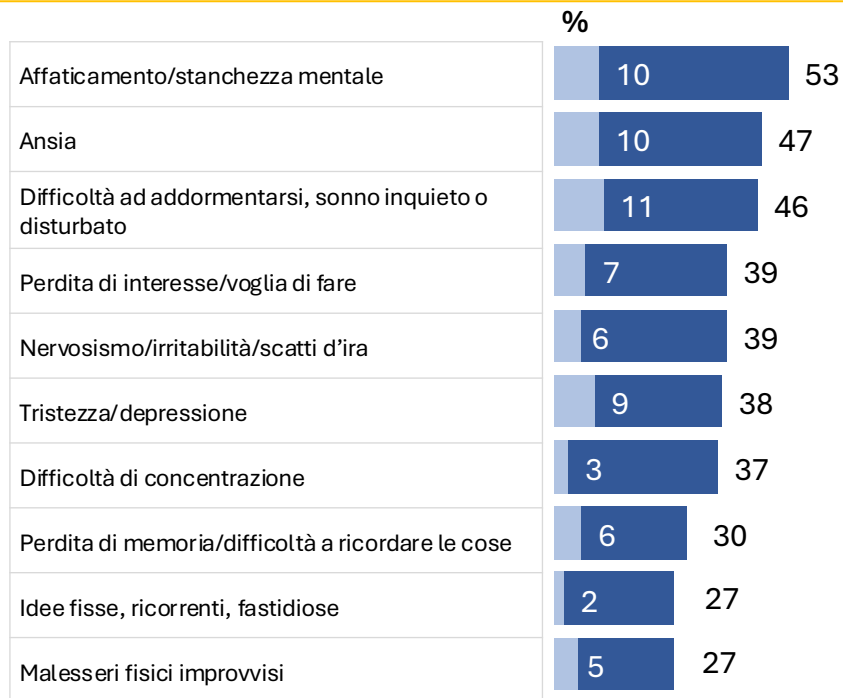
^o Ovviamente il dimensionamento dei due segmenti può variare in relazione al modo in cui si operazionalizzano gli indicatori di durata e intensità del disagio.

B.8.2 L'esperienza di disagio psicologico^o

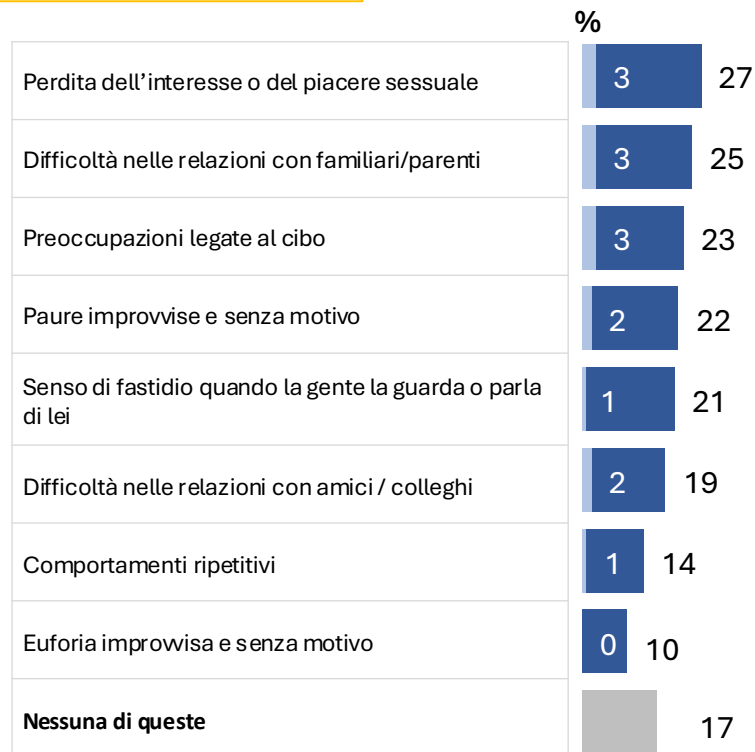
(Base: totale campione, n=2009)

D55. Con riferimento agli ultimi 3 mesi, quali tra le seguenti situazioni Lei personalmente ha vissuto/provato?

D56. E fra quelle che ha citato, quale situazione considera più importante per Lei?



Disturbo giudicato «più importante» (risposta singola)

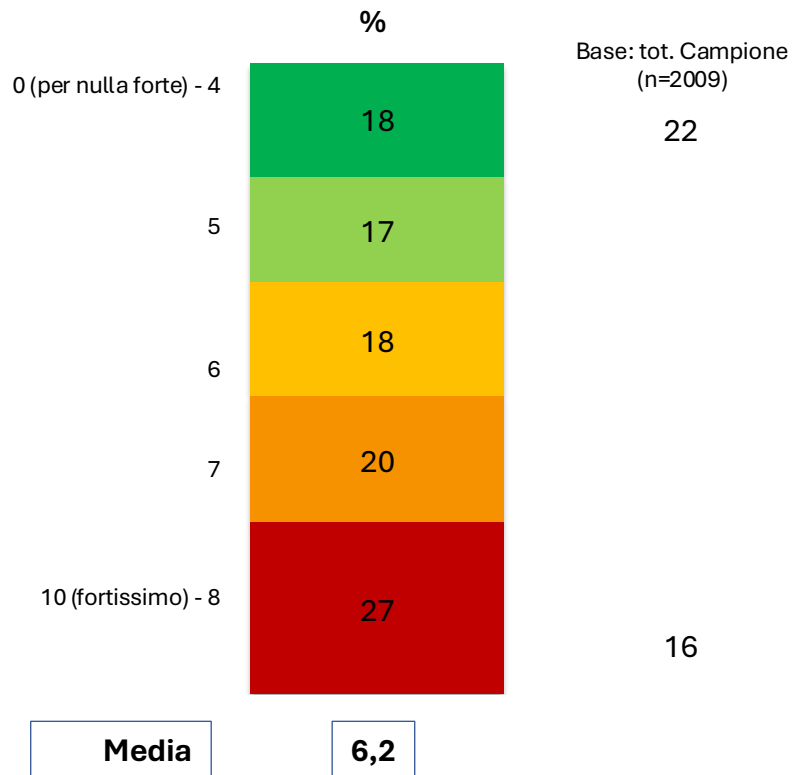


^o Inventario sull'esperienza del disagio psicologico nella popolazione (per approfondimenti, cfr. Bosio, A.C., e Margola, D. (2002). La costruzione sociale della domanda di aiuto psicologico in Italia, *Psicologia della salute*, 3, 77-90.

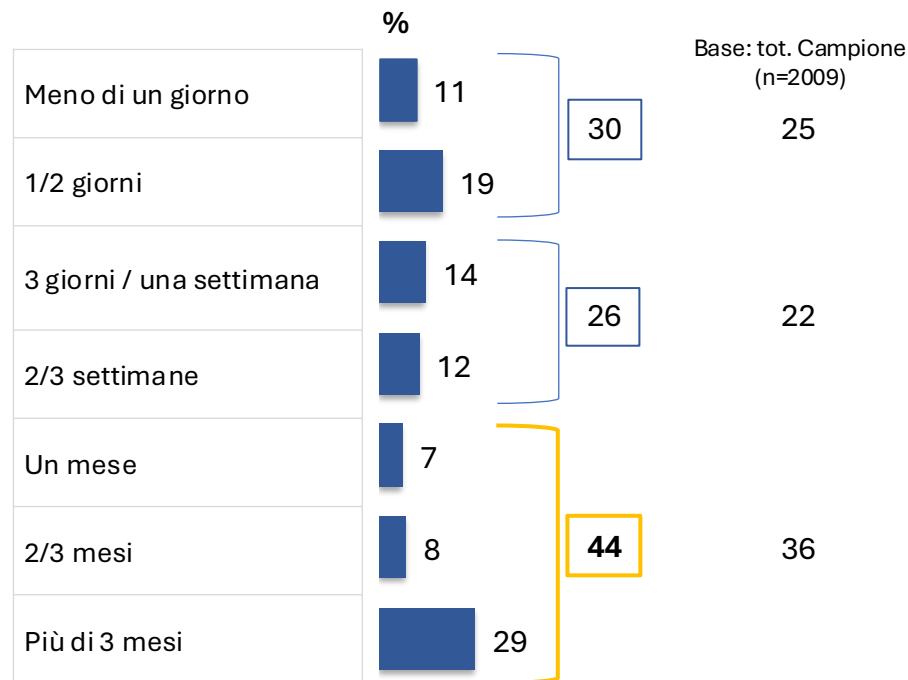
B.8.3 Intensità e durata dell'esperienza di disagio psicologico

(Base: ha sofferto di almeno un disturbo psicologico, n=1674)

D57. Lei ha detto di aver provato... Quanto era "forte" questo problema?

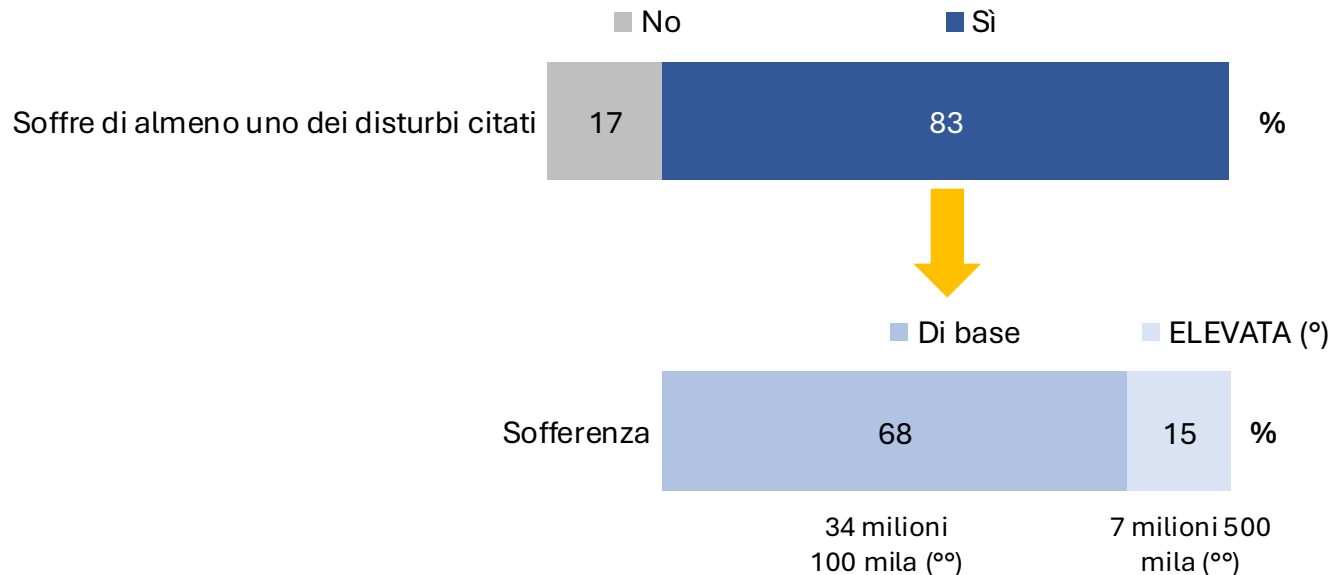


D58. E per quanto tempo è durato questo problema?



B.8.4 Articolazione dell'esperienza di disagio psicologico

(Base: Totale campione, n=2009)



(°) **SOFFERENZA ELEVATA** = Intensa (percezione di intensità = valori 8-10 e prolungata (durata di almeno un mese)

La domanda di psicologia: un percorso di segmentazione della domanda attuale e prospettica (I)

- L'incrocio fra domanda (per sé) di psicologia e esperienza di disagio psicologico è riportato nella tavola B.8.6, che offre stime riferite al totale dei rispondenti.
- L'analisi della distribuzione dei dati mostra come la variabilità inter-celle dipenda soprattutto dai percorsi di costruzione della domanda piuttosto che dall'esperienza di sofferenza psichica dei soggetti.
- Il dato è di rilievo ai fini di una segmentazione dell'utenza attuale e potenziale dell'offerta di psicologia: considerare le modalità e i percorsi che portano ad attualizzare una domanda di aiuto psicologico appare in questo senso prioritario rispetto all'esperienza di disagio psicologico sperimentato dagli individui.

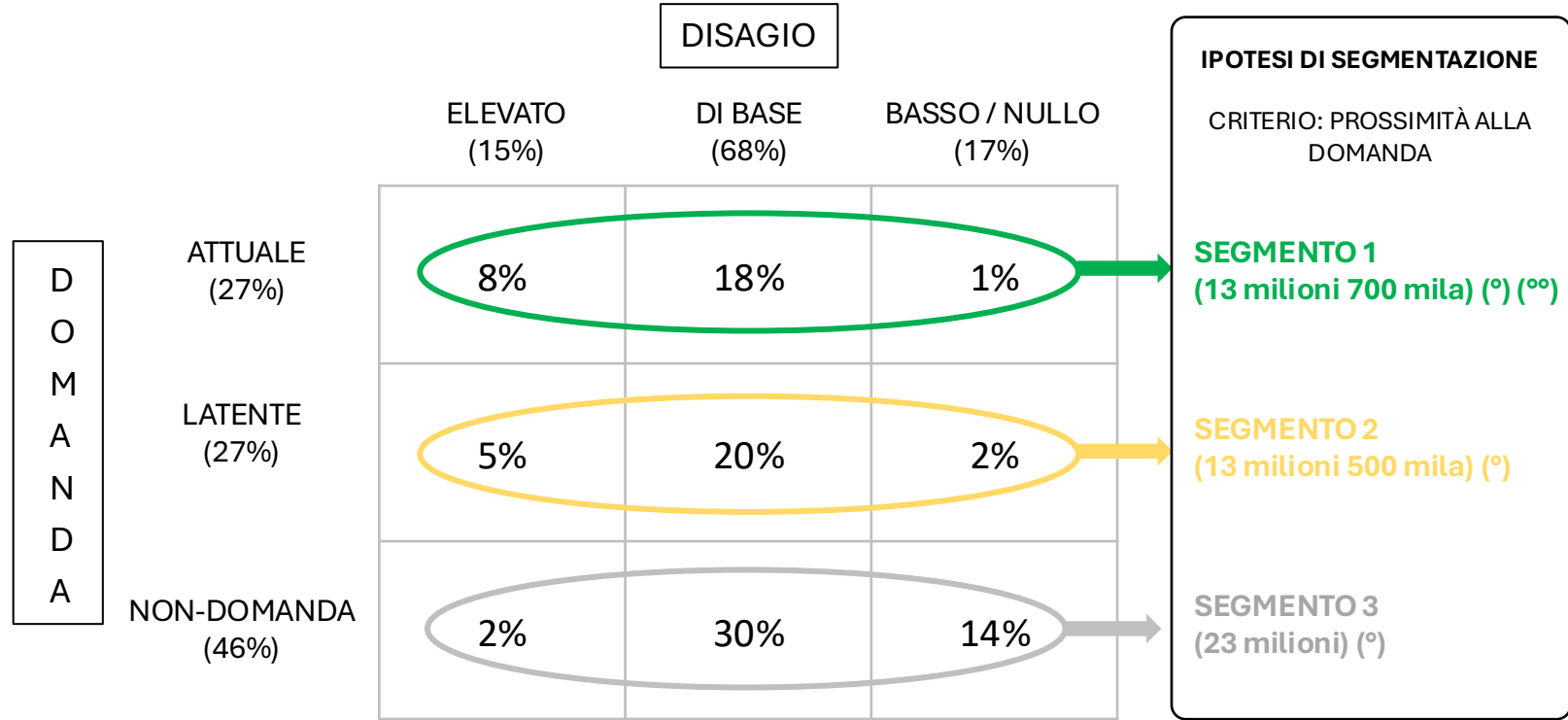
La domanda di psicologia: un percorso di segmentazione della domanda attuale e prospettica (II)

- Le implicazioni legate a questa evidenza (che dovrà essere supportata e dettagliata da altri approfondimenti di ricerca sul campo) sono rinviate a considerazioni conclusive contenute nell'Executive Report.
- Qui ci limitiamo ad offrire un profilo socio-demografico e psicosociale dei segmenti identificati, come nello schema che segue (cfr. anche le tavole B.8.7 – B.8.8).

DOMANDA ATTUALE	DOMANDA LATENTE	NON-DOMANDA
27% (13.7 ML)	27% (13.7 ML)	46% (23 ML)
<ul style="list-style-type: none"> • Donne • Giovani-adulti • Istruzione medio-superiore • Occupati 	<ul style="list-style-type: none"> • Giovani • Occupati 	<ul style="list-style-type: none"> • Uomini • Over 55 anni • Istruzione inferiore • Non occupati
<ul style="list-style-type: none"> • Orientamento a «parlare» e «fare» 	<ul style="list-style-type: none"> • Scarso orientamento a «parlare» e «fare» 	<ul style="list-style-type: none"> • Scarso orientamento a «parlare» e «fare»

B.8.6 Costruzione della domanda di psicologia e esperienza di disagio psicologico: un incrocio

(Base: totale campione, n=2009)





(°) Proiezione sull'universo della popolazione italiana >18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

(°°) Ultimi 12 mesi: 5 milioni circa

B.8.7 Profilo dei segmenti: accentuazioni socio-demografiche (I)

(Base: totale campione, n=2009)



		Totale (n=2009)	Domanda attuale (n=551)	Domanda latente (n=538)	Non-domanda (n=920)
		%	%	%	%
GENERE	Maschio	48	40	43	56
	Femmina	52	60	57	44
ETÀ	18-24 anni	8	13	10	4
	25-34 anni	13	17	19	7
	35-44 anni	14	18	12	12
	45-54 anni	18	18	20	16
	55-64 anni	18	17	16	21
	Oltre 65 anni	29	17	23	40
AREA GEOGRAFICA	Nord-ovest	27	27	25	28
	Nord-est	19	20	14	22
	Centro	20	22	22	17
	Sud	23	23	25	22
	Isole	11	8	14	11

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.8.7 Profilo dei segmenti: accentuazioni socio-demografiche (II)

(Base: totale campione, n= 2009)

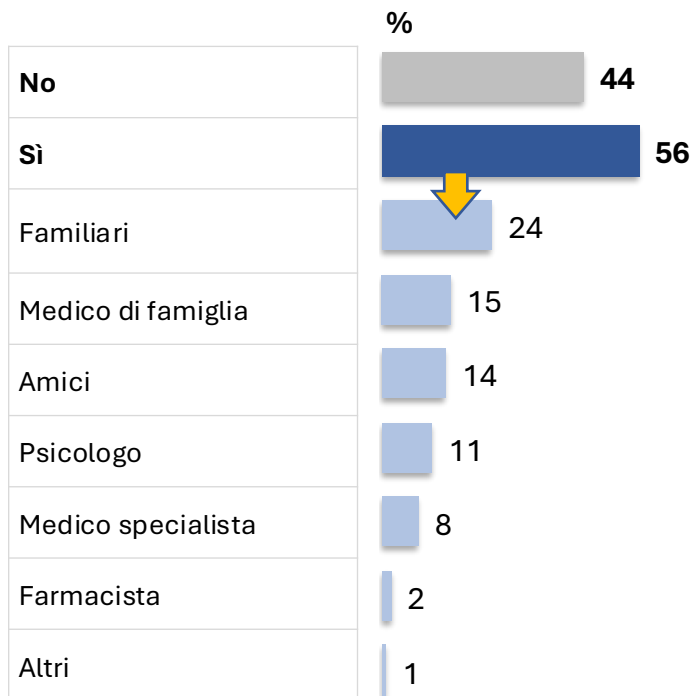
		Totale (n=2009)	Domanda attuale (n=551)	Domanda latente (n=538)	Non-domanda (n=920)
		%	%	%	%
ISTRUZIONE	Licenza elementare o media	45	34	44	52
	Diploma	38	44	37	35
	Laurea	17	22	19	13
OCCUPAZIONE	Occupato/a	56	61	64	48
	Non occupato/a	44	39	36	52
REDDITO	Fino a 10.000€	10	12	12	8
	Tra 10 e 25.000€	27	27	26	28
	Tra 25 e 40.000€	29	27	32	28
	Oltre 40.000€	20	20	20	20
	Non risponde	14	14	10	16

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.8.8 Le strategie di gestione del disagio psicologico (I)

(Base: ha sofferto di almeno un disturbo psicologico, n=1674)

D60. In riferimento alla situazione di... Lei ha consultato/parlato con qualcuno? Se sì, con chi?



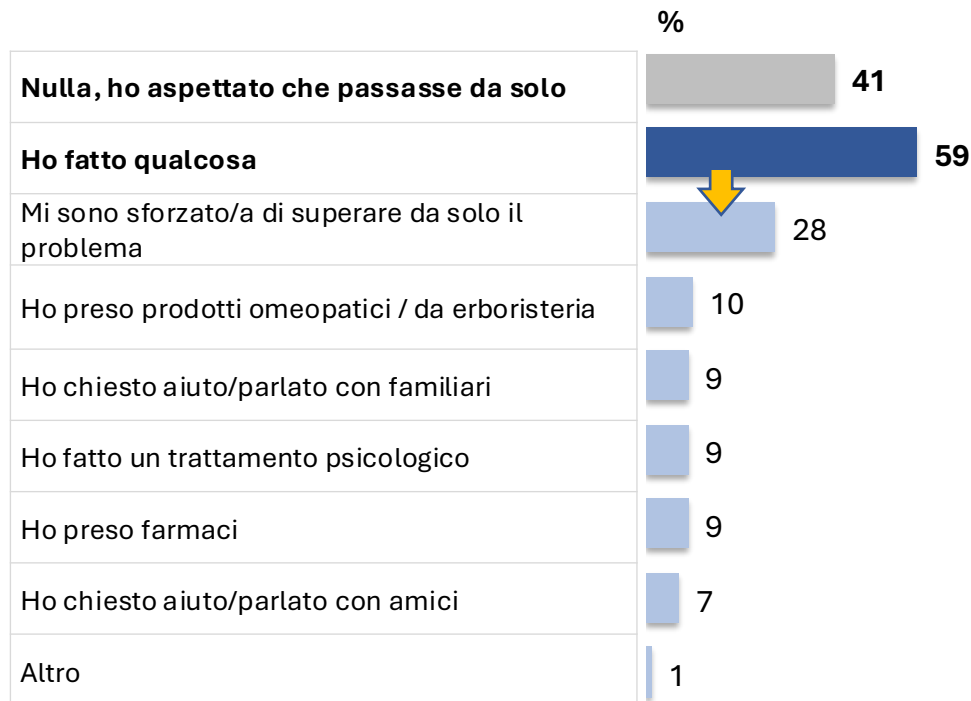
Domanda attuale (n=520)	Domanda latente (n=508)	Non-domanda (n=646)
%	%	%
26	46	57
74	54	43
27	27	20
15	15	15
17	19	8
31	3	1
13	6	5
3	2	1
1	-	-

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.8.8 Le strategie di gestione del disagio psicologico (II)

(Base: ha sofferto di almeno un disturbo psicologico, n=1674)

D61. Sempre in riferimento a questo problema, ha fatto qualcosa per migliorare la sua situazione negli ultimi 3 mesi? Se sì, che cosa?



Domanda attuale (n=520)	Domanda latente (n=508)	Non-domanda (n=646)
%	%	%
24	44	54
76	56	46
27	32	25
13	9	8
12	10	7
26	3	1
15	7	6
10	8	4
2	1	1

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.9 OLTRE LA DOMANDA: I CONTESTI DI SCAMBIO CON LO PSICOLOGO

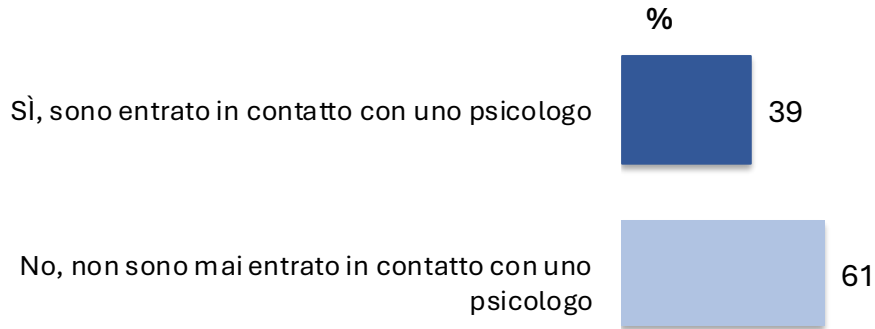
- Sin qui abbiamo preso in considerazione le esperienze di consultazione di uno psicologo attivate (e non) sulla base di esigenze personali e familiari (figli, genitori).
- Allarghiamo ora lo sguardo su altre forme di incontro con lo psicologo non motivate da esigenze personali/private: un'esperienza che tocca il 39% degli intervistati (stima di 19.5 milioni di persone, tavola B.9.1).
- Di fatto, l'esperienza di incontro di uno psicologo al di fuori della consultazione personale allarga in modo considerevole la conoscenza diretta di questa figura professionale a circa un altro quarto della popolazione (stima di 11.5 milioni di persone, tavola B.9.2).
- I contesti d'incontro extra consultazione personale sono vari: scuola (27%), ospedale (24%), formazione (15%), area «lavoro» (15%) (tavola B.9.3).

- Il dato appare rilevante (e meriterebbe ulteriori approfondimenti di ricerca) non solo per ragioni quantitative ma anche perché configura una modalità di incontro con lo psicologo mediata non da una domanda personale/privata (sostanzialmente riconducibile all'ambito clinico-salutogenico) ma da contesti pubblici di incontro che oltrepassano la domanda privata e fanno riferimento a variegate forme di expertise della professione psicologica.
- Siamo dunque di fronte a due modalità di incontro/interazione fra popolazione e psicologi diverse per logica e contenuti di scambio ma entrambe rilevanti ai fini della rappresentazione sociale della professione psicologica costruita su base di esperienze (rinviamo all'Executive Report per altre considerazioni sul punto).

B.9.1 Esperienze di incontro/contatto con lo psicologo oltre la consultazione personale

(Base: totale campione, n=2009)

D41-42. Le chiediamo di pensare ora se, al di là delle sue personali esigenze ed intenzioni, Le è mai capitato di avere contatti con uno psicologo?



PROIEZIONI ASSOLUTE °

19 milioni 500 mila individui

30 milioni 500 mila individui

° Proiezione sull'universo della popolazione italiana > 18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

B.9.2 Consultazione personale e altri contesti di incontro dello psicologo: un incrocio

(Base: totale campione, n=2009)

		DOMANDA ATTUALE	
		Sì (33%)	No (67%)
ALTRI CONTATTI	Sì (39%)	1 16%	3 23%
	No (61%)	2 17%	44%

1 Consultazione personale e altri contesti:
16% (8 milioni di persone)

2 Solo consultazione personale:
17% (8.5 milioni di persone)

3 Solo altri contesti:
23% (11.5 milioni di persone)

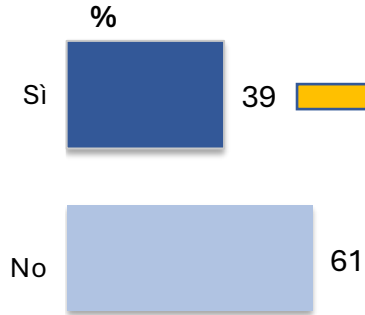
TOTALE: 56% (28 milioni di persone)

(°) Proiezione sull'universo della popolazione italiana >18 anni (n=50 milioni – Fonte: ISTAT)

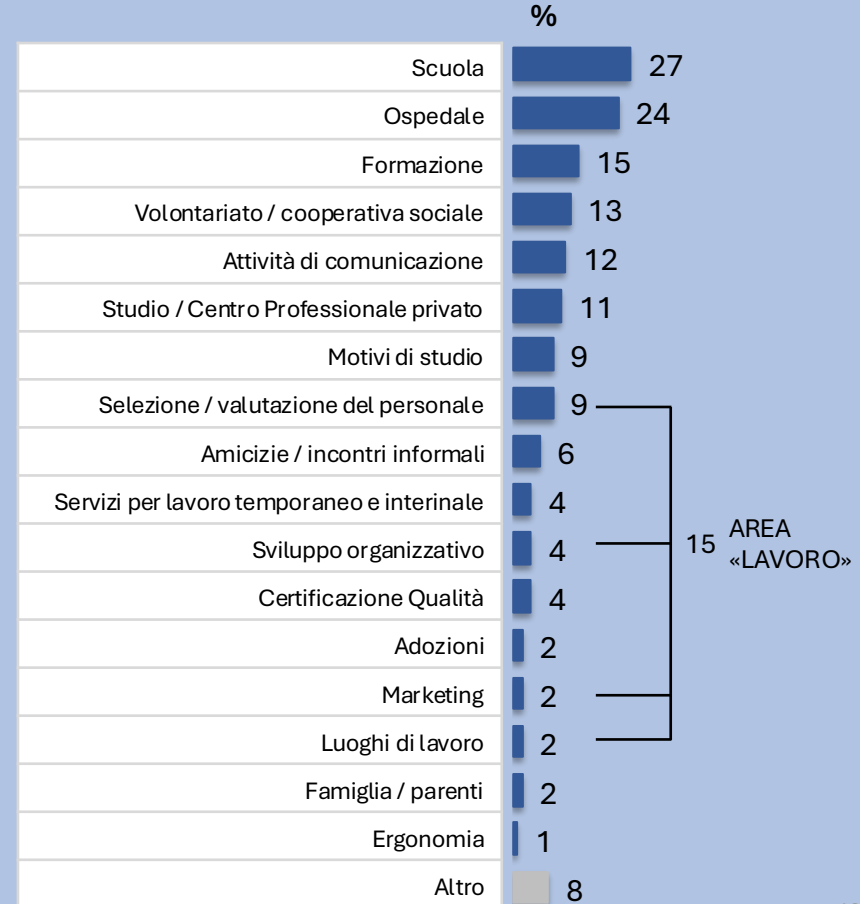
B.9.3 Altri contesti di incontro dello psicologo: situazioni

(Base: totale campione, n=2009)

D41-42. Le chiediamo di pensare ora se, al di là delle sue personali esigenze ed intenzioni, Le è mai capitato di avere contatti con uno psicologo?



D43. In quali contesti / occasioni / luoghi Le è capitato di avere contatti con uno psicologo?



B.10. L'IMMAGINE DELLA PROFESSIONE PSICOLOGICA

- In questa parte affrontiamo l'esplorazione dell'immagine dello psicologo e della sua professione attivando diversi piani d'indagine atti a coprire le molte facce del fenomeno.
- A seguire, si analizzano:
 - l'immagine della professione psicologica a confronto con altre realtà presenti nell'universo professionale;
 - gli ancoraggi di immagine prodotti dagli intervistati per rappresentare la professione dello psicologo (codici di immagine);
 - una valutazione sistematica del valore attribuito al lavoro dello psicologo.

La reputazione sociale dello psicologo a fronte di altre professioni (I)

- Consideriamo qui una valutazione comparata della reputazione sociale della professione psicologica utilizzando due indicatori di base:
 - il livello di fiducia ispirato dagli psicologi;
 - il livello di prestigio riconosciuto alla professione.
- Nel contesto delle altre figure professionali considerate, gli psicologi tendono a posizionarsi in una posizione media (tavole B.10.2 – B.10.5):
 - leggermente sopra media per quanto concerne l'indicatore «fiducia»;
 - di poco sotto media nell'indicatore «prestigio».
- Il quadro reputazionale appare dominato dalle professioni tipicamente sanitarie (medici e infermieri), seguite da quelle tipicamente tecnologiche (ingegneri, informatici).
- Altre professioni legate all'offerta di aiuto (assistenti sociali, preti) come lo psicologo appaiono invece sotto-posizionate.
- La reputazione sociale dello psicologo, infine, risulta positivamente connessa alla costruzione attiva di una domanda di psicologia nella popolazione.

La reputazione sociale dello psicologo a fronte di altre professioni (II)

- Il posizionamento reputazionale medio della popolazione psicologica può essere oggetto di interventi migliorativi vista la relazione fra reputazione sociale (in primo luogo «fiducia») e costruzione della domanda di psicologia.
- Va comunque osservato che il legame di elettività fra professione psicologica e domanda appare elevato (tavola B.10.6) come pure risulta ampia l'attribuzione di necessità/essenzialità di questa professione (tavola B.10.7).
- Le figure riconosciute come «concorrenti» attengono all'area «medica» (medico di base, psichiatra) a cui, peraltro, è riconosciuto anche un ruolo di orientamento nelle scelte dello psicologo, come già visto in precedenza.

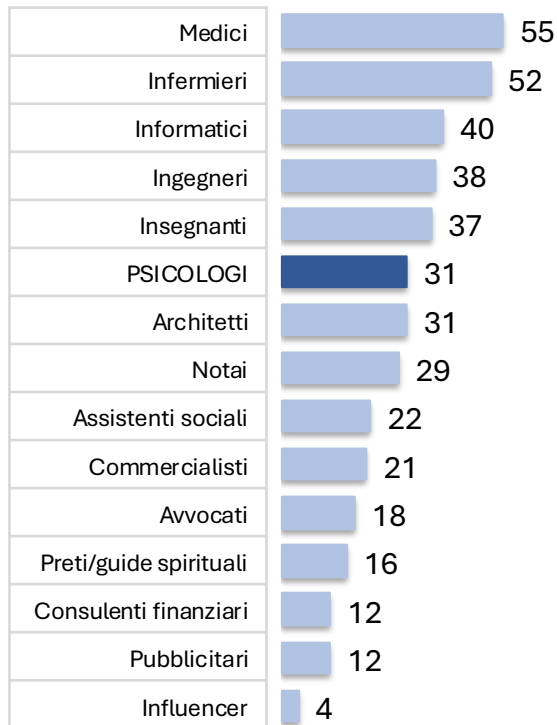
B.10.2 Gli psicologi a confronto con altre professioni: fiducia

(Base: totale campione, n=2009)

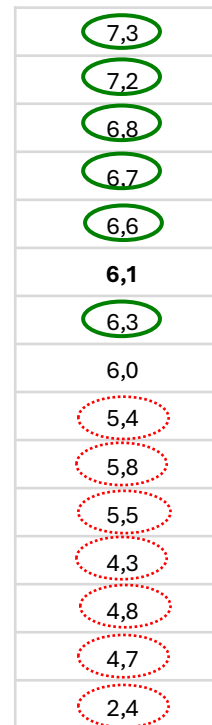
D1. Parliamo ora di professioni. Immagini di rivolgersi ai professionisti che leggerà di seguito. Mi dica quanta fiducia Lei personalmente ha in ciascuno di questi professionisti.

Punteggi di eccellenza°
(8 – 9 – 10)

%



Punteggio medio



Media **5,7**

La domanda di psicologia nella popolazione italiana risponde in modo positivo alla domanda di fiducia data dal totale psicologi.

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05) rispetto alla media.

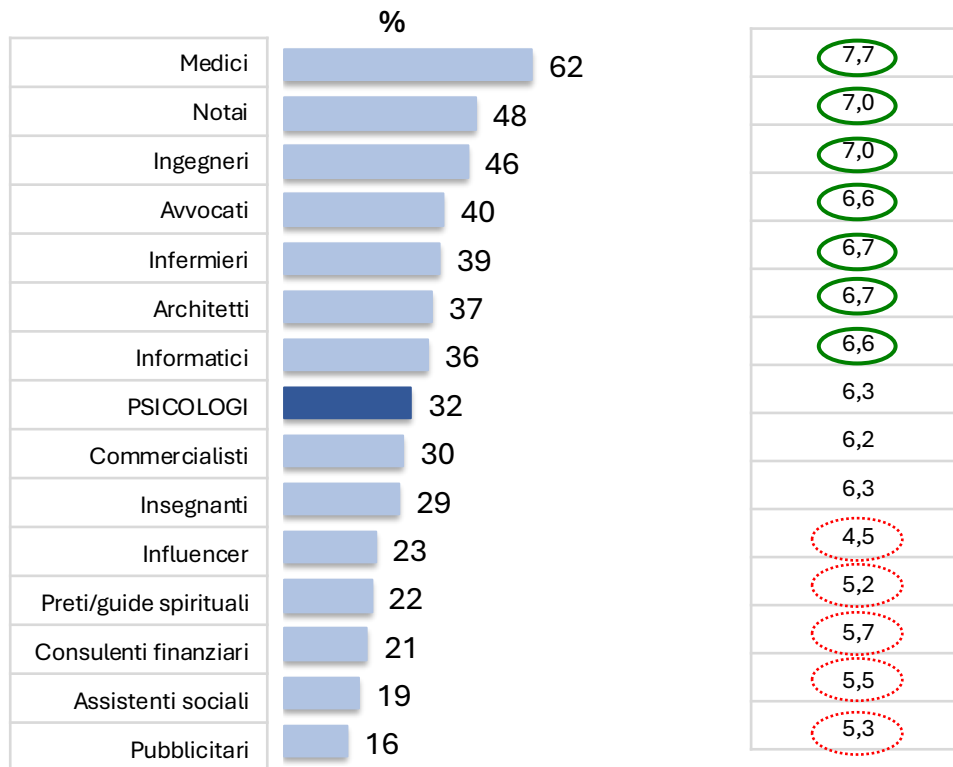
B.10.3 Gli psicologi a confronto con altre professioni: prestigio

(Base: totale campione, n=2009)

D2. E, a suo parere, quanta considerazione / prestigio sociale hanno queste professioni?

Punteggi di eccellenza (8 – 9 – 10)

Punteggio medio



Media

6,2

*La scala di risposta andava da 0(= nessuna considerazione sociale) a 10(= massima considerazione sociale).

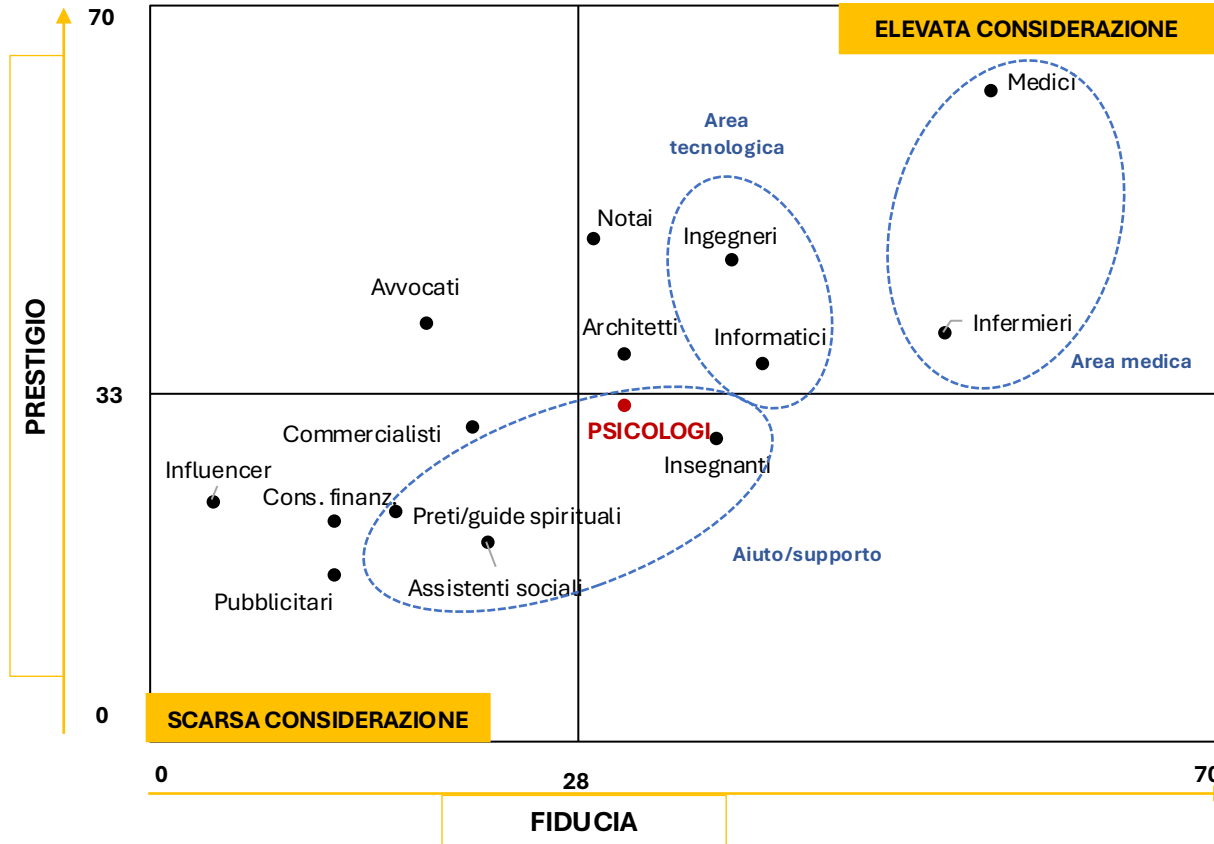
La domanda di psicologia nella popolazione italiana
RAPPORTO TECNICO

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) a livello di significatività del 5% (p < .05).

B.10.4 La reputazione sociale degli psicologi vs. altre professioni: un quadro riassuntivo

(Base: totale campione, n=2009)

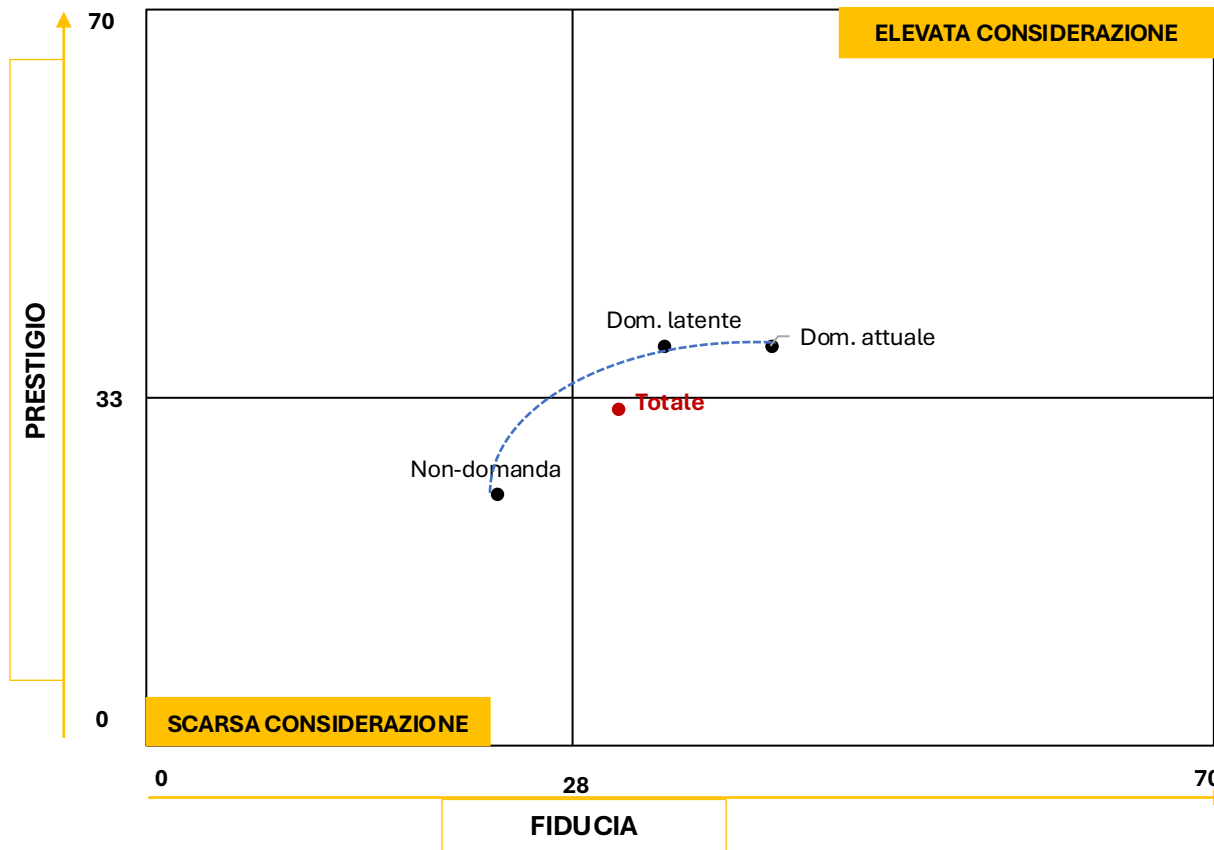
% punteggi di eccellenza (8-9-10)



B.10.5 La reputazione sociale degli psicologi: variazione nei target

(Base: totale campione, n=2009)

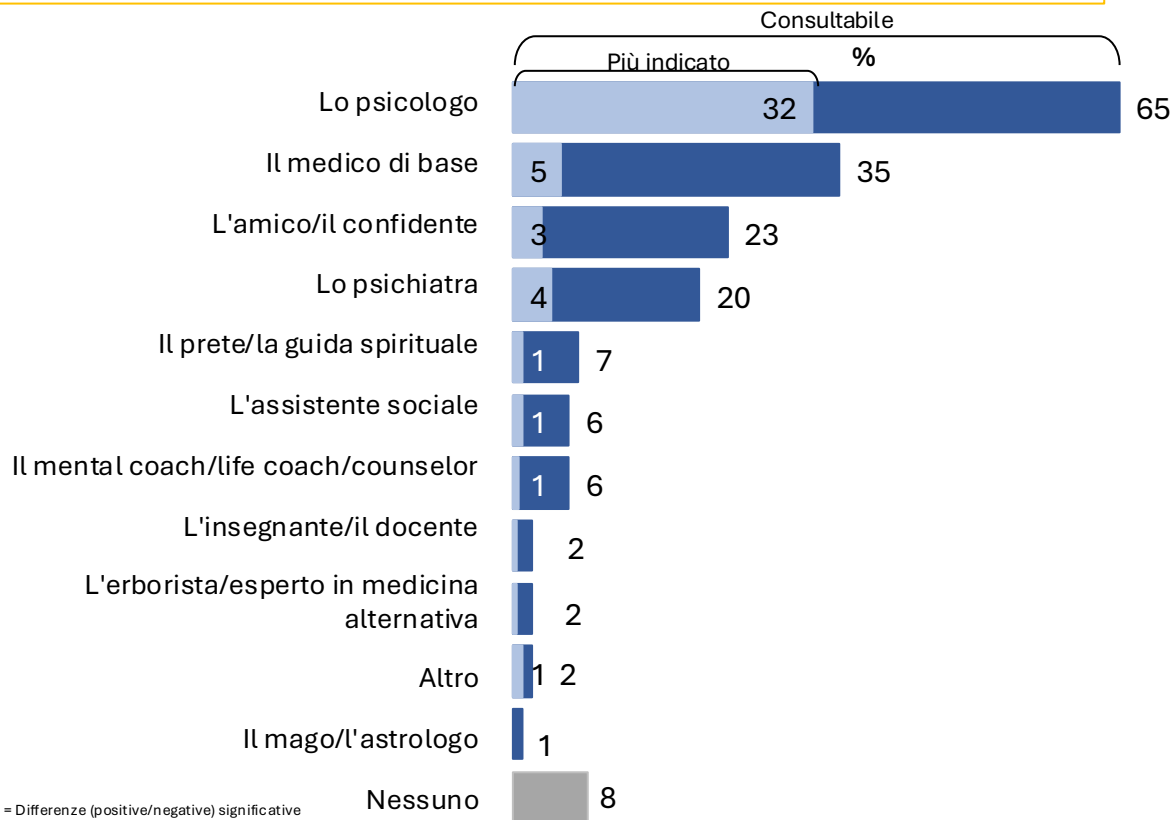
% punteggi di eccellenza
(8-9-10)



B.10.6 La professione di psicologo: elettività e unicità

(Base: totale campione, n=2009)

- D51. Nel caso di un problema personale di tipo psicologico, quali delle seguenti figure può consultare per risolverlo?
- D52. E fra quelli che ha citato, qual è la figura più indicata a cui rivolgersi per un problema personale di tipo psicologico?



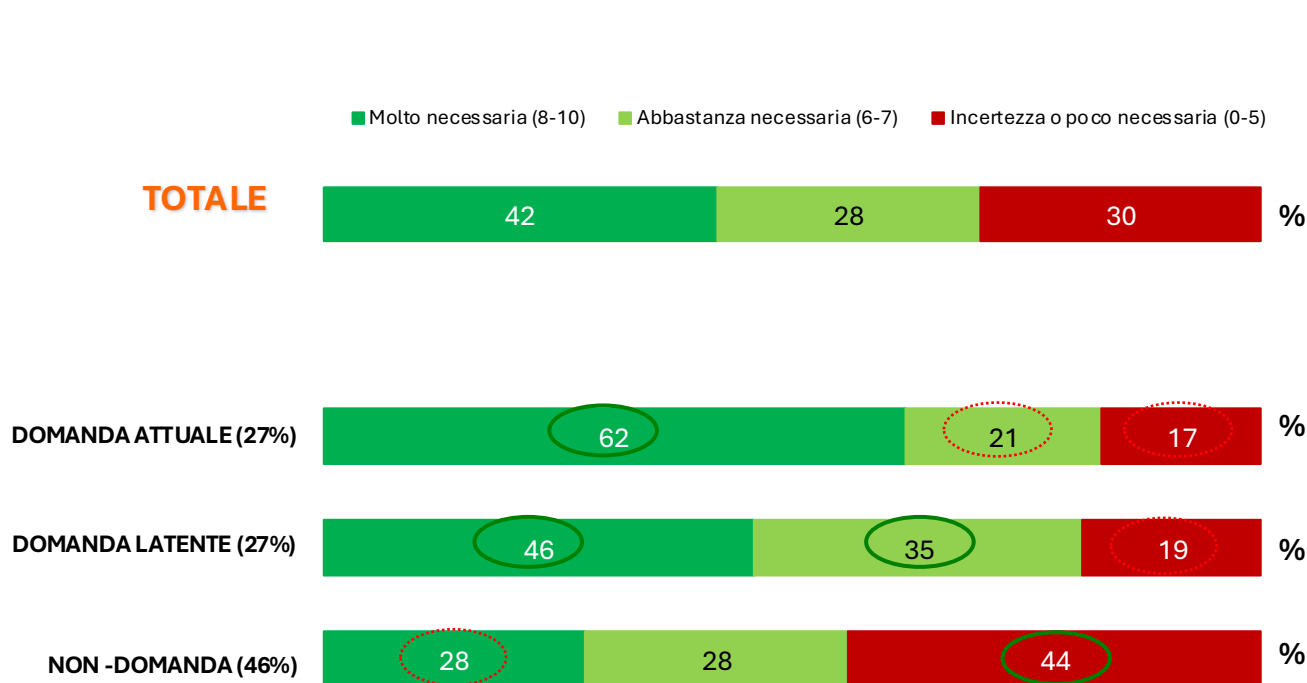
DOMANDA ATTUALE (n=551)	DOMANDA LATENTE (n=538)	NON DOMANDA (n=920)
74	73	55
31	32	39
25	28	19
32	18	14
9	8	6
7	7	5
9	6	4
4	3	2
3	2	1
1	1	2
2	0	1
3	4	12

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.10.7 La professione di psicologo: necessità percepita

(Base: totale campione, n=2009)

D46. Alcuni pensano che la professione dello psicologo sia oggi essenziale e necessaria; altri pensano che se ne può fare anche a meno. Lei personalmente quanto ritiene essenziale / necessaria la professione di psicologo?



Totale valutazioni positive **Media***

70	6,8
83	7,8
81	7,2
56	6,0

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

NOTA METODOLOGICA

- Sono analizzate qui le risposte libere date alla domanda aperta «*Per quanto ne sa, che cosa fa / di che cosa si occupa uno psicologo?*».
- Sulle risposte è stata svolta **un'analisi del contenuto qualitativa**, che ha previsto le seguenti attività:
 - l'identificazione di **codici** tramite i quali **categorizzare le verbalizzazioni** fornite dai rispondenti;
 - tali **codici** sono stati definiti a partire da quanto emerso in una ricerca precedente sulla domanda di psicologia (°) e rivisti sulla base dei dati raccolti nella presente ricerca;
 - alcuni **codici-ombrello** contengono a loro volta categorizzazioni più specifiche: ad esempio, «Si occupa di problemi psicologici» è una specifica del macro-codice «Si occupa di problemi»;
 - è inoltre possibile che a ciascuna risposta siano stati assegnati **più codici** sulla base della ricchezza del contenuto riportato.

° Bosio, A.C., Lozza, E. (2005). La professione “diafana”: bisogno di psicologia e domanda di psicologi nella popolazione lombarda. Ordine degli Psicologi della Lombardia, Milano.

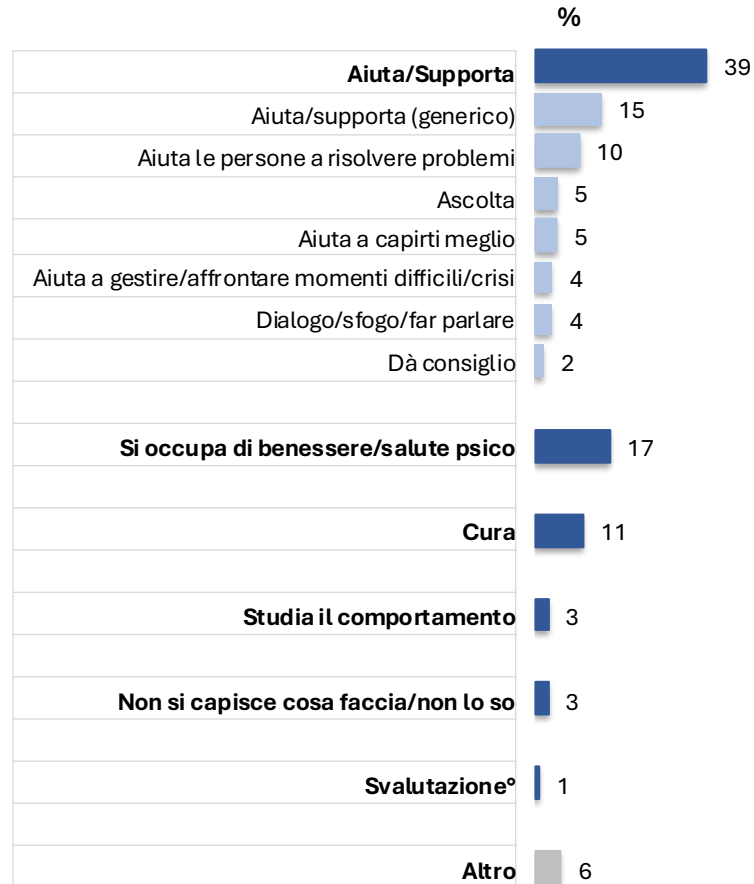
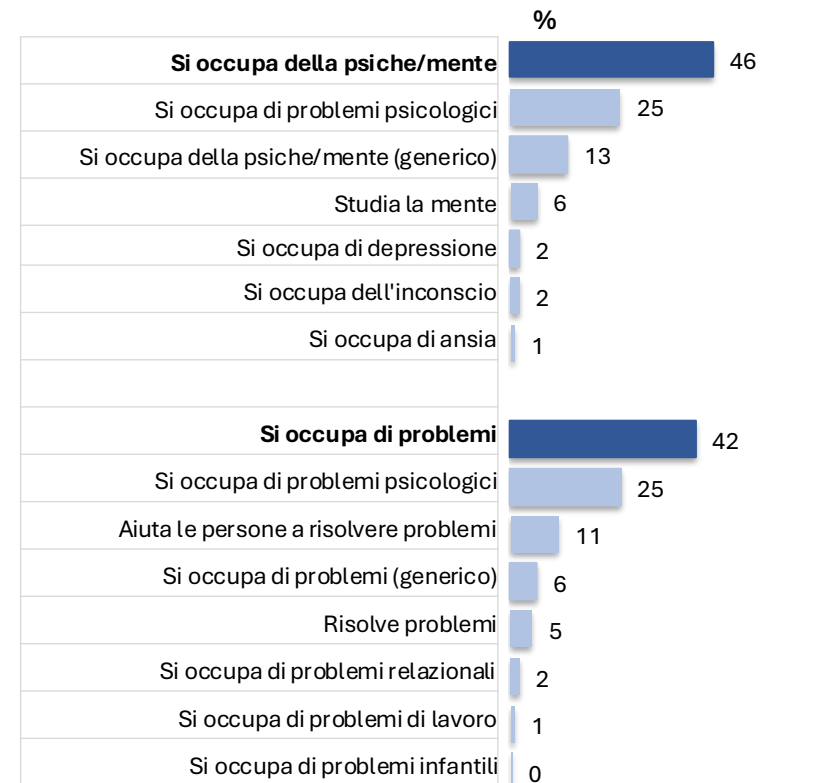
CODICI DI IMMAGINE

- La costruzione «spontanea» (cioè non influenzata da risposte pre-definite del questionario) si articola su tre ancoraggi di fondo ben definiti (tavola B.10.9):
 - focus sulla mente;
 - presa in carico di problemi;
 - aiuto/supporto a gestire/risolvere problemi.
- Mentre i primi due ancoraggi risultano trasversali nella popolazione, il riconoscimento di una prestazione di aiuto/supporto sembra influenzare positivamente il percorso di disclosure di una domanda (tavola B.10.10).
- «Mente», «Problemi», «Aiuto/supporto» si configurano come fondativi dell'immagine professionale dello psicologo anche ad un'analisi guidata del tema (tavola B.10.11).
- Si profila qui, va notato, un altro codice di immagine legato al tema «promozione benessere e resilienza»; a significare una finalizzazione dell'intervento in chiave salutogenica piuttosto che meramente curativa. Si tratta di un codice meno radicato nell'immagine ma già ampiamente diffuso, su cui eventualmente lavorare per favorirne il consolidamento.

B.10.9 Codici di immagine (domanda aperta)

(Base: totale campione, n=2009)

D3. Per quanto ne sa, che cosa fa / di che cosa si occupa uno psicologo?

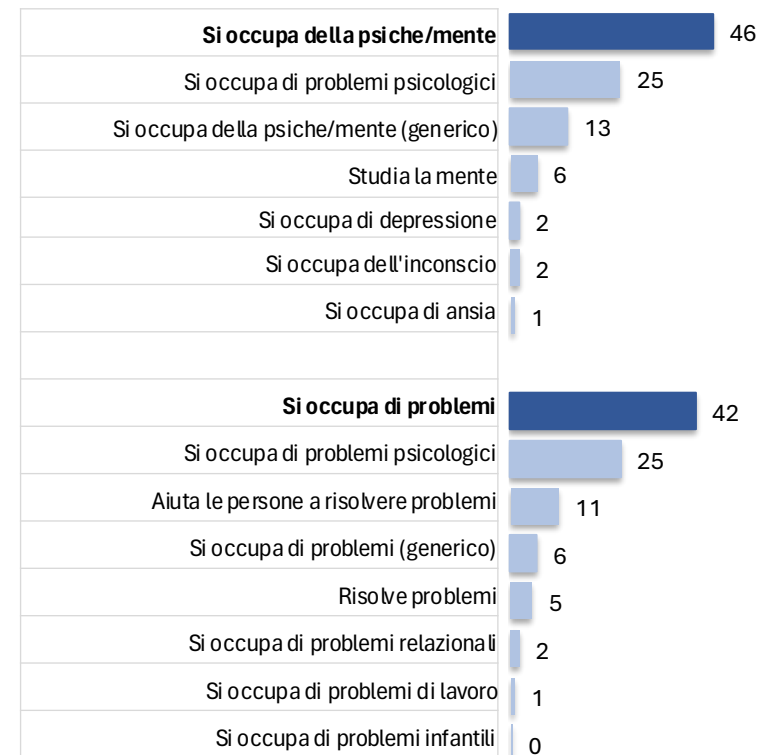


⁹ Include tutti i commenti svalutanti la professione di psicologo: «non serve a niente», «imbrogli», «ruba soldi» etc.



B.10.10 Codici di immagine: variazioni nei segmenti della domanda (I)

(Base: totale campione, n=2009)

%

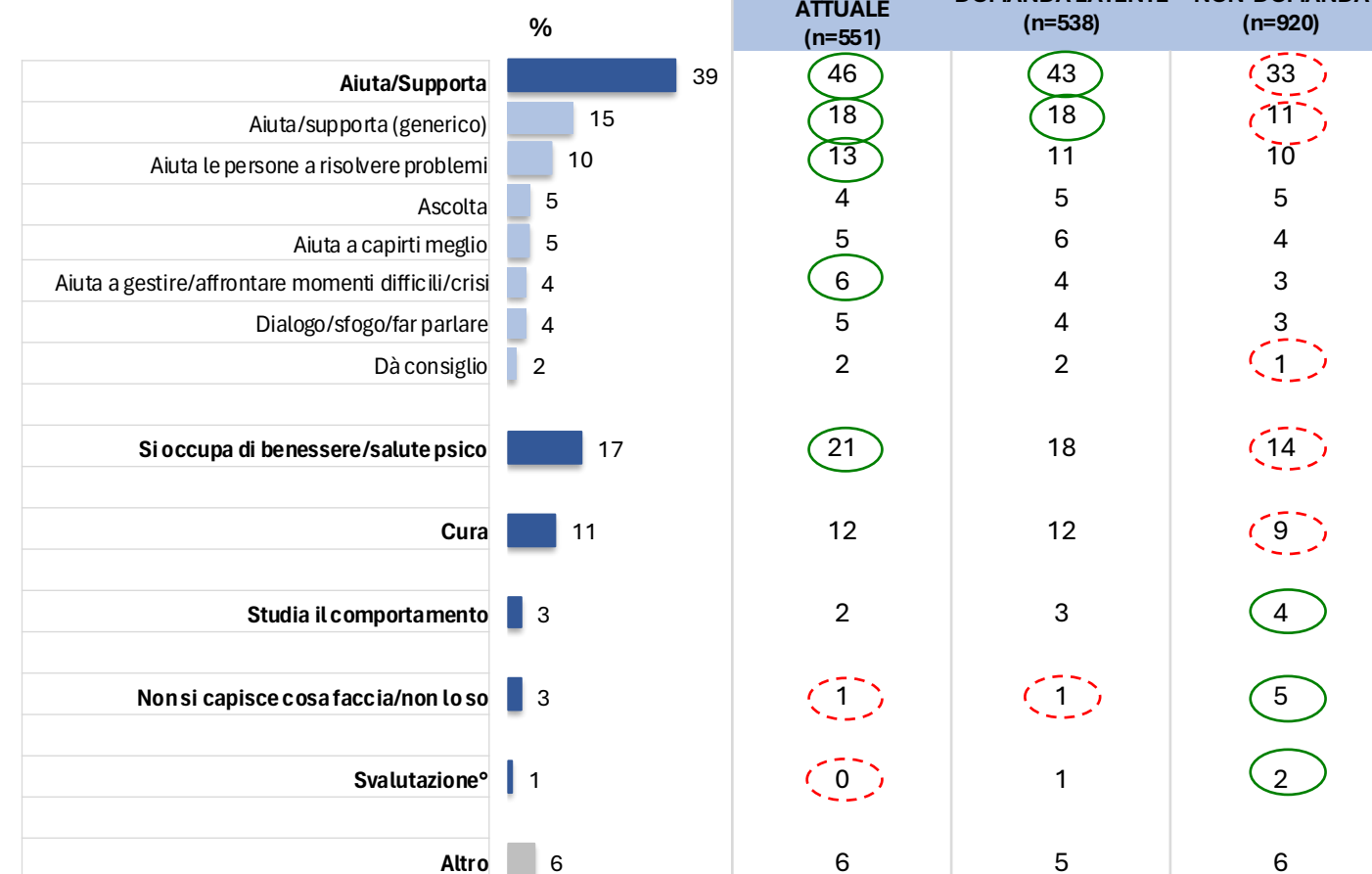


	DOMANDA ATTUALE (n=551)	DOMANDA LATENTE (n=538)	NON-DOMANDA (n=920)
Si occupa della psiche/mente	44	43	48
Si occupa di problemi psicologici	25	24	27
Si occupa della psiche/mente (generico)	12	12	14
Studia la mente	5	6	6
Si occupa di depressione	2	2	3
Si occupa dell'inconscio	1	2	2
Si occupa di ansia	2	1	2
Si occupa di problemi	41	42	42
Si occupa di problemi psicologici	25	24	27
Aiuta le persone a risolvere problemi	13	11	10
Si occupa di problemi (generico)	4	7	6
Risolve problemi	6	4	4
Si occupa di problemi relazionali	3	2	2
Si occupa di problemi di lavoro	0	1	1
Si occupa di problemi infantili	0	1	0

 /  = Differenze (positive/negative) significative (+/-) a livello di significatività del 5% (p < .05).

B.10.10 Codici di immagine: variazioni nei segmenti della domanda (II)

(Base: totale campione, n=2009)



○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

La domanda di psicologia nella popolazione italiana
RAPPORTO TECNICO

B.10.11 Il lavoro dello psicologo: rappresentazione guidata

(Base: totale campione, n=2009)

D47. Leggerà ora una serie di frasi che descrivono quello che gli psicologi possono fare. A suo parere, quali frasi caratterizzano di più la professione di psicologo? °

Punteggi caratterizzanti
(4-5)
%



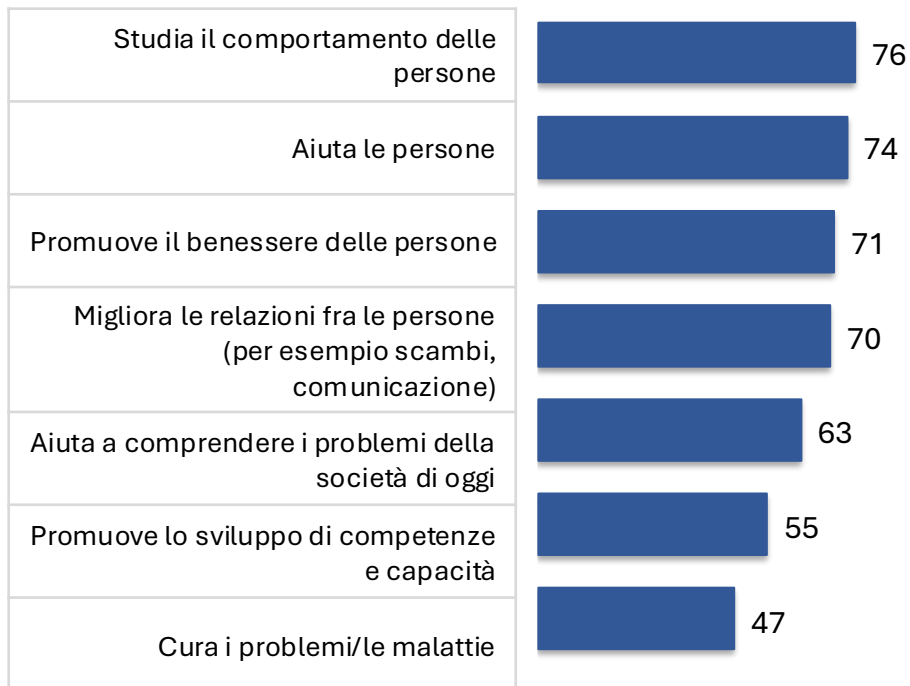
°La scala di risposta andava da 1 (= non caratterizza per nulla) a 5 (=caratterizza del tutto).

(*) Codici dominanti

B.10.12 La rappresentazione dello psicologo: confronti

(Base: totale campione, n=2009)

Punteggi caratterizzanti (4 - 5)



	DOMANDA ATTUALE (n=551)	DOMANDA LATENTE (n=538)	NON-DOMANDA (n=920)
Studia il comportamento delle persone	78	78	73
Aiuta le persone	80	80	66
Promuove il benessere delle persone	79	77	63
Migliora le relazioni fra le persone (per esempio scambi, comunicazione)	78	76	62
Aiuta a comprendere i problemi della società di oggi	68	67	57
Promuove lo sviluppo di competenze e capacità	65	60	46
Cura i problemi/le malattie	50	50	43

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

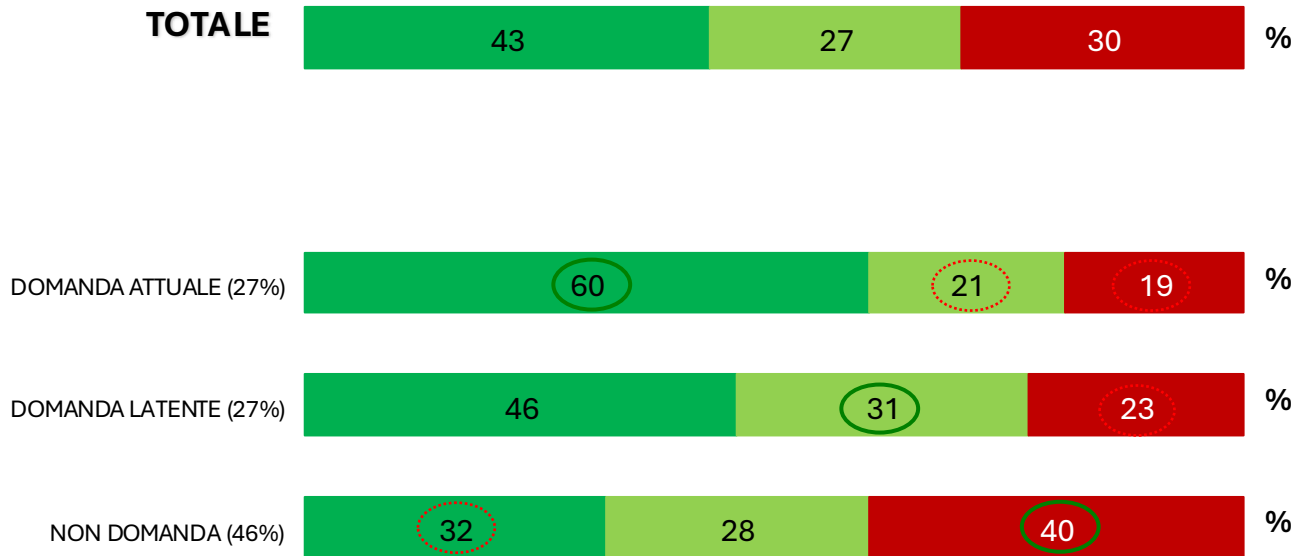
- Quale valore è riconosciuto alla professione psicologica? (tavola B.10.14)
 - In generale, un valore molto elevato (70% positivo)...
 - ... che aumenta nettamente presso i «portatori di domanda» (attuale e anche latente).
- Tale riconoscimento poggia su una serie di attribuzioni che costituiscono veri e propri punti di forza di importanza prioritaria dell'offerta psicologica (tavola B.10.17):
 - l'utilità sociale della professione;
 - il fondamento scientifico e la preparazione professionale degli psicologi;
 - la possibilità di capire ciò che fa/offre lo psicologo.
- Un patrimonio d'immagine non offuscato da punti di debolezza rilevanti: da capitalizzare e auspicabilmente incrementare attraverso l'offerta professionale.

B.10.14 Il lavoro dello psicologo: valutazione complessiva

(Base: totale campione, n=2009)

D44. Parliamo sempre della professione di psicologo. Per quanto ne sa, come valuta questa professione nel complesso?

■ Molto in positivo (8-10) ■ In positivo (6-7) ■ Indifferenza o in negativo (0-5)



Totale valutazioni positive %

Media*

70	6,9
81	7,5
77	7,1
60	6,3

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

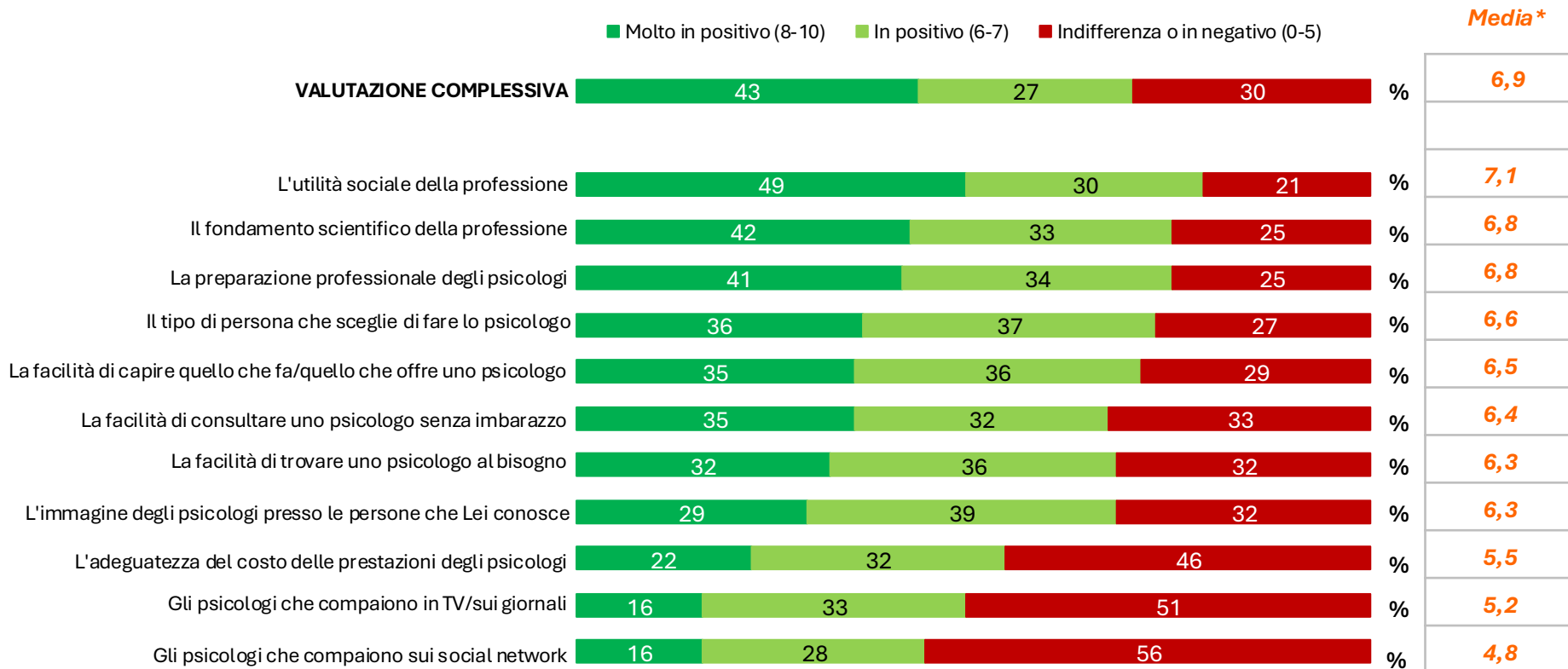
La domanda di psicologia nella popolazione italiana
RAPPORTO TECNICO

* Scala 0-10

B.10.15 Il lavoro dello psicologo: valutazione analitica

(Base: totale campione, n=2009)

D45. Parliamo sempre della figura dello psicologo. Come valuta questa professione per ciascuno dei seguenti aspetti?



B.10.16 Valutazione complessiva e analitica della professione: quali contenuti pesano di più sul giudizio generale?

(Base: totale campione, n=2009)

Regressione lineare (°): $R^2 = .63$

VALUTAZIONE COMPLESSIVA
L'utilità sociale della professione
Il fondamento scientifico della professione
La preparazione professionale degli psicologi
La facilità di capire quello che fa/quello che offre uno psicologo
L'immagine degli psicologi presso le persone che Lei conosce
La facilità di trovare uno psicologo al bisogno
La facilità di consultare uno psicologo senza imbarazzo
L'adeguatezza del costo delle prestazioni degli psicologi
Gli psicologi che compaiono sui social network
Il tipo di persona che sceglie di fare lo psicologo
Gli psicologi che compaiono in TV/sui giornali

% tot. valutazioni positive	Media	Valore β (°)
70	6,9	-
79	7,1	0,35
75	6,8	0,17
75	6,8	0,17
71	6,5	0,12
68	6,3	0,10
68	6,3	-0,08
67	6,4	0,04 (n.s.)
54	5,5	0,02 (n.s.)
44	4,8	0,01 (n.s.)
73	6,6	0,01 (n.s.)
49	5,2	0,01 (n.s.)

(°) L'analisi di regressione lineare ha permesso di valutare l'impatto delle dimensioni analitiche della soddisfazione sulla soddisfazione totale. (***)

(**) Il valore di R^2 del modello indica la percentuale di varianza della soddisfazione totale spiegata dalle dimensioni analitiche [R^2 del modello = ,63]. (*)

(*) Il coefficiente β indica quanto ogni dimensione (i.e. le dimensioni analitiche di valutazione della professione) è importante nel spiegare l'andamento della valutazione complessiva. (*)

Peso dell'item sulla valutazione complessiva (***) : alto
(**) : medio
(*) : basso

B.10.17 Valutazione della professione: una mappa finale

(Base: totale campione, n=2009)

I risultati dell'analisi (incluso solo i punti statisticamente significativi) possono così essere schematizzati:



B.11. IL FUTURO DELLA PROFESSIONE: SENTIMENT E PREFIGURAZIONI

SENTIMENT (tavola B.11.1)

- Diffuso e trasversale a tutti i segmenti della popolazione un sentiment positivo circa la crescita della domanda di psicologia nei prossimi anni (71%).

PREFIGURAZIONI (tavole B.11.2)

- In coerenza con il sentiment di base, le prefigurazioni dell'offerta di psicologia nel prossimo futuro sono immaginate in direzione espansiva.
- Il tasso d'espansione appare strettamente correlato alla crescita percepita dei singoli contenuti dell'offerta, articolati in modo flessibile in varie direzioni:
 - psicoterapia, diagnosi, riabilitazione;
 - sostegno in vari contesti (ospedali, consultori, comunità);
 - consulenza nelle scuole, orientamento e insegnamento;
 - comunicazione sociale, prevenzione/promozione della salute.

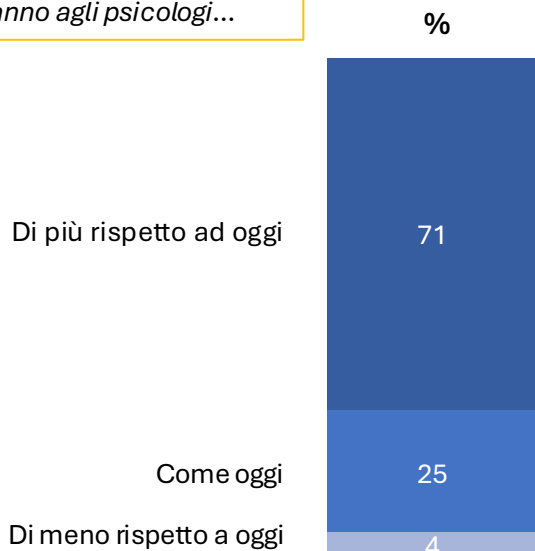
FOCUS TOPICS (tavole B.11.3)

- In chiusura della ricerca sono stati focalizzati alcuni temi specifici ritenuti di particolare rilevanza per il futuro:
 - Accessibilità dello psicologo – La possibilità di ricerca di uno psicologo in caso di bisogno di consultazione non sembra costituire un problema per la maggior parte degli intervistati (78%);
 - Disponibilità alla spesa – La disponibilità appare realisticamente orientata. Evidente comunque un gap fra disponibilità e spesa reale per circa il 16% della popolazione;
 - Consultazione in presenza/a distanza – Nettamente preferito appare lo scenario di una consultazione organizzata in presenza (78%);
 - Consultazione e ricorso all'IA – L'ipotesi di un impiego dell'Intelligenza Artificiale (IA) nell'attività di consultazione appare oggi accettata da una parte minoritaria ma non irrilevante degli intervistati, soprattutto se gestita in modalità «blended» (39%);
 - Psicologo di base – L'introduzione di questo posizionamento professionale nel SSN ottiene un accoglimento quasi plebiscitario (80%) che si accentua ulteriormente presso quei segmenti della popolazione più prossimi alla domanda di psicologia (circa 90%).

B.11.1 La domanda psicologica nel futuro: sentiment

(Base: totale campione, n=2009)

D62. A suo parere, nei prossimi 5 anni le persone si rivolgeranno agli psicologi...



	DOMANDA ATTUALE (n=551)	DOMANDA LATENTE (n=538)	NON DOMANDA (n=920)
Di più rispetto ad oggi	76	80	64
Come oggi	20	17	32
Di meno rispetto a oggi	4	3	4

La domanda di psicologia nella popolazione italiana

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.11.2 Le attività dello psicologo: prefigurazioni (I)

(Base: totale campione, n=2009)

D47.2. Quanto ritiene utile la presenza di uno psicologo nello svolgimento di ognuna di queste attività?



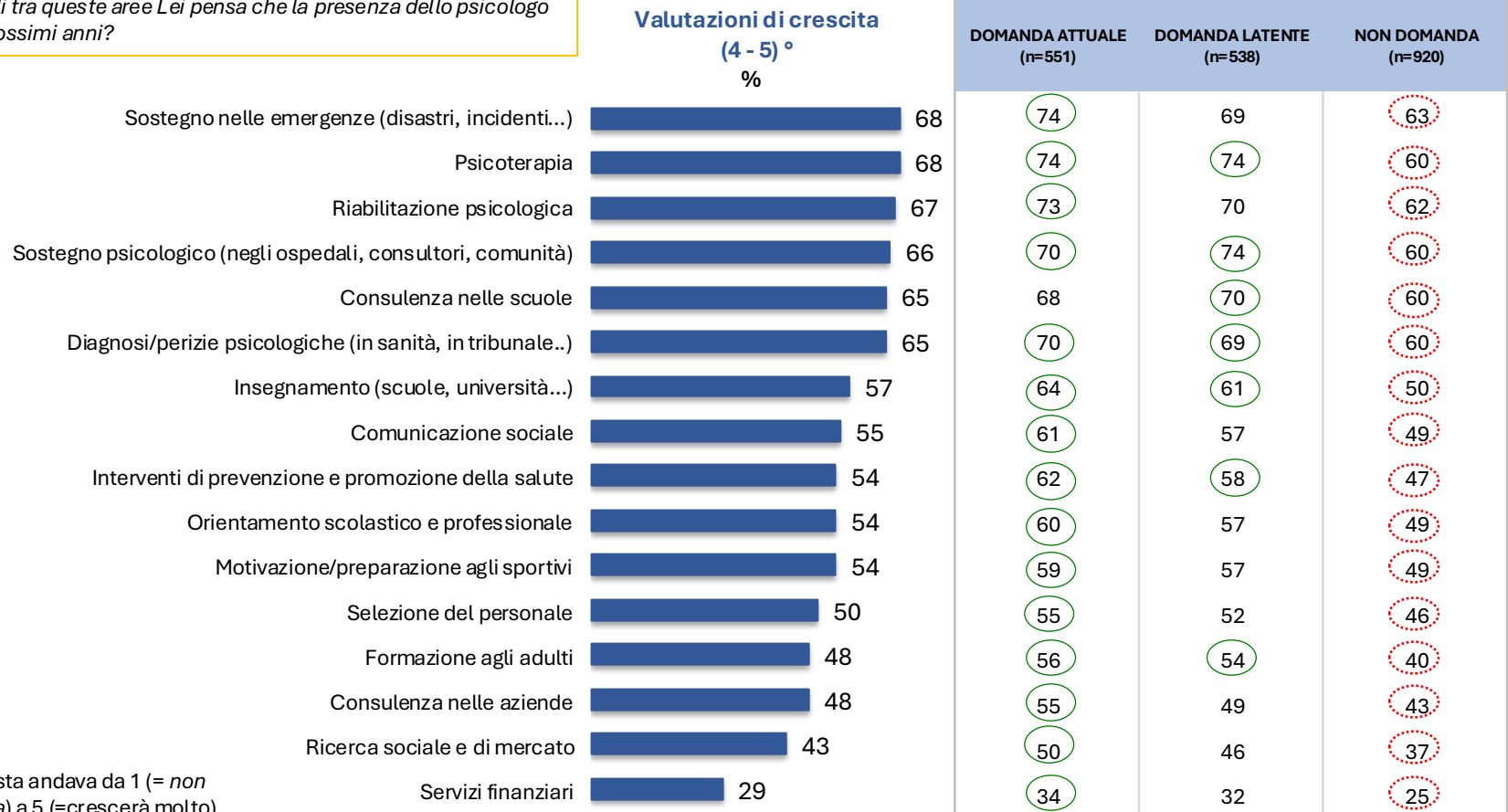
	DOMANDA ATTUALE (n=551)	DOMANDA LATENTE (n=538)	NON DOMANDA (n=920)
	83	84	66
	85	81	68
	82	81	65
	83	76	64
	83	76	63
	79	76	63
	78	73	55
	72	71	53
	71	65	49
	70	63	50
	73	66	46
	70	62	48
	62	55	44
	61	53	43
	53	47	37
	30	27	21

*La scala di risposta andava da 1(= per nulla utile) a 5 (=molto utile)

B.11.2 Le attività svolte dallo psicologo: prefigurazioni (II)

(Base: totale campione, n=2009)

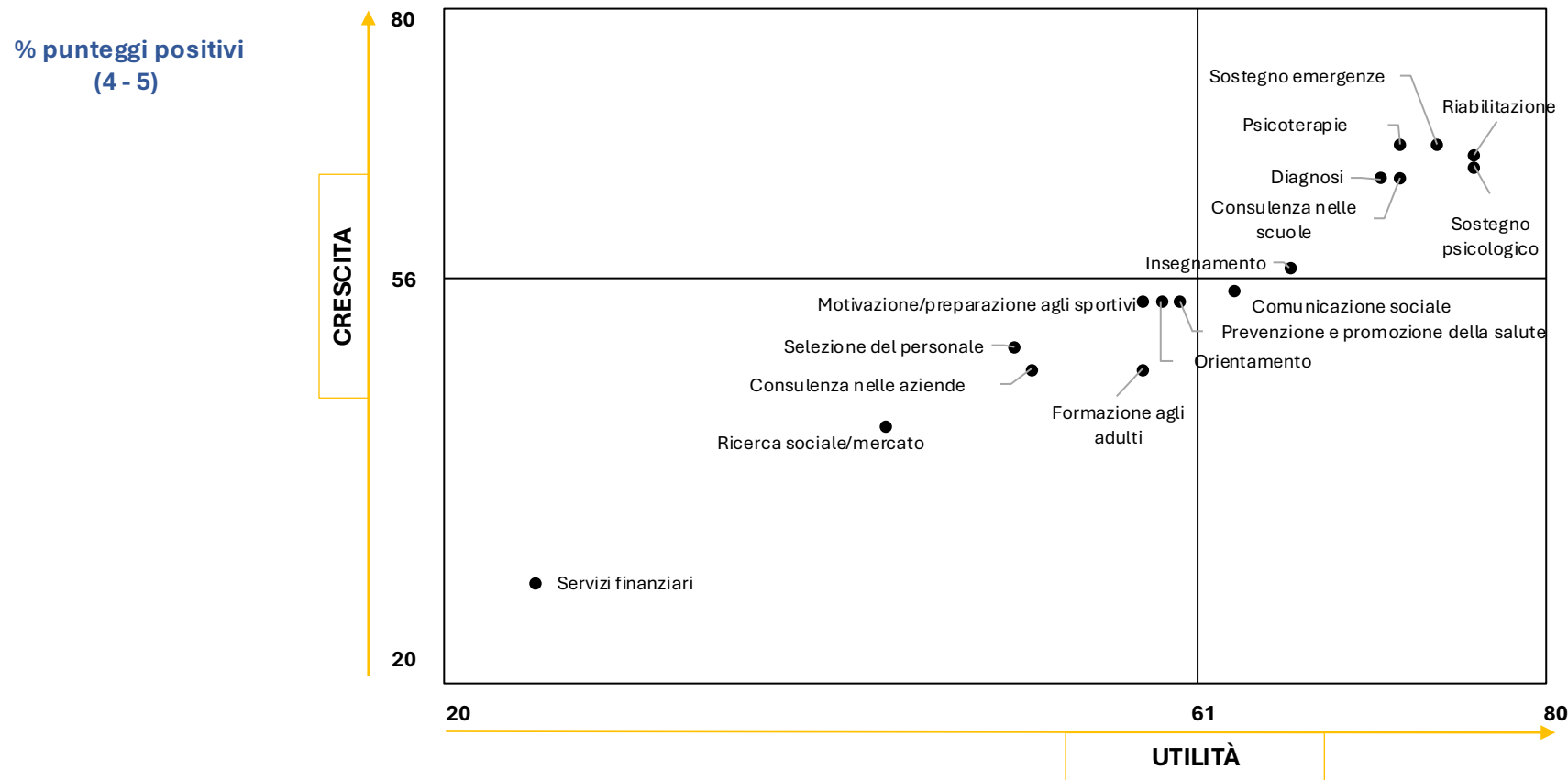
D47.3. E in quali tra queste aree Lei pensa che la presenza dello psicologo crescerà nei prossimi anni?



°La scala di risposta andava da 1 (= non crescerà per nulla) a 5 (=crescerà molto)

B.11.2 Le attività svolte dallo psicologo: prefigurazioni (III)

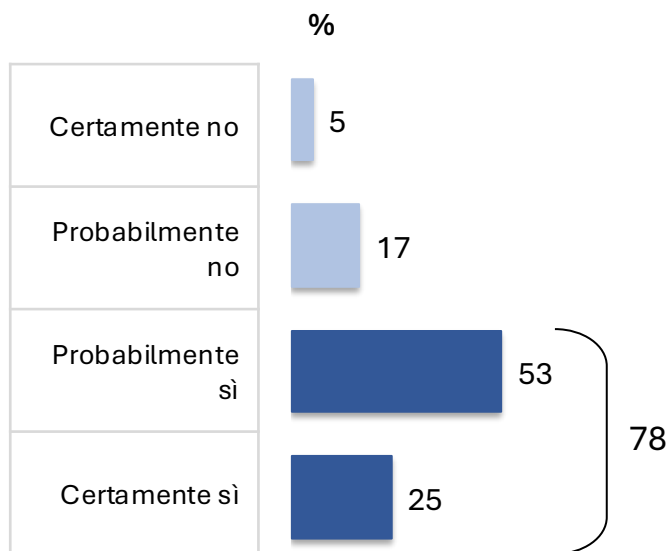
(Base: totale campione, n=2009)



B.11.3 Prefigurazioni: focus topics – accessibilità degli psicologi (I)

(Base: chi non ha consultazioni in corso, n=1884)

D49. Immagini che Lei abbia bisogno di consultare uno/a psicologo/a: saprebbe dove cercarlo/a?

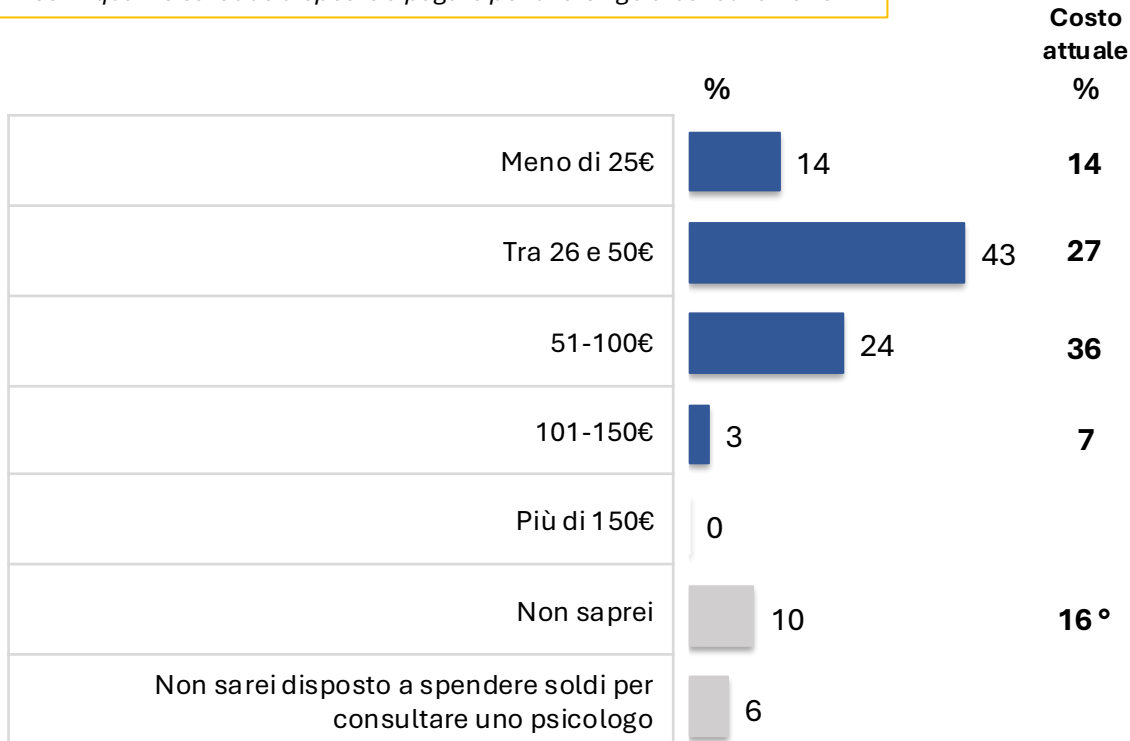


	DOMANDA ATTUALE (n=426)	DOMANDA LATENTE (n=538)	NON DOMANDA (n=920)
Certamente no	1	3	9
Probabilmente no	7	19	19
Probabilmente sì	49	62	50
Certamente sì	43	16	22

B.11.3 Prefigurazioni: focus topics – disponibilità alla spesa (II)

(Base: chi indica lo psicologo a D51-52, n=1309)

D53. E quanto sarebbe disposto a pagare per una singola consultazione?



Media € per consultazione attuata

49 €

	DOMANDA ATTUALE (n=408)	DOMANDA LATENTE (n=394)	NON DOMANDA (n=225)
Meno di 25€	11	16	9
Tra 26 e 50€	47	47	40
51-100€	24	23	28
101-150€	4	1	3
Più di 150€	0	0	0
Non saprei	9	9	14
Non sarei disposto a spendere soldi per consultare uno psicologo	4	4	6

50 €

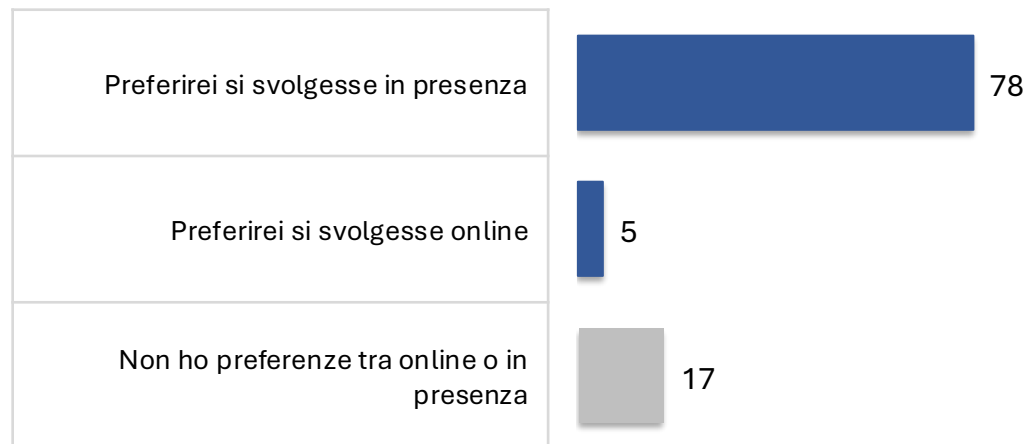
46 €

53 €

B.11.3 Preferenza sulla modalità di consultazione: focus topics – consultazione in presenza/online (III)

(Base: chi indica lo psicologo a D51-52, n=1309)

D54. E come preferirebbe si svolgesse la consultazione?



	DOMANDA ATTUALE (n=408)	DOMANDA LATENTE (n=394)	NON DOMANDA (n=225)
Preferirei si svolgesse in presenza	77	73	83
Preferirei si svolgesse online	6	6	3
Non ho preferenze tra online o in presenza	17	21	14

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% ($p < .05$).

La domanda di psicologia nella popolazione italiana
RAPPORTO TECNICO

B.11.3 Preferenza sulla modalità di consultazione: focus topics – uso dell'IA nella consulenza psicologica (IV)

(Base: totale campione, n=2009)

D64. Se Lei avesse la possibilità di provare una consulenza psicologica gestita interamente dall'intelligenza artificiale, in che misura sarebbe disposto/a a prendervi parte?

D65. E se Lei avesse la possibilità di provare una consulenza psicologica gestita in parte dall'intelligenza artificiale e in parte da uno psicologo in carne e ossa, in che misura sarebbe disposto/a a prendervi parte?

■ Molto disposto/a (8-10) ■ Abbastanza disposto/a (6-7) ■ Non disposto/a (0-5)

■ Molto disposto/a (8-10) ■ Abbastanza disposto/a (6-7) ■ Non disposto/a (0-5)

TOTALE



DOMANDA ATTUALE



DOMANDA LATENTE



NON-DOMANDA



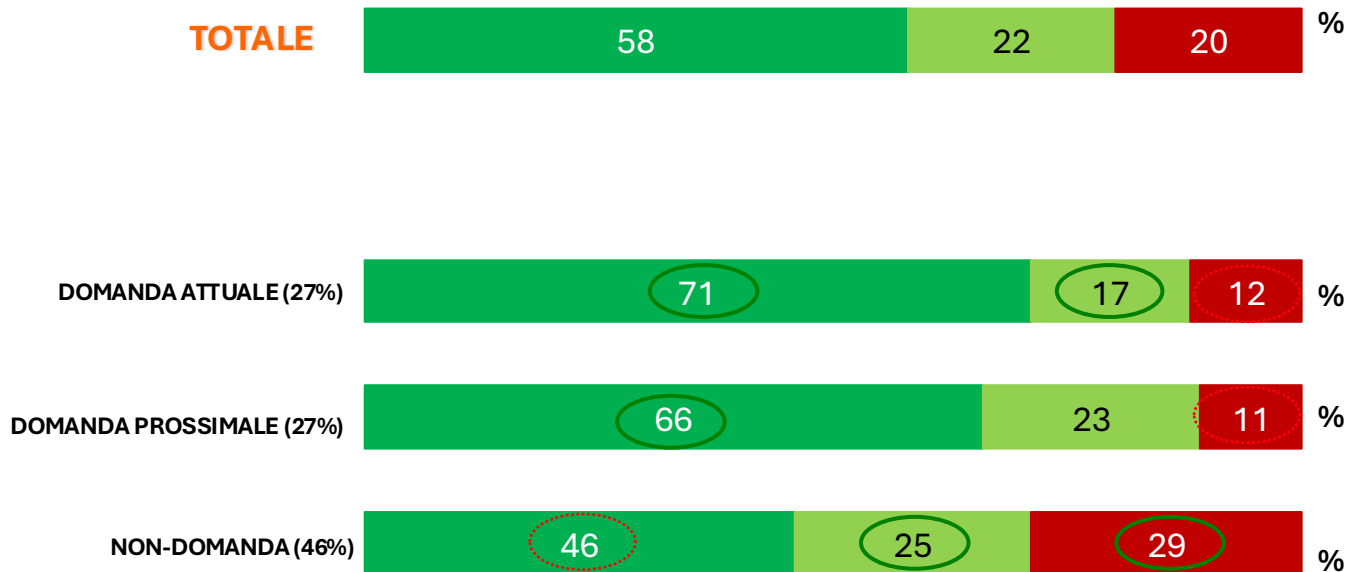
○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

B.11.3 Preferenza sulla modalità di consultazione: focus topics – psicologo di base (V)

(Base: totale campione, n=2009)

D63. Negli ultimi anni si è parlato della figura dello psicologo di base, ossia una figura professionale che offre un servizio di supporto psicologico di primo livello a tutti i cittadini che ne hanno bisogno, entro il SSN. Quanto ritiene importante l'introduzione di questa figura professionale?

■ Importanza elevata (8-10) ■ Importanza consistente (6-7) ■ Poca importanza (0-5)



Totale valutazioni positive %
Media*

80	7,57
88	8,29
89	8,07
71	6,84

○ / ○ = Differenze (positive/negative) significative (+/-) al livello di significatività del 5% (p < .05).

LA DOMANDA DI PSICOLOGIA NELLA POPOLAZIONE ITALIANA

APPENDICE METODOLOGICA

**LA DOMANDA DI PSICOLOGIA NELLA
POPOLAZIONE ITALIANA:
Il questionario**



VARIABILI DEMOGRAFICHE

Le verranno innanzitutto poste delle domande volte a caratterizzare gli intervistati dal punto di vista socio-demografico.

DOM. A

Lei è...

- Maschio **1**
- Femmina **2**
- Non binario **3**
- Preferisco non rispondere **4**

DOM. B

Per favore, indichi la Sua età in anni compiuti.

_____ <numerica>

DOM. C

Qual è il livello d'istruzione più alto che ha conseguito?

- Nessuno **1**
- Licenza elementare **2**
- Licenza media **3**
- Diploma di scuola superiore **4**
- Laurea di primo livello (triennale o breve) **5**
- Laurea di secondo livello (magistrale o ciclo unico) **6**
- Master di primo/secondo livello / Dottorato di ricerca / Specializzazione post laurea **7**

DOM. D

In quale regione abita?

- Piemonte **1**
- Liguria **2**
- Valle d'Aosta **3**
- Lombardia **4**
- Trentino/Alto-Adige **5**
- Friuli-Venezia-Giulia **6**
- Veneto **7**
- Emilia-Romagna **8**
- Toscana **9**
- Marche **10**
- Umbria **11**
- Lazio **12**
- Abruzzo **13**

- Molise **14**
 - Campania **15**
 - Puglia **16**
 - Basilicata **17**
 - Calabria **18**
 - Sicilia **19**
 - Sardegna **20**
-

DOM. E

Qual è l'ampiezza del suo centro di residenza?

- Meno di 5.000 abitanti **1**
 - Tra 5.000 e 10.000 abitanti **2**
 - Tra 10.000 e 20.000 abitanti **3**
 - Tra 20.000 e 50.000 abitanti **4**
 - Tra 50.000 e 100.000 abitanti **5**
 - Tra 100.000 e 500.000 abitanti **6**
 - Oltre 500.000 abitanti **7**
-

DOM. F

Ha figli? Se sì, quanti?

- Non ho figli **1 → DOM. H**
 - 1 **2 → DOM. G**
 - 2 **3 → DOM. G**
 - 3 **4 → DOM. G**
 - 4 o più **5 → DOM. G**
-

(Se 1 o più a domanda F)

DOM. G

Quanti anni ha/hanno suo figlio/i suoi figli? **(Possibili più risposte)**

- fino a 1 anno
 - 1 / 5 anni
 - 6 / 11 anni
 - 12 / 14 anni
 - 15 / 17 anni
 - 18 anni e più
-

DOM. H

Qual è la sua attuale situazione professionale?

- Dipendente presso ente privato **1**
- Dipendente presso ente pubblico **2**
- Lavoro autonomo/libera professione **3**
- Imprenditore/trice o commerciante **4**
- Stagista/tirocinante **5**
- Studente/ssa **6**
- Casalingo/a **7**

- Disoccupato/a **8**
- Pensionato/a **9**
- Altro: _____ **10**

IMMAGINE DIFFERENZIALE

DOM. 1

Parliamo ora di professioni. Immagini di rivolgerti ai professionisti che leggerà di seguito. Mi dica quanta fiducia Lei personalmente ha in ciascuno di questi professionisti.

Dia una valutazione da 0 a 10 dove 0=nessuna fiducia, 5= incerto (né fiducia, né sfiducia), 10=massima fiducia.

Da 0 a 10, quanta fiducia ha...

[Ordine randomizzato]

- negli psicologi?
- nei medici?
- negli infermieri?
- negli assistenti sociali?
- negli ingegneri?
- negli architetti?
- negli informatici / esperti di computer?
- negli avvocati?
- nei notai?
- nei commercialisti?
- nei consulenti finanziari?
- nei pubblicitari?
- negli insegnanti?
- nei preti / guide spirituali?
- negli influencers?

DOM. 2

E, a suo parere, quanta considerazione / prestigio sociale hanno queste professioni?

Dia sempre una valutazione da 0 a 10 dove 0=nessuna considerazione sociale, 5= incerto, 10=massima considerazione sociale.

Da 0 a 10, quanta considerazione sociale hanno...

(Ordine randomizzato)

- gli psicologi?
- i medici?
- gli infermieri?
- gli assistenti sociali?
- gli ingegneri?
- gli architetti?
- gli informatici / esperti di computer?
- gli avvocati?
- i notai?
- i commercialisti?
- i consulenti finanziari?
- i pubblicitari?
- gli insegnanti?

- i preti / guide spirituali?
- negli influencers?

ESPERIENZA PERSONALE DI CONSULTAZIONE PSICOLOGICA

Ora il computer Le proporrà di parlare di una professione in particolare.

Parliamo della professione di psicologo/a.

Tenga presente che nel questionario sarà utilizzata la sola dicitura “psicologo” al maschile, al solo fine di semplificare la lettura. Le chiediamo comunque di pensare a questa figura professionale in generale, sia maschile (psicologo) che femminile (psicologa).

Si ricordi che la compilazione del questionario è volontaria, e che è libero/a di interrompere la compilazione in ogni momento. I dati raccolti rimarranno completamente anonimi.

DOM. 3

Per quanto ne sa, che cosa fa / di che cosa si occupa uno psicologo?

DOM. 4

Lei personalmente ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? Ed è poi andato/a?

- Sì, ci ho pensato e ci sono andato/a **1 → DOM. 5 e poi DOM. 6**
- Sì, ci ho pensato ma non ci sono mai andato/a **2 → DOM. 5 e poi DOM. 22**
- No, non ci ho mai pensato **3 → DOM. 42**

(Le etichette delle categorie di motivi (es: MOTIVI PERSONALI) rimanevano visibili mentre gli item all'interno della categoria erano randomizzati – con l'eccezione di 'Altro', sempre in fondo)

DOM. 5

Per quale/i motivo/i ha pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? Selezioni tutte le voci che ritiene opportune. **(Possibili più risposte)**

MOTIVI PERSONALI

- Per problemi/disagio psicologico **1**
- Per depressione **2**
- Per ansia e preoccupazioni eccessive **3**
- Per superare momenti di criticità (come lutti, traumi, incidenti) **4**
- Per problemi di stress **5**
- Per superare paure e fobie **6**
- Per affrontare difficoltà nella gestione delle emozioni **7**
- Per una valutazione (per es., ADHD, valutazione neuropsicologica, disturbi dell'apprendimento) **8**

MOTIVI RELAZIONALI

- Per problemi di coppia **9**
- Per problemi con i figli

10

- Per problemi di rapporto con altre persone
11
- Per superare una separazione/divorzio
12
- Per imparare a gestire meglio l'ansia sociale o le difficoltà in situazioni sociali
13

CONSIGLIO / SUPPORTO

- Per avere consigli o un confronto imparziale
14
- Per capire meglio me stesso/a
15
- Per ricevere un aiuto / un supporto
16
- Per stare meglio
17
- Per favorire una crescita personale
18
- Per affrontare e comprendere sfide personali
19
- Per migliorare la mia autostima e la fiducia in me stesso/a
20

- ALTRO (cioè)
21

FOLLOW-UP SU CHI È ANDATO DA UNO PSICOLOGO

(La sezione è dedicata solo a coloro che hanno risposto “Sì, ci ho pensato e ci sono andato” a DOM. 4)

DOM. 6

Si è rivolto/a a uno psicologo in una sola circostanza o in più circostanze?

Le chiediamo di considerare come “circostanza” tutte le volte in cui HA PRESO LA DECISIONE di rivolgersi a uno psicologo.

- Una **1**
- più di una **2**

(Se “più di una circostanza” a DOM. 6)

Nelle prossime domande faremo sempre riferimento alla circostanza PIÙ RECENTE in cui ha deciso di rivolgersi a uno psicologo.

DOM. 7

1. In quale anno si è rivolto/a a uno psicologo?

- Nel 2025 **1**
- Nel 2024 **2**
- Nel 2023 **3**
- Nel 2022 **4**
- Nel 2021 **5**
- Nel 2020 **6**
- Tra il 2015 e il 2019 **7**

(Se “in corso” a DOM. 11)

DOM. 12

E da quanto tempo dura la consultazione?

- 1 giorno **1**
 - 2-6 giorni **2**
 - 1-4 settimane **3**
 - 1-2 mesi **4**
 - 3-6 mesi **5**
 - 7-11 mesi **6**
 - 1-2 anni **7**
 - 3-4 anni **8**
 - 5-10 anni **9**
 - più di 10 anni **10**
-

(Se “finita” a D11)

DOM. 12B

E quanto tempo è durata la consultazione?

- 1 giorno **1**
 - 2-6 giorni **2**
 - 1-3 settimane **3**
 - 1-2 mesi **4**
 - 3-6 mesi **5**
 - 7-11 mesi **6**
 - 1-2 anni **7**
 - 3-4 anni **8**
 - 5-10 anni **9**
 - più di 10 anni **10**
-

(Se “in corso” a DOM. 11)

DOM. 13

E come si svolgono gli incontri con lo psicologo?

- esclusivamente online **1**
 - prevalentemente online **2**
 - in ugual misura online e in presenza **3**
 - prevalentemente in presenza **4**
 - esclusivamente in presenza **5**
-

(Se “finita” a DOM. 11)

DOM. 13B

E come si sono svolti gli incontri con lo psicologo?

- esclusivamente online **1**
 - prevalentemente online **2**
 - in ugual misura online e in presenza **3**
 - prevalentemente in presenza **4**
 - esclusivamente in presenza **5**
-

DOM. 14

Si è rivolto a...

- uno psicologo specifico 1
 - uno studio / struttura / servizio che ha provveduto ad assegnarle un professionista 2
-

DOM. 15

E Lei si è rivolto a uno psicologo o una struttura...

- in ambito pubblico (es., ASL, consultori) 1 → DOM. 18
 - in ambito privato 2 → DOM. 15B
-

(Se in ambito privato a DOM. 15)

DOM. 15b

Ha fatto ricorso a una copertura assicurativa per coprire il costo dello psicologo?

- Sì, l'assicurazione ha coperto l'intero costo dello psicologo 1
 - Sì, l'assicurazione ha coperto parzialmente il costo dello psicologo 2
 - No, non ho fatto ricorso a una copertura assicurativa 3
-

(Se "esclusivamente online" a DOM.13/DOM. 13B E "studio / struttura / servizio" a DOM. 14 E "ambito privato" a DOM. 15)

DOM. 16

Nello specifico, si è rivolto a...

- uno studio privato 1
 - un servizio online (per esempio, Unobravo, Serenis, Psicologo4U...) 2
-

(Se "ambito privato" a DOM. 15)

DOM. 17

Per quale motivo si è rivolto/a a uno psicologo in ambito privato?

- per scelta 1
 - non c'era disponibilità nel pubblico 2
 - altro ____ 3
-

DOM. 18

In ogni caso, quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con lo psicologo?

- molto 1
 - abbastanza 2
 - poco 3
 - per nulla 4
-

DOM. 19

Le chiediamo ora di valutare la Sua esperienza con lo psicologo relativamente ai seguenti punti, usando sempre una scala da 1 (per nulla soddisfatto) a 4 (molto soddisfatto).

1	2	3	4
Per nulla soddisfatto	Poco soddisfatto	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto

- accoglienza 1
- contesto in cui è avvenuto l'incontro (modalità, regole...) 2
- identificazione e comprensione del problema 3
- efficacia complessiva del percorso 4
- risultato concreto ottenuto 5
- capacità dello psicologo nel fornire supporto/aiuto 6
- competenza del professionista 7
- affidabilità del professionista 8
- costo del percorso 9
- rispetto degli incontri e dei tempi concordati 10

DOM. 20

Sempre pensando alla sua esperienza, qual è stato il costo di una singola consultazione dallo psicologo?

- Meno di 25€ 1
- Tra 26 e 50€ 2
- Tra 51 e 100€ 3
- Tra 101 e 150€ 4
- Più di 150€ 5
- Non lo so / Preferisco non rispondere 6

DOM. 21

Pensa che il costo della singola consultazione sia stato...

- Troppo basso 1
- Basso 2
- Giusto 3
- Alto 4
- Troppo alto 5
- Non so 6

FOLLOW-UP SU CHI HA PENSATO DI CONSULTARE UNO PSICOLOGO

(La sezione è dedicata solo a coloro che hanno risposto "Sì, ci ho pensato ma non ci sono mai andato" a DOM. 4)

DOM. 22

Lei ha detto di aver pensato di rivolgersi uno psicologo ma di non esserci mai andato/a. Per quale motivo NON l'ha fatto? **(Possibili più risposte)**

- non ne ho mai avuto veramente bisogno 1 → DOM. 25

- ho risolto da solo/a i miei problemi 2 → DOM. 25
- il problema si è risolto da sé 3 → DOM. 25
- i costi erano troppo alti 4 → DOM. 25
- non sapevo a chi rivolgermi 5 → DOM. 25
- non ho fiducia negli psicologi 6 → DOM. 25
- non ne avevo il tempo 7 → DOM. 25
- non c'era uno psicologo disponibile 8 → DOM. 25
- ho avuto paura/timore di affrontare il problema 9 → DOM. 25
- mi sono rivolto/a ad altri professionisti 10 → DOM. 23
- altro (specificare) 11 → DOM. 25

(Se “mi sono rivolto/a ad altri professionisti” a DOM. 22)

DOM. 23

Ha detto di essersi rivolto/a ad altri professionisti. A quale professionista si è rivolto/a nello specifico?

(Se “mi sono rivolto/a ad altri professionisti” a DOM. 22)

DOM. 24

In ogni caso, quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza?

- molto 1
- abbastanza 2
- poco 3
- per nulla 4

RETE PROSSIMALE

DOM. 25

Ha mai pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo per altre persone?

- Sì, mi è capitato 1 → DOM. 26
- No, mai 2 → DOM. 41

(Se “Sì, mi è capitato” a DOM. 25)

DOM. 26

Per chi ha pensato di consultare o rivolgersi a uno psicologo? **(Possibili più risposte)**

- mio figlio/miei figli **(Solo a chi ha figli – DOM. F)** 1
- i miei genitori 2
- altri parenti stretti 3
- amici 4
- colleghi 5
- altro _____ 6

ESPERIENZA CON PSICOLOGO PER FIGLI

(solo a coloro che hanno risposto “mio figli/miei figli” a DOM. 26)

DOM. 27

Per quali motivi ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per suo figlio / i suoi figli? **(Possibili più risposte)**

- problemi emotivi (ansia, depressione, rabbia,...) **1**
 - difficoltà scolastiche (problemi di apprendimento, disinteresse verso la scuola) **2**
 - difficoltà nei rapporti con altre persone **3**
 - cambiamenti significativi nella loro vita (divorzio o separazione dei genitori, lutti, trasferimenti) **4**
 - sviluppo di dipendenze (abuso di sostanze, dipendenza da videogiochi) **5**
 - disordini alimentari **6**
 - difficoltà specifiche (ADHD, autismo) **7**
 - supporto per problemi legati alla crescita **8**
 - altro (specificare) **9**
-

DOM. 28

In ogni caso, si è mai effettivamente rivolto/a a uno psicologo per suo figlio / i suoi figli?

- Sì **1 → DOM. 29**
 - No **2 → DOM. 30**
-

(Le domande da 29 a 33 solo per chi ha selezionato “Sì” a DOM. 28)

DOM. 29

Pensando alla circostanza più recente in cui ha deciso di rivolgersi a uno psicologo per suo figlio / i suoi figli, è stato consigliato/a da qualcuno o ha preso questa decisione da solo/a?

- Da solo/a **1**
 - Sono stato/a consigliato/a da qualcuno **2**
-

(Se “Sono stato/a consigliato/a da qualcuno” a DOM. 29)

DOM. 30

Da chi è stato consigliato/a? Selezioni tutte le voci che ritiene opportune **(Possibili più risposte)**

- familiari **1**
 - amici **2**
 - medico di famiglia **3**
 - medico specialista **4**
 - medico del lavoro **5**
 - influencer **6**
 - un altro psicologo **7**
 - insegnanti / docenti **8**
 - media / internet **9**
 - altri e cioè _____ **10**
-

DOM. 31

Si è rivolto/a a...

- uno psicologo specifico **1**

- uno studio / struttura / servizio che ha provveduto ad assegnarle un professionista **2**
-

DOM. 32

E Lei si è rivolto/a a uno psicologo o una struttura...

- in ambito pubblico (es., ASL, consultori) **1**
 - in ambito privato **2**
-

DOM. 33

In ogni caso, quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con uno psicologo?

- Molto **1**
 - abbastanza **2**
 - poco **3**
 - per nulla **4**
-

ESPERIENZA CON PSICOLOGO PER GENITORI

(Solo a coloro che hanno risposto “i miei genitori” a DOM. 26)

DOM. 34

Per quali motivi ha pensato di rivolgersi a uno psicologo per i suoi genitori? **(Possibili più risposte)**

- Difficoltà cognitive (es. perdita di memoria, difficoltà di concentrazione, decadimento cognitivo, sospetta demenza) **1**
 - Cambiamenti nell’umore (es. depressione, ansia, irritabilità) **2**
 - Problemi comportamentali (es. aggressività, isolamento sociale) **3**
 - Difficoltà nella gestione dello stress **4**
 - Difficoltà nelle relazioni familiari (es. conflitti con i figli, con il partner) **5**
 - Eventi traumatici recenti (es. lutto, malattia grave, separazione) **6**
 - Difficoltà nella gestione della quotidianità (es. igiene personale, alimentazione, gestione domestica) **7**
 - Problemi di dipendenza (ad es. ludopatia) **8**
 - Per avere indicazioni su come mantenere un buon funzionamento cognitivo / emotivo e/o prevenire un decadimento cognitivo **9**
 - Altro _____ **10**
-

DOM. 35

In ogni caso, si è mai effettivamente rivolto/a a uno psicologo per i suoi genitori?

- Sì **1**
 - No **2**
-

(Le domande da 36 a 40 solo per chi ha selezionato “Sì” a DOM. 35)

DOM. 36

Pensando alla circostanza più recente in cui ha deciso di rivolgersi a uno psicologo per un suo genitore / i suoi genitori, è stato consigliato/a da qualcuno o ha preso questa decisione da solo/a?

- Da solo/a **1**
- Sono stato/a consigliato/a da qualcuno **2**

(Se “Sono stato/a consigliato/a da qualcuno” a DOM. 36)

DOM. 37

Da chi è stato consigliato/a? Selezioni tutte le voci che ritiene opportune. **(Possibili più risposte)**

- familiari **1**
- amici **2**
- medico di famiglia **3**
- medico specialista **4**
- medico del lavoro **5**
- influencer **6**
- un altro psicologo **7**
- insegnanti / docenti **8**
- media / internet **9**
- altri e cioè _____ **10**

DOM. 38

Si è rivolto/a a...

- uno psicologo specifico **1**
- uno studio / struttura / servizio che ha provveduto ad assegnarle un professionista **2**

DOM. 39

E Lei si è rivolto/a a uno psicologo o una struttura...

- in ambito pubblico (es., ASL, consultori) **1**
- in ambito privato **2**

DOM. 40

In ogni caso, quanto è soddisfatto/a di questa sua esperienza di consultazione con uno psicologo?

- molto **1**
- abbastanza **2**
- poco **3**
- per nulla **4**

ESPERIENZA DI INCONTRO CON PSICOLOGO

(Per chi ha selezionato “Sì, ci ho pensato ma non ci sono mai andato/a” OPPURE “No, non ci ho mai pensato” a DOM. 4)

DOM. 41

Le chiediamo di pensare ora se, al di là delle sue personali esigenze ed intenzioni, Le è mai capitato di avere contatti con uno psicologo?

- Sì, mi è capitato di incontrare o avere contatti con uno psicologo **1**
- No, non mi è capitato di incontrare o avere contatti con uno psicologo **2**

(Per chi ha selezionato “Sì, ci ho pensato e ci sono andato/a” a DOM. 4)

DOM. 42

Al di là dell’esperienza che ha appena descritto, Le chiediamo di pensare se Le è mai capitato di avere contatti con uno psicologo in altre situazioni.

- Sì, mi è capitato di incontrare o avere contatti con uno psicologo **1**
- No, non mi è capitato di incontrare o avere contatti con uno psicologo **2**

(Se “Sì, mi è capitato di avere contatti con uno psicologo” a DOM. 41-42)

DOM. 43

In quali contesti / occasioni / luoghi Le è capitato di avere contatti con uno psicologo?

- Studio / Centro professionale privato
- Scuola **2**
- Ospedale **3**
- Formazione **4**
- Volontariato / cooperativa sociale **5**
- Selezione / valutazione del personale **6**
- Motivi di studio **7**
- Marketing **8**
- Sviluppo organizzativo **9**
- Servizi per lavoro temporaneo e interinale **10**
- Attività di comunicazione **11**
- Certificazione Qualità **12**
- Adozioni **13**
- Ergonomia **14**
- Altro e cioè _____ **15**

IMMAGINE FOCALIZZATA

DOM. 44

Parliamo sempre della professione di psicologo. Per quanto ne sa, come valuta questa professione nel complesso?

Dia una valutazione da 0 a 10 dove 0=del tutto negativa, 5=incerto (né positiva, né negativa), 10=del tutto positiva.

_____ <numerica>

DOM. 45

Parliamo sempre della figura dello psicologo. Come valuta questa professione per ciascuno dei seguenti aspetti?

Dia una valutazione da 0 a 10 dove 0=del tutto negativa, 5=incerto (né positiva, né negativa), 10=del tutto positiva.

Come valuta la professione di psicologo per quanto riguarda... **(ordine random)**

- il fondamento scientifico della professione **1**
- l’utilità sociale della professione **2**
- la facilità di trovare uno psicologo al bisogno **3**
- l’adeguatezza del costo delle prestazioni degli psicologi **4**

- l'immagine degli psicologi presso le persone che Lei conosce **5**
- gli psicologi che compaiono in TV / sui giornali **6**
- gli psicologi che compaiono sui social network **7**
- il tipo di persona che sceglie di fare lo psicologo **8**
- la facilità di capire quello che fa / quello che offre uno psicologo **9**
- la facilità di consultare uno psicologo senza imbarazzo **10**
- la preparazione professionale degli psicologi **11**

DOM. 46

Alcuni pensano che la professione dello psicologo sia oggi essenziale e necessaria; altri pensano che se ne può fare anche a meno. Lei personalmente quanto ritiene essenziale / necessaria la professione di psicologo?

Dia una valutazione da 0 a 10 dove 0=per nulla necessaria, 5=incerto, 10=del tutto necessaria.

_____ <numerica>

DOM. 47

Leggerà ora una serie di frasi che descrivono quello che gli psicologi possono fare. A suo parere, quali frasi caratterizzano di più la professione di psicologo?

Risponda su una scala da 1 (=non caratterizza per nulla) a 5 (=caratterizza del tutto) (**ordine randomizzato**)

Lo psicologo...

- aiuta le persone **1**
- cura i problemi / le malattie **2**
- promuove lo sviluppo di competenze e capacità **3**
- promuove il benessere delle persone **4**
- migliora le relazioni fra le persone (per esempio, scambi, comunicazione) **5**
- studia il comportamento delle persone **6**
- aiuta a comprendere i problemi della società di oggi **7**

DOM. 47bis.

Quanto ritiene utile la presenza di uno psicologo nello svolgimento di ognuna di queste attività?

Risponda su una scala da 1 (=molto inutile) a 5 (=molto utile). (**ordine randomizzato**)

- psicoterapia **1**
- diagnosi / perizie psicologiche (in sanità, in tribunale, ...) **2**
- educazione / sostegno psicologico (negli ospedali, consultori, comunità) **3**
- riabilitazione psicologica **4**
- interventi di prevenzione e promozione della salute **5**
- consulenza nelle scuole (problemi scolastici e di apprendimento, agli insegnanti, ...) **6**
- insegnamento (scuole, università, ...) **7**
- formazione agli adulti **8**
- orientamento scolastico e professionale **9**
- ricerca sociale e di mercato **10**

- consulenza nelle aziende	11
- selezione del personale	12
- sostegno nelle emergenze (disastri, incidenti, ...)	13
- motivazione / preparazione agli sportivi	14
- comunicazione sociale	15
- servizi finanziari	16

DOM. 47bis bis.

E in quali tra queste aree Lei pensa che la presenza dello psicologo crescerà nei prossimi anni?

Risponda su una scala da 1 (=la presenza dello psicologo non crescerà per nulla) a 5 (=la presenza dello psicologo crescerà molto). **(ordine randomizzato)**

(Stesse opzioni 47bis)

DOM. 48

Come lei saprà, ci sono professioni che si basano più su quello che si impara/che si studia, e professioni che si basano più sulle caratteristiche personali che uno ha.

Per quanto ne sa, la professione di psicologo si basa...

- più su quello che si impara/che si studia	1
- sia su quello che si impara, sia sulle caratteristiche personali che uno ha	2
- più sulle caratteristiche personali che uno ha	3

CONOSCENZE

(Sezione NON visualizzata da chi ha consultazioni in corso, DOM. 11)

DOM. 49

Immagini che Lei abbia bisogno di consultare uno/a psicologo/a: saprebbe dove cercarlo/a?

- certamente sì	1
- probabilmente sì	2
- probabilmente no	3
- certamente no	4

(Se “certamente / probabilmente sì” a DOM. 49)

DOM. 50

Dove / come lo cercherebbe? **(Possibili più risposte)**

- cercherei su internet	1
- andrei presso una ASL / un ospedale / un consultorio	2
- mi rivolgerei al medico di base (pediatra di base)	3
- mi rivolgerei a un medico specialista	4
- chiederei consiglio a parenti / amici / conoscenti	5
- chiederei consiglio a persone che si sono già rivolte a uno psicologo	6
- mi rivolgerei a un'associazione di psicologi	7
- conosco già uno (o più) psicologi	8
- seguirei il consiglio di influencer sui social network	9

- mi rivolgerei a uno psicologo consigliato da persone che conosco **10**
- altro e cioè _____ **11**

PROPENSIONE ED ELETTIVITA'

DOM. 51

Nel caso di un problema personale di tipo psicologico, quali delle seguenti figure può consultare per risolverlo? **(Possibili più risposte)**

- lo psicologo **1**
- il medico di base **2**
- lo psichiatra **3**
- l'amico / il confidente **4**
- il prete / la guida spirituale **5**
- l'assistente sociale **6**
- l'insegnante / il docente **7**
- il mago / l'astrologo **8**
- l'erborista / esperto in medicina alternativa **9**
- il mental coach / life coach / counselor **10**
- Altro e cioè _____ **11**
- Nessuno **12**

(Se più di una figura a DOM. 51)

DOM. 52

E fra quelli che ha citato, qual è la figura più indicata a cui rivolgersi per un problema personale di tipo psicologico?

(indicare una sola risposta)

(Se psicologo alla DOM. 51)

DOM. 53

E quanto sarebbe disposto a pagare per una singola consultazione?

- Non sarei disposto a spendere soldi per consultare uno psicologo **1**
- Meno di 25€ **2**
- Tra 26 e 50€ **3**
- 51-100€ **4**
- 101-150€ **5**
- Più di 150€ **6**
- Non saprei **7**

(Se psicologo alla DOM. 51)

DOM. 54

E come preferirebbe si svolgesse la consultazione?

- Preferirei si svolgesse online **1**
- Preferirei si svolgesse in presenza **2**

- Non ho preferenze tra online o in presenza **3**

LA DOMANDA DI PSICOLOGIA: BISOGNI E RISPOSTE

DOM. 55

Con riferimento agli ultimi 3 mesi, quali tra le seguenti situazioni Lei personalmente ha vissuto/provato?
Risponda con un sì o con un no (**Possibili più risposte**)

- | | |
|--|-----------|
| - affaticamento/stanchezza mentale | 1 |
| - difficoltà di concentrazione | 2 |
| - perdita di memoria/difficoltà a ricordare le cose | 3 |
| - perdita di interesse/voglia di fare | 4 |
| - tristezza/depressione | 5 |
| - nervosismo/irritabilità/scatti d'ira | 6 |
| - ansia | 7 |
| - euforia improvvisa e senza motivo | 8 |
| - paure improvvise e senza motivo | 9 |
| - idee fisse, ricorrenti, fastidiose | 10 |
| - comportamenti ripetitivi (lavarsi le mani, ripetere parole, contare, controllare ripetutamente ciò che fa...) | 11 |
| - preoccupazioni legate al cibo (desiderio di non mangiare o di mangiare troppo) | 12 |
| - malesseri fisici improvvisi (tachicardia, sudorazione, tremore, fiato corto, nausea, vertigini, svenimenti...) | 13 |
| - difficoltà nelle relazioni con familiari/parenti | 14 |
| - difficoltà nelle relazioni con amici / colleghi di lavoro | 15 |
| - perdita dell'interesse o del piacere sessuale | 16 |
| - difficoltà ad addormentarsi, sonno inquieto o disturbato | 17 |
| - senso di fastidio quando la gente la guarda o parla di lei | 18 |
| - (nessuna di queste) → DOM. 62 | 19 |

(Se più di 1 citazione a DOM. 55)

DOM. 56

E fra quelle che ha citato, quale situazione considera più importante per Lei?

DOM. 57

Negli ultimi 3 mesi Lei ha detto di aver provato ... **[citazione a DOM. 56 OPPURE unica citazione a DOM. 55].**

Quanto era "forte" questo problema?

Risponda con una valutazione da 0 a 10 dove 0=per nulla forte, 10=fortissimo

_____ <numerica>

DOM. 58

E per quanto tempo è durato questo problema?

- meno di un giorno **1**

- uno/due giorni **2**
 - 3 giorni / una settimana **3**
 - due/tre settimane **4**
 - un mese **5**
 - 2/3 mesi **6**
 - più di 3 mesi **7**
-

DOM. 59

E quanto considerava risolvibile questo problema?

Dia sempre una valutazione da 0 a 10 dove 0=per nulla risolvibile, 10=del tutto risolvibile

_____ <numerica>

DOM. 60

In riferimento alla situazione di... [citazione a D56 OPPURE unica citazione a D55], Lei ha consultato/parlato con qualcuno? Se sì, con chi? (**Possibili più risposte**)

- no, con nessuno
- sì, con i familiari
- sì, con gli amici
- sì, con il mio medico di famiglia
- sì, con un medico specialista
- sì, con un farmacista
- sì, con uno psicologo
- sì, con altri e cioè _____

DOM. 61

Sempre in riferimento a questo problema, ha fatto qualcosa per migliorare la sua situazione negli ultimi 3 mesi? Se sì, che cosa? (**Possibili più risposte**)

- nulla, ho aspettato che passasse da solo
 - mi sono sforzato/a di superare da solo il problema
 - ho chiesto aiuto/parlato con familiari
 - ho chiesto aiuto/parlato con amici
 - ho fatto un trattamento psicologico
 - ho preso farmaci
 - ho preso prodotti omeopatici / da erboristeria
 - altro, e cioè: _____
-

ASPETTATIVE, PREFIGURAZIONI, SVILUPPI

Siamo all'ultima sezione prima delle domande socio-demografiche.

DOM. 62

A suo parere, nei prossimi 5 anni le persone si rivolgeranno agli psicologi...

- di più rispetto a oggi **1**
- come oggi **2**
- di meno rispetto a oggi **3**

DOM. 63

Negli ultimi anni si è parlato della figura dello psicologo di base, ossia una figura professionale che offre un servizio di supporto psicologico di primo livello a tutti i cittadini che ne hanno bisogno, entro il SSN. Quanto ritiene importante l'introduzione di questa figura professionale?

Risponda su una scala da 0 (Per niente importante) a 10 (molto importante)

DOM. 64

Oggi si parla sempre di più del ruolo dell'intelligenza artificiale nel contesto delle consultazioni psicologiche online. Infatti, è possibile che in futuro le consulenze psicologiche possano venire gestite interamente dall'intelligenza artificiale, senza la presenza di uno psicologo in carne e ossa.

Se Lei avesse la possibilità di provare una consulenza psicologica gestita interamente dall'intelligenza artificiale, in che misura sarebbe disposto/a a prendervi parte?

Risponda su una scala da 0 (Non la proverei mai) a 10 (Sicuramente la proverei)

DOM. 65

E se Lei avesse la possibilità di provare una consulenza psicologica gestita in parte dall'intelligenza artificiale e in parte da uno psicologo in carne e ossa, in che misura sarebbe disposto/a a prendervi parte?

Risponda su una scala da 0 (Non la proverei mai) a 10 (Sicuramente la proverei)

SOCIO DEMO FINALI

Ora Le saranno poste le ultime domande volte a ottenere una più completa descrizione dei rispondenti.

DOM. I

Può indicare il Suo stato civile?

- | | |
|---|----------|
| - Sposato/a | 1 |
| - Impegnato in una relazione/convivente | 2 |
| - Separato/a o divorziato/a | 3 |
| - Single o nubile/celibe | 4 |
| - Vedovo/a | 5 |
-

DOM. J

Qual è la sua nazionalità?

- | | |
|----------------|----------|
| - Italiana | 1 |
| - Altro (cioè) | 2 |
-

DOM. K

Qual è il Reddito Annuo Lordo complessivo del Suo nucleo familiare?

- Meno di 10.000 € **1**
- Da 10.000 a 25.000 € **2**
- Da 25.001 a 40.000 € **3**
- Da 40.001 a 55.000 € **4**
- Da 55.001 a 70.000 € **5**
- Da 70.001 a 85.000 € **6**
- Da 85.001 a 100.000 € **7**
- Da 100.001 a 115.000 € **8**
- Da 115.001 a 130.000 € **9**
- Da 130.001 a 150.000 € **10**
- Oltre 150.000 € **11**
- Preferisco non rispondere **12**
- Non so **13**

Grazie di aver partecipato alla ricerca. Le Sue risposte sono per noi preziose.