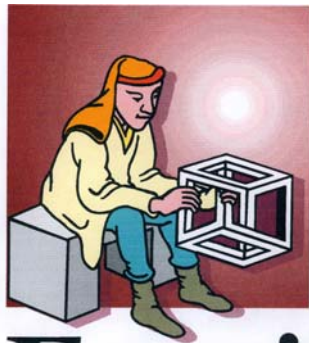




Freni

Ricerche Sociali e di Marketing

Immagine percepita del Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa Cooperalute Conoscenza, uso ed interesse verso i servizi, customer satisfaction

Firenze, Bologna, 5 Marzo 2010

*Celebrating 27 Years
Quality ad hoc research*



Freni Ricerche Sociali e di Marketing - Via della Villa Demidoff 27 -I-50127 Firenze Italia
tel. +39 055350773 fax +39 055351534 e-mail: frenimkt@frenimkt.com site: www.frenimkt.com Skype: frenimkt

**Immagine percepita del Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa Cooperalute.
Conoscenza, uso ed interesse verso i servizi, customer satisfaction**

Il seguente **Documento Informativo Completo** è in ottemperanza al regolamento dell'Autorità per le Garanzie in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa : delibera 153/02/CSP. Allegato A, art.3 pubblicato su G.U. 185 del 8/8/2002

Soggetto che ha realizzato il sondaggio: Freni Ricerche di Marketing

Committente e acquirente: Cooperalute

Pubblicato su: <https://cooperalute.it/> e <http://www.filcams.cgil.it/>

Universo di riferimento - estensione territoriale del sondaggio: Italia – località dove è stata effettuata almeno un'intervista (vedi appendice statistica)

Responsabile della ricerca: Vincenzo Freni

Responsabile Field: Rosaria Agnoletti

Periodo di rilevazione: Gennaio 2010

Rilevatori: Emanuela Starnotti, Lucrezia Piccardi

Metodo di raccolta delle informazioni: Indagine di tipo estensivo realizzata tramite interviste telefoniche. Questionari cartacei (sistema tradizionale), trascrizione verbatim delle risposte aperte

Criteri seguiti per la formazione del campione: estrazione casuale per quote effettuata su liste del Committente
campione rappresentativo dell'universo di riferimento per utilizzo e non utilizzo del servizio

Consistenza numerica del campione: 400 interviste validate disaggregate per i seguenti codici: User, 236; no-user, 164. Iscritti, S e non iscritti N.

Totale contatti effettuati: 452, interviste effettuate: 400 (88% sul totale contatti); rifiuti e/o sostituzioni: 52 (12% su totale contatti)

Lo Standard di rappresentatività: la ricerca è rappresentativa dell'universo degli utilizzatori di servizi di Cooperalute impiegando un campione casuale. Con un campione di questa dimensione, l'errore statistico, la variabilità che accettiamo per avere delle informazioni da un campione piuttosto che dall'intera popolazione è compreso nell'intervallo $\pm 4.9\%$ al livello di confidenza del 95%. (Anche per i dati riproiettati sull'universo conservando l'esatta consistenza del rapporto user/no-user)

Modulo d'intervista utilizzato: Il testo integrale di tutte le domande rivolte ai rispondenti figura in Appendice

La percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda e **la percentuale dei non rispondenti** figurano nelle tabelle allegate.

Il "documento" completo del sondaggio, come richiesto dall'Authority in caso di pubblicazione sui mezzi di comunicazione di massa, è disponibile, all'indirizzo dell'Istituto Freni www.frenimkt.com e, in forma sintetica per gli aspetti metodologici, privo dei risultati come richiesto dalla recente Delibera n. 237/03/CSP (Modifiche e integrazioni al regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa), all'indirizzo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni <http://www2.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm>.

La presente ricerca è conforme alle norme del codice della **MRS** (The **Market Research Society**) e dell'**A.M.A** (American **Marketing Association**) per le Ricerche di Marketing e Sociali, di cui l'Istituto Freni è rispettivamente *full e professional member*, e, in quanto socio, del codice **ESOMAR** (European Society for Opinion and Marketing Research)

Privacy. Le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste sono tutelati nel rispetto della legge 675 del 18.11.1996, utilizzati solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti, e trattati e resi noti solo sotto forma di elaborati statistici rispettando l'anonimato dei singoli intervistati.

I dati contenuti nel presente rapporto sono di esclusiva proprietà di Cooperalute. I dati ed il rapporto contenuti nel presente documento possono venire riprodotti citando la fonte: ©Freni Ricerche Sociali e di Marketing

I dati sono stati elaborati con il package statistico proprietario di Freni Ricerche di Marketing **SMART** (Statistics for **MARK**eting Test), le elaborazioni di tipo multivariato sono interfacciate con **Cluto**.



IL NOSTRO CODICE ETICO

FRENI RICERCHE DI MARKETING SI IMPEGNA CON UN CODICE DI CONDOTTA CHE, OLTRE A RECEPIRE I CODICI DELLE ASSOCIAZIONI A CUI APPARTIENE (ESOMAR, MRS E AMA), INTENDE GARANTIRE ULTERIORE RESPONSABILITÀ SOCIALE AI SUOI CLIENTI, FORNITORI E COLLABORATORI.

FATTI NON PAROLE

100% RICERCA AD HOC MADE IN ITALY (*)

- ✓ Rispetto dei collaboratori: Freni Ricerche di Marketing compensa, al più elevato livello di quotazione di mercato, tutti i collaboratori esterni (intervistatori, reclutatori, supervisor, location e facilities), sempre contestualmente alla fine dell'incarico, max entro 30 gg dal suo svolgimento.
- ✓ Field di qualità: Freni Ricerche di Marketing per le interviste face to face e telefoniche gestisce direttamente una rete di intervistatori selezionati, senza subappalti a società esterne e non ricorre a call center, né offshore, né stranieri e nemmeno italiani.
- ✓ Field non anonimo: Nel report dell'indagine, vengono menzionati tutti coloro che hanno collaborato al lavoro di ricerca sul campo compresi i supervisor e i rilevatori.
- ✓ Riservatezza, sicurezza e qualità del dato: Tutti i dati vengono totalmente trattati e conservati internamente all'Istituto, senza trasferirli a strutture di elaborazioni dati esterne, in modo da garantire la massima riservatezza e qualità. I dati statistici vengono trattati con software proprietario sviluppato internamente, in formato protetto.
- ✓ Indipendenza e autonomia: Freni Ricerche di Marketing è un Istituto indipendente che esegue solo ricerche *ad hoc*, professionalmente e finanziariamente, autonomo da gruppi economici e politici.
- ✓ Freni non dispone di una rete di vendita dei propri servizi. La gran parte del nostro business proviene dal passaparola tra i clienti serviti; sono i nostri clienti a raccomandare i nostri servizi ad altre aziende e a elogiare la qualità del nostro impegno.
- ✓ Al servizio della Cultura della Ricerca. All'interno dell'istituto si trova una delle più ampie collezioni di materiale informativo sulle teorie e sull'applicazione della ricerca di marketing: una biblio-emeroteca che vanta migliaia di testi che ripercorrono la storia della ricerca di marketing dalla nascita ad oggi, disponibili su richiesta ai cultori della materia e ai tesisti.
- ✓ Solidità e Expertise: L'azienda, fondata nel 1983, è uno dei più anziani istituti impegnati nella ricerca sociale e di marketing d'Italia: il 66% delle aziende del settore sono state costituite più recentemente (fonte ESOMAR 2009).
- ✓ Una bottega rinascimentale fiorentina. Eseguiamo solo *ricerche ad hoc (non ci occupiamo di panel e omnibus)*. Appliciamo alla ricerca un modello efficiente di lavoro che proviene dai mestieri in uso nella bottega rinascimentale nel pieno rispetto dell'etica del lavoro e sempre alla ricerca del fare meglio.

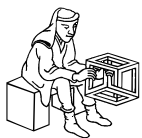
Tutte le ricerche di pubblico dominio realizzate da *Freni Ricerche Sociali e di Marketing* sono presenti sul sito del Garante per le Comunicazioni <http://www2.agcom.it/sondaggi/sondaggi.htm> così come lo sono, in ottemperanza alla delibera 153 del 25.7.2002, quelle realizzate da tutti gli altri istituti che operano in Italia. Una vetrina che consente di valutare e confrontare oggettivamente l'impegno e lo standard qualitativo delle aziende che operano in questo settore.



Motto

Crediamo nell'importanza della ricerca scientifica e ne promoviamo i valori anche in ambito accademico perché riteniamo che la conoscenza sia un bene di tutti. A questo fine Sul sito www.frenimkt.com (attualmente in fase di rifacimento) nella sezione educational mettiamo a disposizione di studenti, tesisti e studiosi materiale didattico specialistico continuamente aggiornato.

- (*) La stampa specializzata riporta che il 90% delle interviste telefoniche realizzate dagli istituti di ricerca italiani oggi giorno vengono eseguite in Albania, Romania, Tunisia



Freni Ricerche Sociali e di Marketing
Via della Villa Demidoff, 27
50127 Firenze
Tel. 055-350773
Fax 055 351 534

E-mail: frenimkt@frenimkt.com

Gennaio 2010

IL FONDO DI ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA COOPERSALUTE

© L'utilizzo e la riproduzione del modulo d'intervista sono interdetti e protetti, anche per uso didattico, salvo autorizzazione scritta. Legge 633 del 22.4.1941 sulla protezione del diritto d'autore e di tutti i diritti connessi al suo esercizio. Copyright: Vincenzo Freni.

Buongiorno! Stiamo conducendo, per conto di Coopersalute un'indagine volta a conoscere le esigenze degli associati e la validità delle prestazioni e dei servizi erogati. La preghiamo di collaborare rispondendo alle domande di questo questionario. Le sue risposte ci consentiranno di conoscere bisogni ed aspettative in materia di assistenza sanitaria integrativa e migliorare la nostra offerta di servizi. Trattandosi di una indagine statistica, naturalmente tutto quello che Lei ci dirà rimarrà assolutamente anonimo.

Lei in quanto dipendente di un'impresa della distribuzione cooperativa è iscritto al Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa "Coopersalute". Lei quanto si sente informato sul Fondo Coopersalute?

- | | |
|-------------------------|-----|
| completamente informato | [1] |
| abbastanza informato | [2] |
| poco informato | [3] |
| per niente informato | [4] |

Dovendo informarsi sui servizi e prestazioni di Coopersalute a chi si rivolgerebbe? Dove andrebbe a cercare le ulteriori informazioni di cui ha bisogno?

- | | |
|--|-----|
| sono già sufficientemente informato | [1] |
| colleghi/altri dipendenti | [2] |
| chiederei informazioni all'azienda | [3] |
| chiederei informazioni a Coopersalute | [4] |
| chiederei informazioni al sindacato | [5] |
| cercherei informazioni su sito Web di Coopersalute | [6] |

altri fonti di informazione [7] ← {precisare}

Lei quanto si sente a conoscenza delle modalità per richiedere al Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa Coopersalute il rimborso delle prestazioni e servizi offerti?

- | | | | |
|-------------------------|-----|----------------------|-----|
| completamente informato | [1] | poco informato | [3] |
| abbastanza informato | [2] | per niente informato | [4] |

Per i ticket che ha dovuto sostenere ha richiesto il rimborso a Coopersalute?

- | | |
|---|--|
| visite specialistiche | [1] |
| accertamenti diagnostici | [2] |
| pronto soccorso | [3] |
| gravidanza – maternità – diagnosi prenatale | [4] <u>RISPOSTA SPONTANEA</u> |
| trattamenti riabilitativi a seguito di infortunio | [5] |
| ho chiesto il rimborso ma non mi è stato concesso | [6] – > salta la prossima e vai alla domanda che segue |
| non ho chiesto il rimborso | [7] -> vai alla domanda successiva |
| altre prestazioni ← {precisare} | [8] |
| non ha utilizzato | [9] |

{Solo per chi ha usufruito del rimborso} Come valuta i tempi necessari per ottenere il rimborso dei servizi e prestazioni offerte dal Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa Coopersalute?

- | | | | |
|------------------------|-----|---------------------|-----|
| completamente adeguati | [1] | poco adeguati | [3] |
| abbastanza adeguati | [2] | per niente adeguati | [4] |

{Solo per chi ha usufruito del rimborso} Ci sono stati ritardi per ottenere il rimborso dei servizi e prestazioni offerte dal Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa Cooperalute?

sì [1]
sì, ma accettabili [2]
mai [3]

{Solo per chi ha usufruito del rimborso}. Era questo il servizio che si aspettava da Cooperalute?

Mi aspettavo un servizio meno efficiente [1]
Questo mi aspettavo [2]
Mi aspettavo un servizio più efficiente [3]
Altro [4]

Lei era a conoscenza della possibilità di utilizzare per la prenotazione di esami di diagnostica e visite specialistiche il Numero Verde messo a disposizione da Cooperalute? L'ha mai utilizzato?

non ha utilizzato perché non ne era a conoscenza [1]
ha utilizzato [2] Ricorda per cosa? ← {precisare}
non ha utilizzato perché non ne ha avuto necessità [3]
è la prima volta che ne sente parlare [4]

Lei era a conoscenza della possibilità di utilizzare per la prenotazione di esami di diagnostica e visite specialistiche il sito WEB di Cooperalute? L'ha mai utilizzato?

non ha utilizzato perché non ne era a conoscenza [1]
ha utilizzato [2] Ricorda per cosa? ← {precisare}
non ha utilizzato perché non ne ha avuto necessità [3]
è la prima volta che ne sente parlare [4]

Complessivamente quanto si sente soddisfatto dei servizi e delle prestazioni che Cooperalute le mette a disposizione?

completamente soddisfatto	[1]	poco soddisfatto	[3]
abbastanza soddisfatto	[2]	per niente soddisfatto	[4]

Quanto ritiene che l'iscrizione a Cooperalute risulti per lei vantaggiosa?

molto vantaggiosa	[1]	poco vantaggiosa	[3]
abbastanza vantaggiosa	[2]	per niente vantaggiosa	[4]

Nel novembre dello scorso anno è stato spedito per posta una informativa sull'influenza suina (AH1N1) da parte di Cooperalute. Lei ha ricevuto questa informativa e se si l'ha ritenuta utile?

Si, ho ricevuto e l'ho considerata utile [1]
Si, ho ricevuto ma non l'ho considerata particolarmente utile [2] → perché?
Si, ho ricevuto e l'ho considerata poco (o per niente) utile [3] → perché?
No, non ho ricevuto [4]
Non sa, non ricorda, non ritira personalmente la posta [5]

Nel Maggio dello scorso anno è stato spedito per posta il PIANO SANITARIO. Lei ha ricevuto questa comunicazione da Coopersalute che informa sui servizi e prestazioni alle quali ha diritto?

Si, ho ricevuto [1]

No, non ho ricevuto [2]

Non sa, non ricorda, non ritira personalmente la posta [3]

A proposito della documentazione ricevuta relativa al piano sanitario di Coopersalute: quanto considera comprensibile la comunicazione (chiarezza del linguaggio, comprensibilità delle informazioni)?

pienamente comprensibile [1]

abbastanza comprensibile [2]

poco comprensibile [3]

per niente comprensibile [4]

non sa, non ha letto [5]

Quanto si sente d'accordo con quanto affermato a proposito di Coopersalute da altri intervistati prima di lei?

SONO D'ACCORDO

	molto	abbastanza	poco	per niente
il Fondo Integrativo è una garanzia in più	[1]	[2]	[3]	[4]

Coopersalute risponde al principio di solidarietà che ispira il mondo della cooperazione e del sindacato	[1]	[2]	[3]	[4]
---	-----	-----	-----	-----

la copertura dovrebbe venire estesa a tutto il nucleo familiare	[1]	[2]	[3]	[4]
---	-----	-----	-----	-----

la copertura dovrebbe includere altre prestazioni sanitarie	[1]	[2]	[3]	[4]
---	-----	-----	-----	-----

Lei conosce il sito Web di Coopersalute (www.coopersalute.it)? Quante volte lo ha visto?

N. volte ← {precisare}

Quali attività ha svolto sul sito di Coopersalute www.coopersalute.it ?

consultazione faq (domande/risposte) [1]

download documentazione [2]

accesso ad area iscritti [3]

altre attività [4] ← {precisare}

Quanto ha visitato il sito di Coopersalute ha incontrato difficoltà a reperire le informazioni che stava cercando?

molte difficoltà	[1]	nessuna difficoltà	[3]
------------------	-----	--------------------	-----

alcune difficoltà	[2]	non ha visitato	[4]
-------------------	-----	-----------------	-----

Lei ha avuto occasione di mettersi in contatto con la Centrale Operativa di Coopersalute tramite il Numero Verde? In quali situazioni?

più volte [1] In quali situazioni? ← {precisare}

una volta [2] In quale situazione? ← {precisare}

mai [3]

Se ha contattato il numero Verde. Come si è trovato? Quanto è soddisfatto dei tempi di attesa, della cortesia della persona con la quale ha parlato, delle informazioni che le sono state fornite?

	tempi di attesa	cortesia	informazioni ricevute
molto soddisfatto	[1]	[1]	[1]
abbastanza soddisfatto	[2]	[2]	[2]
poco soddisfatto	[3]	[3]	[3]
per niente soddisfatto	[4]	[4]	[4]
non ha contattato il Numero Verde	[5]	[5]	[5]

Lei dispone di un collegamento ad Internet?

dispone già di collegamento ad Internet [1]
 non dispone ma intende stabilire [2]
 non dispone e non prevede di stabilire [3]

Lei dispone di un recapito di e-mail?

dispone già di un indirizzo di e-mail [1]
 non dispone ma intende stabilire [2]
 non dispone e non prevede di stabilire [3]

Quale quotidiano le è capitato di leggere nella giornata di ieri (anche se non ha acquistato personalmente)?

Il Corriere della Sera	[1]	Il Tempo	[9]
La Repubblica	[2]	L'Unità	[10]
La Stampa	[3]	Il Manifesto	[11]
Il Resto del Carlino	[4]	quotidiani gratuiti	[12]
La Nazione	[5]	altri quotidiani	[13] →
{precisare}			
Il Messaggero	[6]	non legge quotidiani	[14]
Il Giornale	[7]		
Libero	[8]		

Nella giornata di ieri lei ha ascoltato il telegiornale della sera? Su quali emittenti?

Rai 1	[1]	Italia Uno	[6]
Rai 2	[2]	LA 7	[7]
Rai 3	[3]	Sky	[8]
Canale 5	[4]	RAI news 24	[9]
Rete 4	[5]	altre emittenti	[10] → {precisare}

Età

18-25 anni	[1]	46-55 anni	[4]
26-35 anni	[2]	56-65 anni	[5]
36-45 anni	[3]	oltre 65 anni	[6]

Sesso

maschio	[1]
femmina	[2]

Titolo di studio

licenza elementare	[1]
licenza media inferiore	[2]
diploma media superiore	[3]
laurea	[4]

Cognome e Nome dell'intervistato **Tel**

Gestore assicurazione Unisalute [1] Musa [2]

Comune e provincia **Regione**

Area Nielsen [1] [2] [3] [4] {Sardegna = 3}

La Sua intervistata è terminata La ringraziamo della collaborazione e della Sua disponibilità, anche a nome di Coopersalute

Freni Ricerche Sociali e di Marketing tutela tutte le informazioni ed i dati raccolti nel corso delle interviste nel rispetto del DLGS

n.196/2003, utilizzandoli solo per gli scopi per i quali sono stati raccolti.

Tutte le informazioni personali che l'intervistato ci ha fornito verranno trattate, con mezzi automatizzati o meno, in forma assolutamente anonima e verranno impiegate soltanto ai fini della presente ricerca di mercato.

Responsabile del trattamento dei dati che La riguardano è il **Dott. Vincenzo Freni**.

L'intervistato gode dei diritti che il **DLGS n.196/2003 Art. 8** gli riconosce, fra cui:

- a) ottenere la conferma dell'eventuale esistenza in Istituto dei dati personali che La riguardano e riceverne comunicazione in forma intelligibile;
- b) ottenere conoscenza della loro origine e delle finalità alle quali è rivolto il loro trattamento;
- c) ottenere la cancellazione, la trasformazione in forma anonima, il blocco, l'aggiornamento, la rettifica o l'integrazione delle informazioni personali che La riguardano;
- d) opporsi al trattamento delle informazioni personali che La riguardano.

Scrivendo o semplicemente telefonando a Freni Ricerche Sociali e di Marketing Via della Villa Demidoff, 27 - 50127 Firenze

Tel. 055-350773 Fax 055 351 534 E-mail: frenimkt@frenimkt.com

Le tavole statistiche dove vi sono delle mancate risposte

Incrocio fra Tab.6 Lei quanto ritiene di essere a conoscenza delle diverse prestazioni erogate da Coopersalute? & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
non indica	0.3		

Incrocio fra Tab.12 Come valuta i tempi necessari per ottenere il rimborso dei servizi e prestazioni offerti da Coopersalute? & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	50.3		

Incrocio fra Tab.17 Complessivamente quanto si sente soddisfatto dei servizi e delle prestazioni che Coopersalute le mette a disposizione? & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	21.0		

Incrocio fra Tab.18 Quanto ritiene che l'iscrizione a Coopersalute risulti per lei vantaggiosa? & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	13.5		

Incrocio fra Tab.23 Quanto considera comprensibile la comunicazione (chiarezza del linguaggio - comprensibilità delle informazioni)? & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non sa, non ha letto	26.3		

Incrocio fra Tab.26 Il Fondo Integrativo è una garanzia in più & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	6.3		

Incrocio fra Tab.27 Coopersalute risponde al principio di solidarietà che ispira il mondo della cooperazione e del sindacato & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	12.5		

Incrocio fra Tab.28 La copertura dovrebbe venire estesa a tutto il nucleo familiare & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	4.5		

Incrocio fra Tab.29 La copertura dovrebbe includere altre prestazioni sanitarie & Codifica user			
		user	no-user
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
non indica	7.0		

Il campione

Incrocio fra Tab.52 Età & Codifica user			
		<i>user</i>	<i>no-user</i>
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
18-25 anni	1.0		
26-35 anni	20.5		
36-45 anni	37.3		
46-55 anni	35.5		
56-65 anni	5.8		

Incrocio fra Tab.53 Genere & Codifica user			
		<i>user</i>	<i>no-user</i>
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
maschio	40.8		
femmina	59.3		

Incrocio fra Tab.56 Regione & Codifica user			
Totale	400		
(% verticali)	100.0		
Piemonte	7.8		
Lombardia	13.0		
Veneto	4.8		
Friuli	4.0		
Liguria	5.0		
Emilia-Romagna	25.5		
Toscana	22.3		
Umbria	3.3		
Marche	3.5		
Lazio	4.5		
Campania	1.0		
Abruzzo	0.8		
Puglia	3.0		
Sicilia	1.5		
Sardegna	0.3		

Comuni dove è stata effettuata almeno un'intervista

Acerra
Afragola
Albareto*Modena
Alessandria
Amelia
Ancona
Andria
Anzola Dell'emilia
Aprilia
Arcore
Arezzo
Asciano
Assisi
Azzano Decimo
Bari
Bellaria-Igea Marina
Besana In Brianza
Biella
Bologna
Borgo San Lorenzo
Bornasco
Buriasco
Cairo Montenotte
Calci
Calderara Di Reno
Cameri
Campi Bisenzio
Campobello Di Licata
Cantu'
Caorso
Capannori
Carmagnola
Carrara
Cartignano
Casalecchio Di Reno
Casalnuovo Di Napoli
Casirate D'adda
Cassolnovo
Castel Del Piano
Castel Maggiore
Castel San Pietro Terme
Castelfiorentino
Castellina In Chianti
Castello Di Serravalle
Castelnovo Bariano
Castelnuovo Berardenga
Castelnuovo Magra
Catania
Ceggia
Cento
Cernusco Sul Naviglio

Cesena
Cesiomaggiore
Chiaravalle
Cingia De' Botti
Cinisello Balsamo
Cirie'
Cisano Bergamasco
Colle Di Val D'elsa
Colleferro
Concordia Sagittaria
Consandolo*Argenta
Corsico
Crema
Cremona
Cuorgne'
Cusano M.
Empoli
Falconara Marittima
Feletto
Ferrara
Fiesso Umbertino
Firenze
Forli'
Fucecchio
Genova
Gioia Del Colle
Goito
Grosseto
La Spezia
Laconi
Lainate
Lama*Taranto
Lavena-Ponte Tresa
Lecce
Legnano
Leini'
Lendinara
Livorno
Lodi
Malalbergo
Mantova
Mariano Comense
Marineo
Marzabotto
Masi Torello
Massa Martana
Messina
Milano
Modena
Modugno
Mondovi'
Monfalcone

Monfalcone
Monsampolo Del Tronto
Monte Di Malo
Monte San Pietro
Montechiarugolo
Montefiore Conca
Montemonaco
Montemurlo
Muggia
Muggio'
Nettuno
Novara
Noventa Di Piave
Ospitale*Bondeno
Ostra
Paderno Dugnano
Padova
Palermo
Parma
Perugia
Pesaro
Pescara
Piacenza
Pianiga
Pieve Emanuele
Pinarolo Po
Pizzighettone
Poggio Renatico
Ponte San Pietro
Porto Mantovano
Portomaggiore
Prato
Predappio
Preganziol
Quartu Sant'elena
Quinto Vicentino
Ravenna
Recco
Recoaro Terme
Reggio Emilia
Rieti
Rimini
Roma
Rosignano Marittimo
S.Damaso*Modena
Sacile
Salerno
San Gimignano
San Giorgio Di Mantova
San Giorgio Di Piano
San Giovanni In Persiceto
San Giuliano Terme

San Giustino
San Lazzaro Di Savena
San Martino*Ferrara
San Mauro Torinese
San Quirico D'orcia
San Vito Al Tagliamento
Santo Stino Di Livenza
Savona
Scandicci
Senigallia
Seren Del Grappa
Sesto Fiorentino
Siena
Signa
Sinalunga
Siracusa
Spinetoli
Surbo
Suzzara
Taranto
Tavagnacco
Terni
Todi
Torino
Torrita Di Siena
Trieste
Truccazzano
Tuoro Sul Trasimeno
Venaria Reale
Venezia
Venezia
Venezia
Vercelli
Vigevano
Villanova Canavese
Villanova D'albenga
Villarbasse
Vimercate
Vinci
Viterbo
Vitorchiano
Volpago Del Montello
Zola Predosa