



**Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
Media Impresa**

Federazione Regionale della Sardegna
09122 Cagliari – Viale Elmas, 33/35
Tel. (070) 273728 – Fax (070) 273726
www.cnasardegna.it - regionale@cnasardegna.it

Comunicato stampa del 20 Luglio 2017

Economia e Turismo

L'immagine digitale della Sardegna nel mondo

L'offerta digitale della Sardegna turistica è insufficiente e offre quasi esclusivamente un'immagine dell'isola incentrata sullo stereotipo della vacanza balneare

Sul web circa 620 mila pagine web parlano della Sardegna turistica: l'isola si piazza al terzultimo posto davanti a Calabria e Corsica, ben lontano dagli oltre 2,6 milioni di pagine che fanno riferimento alle Isole Baleari (Ibiza e Maiorca) e alla Croazia Adriatica

Il 62% delle pagine web sul turismo in Sardegna parlano di mare, coste, cibo e vino (il 33% sono incentrate su spiagge, sole e mare ed il 29% sulla tradizione culinaria e i vini, la percentuale più elevata tra tutte le regioni considerate)

Appena il 9% delle pagine web sulla Sardegna accenna alla storia, all'arte e alla cultura dell'isola

Una delle conseguenze di questa mancata promozione è che il 74% dei turisti stranieri sceglie la Sardegna per il sole e per il mare e solo l'8% per le sue bellezze artistiche, culturali e archeologiche

Cna: Piras e Porcu: "Uno degli elementi su cui la nostra regione deve puntare per intercettare una domanda turistica meno stagionale consiste nell'investire sul rinnovamento dell'immagine internazionale della Sardegna, ed in particolare in un'ottica di destinazione storico-culturale"



Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
Media Impresa

Federazione Regionale della Sardegna
09122 Cagliari – Viale Elmas, 33/35
Tel. (070) 273728 – Fax (070) 273726
www.cnasardegna.it - regionale@cnasardegna.it

L'offerta digitale della Sardegna turistica è insufficiente e offre quasi esclusivamente un'immagine dell'isola incentrata sullo stereotipo della vacanza balneare. Il 62 per cento delle pagine web in lingua inglese sulla nostra regione parla infatti esclusivamente del mare, delle coste, del cibo e del vino e soltanto il 9 per cento fa riferimento alla storia e alla cultura sarda. **La poca incisività e sulla sostanziale monotematicità dei contenuti digitali che promuovono la Sardegna in Rete,** oggi che le vacanze si programmano e si prenotano sui motori di ricerca, è uno dei principali punti critici che emergono dalla ricerca **“Economia e Turismo: modelli a confronto. La Sardegna e i suoi competitor”** presentata sabato scorso a Cagliari dalla CNA Sardegna.

Una criticità che è evidentemente **accentuata da una immagine della Sardegna fortemente incentrata sullo stereotipo della vacanza balneare.**

“Uno degli elementi su cui puntare per intercettare una domanda internazionale meno stagionale consiste nell'investire sul rinnovamento dell'immagine internazionale della Sardegna, ed in particolare in un'ottica di destinazione storico-culturale”, hanno commentato **Pierpaolo Piras e Francesco Porcu,** rispettivamente presidente e segretario regionale della CNA Sardegna. *“Oggi la maggior parte dei turisti utilizza il web per informarsi e scegliere la destinazione della sua vacanza e dunque la dimensione e la qualità dell'offerta di contenuti digitali è un elemento di importanza sempre più centrale”.*

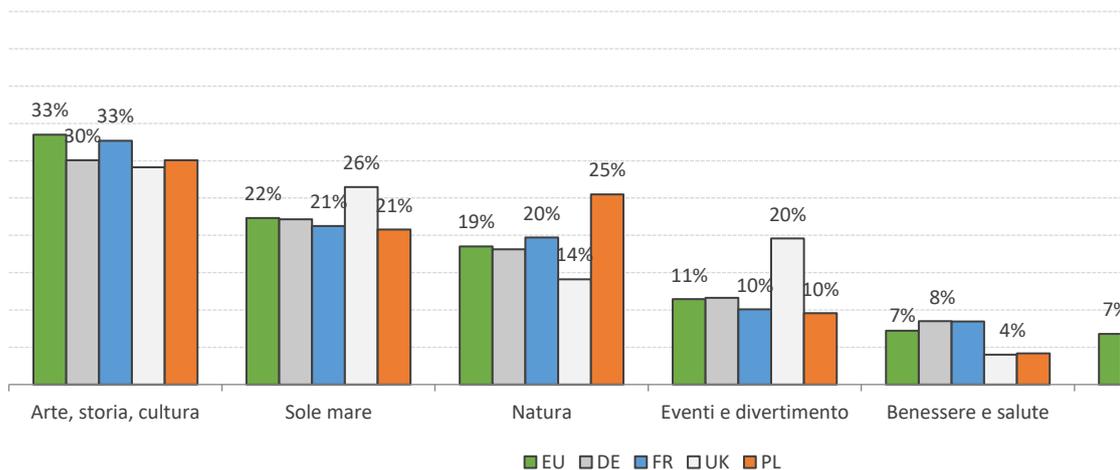
La necessità per la Sardegna di sdoganarsi da una immagine stereotipata viene confermata da una recente indagine condotta dalla Commissione Europea sulle modalità di viaggio all'interno della UE: oltre un terzo dei viaggiatori provenienti dai principali paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Italia e Spagna) ha infatti optato per una **vacanza tra arte, storia e cultura,** mentre il sole e il mare rappresentano la motivazione della vacanza per una quota di gran lunga inferiore di turisti (il 22%). In particolare i turisti inglesi sono maggiormente attratti da una vacanza all'insegna di eventi e divertimento, i polacchi non disdegnano natura e sport, tedeschi e francesi viaggiano più spesso per motivi di salute e benessere.



**Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
Media Impresa**

Federazione Regionale della Sardegna
09122 Cagliari – Viale Elmas, 33/35
Tel. (070) 273728 – Fax (070) 273726
www.cnasardegna.it - regionale@cnasardegna.it

Figura 1 – Ragioni principali della vacanza (2015)

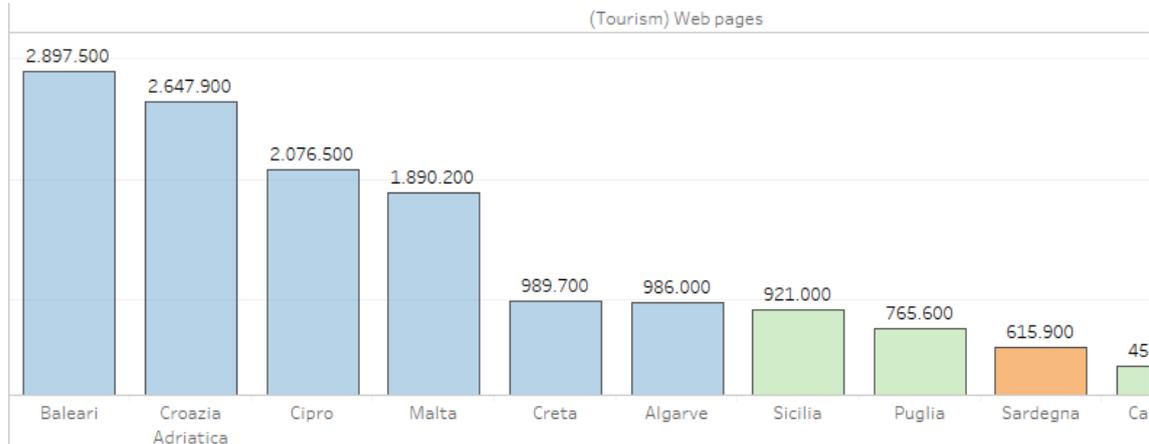


Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su dati Eurobarometro

L'immagine digitale internazionale della Sardegna

Ma come si caratterizza l'immagine digitale della Sardegna? Utilizzando i principali motori di ricerca la ricerca della Cna ha conteggiato e analizzato tutte le pagine in lingua inglese sul turismo presenti su internet con un riferimento esplicito alla Sardegna nel titolo con riferimenti ai seguenti temi: sole e mare, storia e cultura, turismo sportivo, turismo e vita notturna, natura, montagna e benessere e salute. La simulazione è poi stata ripetuta per ognuna delle dieci regioni competitor dell'isola.

Figura 2 – Pagine web che parlano di turismo (lingua inglese, 2017)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme

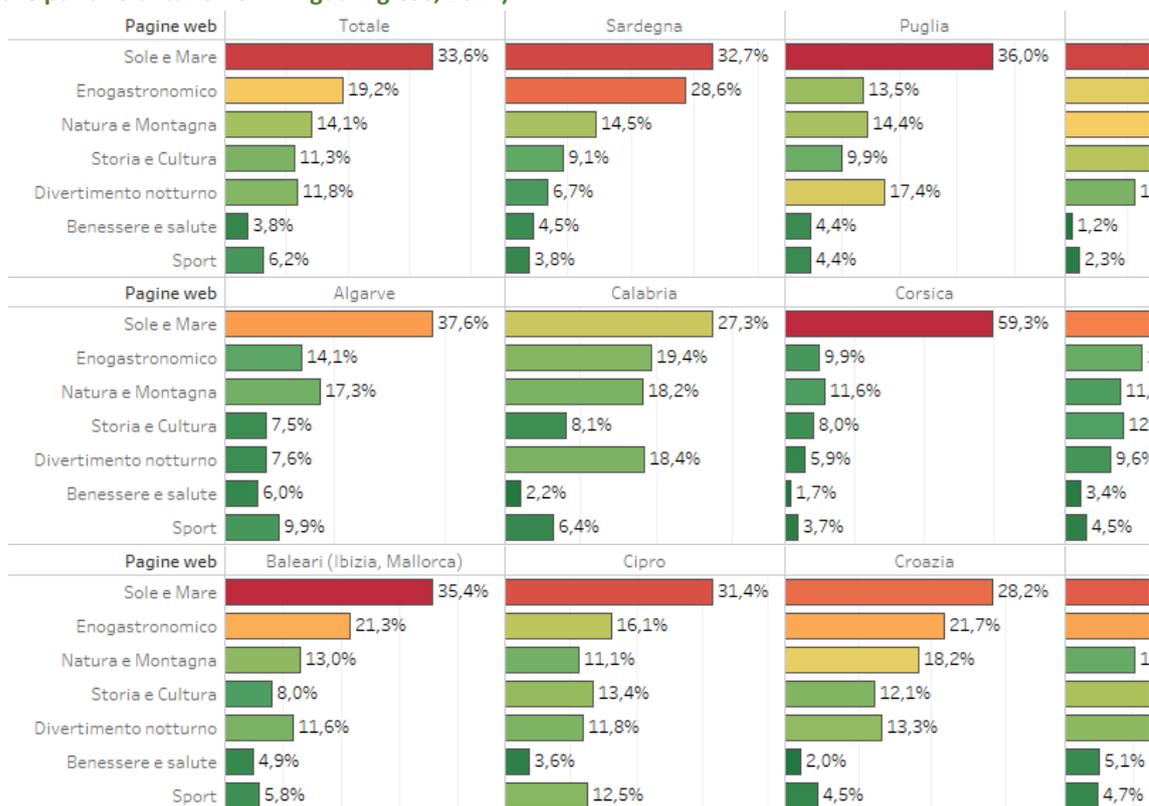


**Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
Media Impresa**

Federazione Regionale della Sardegna
09122 Cagliari – Viale Elmas, 33/35
Tel. (070) 273728 – Fax (070) 273726
www.cnasardegna.it - regionale@cnasardegna.it

In base a questa analisi comparata **la Sardegna appare molto indietro rispetto alle regioni competitor in termini di offerta di contenuti digitali che parlano di turismo**. Le pagine che contengono il nome Sardegna nel titolo e parlano di turismo nel contenuto sono infatti circa 616 mila, un dato che posiziona l'Isola al terzultimo posto, davanti a Calabria e Corsica, e ben lontano dalle oltre 2,6 milioni di pagine che fanno riferimento alle Isole Baleari (Ibiza e Maiorca) e alla Croazia Adriatica. Il dato è abbastanza preoccupante perché la dimensione dell'offerta digitale è fortemente correlata con il numero di arrivi internazionali annui nelle strutture ricettive, a testimoniare di quanto, oggi, il tema della promozione online in ambito turistico sia di importanza cruciale.

Figura 3 – L'immagine turistica digitale delle regioni competitor (percentuale sul totale delle pagine che parlano di turismo in lingua inglese, 2017)



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme

Quanto all'immagine di Sardegna proposta in Rete, **sole e mare sono gli argomenti che più spesso si associano alla Sardegna nelle pagine che parlano di turismo**: il 33% del totale. Questa percentuale non si discosta peraltro dalla media delle altre regioni competitor che, in quanto regioni insulari, quasi tutte possiedono un'immagine fortemente incentrata sul turismo balneare (è



**Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
Media Impresa**

Federazione Regionale della Sardegna
09122 Cagliari – Viale Elmas, 33/35
Tel. (070) 273728 – Fax (070) 273726
www.cnasardegna.it - regionale@cnasardegna.it

anche per questa condizione insulare che sono state considerate competitor naturali della Sardegna).

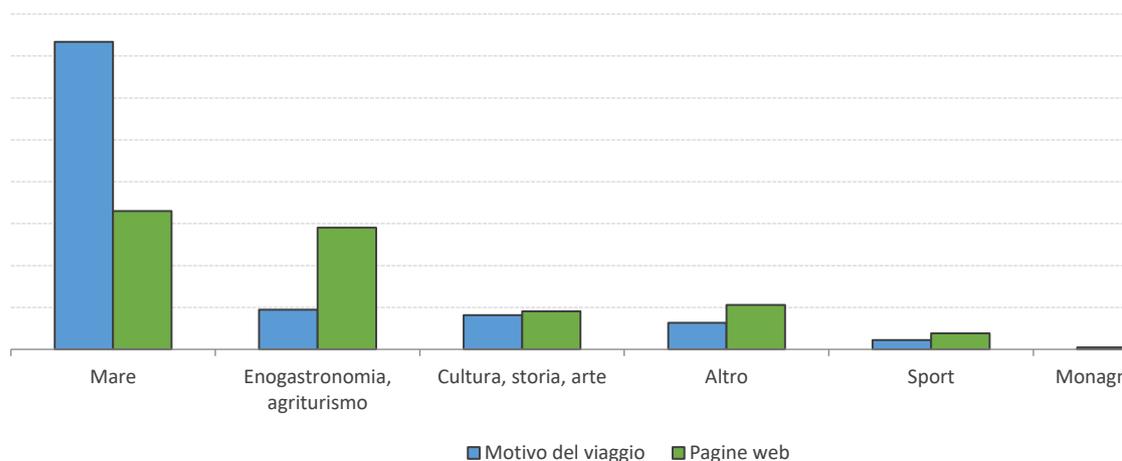
Ciò che però emerge dall'indagine è **che l'altro elemento che caratterizza fortemente l'immagine della Sardegna al livello internazionale è il settore enogastronomico**: il 29% delle pagine web che trattano della Sardegna turistica parla infatti della sua tradizione culinaria e dei suoi vini, la percentuale più elevata tra tutte le regioni considerate.

In sostanza, sommando le due voci più importanti si desume che ad eccezione della Corsica (che però ha un'immagine tutta incentrata sul mare) la Sardegna è la regione con l'immagine più caratterizzata e questa immagine coincide con quella più stereotipata di **un'isola ricca esclusivamente di mare, sole e di ricchezze enogastronomiche**.

Viceversa la ricerca attesta in maniera impietosa il **grande ritardo della promozione della nostra regione per quanto riguarda il settore storico-culturale**: appena il 9% delle pagine web sulla Sardegna, infatti, accenna alla storia, all'arte e alla cultura dell'isola, un dato da comparare con il 16% della Sicilia, il 13% di Cipro o il 15% di Malta.

Infine solo il 14% delle pagine relative al turismo in Sardegna promuove la natura e montagna, cioè le bellezze dell'interno dell'Isola, un dato che seppur nella media, non è paragonabile al 19/18% di Sicilia, Algarve, Calabria o Croazia. Marginali gli altri temi analizzati, ovvero turismo sportivo (Algarve e Cipro mostrano le percentuali più elevate), benessere e salute e turismo e vita notturna.

Figura 4 – Motivazione dei viaggiatori stranieri e immagine digitale della Sardegna



Fonte: Elaborazioni Cna Sardegna/Cresme su fonti varie



Confederazione Nazionale
dell'Artigianato e della Piccola
Media Impresa

Federazione Regionale della Sardegna
09122 Cagliari – Viale Elmas, 33/35
Tel. (070) 273728 – Fax (070) 273726
www.cnasardegna.it - regionale@cnasardegna.it

Da osservare, infine, come l'immagine digitale (internazionale) della Sardegna non si discosti poi tanto dal motivo per cui, secondo i dati della Banca d'Italia, i turisti stranieri sono arrivati in Sardegna nel 2016: dati che indicano che ben **il 74 per cento dei turisti stranieri ha scelto la nostra regione per il sole e il mare e solo l'8 per cento è venuto in Sardegna per conoscere le sue bellezze artistiche, culturali e archeologiche**. Bellezze che, come attesta la ricerca della CNA, trovano ben poco spazio nella promozione dell'isola sul web da cui la maggior parte dei viaggiatori attinge le notizie sulla meta delle proprie vacanze.