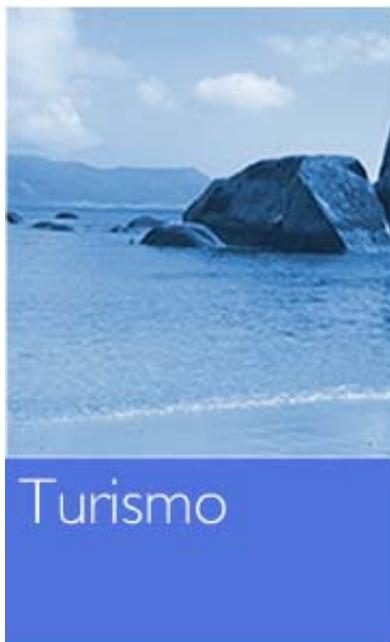


www.crenosterritorio.it



Informazione statistica e turismo attivo

Andrea Zara

andrea.zara@crenos.unica.it

Santa Margherita di Pula, 29/04/2011



Borsa Internazionale del Turismo Attivo in Sardegna

- Questa presentazione contiene i primi risultati di un progetto di ricerca in corso dal titolo

Supporto tecnico-scientifico funzionale e propedeutico alla creazione di un Osservatorio Regionale sul Turismo

- condotto dal CRENoS – Università di Cagliari
- finanziato dalla RAS con i fondi della L.R. 7 agosto 2007, n. 7 - Promozione della ricerca scientifica e dell'innovazione tecnologica in Sardegna

Supporto tecnico-scientifico funzionale e propedeutico alla creazione di un Osservatorio Regionale sul Turismo

•Obiettivo generale:

Individuare le metodologie di analisi e studiare i processi utili ad un Osservatorio Turistico Regionale per maturare, codificare e diffondere una conoscenza:

- scientificamente fondata
- **sistematica**
- costantemente **aggiornata**

sullo stato e sull'evoluzione dello sviluppo turistico regionale al fine di promuovere la crescita della competitività del settore e l'incremento dei benefici sul territorio

- **Principali attività:**

- ✓ **Ricognizione** delle fonti statistiche e dei dati rilevati e disponibili
- ✓ Individuazione delle **criticità** e dei *gap* informativi;
- ✓ Ottimizzazione dei **processi** e delle modalità di acquisizione/elaborazione/diffusione delle informazioni;
- ✓ Definizione delle **metodologie** di indagine e di analisi dei dati

- **Finanziamento:**

Regione Autonoma della Sardegna – L.R. 7 agosto 2007, n. 7 - Promozione della ricerca scientifica e dell'innovazione tecnologica in Sardegna

- **Turismo: un fenomeno complesso**
 - **Trasversale ed eterogeneo** → chiama in causa diversi settori
 - Trasporti, agricoltura, commercio, cultura, servizi pubblici e privati, artigianato, ecc.
 - **Dinamico** → rapidi mutamenti nelle modalità di scelta e di fruizione delle destinazioni turistiche
 - Innovazione, differenziazione e diversificazione
 - Low cost
 - Internet
 - **Competitivo** → forte concorrenza a livello globale
 - Costi di produzione inferiori
 - Consistenti investimenti pubblici e privati
 - Nuove destinazioni

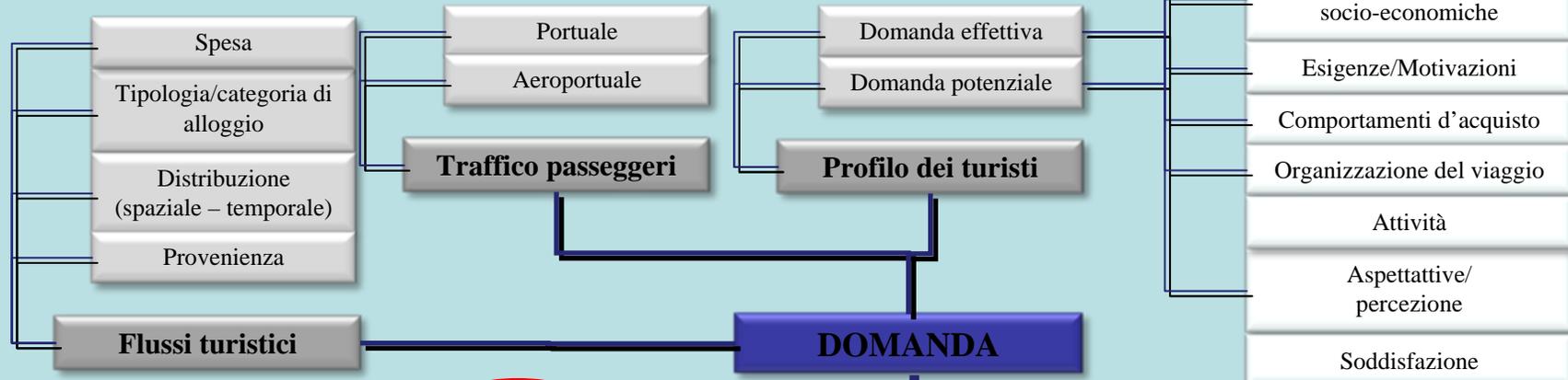
Perché osservare?

1. Per comprendere il **contributo del turismo** nello sviluppo locale
 - in termini di crescita di reddito e occupazione
2. Per capire costi e benefici dell'attività turistica
 - È conveniente investire in turismo?
3. Per misurare la capacità di carico della destinazione e la **sostenibilità** dell'attività turistica
 - Economia, Ambiente, Società
4. Per capire i **mutamenti** e misurare se stessi rispetto agli altri
 - Innovazioni, nuovi prodotti, qualità, ecc.

Per **essere competitivi** come singoli, ma soprattutto sui **prodotti e come destinazione**

Come osservare: la logica interpretativa

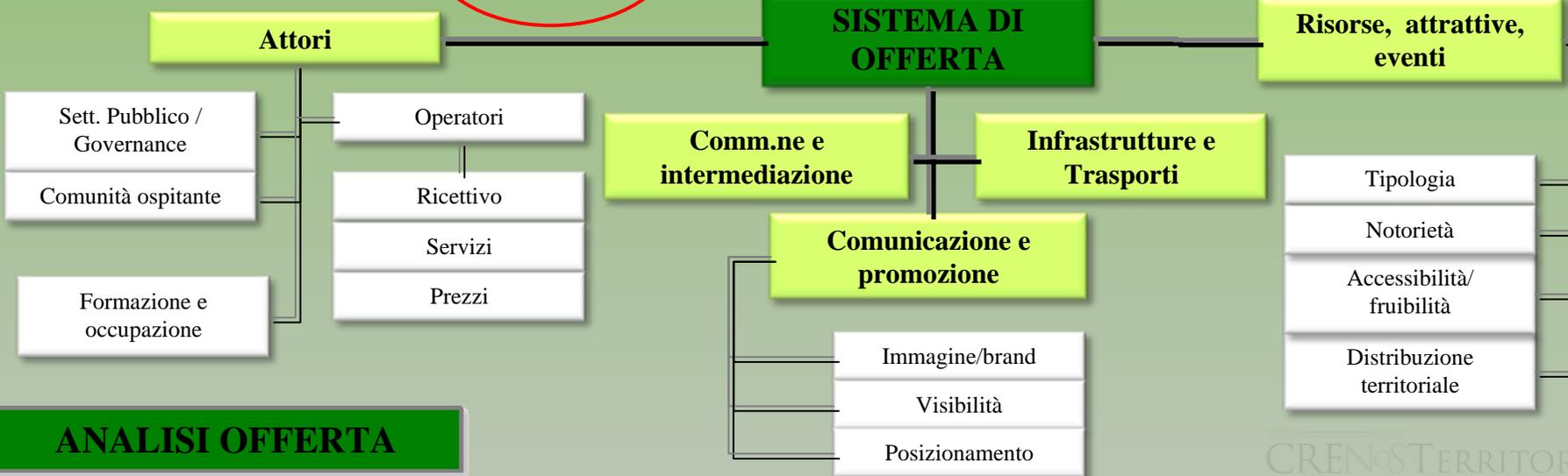
ANALISI DOMANDA



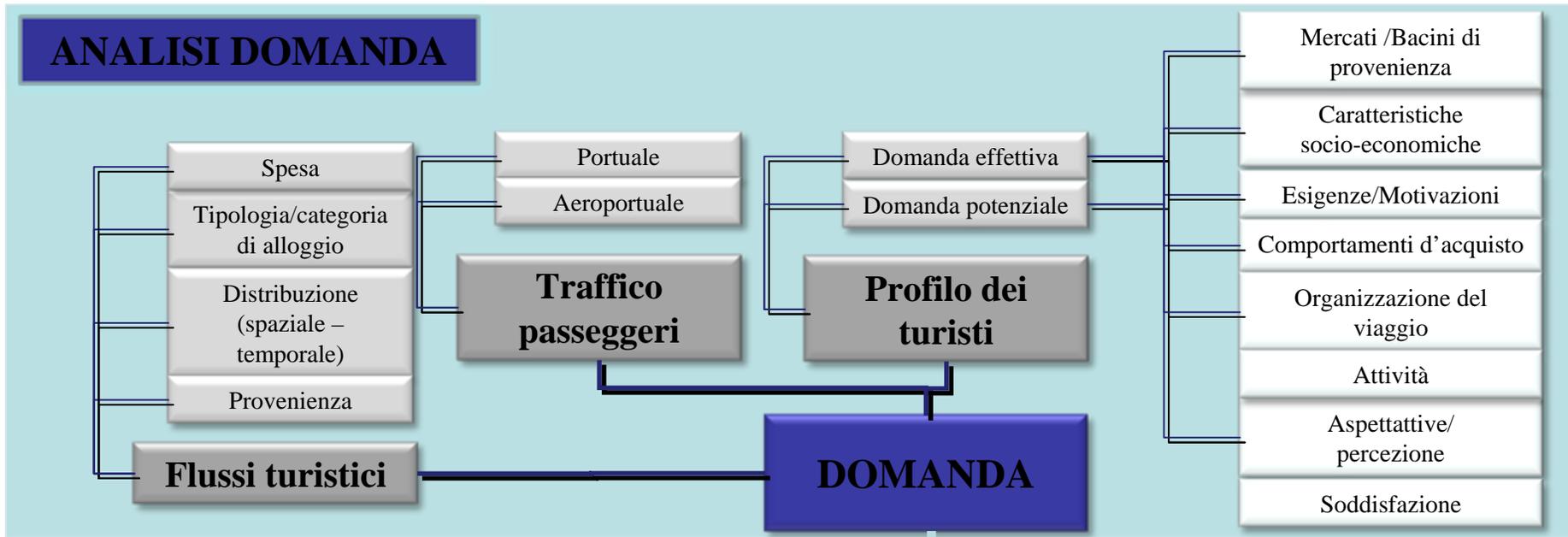
ANALISI COMPETITIVA



SISTEMA DI OFFERTA



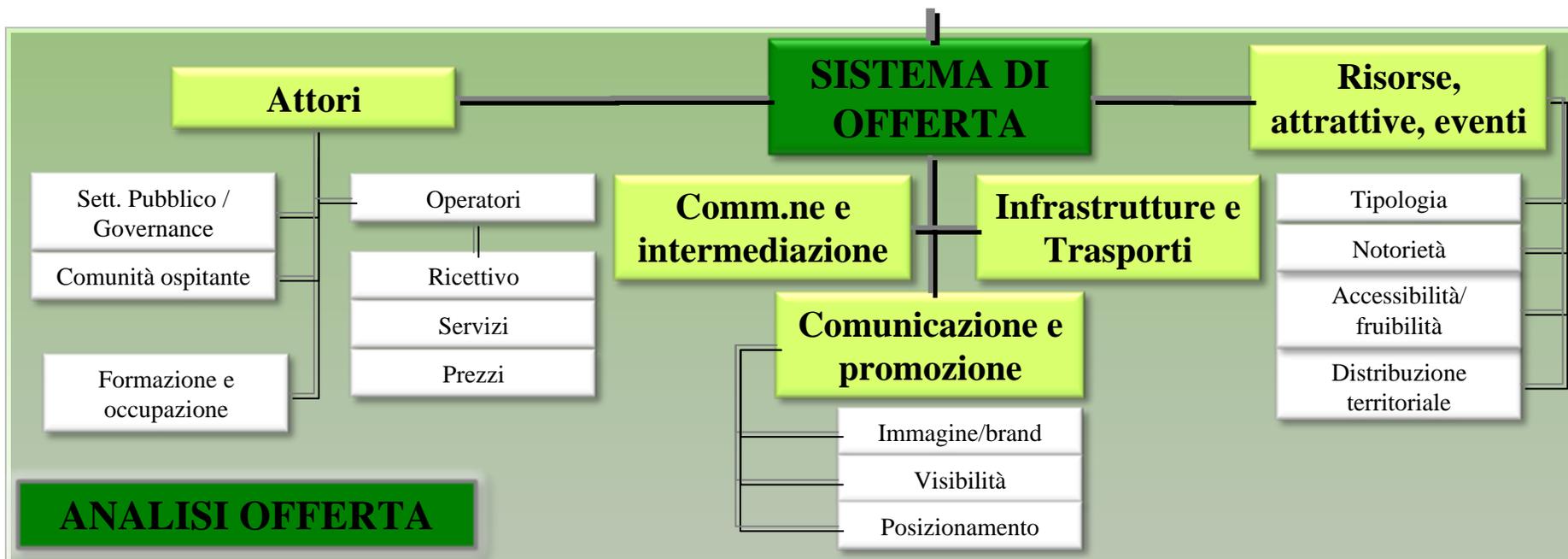
ANALISI OFFERTA



- 1. Analisi della domanda turistica** → Analisi quantitativa e qualitativa di:
 - flussi (arrivi e presenze)
 - traffico
 - profili (mercati, esigenze, comportamenti d'acquisto, attività, ecc.)

2. **Analisi dell'offerta turistica** → Analisi di quantitativa e qualitativa di:

- Attrattori (risorse turistiche, eventi, ecc.)
- Attori (privati, pubblici, comunità ospitante)
- Accessibilità e mobilità (infrastrutture e trasporti)
- ...



ANALISI COMPETTIVA

Prodotti
turistici

Turismo
Attivo

Crociere

Culturale

...

Qualità

Impatto e
sostenibilità

3. **Analisi competitiva** → analisi dell'interazione tra domanda e offerta turistica in relazione a:

- Impatti, capacità di carico e sostenibilità
 - Qualità (dei servizi, della destinazione, ecc.)
 - Prodotti turistici
-
- Il **Prodotto Turistico** è il punto di incontro tra:
 1. domanda (turisti)
 2. offerta (destinazione turistica)

Come osservare in chiave marketing

Domanda
(pot. - eff)

Chi sono? → profilo socio economico

Quanti sono? → flussi

Dove sono? → Mercati e bacini di domanda

Cosa vogliono? → motivazioni, esigenze e aspettative

Cosa fanno? → attività

Come si comportano? → acquisto, modalità di viaggio, ecc.

Come reagiscono? → soddisfazione, fidelizzazione, ecc.

**Prodotto
turistico**

**Turismo
Attivo**



- **Trekking**
- **Mountain bike**
- **Canyoning**
- **Arrampicata**
- **Orienteering**
- **Cicloturismo**
- **Equitazione**
- **Surf**
- **Vela**
- **Golf**
- ...

Offerta

Attributi del prodotto → *pricing*, garanzie, contenuti, immagine, ecc.

Capacità di accoglienza → strutture, infrastrutture, collegamenti, ecc.

Comunicazione e promozione

Strutturazione del prodotto → servizi (numero e tipologia)

Strutturazione del prodotto

Intermediazione → canali, proposte commerciali, ecc.

CRM → cura del cliente, programmi di fidelizzazione, ecc.

- Tipologie di rilevazione dei dati

1. Totali

raccolgono le informazioni su tutto l'universo di riferimento (imprese, turisti, ecc.)

- ISTAT Movimento turistico nelle strutture ricettive
- ISTAT Capacità degli esercizi ricettivi

2. Campionarie

raccolgono le informazioni su un sottoinsieme dell'universo statistico per stimare il fenomeno complessivo

- Metodi di rilevazione dei dati

1. Indirette/amministrative

- Osservazione di variabili prossime a quella oggetto di indagine e consultazione di dati amministrativi

2. Diretta

- Interviste telefoniche
- Interviste *face to face*
- Auto-compilazione questionari (posta, on-line, di persona)
- *Focus group*

- Le fonti statistiche sul turismo
 - Fonti ufficiali:
 - si riferiscono alle rilevazioni statistiche condotte da soggetti pubblici in maniera imparziale, affidabile perché rispondono a criteri di scientificità, accessibile perché a disposizione delle istituzioni, del cittadino e degli operatori economici
 - Fonti non ufficiali:
 - rilevazioni statistiche condotte da altri soggetti per rispondere a determinati obiettivi (indagini ad hoc)

Dove si reperiscono le informazioni sul turismo?

- Le fonti statistiche ufficiali in Italia:
 1. Istituto Nazionale di Statistica – ISTAT
 2. Ufficio Italiano cambi (Banca d'Italia) - UIC
 3. Sistema Camerale – ISNART
- Alcune indagini condotte da questi Istituti rientrano nel Programma Statistico Nazionale
 - programmazione triennale che definisce i contenuti informativi sui diversi fenomeni collettivi analizzati

- Le indagini dell'ISTAT

- 1) Movimento turistico nelle strutture ricettive

- Indagine censuaria sulle strutture ricettive classificate
- Variabili: arrivi e presenze – Disaggregazioni: destinazione, tipologia/categoria di alloggio, provenienza, tipologia di località, per mese
- dati nazionali, regionali e provinciali

- 2) Indagine Viaggi e Vacanze

- indagine campionaria trimestrale sulle vacanze degli italiani
 - Variabili: viaggi e notti – Disaggregazioni: destinazione, socio-demografica, provenienza, durata del viaggio, organizzazione del viaggio, utilizzo di internet
 - dati nazionali e regionali

- Le indagini dell'ISTAT

3) Movimento alberghiero

- Indagini campionarie rapide (Pasqua, Natale, Ferragosto) sul movimento turistico nelle strutture alberghiere
- Variabili: arrivi, presenze, disdette – Disaggregazioni: destinazione, tipologia di località, provenienza, dimensione esercizi
- dati per macro-regioni

- L'indagine dell'UIC
 - Turismo internazionale dell'Italia
 - Indagine (campionaria) alle frontiere
 - Circa 150 mila interviste annuali su viaggiatori italiani all'estero e viaggiatori stranieri in Italia
 - Variabili rilevate: arrivi, presenze, spesa – Disaggregazioni: provenienza, destinazione, motivazione, profilo socio-demografico, tipologia di località
 - dati nazionali, regionali e provinciali

- Le indagini dell'ISNART

- 1) Indagine sulle performance di vendita delle strutture ricettive

- Indagine consuntiva e previsionale su un campione di 5 mila operatori
- Variabili: prenotazioni – Disaggregazioni: tipologia/categoria di alloggio, **motivazioni**, organizzazione del viaggio, provenienza, tipo di località
- dati nazionali e regionali

- 2) Indagine quantitativa sui comportamenti turistici degli italiani

- Indagine consuntiva su un campione di 5 mila italiani
- Variabili: viaggi – Disaggregazioni: destinazione, permanenza media, tipo di località, **motivazioni**, tipologia/categoria di alloggio, canali di informazione, organizzazione del viaggio, spesa, attività
- dati nazionali (regionali solo per destinazione)

- Le indagini dell'ISNART

3) Indagine sul turismo organizzato internazionale

- Indagine su un campione di 540 TO stranieri
- Variabili: viaggi organizzati, prenotazioni, vendite – Disaggregazioni: provenienza, destinazione, tipo di località
- Dati nazionali regionali

- Le indagini ISTAT

1) Capacità degli esercizi ricettivi

- Indagine censuaria sulle strutture ricettive classificate
- Variabili: Posti letto, camere, bagni – Disaggregazioni: Tipologia/categoria di alloggio, tipo di località
- dati nazionali, regionali, provinciali e comunali

2) Agriturismo in Italia

- Indagine censuaria (fonti amministrative) sulle strutture agrituristiche
- Variabili: Posti letto, camere e posti a sedere, – Disaggregazioni: Tipologia di servizi, tipo di sistemazione, tipo di alloggio, tipo di trattamento
- dati nazionali, regionali e provinciali

- L'indagine ISNART
 - Indagine sulle performance di vendita delle strutture ricettive
 - Indagine consuntiva e previsionale su un campione di 5 mila operatori
 - Variabili: occupazione camere, prezzi, utilizzo di internet –
Disaggregazioni: tipologia/categoria di alloggio, tipo di località
 - dati nazionali e per macro-regioni

Le indagini censite

ISTITUTO	INDAGINE
AICA	Osservatorio AICA
AISCAT	Aiscat Informazioni
ASSAEROPORTI	Dati di traffico passeggeri
Autorità Portuale Cagliari	Statistiche web
CISET	Indagine congiunturale sull'attività turistica in Italia
CISET - FEEM	STREP - Previsione del movimento turistico internazionale verso le singole regioni italiane TRIP - I flussi turistici internazionali da e per l'Italia
ECC	Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe
ENAC	Dati di traffico degli scali italiani
ENIT	Schede paese
ISNART	Indagine quantitativa sui comportamenti turistici degli italiani Indagine sul turismo organizzato internazionale Indagine sulle performance di vendita delle strutture ricettive
ISTAT	Agriturismo in Italia ASIA Capacità degli esercizi ricettivi Forze di lavoro I viaggi in Italia e all'estero Il trasporto aereo in Italia Movimento alberghiero Movimento degli esercizi ricettivi Trasporto marittimo
MIT	Conto Nazionale delle Infrastrutture e dei Trasporti Il Diporto Nautico in Italia
ONN	Rapporto sul turismo nautico
RAS - Osservatorio Economico	NAB - Archivio dei bilanci dell'Osservatorio Economico
UCINA	Nautica in cifre
UIC	Turismo internazionale dell'Italia
UNIONCAMERE	Excelsior Movimprese

- 17 Istituti
- 30 Indagini
- 45 variabili
- Caratteristiche:
 - Rilevazione e pubblicazione dei dati periodica e costante
 - Informazioni e dati di interesse per il territorio sardo

- Osservazione della domanda:
 1. **Ritardo** nella pubblicazione dei dati censuari ISTAT (12 mesi) e campionari (ISTAT 12 mesi; UIC 3 mesi)
 2. **Parzialità** della rilevazione censuaria ISTAT (B&B, agriturismo, seconde case (di proprietà, di amici e parenti, ecc.))
 3. **Incongruenza** dei dati e **difficoltà di comparazione** delle indagini: in seguito al limite precedente, i dati delle principali indagini risultano incongruenti
 4. **Assenza** di una rilevazione dei **flussi turistici per provincia italiana/regione estera** di provenienza
 5. **Disponibilità dei micro-dati**
 6. **Assenza di analisi congiunturale/previsionale** in relazione al territorio regionale

- 7. Difficoltà di comparazione dei dati sulle località turistiche:** per via delle differenti classificazioni di località turistiche adottate dai vari Istituti
- 8. Assenza di informazioni sul pattern di spesa:** a livello regionale non vengono pubblicati dati relativi alla spesa per i singoli servizi acquistati
- 9. Ritardo** nella pubblicazione dei **dati sul traffico dei passeggeri** (12 mesi)
- 10. Limitatezza delle informazioni su traffico portuale:** (traffico commerciale e crocieristico) assenza di informazioni sulla provenienza e sulla residenza dei passeggeri
- 11. Limitatezza delle informazioni su traffico aeroportuale:** (provenienza del traffico internazionale ma non residenza dei passeggeri)

- 12. Scarse informazioni a livello regionale sui profili della domanda:** sia potenziale e ancor più rispetto a quella effettiva
- 13. Profilo socio-economico:** assenza di una rilevazione sulla componente italiana a livello regionale
- 14. Motivazione:** assenza di monitoraggio delle motivazioni che muovono i turisti verso la Sardegna
- 15. Comportamento d'acquisto:** nessuna indicazione sul comportamento d'acquisto dei turisti che scelgono la Sardegna
- 16. Organizzazione vacanza:** nessuna indicazione sulle modalità di organizzazione della vacanza dei turisti che scelgono la Sardegna
- 17. Percezione e soddisfazione:** assenza di informazioni sulla soddisfazione dei turisti effettivi e sulla percezione di questi e di quelli potenziali

- Osservazione dell'offerta:
 - 1. Ritardo nella pubblicazione e limitatezza dei dati censuari** dell'archivio ASIA (24 mesi): alcuna informazione specifiche sulla tipologia e sulla quantità dei servizi
 - 2. Limitatezza dei dati censuari dell'archivio Movimprese:** assenza di informazioni specifiche sulla tipologia e sulla quantità dei servizi offerti
 - 3. Ricettivo: ritardo** nella pubblicazione dei dati censuari ISTAT (9 mesi)
 - 4. Servizi turistici:**
 - Assenza di informazioni dettagliate sul numero e la tipologia di servizi turistici offerti
 - Monitoraggio limitato sul livello dei prezzi e delle performance dei servizi turistici

5. Prezzi e performance:

- assenza di monitoraggio sul livello dei prezzi a livello regionale
- insufficiente monitoraggio di altre misure di performance (occupazione camere, ricavo medio per camera, ricavo medio per camera occupata, valore aggiunto, ROI, ecc.)

6. Occupazione e formazione

- Assenza di un monitoraggio sulla formazione e sui fabbisogni formativi
- Assenza di monitoraggio sulle figure professionali più richieste

7. Infrastrutture e trasporti

- Assenza di informazioni sulla programmazione dei collegamenti con conseguenze negative per le attività di pianificazione marketing

8. Comunicazione e promozione

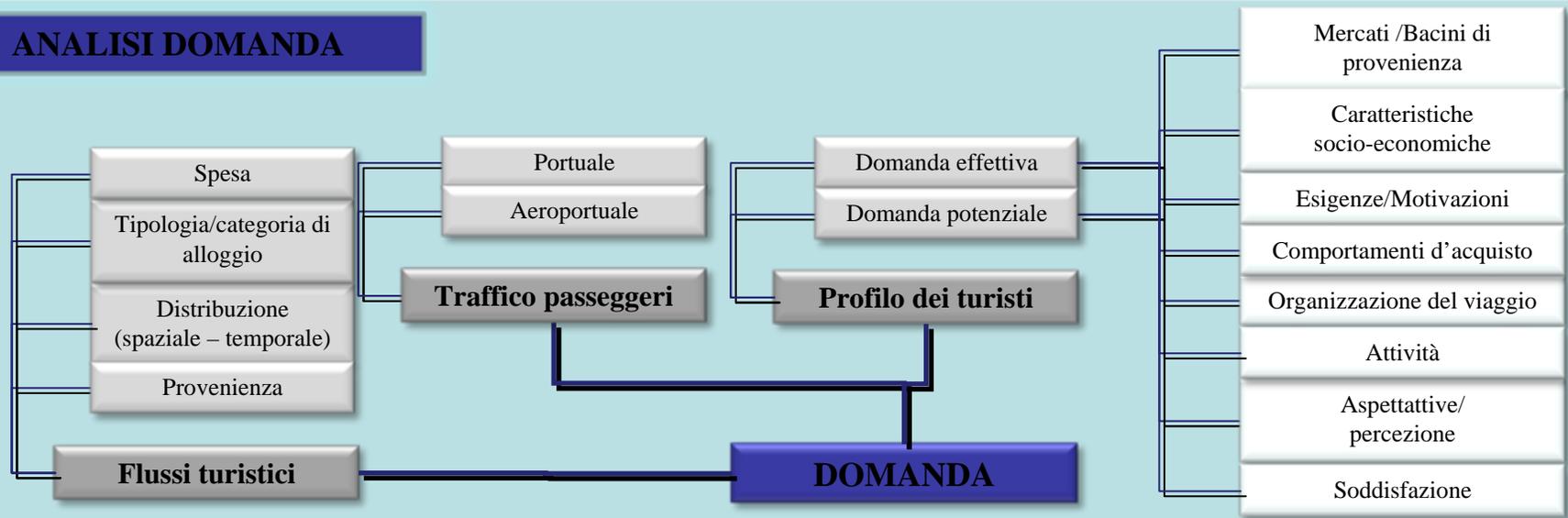
- Assenza di un monitoraggio sulle attività e sui risultati conseguiti

9. Commercializzazione e intermediazione

- Assenza di un monitoraggio sui canali di commercializzazione utilizzati e sul grado di intermediazione dei servizi turistici

Cosa le statistiche non ci dicono

ANALISI DOMANDA



ANALISI COMPETITIVA

Prodotti turistici

Turismo Attivo

Crociere

Culturale

...

Qualità

Impatto e sostenibilità

Attori

SISTEMA DI OFFERTA

Risorse, attrattive, eventi

Sett. Pubblico / Governance

Operatori

Comm.ne e intermediazione

Infrastrutture e Trasporti

Comunità ospitante

Ricettivo

Comunicazione e promozione

Formazione e occupazione

Servizi

Prezzi

Immagine/brand

Tipologia

Notorietà

Accessibilità/ fruibilità

Distribuzione territoriale

Visibilità

Posizionamento

ANALISI OFFERTA

1. Ottimizzazione dell'esistente

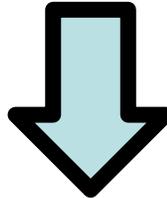
- a. mettere a sistema l'insieme di informazioni già rilevate
- b. ottimizzare i processi e le procedure per l'acquisizione, l'elaborazione, l'interpretazione e la diffusione dei dati e delle informazioni

2. Collaborazione tra le amministrazioni (tutti i livelli)

- a. sforzo maggiore nella raccolta e l'invio tempestivi dei dati
- b. sinergia tra le amministrazioni per lo scambio delle informazioni
- c. piattaforme comuni per la condivisione rapida dei dati e la conduzione di indagini amministrative

3. Integrazioni della base dati

- a. indagini dirette e indirette campionarie sulla domanda e sull'offerta



- Collaborazione attiva degli operatori dell'offerta per:
- Rispondere a questionari/interviste
 - Partecipare a focus group
 - Comunicare tempestivamente dati e informazioni (via telematica)

I vantaggi di un'informazione statistica puntuale

- **Per il singolo operatore:**

- valutare la coerenza del prodotto turistico offerto con le esigenze della domanda
- individuare i segmenti di clientela e le relative politiche di prodotto
- elaborare strategie di marketing (tariffe, promozione, comunicazione, ecc.)
- fidelizzare la clientela

- **Per le destinazioni:**

- quantificare il volume e il valore della produzione di beni e servizi che soddisfano le esigenze del turista
- valutare il posizionamento della destinazione
- definire le strategie di investimento della destinazione
- analizzare l'impatto socio-economico del turismo a livello locale
- individuare il livello ottimale di sfruttamento dello stock di risorse non riproducibili
- valutare la sostenibilità socio-ambientale del turismo
- attrarre investimenti → far conoscere il territorio a potenziali investitori

Best practice: Osservatorio turistico di Trento

- Avvio attività: 2003
- Coordinatore di un rete costituita da: Trentino SpA, Prov. Autonoma di Trento, Associazioni di categoria, Enti e istituti di ricerca (in primo luogo Università di Trento)
- Campi d'indagine:
 - la domanda (turisti e turismi)
 - l'offerta
 - le politiche e il loro monitoraggio
 - il ruolo economico e sociale del turismo
 - le pratiche di turismo sostenibile
 - il raccordo tra i diversi soggetti per un'integrazione di sistema
 - l'analisi concorrenziale
 - le informazioni necessarie per indicazioni di strategia.

- **Azioni realizzate o in corso:**

- **A) evoluzione struttura della domanda**

- monitoraggio arrivi e presenze stagionali e annuali con approfondimenti su mercati e motivazioni di vacanza
- messa a punto di indicatori indiretti delle presenze turistiche (sperimentazione in corso in 5 aree turistiche sui consumi dei turisti in collaborazione con la Federazione dei Consorzi Cooperativi)
- ricerca sull'identikit, aspettative e modalità di trascorrere la vacanza del turista che frequenta il Trentino segmentato per motivazioni di vacanza (avviato il progetto di monitoraggio del turismo culturale)

- **B) caratteristiche e potenzialità dell'offerta locale**

- indagine decennale sull'imprenditoria alberghiera e sulle caratteristiche del ricettivo alberghiero
- analisi della turisticità degli ambiti territoriali
- indagine sull'utilizzo delle seconde case e degli alloggi privati (in collaborazione con Servizio Statistica)
- monitoraggio e documentazione interventi in ambito turistico e integrazione agricoltura turismo in aree marginali
- marchi e club di prodotto (B&B, Vita Nova, Trentino Benessere, strutture ricettive per famiglie e marchio di qualità strutture ricettive)

- **C) modificazione delle condizioni concorrenziali**

- verifica del prodotto montagna estate per una sua rivitalizzazione alla luce di una evidente maturità del ciclo di vita del prodotto
- impatti economici del turismo integrando un approccio condotto sul lato individuale delle domanda (spesa dei turisti) con il grado di integrazione delle strutture ricettive con gli altri settori economici (ricadute delle decisioni di investimento e di spesa dell'offerta)
- benchmarking dell'area alpina data l'importanza del turismo montano e attenzione alle proposte e alle misure prese anche in altri paesi e regioni turisticamente forti, in particolare su specifici prodotti (l'esempio della costa romagnola per il prodotto famiglie)

D) turismo sostenibile

- strutturazione di un repertorio di buone pratiche di sostenibilità turistica a livello territoriale da diversi punti di vista: ambientale, fisico, sociale, economico
- diffusione di buone pratiche di sostenibilità ambientale nelle strutture ricettive (es. marchio Ecolabel)
- monitoraggio degli effetti indesiderati (rifiuti, uso del territorio, fenomeni di antiturismo nei residenti, mobilità veicolare con il caso di Campiglio e i flussi escursionistici)

E) monitoraggio delle performance e delle azioni di governo

- interventi sull'offerta ricettiva
- altre azioni e politiche messe in campo a favore del settore
- azioni di promozione e commercializzazione
- capacità competitiva locale rispetto ai concorrenti
- sistema di governo rispetto alle linee programmate

F) formazione ed esigenze professionali

- monitoraggio fabbisogni di manodopera ed imprenditoriali
- monitoraggio esigenze formative per l'intero spettro di figure
- monitoraggio azioni e misure di politica attiva del lavoro in ambito turistico per fronteggiare aspetti problematici (carenza di manodopera, eccessivo turnover, scarsa fedeltà al settore...)

G) potenzialità del web e dell'ICT per il destination management

- progetto SIT (Sistema Informativo del Turismo) – riclassificazione strutture ricettive e collegamento via web per arrivi e presenze nelle strutture ricettive - con l'obiettivo di creare un sistema informativo coordinato sul territorio al quale aderiscano in maniera efficace sia l'Ente pubblico (Provincia – Comuni) sia gli operatori privati o di settore (ApT – Associazioni di categoria)
- monitoraggio della diffusione e dell'efficacia delle nuove tecnologie informatiche e del web in ambito turistico

- **Progetto *Monitur***

- Progetto di monitoraggio del settore tramite il coinvolgimento di circa 700 operatori tra cui:
 - operatori del ricettivo alberghiero ed extra-alberghiero
 - commercianti e pubblici esercizi
 - gestori di impianti a fune, scuole di sci e centri di fondo
 - agenzie di viaggio
 - cantine
 - musei
 - responsabili parchi naturali
- Modalità coinvolgimento:
 - adesione volontaria e non vincolante
 - autocompilazione questionari on-line su sito dedicato
 - Invito tramite sms o e-mail

- **Progetto *Monitur***

- Scopo:

- Monitoraggio tempestivo (restituzione primi risultati entro 2 giorni) e di natura qualitativa tramite analisi congiunturale, previsiva e consuntiva
 - supporto alle decisioni e azioni intraprese o che si intendono intraprendere
 - approfondimenti spot

- Periodicità:

- Inverno: previsioni inverno – valutazione intera stagione
 - Pasqua: previsione pasqua e consuntivo inverno
 - Estate: previsione estate (giugno) e consuntivo (settembre).
 - Altri periodi su tematiche specifiche

- Altre attività dell'Osservatorio:
 - *Selezione:*
 - strumento editoriale di recensioni su tematiche riguardanti il turismo.
 - tre rubriche fisse: bibliografia; incontri, convegni e seminari; siti Internet
 - *Laboratorio:*
 - supporto per la definizione di indirizzi strategici (dalle linee guida all'elaborazione del Coordinamento provinciale per il turismo)
 - animazione e supporto di club di prodotto
 - supporto per processi di qualificazione e certificazione
 - gestione di progetti europei

- Alcuni dati:
 - 37 rapporti in 8 anni (4-5 all'anno)
 - 38 edizioni Monitor dal 2005, 11 solo nel 2010)
 - Gruppo di lavoro: 10/12 persone + Comitato scientifico (composto da Osservatorio e Enti di ricerca)
 - Budget annuale: 350.000 € escluse spese di personale

*In un osservatorio del turismo anzitutto si **studia** [...]; si **osserva**; **certamente si analizza**, per **conoscere e comprendere** il più possibile le dinamiche del comparto turistico [...].*

*Fare questo è il **presupposto principale a qualsiasi attività** conseguente, da quella **imprenditoriale**, **professionale** a quella **politica**, da quella **privata** a quella **pubblica**.*

<http://www.turismo.provincia.tn.it/osservatorio/Ricerche/>

- **QUADRO I - INFORMAZIONI AZIENDA/ENTE**



- Dati (anonimi) rispondente

- **QUADRO II – INFORMAZIONE ATTUALE**



- **QUADRO III – INFORMAZIONE DESIDERATA**



- **RICHIESTA INFORMAZIONI SU ATTIVITÀ CRENOSTERRITORIO**



Grazie per l'attenzione!



andrea.zara@crenos.unica.it

Via San Giorgio 12
09124 Cagliari - Italy
Tel. +39 070 6756397
Fax +39 070 6756402

www.crenosterritorio.it