

CUSTOMER SATISFACTION 2018



Camera di Commercio
Frosinone

ANALISI DEI RISULTATI

FEBBRAIO 2019



SI.CAMERA

OBIETTIVI DELL'INDAGINE

La Camera di commercio di Frosinone ha svolto l'indagine di «Customer Satisfaction 2018» con l'obiettivo prioritario di:

- rilevare **il livello di soddisfazione dei servizi** che offre alle imprese;
- misurare il **livello di gradimento dei propri utenti**;
- raccogliere elementi utili per **azioni di miglioramento** dei servizi;
- rilevare il **livello di percezione delle imprese sul processo di rinnovamento della Camera**.

La rilevazione si focalizzerà sui seguenti ambiti di indagine: (1) conoscenza e percezione dell'immagine dell'ente (Sezione A); (2) livello di soddisfazione dei servizi offerti sia a sportello che online (Sezione B); (3) conoscenza e utilizzo del sito Internet della Camera di Commercio (Sezione C); livello di soddisfazione sul funzionamento degli uffici (orari, tempi di attesa) e sulla preparazione e professionalità del personale dell'ente (Sezione D); valutazione generale sull'operato dell'ente e proposte di miglioramento (Sezione E).

Al fine di poter raccogliere informazioni specifiche e approfondite su quelli che sono i reali fabbisogni delle imprese e le modalità idonee ed efficaci a sostenere lo sviluppo imprenditoriale del proprio territorio, sono stati realizzati **focus group e interviste in profondità**, su uno specifico tema emergente al fine di raccogliere idee e suggerimenti.

MODALITA' DI RILEVAZIONE E INTERVALLO TEMPORALE

- somministrazione di un questionario - composto da **13 domande** - **agli utenti che si sono recati agli sportelli** camerali dal 10 dicembre 2018 all'11 gennaio 2019 **[Q1]**;
- invito alla compilazione del **questionario online** mediante invio su PEC delle imprese effettuato direttamente dalla Camera di Commercio in data 10/12/2018. Il questionario è composto da **15 domande [Q2]**;
- Realizzazione di **focus group e interviste in profondità** a imprese e stakeholder del territorio.

RISULTATI¹ : QUESTIONARI CON ESITO POSITIVO

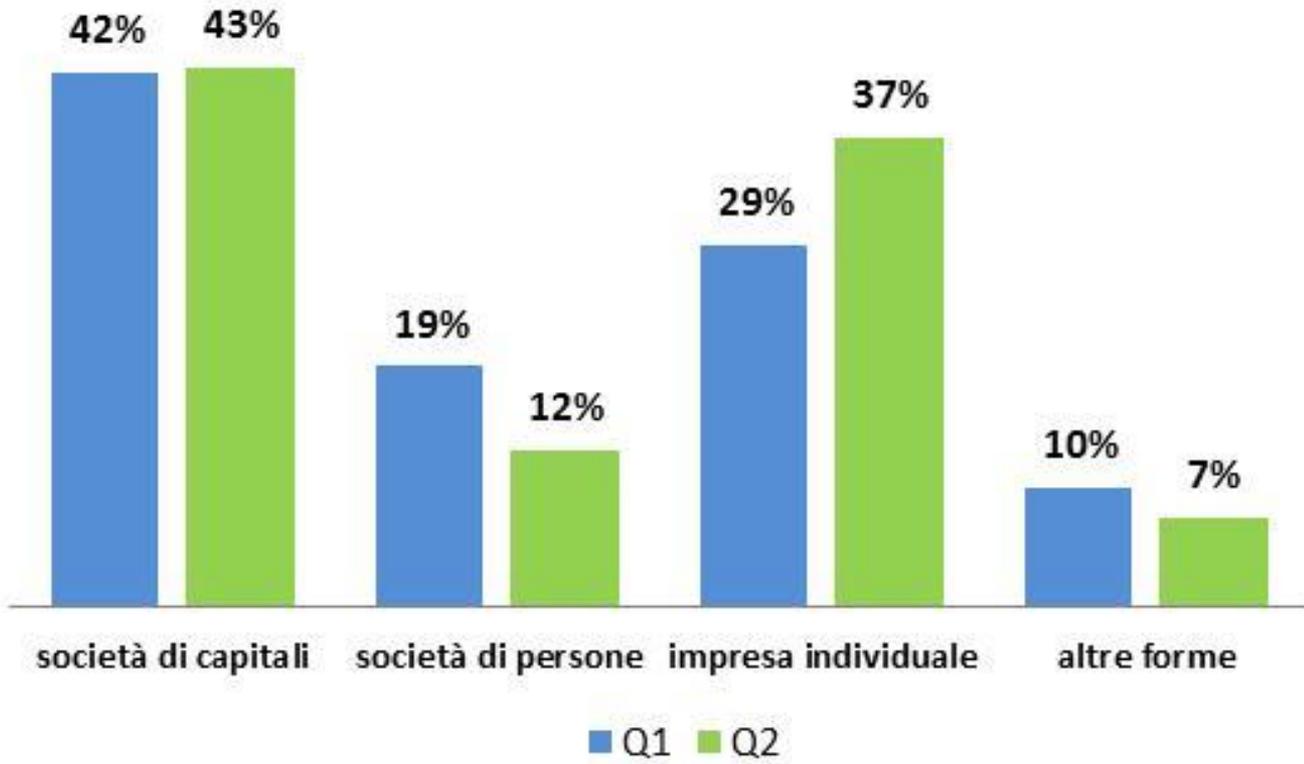
Complessivamente **409 questionari**, di cui:

- [Q1]: **88 questionari in presenza**, somministrati presso gli sportelli della Camera di commercio di Cosenza: il 19% degli intervistati si reca in Camera di commercio almeno una volta alla settimana; il 14% una volta al mese; il 55% non ha avuto un rapporto costante, mentre il 12% non ha avuto rapporti con la Camera nell'ultimo anno.
- [Q2]: **321 questionari on line**, in seguito a invito trasmesso dalla Camera: l'1% degli intervistati si reca in Camera di commercio almeno una volta alla settimana; il 3% una volta al mese; il 60% non ha avuto un rapporto costante, mentre il 36% non ha avuto rapporti con la Camera nell'ultimo anno.

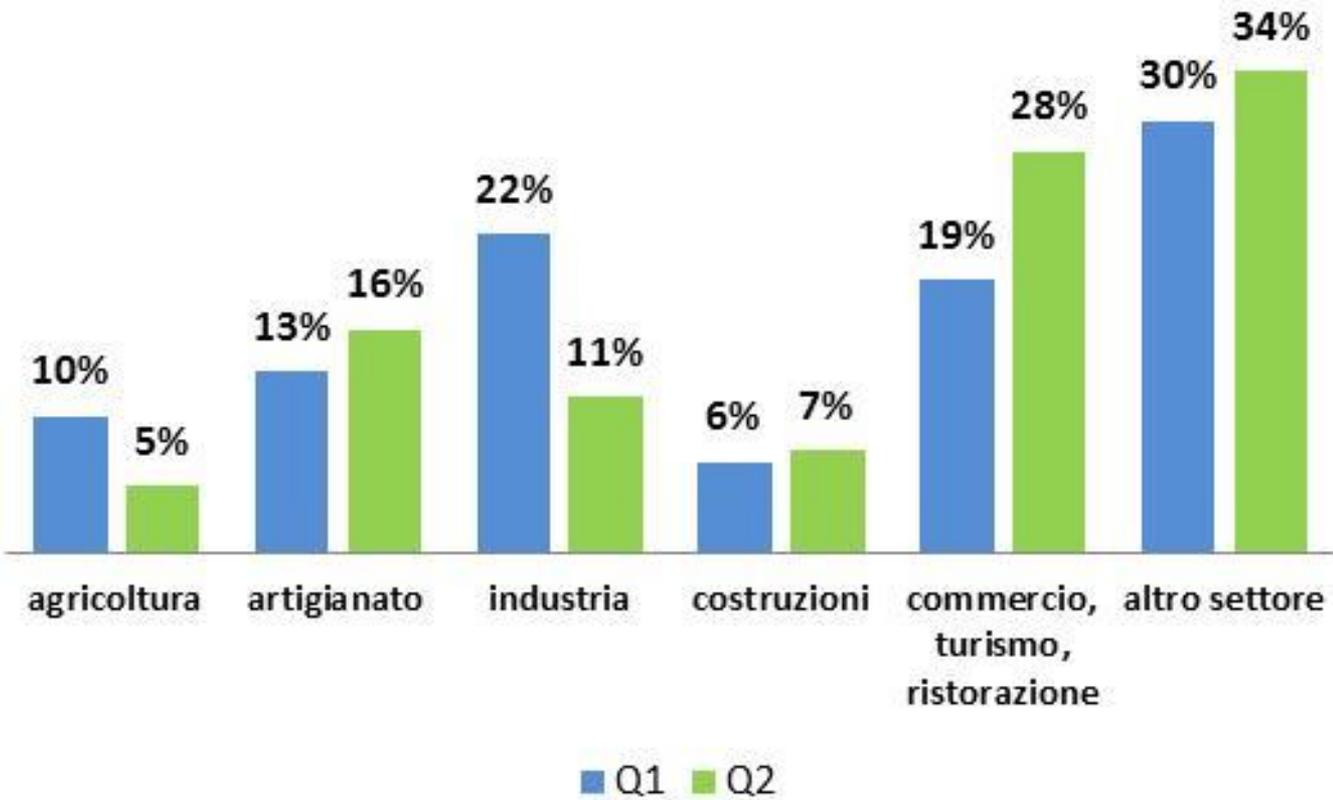
¹A causa di arrotondamenti, la somma delle quote percentuali relative a ciascuna domanda può differire da 100

Le imprese che hanno partecipato alla rilevazione si dividono in via prioritaria in **società di capitali** (42% sono le imprese che si sono recate allo sportello e 43% quelle che hanno risposto online) e **imprese individuali** (29% Q1 e 37% Q2). Appartengono principalmente al **settore “commercio, turismo, ristorazione”** (19% Q1 e 28% Q2), al **settore “industria”** (22% Q1 e 11% Q2). Sia il questionario a sportello che quello online è stato compilato nella maggior parte dei casi dall'**imprenditore/titolare dell'impresa** (60% Q1 e 70% Q2).

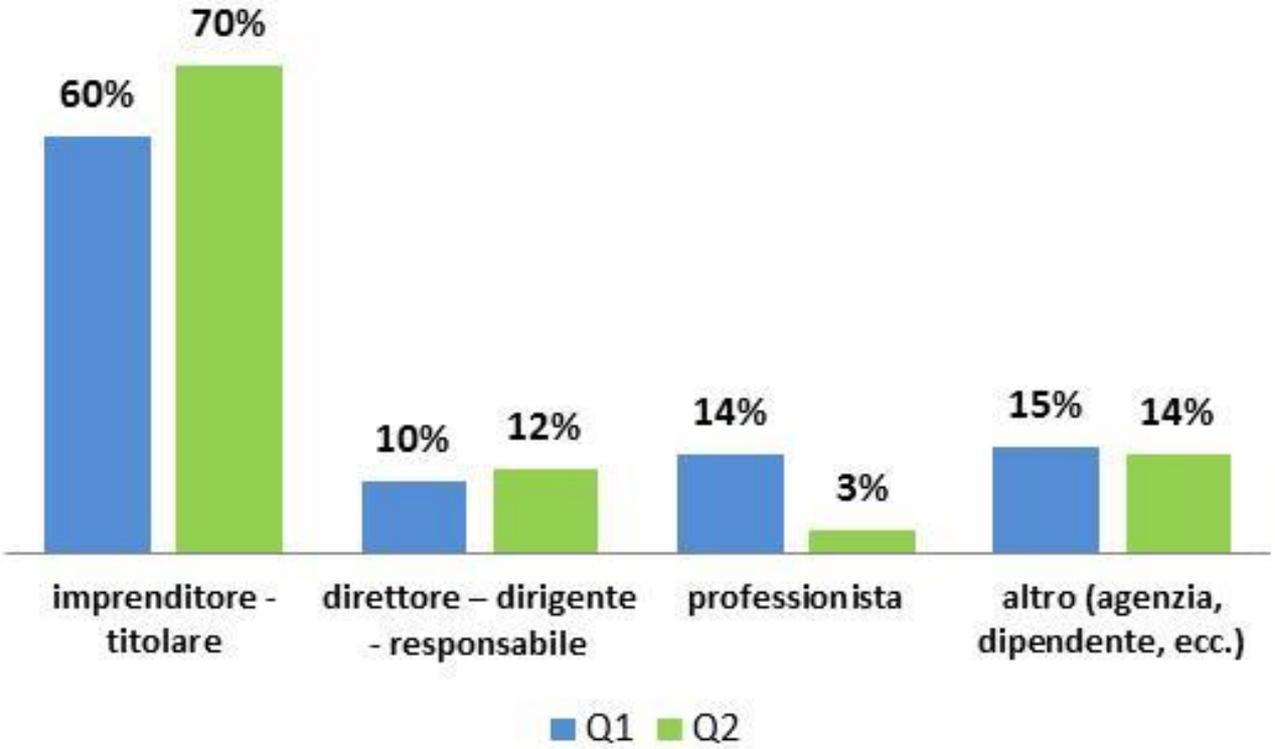
FORMA GIURIDICA IMPRESA (Q1 + Q2)



SETTORE DI APPARTENENZA IMPRESA (Q1 + Q2)



RUOLO DEL RISPONDENTE (Q1 + Q2)

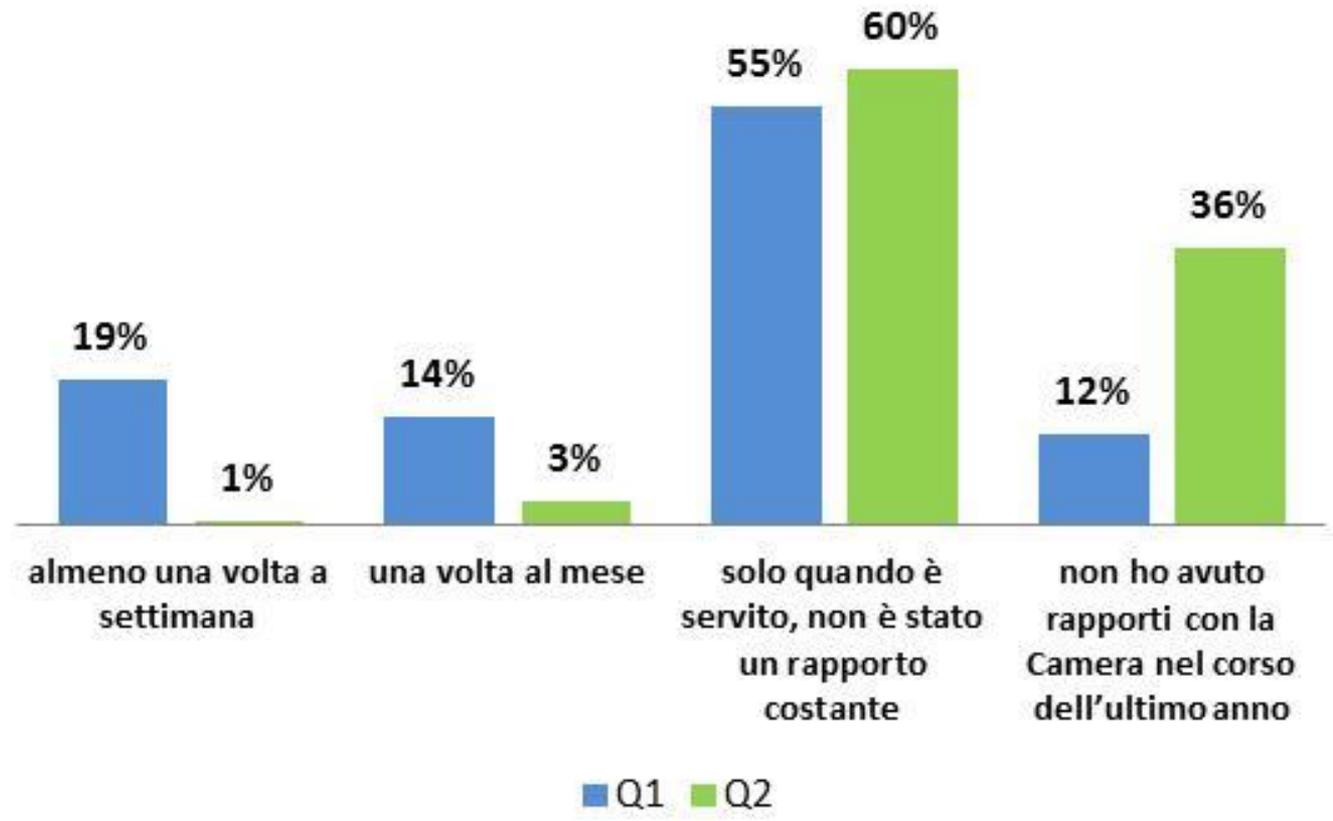


Entrambi i target **dichiarano di non aver avuto un rapporto costante con l'ente** (55% Q1 e 60% Q2). Il 19% degli utenti a sportello frequentano la Camera almeno una volta a settimana, mentre il 14% una volta al mese. Scarsa è la percentuale di utenti online che si recano personalmente agli sportelli (4%).

Per gli utenti intervistati allo sportello il contatto con l'ente avviene prevalentemente di persona (74%), mentre il 54% degli intervistati online distribuisce le relazioni con la Camera tra i differenti strumenti di comunicazione (26% di persona; 7% tramite il call center; il 21% attraverso e-mail e sito Internet). Il 46% degli intervistati online dichiara di non aver avuto rapporti con l'ente nel corso dell'ultimo anno.

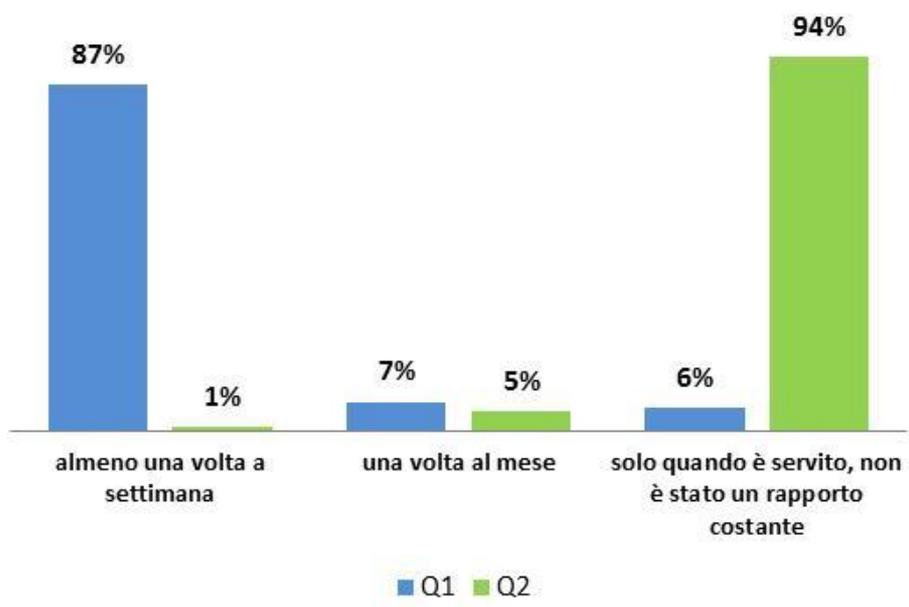
La **valutazione delle politiche di comunicazione** della Camera è pienamente soddisfacente per il 64% degli utenti che si sono recati allo sportello. Il 66% degli intervistati online le reputa tra il soddisfacente e l'accettabile e il 27% non esprime una valutazione ("non so").

RAPPORTI CON LA CAMERA (Q1 + Q2)

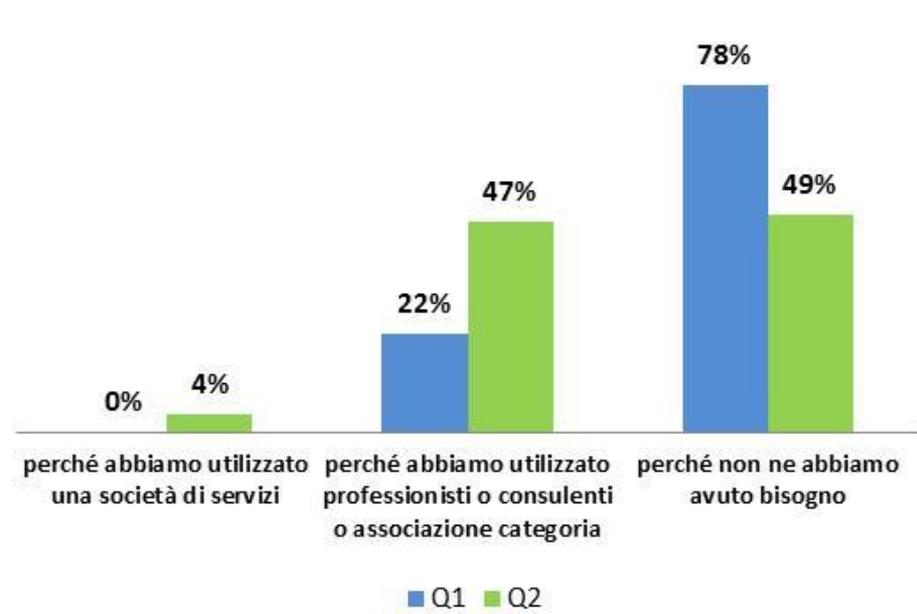


RAPPORTI CON LA CAMERA (Q1 + Q2) - segue

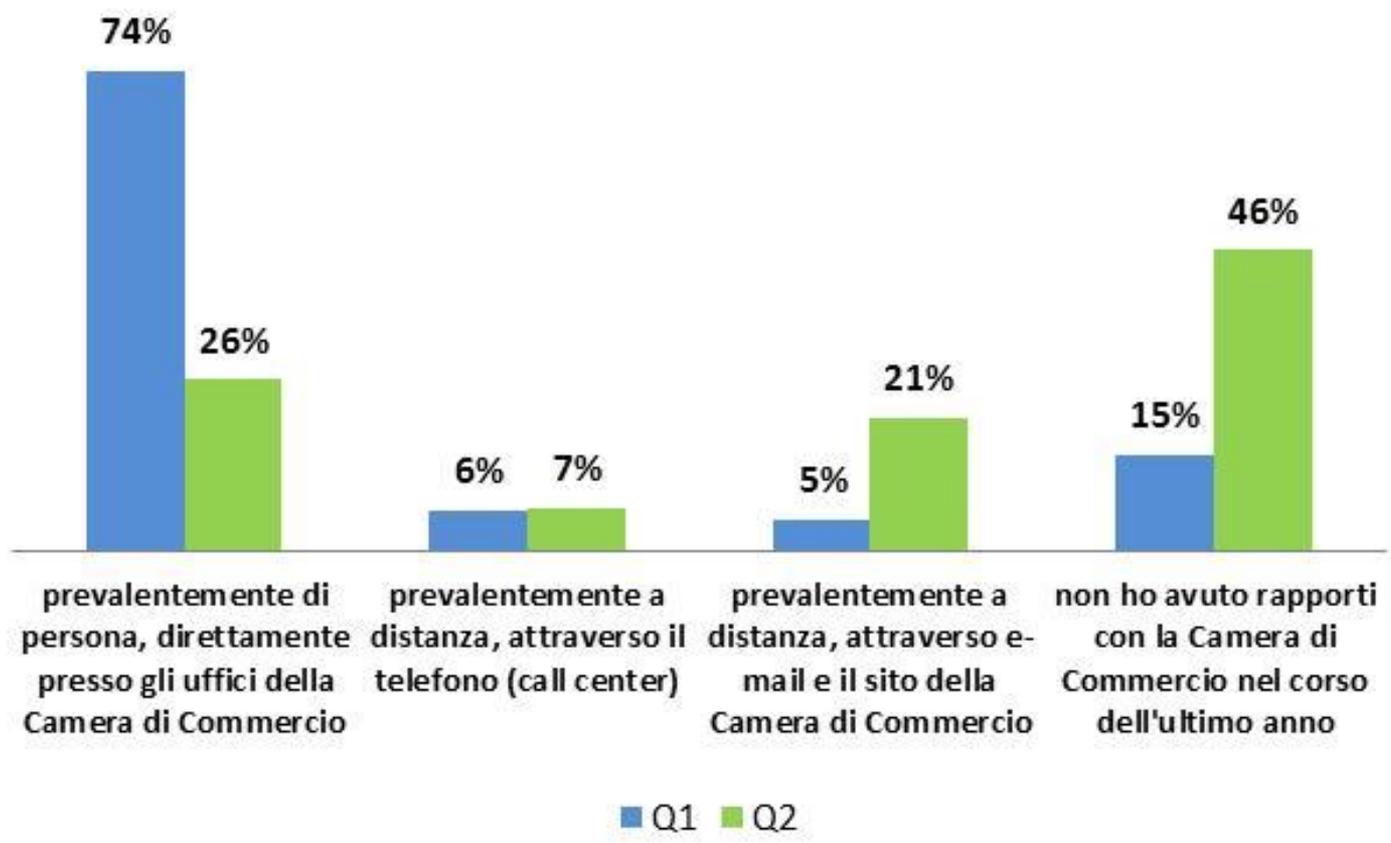
Distribuzione % di coloro che hanno avuto rapporti con la Camera



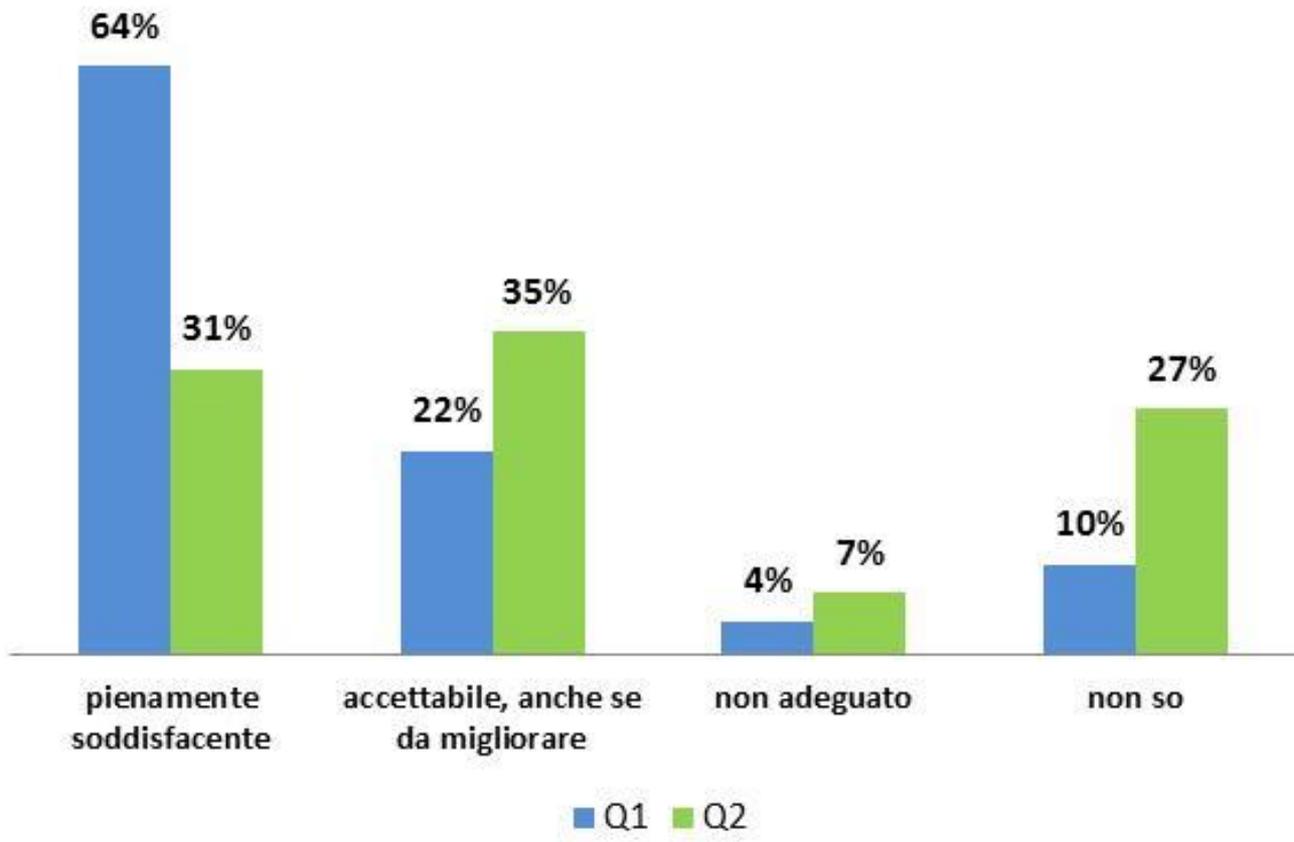
Distribuzione % di coloro che non hanno avuto rapporti con la Camera



MODALITA' CONTATTI CON LA CAMERA (Q1 + Q2)



VALUTAZIONE SULLE MODALITA' DI COMUNICAZIONE(Q1 + Q2)

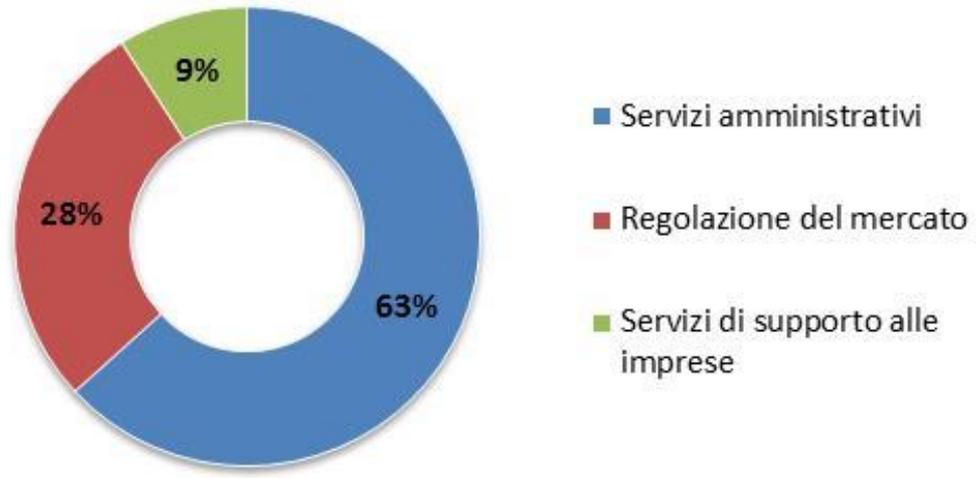


La **rilevazione a sportello** evidenzia che gli utenti usufruiscono per il 63% di **servizi di tipo amministrativo**. La **valutazione generale** dei servizi fruiti è **positiva** per il 92% degli intervistati (83% buono e 9% discreto).

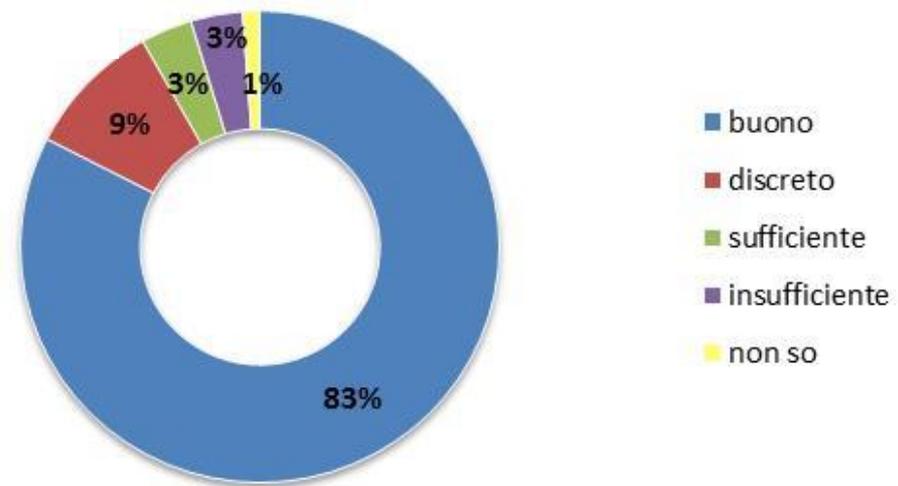
Per quanto concerne gli utenti **intervistati online** è stato chiesto di esprimere il livello di soddisfazione per ciascun servizio appartenente alle macro-aree (1) Servizi amministrativi, (2) Regolazione del mercato, (3) Servizi amministrativi e di regolazione del mercato fruibili online, (4) Servizi di supporto alle imprese. Da evidenziare che **una rilevante percentuale si divide tra coloro che affermano di non utilizzare i servizi o di non conoscerli**, la restante parte di utenti esprime un buon livello di apprezzamento.

SERVIZI FRUITI E SODDISFAZIONE - Q1

Servizi fruiti

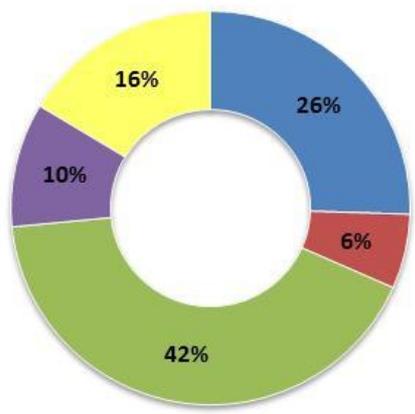


Valutazione generale servizio



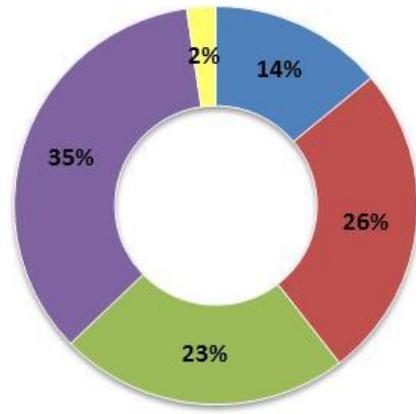
SERVIZI FRUITI E SODDISFAZIONE - Q1

Servizi amministrativi



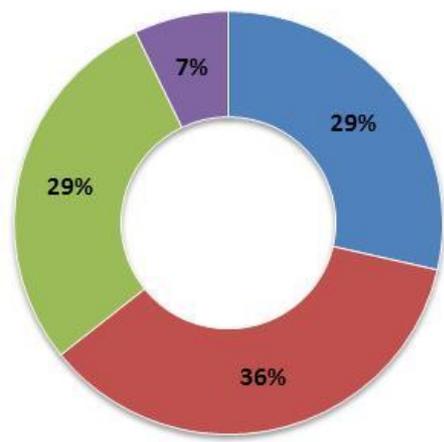
- Registro Imprese: pratiche di iscrizione, modifica e cancellazione di imprese, deposito bilanci
- Servizio qualifiche professionali (ex Albi e Ruoli)
- Rilascio della Firma digitale (CNS - Carta Nazionale dei Servizi)
- Servizio informazioni su altre imprese o amministratori: visure, bilanci, protesti, elenchi, etc.
- Diritto annuale (modalità di pagamento importi, termini e situazioni stato pagamenti)

Regolazione mercato



- Registro informatico protesti
- Servizio per il commercio estero (rilascio certificati di origine, carnet ATA, numero meccanografico)
- Servizi di regolazione del mercato (metrologia legale, usi, contratti tipo, concorsi a premio, sicurezza prodotti, sportello consumatori, etc.)
- Servizio per il deposito di brevetti, modelli e marchi
- Servizio di Arbitrato

Servizi di supporto alle imprese

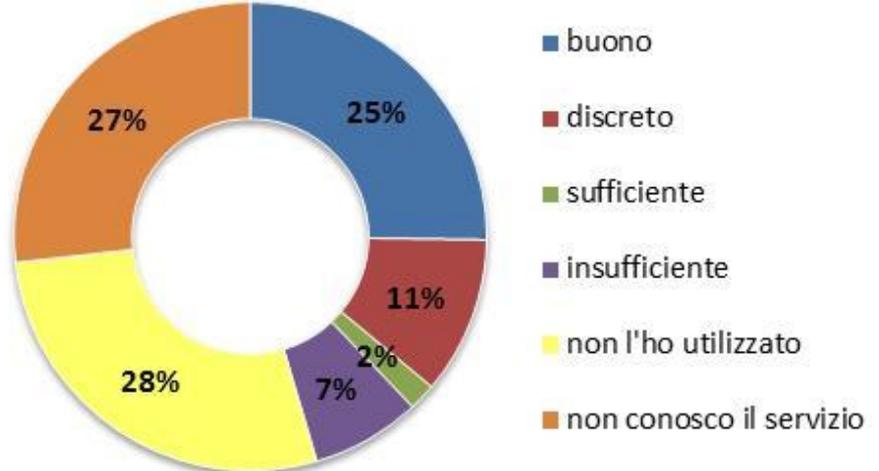
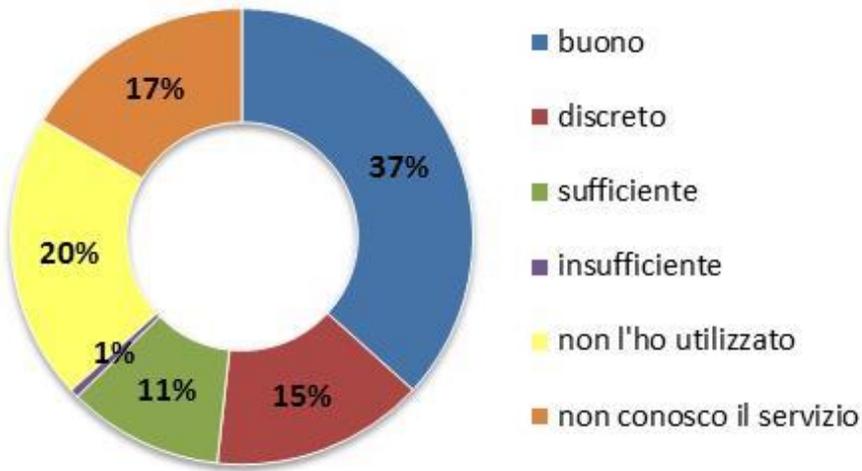


- Servizio Studi e analisi economiche, osservatorio dell'economia
- Servizio per la partecipazione a progettualità e iniziative camerali
- Servizio di assistenza, promozione e valorizzazione dei prodotti tipici (enogastronomici, marchi di qualità, etc.)
- Iniziative e progetti per l'imprenditorialità femminile

SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI – Q2

Registro Imprese: pratiche di iscrizione, modifica e cancellazione di imprese, deposito bilanci

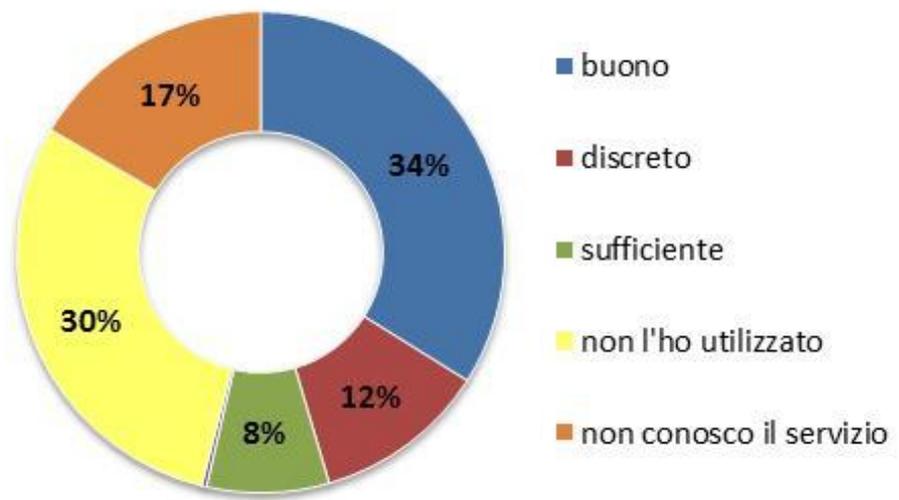
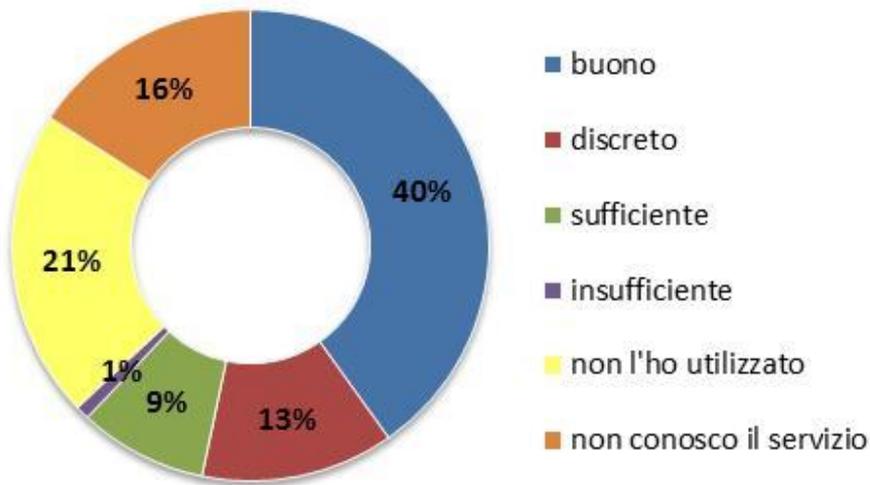
Servizio qualifiche professionali (ex Albi e Ruoli)



SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI – Q2 - segue

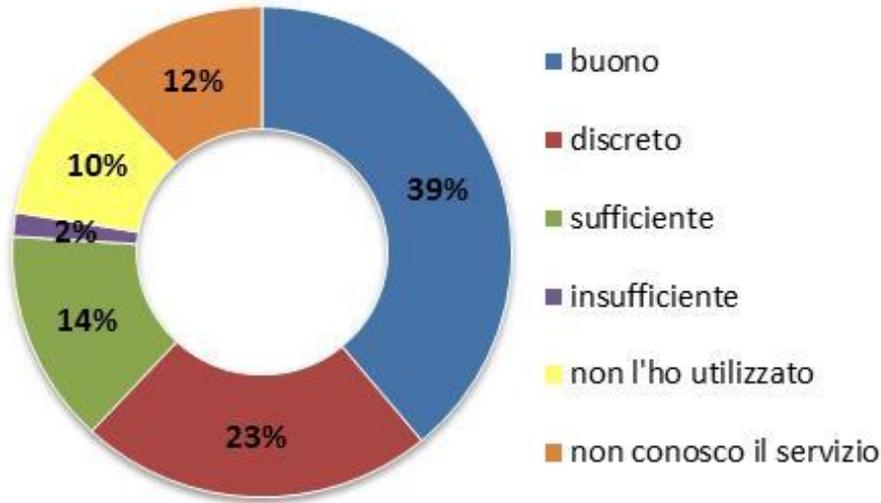
Rilascio della Firma digitale (CNS - Carta Nazionale dei Servizi)

Servizio informazioni su altre imprese o amministratori: visure, bilanci, protesti, elenchi, etc.



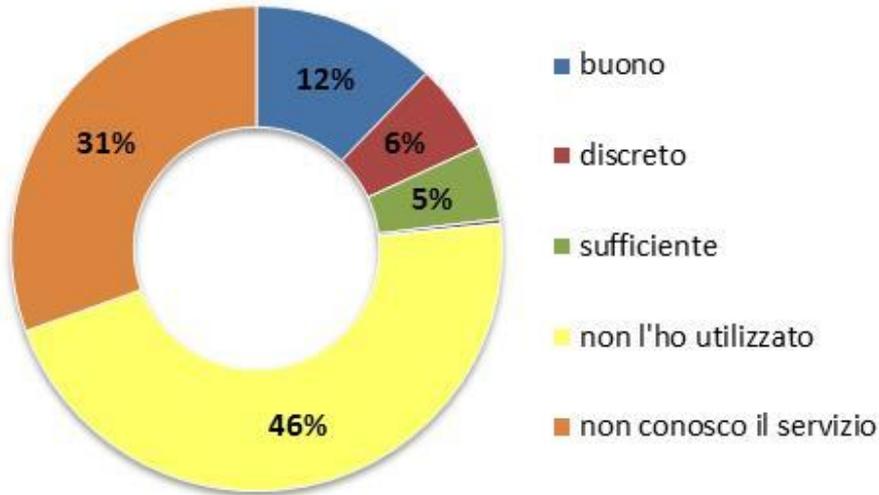
SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI – Q2 - segue

Diritto annuale (modalità di pagamento importi, termini e situazioni stato pagamenti)

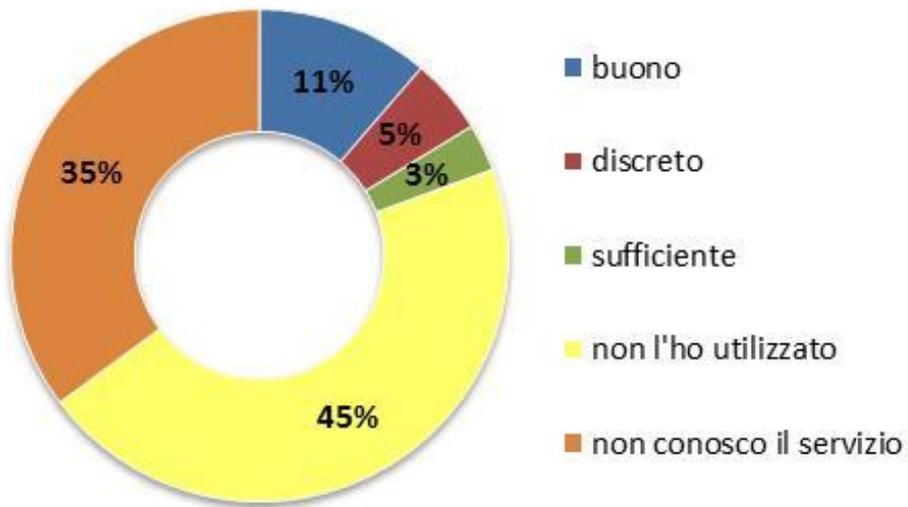


SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO – Q2

Registro informatico protesti



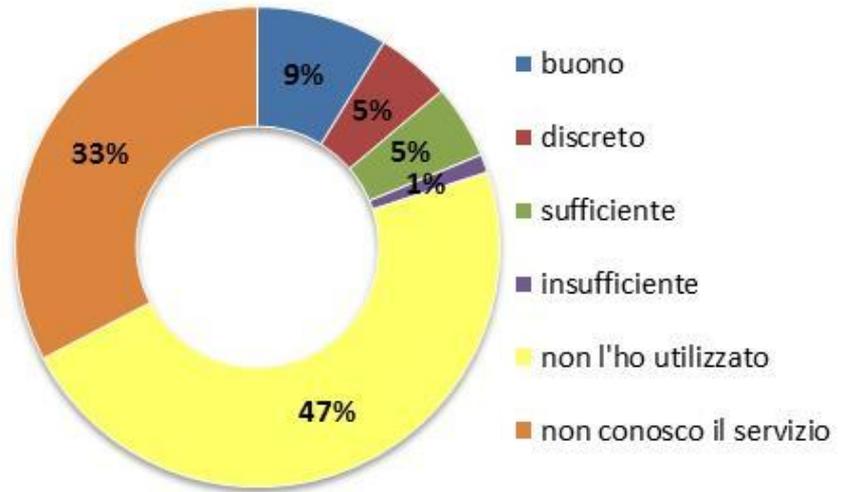
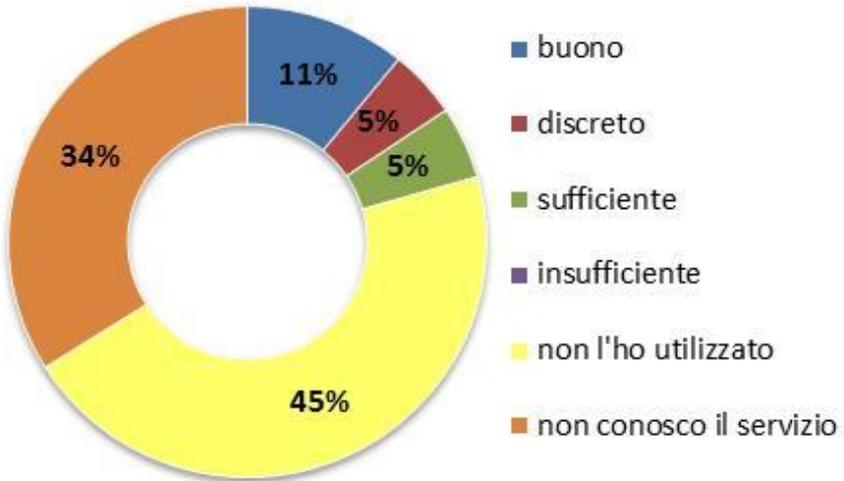
Servizio per il commercio estero (rilascio certificati di origine, carnet ATA, numero meccanografico)



SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO – Q2 - segue

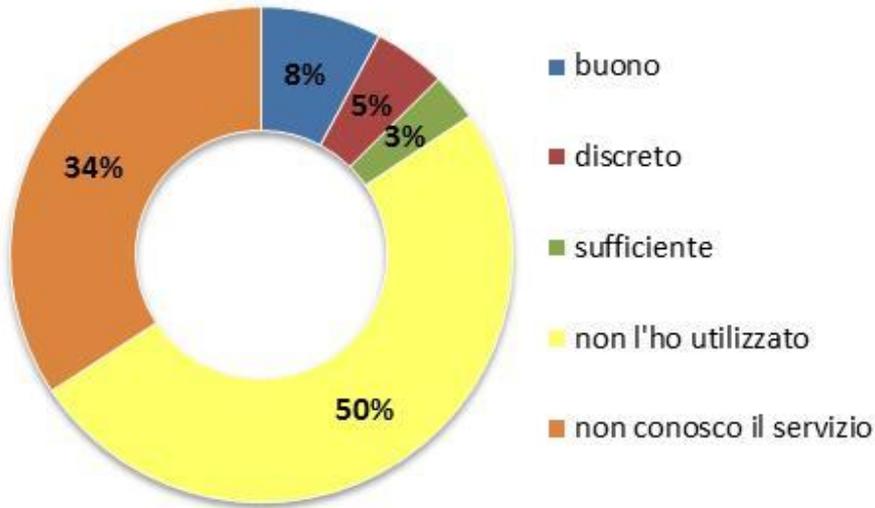
Servizi di regolazione del mercato (metrologia legale, usi, contratti tipo, concorsi a premio, sicurezza prodotti, sportello consumatori, etc.)

Servizio per il deposito di brevetti, modelli e marchi

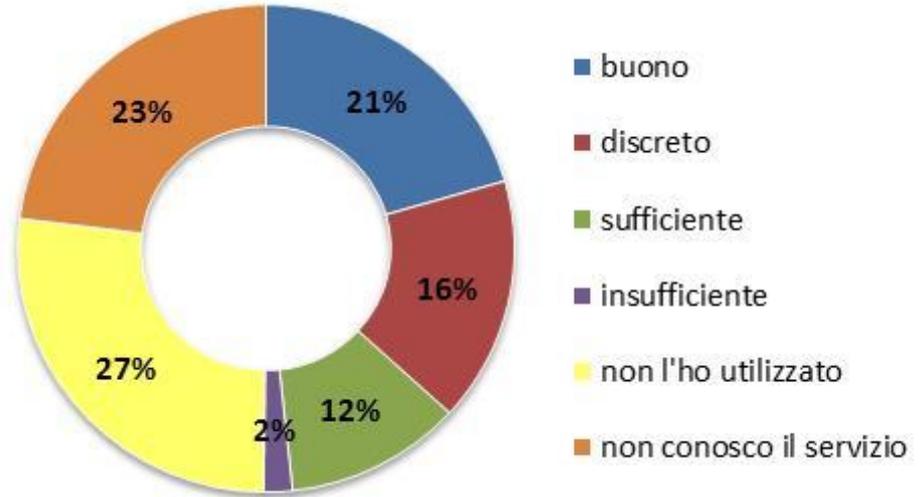


SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO – Q2 - segue

Servizio di Arbitrato

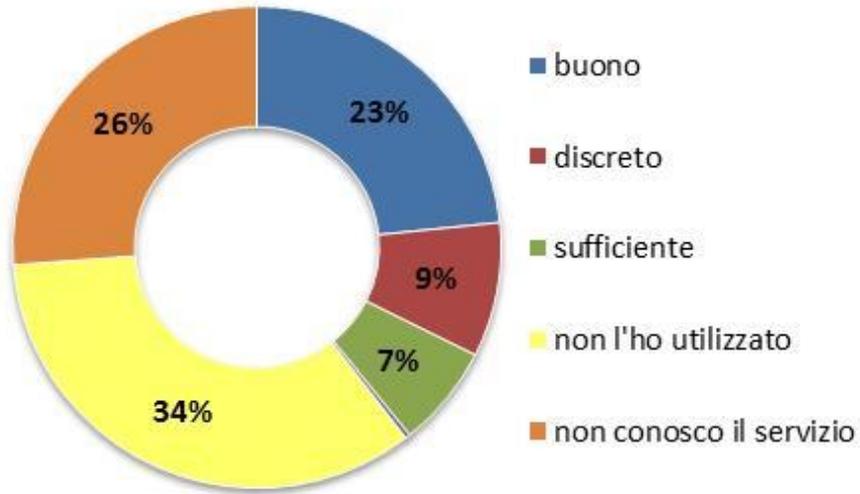


Giudizio generale sui servizi amministrativi e di regolazione del mercato

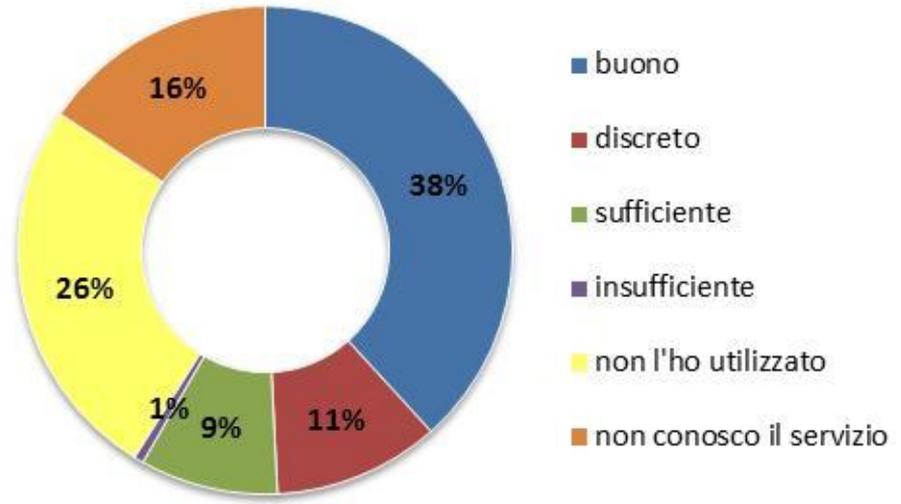


SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO ON LINE - Q2

Comunicazione Unica (ComUnica) - Starweb

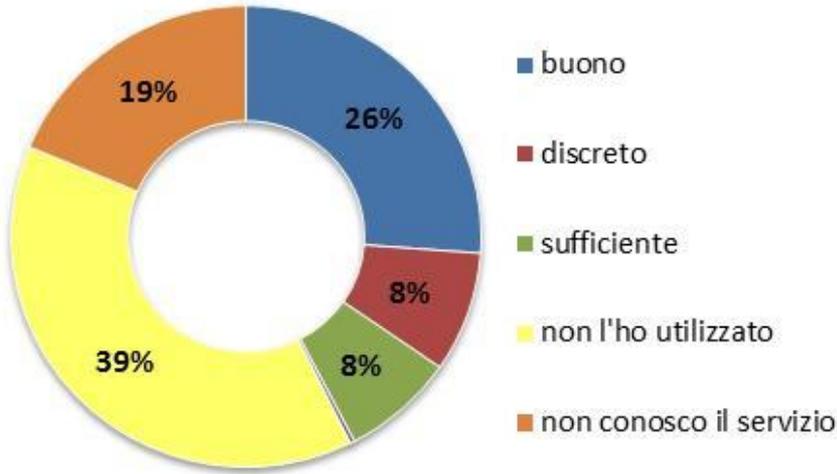


Iscrizione PEC al Registro Imprese

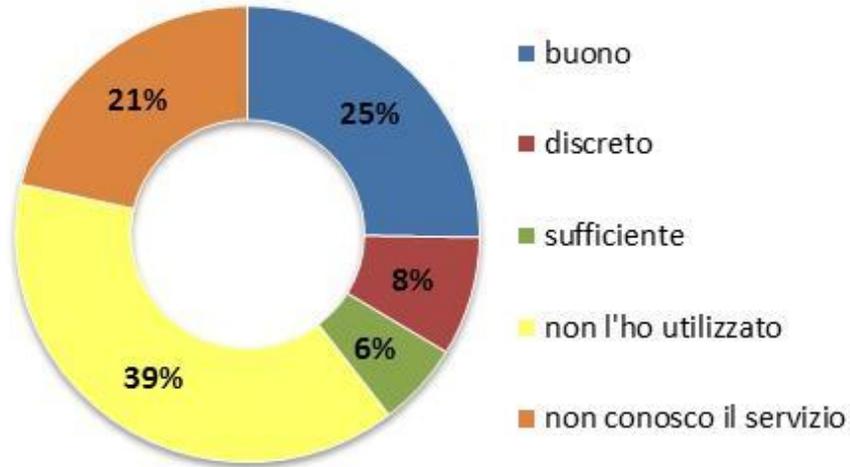


SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO ON LINE - Q2 - segue

Iscrizione Impresa individuale



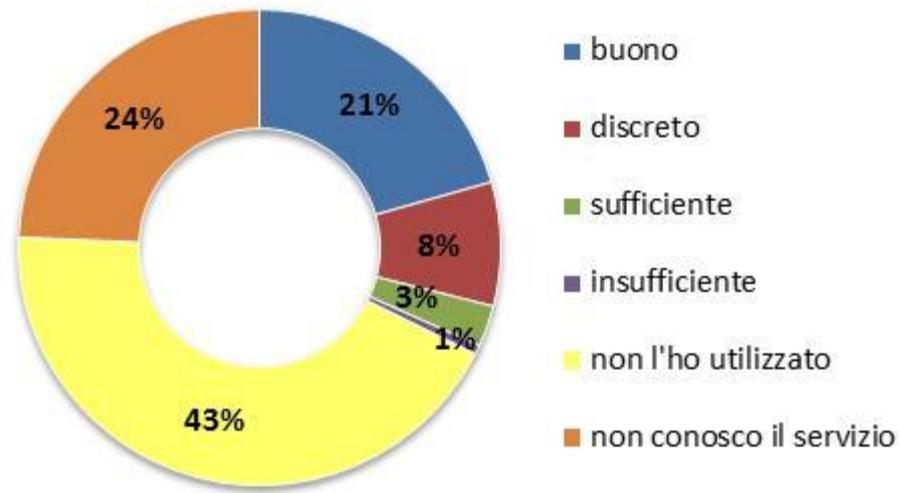
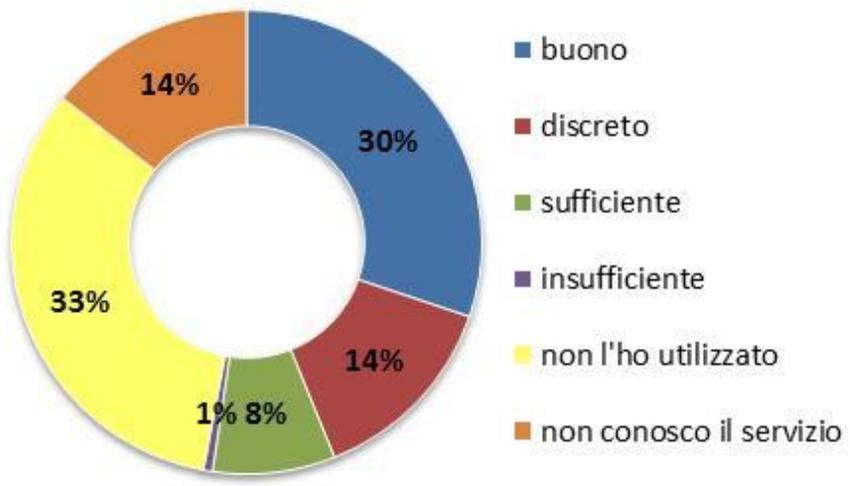
Deposito bilancio



SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO ON LINE - Q2 - segue

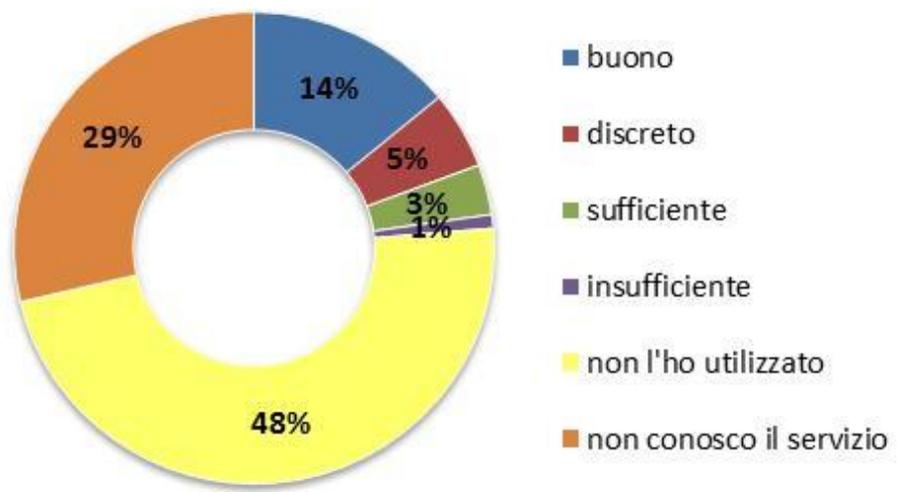
Rilascio/Rinnovo firma digitale

Telemaco

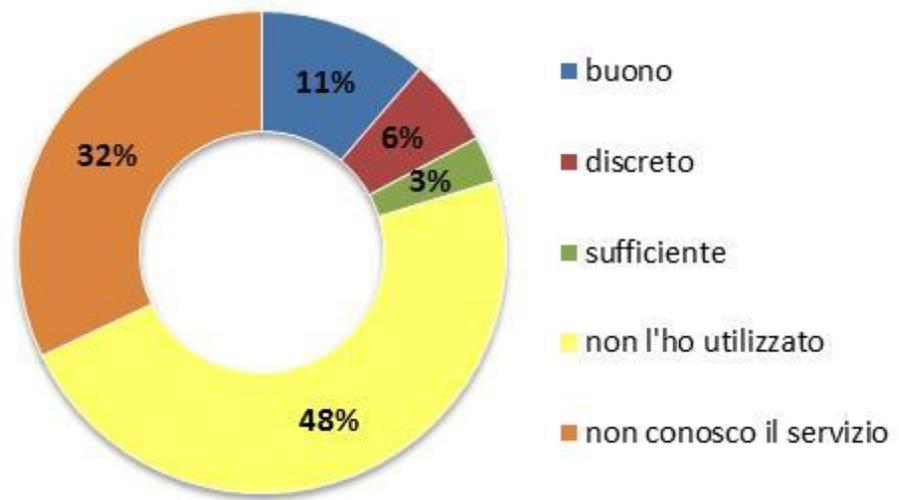


SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO ON LINE - Q2 - segue

Impresainungiorno

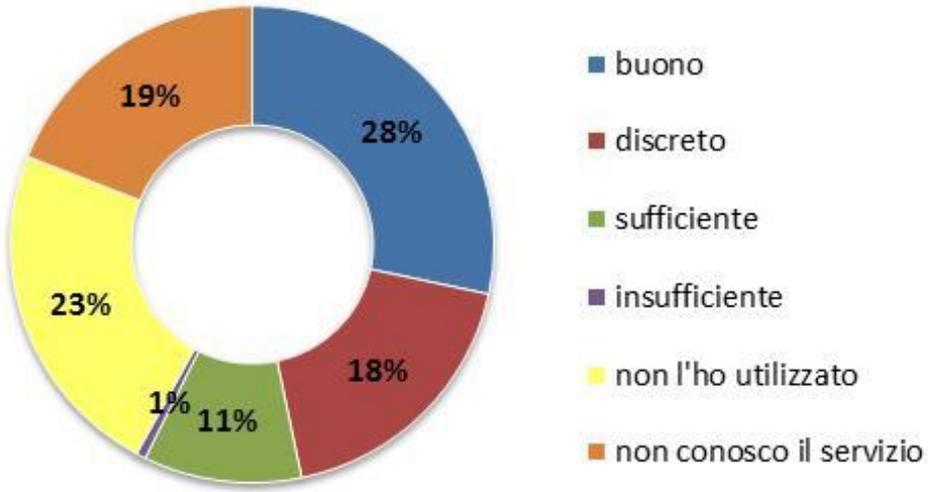


Cert'o - Servizio per la trasmissione telematica delle richieste di rilascio del Certificato di Origine



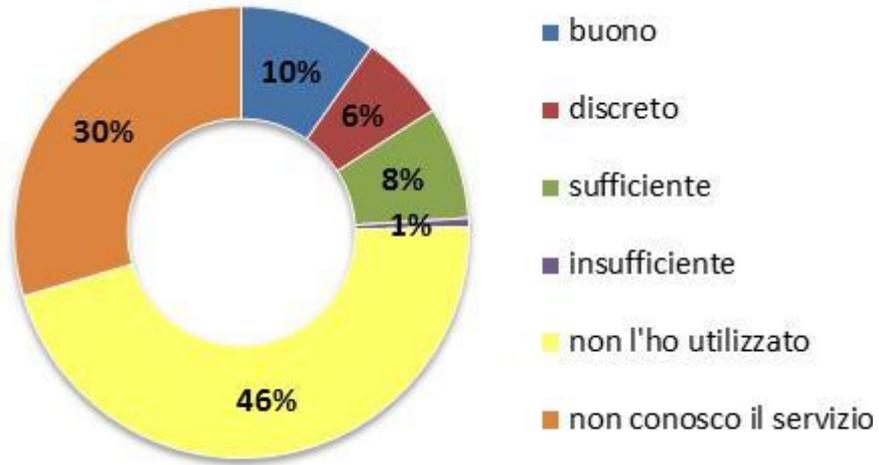
SODDISFAZIONE SUI SERVIZI AMMINISTRATIVI E DI REGOLAZIONE DEL MERCATO ONLINE - Q2 - segue

Giudizio generale sui servizi amministrativi e di regolazione del mercato online

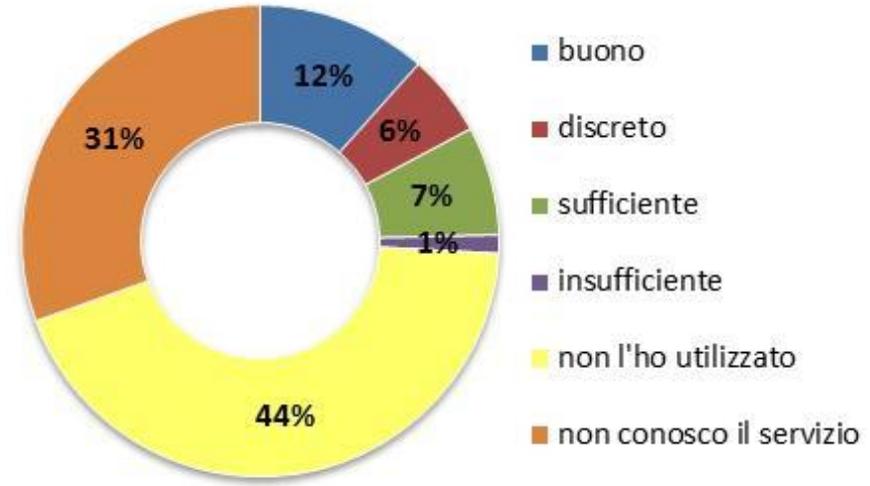


SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE – Q2

Servizio Studi e analisi economiche, osservatorio dell'economia



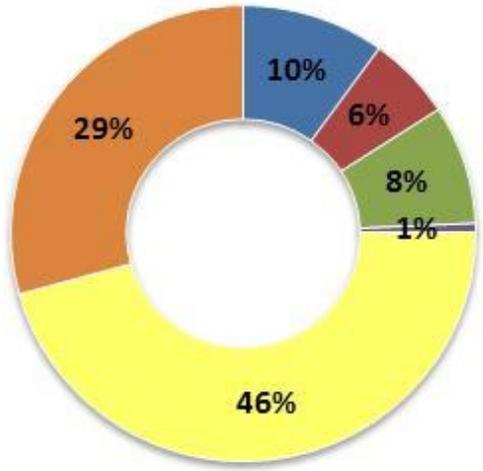
Servizio per la partecipazione a progettualità e iniziative camerali



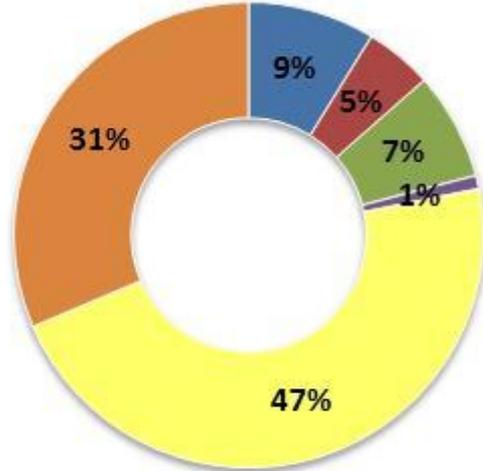
SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE – Q2 - segue

Servizio di assistenza, promozione e valorizzazione dei prodotti tipici (enogastronomici, marchi di qualità, etc.)

Iniziative e progetti per l'imprenditorialità femminile



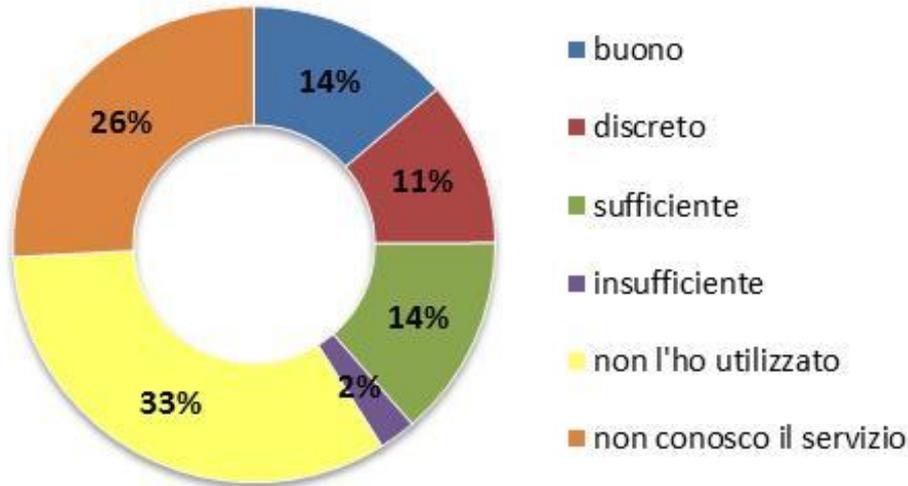
- buono
- discreto
- sufficiente
- insufficiente
- non l'ho utilizzato
- non conosco il servizio



- buono
- discreto
- sufficiente
- insufficiente
- non l'ho utilizzato
- non conosco il servizio

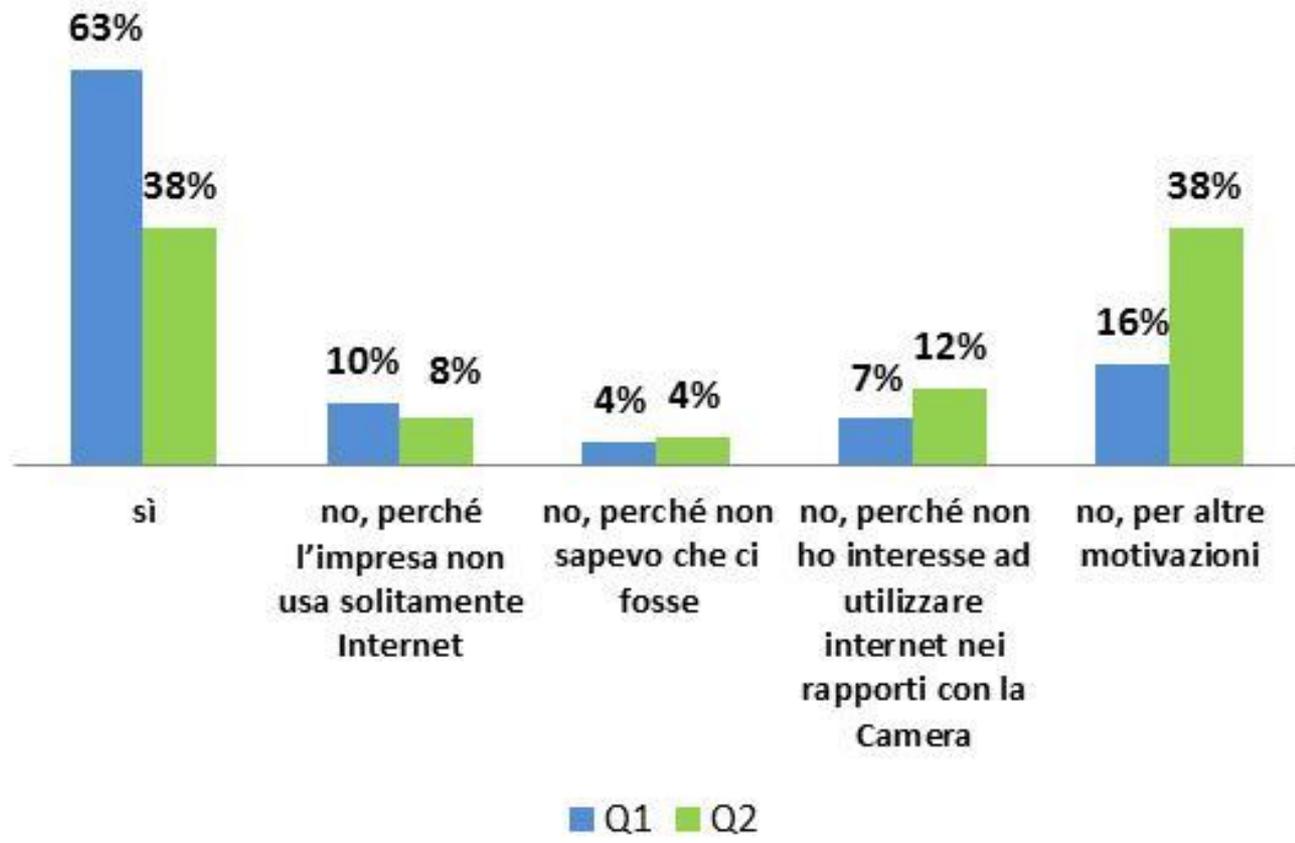
SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI SUPPORTO ALLE IMPRESE – Q2 - segue

Giudizio generale sui servizi di supporto alle imprese

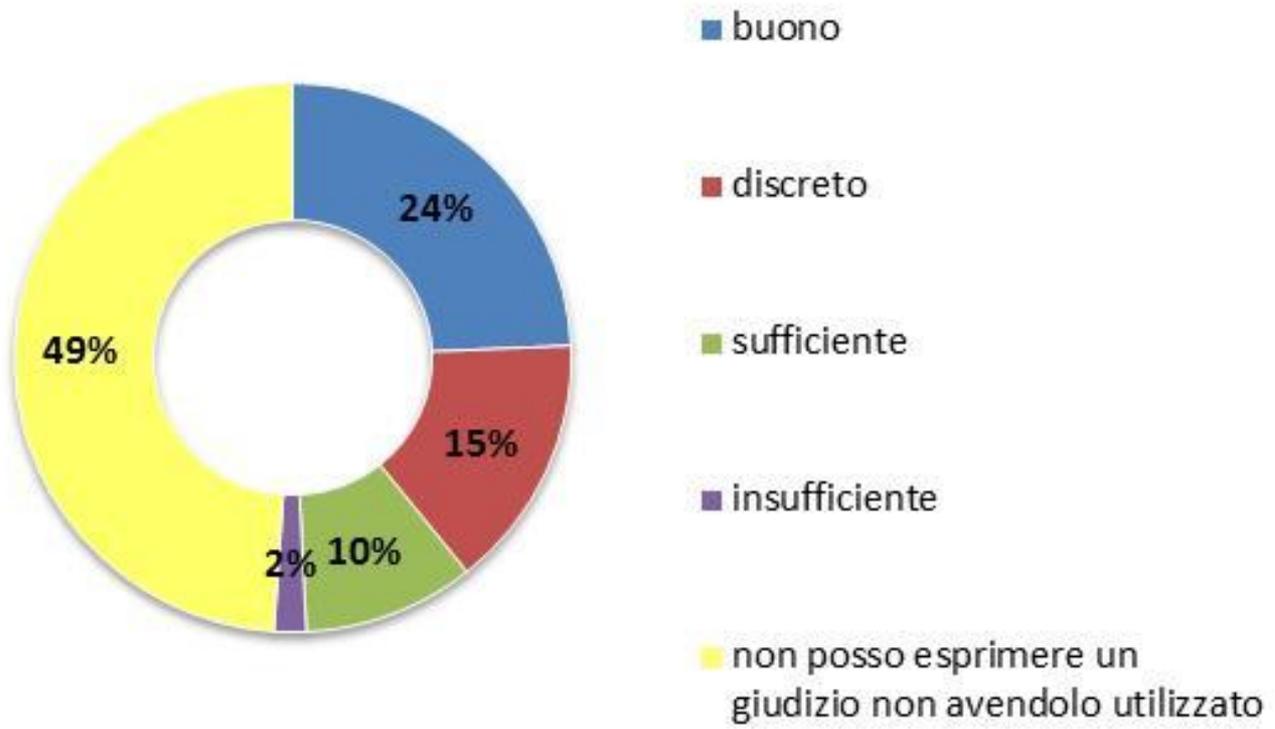


Il sito è **utilizzato dal 63% degli utenti a sportello e dal 38% di quelli intervistati online**, di questi ultimi il 39% esprime una valutazione positiva (24% buono e 15% discreto), mentre il 49% conferma il mancato utilizzo.

UTILIZZO SITO INTERNET – Q1 + Q2



VALUTAZIONE GENERALE SITO INTERNET – Q2



Il **65% degli intervistati online** dichiara di **non essersi recato** presso gli uffici camerali nell'ultimo anno.

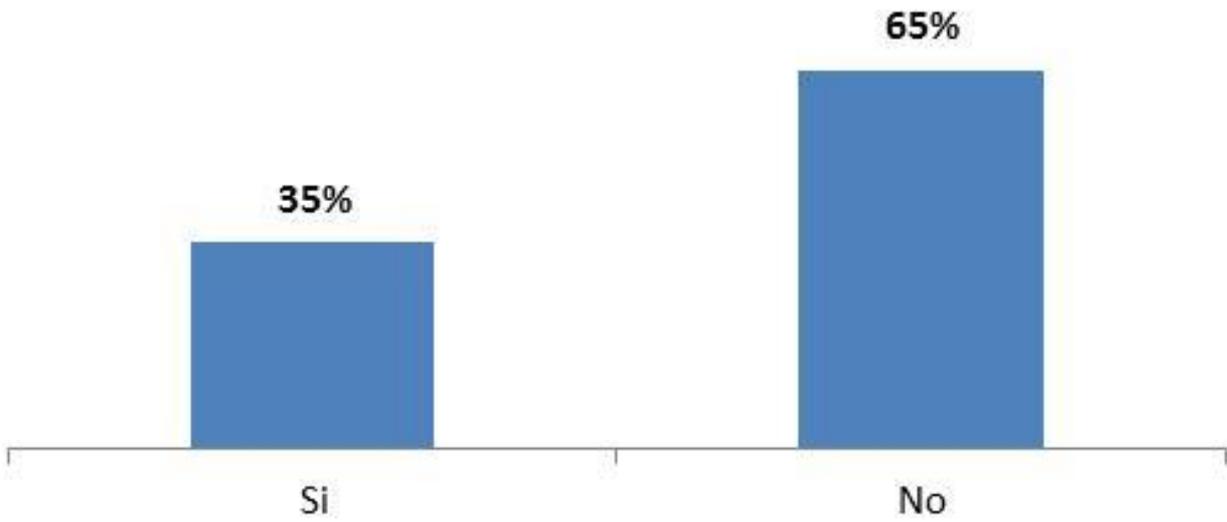
Il 69% degli utenti a sportello reputa adeguati **gli orari di apertura degli uffici** al pubblico, mentre gli utenti online per il 22% affermano che l'ente dovrebbe adottare l'orario continuato per tutti i giorni di apertura. Una rilevante parte di questi ultimi (69%) non esprime una valutazione ("non so").

Anche la valutazione dei **tempi di attesa agli uffici e agli sportelli** denota lo stesso trend: il 62% degli utenti intervistati allo sportello li ritiene pienamente soddisfacenti; di questi il 29% li reputa accettabili, anche se da migliorare.

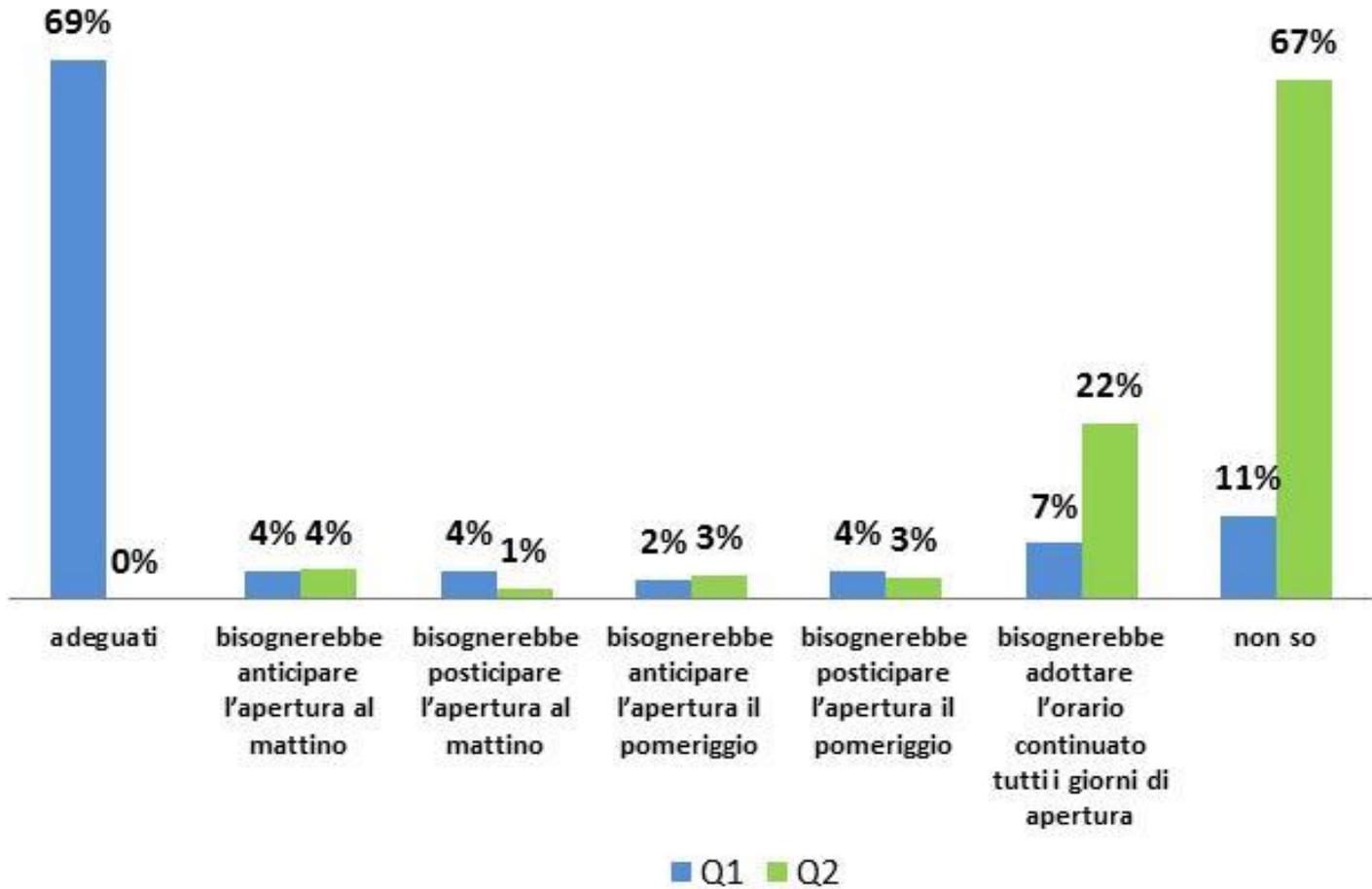
Il 30% degli intervistati online valuta i tempi di attesa accettabili, mentre il 55% non esprime un giudizio ("non so").

FREQUENZA - Q2

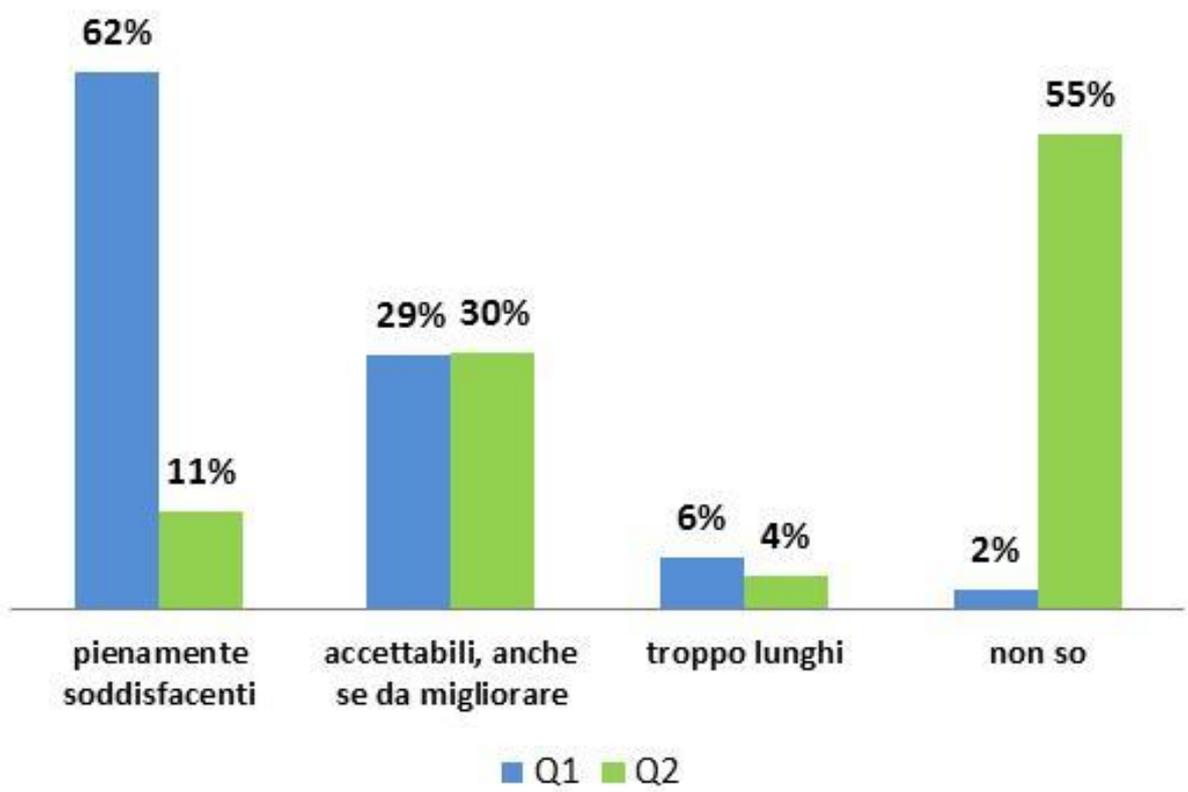
Si è recato personalmente negli uffici della Camera di Commercio nell'ultimo anno?



ORARI DI APERTURA – Q1 + Q2



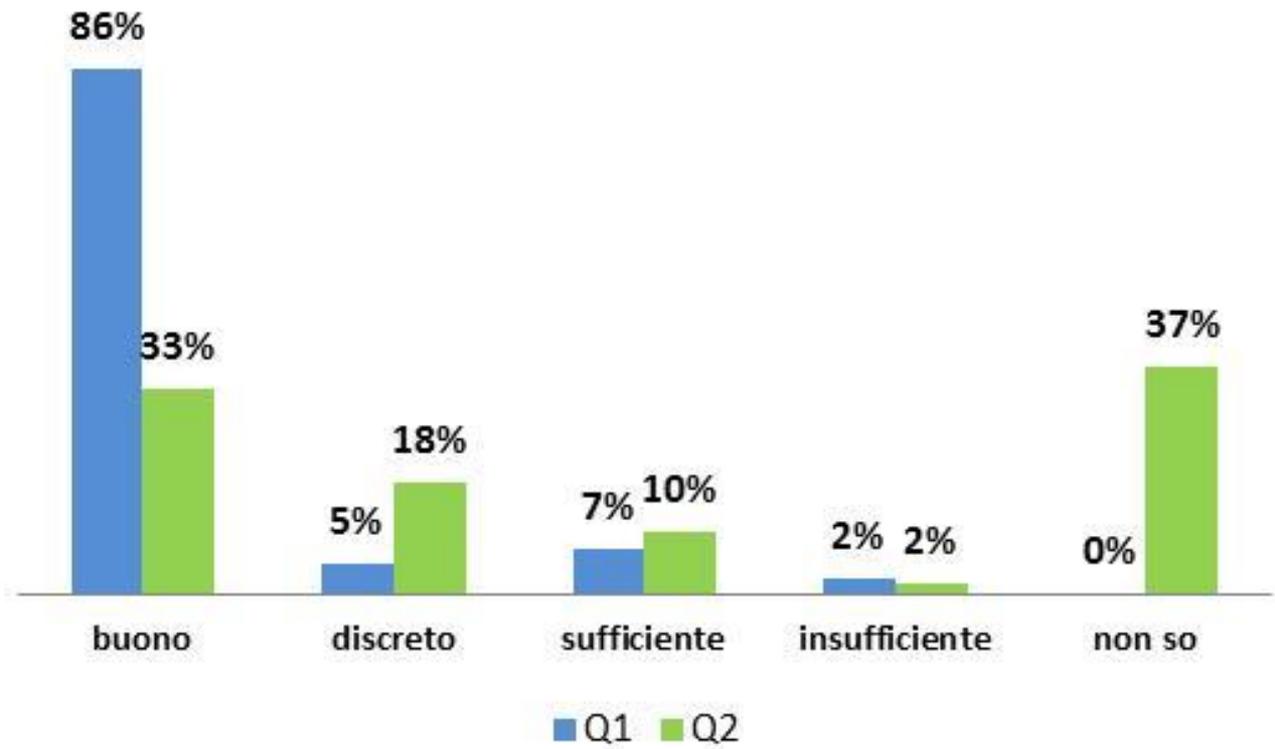
TEMPI DI ATTESA – Q1 + Q2



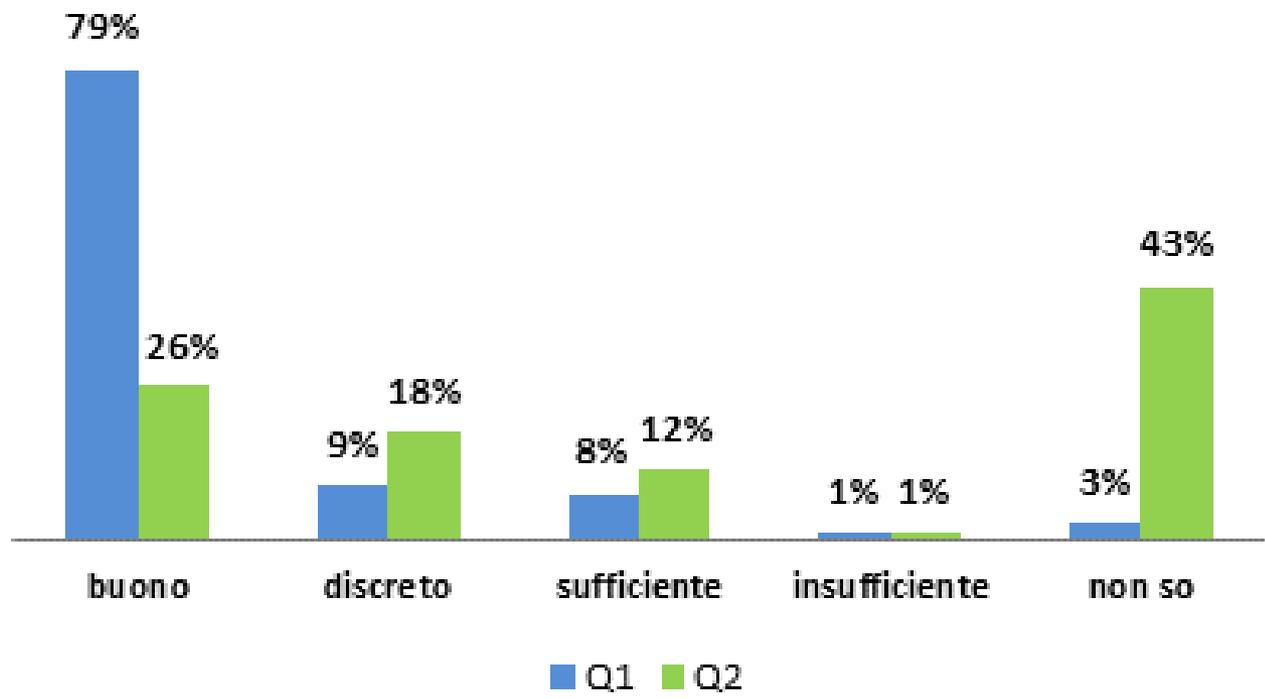
Gli utenti che si recano allo sportello esprimono **grande apprezzamento**, attribuendo il giudizio massimo, rispetto alla **preparazione e professionalità del personale camerale** in merito a chiarezza nel fornire le informazioni (86%), risoluzione delle problematiche che ostacolano l'avanzamento delle pratiche (79%), tempi di svolgimento delle pratiche (76%), preparazione tecnica (87%), cortesia e rispetto (90%).

Tra gli intervistati online una parte (che oscilla tra il 37% e il 43%) risponde “non so”. La restante quota esprime invece giudizi positivi: chiarezza nel fornire le informazioni - 51% tra buono e discreto; risoluzione delle problematiche che ostacolano l'avanzamento delle pratiche - 44% tra buono e discreto; tempi di svolgimento delle pratiche - 44% tra buono e discreto; preparazione tecnica - 46% tra buono e discreto; cortesia e rispetto - 46% tra buono e discreto.

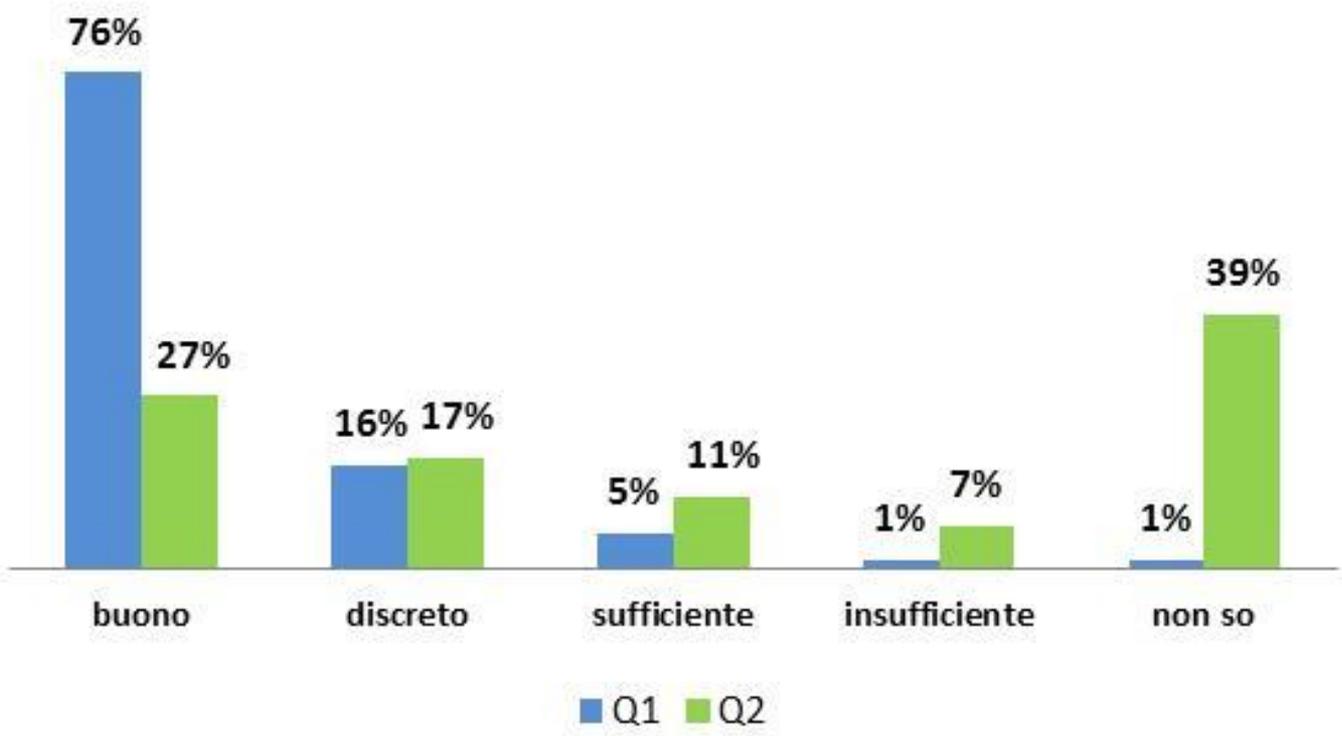
CHIAREZZA DELLE INFORMAZIONI – Q1 + Q2



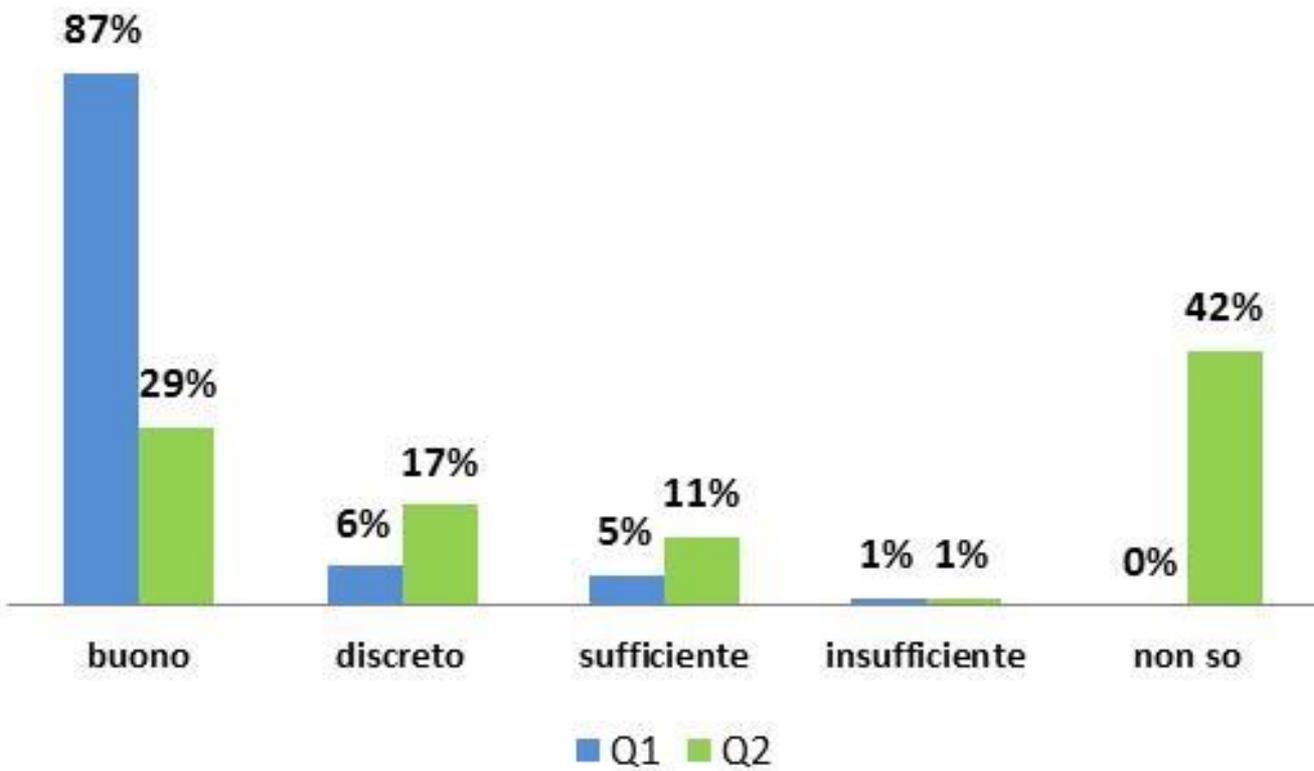
RISOLUZIONE PROBLEMI CHE OSTACOLANO AVANZAMENTO PRATICHE – Q1 + Q2



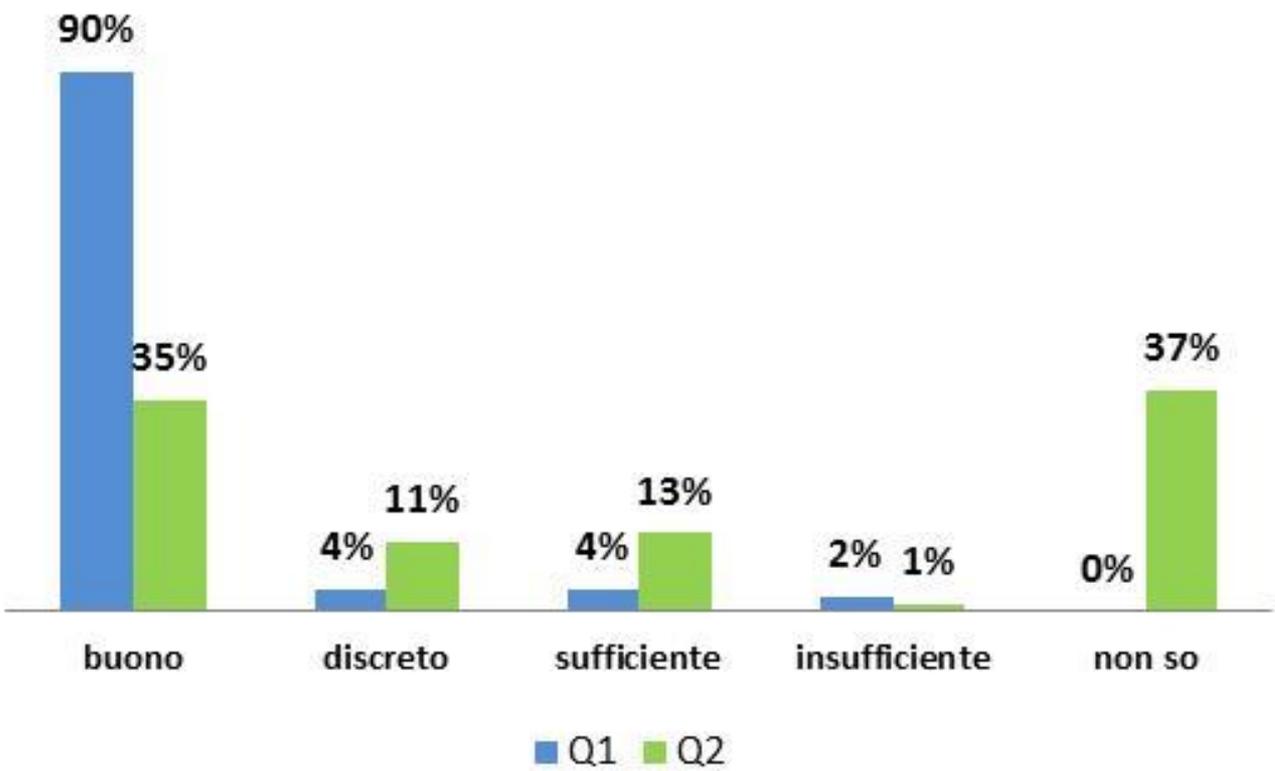
TEMPI DI SVOLGIMENTO DELLE PRATICHE – Q1 + Q2



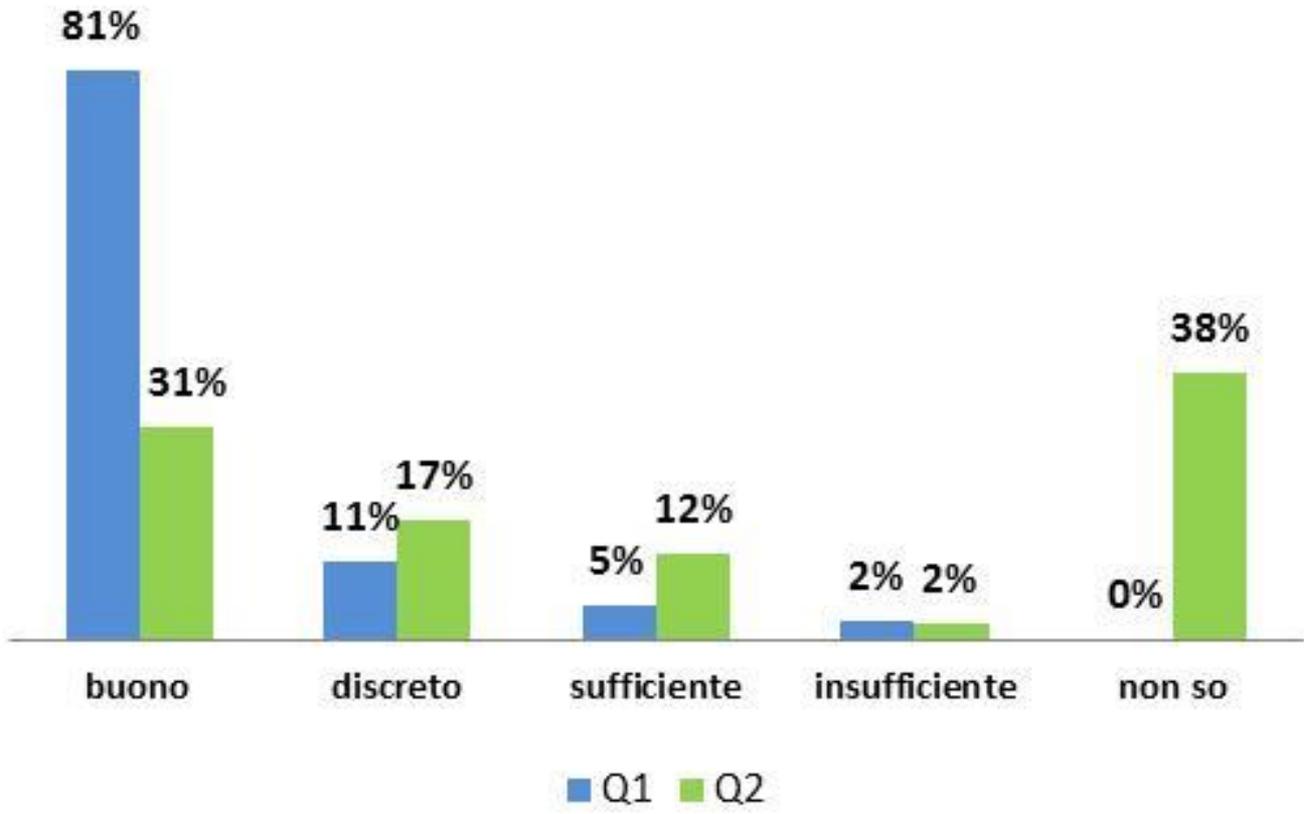
PREPARAZIONE TECNICA – Q1 + Q2



CORTESIA E RISPETTO – Q1 + Q2



GIUDIZIO GENERALE – Q1 + Q2



In relazione al **rapporto con gli uffici**, il 27% degli utenti intervistati considera prioritari come aree di miglioramento “**gli orari di apertura**”, mentre per il 29% si ritiene pienamente soddisfatto di tutti gli aspetti indagati.

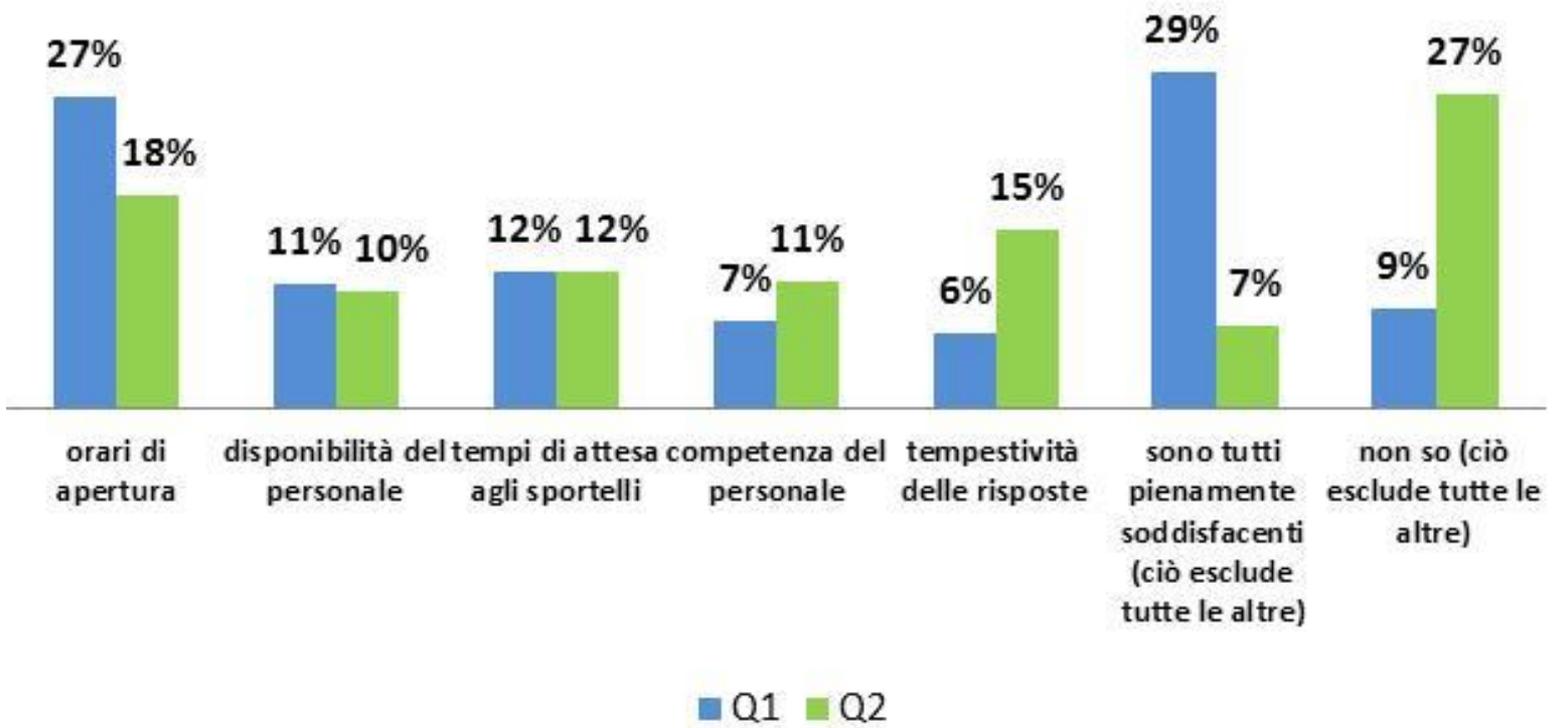
Tra gli intervistati online il 18% indica gli orari di apertura degli uffici come possibili aree di miglioramento e il 15% la tempestività delle risposte. Il 27 % risponde, invece, “non so”.

Considerando l’insieme dei servizi (amministrativi, di informazione ed assistenza, di regolazione del mercato e promozione) erogati attraverso differenti canali (web, call center, a sportello, telefonici, etc.), **entrambi i target reputano positivo il funzionamento della Camera**: da evidenziare che il 74% degli utenti a sportello attribuisce il punteggio massimo.

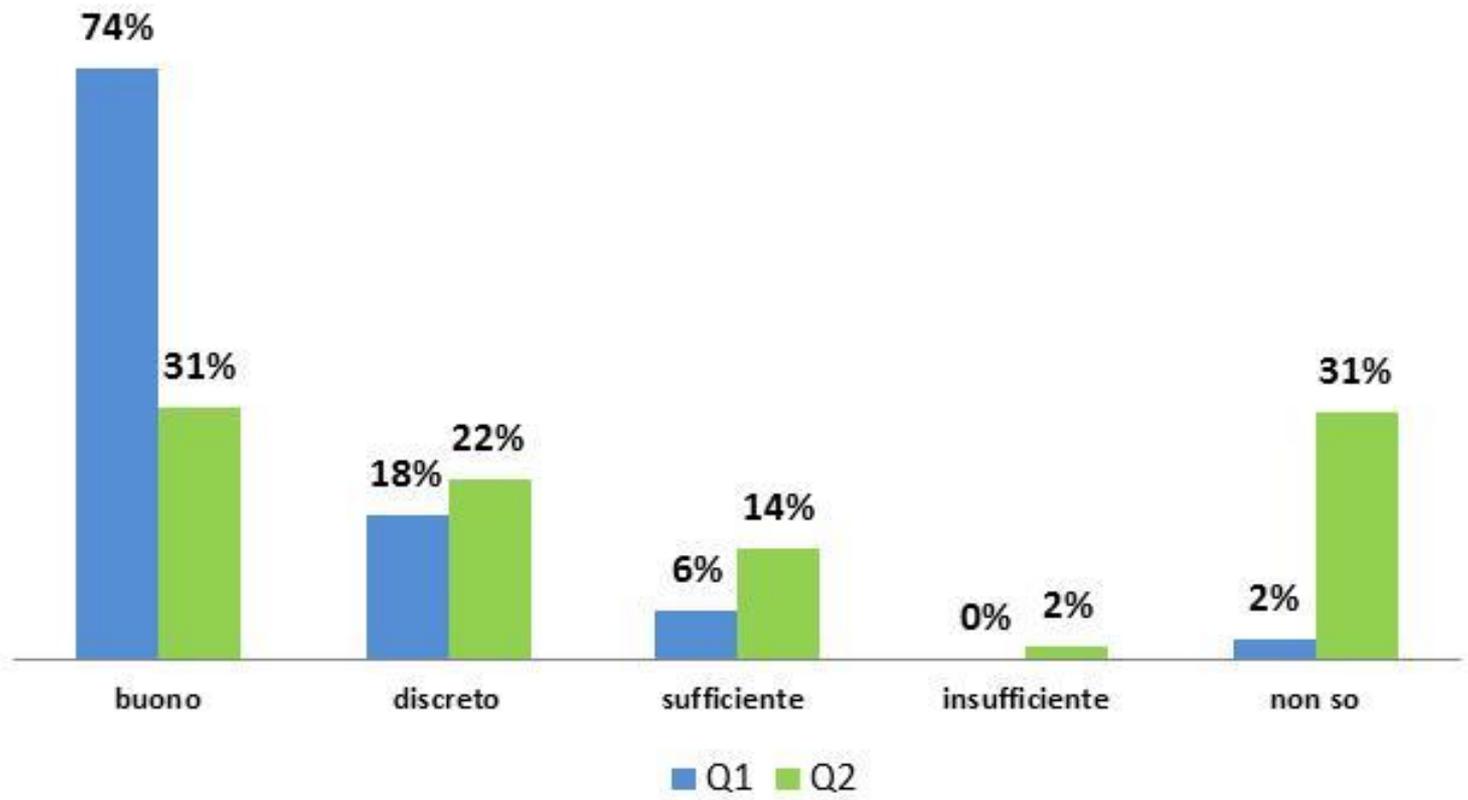
Il 94% degli intervistati a sportello farebbe nuovamente ricorso ai servizi, ove non obbligato per legge, o parteciperebbe alle iniziative della Camera di Commercio (il 62% risponde “certamente sì”, mentre il 31% “probabilmente sì”).

E’ stato chiesto agli utenti intervistati online di indicare eventuali **suggerimenti per migliorare i servizi e la gestione e l’organizzazione degli stessi**: il 65% non esprime alcun suggerimento, il 9% auspica una maggiore flessibilità degli orari di apertura degli sportelli e l’8% un miglioramento delle modalità e dei canali di comunicazione e informazione alle imprese.

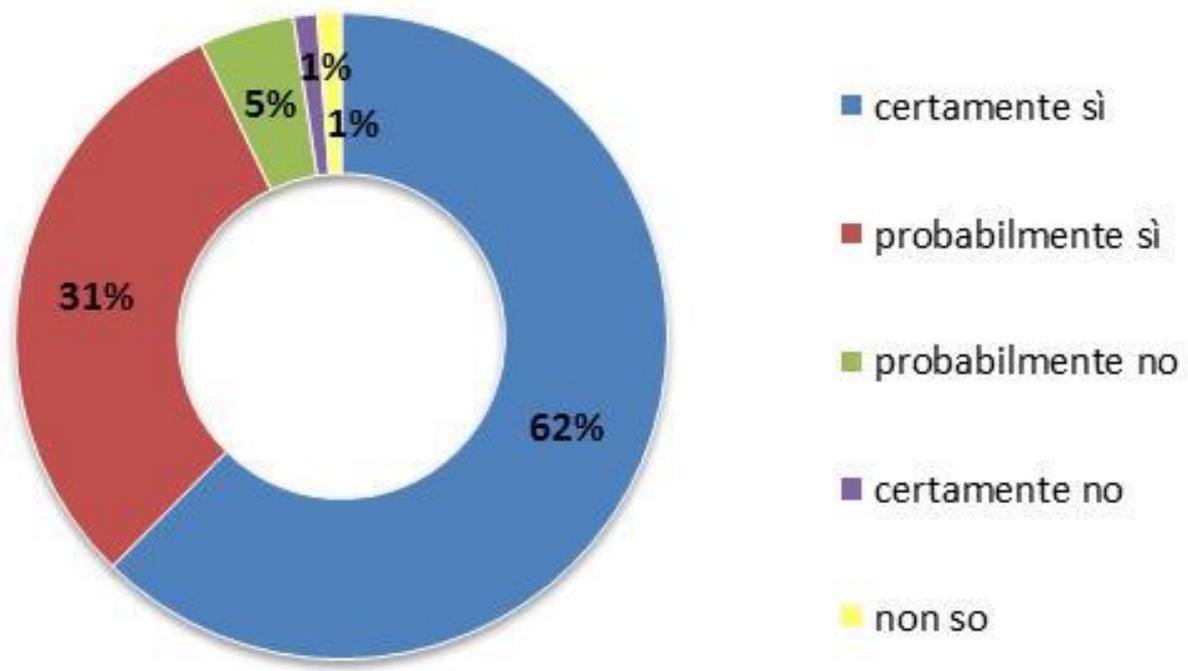
AREE MIGLIORMANETO UFFICI – Q1 + Q2



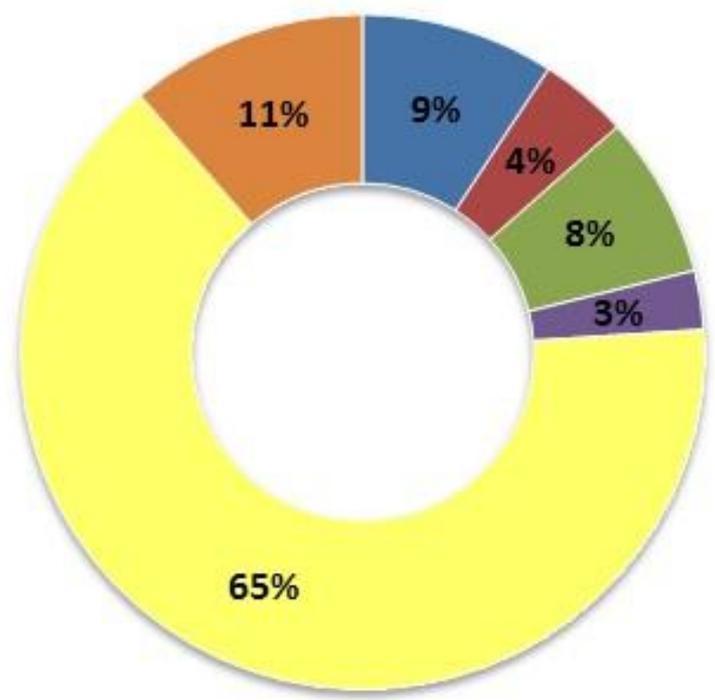
FUNZIONAMENTO CAMERA – Q1 + Q2



PARTECIPAZIONE INIZIATIVE CAMERA – Q1



SUGGERIMENTI – Q2



- maggior flessibilità apertura sportelli
- migliorare tempi di attesa per evasione pratiche e richieste
- migliorare modalità e canali di comunicazione e informazione alle imprese
- potenziare e implementare nuovi servizi e pratiche online
- non so/non ho suggerimenti
- altro

OBIETTIVI

Il *focus group* è parte integrante di una azione di ascolto e di interlocuzione avviata dalla Camera di commercio di Frosinone nell'ambito della rilevazione della Customer Satisfaction.

Il *focus group*, che conclude questo iter, è pertanto una sessione di **ascolto** delle istanze e delle esigenze del territorio direttamente dalla voce degli interlocutori stakeholder in rappresentanza delle imprese e del tessuto economico produttivo nella sua generalità. La sessione è, altresì, una occasione per condividere **proposte e linee di intervento** funzionali allo **sviluppo o potenziamento dei servizi camerali**.

La Camera, in un'ottica di coinvolgimento di testimoni privilegiati nell'interlocuzione con le imprese del territorio, ha diramato l'invito a partecipare al *focus group* ai Direttori delle Associazioni di categoria presenti nel Consiglio camerale. In esito a tale invito, hanno risposto positivamente 5 Direttori di rilevanti Organizzazioni.

AMBITI DI INDAGINE

Per l'animazione del focus group sono stati approfonditi i seguenti ambiti:



ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE

Nel corso dell'incontro è stata effettuata un'analisi dei principali fattori che hanno caratterizzato lo sviluppo locale, con riferimenti al processo di industrializzazione e ai comparti delle Costruzioni, dell'Artigianato, dell'Agricoltura, al Commercio, Servizi, Turismo, settori peculiari dell'economia del territorio. Tratteggiate le caratteristiche del tessuto imprenditoriale locale, con la presenza di grandi imprese, ma popolato anche da aziende di piccole e medie dimensione e con una gestione prevalentemente familiare, e le costanti ed importanti relazioni economiche con Roma.

Il processo di recessione dell'economia nazionale si è fatto sentire in maniera incisiva in questa Provincia e le motivazioni vengono attribuite, tra l'altro, ai seguenti fattori:

- ***scarsità di risorse economiche da destinare al territorio per nuovi investimenti;***
- ***carenza di interventi di ammodernamento delle infrastrutture di collegamento del territorio;***
- ***tessuto economico frammentato e all'insegna dell'individualismo imprenditoriale, quindi carente di sinergie e fusioni (rete di imprese; unione di comuni; distretti industriali);***
- ***carenza di una cultura imprenditoriale, con un tessuto produttivo caratterizzato da un modello a gestione individuale e/o familiare che fatica ad innovarsi e a sperimentare nuove opportunità di business;***

ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE (segue)

- *scarsa digitalizzazione dei processi di comunicazione e di interscambio;*
- *aggravio dei procedimenti amministrativi e autorizzatori e mancanza di partners con ruolo di facilitatori;*
- *contrazione degli impieghi a favore delle imprese da parte delle banche.*

GLI INTERVENTI PER LA VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE DEL TERRITORIO

Gli interlocutori presenti concordano nel ritenere che alcuni interventi sono divenuti urgenti e prioritari al fine di rilanciare e promuovere l'economia della Provincia e sfruttare le potenzialità del proprio territorio.

Le considerazioni emerse riguardano vari temi, tra cui: **economia, ambiente, mobilità, governance, qualità della vita, cultura imprenditoriale**. Si riportano di seguito le considerazioni emerse:

- ammodernamento delle **infrastrutture e dei servizi di mobilità** nel e verso il territorio;
- favorire la creazione di **sinergie tra amministrazioni locali** finalizzate ad agevolare i processi amministrativi e l'erogazione di servizi di qualità alle imprese (a tal proposito le associazioni apprezzano il tentativo della Regione di creare unioni di Comuni soprattutto nei territori montani);
- sostegno alla **nuova imprenditoria** attraverso un più facile **accesso al credito** e ai **prodotti finanziari**;
- promozione del **digitale per l'ammodernamento delle produzioni** e delle modalità di **comunicare il proprio business**;
- rilancio del **turismo e dell'ospitalità**, attraverso la tutela e **valorizzazione dei beni culturali** e dei **prodotti tipici**;
- promozione e valorizzazioni dei **centri di cultura del territorio** (quali, ad esempio, l'Accademia delle Belle Arti e il Conservatorio di musica), in qualità di attrattori di interesse e potenzialmente anche di investimenti dall'estero;
- rilancio del settore dei **servizi alla persona**;
- sviluppo di una **cultura del fare impresa in sinergia**, mettendo a fattor comune esperienze e expertise, orientando la produzione verso quei mercati, anche internazionali, dove è possibile esprimere le vocazioni del territorio in termini di caratterizzazione qualitativa.

LA VALUTAZIONE DEI SERVIZI CAMERALI

Gli interlocutori percepiscono la Camera come l'Ente che rappresenta sul territorio gli interessi delle imprese e ne colgono le potenzialità di soggetto facilitatore e intermediario nelle relazioni tra aziende e Pubblica Amministrazione.

Auspicano, in vista del prossimo accorpamento con la Camera di Commercio di Latina (*tema questo non oggetto dell'incontro, ma emerso in alcuni passaggi*), il mantenimento di un **forte presidio del territorio** attraverso la tutela dei **servizi di prossimità alle imprese e per la valorizzazione territoriale in generale.**

E' emerso che l'accorpamento può rappresentare, inoltre, l'opportunità di **creare in sinergia nuovi servizi a valore aggiunto.**

Tra le attività camerali sono oggetto di **particolare apprezzamento:**

- i servizi di **supporto alla digitalizzazione** dei rapporti tra imprese e PA (PID, SPID);
- le **informazioni economiche** (osservatori e banche dati);
- i servizi di **incontro domanda- offerta lavoro** (quali ad esempio il sistema di alternanza scuola-lavoro);
- la promozione di strumenti per l'**accesso al credito.**

AREE DI MIGLIORAMENTO DELLE AZIONI DELLA CAMERA E PROPOSTE DI COLLABORAZIONE

- consolidare il ruolo di **intermediario e garante** delle istanze delle imprese nei confronti della PA centrale;
- promuovere ulteriori iniziative (incontri informativi, formazione) di **diffusione della cultura imprenditoriale, del fare squadra**, anche per il tramite dell'Azienda speciale (ASPIIN);
- supportare i **giovani imprenditori nella gestione manageriale della propria azienda** attraverso *tools* ed eventi di sensibilizzazione sulle opportunità di business;
- attivare **interlocuzioni e collaborazioni con altri soggetti istituzionali della Provincia** al fine di reperire risorse da destinare alle imprese e rafforzare le politiche di governance del territorio (attività di *lobbying*);
- rafforzare gli strumenti per **sostenere il rapporto tra sistema creditizio e imprese**;
- focalizzare gli **strumenti di accompagnamento delle imprese sui mercati esteri** sulle reali esigenze delle imprese.
- sostenere le imprese nei processi di innovazione, attraverso il potenziamento degli **strumenti di digitalizzazione e semplificazione amministrativa**;
- attivare **nuovi strumenti e modelli di comunicazione**, anche digitale, con gli stakeholder del territorio;
- valutare una **maggiore flessibilità alle imprese nell'accesso ai servizi** «a sportello», eventualmente anche attraverso un ampliamento delle fasce orarie di apertura;
- organizzare eventuali **iniziative in partenariato** per promuovere la cultura imprenditoriale e manageriale (*ad esempio un evento speciale 'Settimana della cultura imprenditoriale' per le imprese della Provincia*).

Elaborazione dati e produzione report a cura di Si.Camera

Area Formazione, Vigilanza e Regolazione

Dr.ssa Francesca Petri - Responsabile Area

Dr.ssa Francesca Gaudenzi

Via Nerva, 1

00187 Roma

www.sicamera.camcom.it