

Indagini sui fattori di qualità attesa e percepita

Servizio su gomma e funicolare

Indagine realizzata da CSA per



Rapporto di sintesi



INDICE

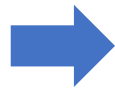
→ L'indagine è stata curata ed eseguita da CSA.

→ La rilevazione dei dati con tecnica CAPI è avvenuta tra il **15 Novembre e il 7 Dicembre 2023**, quella con tecnica CATI tra il **27 Novembre e l'1 Dicembre 2023**.

○ Nota metodologica	3
○ I Risultati dell'indagine	4
○ <i>Profilo degli intervistati</i>	5
○ <i>Abitudini di viaggio</i>	8
○ <i>Customer Satisfaction</i>	13
○ <i>Graduatoria</i>	41
○ <i>Sintesi dei dati</i>	44



Impostazione metodologica



L'obiettivo principale dell'indagine è costituito dalla raccolta di **informazioni dell'utenza riguardo a:**

- livello di qualità attesa per ogni fattore della qualità del servizio
- livello di qualità percepita per ogni fattore della qualità del servizio

Sono state raccolte anche informazioni relative al *profilo socio-demografico dell'utenza, alle modalità di utilizzo del servizio ed alle motivazioni di scelta della linea ATB oggetto di intervista*



Lo studio ha previsto due momenti di rilevazione, realizzati con lo stesso questionario:

- una rilevazione face to face presso le fermate del servizio, realizzata con **tecnica CAPI** (*Computer Assisted Personal, Interview*), mediante **supporto tablet**
- un approfondimento telefonico sulle valutazioni di qualità con tecnica **CATI** (*Computer Assisted Telephone, Interview*) presso un sovra-campione di abbonati.



Nel complesso sono state realizzate **726 interviste face to face** e **375 interviste telefoniche**.



I risultati dell'indagine

Profilo degli intervistati



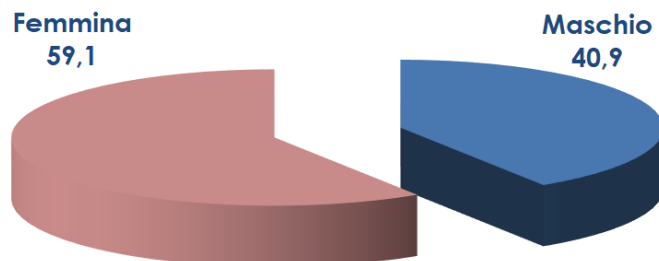


Profilo degli intervistati

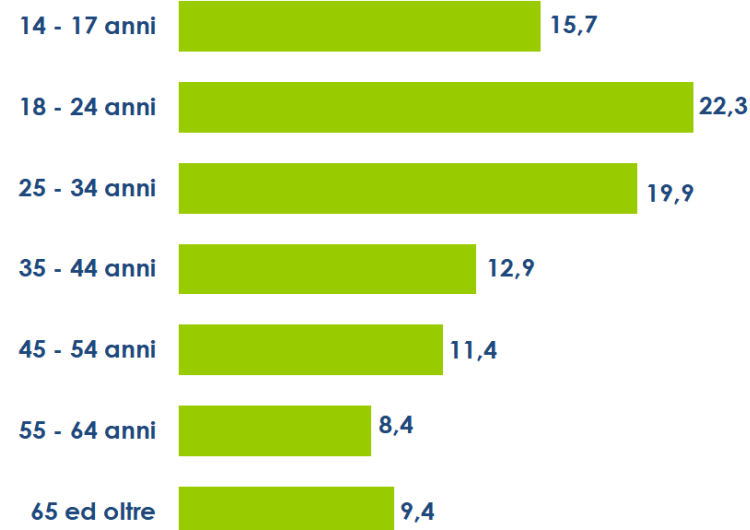


Aspetti socio-demografici

Genere (%)



Classe di età (%)



Età media: 35 anni

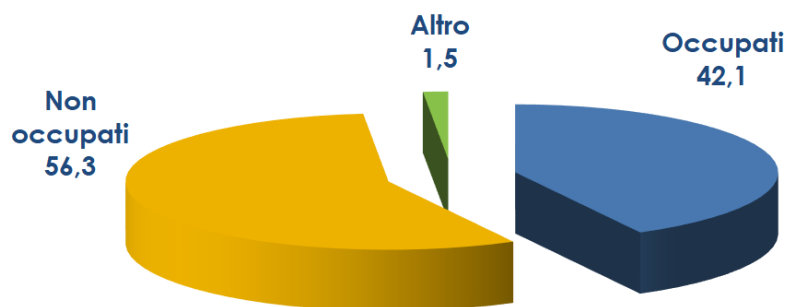


Profilo degli intervistati



Aspetti socio-demografici

Condizione professionale (%)



Professione (%)

Impiegato	22,5
Operaio	8,9
Imprenditore/Libero professionista	7,4
Artigiano/commerciante/esercente	2,9
Funzionario/Dirigente	0,5
Totale occupati	42,1
Studente	39,7
Pensionato	9,8
Casalinga	6,0
Disoccupato	0,8
Totale non occupati	56,3
Altro	1,5



Abitudini di viaggio





Abitudini di viaggio

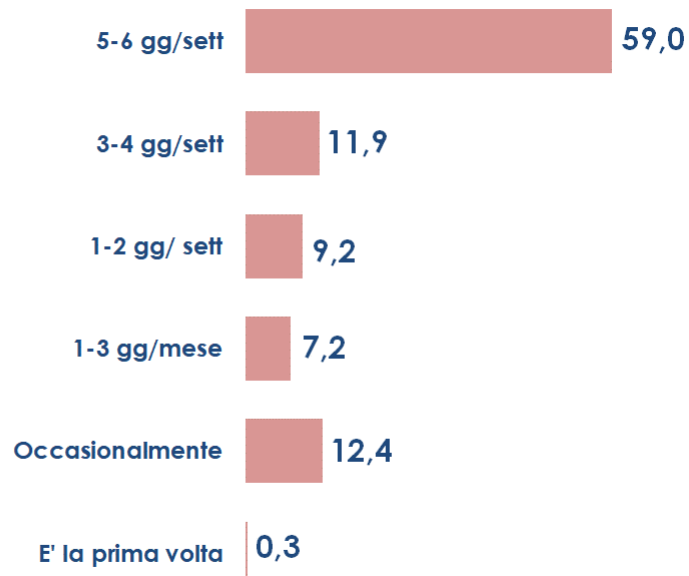


Qual è il motivo principale del suo spostamento? (%)

Motivo e frequenza



Con quale frequenza utilizza questa linea? (%)



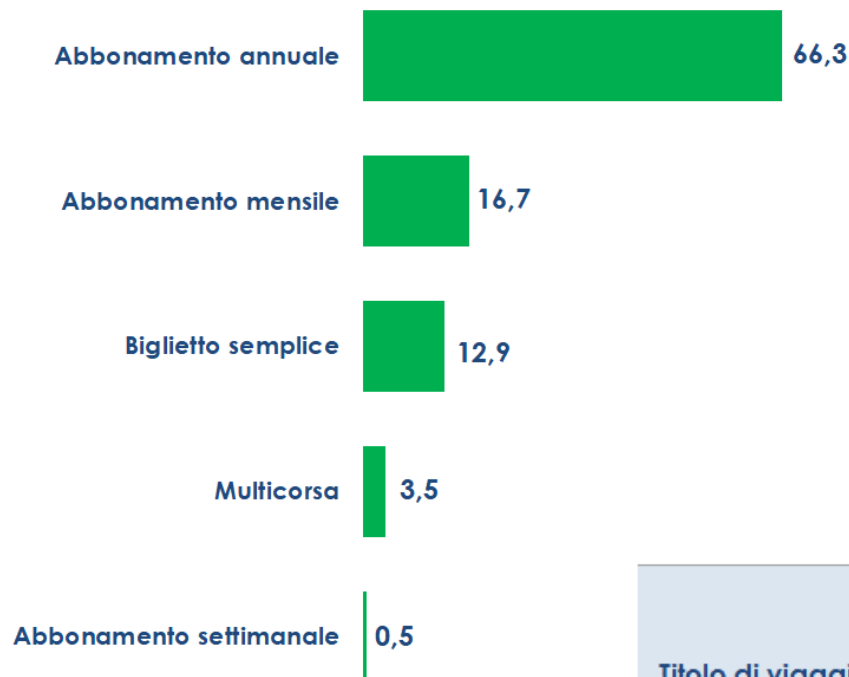


Abitudini di viaggio



Titolo di viaggio

Quale titolo di viaggio utilizza in questo momento? (%)



Dettaglio per tipologia d'indagine

	Totale	Indagine CAPI	Indagine CATI
Abbonamento annuale	66,3	62,7	73,3
Abbonamento mensile	16,7	11,6	26,7
Biglietto semplice	12,9	19,6	0,0
Multicorsa	3,5	5,4	0,0
Abbonamento settimanale	0,5	0,8	0,0
N° medio abbonamenti mensili	7,1	8,7	5,8



Per quali motivi ha scelto di utilizzare l'autobus/funicolare? (%)

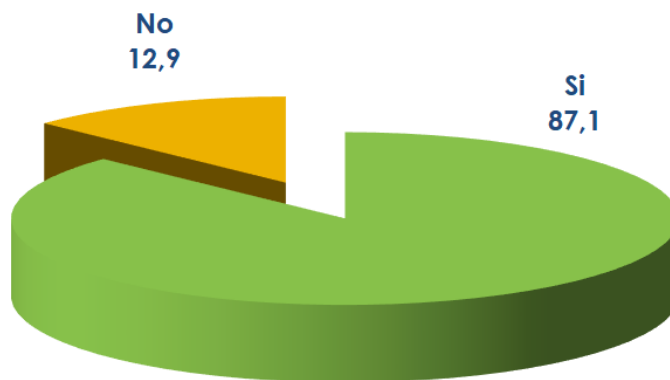


Dettaglio per tipologia d'indagine

		Totale	Indagine CAPI	Indagine CATI
Motivi di scelta dell'autobus/funicolare	Non ho alternative	27,9	13,6	55,5
	Difficoltà a parcheggiare	20,5	25,8	10,4
	Meno stress	17,7	21,2	10,9
	Più ecologico	15,3	22,3	1,6
	Costa meno	10,9	13,1	6,7
	E' più sicuro	4,6	3,9	6,1
	Altro motivo	3,1	0,1	8,8



Ha visto la campagna di comunicazione del nuovo sistema di bigliettazione elettronica AtBip? (%)





Customer Satisfaction





Al fine di misurare l'apprezzamento nei confronti del servizio offerto da ATB, ovvero la **qualità percepita**, è stato chiesto agli intervistati di esprimere un giudizio rispetto alla :

- *soddisfazione complessiva sul servizio ATB*
- *soddisfazione complessiva sulla linea oggetto di intervista*
- *soddisfazione per otto macroaree del servizio (macrofattori)*
- *soddisfazione per una serie di aspetti di dettaglio relativi alle otto macroaree (microfattori)*

I giudizi sono stati espressi mediante una scala di **voti da 1 a 10**, dove 1 indica la soddisfazione minima (*completamente insoddisfatto*) e 10 quella massima (*completamente soddisfatto*)

Per i giudizi vengono forniti:

- Voto medio calcolato sulla scala di valutazione 1 – 10
- Area della soddisfazione (% di voti da 6 a 10)



Il giudizio complessivo per linea



Giudizio complessivo per linea* (%)

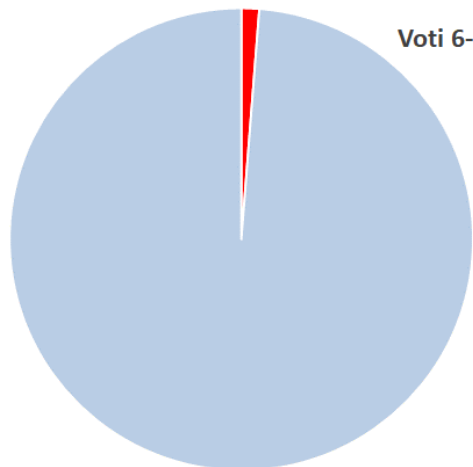
Valutazione su scala 1 - 10

Giudizio complessivo Linea – Indagine CAPI

Area delle valutazioni positive
(% di voti 6 – 10) = **98,8%**

Voti 1-5; 1,2

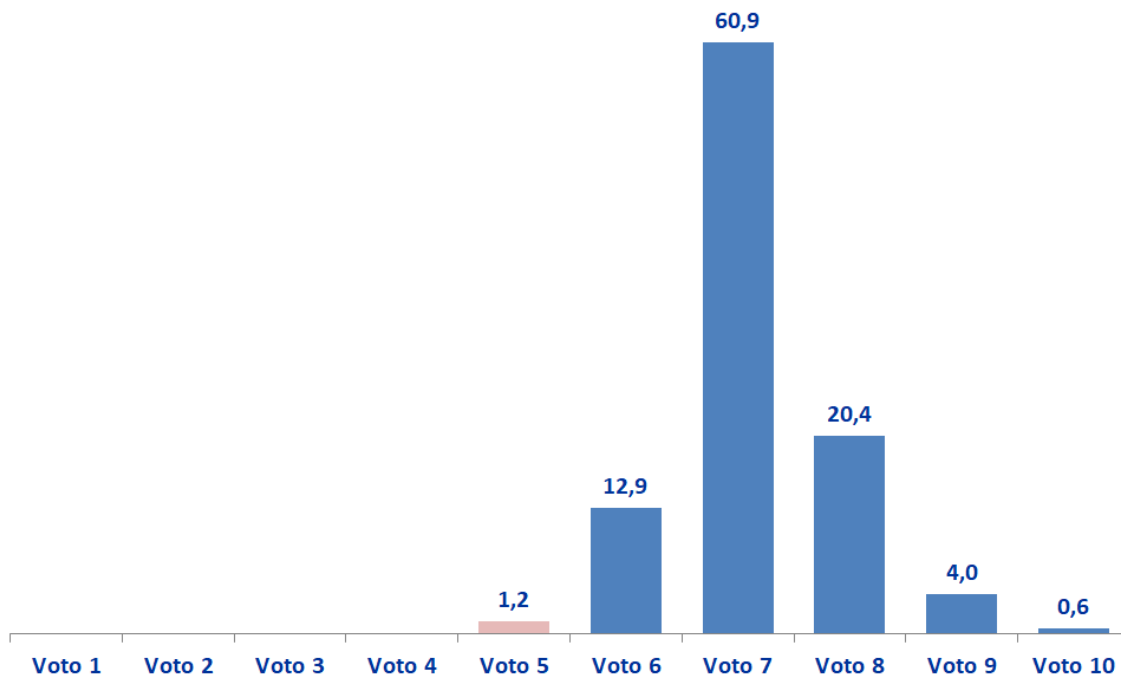
Voti 6-10; 98,8



Voto Medio = 7,1

**Che voto darebbe alla qualità del servizio di questa linea nel complesso?*

Dettaglio voti espressi



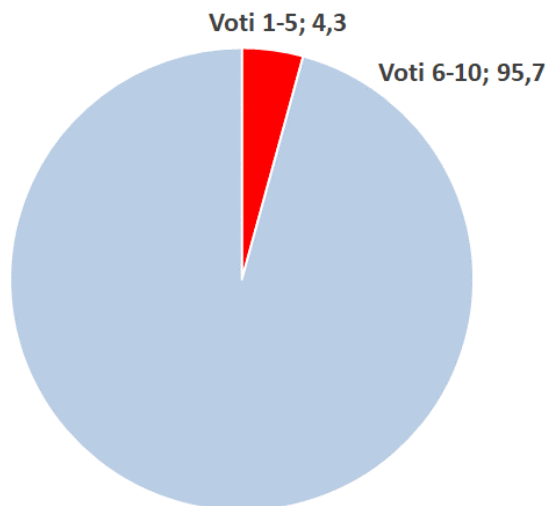


Giudizio complessivo per linea* (%)

Valutazione su scala 1 - 10

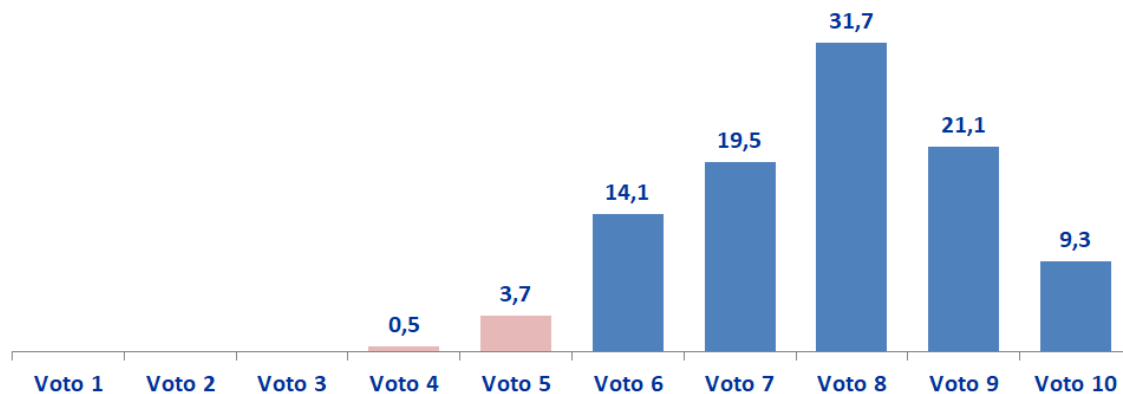
Giudizio complessivo Linea –
Indagine CATI

Area delle valutazioni positive
(% di voti 6 – 10) = **95,7%**



Voto Medio = 7,8

Dettaglio voti espressi



**Che voto darebbe alla qualità del servizio della linea che utilizza più frequentemente nel complesso?*

Giudizio complessivo per linea (%) - Sintesi

Valutazione su scala 1 - 10

	INDAGINE F to F (CAPI)	Voto Medio = 7,1	% di voti 6 – 10 = 98,8%
	SOVRA-CAMPIONE ABBONATI (CATI)	Voto Medio = 7,8	% di voti 6 – 10 = 95,7%
	TOTALE VALUTAZIONI	Voto Medio = 7,4	% di voti 6 – 10 = 97,7%



Le aree del servizio



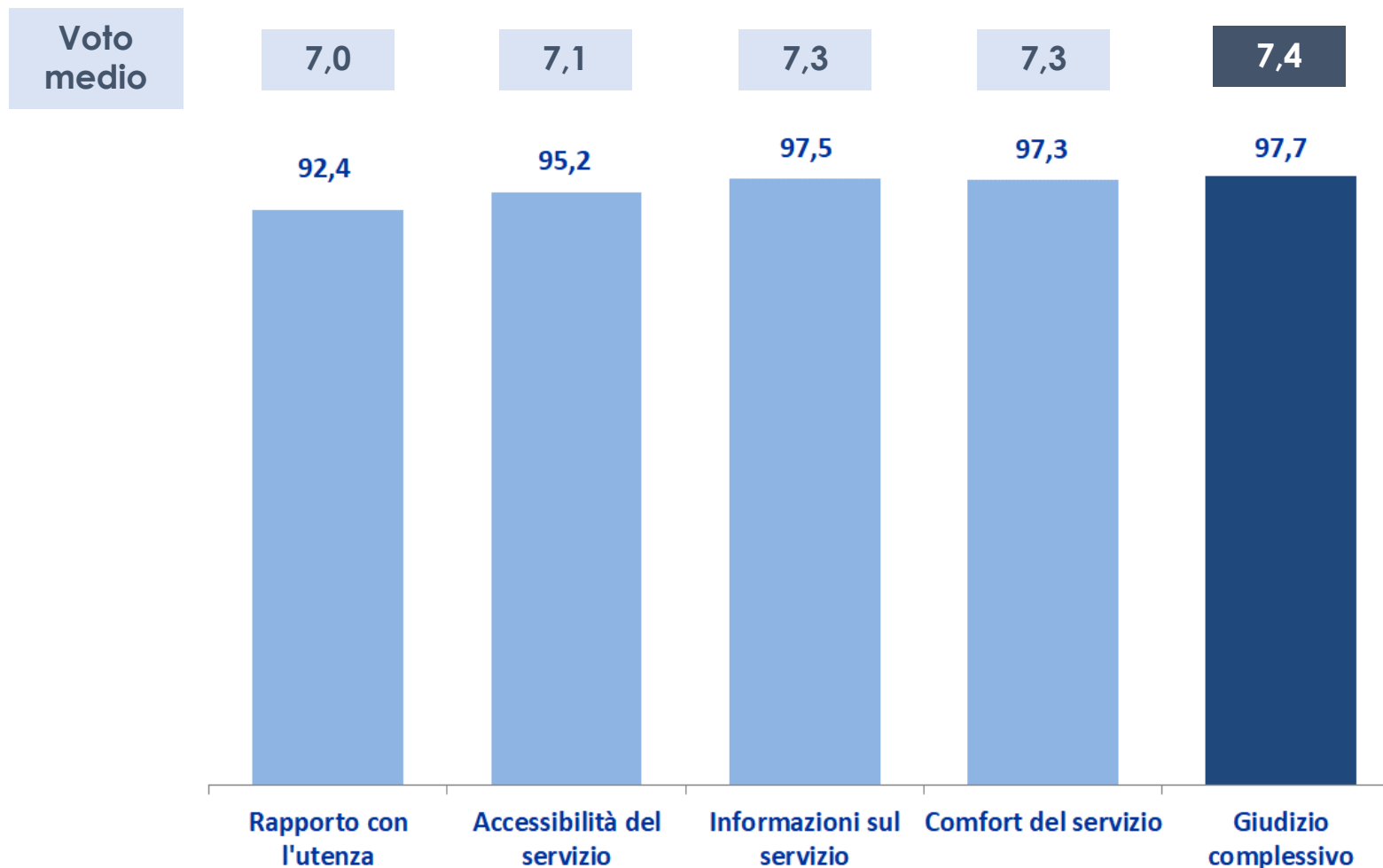
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Giudizio sui macrofattori del servizio

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio





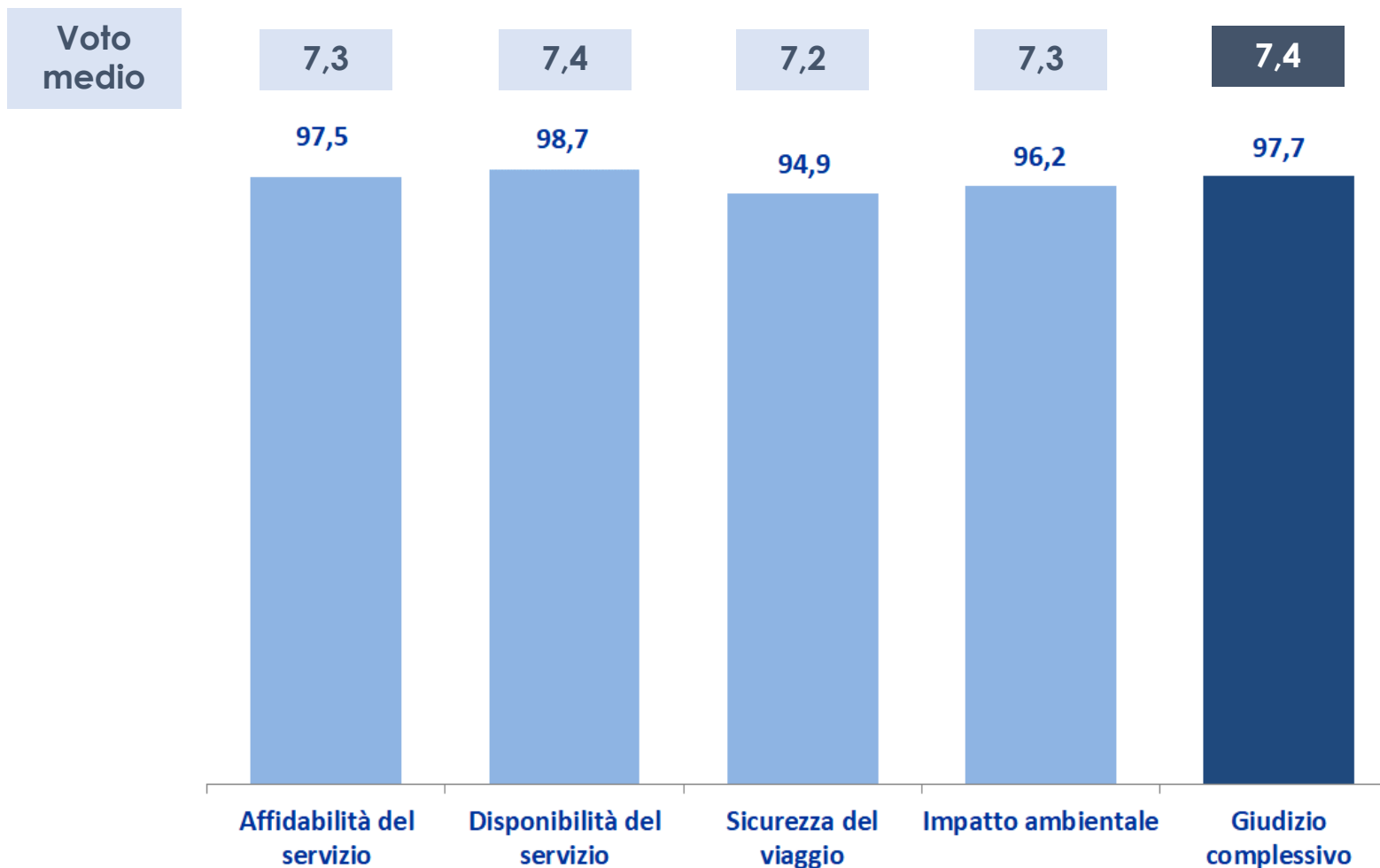
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Giudizio sui macrofattori del servizio

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio





Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori del RAPPORTO CON L'UTENZA

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio

		Voto medio
Capacità dell'azienda di comunicare, informare, sensibilizzare	95,9	7,5
Competenza dei dipendenti (personale viaggiante, biglietteria)	92,4	7,2
Disponibilità dei dipendenti biglietterie ATB Point e Autostazione	92,2	7,2
Aspetto del personale (utilizzo divisa aziendale)	91,0	7,2
Capacità di rispondere alle richieste sul servizio/reclami/informazioni	91,0	7,2
Disponibilità dei dipendenti (personale viaggiante)	90,5	7,2
Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte dei verificatori	88,4	7,0
Giudizio complessivo sul rapporto con l'utenza	92,4	7,0



Base: totale interviste



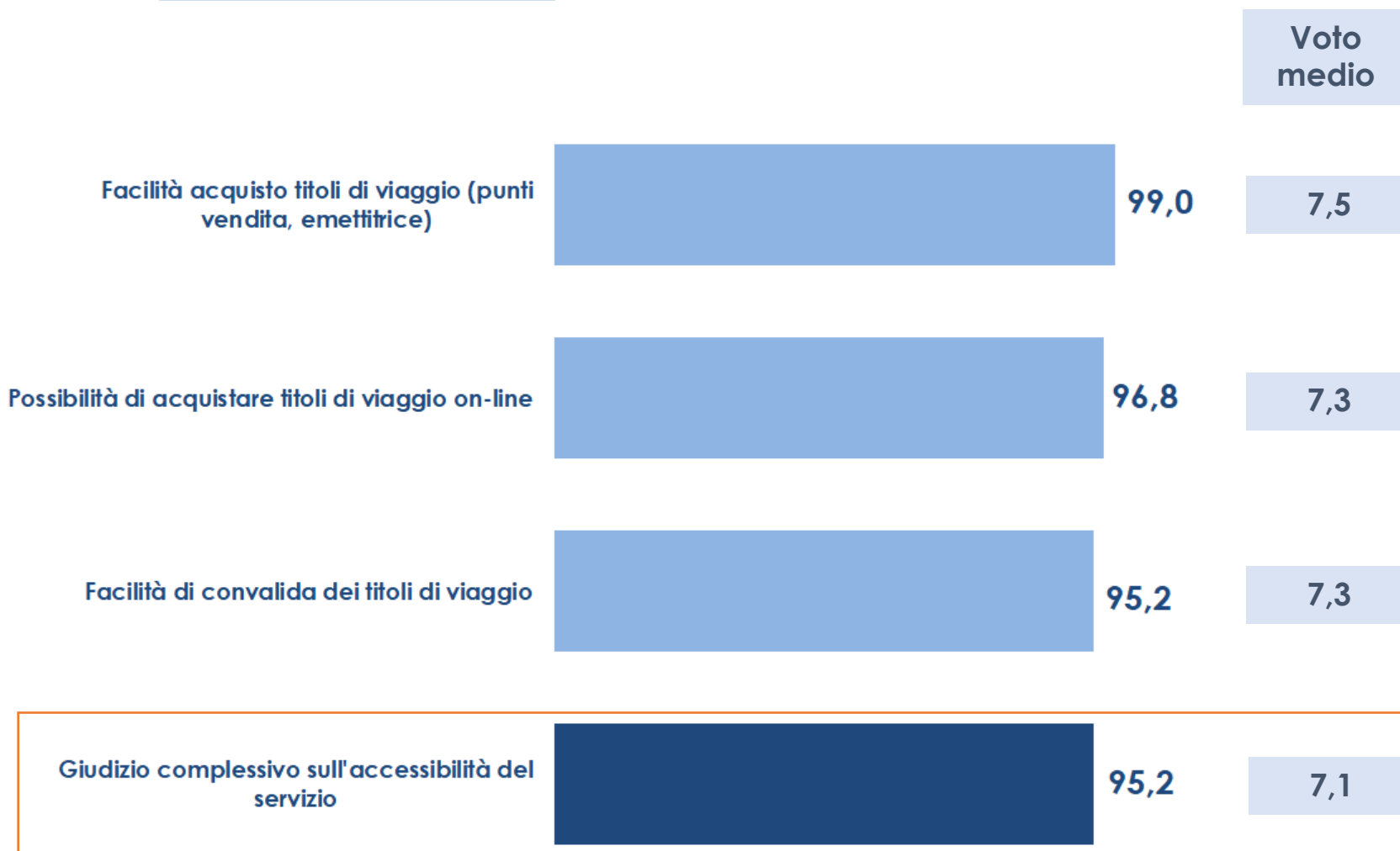
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori dell'ACCESSIBILITA' DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio





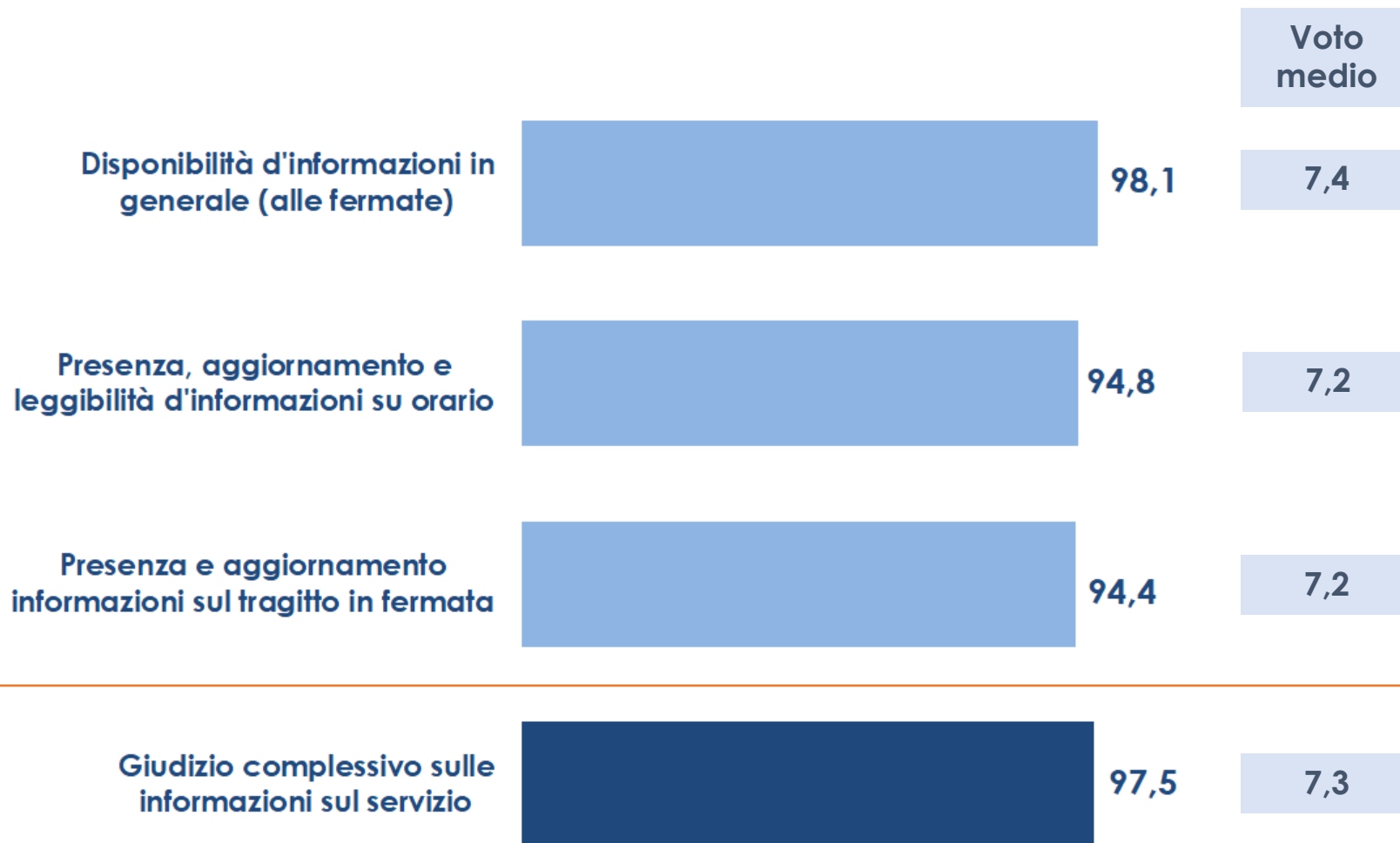
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori delle INFORMAZIONI SUL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio





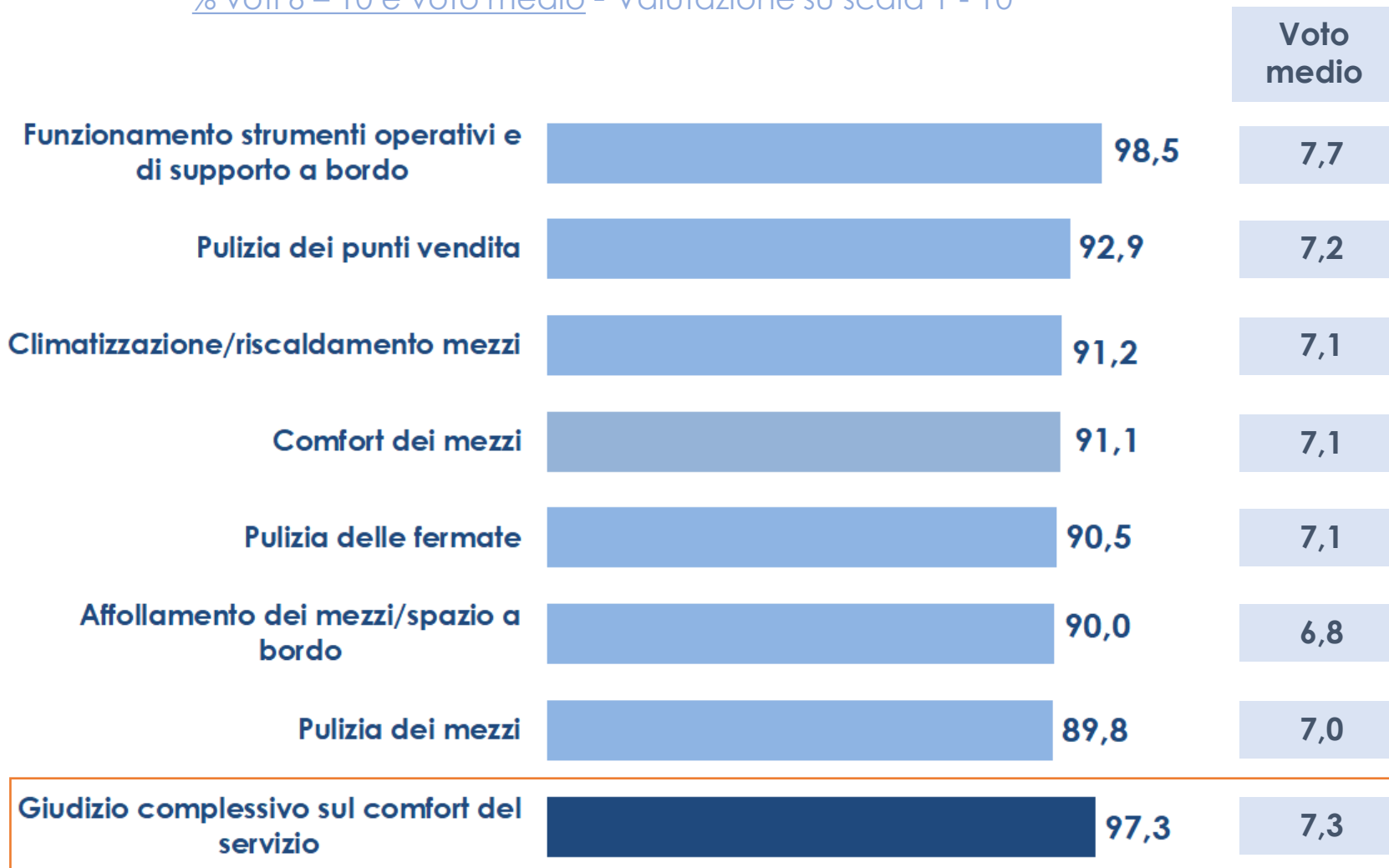
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori del COMFORT DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio



Per il servizio funicolare il micro fattore "Pulizia delle fermate" diventa "Pulizia delle stazioni"



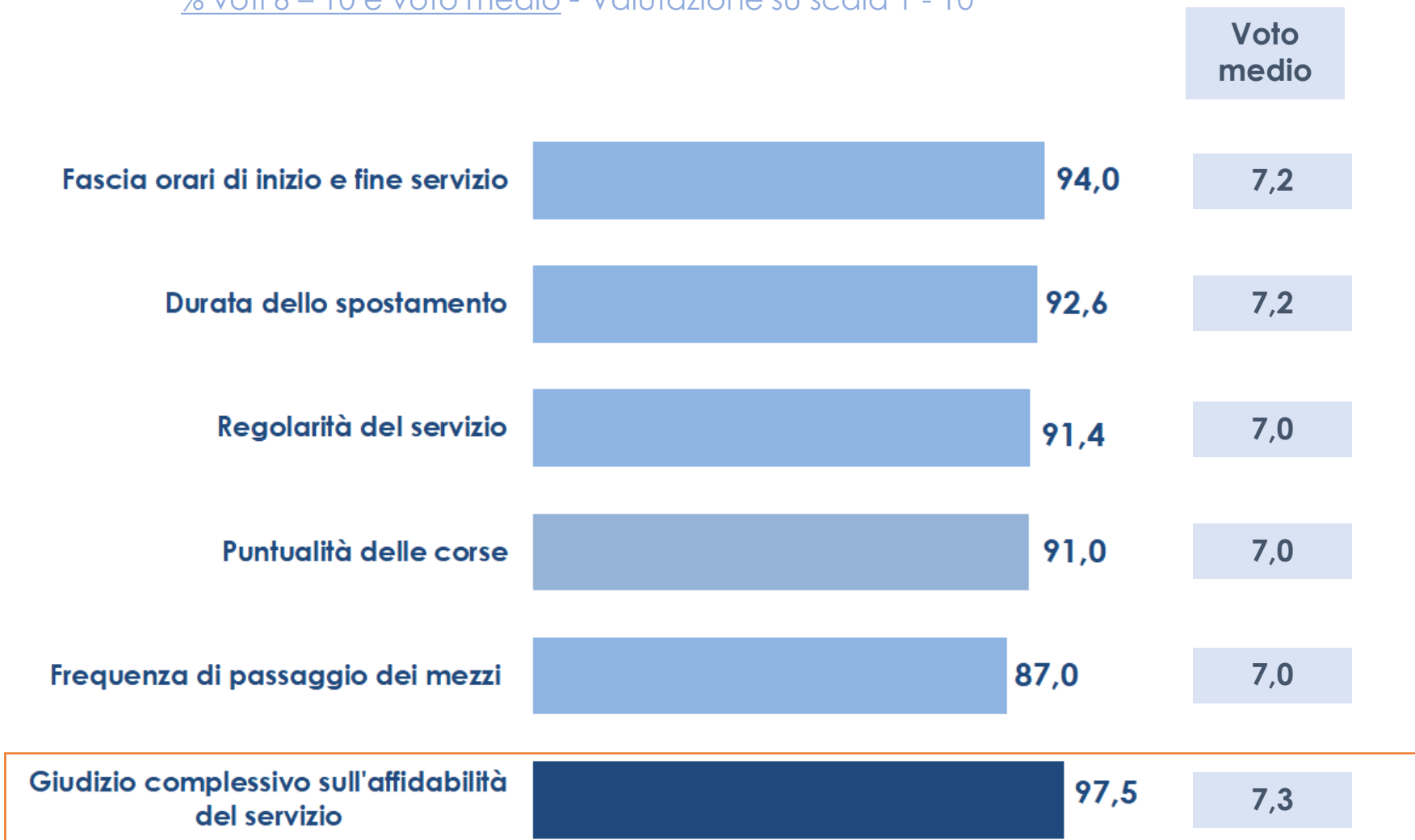
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori dell'AFFIDABILITA' DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio





Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori della DISPONIBILITA' DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio

Voto
medio

Posizione delle fermate e dei collegamenti

96,4

7,3

Copertura efficace del territorio servito

96,2

7,3

Giudizio complessivo sulla disponibilità del servizio

98,7

7,4



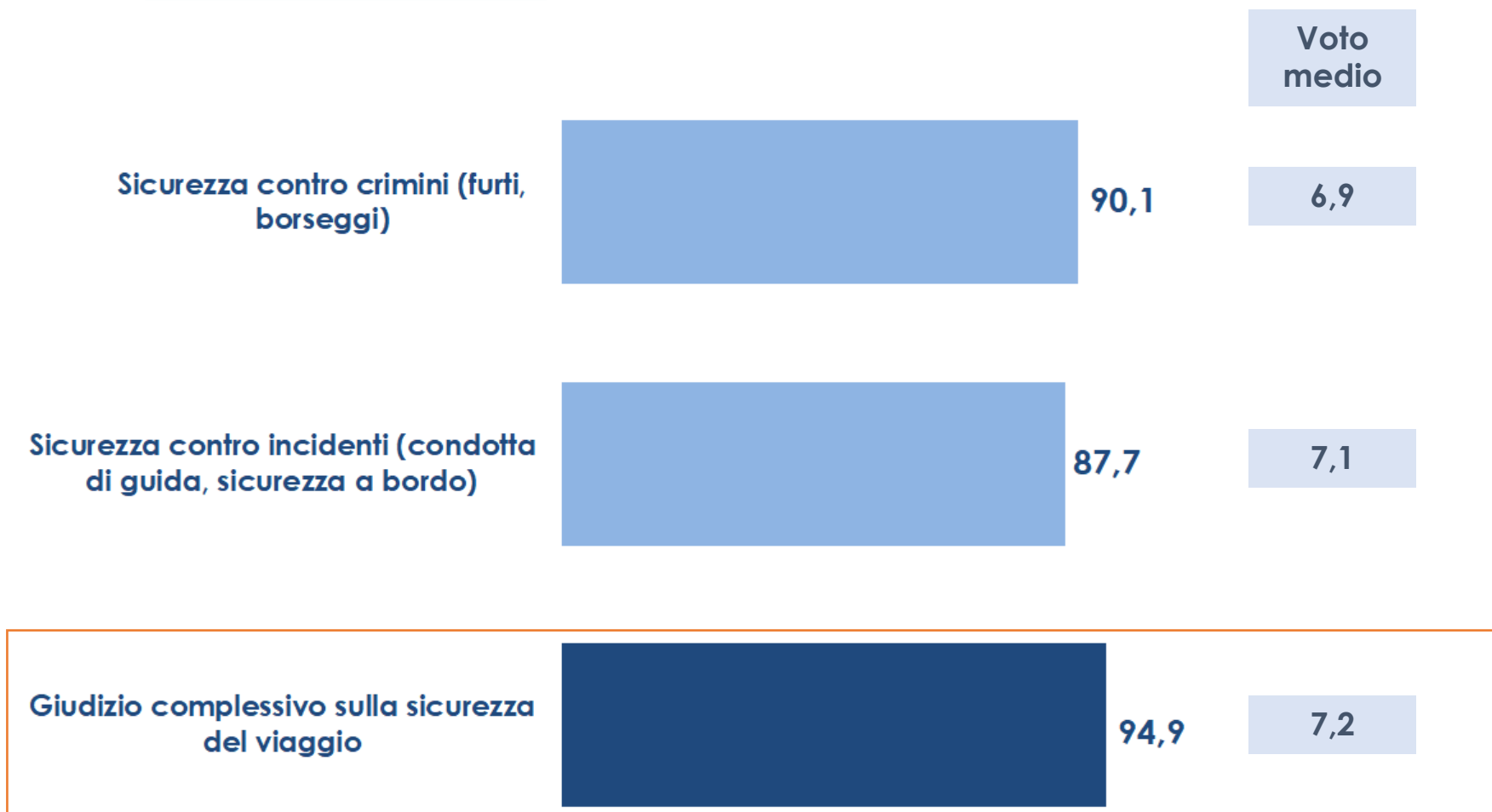
Customer Satisfaction – Qualità percepita



Fattori della SICUREZZA DEL VIAGGIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio

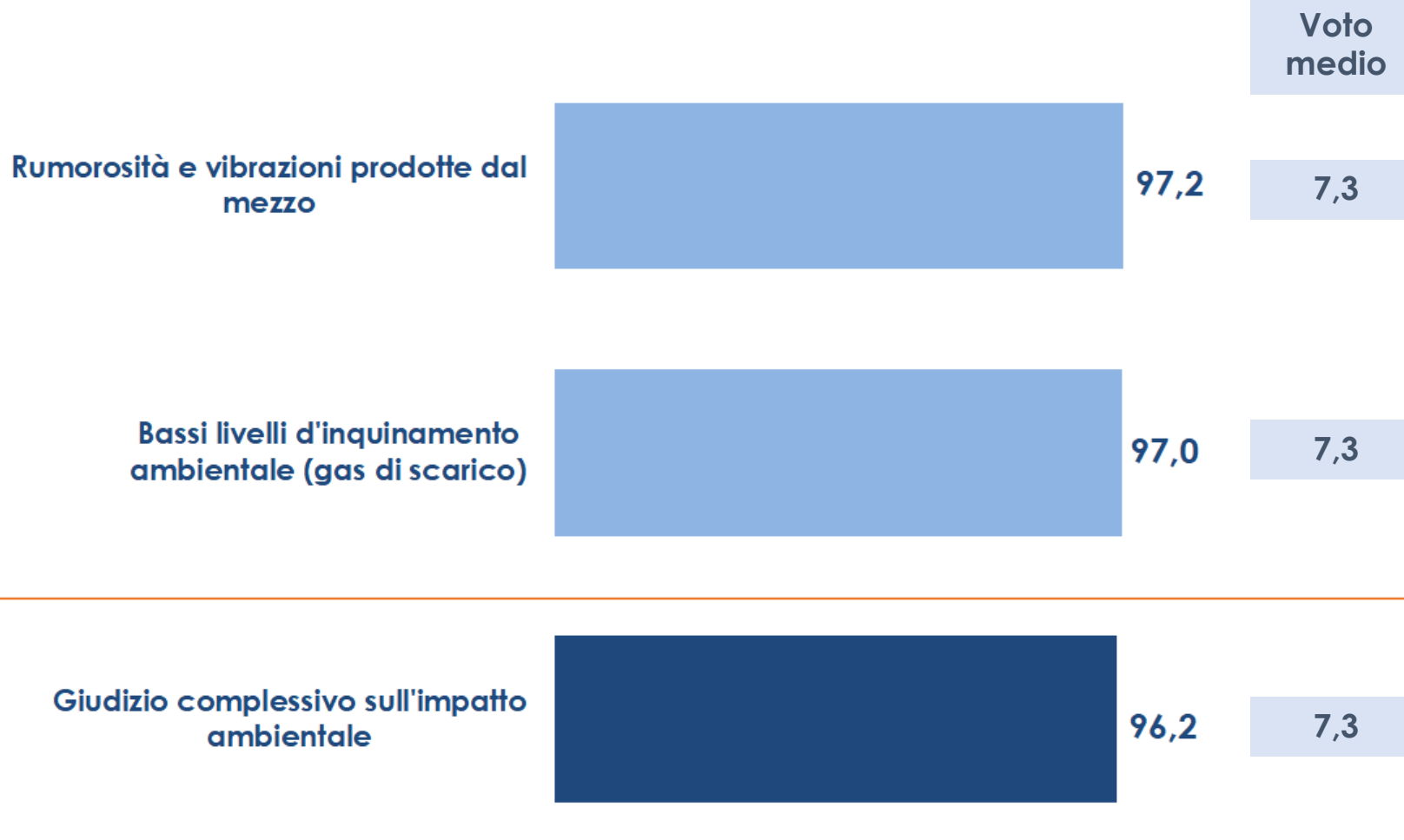




Fattori dell'IMPATTO AMBIENTALE

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

Le aree del servizio





Le aree del servizio



Al fine di misurare la **qualità attesa** rispetto al servizio offerto da ATB è stato chiesto agli intervistati di esprimere una valutazione rispetto al:

- *livello di importanza per ciascuna delle otto macroaree del servizio (macrofattori)*

Le valutazioni sono state espresse mediante una scala di **voti da 1 a 10**, dove 1 indica l'importanza minima (*Per nulla importante*) e 10 quella massima (*totalmente importante*)

Per queste valutazioni viene fornito per ciascuna area del servizio:

-Voto medio calcolato sulla scala di valutazione 1 – 10

-Livello di Accordo Percepita Vs Attesa calcolato in base alla % di valutazioni allineate*

Are del servizio

Rapporto con l'utenza

Accessibilità del servizio

Informazioni sul servizio

Comfort del servizio

Affidabilità del servizio

Disponibilità del servizio

Sicurezza del viaggio

Impatto Ambientale



L'importanza dei Macrofattori del servizio
% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

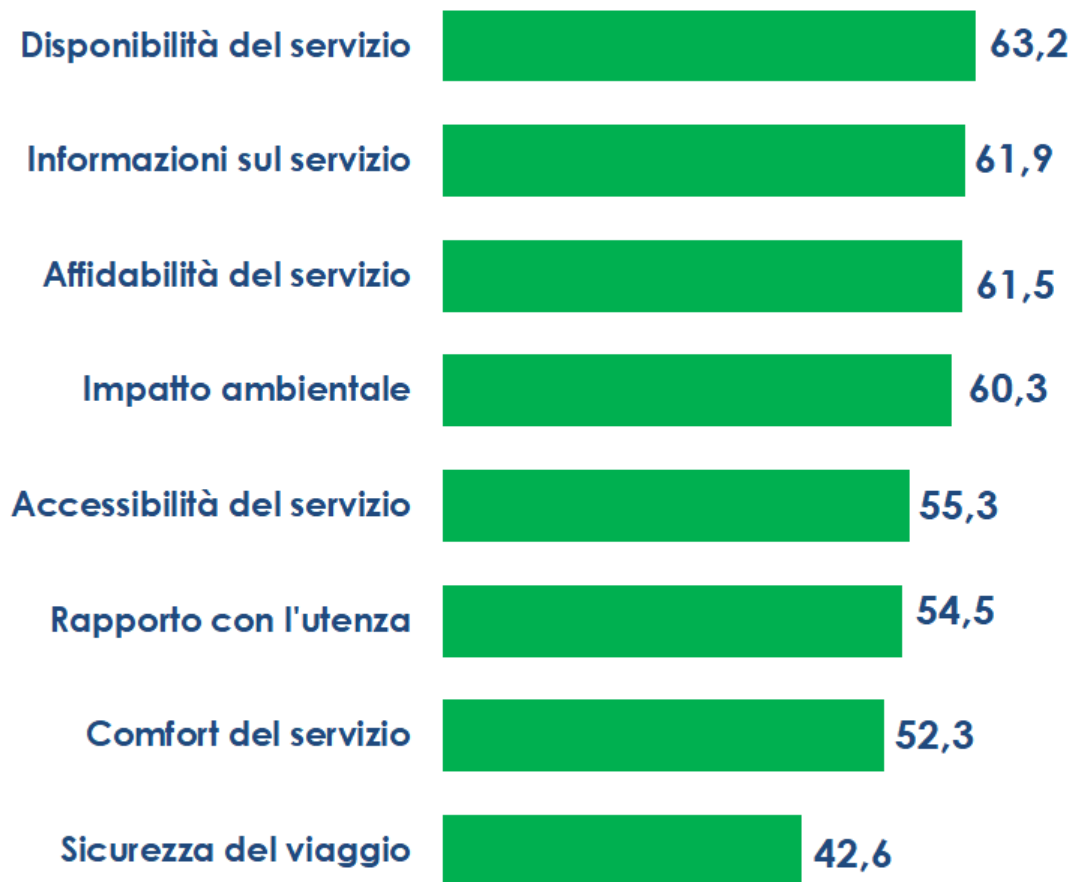
Le aree del servizio

		Voto medio
Disponibilità del servizio	98,9	8,6
Comfort del servizio	98,8	8,8
Accessibilità del servizio	98,6	8,6
Rapporto con l'utenza	98,5	8,5
Affidabilità del servizio	98,5	8,7
Sicurezza del viaggio	98,5	8,9
Informazioni sul servizio	98,3	8,6
Impatto ambientale	98,0	8,5



L'importanza dei Macrofattori del servizio

% valutazioni allineate





Il giudizio complessivo su ATB



Customer Satisfaction – Qualità percepita



Giudizio complessivo sul servizio offerto da ATB (%)

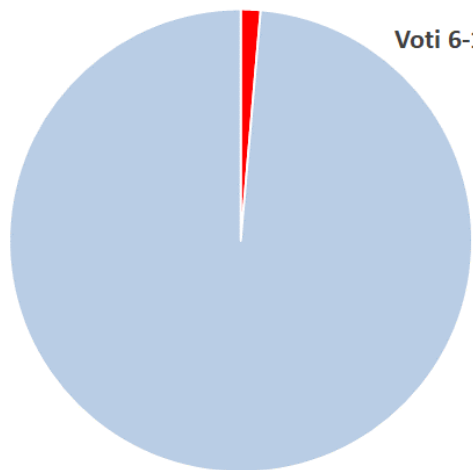
Valutazione su scala 1 - 10

Giudizio complessivo ATB –
Indagine CAPI

Area delle valutazioni positive
(% di voti 6 - 10) = **98,6%**

Voti 1-5; 1,4

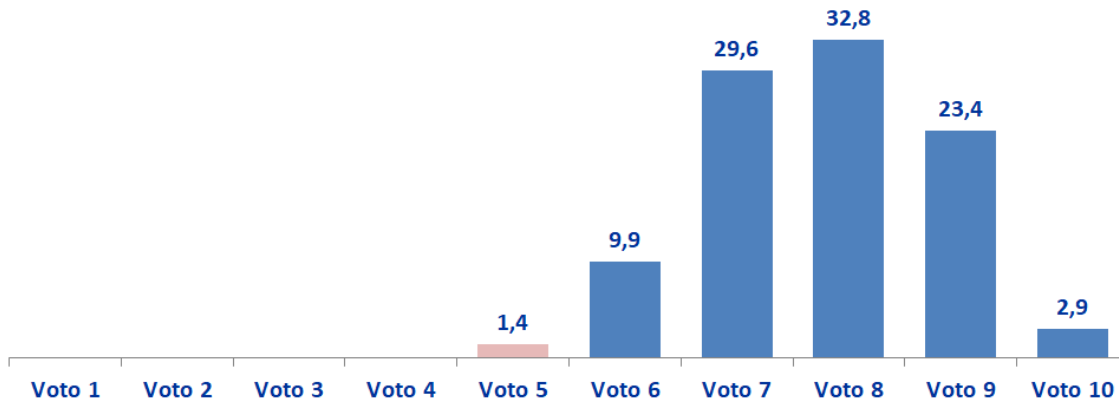
Voti 6-10; 98,6



Voto Medio = 7,8

Al termine della batteria di valutazioni sui diversi elementi del servizio e sulla linea utilizzata è stato chiesto agli intervistati anche un giudizio su ATB nel suo complesso
(«Che voto darebbe alla qualità del servizio di ATB nel complesso?»)

Dettaglio voti espressi



Base: totale interviste CAPI





Customer Satisfaction – Qualità percepita



Giudizio complessivo sul servizio offerto da ATB (%)

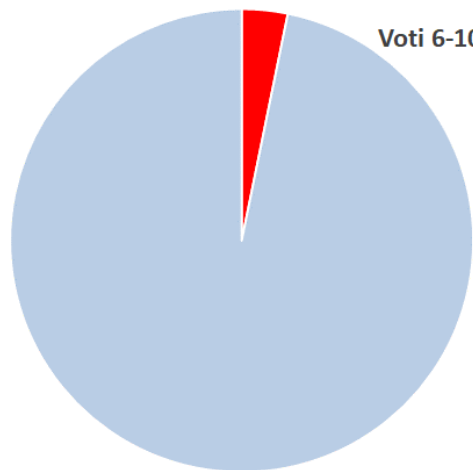
Valutazione su scala 1 - 10

Giudizio complessivo ATB –
Indagine CATI

Area delle valutazioni positive
(% di voti 6 - 10) = **96,8%**

Voti 1-5; 3,2

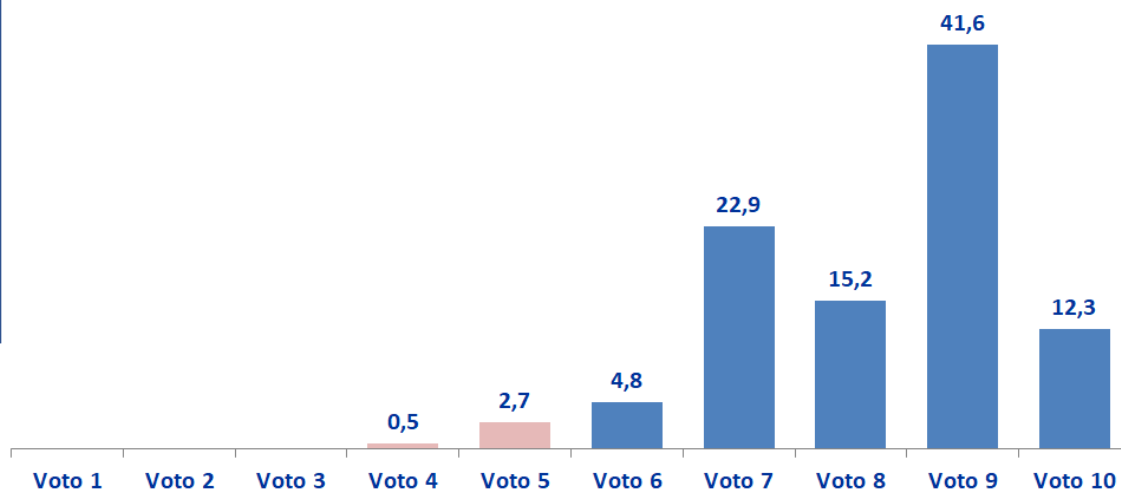
Voti 6-10; 96,8



Voto Medio = 8,2

Al termine della batteria di valutazioni sui diversi elementi del servizio e sulla linea utilizzata è stato chiesto agli intervistati anche un giudizio su ATB nel suo complesso
(«Che voto darebbe alla qualità del servizio di ATB nel complesso?»)

Dettaglio voti espressi



Base: totale interviste CATI

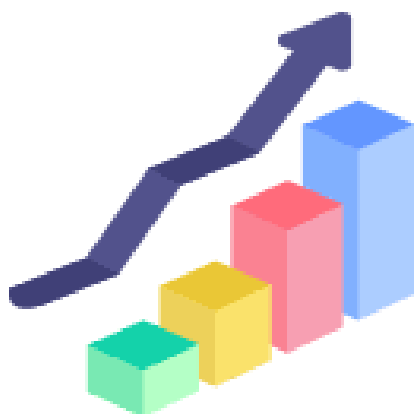




Giudizio complessivo sul servizio offerto da ATB (%) - Sintesi

Valutazione su scala 1 - 10

➔	INDAGINE F to F (CAPI)	Voto Medio = 7,8	% di voti 6 – 10 = 98,6%
➔	SOVRA-CAMPIONE ABBONATI (CATI)	Voto Medio = 8,2	% di voti 6 – 10 = 96,8%
➔	TOTALE VALUTAZIONI	Voto Medio = 7,9	% di voti 6 – 10 = 98,0%



Il trend



		Totale 2023		Totale 2022		Totale 2021		Totale 2019		Delta Voto medio 2023-2022
		v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	
Rapporto con l'utenza	Disponibilità dei dipendenti (personale viaggiante)	7,2	90,5	7,2	97,3	7,2	95,1	7,5	90,5	-0,1
	Disponibilità dei dipendenti biglietterie ATB Point e Autostazione	7,2	92,2	7,2	97,7	7,2	94,2	7,7	90,4	0,0
	Competenza dei dipendenti (personale viaggiante, biglietteria)	7,2	92,4	7,3	97,5	7,2	95,1	-	-	-0,1
	Aspetto del personale (utilizzo divisa aziendale)	7,2	91,0	7,3	98,8	7,3	96,6	8,3	96,3	-0,1
	Capacità dell'azienda di comunicare, informare, sensibilizzare	7,5	95,9	7,3	98,3	7,3	97,5	7,2	79,0	0,2
	Capacità di rispondere alle richieste sul servizio/reclami/informazioni	7,2	91,0	7,3	97,4	7,1	95,0	7,3	78,8	-0,1
	Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte dei verificatori	7,0	88,4	7,2	95,6	7,3	94,3	6,8	75,9	-0,1
	Giudizio complessivo sul rapporto con l'utenza	7,0	92,4	7,0	98,3	7,0	97,4	7,4	-	0,0
Accessibilità del servizio	Facilità acquisto titoli di viaggio (punti vendita, emettitrice)	7,5	99,0	7,4	97,8	7,4	96,6	7,7	91,6	0,1
	Facilità di convalida dei titoli di viaggio	7,3	95,2	7,4	99,3	7,5	99,4	-	-	-0,1
	Possibilità di acquistare titoli di viaggio on-line	7,3	96,8	7,6	99,4	7,8	99,2	7,1	50,6	-0,3
		Giudizio complessivo sull'accessibilità del servizio	7,1	95,2	7,1	99,1	7,3	98,7	-	-
Informazioni sul servizio	Disponibilità d'informazioni in generale (alle fermate)	7,4	98,1	7,4	98,2	7,6	97,8	7,4	86,8	0,0
	Presenza e aggiornamento informazioni sul tragitto in fermata	7,2	94,4	7,4	96,5	7,4	96,8	-	-	-0,2
	Presenza, aggiornamento e leggibilità d'informazioni su orario	7,2	94,8	7,1	97,8	7,3	96,2	7,6	94,6	0,0
		Giudizio complessivo sulle informazioni sul servizio	7,3	97,5	7,2	98,4	7,2	97,2	7,5	-
Comfort del servizio	Pulizia dei mezzi	7,0	89,8	7,5	97,9	7,5	97,0	6,8	82,3	-0,4
	Pulizia delle fermate	7,1	90,5	7,4	98,5	7,5	98,0	7,1	86,6	-0,3
	Pulizia dei punti vendita	7,2	92,9	7,4	97,7	7,5	98,3	-	-	-0,2
	Comfort dei mezzi	7,1	91,1	7,3	96,6	7,5	98,0	7,2	88,4	-0,3
	Climatizzazione/riscaldamento mezzi	7,1	91,2	7,4	97,9	7,6	99,0	7,3	90,6	-0,3
	Affollamento dei mezzi/spazio a bordo	6,8	90,0	7,1	96,5	7,1	87,3	6,0	63,7	-0,3
	Funzionamento strumenti operativi e di supporto a bordo (validatori, emettitrici, pedane per disabili)	7,7	98,5	7,5	98,4	7,5	98,3	7,4	86,8	0,2
		Giudizio complessivo sul comfort del servizio	7,3	97,3	7,2	98,4	7,2	98,2	7,0	-



Customer Satisfaction – Qualità percepita



Trend 2023-2022-2021-2019

		Totale 2023		Totale 2022		Totale 2021		Totale 2019		Delta Voto medio 2023-2022
		v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	
Affidabilità del servizio	Frequenza di passaggio dei mezzi	7,0	87,0	7,4	98,1	7,5	97,8	6,8	79,9	-0,4
	Regolarità del servizio	7,0	91,4	7,4	97,9	7,5	98,3	7,2	86,0	-0,4
	Fascia orari di inizio e fine servizio	7,2	94,0	7,5	98,0	7,5	98,3	7,0	84,6	-0,3
	Puntualità delle corse	7,0	91,0	7,2	97,5	7,3	96,3	6,6	77,2	-0,3
	Durata dello spostamento	7,2	92,6	7,5	97,4	7,5	99,3	6,9	85,8	-0,3
	Giudizio complessivo sull'affidabilità del servizio	7,3	97,5	7,3	99,0	7,2	98,6	7,0	-	0,1
Disponibilità del servizio	Copertura efficace del territorio servito	7,3	96,2	7,4	98,3	7,5	98,3	7,5	88,5	-0,1
	Posizione delle fermate e dei collegamenti	7,3	96,4	7,3	98,4	7,4	98,4	7,7	93,8	-0,1
	Giudizio complessivo sulla disponibilità del servizio	7,4	98,7	7,3	99,1	7,4	98,8	7,5	-	0,0
Sicurezza del viaggio	Sicurezza contro crimini (furti, borseggi)	6,9	90,1	7,1	96,3	7,1	94,5	7,3	87,6	-0,3
	Sicurezza contro incidenti (condotta di guida, sicurezza a bordo)	7,1	87,7	7,2	98,0	7,4	97,2	7,0	86,2	-0,1
	Giudizio complessivo sulla sicurezza del viaggio	7,2	94,9	7,0	97,7	7,1	95,8	7,2	-	0,2
Impatto ambientale	Bassi livelli d'inquinamento ambientale (gas di scarico)	7,3	97,0	7,4	98,5	7,5	97,9	7,4	88,9	-0,1
	Rumorosità del motore e vibrazioni prodotte dal mezzo	7,3	97,2	7,4	98,8	7,3	97,4	7,0	84,3	0,0
	Giudizio complessivo sull'impatto ambientale	7,3	96,2	7,2	99,1	7,4	98,0	7,4	-	0,0
	Soddisfazione complessiva per la linea	7,4	97,7	7,2	98,8	7,1	97,8	-	-	0,2
	Soddisfazione complessiva sul servizio ATB	7,9	98,0	7,8	99,3	7,7	98,9	7,3	93,1	0,1



La graduatoria





Nel questionario è presente una domanda che richiede direttamente agli intervistati di mettere in graduatoria di importanza (dal primo all'ottavo posto) alcuni aspetti del servizio.



Non sono ammessi parimerito ed è stato richiesto a ciascun intervistato di definire una graduatoria completa.

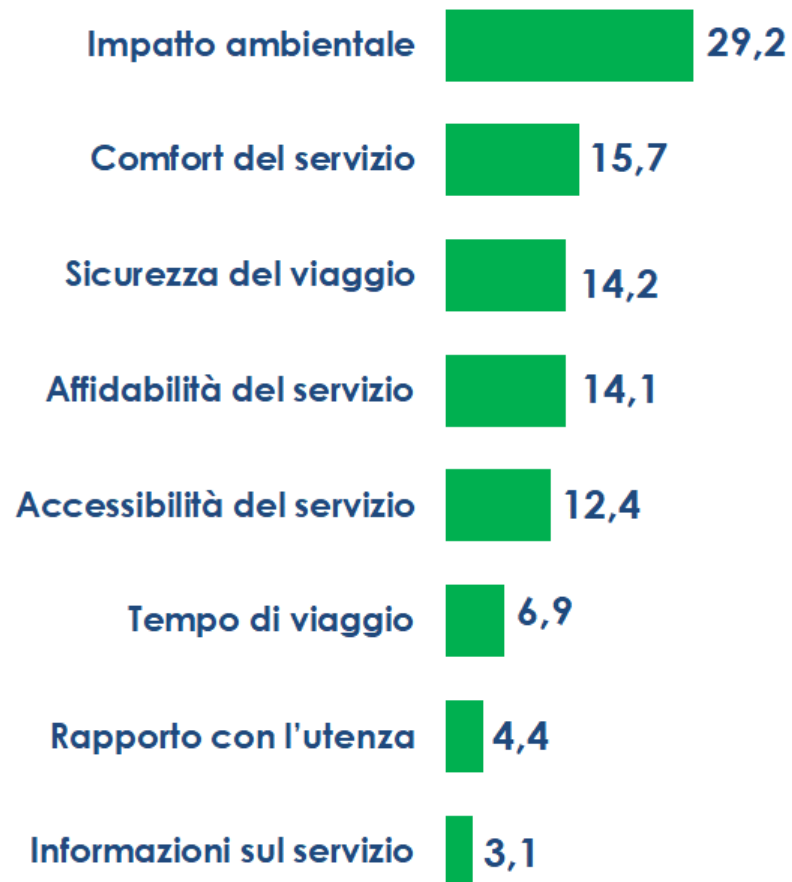


Di seguito viene fornita una sintesi rispetto alle posizioni poste agli estremi:

- Distribuzione percentuale degli aspetti collocati al primo posto



Quale aspetto del servizio colloca al primo posto? (%)



Sintesi dei dati





Sintesi dei dati - 1



- Il campione di utilizzatori intervistato si caratterizza per una **maggiore presenza di donne (59,1%)**; sono presenti soggetti appartenenti a tutte le classi di età, con percentuale più elevata nelle **fasce 18-24 e 25-34 anni**. I viaggiatori sono per la maggior parte **non occupati (56,3%)**. In particolare, tra gli **occupati (42,1%)**, la categoria più presente risulta essere quella degli **impiegati**, con una percentuale pari al **22,5%**; seguono gli operai (8,9%), gli imprenditori/liberi professionisti (7,4%), gli artigiani/commercianti/esercenti (2,9%) e, infine, i funzionari/dirigenti (0,5%).

La categoria più presente tra i non occupati è quella degli **studenti (39,7%)**; i pensionati rappresentano il 9,8% degli intervistati, le casalinghe il 6,0% e, in ultimo, i disoccupati lo 0,8%.

- La prima motivazione di viaggio è legata a spostamenti per **studio (33,8%)**, seguita da motivi di **lavoro (28,2%)**, servizi personali (14%), svago/sport/turismo (12,1%) e acquisti (10,6%).
- Nell'**80,1%** dei casi gli spostamenti sono effettuati con **frequenza almeno settimanale**; in particolare nella maggioranza dei casi **l'utilizzo è sistematico** (59% 5-6 giorni a settimana). Il 12,4% degli intervistati utilizza il servizio occasionalmente.
- Il servizio di viene utilizzato in primo luogo per la **manca di alternative (27,9%)**, dato emergente in particolare nell'indagine CATI rappresentata da un sovra-campione di abbonati; segue **la difficoltà nel parcheggiare (20,5%)**.



Sintesi dei dati - 2



Nel complesso, le valutazioni si mostrano perlopiù allineate a quelle della precedente edizione. Vediamo ora gli aspetti più positivi emersi dall'indagine.

- Il **funzionamento degli strumenti operativi e di supporto a bordo**, in rialzo rispetto al 2022 (passa infatti da 7,5 a **7,7**), risulta essere l'aspetto maggiormente apprezzato dai soggetti intervistati.
- A seguire troviamo la **facilità di acquisto dei titoli di viaggio presso i punti vendita e le emettitrici**, valutata con un voto medio pari a **7,5**, in lieve rialzo rispetto alla precedente edizione.
- Segue, in termini di maggior apprezzamento, la **capacità dell'azienda di comunicare, informare, sensibilizzare**. Anche questo aspetto mostra un voto medio pari a **7,5**, in aumento rispetto al 2022.
- Tra i microfattori indagati, questi sopra elencati rappresentano anche i tre aspetti che hanno mostrato maggiore soddisfazione da parte degli utilizzatori, rispetto al 2022; nel dettaglio: la **capacità dell'azienda di comunicare, informare, sensibilizzare** (v.m. **7,5** vs 7,3), il **funzionamento degli strumenti operativi e di supporto a bordo** (v.m. **7,7** vs 7,5) e la **facilità di acquisto dei titoli di viaggio presso i punti vendita e le emettitrici** (v.m. **7,5** vs 7,4).
- Per quanto riguarda, invece, le aree del servizio (i macrofattori), gli elementi maggiormente apprezzati risultano essere la **disponibilità del servizio** (voto medio pari a **7,4**) e l'**affidabilità del servizio** (voto medio pari a **7,3**).



Sintesi dei dati - 3



- Le valutazioni sulla linea e sul servizio ATB nel complesso mostrano un lieve aumento rispetto alla precedente rilevazione. La **soddisfazione complessiva per la linea**, infatti, passa da un voto medio pari a 7,2 del 2022 al **7,4** di quest'anno. Allo stesso tempo, la **valutazione sul servizio ATB nel suo complesso**, nell'ottica della qualità percepita, raggiunge un voto medio complessivo pari a **7,9** (nel 2022 era pari a 7,8); in dettaglio l'apprezzamento da parte dei **viaggiatori contattati presso le fermate presenta su una valutazione pari a 7,8** (con il 98,6% di valutazioni comprese tra 6 e 10) mentre nel **sovra-campione di abbonati raggiunge un valore pari a 8,2** (con il 96,8% di valutazioni comprese tra 6 e 10).
- Complessivamente, le valutazioni si mantengono positive, anche se qualcuna in leggero calo rispetto alla precedente edizione, con voti medi superiori al 6,8 per tutte le aree del servizio indagate.
- Analizzando le evidenze relative all'importanza dei fattori, si osserva un interesse maggiore in relazione all'**impatto ambientale**, seguito dal **comfort del servizio** e dalla **sicurezza del viaggio**.



Sede Legale

Firenze
Via Atto Vannucci, 7
50134 Firenze
055 470374

Sedi Operative

Roma
Via dei Galla e Sidama, 23
00199 Roma
06 89924900

Milano
Viale Brianza, 24
20127 Milano

Firenze
Via F. Gianni, 4r
50134 Firenze



Ricerca. Conoscenza. Futuro.

