



Ostellato, marzo 2021

Report di sintesi dell'analisi realizzata nell'ambito della WP T.1 Analisi e benchmarking

A cura di DELTA 2000 soc. cons. a r.l.

Il progetto TANGRAM finanziato nell'ambito del programma ADRION ha concluso la sua prima fase di attività relativa all'analisi e benchmark dei territori, sulla base dei 17 indicatori individuati nell'ambito del progetto, finalizzati alla valutazione della qualità della gestione della destinazione e alla qualità dei prodotti turistici (deliverables T1.2.1 – T1.3.1).

Nel 2020, attraverso la somministrazione di questionari di indagine ai turisti e alle imprese locali, sono stati raccolti i dati ed elaborati i risultati per ogni indicatore di valutazione di qualità delle destinazioni partners (deliverables T1.1.)

Di seguito si presenta una breve sintesi dei risultati ottenuti: i report complessivi saranno a breve disponibili sul sito web di progetto www.tangram.adrioninterreg.eu e sul sito di DELTA 2000 alla pagina dedicata al progetto TANGRAM.

LA PRIMA FASE DELL'INDAGINE: I QUESTIONARI AI TURISTI E AGLI OPERATORI LOCALI



Sei un **TURISTA** che ha visitato il Delta del Po, il PARCO DEL DELTA ? O i suoi MUSEI? O le SPIAGGE ? Comacchio? Cervia ? Ravenna ? O gli altri borghi del nostro territorio ?

Le attività sono iniziate con un **attività di ricerca e analisi** che si è svolta tra la primavera e l'estate del 2020 : purtroppo a causa della situazione pandemica l'attività ha potuto finora svolgersi solo on line attraverso questionari rivolti agli operatori turistici, turisti e stakeholders del settore turistico del territorio del Delta.

I questionari sono serviti per una **valutazione della qualità** delle destinazioni e della gestione della destinazione partner, tra cui anche il Delta emiliano-romagnolo: **le interviste on line hanno coinvolto circa 180 soggetti, di questi 129 turisti e più di 50 imprese del settore turistico.**

Le interviste ai turisti prevedevano una serie di più di 20 domande, rivolte a indagare le motivazioni della visita, gli elementi positivi e negativi riscontrati nel territorio, l'assistenza ricevuta in loco o le informazioni ricevute in loco ma anche prima di giungere a destinazione, gli elementi più significativi che spingono il turista a tornare, ecc.

Al questionario hanno risposto n. 129 soggetti, di cui l'88% turisti nazionali e il 12% turisti stranieri, rappresentati sia uomini che donne, con prevalenza di turisti con età compresa tra 46-55 anni. L'80% dei turisti dichiara di essere arrivato nel Delta del Po in auto e auto organizzato (91%).

Una volta giunti a destinazione, la maggior parte dei turisti sceglie di pernottare in appartamenti privati (34%), che comunque rappresentano la quota maggiore dell'offerta turistica di questa zona. Agli appartamenti privati seguono gli hotel, con una percentuale del 25% e i campeggi (21%).

Solo il 13% degli intervistati sono turisti escursionisti ovvero che vivono nei pressi della zona del Delta del Po e che non necessitano di strutture ricettive.

La bellezza del paesaggio e della natura è il **motivo principale per visitare l'area del Delta del Po** per il 66% degli intervistati, seguito dal turismo costiero e marittimo con n. 49 visitatori (37%), turismo culturale e offerta gastronomica (n. 39 visitatori, 30%) e turismo lento (n.25 visitatori, 20%).

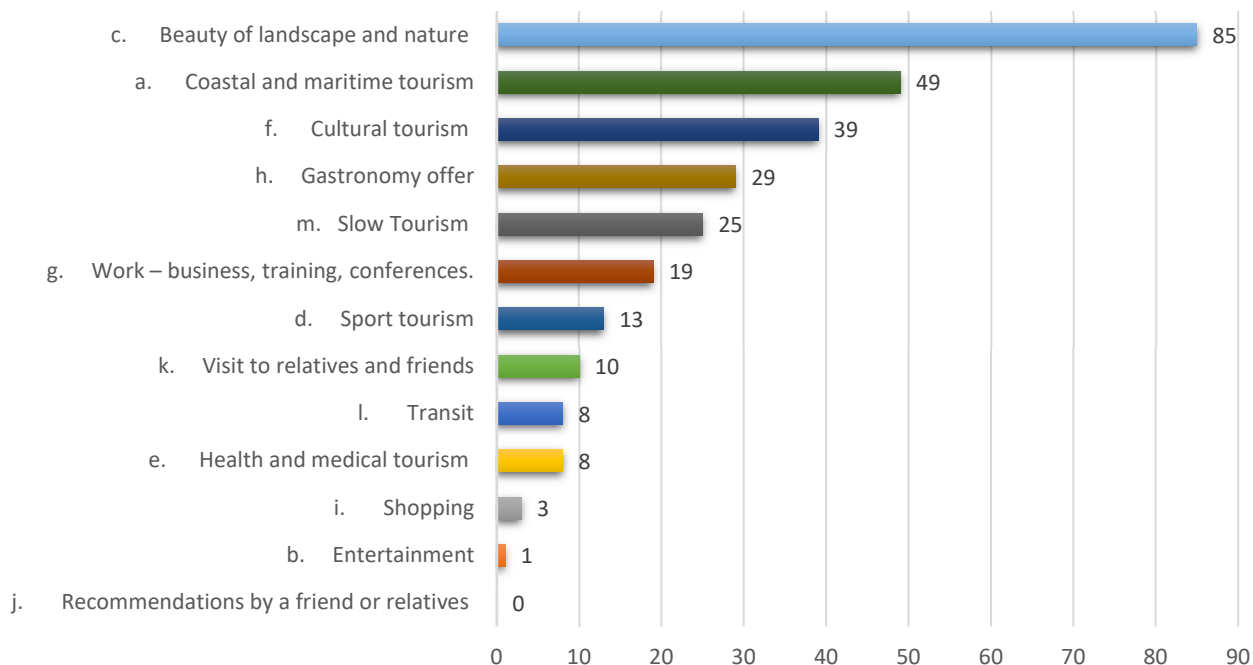
Se si considera che la bellezza e il paesaggio della natura, il turismo culturale e la gastronomia sono una declinazione del turismo lento, lo **slow tourism emerge come la motivazione principale per visitare l'area del Delta del Po.**

I periodi principali per visitare il Delta del Po sono la primavera e l'estate, seguite dall'autunno.

I fattori che i visitatori apprezzano di più sono la gastronomia locale, la bellezza del patrimonio paesaggistico, culturale e storico ma sono molto insoddisfatti dal traffico locale, dalle infrastrutture dei percorsi e dalla scarsa disponibilità di parcheggi

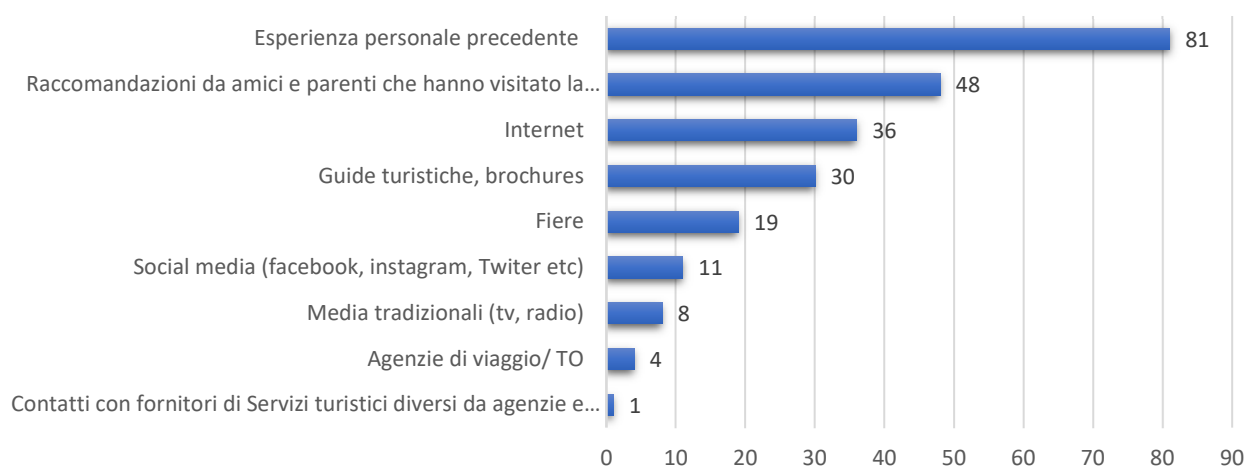
Il 91% dei visitatori vorrebbe visitare di nuovo questa destinazione e il 90% consiglierebbe il Delta del Po ad amici o parenti.

Quali sono le principali motivazioni che ti hanno spinto a visitare il Delta emiliano-romagnolo?



Le fonti di informazione per raggiungere il Delta del Po si basano principalmente sull'esperienza personale: le precedenti positive esperienze e il passaparola rappresentano infatti i principali motivi per un viaggio nel Delta, elevato anche in generale la ricerca sul web, mentre limitato è l'impatto di altre fonti.

Le fonti di informazione sulla destinazione Delta emiliano-romagnolo sono state prese da ...

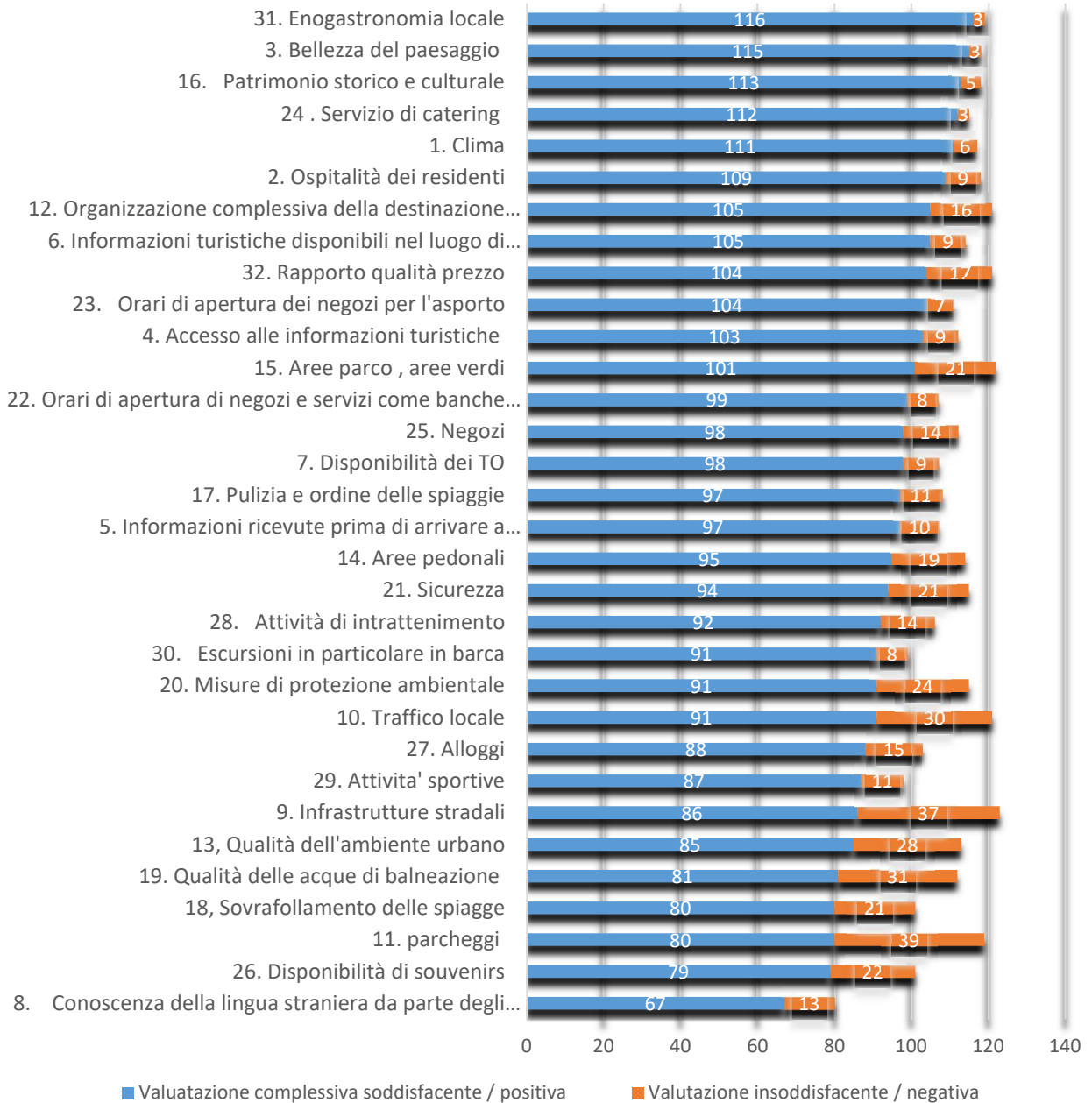


In termini di livello di soddisfazione rispetto a quanto offerto dal Delta del Po, il giudizio complessivo è più che positivo: la bellezza del paesaggio, seguito dal patrimonio culturale e storico e dalla gastronomia locale sono elementi che hanno ottenuto ottime valutazioni, unitamente ai servizi di ristorazione, ospitalità e organizzazione complessiva della destinazione turistica e delle informazioni a disposizione del turista una volta giunto a destinazione.

Giudizio negativo invece per la disponibilità di parcheggi auto, il traffico locale, le infrastrutture stradali, seguiti dall'insufficienza dei souvenir adeguati tra gli altri.

Il questionario on line completo è visualizzabile a questo link https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScJsxdlvRAhURWv7w41NUdvSLB7Rg3qpORRRQz60dcYFk-5Mg/viewform?usp=pp_url

Livello di soddisfazione in relazione all'offerta disponibile - Satisfaction and dissatisfaction aggregated



Sei un **OPERATORE TURISTICO** del Delta del Po?



L'indagine condotta con gli operatori turistici è stata diretta rilevare una serie di elementi quali i fattori negativi e positivi esistenti nel territorio, i principali svantaggi e vantaggi nel fare business nell'area, quali erano i principali ostacoli ad un ulteriore sviluppo turistico, ecc.

La valutazione della destinazione del Delta del Po da parte degli operatori turistici è stata realizzata grazie alla partecipazione di **n.52 operatori locali**. Il 52% delle aziende che hanno partecipato all'indagine sono realtà imprenditoriali costituite negli ultimi anni, dopo il 2000. Sono per lo più imprese individuali (46%) e aziende private (33%), ma di piccole dimensioni con una media di 9 dipendenti o meno.

Il 52% sono strutture ricettive che, in termini di tassi di occupazione, mostrano tassi di occupazione elevati durante l'estate (81-100%) seguiti dalla primavera con un livello medio compreso tra il 41-60%. L'85% degli operatori possiede un sito web di cui l'86% è disponibile anche in inglese e in altre lingue straniere.

Per promuovere le attività i social media hanno una grande importanza: il 60% degli operatori turistici utilizza i social media per promuovere servizi e offerte seguiti da pieghevoli e volantini tradizionali (17%).

Gli operatori pensano che i motivi principali per visitare l'area del Delta del Po sia il turismo costiero e marittimo (ragioni indicate dal 46% degli operatori), seguito da diverse varietà di turismo slow, come le bellezze naturali e paesaggistiche (dal 33% degli operatori) e culturali turismo (8%) e altre forme di turismo lento (9%).

La maggior parte degli operatori ha evidenziato che il settore turistico nell'area del Delta del Po ha un grande potenziale, tuttavia non adeguatamente sfruttato.

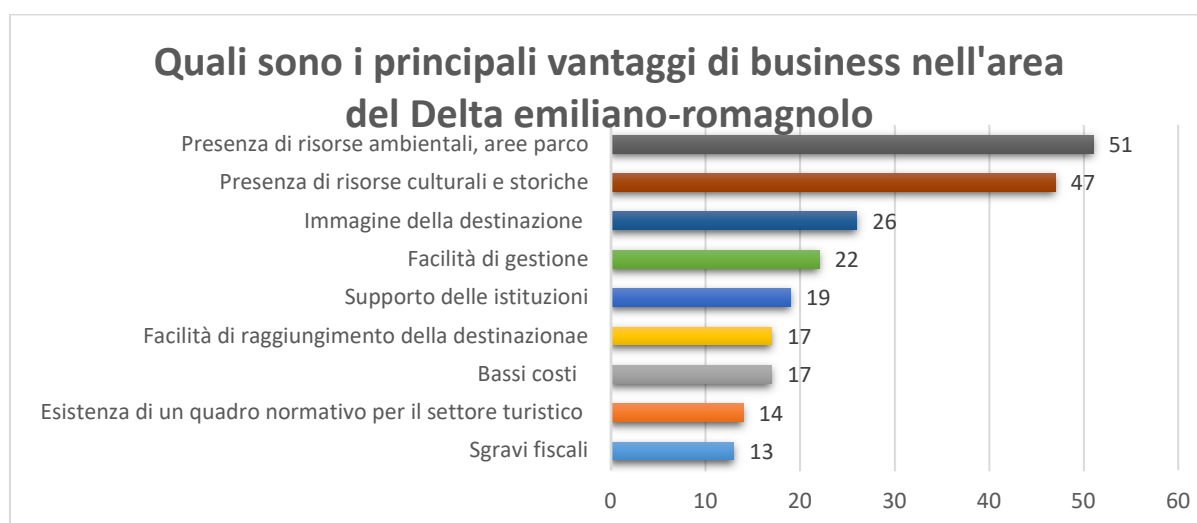
Tra gli elementi negativi emersi, carenze di servizi per i turisti, carenze nei collegamenti di trasporto e nelle infrastrutture, segnalato anche dai turisti. Inoltre, anche in termini di qualità di una serie di servizi, le PMI valutano come negativi i trasporti, i percorsi, le corsie di consultazione per moto e biciclette insieme ai servizi per portatori di handicap. I fattori sopra citati sono sicuramente fattori che richiedono azioni e misure importanti in ottica di miglioramento e crescita.

Considerando l'attuale livello di sviluppo turistico nella destinazione turistica, le prevalenze di feedback negativi sono le seguenti: trasporti (49 risposte negative, solo 3 risposte parziali positive, 94%), servizi per persone con disabilità (43 risposte negative su 52, 83%) e corsie consultive per motociclette e biciclette (40 risposte negative su 52, 77%).

Infine, gli operatori considerano importante per lo sviluppo turistico ma non abbastanza sviluppata la collaborazione tra enti pubblici e privati.

Tra i fattori positivi, in linea con quanto riportato dai visitatori, anche gli operatori turistici hanno valutato positivamente **la presenza di risorse naturali e culturali nell'area ritenuto il più importante vantaggio commerciale nell'area del Delta del Po**, seguito **dall'immagine della destinazione**. In termini di qualità dei servizi nell'area del Delta del Po, le migliori qualità indicate dagli operatori sono la qualità del cibo (50 risposte positive su 52, 96%) e della sistemazione (40 risposte positive su 52, 77%). In termini di valutazione dell'attuale livello di sviluppo turistico, le migliori valutazioni indicano cordialità dei visitatori locali, cura della sicurezza dei visitatori e gamma di programmi per il tempo libero.

Con riferimento alla possibile motivazione a visitare anche in futuro la destinazione del Delta del Po, gli operatori valutano che gli elementi più rilevanti potrebbero essere turismo costiero (27%), Risorse ambientali e aree parco (27%), turismo lento (25%), Turismo sportivo (23%) e birdwatching (23%), in linea con la motivazione delle visite dei visitatori.



Il questionario online completo è visualizzabile a questo link https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeVd7qIXjcrXJtSDnlp3XAmV9H_T5RJAR4LHdO5ISoy44Njw/vi ewform?usp=pp_url

INDICATORI DI GESTIONE DELLA DESTINAZIONE TURISTICA : UN CONFRONTO CON GLI ALTRI PARTNER

Nell'ambito del progetto sono stati poi individuati 17 indicatori in base ai quali valutare la qualità della destinazione e la qualità della sua gestione, basandosi sulle risposte fornite dall'indagine presso gli operatori e i turisti.

Gli indicatori di gestione della destinazione turistica dell'area del Delta del PO Emiliano romagnolo, facendo riferimento ai dati raccolti dalle risposte dei questionari rivolti ai turisti e alle imprese turistiche (T1.2.2 – T1.2.3), sono stati valutati buoni (valore 4) per:

- “Qualità dell'accoglienza”? La soddisfazione del turista in relazione alla cordialità e all'ospitalità della gente locale nella destinazione turistica. C'è un alto livello di soddisfazione sia da parte dei turisti nel giudicare l'accoglienza ricevuta sia da parte degli operatori turistici nella cordialità della gente del posto verso i visitatori.
- “Comunicazione prima dell'arrivo”? La qualità della comunicazione sulla destinazione ricevuta dai turisti prima dell'arrivo nella destinazione.
- “Alloggio”? La soddisfazione del turista in relazione all'alloggio nella destinazione. I più positivi sono i turisti, che hanno pochissime lamentele sugli alloggi.
- “Mangiare e bere”? Soddisfazione dei turisti in relazione alla qualità dei posti per mangiare e bere nella destinazione. Una valutazione complessivamente alta, espressa soprattutto dalle aziende. Una valutazione complessivamente alta, espressa soprattutto dalle imprese turistiche nel giudicare la qualità del cibo.
- “Attività nella destinazione”? Soddisfazione dei turisti per la qualità delle cose da fare nella destinazione. Le attività sportive all'aperto sono particolarmente apprezzate.
- “Qualità delle acque di balneazione”? Soddisfazione dei turisti in relazione alla pulizia delle zone balneari nella destinazione.
- “Parchi e giardini”? Soddisfazione dei turisti rispetto alle attività di parchi e giardini nella destinazione. Molto apprezzato dai turisti, il territorio del Delta del PO è un'intera area naturale Parco Regionale e Riserva MAB dell'Unesco.
- “Rapporto qualità-prezzo”? Soddisfazione dei turisti in relazione al valore ricevuto nella destinazione verso il prezzo che hanno pagato?

Indicatori di valutazione della gestione della destinazione turistica, valutati soddisfacenti dai turisti e dalle imprese turistiche in base alla loro percezione sono:

- “Vitalità dell'industria turistica locale”? Soddisfazione dell'industria turistica locale per il clima d'affari nella destinazione. C'è una mancanza di coinvolgimento degli operatori economici nel dialogo sociale sulle questioni legate al turismo, non ci sono agevolazioni fiscali. Un altro problema è la raggiungibilità della destinazione e una scarsa segnaletica (mappe e indicazioni).
- “Sostegno alla destinazione turistica locale”? Soddisfazione dell'industria turistica locale in relazione alle opportunità di supporto alle imprese offerte nella destinazione (centri di consulenza, programmi di finanziamento, prestiti agevolati) ecc.
- “Sicurezza nella destinazione”? Sentimenti di sicurezza dei turisti, compresa la criminalità e la disponibilità di servizi sanitari nelle destinazioni. In media, i turisti percepiscono la destinazione come leggermente più sicura degli operatori economici.

- "Qualità dell'aria nella destinazione"? Livelli di soddisfazione dei turisti sulla qualità dell'aria nella destinazione. I turisti sono soddisfatti delle misure di protezione ambientale nell'area del Delta del Po, le imprese chiedono maggiore attenzione per l'ambiente e attività contro l'inquinamento.
- "Qualità dell'ambiente locale"? I turisti valutano positivamente la pulizia e l'ordine delle spiagge, gli operatori economici chiedono miglioramenti sull'igiene e la pulizia della destinazione (rifiuti, pulizia dei bagni, strade, ecc).
- "Accessibilità? Soddisfazione del turista con disabilità e mobilità limitata in relazione all'accessibilità ai servizi turistici nella destinazione. I turisti sono soddisfatti delle strade e dei parcheggi, le aziende private valutano male le infrastrutture e i servizi per le persone con disabilità.
- "Trasporto"? Soddisfazione dei turisti per i servizi di trasporto nella destinazione.
- "Informazione"? Soddisfazione dei turisti sulla qualità delle informazioni fornite sulle cose da fare nella destinazione. Il trasporto locale deve essere migliorato.

Mentre gli indicatori valutati con un giudizio complessivo scarso sono:

- le "Attività di marketing e promozione della destinazione"? Soddisfazione dell'industria turistica locale in relazione alla qualità delle attività di marketing e promozione della destinazione da parte delle autorità locali responsabili della gestione della destinazione. La richiesta degli attori commerciali è di avere più cooperazione tra il settore pubblico e privato in relazione alle attività promozionali da parte del governo locale, anche fornire più informazioni sulla destinazione (centri di informazione, sito web).

L'analisi nel complesso ha evidenziato che la destinazione dell'Area Delta del Po ha giudizi molto positivi per gli indicatori di qualità dei prodotti turistici, quasi tutti sopra le valutazioni "medie" emerse nelle altre destinazioni dell'area ADRION. Invece margini di miglioramento sono più evidenti in relazione agli indicatori di qualità della destinazione per i quali la valutazione più critica è risultata dalle risposte/percezione degli operatori economici mentre i turisti sono più soddisfatti sotto quasi tutti gli aspetti.

Il valore dei giudizi assegnati è 1 Molto povero – 2 Scarso – 3 Soddisfacente – 4 Buono - 5 Eccellente

Nr	INDICATORI DI VALUTAZIONE DELLA GESTIONE DELLA DESTINAZIONE	PP1	PP2	PP3	PP5	P6	PP7	PP8	PP9	PP10	Mean
		Monza IT	Delta Po IT	Nova Gorica SLO	Murter Island HR	Evia GR	Nis SRB	Fuska Gora SRB	Banja BiH	Vlora AL	
1	Come valutate la "Vitalità dell'industria turistica locale"?	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3.22
2	Come valutate il "Sostegno della destinazione turistica locale"?	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2.78
3	Come valuta le attività di marketing e promozione della destinazione?	3	2	2	3	4	4	3	3	4	3.11
4	Come valuta la "Qualità dell'accoglienza"?	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4.22
5	Come valuta la "Sicurezza nella destinazione"?	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3.67
6	Come valuta la "Qualità dell'aria nella destinazione"?	5	3	5	3	4	2	3	3	3	3.56
7	Come valuta la "Qualità dell'ambiente locale"?	5	3	5	3	2	3	2	3	3	3.44
8	Come valutate la "Comunicazione prima dell'arrivo"?	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3.67
9	Come valuta l'"Accessibilità"?	4	3	4	3	2	4	2	3	3	3.11
10	Come valuta il "Trasporto"?	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3.44
11	Come valuta "Alloggio"?	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
12	Come valuta le "Informazioni"?	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3.56
13	Come valuta "Mangiare e bere"?	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4.33
14	Come valuta la "Qualità delle acque di balneazione"?	5	4	3	3	2	4	3	4	3	3.67
15	Come valutate le "Attività"?	NA	4	5	3	2	4	4	3	3	3.5
16	Come valuta il "Rapporto qualità/prezzo"?	5	4	2	4	3	3	4	4	3	3.65
17	Come valuta "Parchi e giardini"?	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3.89
	Media dei valori per ogni destinazione	3.82	3.41	3.65	3.41	3	3.71	3.4	3.47	3.4	

Tabella 2.1.1 Tabella riassuntiva degli indicatori utilizzati per valutare la qualità della gestione della destinazione in base alla percezione dei turisti e delle imprese turistiche.

La valutazione degli indicatori della qualità delle destinazioni TANGRAM è avvenuta anche attraverso dati scientifici provenienti da fonti secondarie disponibili (deliverable T1.3.3), come ad esempio per il caso dell'area del Delta del Po: ISTAT, ARPAE, Regione Emilia Romagna, Comuni, Ministero dell'Interno, Programma Leader DELTA 2000, Legambiente, Centri Visita Parco del Delta del Po, Indagini quali/quantitative, ecc.. I dati sono stati raccolti ed elaborati assegnando per ogni indicatore un giudizio di declino (1), crescita (2) e stabilità (3,) o non applicabile (4) nel caso di mancanza di fonti.

BENCHMARKING DELLA VALUTAZIONE DELLA PERFORMANCE TRA LE DESTINAZIONI

La tabella successiva riassume il benchmarking della valutazione della performance tra le destinazioni, mostra la tendenza per ogni indicatore e la percentuale complessiva. Gli indicatori che l'analisi delle fonti secondarie definiscono con una tendenza crescente per l'area Adriion sono:

- "Vitalità dell'industria turistica locale" e "Supporto della destinazione turistica locale" - 100%
- "Sicurezza nella destinazione" - 88,9%
- "Attività" - 77,8%
- "Qualità dell'ambiente locale", l'"Accessibilità" e l'"Informazione" – 66,7%

Non si sono riscontrate fonti secondarie ovvero raccolte attraverso specifiche rilevazioni documentali e statistiche da fonti ufficiali e quindi dati utili alla valutazione di alcuni indicatori, per i quali sarà necessario in futuro impostare un determinato sistema di monitoraggio. Indicatori al momento considerati "non applicabili":

- "Mangiare e bere" e "Trasporto" – 77,8%
- "Comunicazione prima dell'arrivo" e "Alloggio" - 66,7%
- "Rapporto qualità-prezzo" - 55,6%

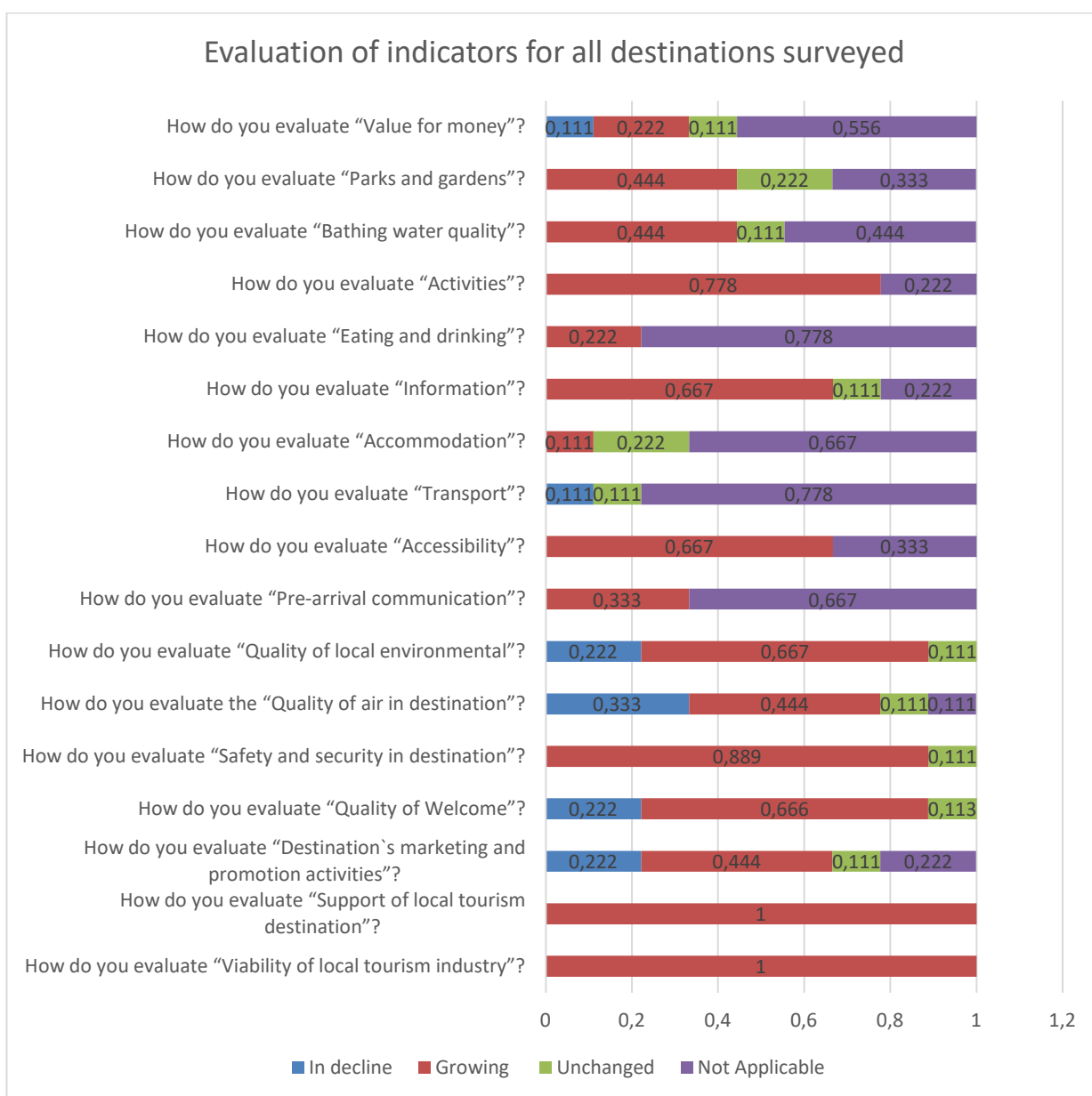
Tabella riassuntiva del benchmarking della valutazione della performance tra le destinazioni

Nr	Indicatori di valutazione della gestione della destinazione di qualità	PP1 Monza IT	PP2 Delta Po IT	PP3 Nova Gorica SLO	PP5 Murter Island HR	P6 Evia GR	PP7 Nis SRB	PP8 Fuska Gora SRB	PP9 Banja BiH	PP10 Vlora AL	In declino	In crescita	Invariato	Non applicabile
1	Come valutate la "Vitalità dell'industria turistica locale"?	2	2	2	2	2	2	2	2	2		100.00%		
2	Come valutate il "Sostegno della destinazione turistica locale"?	2	2	2	2	2	2	2	2	2		100.00%		
3	Come valuta le attività di marketing e promozione della destinazione?	2	3	2	2	2	4	4	1	1	22.20%	44.40%	11.10%	22.20%
4	Come valuta la "Qualità dell'accoglienza"?	2	1	2	2	2	2	2	3	1	22.20%	66.60%	11.30%	
5	Come valuta la "Sicurezza nella destinazione"?	2	2	3	2	2	2	2	2	2		88.90%	11.10%	
6	Come valuta la "Qualità dell'aria nella destinazione"?	2	1	2	2	3	1	4	1	2	33.30%	44.40%	11.30%	11.10%
7	Come valuta la "Qualità dell'ambiente locale"?	2	2	1	2	3	2	2	2	1	22.20%	66.70%	11.10%	
8	Come valutate la "Comunicazione prima dell'arrivo"?	4	2	4	4	4	4	4	2	2		33.30%		66.70%
9	Come valuta l'"Accessibilità"?	2	2	2	4	2	4	4	2	2		66.70%		33.30%
10	Come valuta il "Trasporto"?	4	4	1	4	4	4	4	4	3	11.10%		11.10%	77.80%
11	Come valuta "Alloggio"?	4	3	2	4	3	4	4	4	4		11.10%	22.20%	66.70%
12	Come valuta le "Informazioni"?	2	3	2	4	4	2	2	2	2		66.70%	11.10%	22.20%
13	Come valuta "Mangiare e bere"?	4	4	2	4	4	4	4	2	4		22.20%		77.80%
14	Come valuta la "Qualità delle acque di balneazione"?	2	2	2	4	2	4	2	2	2		77.80%		22.20%
15	Come valutate le "Attività"?	4	3	2	2	2	4	4	4	2		44.40%	11.10%	44.40%
16	Come valuta il "Rapporto qualità/prezzo"?	4	2	2	2	3	4	4	3	2		44.40%	22.20%	33.30%
17	Come valuta "Parchi e giardini"?	4	2	4	4	3	4	4	2	1	11.10%	22.20%	11.10%	55.60%
In declino			11.75%	11.76%			5.88%		11.76%	23.53%				

LA VALUTAZIONE DEGLI INDICATORI DA PARTE DEI SOGGETTI COINVOLTI NELLA GESTIONE DELLE DESTINAZIONI DEL PROGETTO TANGRAM

La tabella seguente presenta una sintesi a livello di progetto complessivo degli indicatori identificati per valutare le performance della destinazione da parte delle autorità locali responsabili della gestione e del marketing per tutte le destinazioni coinvolte nel progetto TANGRAM, attraverso l'analisi delle fonti secondarie (report, dati statistici, fonti documentali ecc).

La valutazione degli indicatori per tutte le destinazioni prese in esame



Il confronto delle destinazioni coinvolte nel progetto TANGRAM, analizzate in relazione agli indicatori di valutazione delle prestazioni, evidenzia che le destinazioni che hanno una percentuale più alta di indicatori valutati positivamente sono:

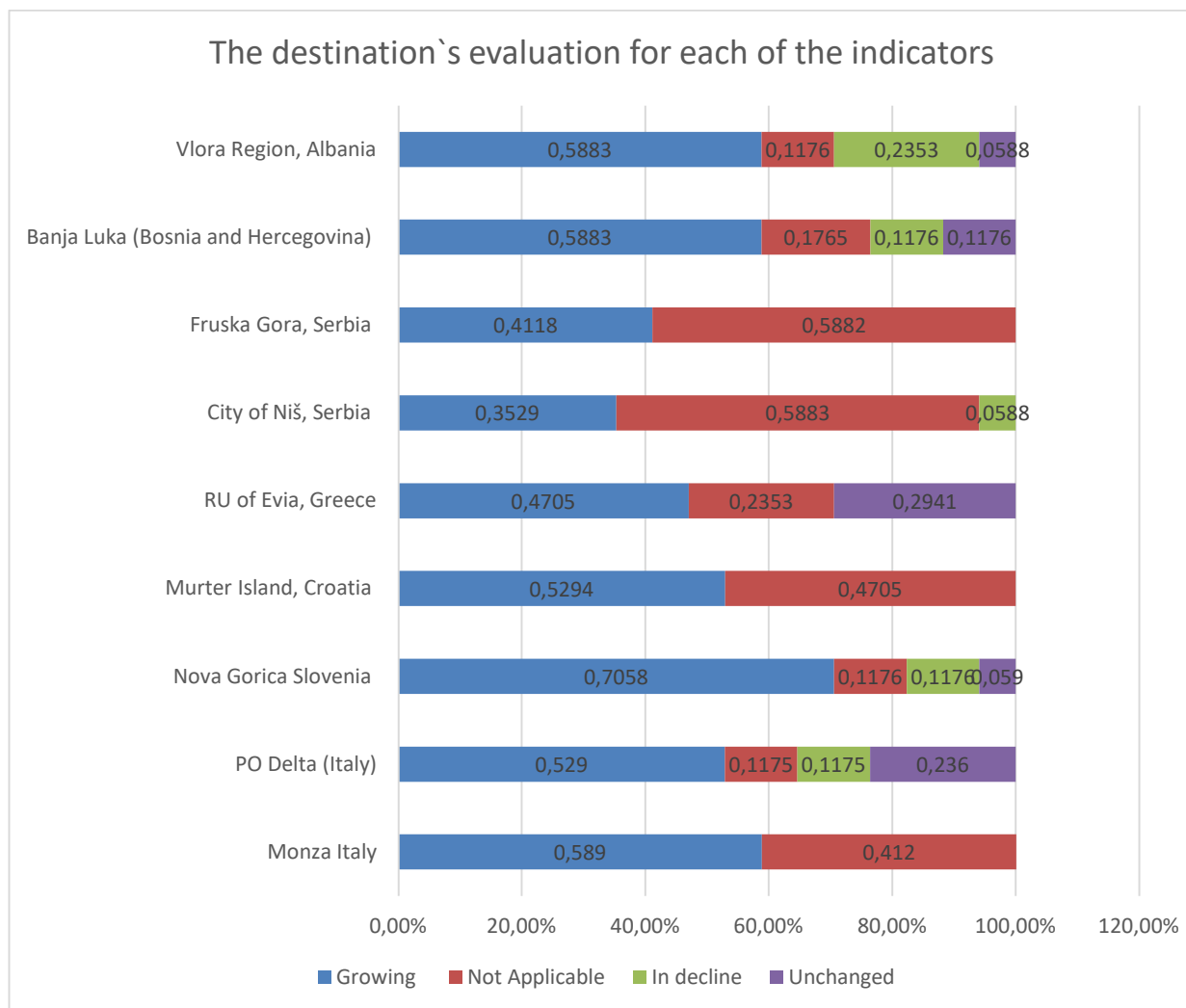
- Nova Gorica, Slovenia, 70.58% degli indicatori mostrano una tendenza alla crescita
- Monza Italy 58.9% degli indicatori mostrano una tendenza alla crescita
- Bosnia and Hercegovina, 58.8% degli indicatori mostrano una tendenza alla crescita
- Vlora Region, Albania, 58.8% degli indicatori mostrano una tendenza alla crescita
- **Po Delta Italy – Area del Delta emiliano – romagnolo 52.9% degli indicatori mostrano una tendenza alla crescita**
- Myrter Island Croatia, 52.9% degli indicatori mostrano una tendenza alla crescita

Le destinazioni che hanno una percentuale più alta di indicatori valutati non applicabili, per indisponibilità di fonti di informazione, sono:

- City of Nis, Serbia, 58.8% degli indicatori non sono applicabili
- Friska Gora, Serbia, 58.8% degli indicatori non sono applicabili
- Myrter Island, Croatia, 47.5% degli indicatori non sono applicabili
- Monza Italy 41.2% degli indicatori non sono applicabili

Il Delta del Po è la destinazione con la più bassa percentuale di mancanza di fonti/informazioni (11,75%) utili a valutare di indicatori, evidenziando quindi un importante sistema di monitoraggio del territorio e delle attività da parte dei diversi Enti. **In termini di risultati, il 76,50% degli indicatori nell'area del Delta Po hanno dato un riscontro di valutazione in crescita o di stabilità e solo l'11,75% in calo.** Le uniche due criticità sono la "Qualità dell'accoglienza" riconducibile alla pressione turistica con dati prevalenti ed in crescita nei quattro mesi estivi, e la "Qualità dell'aria" in quanto nel 2019 il numero di giornate con PM10 sopra il limite sono state superiori a quelle del 2018.

La valutazione della destinazione per ogni indicatore



Ulteriori informazioni

<https://www.deltaduemila.net/chi-siamo/cte/cooperazione-2014-2020/tangram/>

www.tangram.adrioninterreg.eu



DELTA 2000 Soc. Cons. a r.l. Strada Mezzano 10 44020 Ostellato (FE) – Italy Tel. 0039 0533 57693 – 57694
 Fax 0039 0533 57674 E-mail: info@deltaduemila.net Pec: deltaduemila@pec.it Web site: www.deltaduemila.net
 C.F. e P. IVA 01358060380 R.E.A. di Ferrara 150300 Capitale Sociale Euro 200.000,00