



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2021



01 COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

1.1

Rete fissa: accessi diretti complessivi

1.4

Rete mobile: linee complessive

1.2

Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband

1.5

Rete mobile: sim human per tipologia di clientela

1.3

Rete fissa: accessi broadband e ultrabroadband per tecnologia e operatore

1.6

Rete mobile: sim human per tipologia di contratto

1.7

Rete mobile: traffico dati

1.8

Rete mobile: portabilità del numero

02 MEDIA

2.1

Media: TV, ascolti dei TG e gruppi televisivi

2.2

Media: quotidiani, vendite complessive e principali operatori

2.3

Media: internet, audience dei principali operatori

2.4

Media: internet, audience dei principali social network

03 SERVIZI POSTALI

3.1

Servizi postali: andamento dei ricavi

3.2

Servizi postali: trend storico dei ricavi

3.3

Servizi postali: andamento dei volumi

3.4

Servizi postali: trend storico dei volumi

3.5

Servizi postali: quadro concorrenziale

3.6

Servizi postali: trend storico dei ricavi unitari

04 I PREZZI DEI SERVIZI DI COMUNICAZIONE

4.1

Prezzi: indici generali e principali utilities

4.2

Prezzi: telefonia fissa e mobile

4.3

Prezzi: quotidiani, periodici, TV e servizi postali

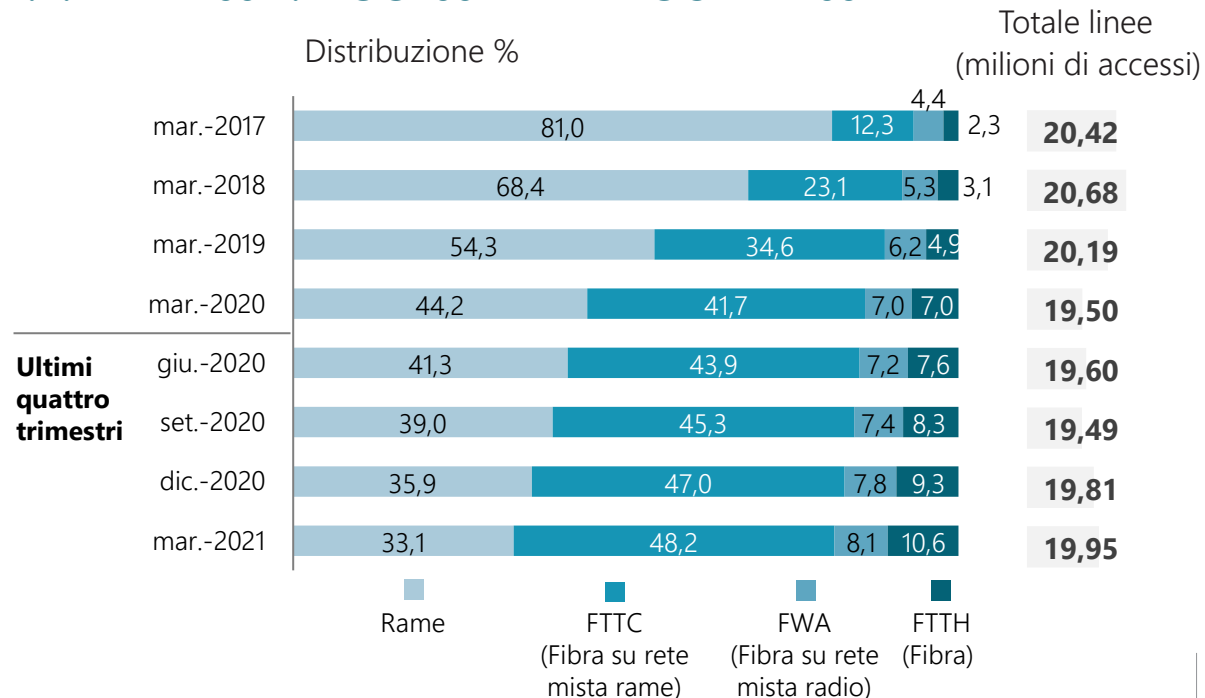
4.4

Prezzi: dinamiche in Europa

NOTA: i valori indicati nelle figure che seguono rappresentano elaborazioni e stime dell'Autorità su dati forniti dalle imprese e altre fonti. I dati raccolti sono aggiornati a marzo 2021. Le composizioni percentuali sono arrotondate automaticamente alla prima cifra decimale. In alcuni casi i dati non risultano direttamente confrontabili con quelli riportati nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio a seguito di operazioni di riclassificazione operate dalle imprese.

Per i servizi di comunicazione elettronica e per i servizi postali sono disponibili, sul sito dell'Autorità (<https://www.agcom.it/osservatorio-sulle-comunicazioni>), le serie storiche dei valori trimestrali delle principali grandezze rilevate direttamente presso le imprese di settore per il periodo marzo 2017 – marzo 2021.

1.1: RETE FISSA: ACCESSI DIRETTI COMPLESSIVI

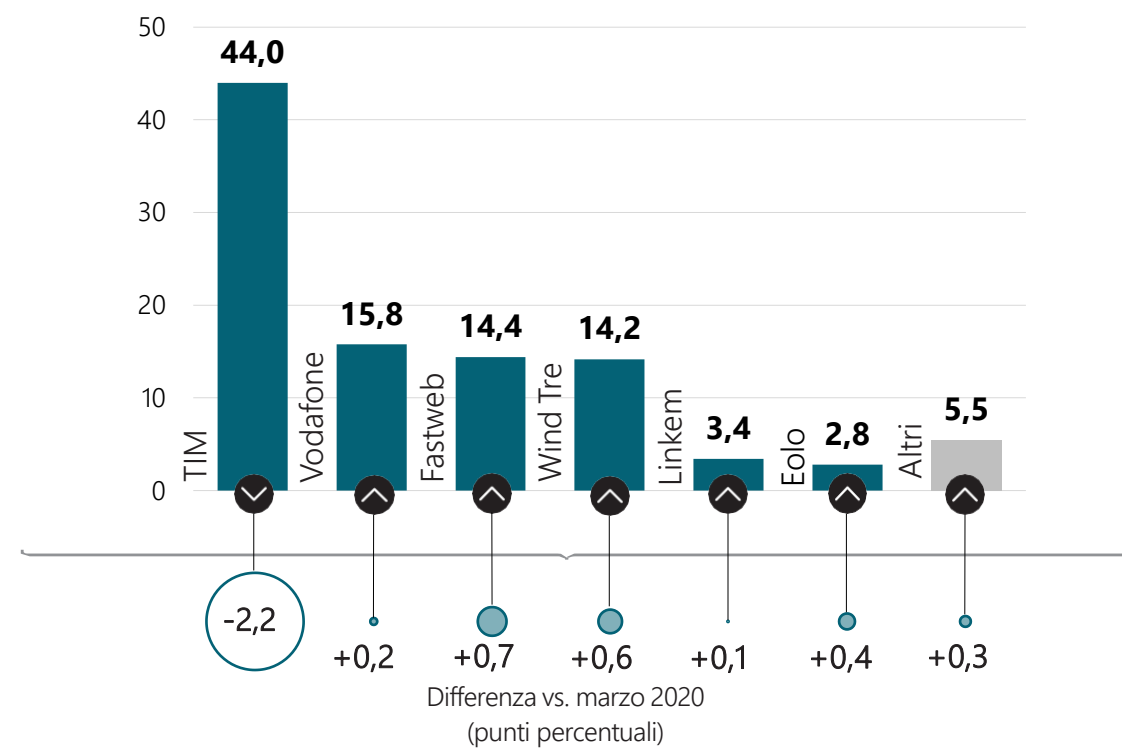


Nota: Sono compresi gli accessi fisici TIM, Full ULL, SLU, Vula, DSL Naked, WLR, Bitstream NGA, Fibra e FWA

Totale linee	(valori assoluti)	(Δ %)	Composizione %	(Δ 2020-2021)	punti percentuali
Variazione trimestrale: (dicembre 2020 – marzo 2021)	+137 mila accessi	↑ +0,7%	Rame:	-11,1	↓
Variazione annuale: (marzo 2020 – marzo 2021)	+450 mila accessi	↑ +2,3%	FWA:	+1,0	↑
Variazione periodo: (marzo 2017 – marzo 2021)	-471 mila accessi	↓ -2,3%	FTTC:	+6,5	↑
			FTTH:	+3,6	↑

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2021



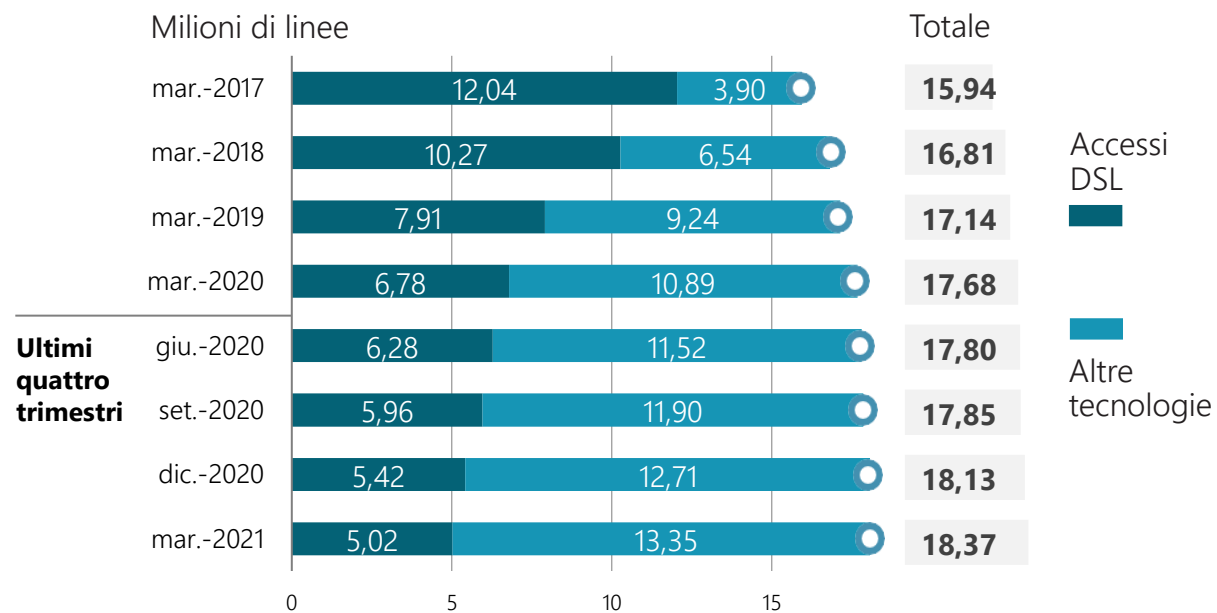
TIM scende al **44,0%**

Vodafone, Wind Tre e Fastweb sono in crescita

Gli **altri operatori** nel complesso guadagnano **0,8 p.p.**

Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese e di affinamenti metodologici predisposti dall'Autorità nella determinazione del complessivo numero di linee su rete fissa, i valori esposti non sono confrontabili con le precedenti versioni dell'Osservatorio

1.2: RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND



Variazione trimestrale

Totale linee



+244 mila
accessi
(+1,3%)

Variazione annuale

Totale linee



+695 mila
accessi
(+3,9%)

Accessi DSL



-1.762 mila
accessi
(-26,0%)

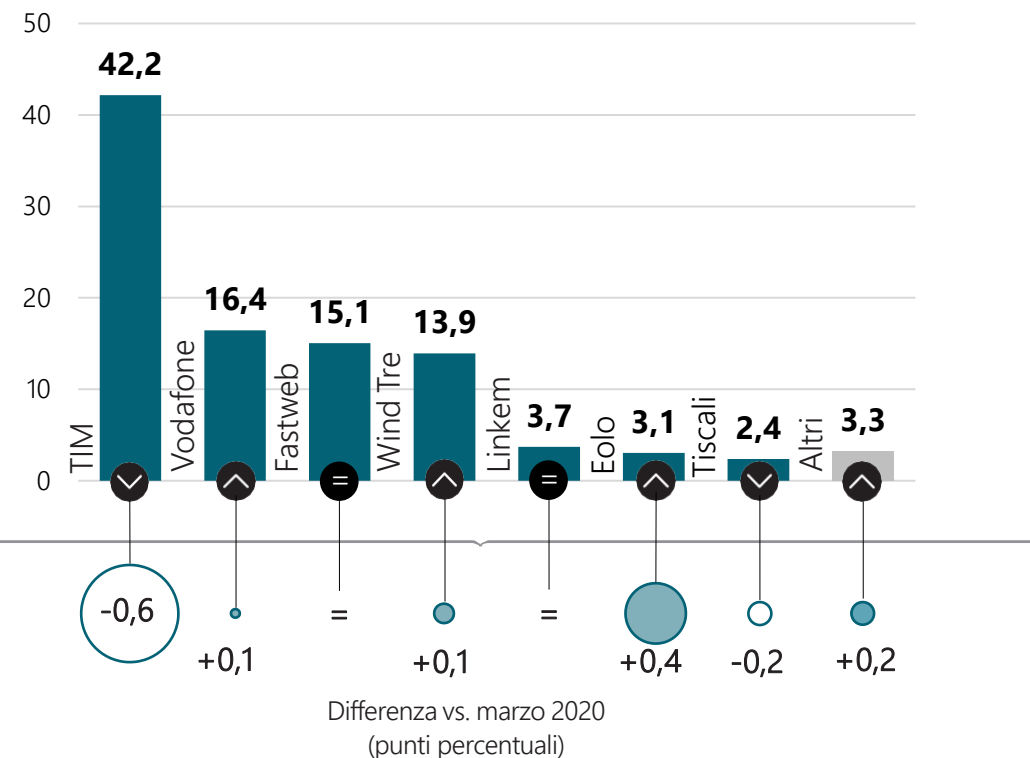
Altre tecnologie



+2.457 mila
accessi
(+22,6%)

QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2021



TIM scende al **42,2%**



Vodafone e **Wind Tre** mostrano una leggera crescita



Gli **altri operatori** nel complesso guadagnano **0,4 p.p.**

1.3: RETE FISSA: ACCESSI BROADBAND E ULTRABROADBAND PER TECNOLOGIA E OPERATORE

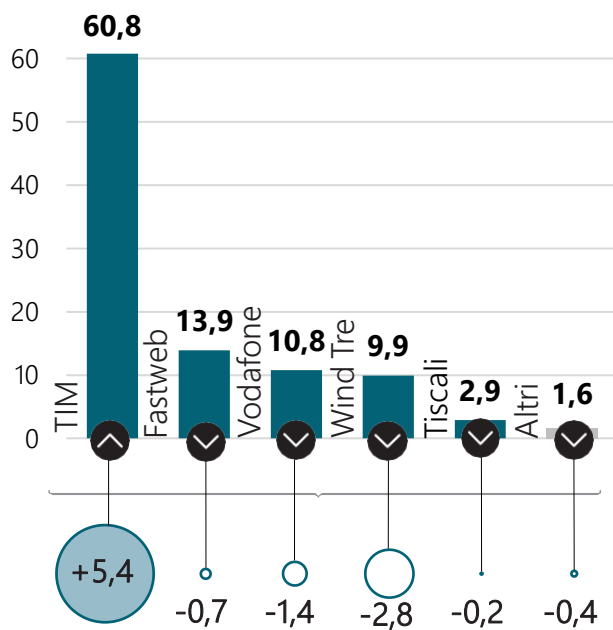
MARZO 2021

DSL

Totale linee: **5,02** milioni di accessi

Variazione
marzo 2020 – marzo 2021

-26,0% ↓

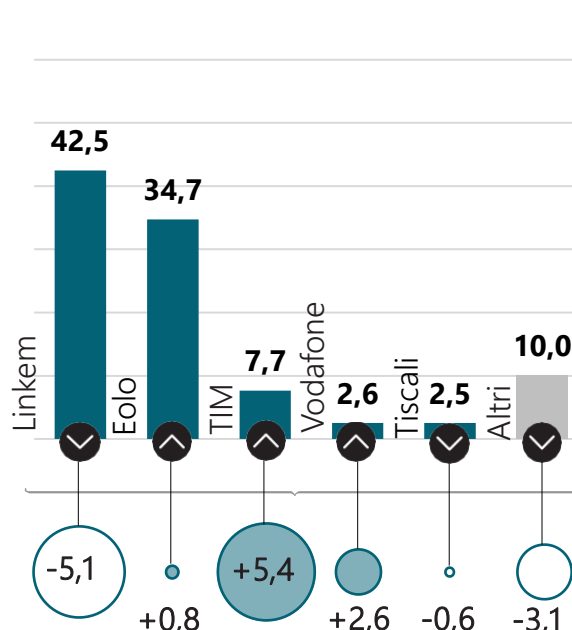


FWA

Totale linee: **1,61** milioni di accessi

Variazione
marzo 2020 – marzo 2021

+16,9% ↑

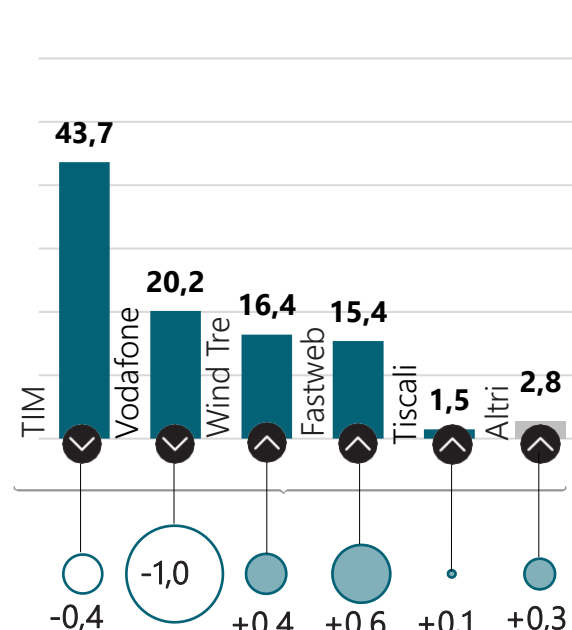


FTTC

Totale linee: **9,62** milioni di accessi

Variazione
marzo 2020 – marzo 2021

+18,2% ↑

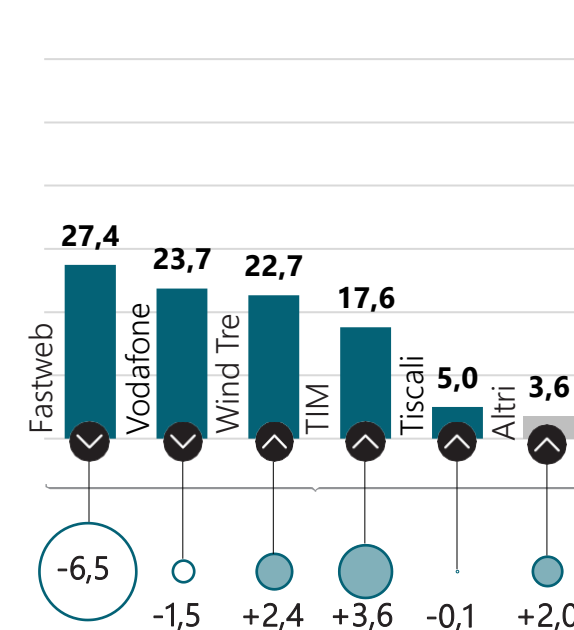


FTTH

Totale linee: **2,11** milioni di accessi

Variazione
marzo 2020 – marzo 2021

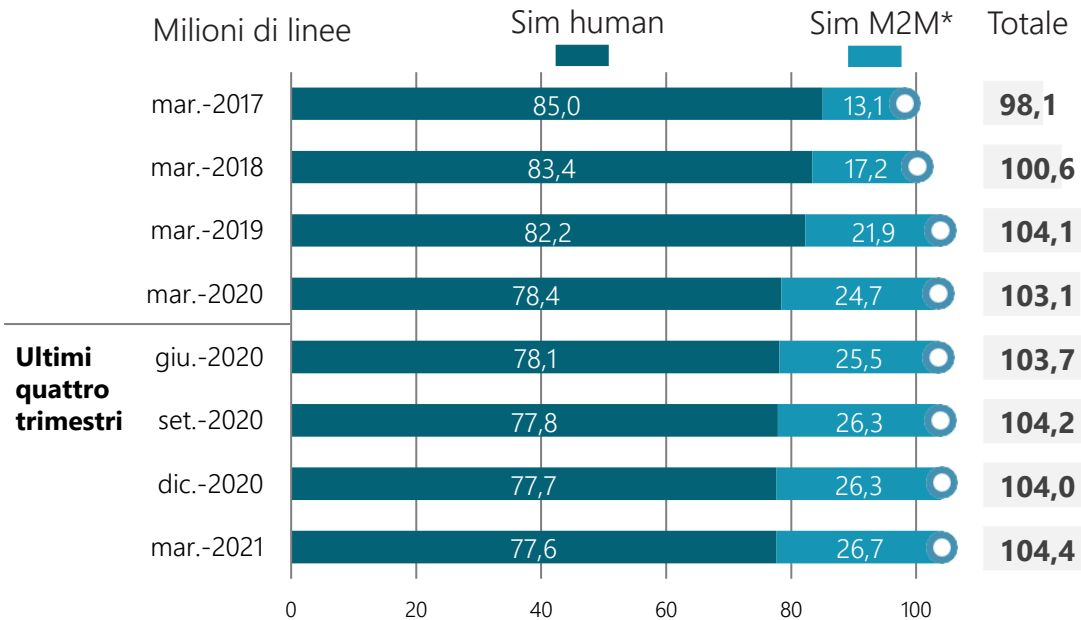
+54,8% ↑



Differenza vs. marzo 2020
(punti percentuali)

Nota: elaborazioni sulla base dei dati forniti dalle imprese nell'ambito della predisposizione della reportistica europea. Sono escluse dall'analisi alcune migliaia di linee allocate dalle imprese nelle categorie «Other non NGA» e «Other NGA»

1.4: RETE MOBILE: LINEE COMPLESSIVE



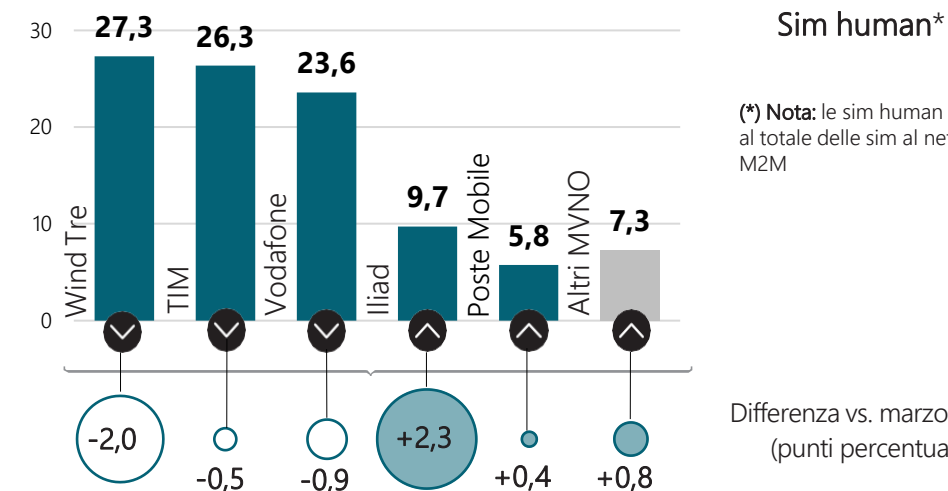
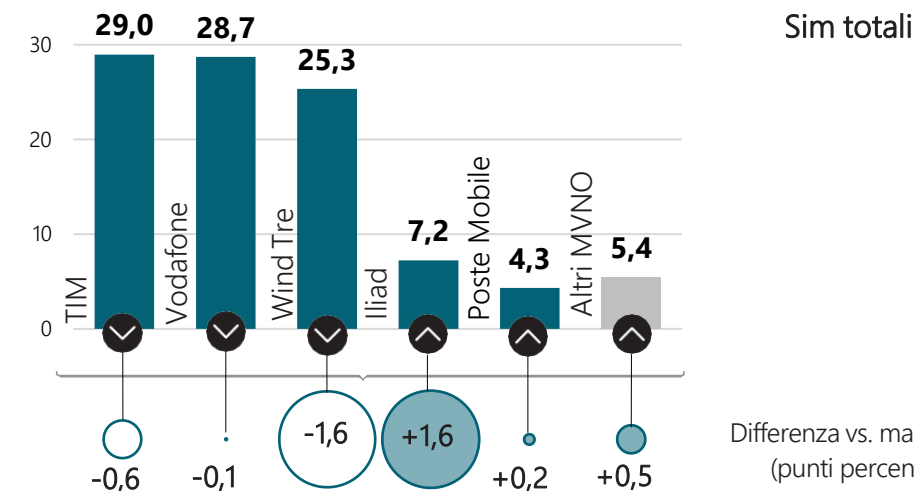
(*) Nota: per sim M2M (Machine-to-Machine) si intendono quelle sim che consentono lo scambio dati, informazioni e comandi tra apparecchiature e dispositivi con limitata o nessuna interazione umana.

	Variazione trimestrale dic. 2020 – mar. 2021		Variazione annuale mar. 2020 - mar. 2021	
	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim:	+345	↑ +0,3%	+1.246	↑ +1,2%
Sim human:	-42	↓ -0,1%	-801	↓ -1,0%
Sim M2M:	+387	↑ +1,5%	+2.048	↑ +8,3%

Nota: i dati degli operatori TIM e Vodafone includono le linee delle società controllate, rispettivamente Kena mobile e VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho.)

QUOTE DI MERCATO (%)

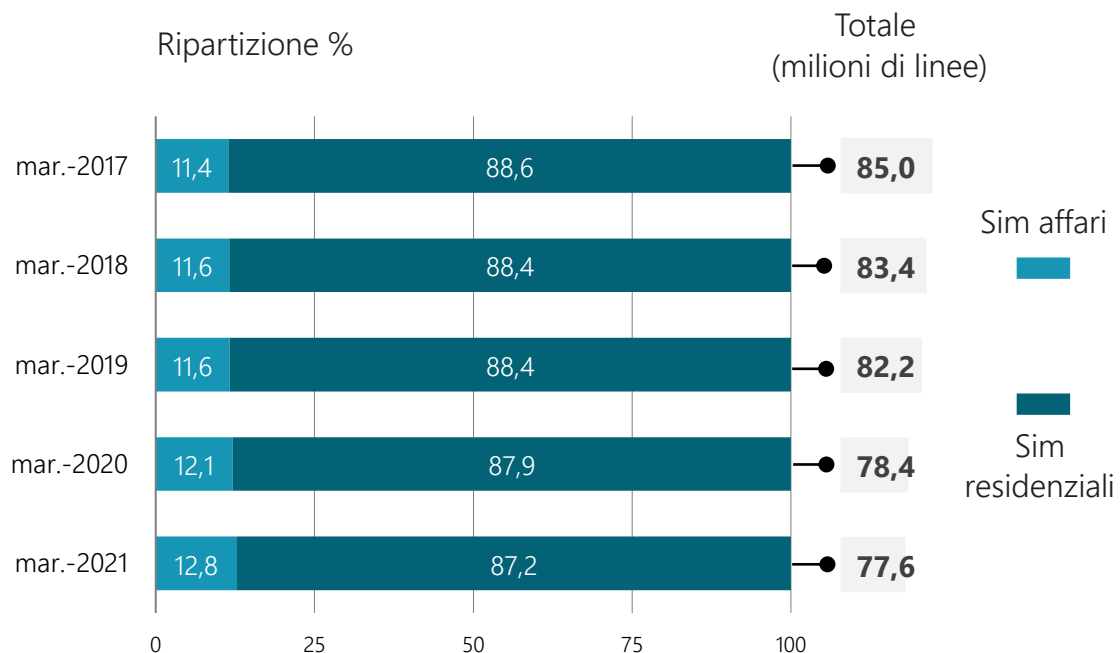
MARZO 2021



(*) Nota: le sim human sono pari al totale delle sim al netto delle M2M

Differenza vs. marzo 2020 (punti percentuali)

1.5: RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CLIENTELA



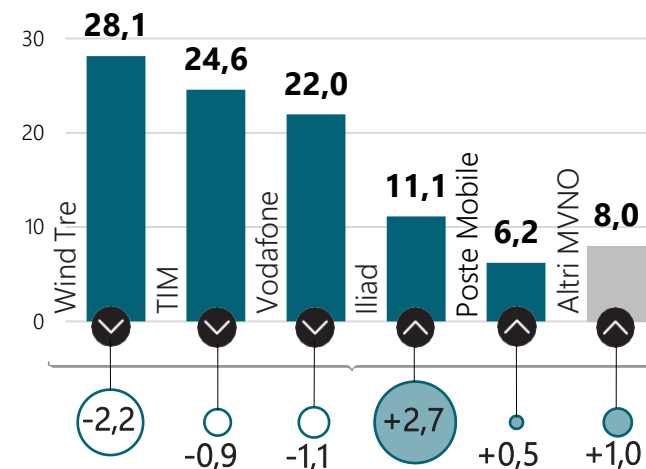
Variazione annuale
mar. 2020 - mar. 2021

Variazione 4 anni
mar. 2017 - mar. 2021

	(n° di sim in migliaia)	(%)	(n° di sim in migliaia)	(%)
Totale sim human:	-801	↓ -1,0%	-7.389	↓ -8,7%
Sim residenziali:	-1.235	↓ -1,8%	-7.597	↓ -10,1%
Sim affari:	+435	↑ +4,6%	+209	↑ +2,1%

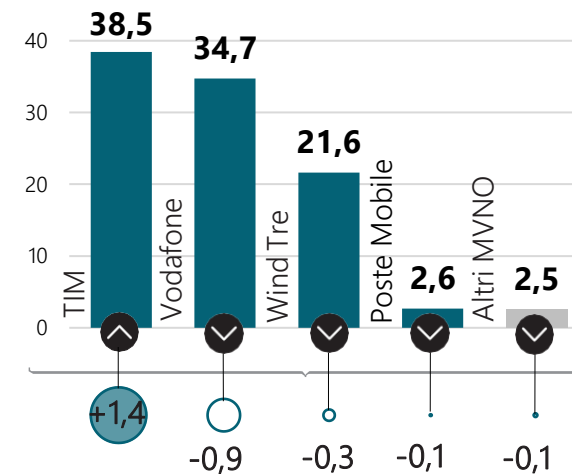
QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2021



Sim residenziali

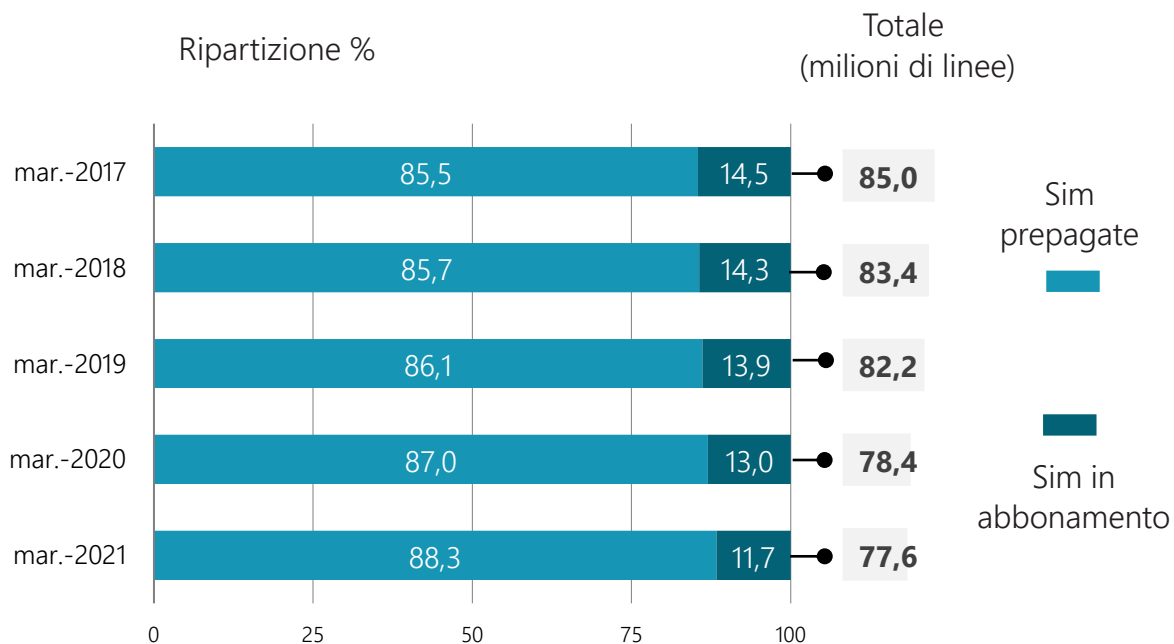
Differenza vs. marzo 2020
(punti percentuali)



Sim affari

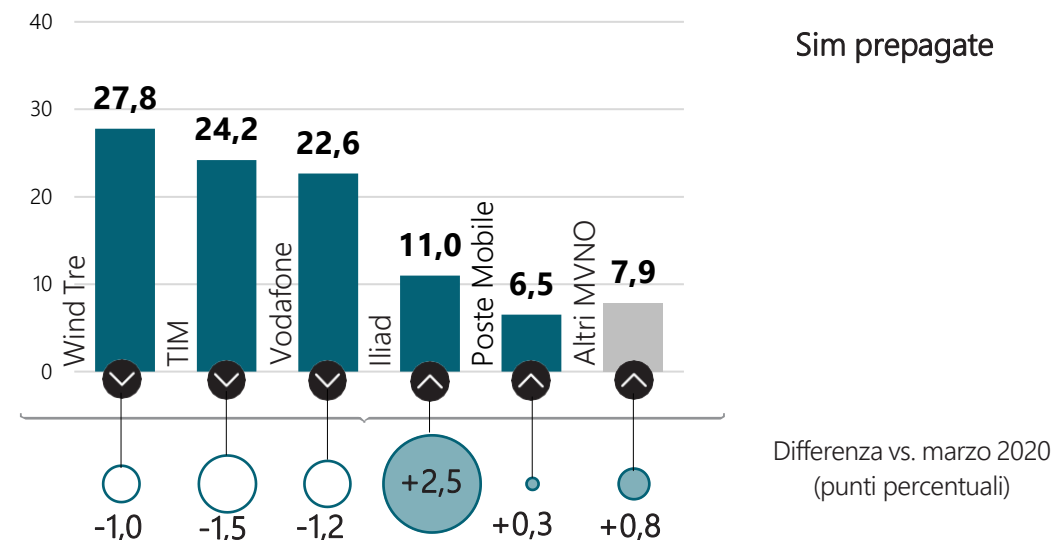
Differenza vs. marzo 2020
(punti percentuali)

1.6: RETE MOBILE: SIM HUMAN PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

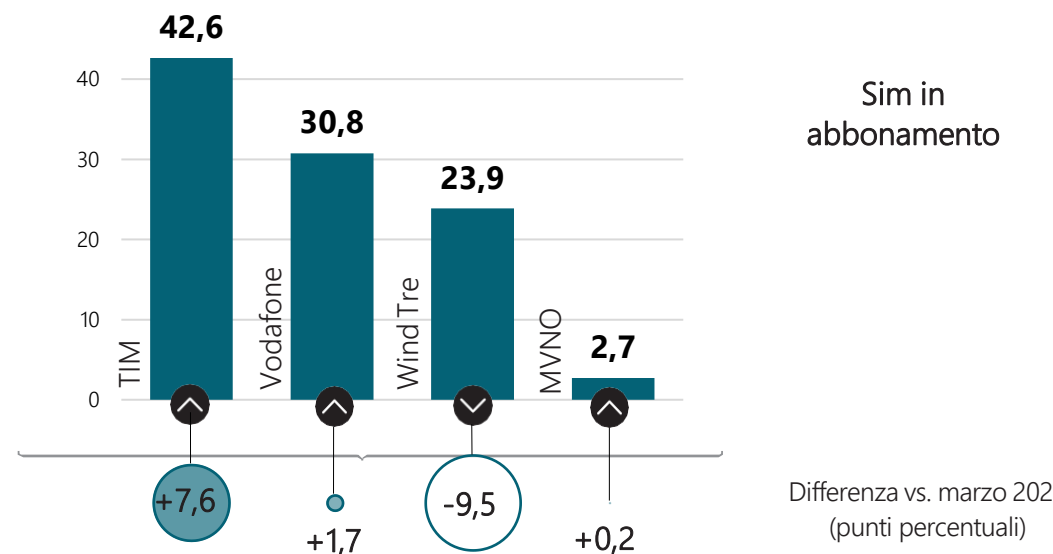


QUOTE DI MERCATO (%)

MARZO 2021



Differenza vs. marzo 2020 (punti percentuali)



Differenza vs. marzo 2020 (punti percentuali)

Variazione annuale
mar. 2020 - mar. 2021

(n° di sim in migliaia) (%)

Totale sim human:	-801	↓	-1,0%
Sim prepagate:	+336	↑	+0,5%
Sim in abbonamento:	-1.138	↓	-11,2%

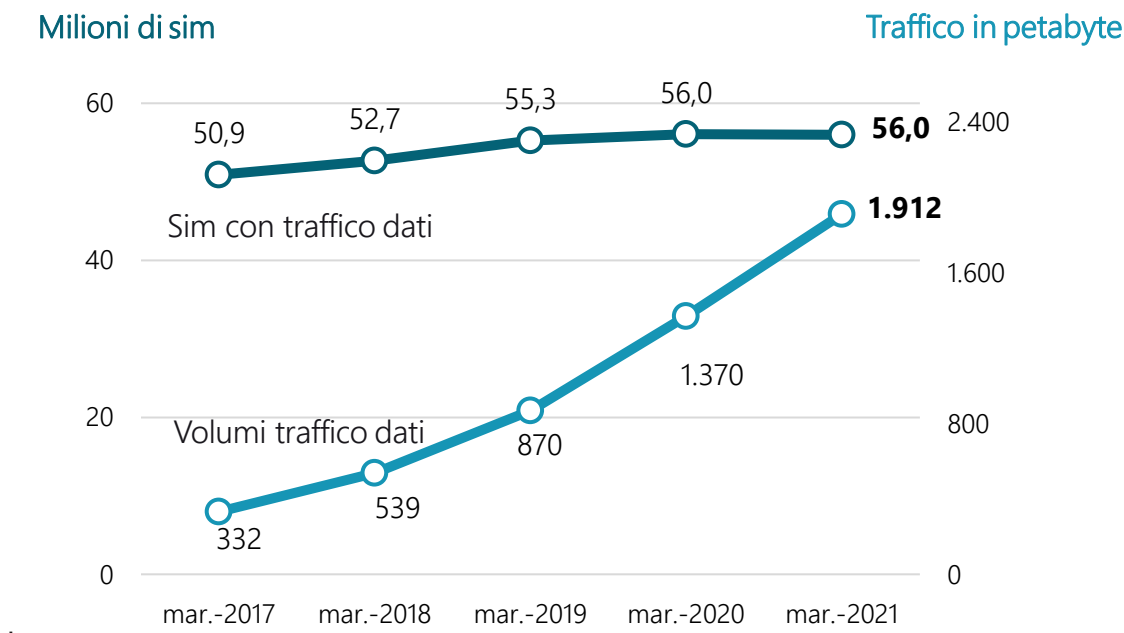
Variazione 4 anni
mar. 2017 - mar. 2021

(n° di sim in migliaia) (%)

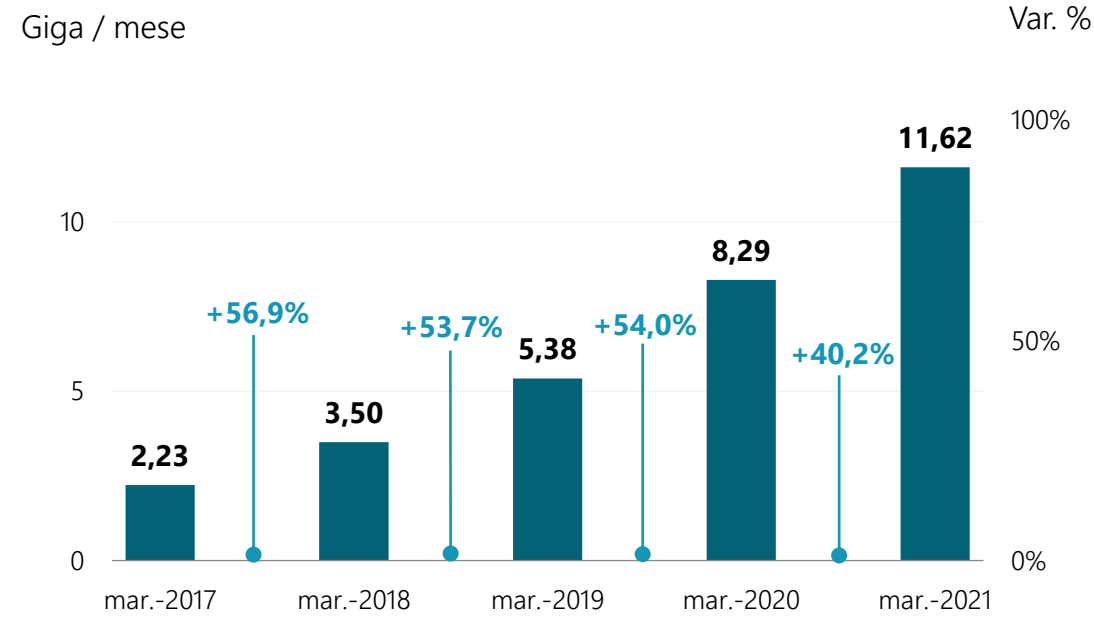
Totale sim human:	-7.389	↓	-8,7%
Sim prepagate:	-4.075	↓	-5,6%
Sim in abbonamento:	-3.314	↓	-26,8%

1.7: RETE MOBILE: TRAFFICO DATI

VOLUME E TRAFFICO DATI



TRAFFICO UNITARIO MENSILE



Variatione annuale
mar. 2020 - mar. 2021

Variatione 4 anni
mar. 2017 - mar. 2021

	(n° di sim in migliaia)	(var. %)	(n° di sim in migliaia)	(var. %)
Sim che hanno effettuato traffico dati:	-86	↓ -0,2%	+5.061	↑ +9,9%
Volume traffico dati:	(petabyte)	(var. %)	(petabyte)	(var. %)
	+542	↑ +39,5%	+1.580	↑ +475,9%

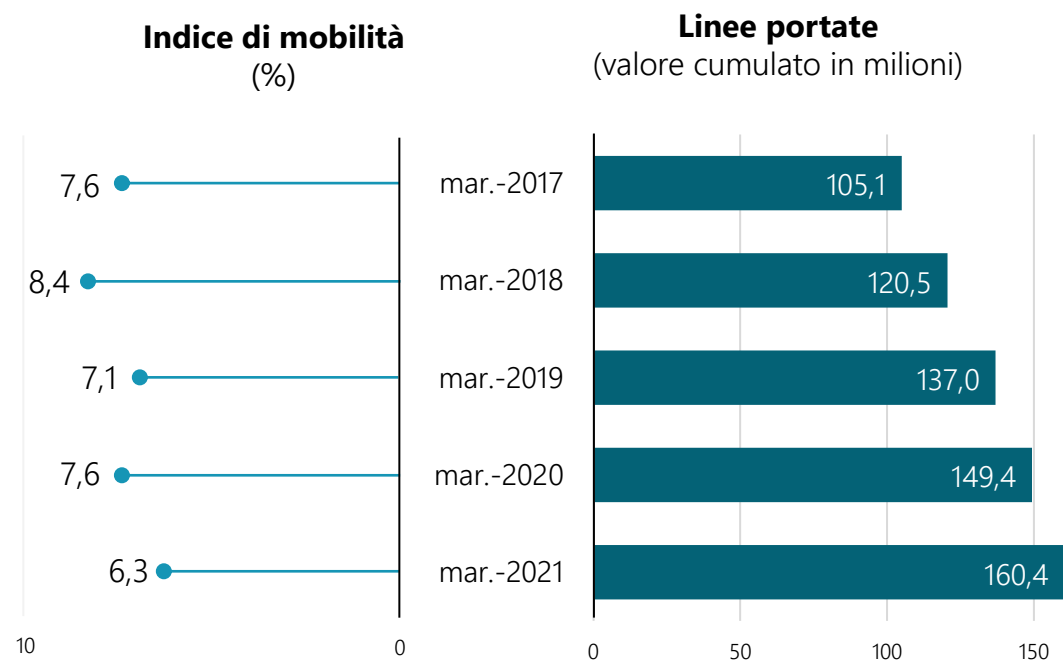


Le sim che hanno svolto traffico dati, a marzo 2021, rappresentano il **72,4%** di quelle human complessive

Nota: a seguito di riclassifiche effettuate dalle imprese e di affinamenti metodologici predisposti dall'Autorità nella determinazione delle sim che hanno effettuato traffico dati, i valori esposti non sono confrontabili con le precedenti versioni dell'Osservatorio

1.8: RETE MOBILE: PORTABILITÀ DEL NUMERO

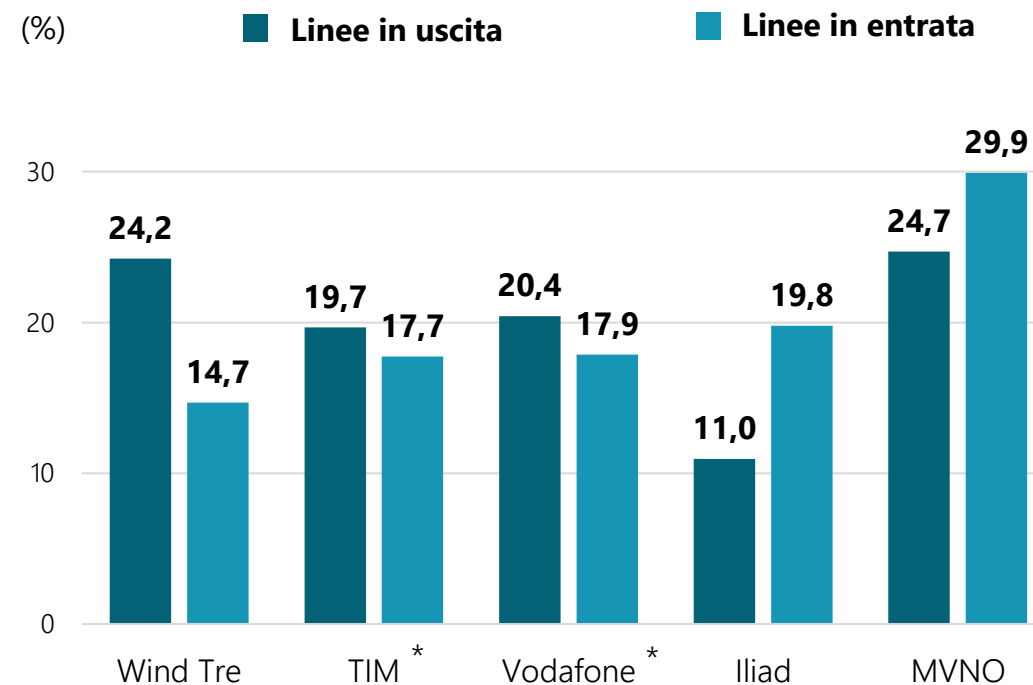
In un anno (mar. 20 – mar. 21), **11,0** mln di operazioni di Mobile Number Portability (MNP)



Indice di mobilità: rapporto dato dalle linee mobilitate da inizio anno (donate e acquisite) e la corrispondente *customer base* media complessiva (al netto delle «M2M»)

DISTRIBUZIONE IN % PER LINEE DI INGRESSO E DI USCITA (12 mesi)

MARZO 2021

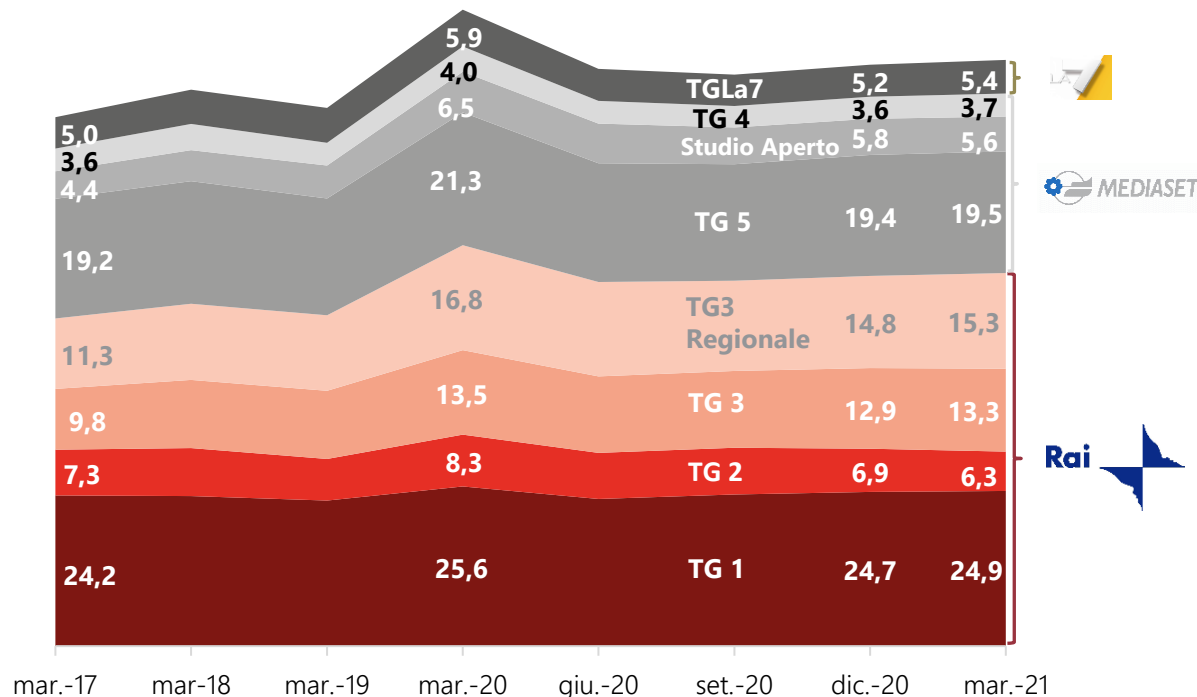


(*) **Nota:** i dati di Tim includono quelli commercializzati tramite il brand Kena Mobile, quelli di Vodafone includono i dati della società controllata VEI (che offre servizi di telefonia mobile denominati ho).

2.1: MEDIA: TV, ASCOLTI DEI TG E GRUPPI TELEVISIVI

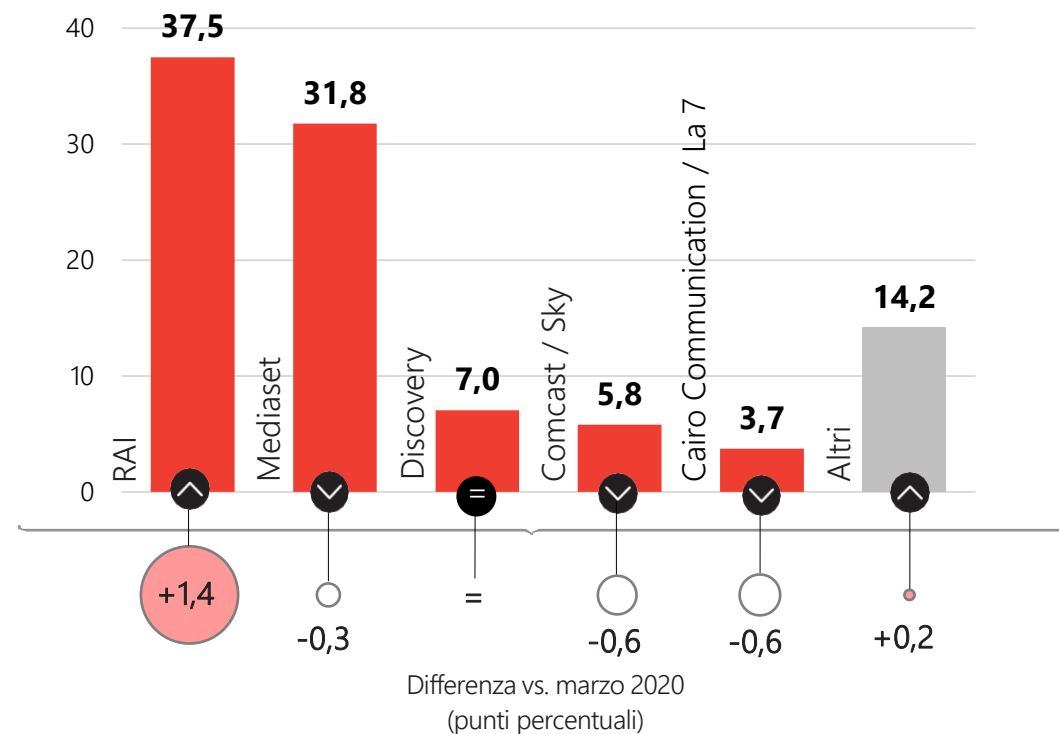
EVOLUZIONE DELLE AUDIENCE (%) DELLE EDIZIONI SERALI DEI PRINCIPALI TG

GIORNO MEDIO (marzo 2017 – marzo 2021)



QUOTE DI ASCOLTO NEL GIORNO MEDIO (%)

MARZO 2021



Variazione punti percentuali
mar. 20 – mar. 21

Rai	Mediaset	TGLa7
Tg 1 -0,7 p.p. ↓	Tg 5 -1,8 p.p. ↓	Tg La 7 -0,6 p.p. ↓
Tg 2 -2,0 p.p. ↓	Studio Aperto -0,9 p.p. ↓	
Tg 3 -0,2 p.p. ↓	Tg 4 -0,3 p.p. ↓	
Tg 3 - Regionale -1,5 p.p. ↓		

Telespettatori nel giorno medio

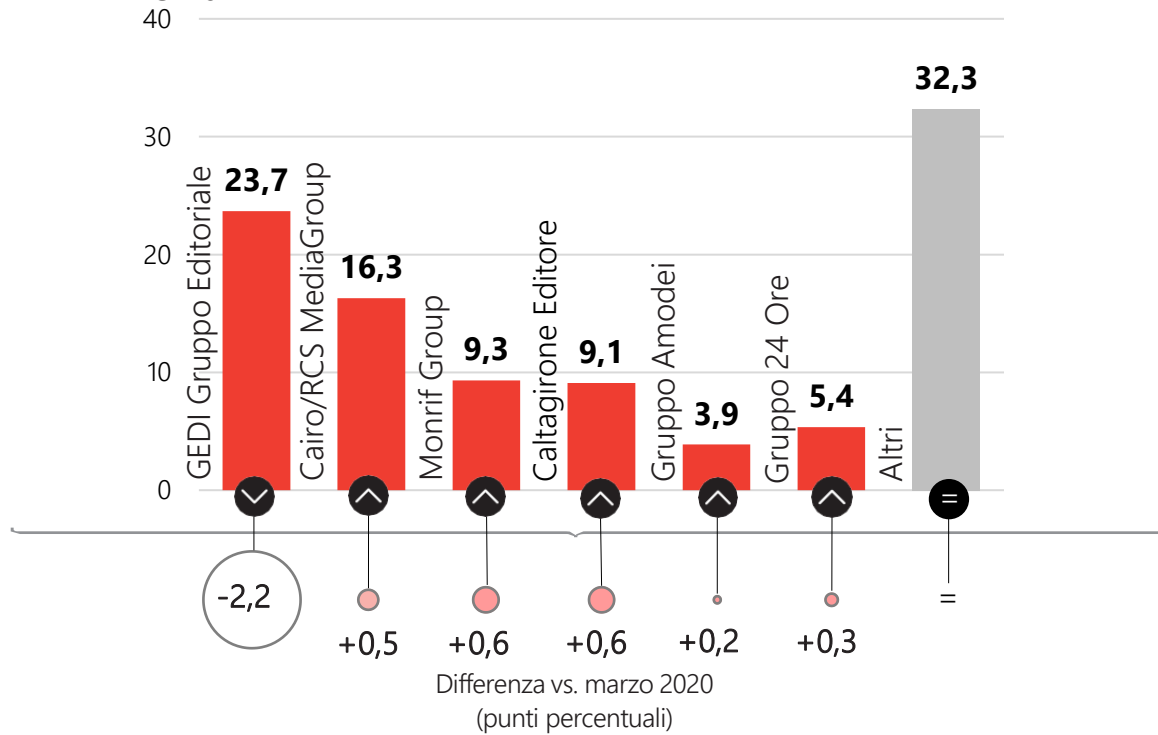
Telegiornali	Broadcaster
Tg 1: 6,3 mln di telespettatori	Rai: 4,3 mln di telespettatori in media nel giorno
Tg 5: 5,0 mln di telespettatori	Mediaset: 3,7 mln di telespettatori in media nel giorno

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Auditel (Nielsen)

2.2: MEDIA: QUOTIDIANI, VENDITE COMPLESSIVE E PRINCIPALI OPERATORI

DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE MENSILI/COMPLESSIVE PER GRUPPI EDITORIALI (%)*

MARZO 2021



Totale copie complessivamente vendute marzo 2021

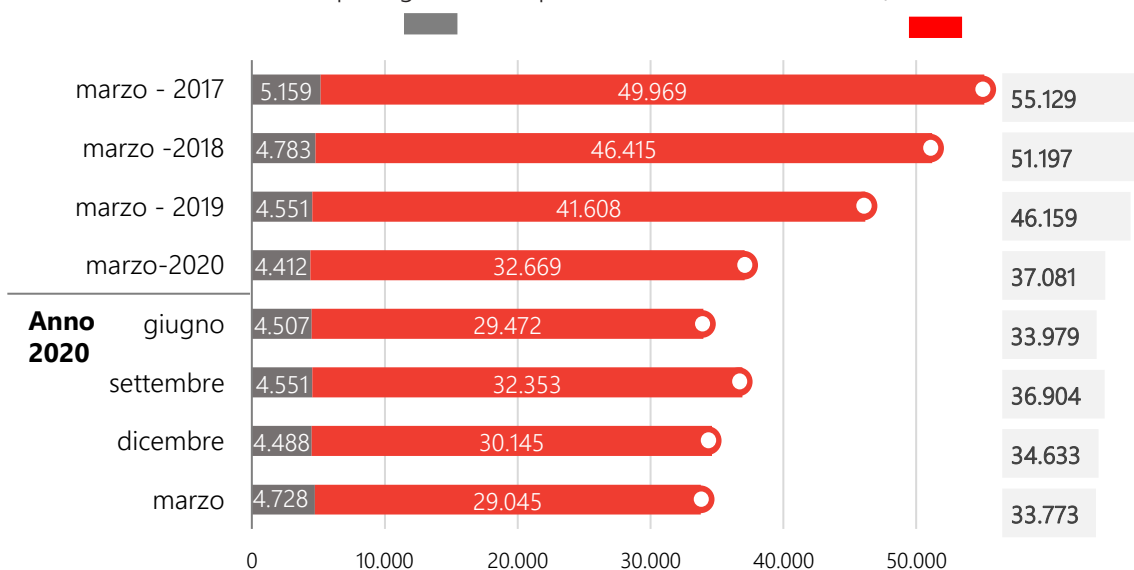
49.918.662

Variazione rispetto a marzo 2020

- 9% ↓

DISTRIBUZIONE DELLE VENDITE MENSILI/COMPLESSIVE DEI PRINCIPALI GRUPPI EDITORIALI PER TIPOLOGIA DI VENDITA*

IN MIGLIAIA Copie digitali e multiple Copie cartacee



Nota: l'evoluzione del totale vendite dei primi 6 degli editori di quotidiani è calcolata sulla base delle rilevazioni condotte da ADS. A partire da gennaio 2021, è stato modificato lo schema di rappresentazione dei dati. Il totale delle copie vendute (cartacee e digitali) è dato dalla somma delle vendite individuali pagate dall'acquirente e delle vendite multiple pagate da terzi. Le copie digitali e quelle multiple sono considerate solo se il loro prezzo è maggiore del 30% rispetto a quello della versione cartacea.

Variazione annuale
(mar. 2020 - mar. 2021)

Variazione periodo
(mar. 2017 - mar. 2021)

Copie cartacee :

-11%



-42%



Copie digitali e multiple:

+7%



-8%



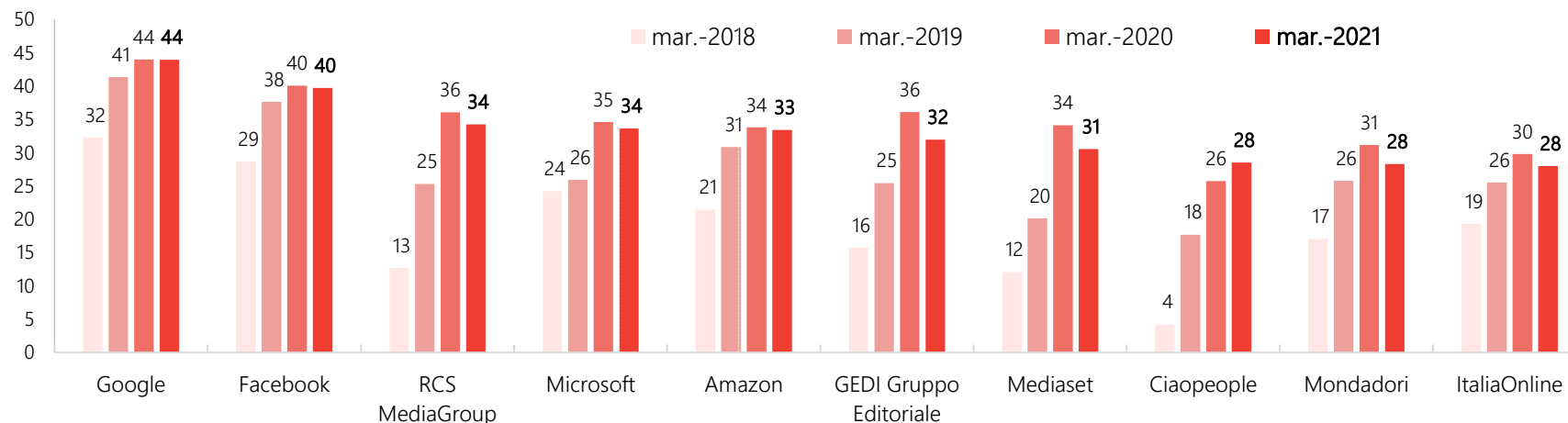
(rappresentano il 14% delle vendite totali)

(*) **Nota:** nel corso dell'ultimo trimestre 2020 si è perfezionata l'operazione di cessione da parte di GEDI del ramo d'azienda delle testate Il Tirreno, La Gazzetta di Modena, La Gazzetta di Reggio, La Nuova Ferrara alla società SAE Srl. I dati per l'anno 2000 si riferiscono alla configurazione proprietaria dei soggetti antecedente a tale operazione.

2.3: MEDIA: INTERNET AUDIENCE DEI PRINCIPALI OPERATORI

AUDIENZE DEI PRINCIPALI OPERATORI PER UTENTI UNICI (MARZO 2018 – MARZO 2021)

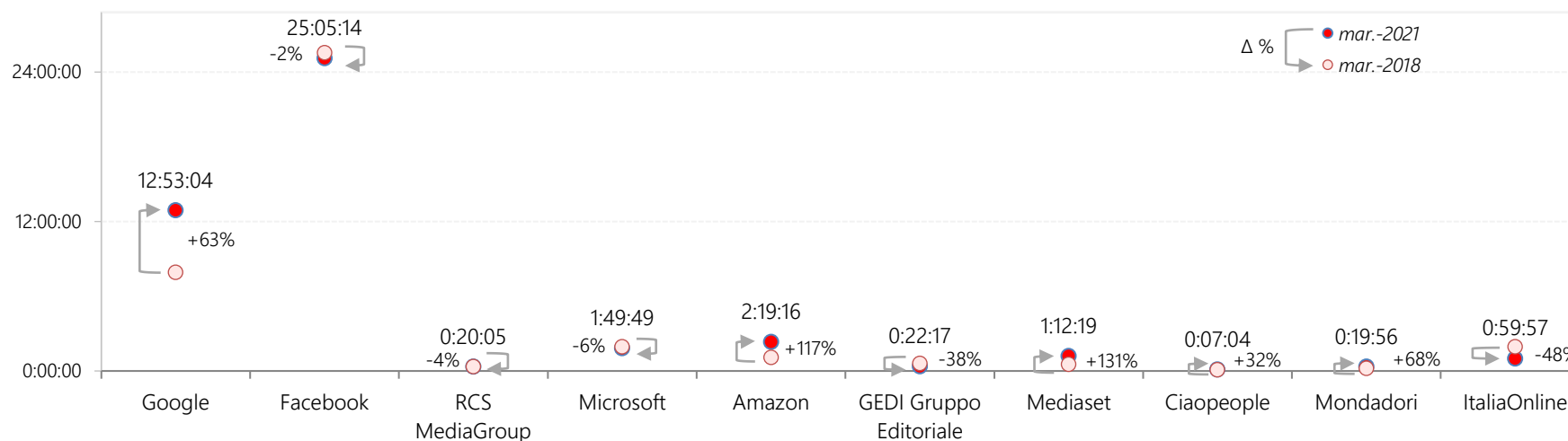
MILIONI DI UTENTI



44 milioni di italiani collegati a internet nel giorno medio di marzo 2021

TEMPO MEDIO MENSILE DI NAVIGAZIONE PER PERSONA (MARZO 2018 – MARZO 2021)

(hh:mm:ss)



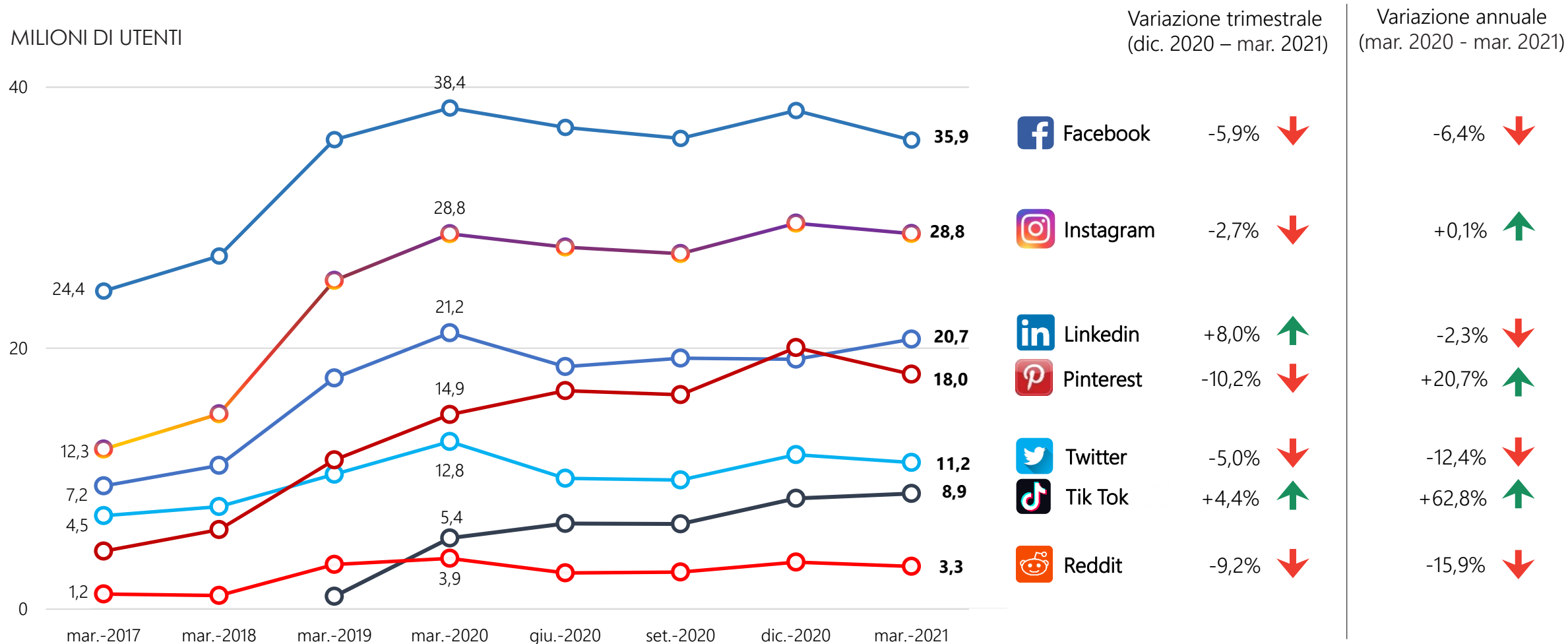
66 ore complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su internet nel mese di marzo 2021

Nota: da marzo 2018, il sistema Audiweb ha adottato una nuova metodologia.

Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiweb (Nielsen)

2.4: MEDIA: INTERNET AUDIENCE DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK

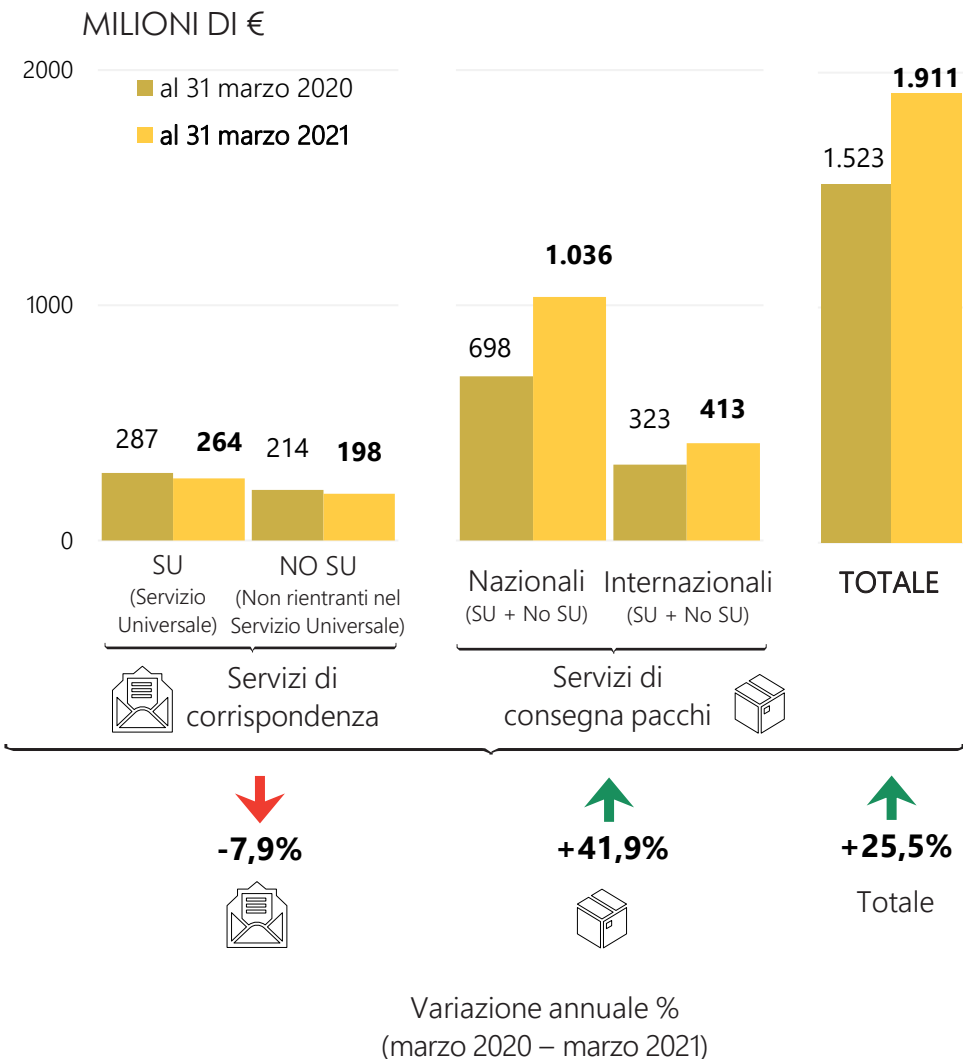
AUDIENZE DEI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK PER UTENTI UNICI (MARZO 2017 – MARZO 2021)



Fonte: elaborazioni Autorità su dati Audiweb (Nielsen)

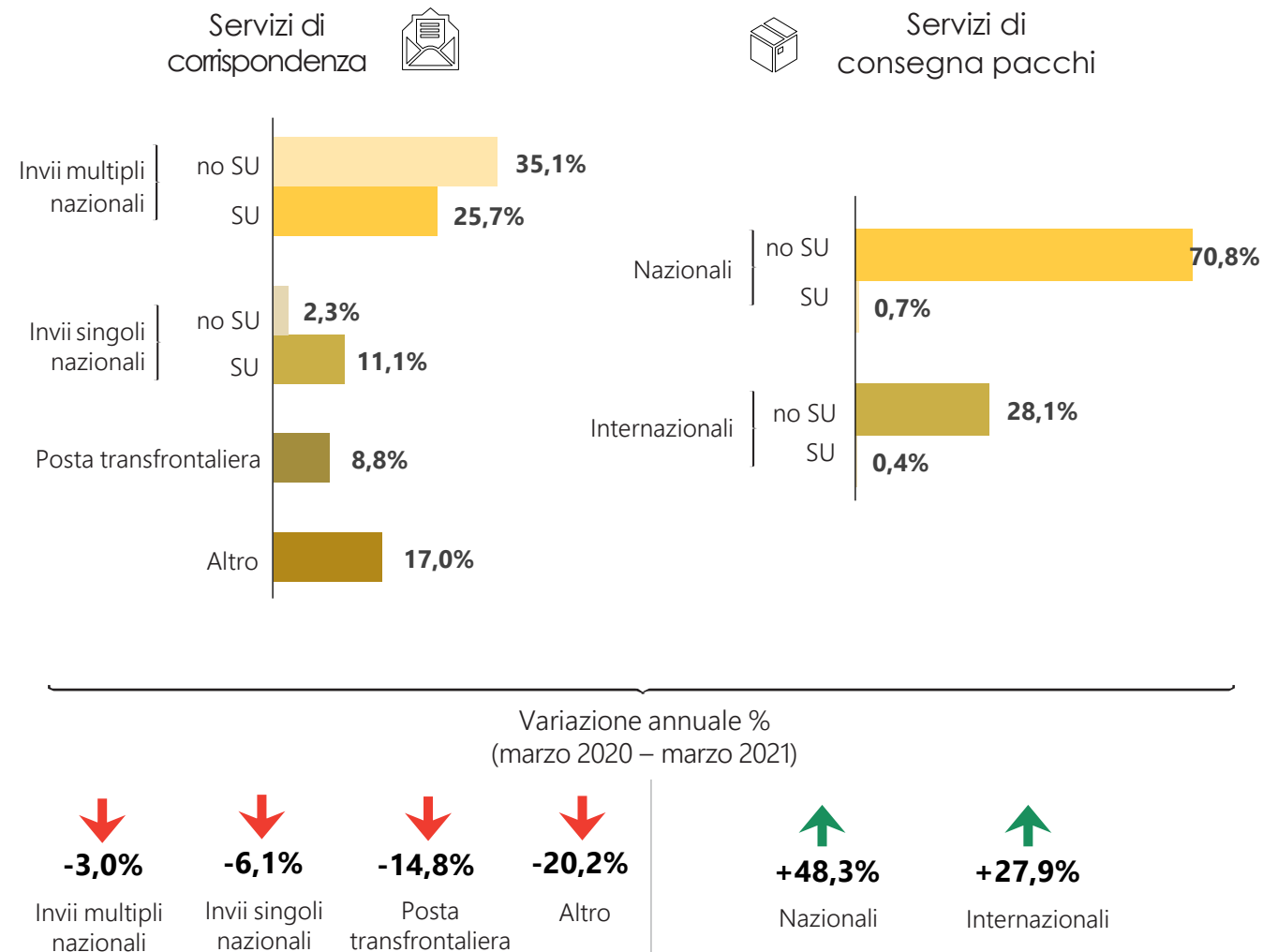
3.1: SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI RICAVI

RICAVI CUMULATI DA INIZIO ANNO



RIPARTIZIONE DEI RICAVI DA INIZIO ANNO (%)

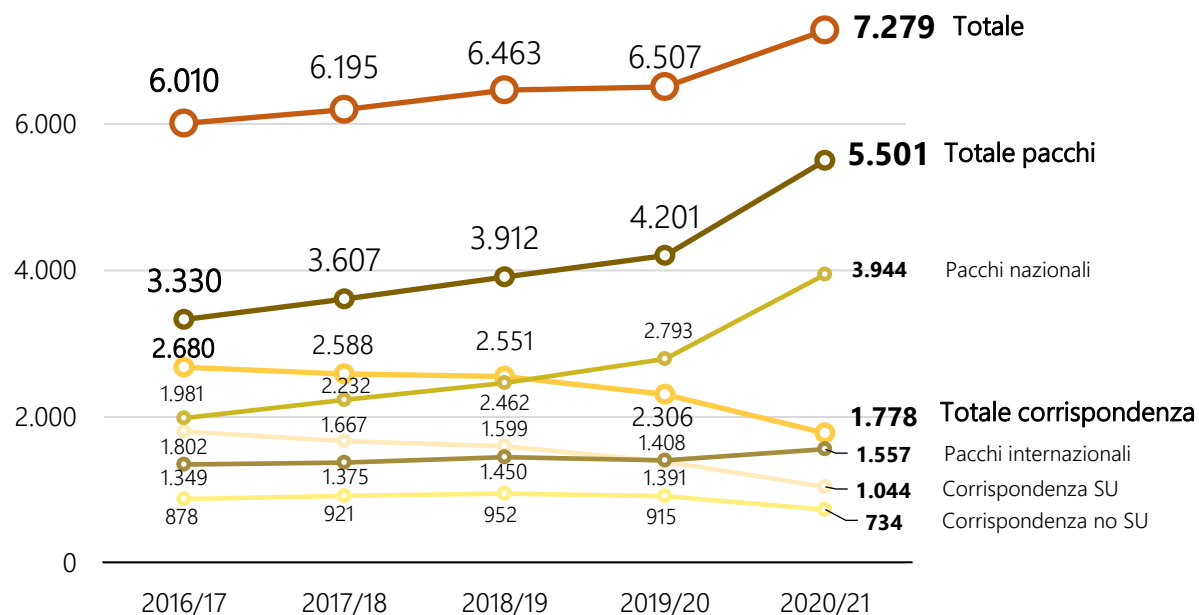
(al 31 marzo 2021)



3.2: SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI

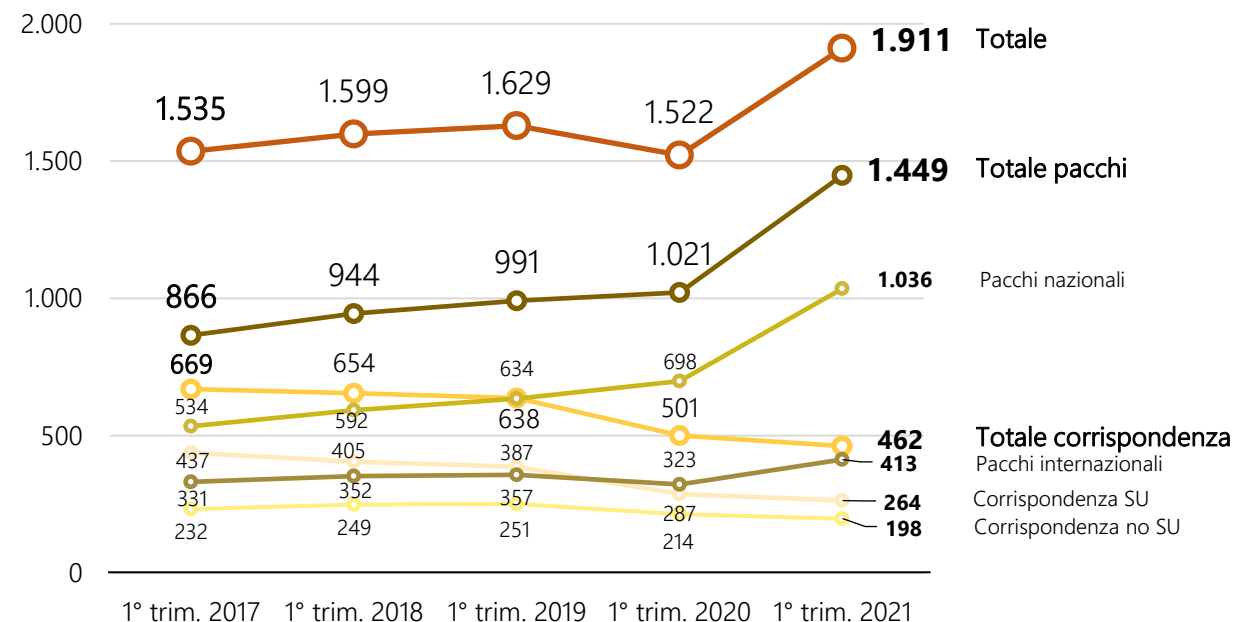
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI €



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI €



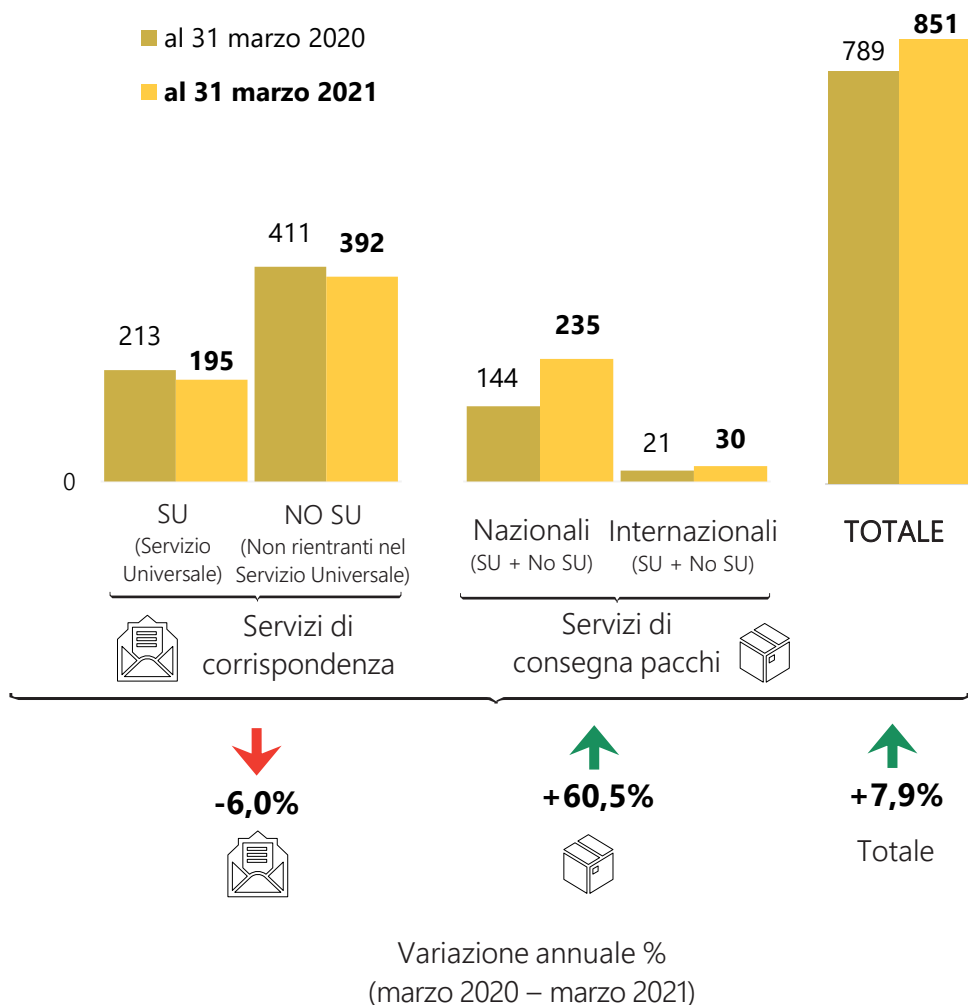
	Variazione (2016/2017 – 2020/2021)	Variazione (2019/2020 – 2020/2021)
Totale:	+21,1% ↑	+11,9% ↑
Servizi di corrispondenza:	-33,7% ↓	-22,9% ↓
- Servizio Universale:	-42,1% ↓	-25,0% ↓
- No Servizio Universale:	-16,4% ↓	-19,8% ↓
Servizi di consegna pacchi:	+65,2% ↑	+30,9% ↑
- Pacchi nazionali:	+99,1% ↑	+41,2% ↑
- Pacchi internazionali:	+15,5% ↑	+10,6% ↑

	Variazione (1° trim. 2017 – 1° trim. 2021)	Variazione (1° trim. 2020 – 1° trim. 2021)
Totale:	+24,4% ↑	+25,5% ↑
Servizi di corrispondenza:	-31,0% ↓	-7,8% ↓
- Servizio Universale:	-39,6% ↓	-8,1% ↓
- No Servizio Universale:	-14,7% ↓	-7,4% ↓
Servizi di consegna pacchi:	+67,3% ↑	+41,9% ↑
- Pacchi nazionali:	+93,8% ↑	+48,3% ↑
- Pacchi internazionali:	+24,6% ↑	+27,9% ↑

3.3: SERVIZI POSTALI: ANDAMENTO DEI VOLUMI

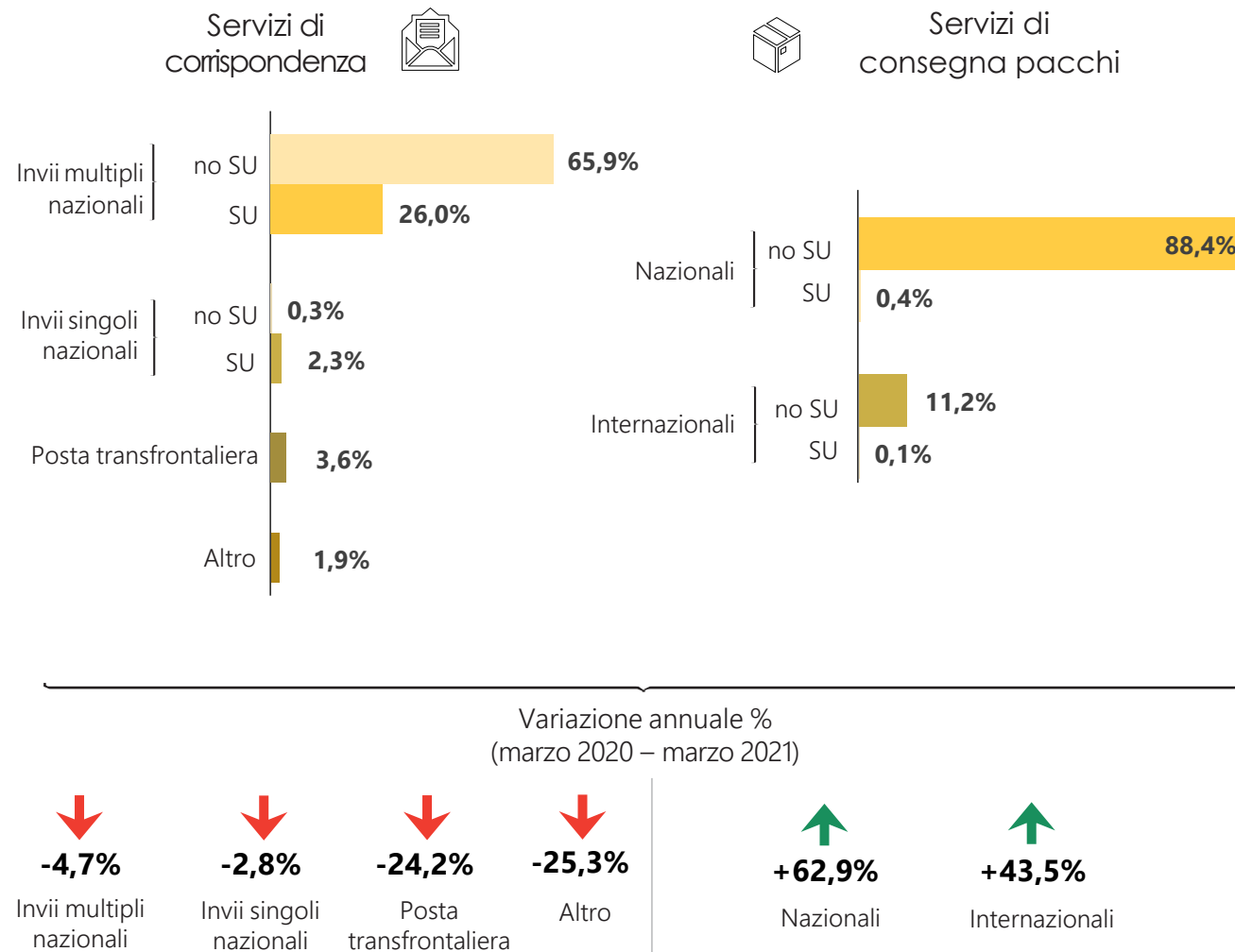
VOLUMI COMPLESSIVI DA INIZIO ANNO

MILIONI DI INVII



RIPARTIZIONE DEI VOLUMI DA INIZIO ANNO (%)

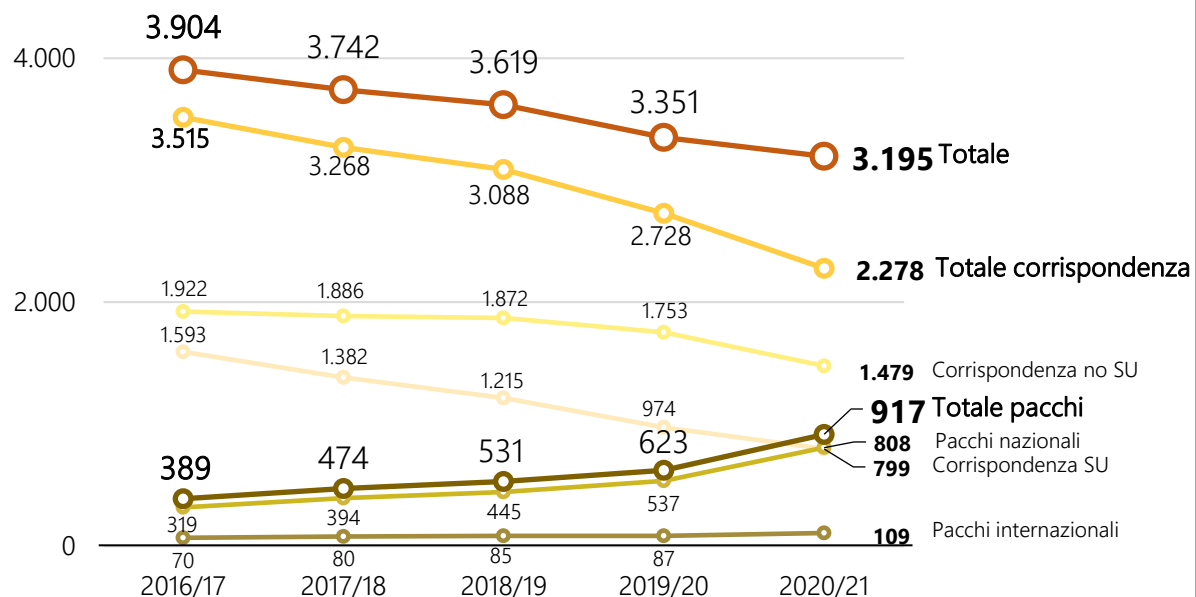
(al 31 marzo 2021)



3.4: SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI VOLUMI

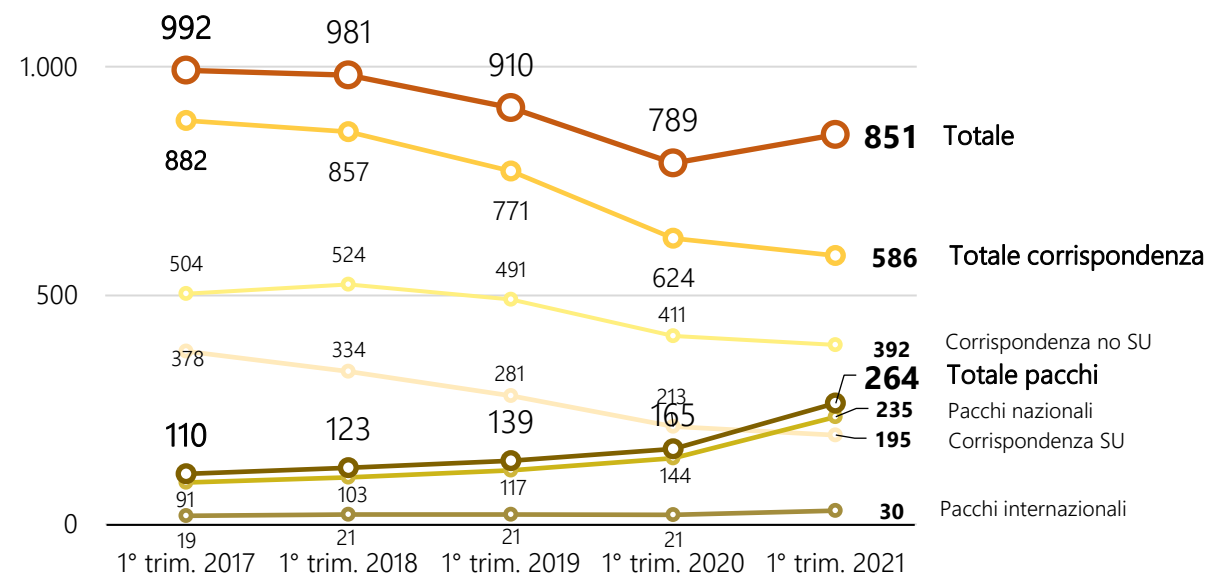
BASE ANNUALE (VALORI CUMULATI 12 MESI)

MILIONI DI INVII



BASE TRIMESTRALE

MILIONI DI INVII



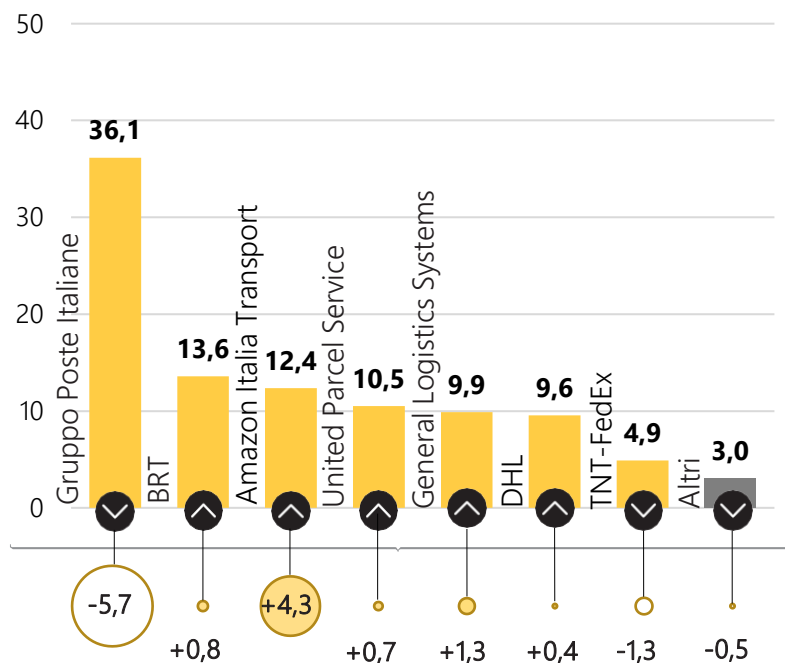
	Variazione (2016/2017 – 2020/2021)	Variazione (2019/2020 – 2020/2021)
Totale:	-18,2% ↓	-4,7% ↓
Servizi di corrispondenza:	-35,2% ↓	-16,5% ↓
- Servizio Universale:	-49,9% ↓	-18,0% ↓
- No Servizio Universale:	-23,1% ↓	-15,6% ↓
Servizi di consegna pacchi:	+135,8% ↑	+47,1% ↑
- Pacchi nazionali:	+153,7% ↑	+50,6% ↑
- Pacchi internazionali:	+55,0% ↑	+25,9% ↑

	Variazione (1° trim. 2017 – 1° trim. 2021)	Variazione (1° trim. 2020 – 1° trim. 2021)
Totale:	-14,2% ↓	+7,8% ↑
Servizi di corrispondenza:	-33,5% ↓	-6,1% ↓
- Servizio Universale:	-48,5% ↓	-8,7% ↓
- No Servizio Universale:	-22,2% ↓	-4,7% ↓
Servizi di consegna pacchi:	+141,0% ↑	+60,5% ↑
- Pacchi nazionali:	+157,3% ↑	+62,9% ↑
- Pacchi internazionali:	+60,6% ↑	+43,5% ↑

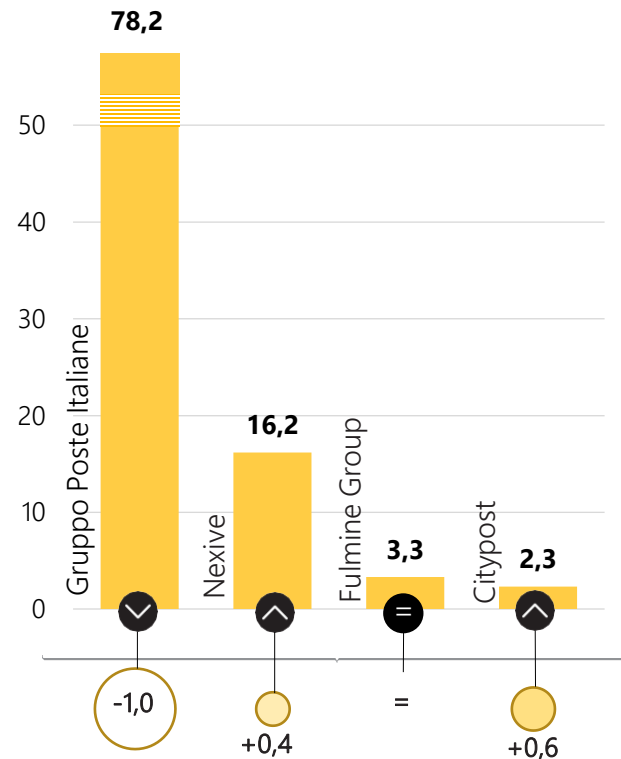
3.5: SERVIZI POSTALI: QUADRO CONCORRENZIALE

MARZO 2021

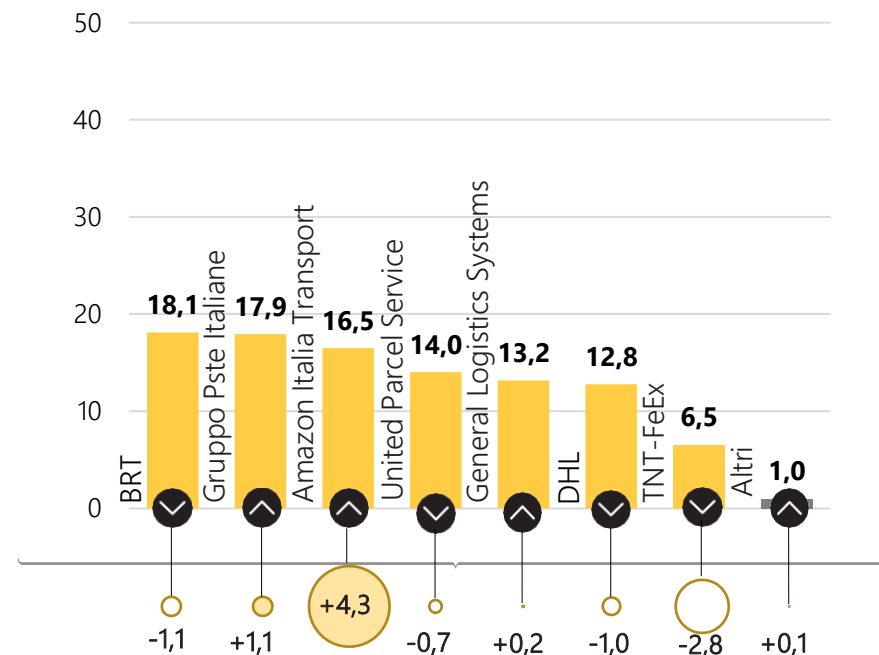
SERVIZI DI CORRISPONDENZA E CONSEGNA PACCHI



SERVIZI DI CORRISPONDENZA NON RIENTRANTI NEL SERVIZIO UNIVERSALE



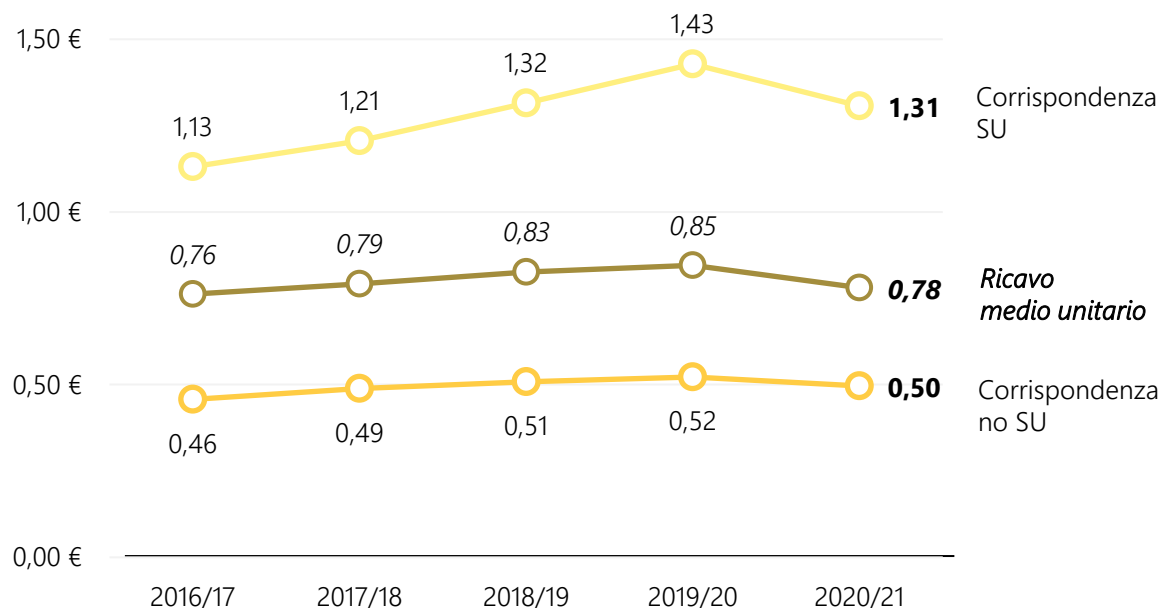
SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI NON RIENTRANTI NEL SERVIZIO UNIVERSALE



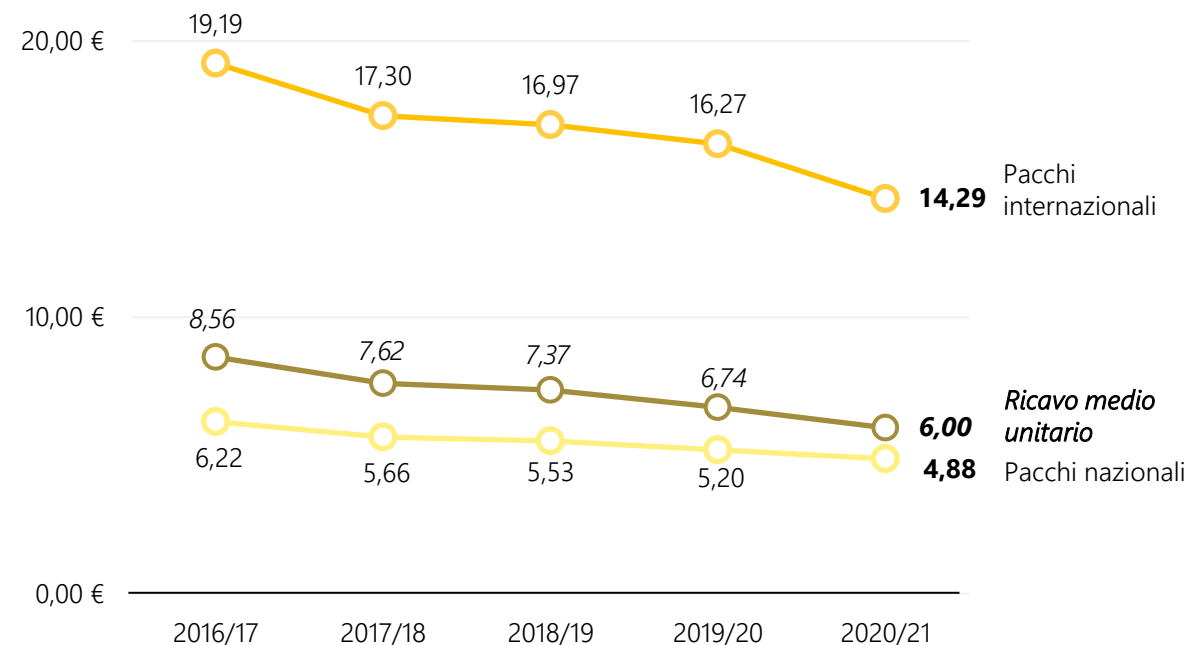
Differenza vs. marzo 2020
(punti percentuali)

3.6: SERVIZI POSTALI: TREND STORICO DEI RICAVI UNITARI

SERVIZI DI CORRISPONDENZA



SERVIZI DI CONSEGNA PACCHI

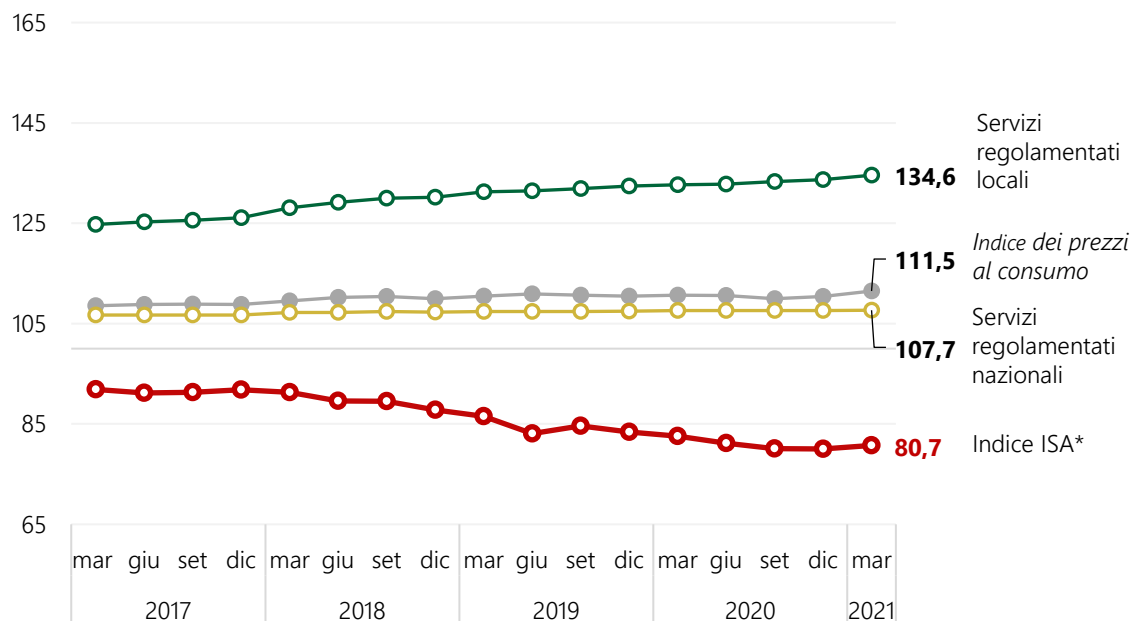


	Variazione (2016/2017 – 2020/2021)		Variazione (2019/2020 – 2020/2021)	
Ricavo medio unitario:	+2,4%	↑	-7,7%	↓
Corrispondenza SU:	+15,5%	↑	-8,5%	↓
Corrispondenza no SU:	+8,6%	↑	-4,9%	↓

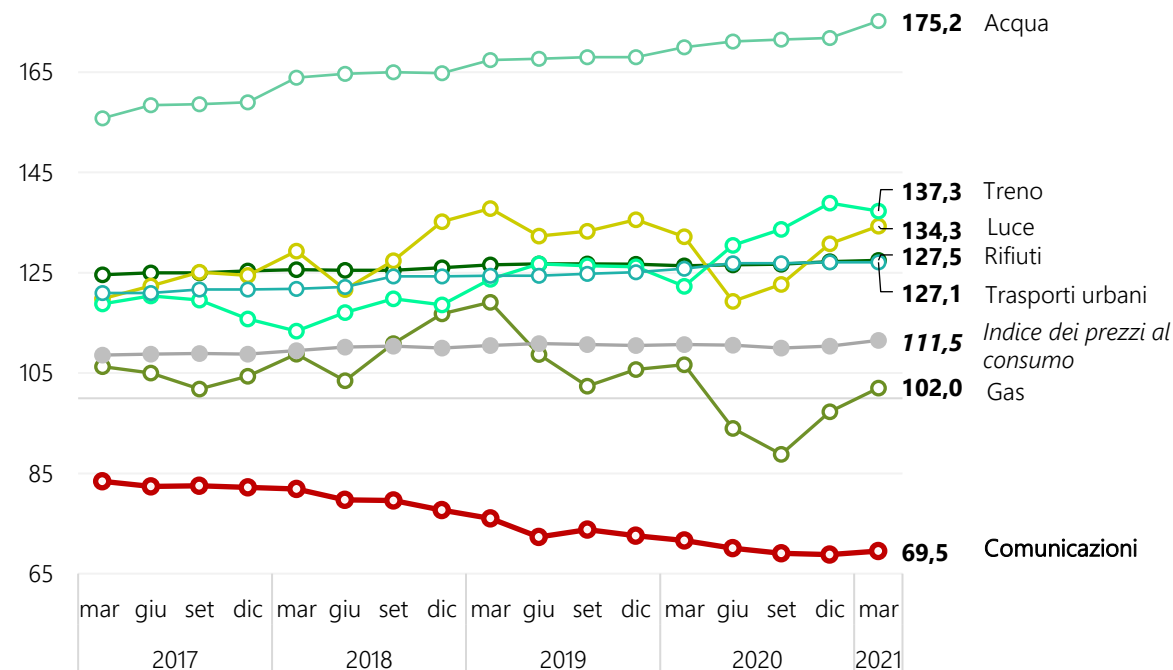
	Variazione (2016/2017 – 2020/2021)		Variazione (2019/2020 – 2020/2021)	
Ricavo medio unitario:	-30,0%	↓	-11,0%	↓
Pacchi internazionali:	-25,5%	↓	-12,1%	↓
- SU:	-16,6%	↓	-10,3%	↓
- No SU:	-25,4%	↓	-12,1%	↓
Pacchi nazionali:	-21,5%	↓	-6,2%	↓
- SU:	-2,5%	↓	-6,1%	↓
- No SU:	-21,7%	↓	-6,2%	↓

4.1 PREZZI: INDICI GENERALI E PRINCIPALI UTILITIES (2010=100)

INDICI PREZZI GENERALI



INDICI PREZZI UTILITIES



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)
ISA (Indice Sintetico Agcom):	-12,2% ↓	-2,3% ↓
Indice dei prezzi al consumo:	+2,7% ↑	+0,7% ↑
Servizi regolamentati locali:	+7,9% ↑	+1,4% ↑
Servizi regolamentati nazionali:	+0,9% ↑	+0,1% ↑

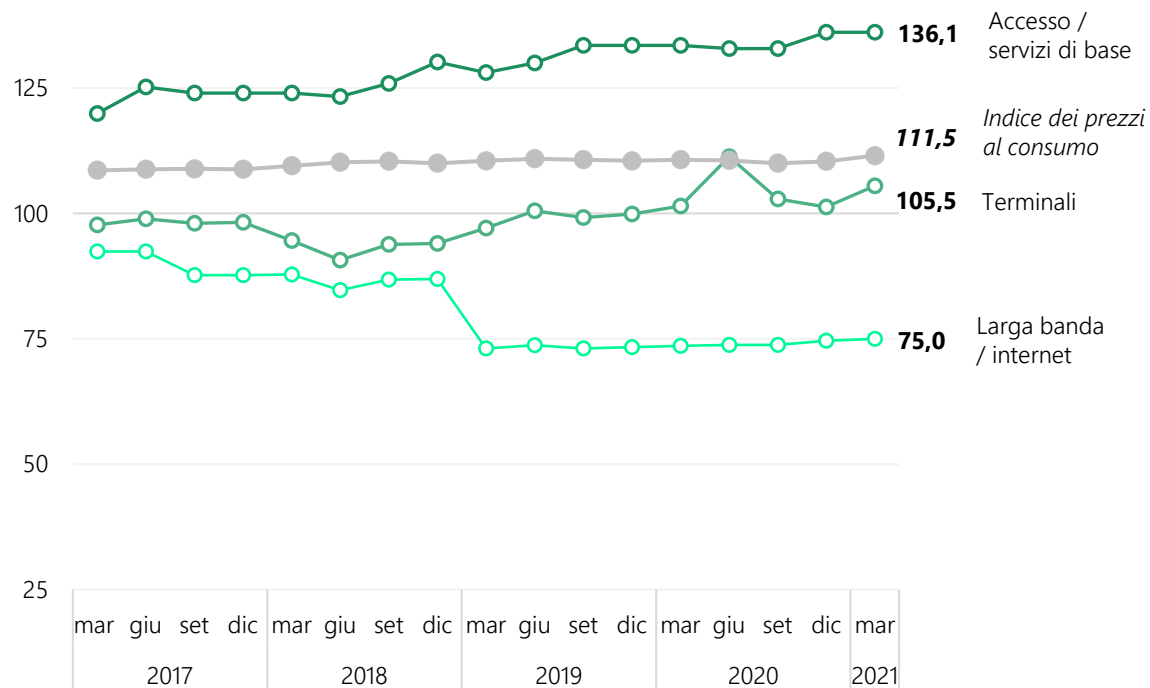
	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)
Acqua (04.4.1):	+12,5% ↑	+3,1% ↑	Treno (07.3.1):	+15,6% ↑
Rifiuti (04.4.2):	+2,3% ↑	+0,9% ↑	Trasporti urbani (07.3.2.1.1):	+5,0% ↑
Luce (04.5.1):	+12,1% ↑	+1,6% ↑	Comunicazioni (08):	-16,7% ↓
Gas (04.5.2):	-4,0% ↓	-4,4% ↓		-2,9% ↓

(*) Nota: l'Indice Sintetico Agcom (ISA) include i servizi postali, gli apparecchi ed i servizi per la telefonia fissa e mobile, il canone radiotelevisivo (fino a dicembre 2017), la pay tv, l'editoria quotidiana e periodica, per complessive 10 distinte voci.

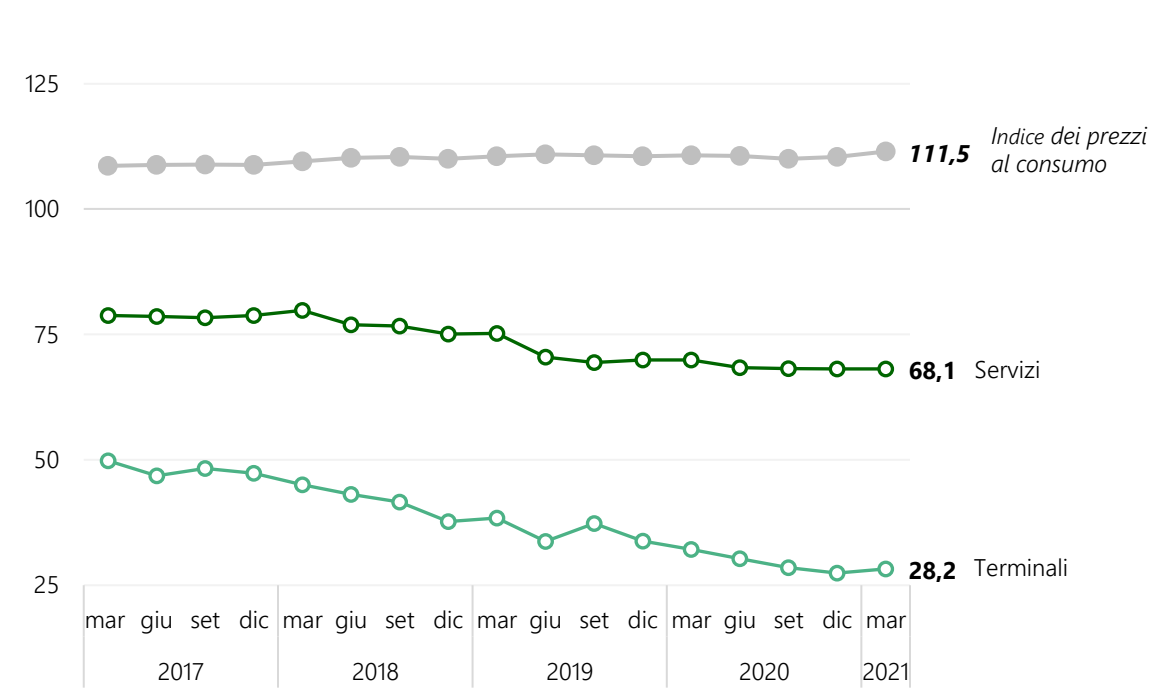
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

4.2 PREZZI: TELEFONIA FISSA E MOBILE (2010=100)

INDICI PREZZI TELEFONIA FISSA



INDICI PREZZI TELEFONIA MOBILE



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

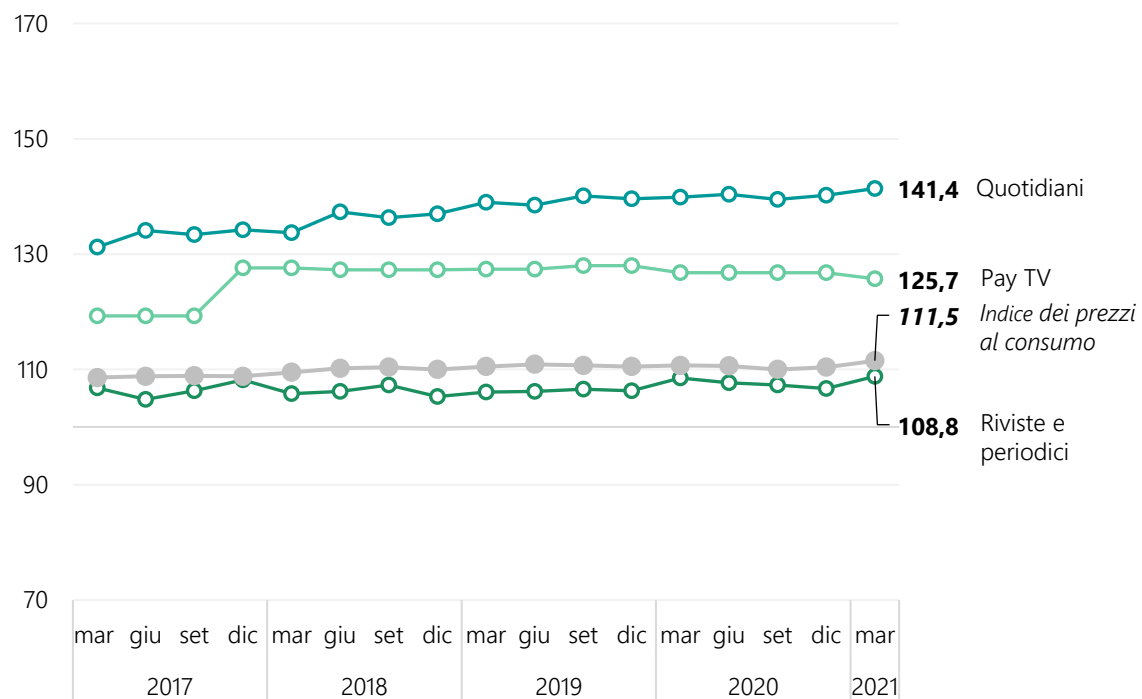
	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)
Accesso / servizi di base (08.3.0.1):	+13,5% ▲	+1,9% ▲
Terminali (08.2.0.1):	+8,0% ▲	+3,9% ▲
Larga banda / internet (08.3.0.3.0.07):	-18,8% ▼	+1,9% ▲

	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)
Servizi (08.3.0.2):	-13,6% ▼	-2,6% ▼
Terminali (08.2.0.2):	-43,4% ▼	-12,1% ▼

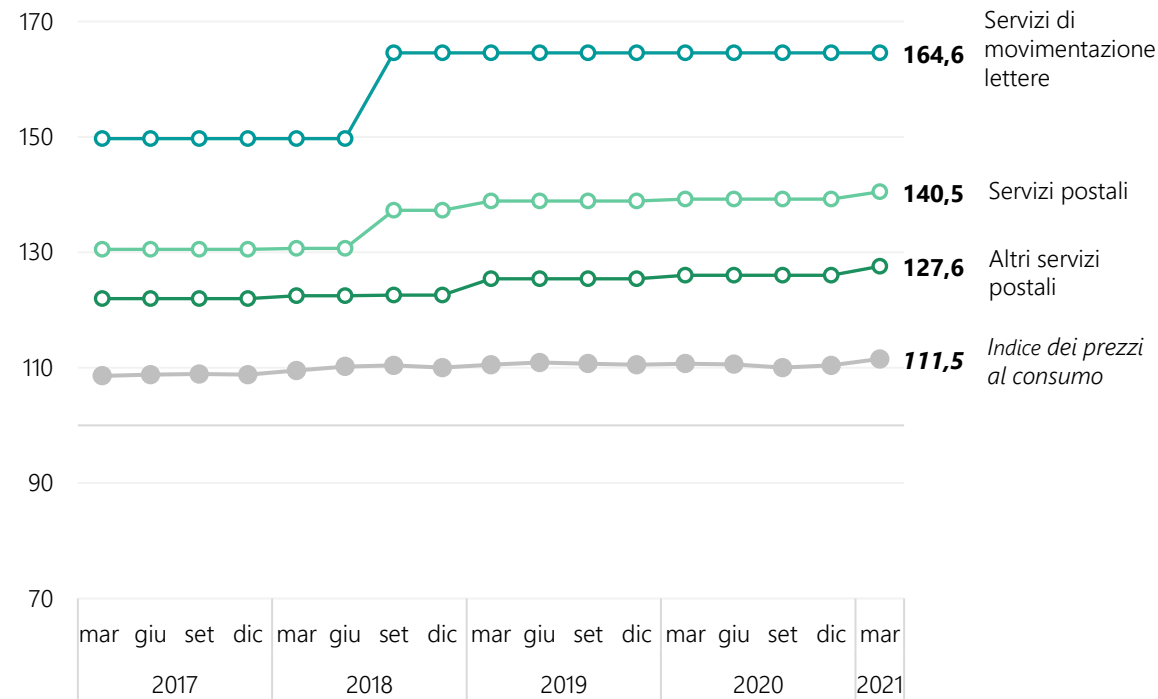
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

4.3 PREZZI: QUOTIDIANI, PERIODICI, TV E SERVIZI POSTALI (2010=100)

INDICI PREZZI QUOTIDIANI, PERIODICI E TV



INDICI PREZZI SERVIZI POSTALI



Fonte: Istat ed elaborazioni Agcom

	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)
Quotidiani (09.5.2.1.0):	+7,8% ▲	+1,1% ▲
Pay TV (09.4.2.3.0.02):	+5,4% ▲	-0,9% ▼
Riviste e periodici (09.5.2.2.0):	+1,9% ▲	+0,3% ▲

	Variazione (ultimi 4 anni)	Variazione (ultimo anno)
Servizi postali (08.1):	+7,7% ▲	+0,9% ▲
Servizi di movimentazione lettere (08.1.0.1.0.00):	+10,0% ▲	=
Altri servizi postali (08.1.0.9.0.00):	+4,6% ▲	+1,3% ▲

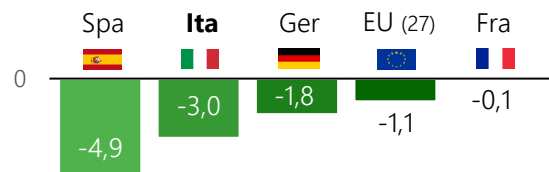
(Codice COICOP - Classification of Individual Consumption by Purpose)

4.4 PREZZI: DINAMICHE IN EUROPA

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE
(COICOP 08.2 - 08.3)

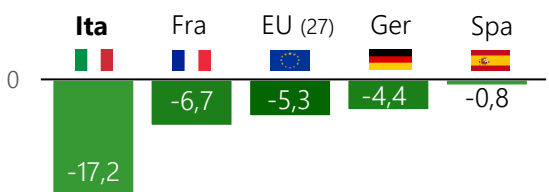
**Variazione %
(1 anno)**

mar. 2020
-
mar. 2021



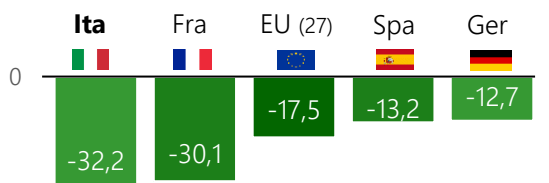
**Variazione %
(5 anni)**

mar. 2016
-
mar. 2021

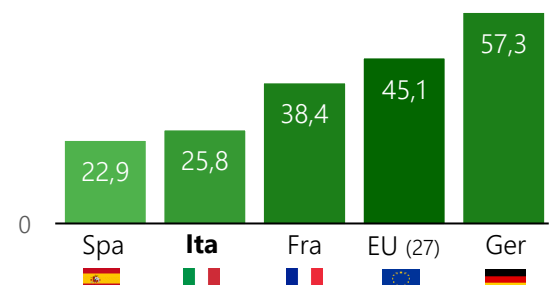
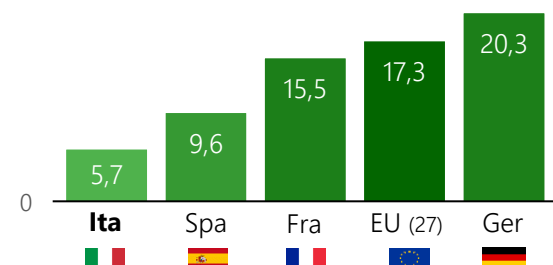
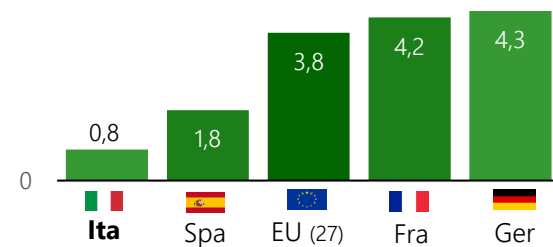


**Variazione %
(10 anni)**

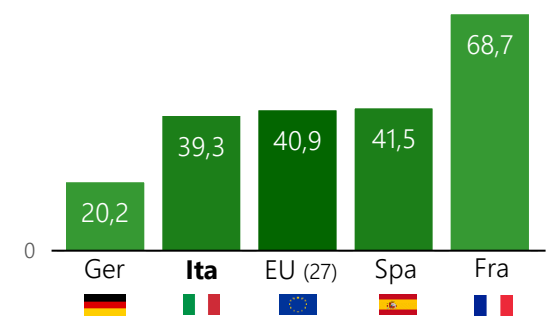
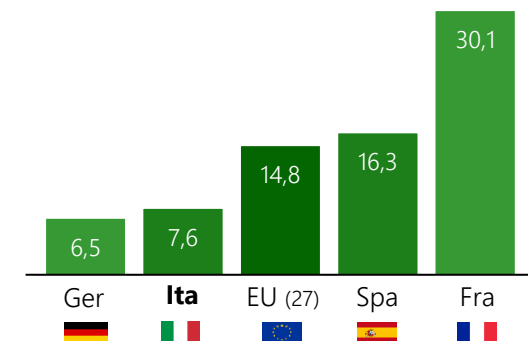
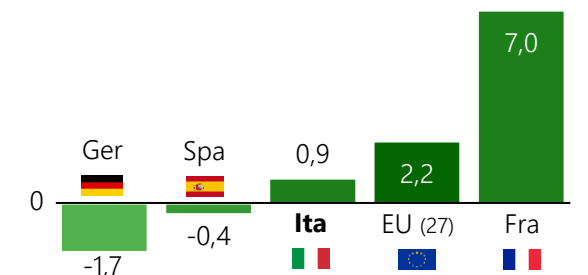
mar. 2011
-
mar. 2021



QUOTIDIANI E PERIODICI
(COICOP 09.5.2)



SERVIZI POSTALI
(COICOP 08.1)





AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI

OSSERVATORIO SULLE COMUNICAZIONI

N. 2/2021

Servizio Economico Statistico
segreteria.ses@agcom.it

Roma

Via Isonzo 21/b -00198

Napoli

Centro Direzionale Isola B5 -80143