

I numeri del 2019



1.779.000 circa
arrivi di viaggiatori
stranieri nell'Isola



13.000.000
i pernottamenti
complessivi



1,12 miliardi
di euro, la spesa
complessiva



●●●●
ATTESA
Turisti
in via Roma
a Cagliari
e, a fianco,
l'assessore
regionale
Gianni
Chessa,
59 anni

FASE 2

Lo studio della Cna: puntare su borghi e patrimonio culturale

«Attrezziamoci per uscire prima dalla crisi, il virus cambierà l'industria delle vacanze»

Con il superamento della fase più critica dell'emergenza per il Covid-19, la Sardegna potrebbe rappresentare una meta ideale dal punto di vista turistico. Tra i suoi punti di forza: ampi spazi, natura incontaminata e centinaia di piccoli borghi. Quest'insieme di elementi può essere sfruttato in modo concreto, prevedendo dei pacchetti che consentano di vivere, in modo sicuro, un turismo di tipo esperienziale, storico culturale, sportivo, naturalistico, religioso ed enogastronomico.

A questo proposito, il Centro studi della Cna regionale ha approntato uno studio con cui sono stati messi in luce gli aspetti critici e di debolezza del sistema turistico, elaborando una serie di idee finalizzate a ripensare l'offerta, declinandola sui nuovi bisogni. Secondo la Cna, la competitività può essere rafforzata potenziando e diversificando l'immagine del territorio, nella prospettiva di una maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione, superando i limiti di un'offerta troppo concentrata su "sole e mare".

Ripartenza

Pierpaolo Piras e Francesco Porcu, rispettivamente presidente e segretario regionale della Cna Sardegna, sostengono che l'Isola debba ricominciare «valorizzando uno dei settori più strategi-

ci, ovvero il turismo, cogliendo fino in fondo le profonde trasformazioni e i bisogni nuovi che il Covid-19 imporrà alla domanda e all'offerta turistica. La pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità dove trascorrere una vacanza sicura. Attrezziamoci ora, per riconfigurare e potenziare la qualità e l'offerta del nostro sistema turistico». In tal senso, sarebbe auspicabile cogliere le varie opportunità legate al patrimonio storico-culturale di cui dispone la Sardegna, per attrarre nuovi flussi di turismo internazionale, anche nei periodi considerati bassa stagione.

Proposte

L'associazione di categoria degli artigiani ha stilato delle linee di indirizzo strategico e le ha proposte alle istituzioni, con l'intenzione di contribuire al raggiungimento degli obiettivi e per aumentare la competitività turistica regionale, in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione. Tra le tante proposte spiccano quelle per incentivare i programmi di riqualificazione dei borghi e dei centri storici dei paesi, che permetterebbero un incremento dell'offerta ricettiva residenziale, con un sistema di alberghi diffusi.



●●●●
ARTIGIANI
Pierpaolo
Piras,
58 anni,
e Francesco
Porcu,
(52),
presidente
e segretario
di Cna
Sardegna

Stranieri

Per aumentare la quota di turismo internazionale, servirebbe un reale supporto alle amministrazioni locali, in modo che possano essere messi in campo dei programmi di formazione dell'imprenditoria turistica, mirati a diversificare l'offerta. La soluzione, in questo caso, potrebbe arrivare ottimizzando l'uso degli strumenti di sharing economy, delle nuove tecnologie e delle piattaforme esistenti, ma anche avendo una maggiore conoscenza delle tendenze straniere e di una cultura imprenditoriale in ambito turistico internazionale.

Indispensabile, poi, lavorare per potenziare le infrastrutture di trasporto locale e quelle più digitali, prevedendo il rafforzamento della segnaletica stradale e migliorando la localizzazione dei siti di interesse storico culturale.

I vertici della Cna Sardegna propongono, inoltre, una riconversione della rete ferroviaria storica in chiave turistica e un'ottimizzazione del trasporto pubblico locale, con incentivi alle amministrazioni locali per la creazione di servizi di trasporto integrati su area più vasta, intercomunali, che includano anche programmi di manutenzione stradale e miglioramento della rete viaria.

Eleonora Bullegas

REPRODUZIONE RISERVATA

LA FRASE



La pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità dove trascorrere una vacanza sicura. Attrezziamoci ora, per riconfigurare e potenziare la qualità e l'offerta del nostro sistema turistico

Pierpaolo Piras e Francesco Porcu

Siti culturali sardi poco valorizzati

La Cna: solo il 2% dei turisti stranieri sceglie l'isola per i suoi tesori storici

► SASSARI

La Sardegna è all'ottavo posto tra le regioni italiane, prima nel mezzogiorno, per offerta storico culturale: nel 2018 censiti 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali privati e pubblici. Eppure tra i visitatori stranieri quelli motivati da ragioni culturali sono una percentuale insignificante, solo il 2% (mentre il 77% dichiara di aver scelto questa terra per il mare, il 7% per l'enogastronomia e l'agriturismo). Per fare un paragone: oltre il 50% dei viaggiatori esteri in Sicilia e Campania affermano di farlo per visitare siti culturali.

A sottolineare questa anomalia,



Pierpaolo Piras, direttore Cna

in una regione che pure si vanta di avere un retroterra culturale e una storia unici da proporre, è un report di Cna Sardegna, che guarda oltre l'emergenza e cerca di capire quale sia la strada migliore per il turismo post Covid. L'idea di par-



Per il segretario Porcu

e il direttore Piras la pandemia assesterà un duro colpo ai flussi low cost e la regione può approfittarne

tenza è che la pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità turistica dove trascorrere una vacanza sicura. E la Sardegna potrebbe rientrare tra questo tipo di me-

te, grazie ai suoi ampi spazi, alla natura incontaminata, alle centinaia di piccoli borghi, al servizio dei "tanti turismi": esperienziale, storico culturale, sportivo naturalistico, religioso, enogastronomico. Ma deve imparare a valorizzare il suo straordinario patrimonio di siti culturali, ancora troppo poco conosciuto.

Pierpaolo Piras e Francesco Porcu, presidente e segretario Cna, la strada è «aumentare la competitività turistica potenziando e diversificando l'immagine del territorio in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione». Il Centro studi della Cna sarda ha elaborato un dettagliato dos-

sier che evidenzia i punti di debolezza del sistema turistico isolano ed elabora una serie di proposte. La stagionalità piuttosto elevata è uno dei limiti più grossi verso un vero sviluppo. Il turismo internazionale, in forte crescita, destinato a riprendere dopo l'interruzione del 2020, è per definizione meno stagionale e più interessato ad andare oltre l'abbinata sole-mare. Ma molto meno nell'isola, che è agli ultimi posti in Itali per numero medio di visitatori per sito (7600, contro i 65mila in Campania e i 29mila in Sicilia). Tre le strategie proposte. La prima è il miglioramento e la diversificazione dell'immagine del territorio, in ottica storico culturale, naturalistica e sportiva; la seconda è aumentare la quota di turismo internazionale; infine, si propone il potenziamento delle infrastrutture di trasporto locale e di quelle digitali. (a.palmas)

Fase 2, Sardegna meta turistica ideale: tutte le proposte in un dossier della Cna

22 maggio 2020 [Correlati slider](#), [Economia](#)



La Sardegna meta ideale per cogliere le **opportunità della Fase 2 del turismo** puntando sugli ampi spazi, una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi, al servizio dei “tanti turismi”: esperienziale, storico culturale, sportivo naturalistico, religioso, enogastronomico. La proposta arriva da **Cna** che sollecita l’aumento della competitività del sistema potenziando e diversificando l’immagine del territorio “in un’ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione superando i limiti un’offerta ancora troppo concentrata su ‘sole e mare”.

L’organizzazione ha quindi elaborato un dettagliato dossier che evidenzia i **punti di debolezza del sistema turistico** ed elabora una serie di proposte e strategie per riconfigurare il sistema dell’offerta sui nuovi bisogni valorizzando i nuovi asset su cui puntare per attrarre nuovi flussi

turistici, in particolare quelli internazionali “per definizione meno stagionali”. “Un terzo dei viaggiatori provenienti dai principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Italia e Spagna) opta per una vacanza tra arte, storia e cultura, mentre sole e mare rappresenta la motivazione della vacanza per una quota minoritaria di turisti (dati Commissione Europea, Eurobarometer). Il turismo internazionale, tra l’altro, viene, in Sardegna, da un periodo particolarmente favorevole; secondo gli ultimi dati della Banca d’Italia nel 2019 gli arrivi di viaggiatori stranieri in Sardegna sono stati ben 1,779 milioni, i pernottamenti complessivi quasi 13 milioni, per una spesa complessiva stimata in circa 1,12 miliardi, poco meno del 4 per cento del Pil regionale”, scrive l’associazione.

Nel confronto con gli altri territori, spiega Cna, emerge con evidenza la dirompente crescita del turismo straniero nella nostra isola: alla fine del 2019 risulta quasi quadruplicato rispetto ai primi anni 2000, contro 2,5 volte nelle regioni meridionali e 1,5 volte in Italia. Se però si guarda alle motivazioni della vacanza solo il 2 per cento dei visitatori stranieri presenti nell’isola era motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo) a fronte di percentuali superiori al 50 per cento di Sicilia e Campania. Eppure, la Sardegna è all’ottavo posto tra le regioni italiane, prima regione del mezzogiorno per offerta storico culturale: nel 2018 censiti 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali privati e pubblici che, secondo la Cna, devono essere maggiormente valorizzati.

Il turismo dopo il Covid in Sardegna, la Cna guarda oltre l'emergenza: "Lavoriamo per aumentare la competitività"

La pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità turistica dove trascorrere una vacanza sicura



La Sardegna meta ideale – Può offrire ampi spazi, una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi, al servizio dei “tanti turismi”: esperienziale, storico culturale, sportivo naturalistico, religioso, enogastronomico. La Sardegna non valorizza lo straordinario patrimonio storico -culturale di cui dispone. Solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell’isola era motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo) a fronte di percentuali superiori al 50% di Sicilia e Campania.

Eppure, la Sardegna è all’8° posto tra le regioni italiane, prima regione del mezzogiorno per offerta storico culturale: nel 2018 censiti 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali privati e pubblici.

“Avviata la Fase 2 mentre comincia a delinearsi l’entità dell’impatto economico di questa crisi dobbiamo iniziare a interrogarci sin da ora per costruire su basi più solide la ricostruzione della nostra economia”. Secondo **Pierpaolo Piras** e **Francesco Porcu**, presidente e segretario regionale della Cna Sardegna, ***la Sardegna dovrà ricominciare valorizzando uno dei settori più strategici, ovvero il turismo cogliendo fino in fondo le profonde trasformazioni e i bisogni nuovi che il covid 19 imporrà alla domanda e all’offerta turistica.***

La pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità turistica dove trascorrere una vacanza sicura. Attrezziamoci ora – continuano Piras e Porcu per riconfigurare e potenziare la qualità e l’offerta del nostro sistema turistico.

La Sardegna è la meta ideale per cogliere le opportunità e i nuovi bisogni – che non svaniranno con il virus, erano già presenti e si rafforzeranno negli anni a venire ; può offrire ampi spazi , una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi: tutto questo può essere messo al servizio dei tanti turismi : esperienziale, storico culturale, sportivo, naturalistico, religioso, enogastronomico; Possiamo aumentare la competitività del nostro sistema potenziando e diversificando l’immagine del territorio in un’ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione superando i limiti un’offerta ancora troppo concentrata su “sole e mare.”

Per questo motivo **il Centro studi della Cna sarda ha elaborato un dettagliato dossier che evidenzia i punti di debolezza del nostro sistema turistico ed elabora una serie di proposte e strategie per riconfigurare il sistema dell’offerta sui nuovi bisogni valorizzando i nuovi asset su cui puntare per attrarre nuovi flussi turistici.**

In questo report si analizzano le opportunità che lo straordinario patrimonio storico-culturale di cui dispone la nostra regione potrebbe offrire nell’attrarre nuovi flussi di turismo internazionale. Come è noto **il modello di sviluppo turistico della Sardegna è caratterizzato dalla stagionalità**, cioè dalla concentrazione degli arrivi in un arco di tempo limitato. Si tratta di un fattore di forte debolezza che limita le potenzialità del turismo e le sue capacità di incidere sullo sviluppo socio-economico del territorio.

- Per via della stagionalità le strutture ricettive sono sottoposte a picchi di attività/inattività che comportano enormi difficoltà nel reperimento di personale qualificato, rendendo problematico il mantenimento di standard qualitativi adeguati
- La stagionalità impatta pesantemente sull’occupazione, che diventa discontinua, ridimensionando la capacità del turismo di contrastare la disoccupazione giovanile e scoraggiando gli investimenti delle imprese nella formazione del personale
- da un punto di vista sociale la stagionalità non si oppone, anzi alimenta il fenomeno dell’emigrazione giovanile, in un contesto in cui l’invecchiamento della popolazione indebolisce il tessuto socio-economico e ne compromette le capacità imprenditoriali ed innovative.
- Vanno poi considerati i problemi che una stagionalità turistica spinta crea per le comunità locali, che durante i periodi di picco possono soffrire problemi di

congestione (traffico, accesso al servizio pubblico, servizi commerciali, etc.) e un incremento indiscriminato dei prezzi.

- L'incremento della popolazione in periodi limitati dell'anno (popolazione flottante), inoltre, comporta uno stress sul territorio e sulle infrastrutture, mettendo a dura prova la capacità di carico delle destinazioni e dell'ambiente: erosione delle risorse naturali, smaltimento rifiuti, inquinamento, congestione stradale.

Il dossier della Cna Sardegna. Il turismo internazionale, destinato a riprendere dopo l'interruzione del 2020, è per definizione meno stagionale. Un terzo dei viaggiatori provenienti dai principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Italia e Spagna) opta per una vacanza tra arte, storia e cultura, mentre sole e mare rappresenta la motivazione della vacanza per una quota minoritaria di turisti (dati Commissione Europea, Eurobarometer). Il turismo internazionale, tra l'altro, viene, in Sardegna, da un periodo particolarmente favorevole; secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia **nel 2019 gli arrivi di viaggiatori stranieri in Sardegna sono stati ben 1,779 milioni, i pernottamenti compressivi quasi 13 milioni, per una spesa complessiva stimata in circa 1,12 miliardi, poco meno del 4% del Pil regionale.** Nel confronto con gli altri territori, emerge con evidenza la dirimpiente crescita del turismo straniero nella nostra isola: **alla fine del 2019 risulta quasi quadruplicato rispetto ai primi anni 2000, contro 2,5 volte nelle regioni meridionali e 1,5 volte in Italia.**

Se però si guarda alle motivazioni della vacanza (sia quelli che arrivano nelle strutture ufficiali, sia quelli che decidono di pernottare in abitazioni private), emerge come la Sardegna sia tra le regioni italiane tra quelle con la maggiore polarizzazione nelle scelte dei turisti, ad indicare un'immagine fortemente caratterizzata. In base agli ultimi dati disponibili, relativi al 2018, **solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'Isola era infatti motivato da ragioni culturali** (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo), **a fronte di percentuali superiori al 50% in Sicilia e Campania.**

La valorizzazione dei siti culturali in Sardegna. Eppure, rileva la ricerca della Cna sarda, quanto a dotazione di siti culturali (musei, parchi archeologici, complessi monumentali) la Sardegna non ha nulla da invidiare alla Campania o alla Sicilia. In base agli ultimi dati disponibili rilevati dall'Istat, l'offerta storico culturale regionale è infatti di tutto rilievo: **nel 2018 sono stati censiti in Sardegna 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali, privati e pubblici, un dato che pone l'Isola all'ottavo posto tra le regioni italiane,** prima regione del Mezzogiorno, persino sopra la Sicilia (260) e la Campania (233). Seguono, tra le regioni meridionali, la Calabria (166) e la Puglia (164).

Eppure questo notevole patrimonio storico culturale risulta ancora poco frequentato dai visitatori, nazionali e internazionali: **il numero medio di visitatori annui per sito in Sardegna nel 2018 è di poco superiore a 7.600 unità, contro gli oltre 65mila visitatori della Campania e gli oltre 29mila della Sicilia.** Solo poche altre regioni hanno un indice più basso della Sardegna.

In Sardegna non mancano nemmeno le eccellenze riconosciute al livello nazionale e internazionale: dei 55 siti italiani etichettati come "patrimonio mondiale" dall'UNESCO, così definiti in base a una decina di criteri culturali e naturali, uno si trova in Sardegna, il Villaggio

Nuragico di Barumini (ufficialmente riconosciuto di eccezionale valore universale dal 1997); a questo, negli anni più recenti, se ne sono aggiunti altri, sotto altre categorie: una Riserva della Biosfera (il sito Tepilora, Rio Posada e Montalbo, per le sue peculiarità ambientali, nel 2017) e due beni patrimonio immateriale dell'umanità (il Canto a tenore nel 2008 e la Faradda di li candareri nel 2013). Emblematico invece è il percorso seguito dal parco Geominerario della Sardegna, che era stato inserito nel 2015, ma è stato successivamente "squalificato" a motivo di una inadeguata organizzazione sul piano delle risorse umane. C'è poi una lista di altri siti che attendono da molti anni la valutazione dell'Agenzia delle Nazioni Unite (l'arcipelago della Maddalena, l'Asinara, le bocche di Bonifacio, gli stagni dell'Oristanese, il Sulcis-Iglesiente). Inoltre, tre destinazioni sarde sono state insignite del premio EDEN istituito dalla Commissione Europea per il turismo culturale e sostenibile (in Italia in totale sono solo sette); si tratta di Guspini (Montevecchio), le miniere di Porto Flavia e Serbariu, la Penisola del Sinis e l'Isola di Mal di Ventre. Ma la questione che si pone non è tanto quella dell'effettivo ottenimento del "certificato" di patrimonio UNESCO o di altro genere, quanto quello di una **effettiva capacità (degli organi locali preposti) di programmazione e di sviluppo dei progetti correlati di promozione, senza i quali la nomination produce effetti limitati sul turismo regionale, e quindi sull'economia dei territori.**

Le strategie proposte dalla Cna Sardegna. Ecco dunque nel dettaglio le linee di indirizzo strategico proposte dalla Cna sarda alle istituzioni per raggiungere gli obiettivi di aumentare la competitività turistica della Sardegna in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione.

1. **Strategia: miglioramento e diversificazione dell'immagine del territorio, in ottica storico culturale, naturalistica e sportiva**
2. **Creazione di percorsi narrativi** che creino interesse storico culturale; mitopoiesi anche attraverso segnaletica e contenuti digitali
3. Creazione di **percorsi per il turismo itinerante culturale, naturalistico e sportivo** (hiking, cycling, motorbike, clymbing, canyoning, etc.)
4. **Sviluppo di spazi promozionali e piattaforme web** in inglese che permettano alle imprese di promuovere la propria offerta in uno spazio digitale condiviso e coordinato, potendo attingere a risorse informative di alta qualità sulle attrazioni del territorio (luoghi da visitare, percorsi turistici, peculiarità enogastronomiche, etc.) e le infrastrutture presenti, a beneficio dei propri potenziali clienti
5. **Miglioramento della qualità dell'offerta privata** (turismo residenziale); creazione di programmi di formazione per i privati che vogliono aprire attività ricettiva al fine di migliorare standard di accoglienza e servizio alla clientela
6. Incentivare programmi di **riqualificazione dei borghi** e dei centri storici dei paesi; aumento offerta ricettiva residenziale; alberghi diffusi; **infrastrutturazione dei borghi** (rete telecomunicazione, efficientamento rete idrica, trasporto locale)
7. Meccanismo di accesso agli incentivi che tenga conto anche della **qualità delle infrastrutture di gestione delle acque** (depurazione, dispersione idrica, qualità degli invasi), della **gestione degli spazi verdi**, della **gestione dei rifiuti urbani**
8. **Strategia: aumentare la quota di turismo internazionale**
9. **Migliorare la dotazione aeroportuale** con l'obiettivo di incrementare l'offerta di soluzioni low-cost verso un maggior numero di destinazioni. Focus particolare verso est europeo emergente (Russia, paesi ex CIS, Balcani)

10. **Ampliare l'accessibilità aeroportuale**, lavorando con le amministrazioni locali al fine di potenziare il trasporto collettivo (treno, bus) verso gli aeroporti in un'ottica di area più vasta (non solo collegamento con il comune principale)
11. **Potenziamento infrastrutture di telecomunicazione**, hardware e software: velocizzare la diffusione della banda larga nei piccoli e medi comuni; sviluppo e potenziamento delle piattaforme per la gestione dei servizi turistici (trasporti, prenotazioni, guide)
12. Supportare e incentivare le amministrazioni locali a mettere in atto **programmi di formazione dell'imprenditoria turistica** in chiave di diversificazione dell'offerta: ottimizzazione dell'uso degli strumenti di sharing economy, nuove tecnologie, uso delle piattaforme esistenti, maggiore conoscenza delle tendenze internazionali, cultura imprenditoriale in ambito turistico internazionale, presentazione di casi di successo nelle regioni competitor (Italia, Spagna, Grecia)
13. **Strategia: potenziamento infrastrutture di trasporto locale; infrastrutture più digitali**
14. **Potenziamento della segnaletica stradale**; segnaletica digitale; miglioramento della facilità di localizzazione dei siti di interesse storico culturale
15. **Riconversione della rete ferroviaria** storica in chiave turistica
16. **Miglioramento trasporto pubblico locale** mediante incentivi alle amministrazioni locali per la creazione di servizi di trasporto integrati su area più vasta, intercomunali, che includano anche programmi di **manutenzione stradale e miglioramento della rete viaria**

Venerdì 22 Maggio alle 10:15, aggiornato venerdì 22 maggio alle 10:28

TURISMO

"Valorizziamo il patrimonio archeologico e culturale": l'appello della Cna sarda

Obiettivo è puntare sulla destagionalizzazione



Su Nuraxi a Barumini (archivio L'Unione Sarda)

Gli effetti della pandemia sono un'opportunità per migliorare l'offerta turistica valorizzando alcuni aspetti che possono aiutare la destagionalizzazione. Lo sostiene la Cna sarda (Confederazione dell'artigianato e piccole medie imprese) che col suo Centro studi ha elaborato un dettagliato dossier dove vengono evidenziati i punti di debolezza del sistema turistico sardo e vengono elaborate proposte e strategie per riconfigurare il sistema dell'offerta sui nuovi bisogni valorizzando i nuovi asset su cui puntare per attrarre nuovi flussi turistici.

Occorre valorizzare meglio il patrimonio archeologico-culturale dell'isola, che è un richiamo soprattutto per gli stranieri, anche al di fuori dei mesi estivi.

Secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia nel 2019 gli arrivi di viaggiatori stranieri in Sardegna sono stati ben 1,779 milioni, i pernottamenti quasi 13 milioni, per una spesa complessiva stimata in circa 1,12 miliardi, poco meno del 4% del Pil regionale. La crescita

dal 2000 è stata vertiginosa con un dato quadruplicato, superiore sia alle regioni meridionali sia alla media nazionale.

Il dossier della Cna però evidenzia una debolezza: "Se però si guarda alle motivazioni della vacanza (sia quelli che arrivano nelle strutture ufficiali, sia quelli che decidono di pernottare in abitazioni private), emerge come la Sardegna sia tra le regioni italiane tra quelle con la maggiore polarizzazione nelle scelte dei turisti, ad indicare un'immagine fortemente caratterizzata. In base agli ultimi dati disponibili, relativi al 2018, solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'Isola era infatti motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo), a fronte di percentuali superiori al 50% in Sicilia e Campania".

Eppure nel 2018 sono stati censiti in Sardegna 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali, privati e pubblici, un dato che pone l'Isola all'ottavo posto tra le regioni italiane, prima regione del Mezzogiorno, persino sopra la Sicilia (260) e la Campania (233). Seguono, tra le regioni meridionali, la Calabria (166) e la Puglia (164). Secondo Pierpaolo Piras e Francesco Porcu, presidente e segretario regionale della Cna Sardegna "occorre aumentare la quota del turismo internazionale con una strategia più efficace che crei percorsi narrativi allettanti, piattaforme web, percorsi per il turismo itinerante culturale, naturalistico e sportivo e naturalmente migliorando le infrastrutture di trasporto locale".

[Giampiero Marras](#)



Sedilo, S'Ardia 2019

Turismo, la CNA prova a guardare oltre i disastri della stagione 2020

Turismo, la CNA prova a guardare oltre i disastri della stagione 2020
“Un sistema da ricostruire: immagine nuova, puntare sugli stranieri, infrastrutture migliori”

Ci sarà una stagione turistica 2020 in Sardegna? O dovremo raccogliere solo i cocci prodotti dall'emergenza? Nessuno ha una risposta, per ora. Ma mentre si discute su passaporto turistico e prenotazioni a rischio, CNA Sardegna prova a guardare un po' più lontano: “Attrezziamoci per riconfigurare e potenziare la qualità e l'offerta del nostro sistema turistico”.

In un lungo documento, la Confederazione Artigianato analizza la situazione, individua punti di forza e debolezze dell'attuale offerta turistica e propone tre obiettivi strategici: miglioramento e diversificazione dell'immagine del territorio, in ottica storico culturale, naturalistica e sportiva; aumento della quota di turismo internazionale; potenziamento delle infrastrutture di trasporto locale e maggiore ricorso al digitale.

La CNA parte dalla premessa che “la pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi verso destinazioni a bassa densità turistica, dove trascorrere una vacanza sicura”. La Sardegna potrebbe essere una meta ideale, fanno notare Pierpaolo Piras e Francesco Porcu, presidente e segretario regionale di CNA Sardegna: “Può offrire ampi spazi, una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi, al servizio dei tanti

turismi': esperienziale, storico culturale, sportivo naturalistico, religioso, enogastronomico". Il problema è che oggi "non valorizza lo straordinario patrimonio storico-culturale di cui dispone".

Qualche numero fornito dalla CNA: "Solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'isola era motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo) a fronte di percentuali superiori al 50% di Sicilia e Campania. Eppure, la Sardegna è all'8° posto tra le regioni italiane – prima regione del Mezzogiorno – per offerta storico culturale: nel 2018 erano stati censiti 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali privati e pubblici".

Il Centro studi della CNA regionale ricorda che "il modello di sviluppo turistico della Sardegna è caratterizzato dalla stagionalità, cioè dalla concentrazione degli arrivi in un arco di tempo limitato. Si tratta di un fattore di forte debolezza, che limita le potenzialità del turismo e le sue capacità di incidere sullo sviluppo socio-economico del territorio. Per via della stagionalità, le strutture ricettive sono sottoposte a picchi di attività/inattività che comportano enormi difficoltà nel reperimento di personale qualificato, rendendo problematico il mantenimento di standard qualitativi adeguati".

"La stagionalità impatta pesantemente sull'occupazione, che diventa discontinua, ridimensionando la capacità del turismo di contrastare la disoccupazione giovanile e scoraggiando gli investimenti delle imprese nella formazione del personale. Da un punto di vista sociale, la stagionalità non si oppone, anzi alimenta il fenomeno dell'emigrazione giovanile, in un contesto in cui l'invecchiamento della popolazione indebolisce il tessuto socio-economico e ne compromette le capacità imprenditoriali ed innovative".

"Vanno poi considerati i problemi che una stagionalità turistica spinta crea per le comunità locali, che durante i periodi di picco possono soffrire problemi di congestione (traffico, accesso al servizio pubblico, servizi commerciali, etc.) e un incremento indiscriminato dei prezzi. L'incremento della popolazione in periodi limitati dell'anno (popolazione flottante), inoltre, comporta uno stress sul territorio e sulle infrastrutture, mettendo a dura prova la capacità di carico delle destinazioni e dell'ambiente: erosione delle risorse naturali, smaltimento rifiuti, inquinamento, congestione stradale".

Alternative? "Il turismo internazionale, destinato a riprendere dopo l'interruzione del 2020, è per definizione meno stagionale", scrive la CNA. "Un terzo dei viaggiatori provenienti dai principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Italia e Spagna) opta per una vacanza tra arte, storia e cultura, mentre sole e mare rappresenta la motivazione della vacanza per una quota minoritaria di turisti (dati Commissione Europea, Eurobarometer)".

Secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia, nel 2019 gli arrivi di viaggiatori stranieri in Sardegna sono stati ben 1,779 milioni, i pernottamenti complessivi quasi 13 milioni, per una spesa complessiva stimata in circa 1,12 miliardi, poco meno del 4% del Pil regionale. Nel confronto con gli altri territori, emerge con evidenza la dirompente crescita del turismo straniero nella nostra isola: alla fine del 2019 risultava quasi quadruplicato rispetto ai primi anni 2000, contro 2,5 volte nelle regioni meridionali e 1,5 volte in Italia.

Il rapporto della CNA fa notare che "se però si guarda alle motivazioni della vacanza (sia quelli che arrivano nelle strutture ufficiali, sia quelli che decidono di pernottare in abitazioni private), emerge come la Sardegna sia tra le regioni italiane con la maggiore polarizzazione nelle scelte dei turisti, ad indicare un'immagine fortemente caratterizzata. In base agli ultimi dati disponibili, relativi al 2018, solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'Isola era infatti motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo), a fronte di percentuali superiori al 50% in Sicilia e Campania".

Eppure, rileva la ricerca della CNA sarda, quanto a dotazione di siti culturali (musei, parchi archeologici, complessi monumentali) non abbiamo nulla da invidiare alla Campania o alla Sicilia. In base agli ultimi dati disponibili rilevati dall'Istat, l'offerta storico-culturale regionale è infatti di tutto rilievo: nel 2018 sono stati censiti in Sardegna 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali, privati e pubblici, un dato che pone l'Isola all'ottavo posto tra le regioni italiane, prima regione del Mezzogiorno, persino sopra la Sicilia (260) e la Campania (233). Seguono, tra le regioni meridionali, la Calabria (166) e la Puglia (164).

“Eppure questo notevole patrimonio storico culturale risulta ancora poco frequentato dai visitatori, nazionali e internazionali: il numero medio di visitatori annui per sito in Sardegna nel 2018 è di poco superiore a 7.600 unità, contro gli oltre 65mila visitatori della Campania e gli oltre 29mila della Sicilia. Solo poche altre regioni hanno un indice più basso della Sardegna”.

In Sardegna non mancano nemmeno le eccellenze riconosciute al livello nazionale e internazionale: dei 55 siti italiani etichettati come “patrimonio mondiale” dall'UNESCO, così definiti in base a una decina di criteri culturali e naturali, uno si trova in Sardegna, il villaggio nuragico di Barumini (ufficialmente riconosciuto di eccezionale valore universale dal 1997); a questo, negli anni più recenti, se ne sono aggiunti altri, sotto altre categorie: una Riserva della biosfera (il sito Tepilora, Rio Posada e Montalbo, per le sue peculiarità ambientali, nel 2017) e due beni patrimonio immateriale dell'umanità (il Canto a tenore nel 2008 e la Faradda di li candareri nel 2013).

Emblematico invece è il percorso seguito dal parco Geominerario della Sardegna, che era stato inserito nel 2015, ma è stato successivamente “squalificato” a motivo di una inadeguata organizzazione sul piano delle risorse umane. C'è poi una lista di altri siti che attendono da molti anni la valutazione dell'Agenzia delle Nazioni Unite (l'arcipelago della Maddalena, l'Asinara, le bocche di Bonifacio, gli stagni dell'Oristanese, il Sulcis-Iglesiente).

Inoltre, tre destinazioni sarde sono state insignite del premio EDEN istituito dalla Commissione Europea per il turismo culturale e sostenibile (in Italia in totale sono solo sette); si tratta di Guspini (Montevecchio), le miniere di Porto Flavia e Serbariu, la Penisola del Sinis e l'Isola di Mal di Ventre. “Ma la questione che si pone non è tanto quella dell'effettivo ottenimento del ‘certificato’ di patrimonio UNESCO o di altro genere, quanto quello di una effettiva capacità (degli organi locali preposti) di programmazione e di sviluppo dei progetti correlati di promozione, senza i quali la nomination produce effetti limitati sul turismo regionale, e quindi sull'economia dei territori”.

Obiettivi e strategie proposte dalla CNA Sardegna

- 1. *Miglioramento e diversificazione dell'immagine del territorio***, in ottica storico culturale, naturalistica e sportiva, da raggiungere con:
 - a. creazione di percorsi narrativi che creino interesse storico culturale;
 - b. creazione di percorsi per il turismo itinerante culturale, naturalistico e sportivo (hiking, cycling, motorbike, clymbing, canyoning, etc.);
 - c. sviluppo di spazi promozionali e piattaforme web in inglese che permettano alle imprese di promuovere la propria offerta in uno spazio digitale condiviso e coordinato, potendo attingere a risorse informative di alta qualità sulle attrazioni del territorio (luoghi da visitare, percorsi turistici, peculiarità enogastronomiche, etc.) e le infrastrutture presenti, a beneficio dei propri potenziali clienti;
 - d. miglioramento della qualità dell'offerta privata (turismo residenziale); creazione di programmi di formazione per i privati che vogliono aprire attività ricettiva al fine di migliorare standard di accoglienza e servizio alla clientela;

e. programmi di riqualificazione dei borghi e dei centri storici dei paesi; aumento offerta ricettiva residenziale; alberghi diffusi; infrastrutturazione dei borghi (rete telecomunicazione, efficientamento rete idrica, trasporto locale);
f. un meccanismo di accesso agli incentivi che tenga conto anche della qualità delle infrastrutture di gestione delle acque (depurazione, dispersione idrica, qualità degli invasi), della gestione degli spazi verdi, della gestione dei rifiuti urbani

2. *Aumentare la quota di turismo internazionale*, con questi strumenti:

a. migliorare la dotazione aeroportuale con l'obiettivo di incrementare l'offerta di soluzioni low-cost verso un maggior numero di destinazioni; focus particolare verso est europeo emergente (Russia, paesi ex CIS, Balcani);

b. ampliare l'accessibilità aeroportuale, lavorando con le amministrazioni locali al fine di potenziare il trasporto collettivo (treno, bus) verso gli aeroporti in un'ottica di area più vasta (non solo collegamento con il comune principale);

c. potenziamento infrastrutture di telecomunicazione, hardware e software: accrescere la diffusione della banda larga nei piccoli e medi comuni; sviluppo e potenziamento delle piattaforme per la gestione dei servizi turistici (trasporti, prenotazioni, guide);

d. supportare e incentivare le amministrazioni locali a mettere in atto programmi di formazione dell'imprenditoria turistica in chiave di diversificazione dell'offerta: ottimizzazione dell'uso degli strumenti di sharing economy, nuove tecnologie, uso delle piattaforme esistenti, maggiore conoscenza delle tendenze internazionali, cultura imprenditoriale in ambito turistico internazionale, presentazione di casi di successo nelle regioni competitor (Italia, Spagna, Grecia);

3. *Potenziamento delle infrastrutture di trasporto locale*, con uso delle risorse digitali:

a. potenziamento della segnaletica stradale; segnaletica digitale; miglioramento della facilità di localizzazione dei siti di interesse storico culturale;

b. riconversione della rete ferroviaria storica in chiave turistica;

c. miglioramento del trasporto pubblico locale mediante incentivi alle amministrazioni per la creazione di servizi di trasporto integrati su area più vasta, intercomunali, che includano anche programmi di manutenzione stradale e miglioramento della rete viaria.

Venerdì, 22 maggio 2020

Turismo in Sardegna: cosa accade

0 130 7 minutes read



Il Turismo dopo il Covid-19: la Cna guarda oltre l'emergenza: attrezziamoci per riconfigurare e potenziare la qualità e l'offerta del nostro sistema turistico

La pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità turistica dove trascorrere una vacanza sicura

La Sardegna meta ideale – Può offrire ampi spazi, una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi, al servizio dei "tanti turismi": esperienziale, storico culturale, sportivo naturalistico, religioso, enogastronomico

La Sardegna non valorizza lo straordinario patrimonio storico -culturale di cui dispone

Solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'isola era motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo) a fronte di percentuali superiori al 50% di Sicilia e Campania

Eppure, la Sardegna è all'8° posto tra le regioni italiane, prima regione del mezzogiorno per offerta storico culturale: nel 2018 censiti 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali privati e pubblici –

Piras e Porcu (CNA): "Aumentare la competitività turistica potenziando e diversificando l'immagine del territorio in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione – la proposta della Cna in tre strategie

*"Avviata la Fase 2 mentre comincia a delinearsi l'entità dell'impatto economico di questa crisi dobbiamo iniziare a interrogarci sin da ora per costruire su basi più solide la ricostruzione della nostra economia". Secondo **Pierpaolo Piras** e **Francesco Porcu**, presidente e segretario regionale della Cna Sardegna, " **la Sardegna dovrà ricominciare valorizzando uno dei settori più strategici, ovvero il turismo cogliendo fino in fondo le profonde trasformazioni e i bisogni nuovi che il covid 19 imporrà alla domanda e all'offerta turistica.***

La pandemia assesterà un duro colpo al turismo low cost e di massa, orientando i flussi turistici verso destinazioni a bassa densità turistica dove trascorrere una vacanza sicura. Attrezziamoci ora – continuano Piras e Porcu per riconfigurare e potenziare la qualità e l'offerta del nostro sistema turistico.

La Sardegna è la meta ideale per cogliere le opportunità e i nuovi bisogni – che non svaniranno con il virus, erano già presenti e si rafforzeranno negli anni a venire ; può offrire ampi spazi , una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi: tutto questo può essere messo al servizio dei tanti turismi : esperienziale, storico culturale, sportivo, naturalistico, religioso, enogastronomico; Possiamo aumentare la competitività del nostro sistema potenziando e diversificando l'immagine del territorio in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione superando i limiti un'offerta ancora troppo concentrata su "sole e mare."

Per questo motivo il Centro studi della Cna sarda ha elaborato un dettagliato dossier che evidenzia i punti di debolezza del nostro sistema turistico ed elabora una serie di proposte e strategie per riconfigurare il sistema dell'offerta sui nuovi bisogni valorizzando i nuovi asset su cui puntare per attrarre nuovi flussi turistici.

In questo report si analizzano le opportunità che lo straordinario patrimonio storico-culturale di cui dispone la nostra regione potrebbe offrire nell'attrarre nuovi flussi di turismo internazionale.

Come è noto il modello di sviluppo turistico della Sardegna è caratterizzato dalla stagionalità, cioè dalla concentrazione degli arrivi in un arco di tempo limitato. Si tratta di un fattore di forte debolezza che limita le potenzialità del turismo e le sue capacità di incidere sullo sviluppo socio-economico del territorio.

- Per via della stagionalità le strutture ricettive sono sottoposte a picchi di attività/inattività che comportano enormi difficoltà nel reperimento di personale qualificato, rendendo problematico il mantenimento di standard qualitativi adeguati
- La stagionalità impatta pesantemente sull'occupazione, che diventa discontinua, ridimensionando la capacità del turismo di contrastare la disoccupazione giovanile e scoraggiando gli investimenti delle imprese nella formazione del personale
- da un punto di vista sociale la stagionalità non si oppone, anzi alimenta il fenomeno dell'emigrazione giovanile, in un contesto in cui l'invecchiamento della popolazione indebolisce il tessuto socio-economico e ne compromette le capacità imprenditoriali ed innovative.
- Vanno poi considerati i problemi che una stagionalità turistica spinta crea per le comunità locali, che durante i periodi di picco possono soffrire problemi di congestione (traffico, accesso al servizio pubblico, servizi commerciali, etc.) e un incremento indiscriminato dei prezzi.
- L'incremento della popolazione in periodi limitati dell'anno (popolazione flottante), inoltre, comporta uno stress sul territorio e sulle infrastrutture, mettendo a dura prova la capacità di carico delle destinazioni e dell'ambiente: erosione delle risorse naturali, smaltimento rifiuti, inquinamento, congestione stradale.

Il dossier della Cna Sardegna

Il turismo internazionale, destinato a riprendere dopo l'interruzione del 2020, è per definizione meno stagionale. Un terzo dei viaggiatori provenienti dai principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Italia e Spagna) opta per una vacanza tra arte, storia e cultura, mentre sole e mare rappresenta la motivazione della vacanza per una quota minoritaria di turisti (dati Commissione Europea, Eurobarometer). Il turismo internazionale, tra l'altro, viene, in Sardegna, da un periodo particolarmente favorevole; secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia **nel 2019 gli arrivi di viaggiatori stranieri in Sardegna sono stati ben 1,779 milioni, i pernottamenti compressivi quasi 13 milioni, per una spesa complessiva stimata in circa 1,12 miliardi, poco meno del 4% del Pil regionale.** Nel confronto con gli altri territori, emerge con evidenza la dirompente crescita del turismo straniero nella nostra isola: **alla fine del 2019 risulta quasi quadruplicato rispetto ai primi anni 2000, contro 2,5 volte nelle regioni meridionali e 1,5 volte in Italia.**

Se però si guarda alle motivazioni della vacanza (sia quelli che arrivano nelle strutture ufficiali, sia quelli che decidono di pernottare in abitazioni private), emerge come la Sardegna sia tra le regioni italiane tra quelle con la maggiore polarizzazione nelle scelte dei turisti, ad indicare un'immagine fortemente caratterizzata. In base agli ultimi dati disponibili, relativi al 2018, **solo**

il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'Isola era infatti motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo), **a fronte di percentuali superiori al 50% in Sicilia e Campania.**

La valorizzazione dei siti culturali in Sardegna

Eppure, rileva la ricerca della Cna sarda, quanto a dotazione di siti culturali (musei, parchi archeologici, complessi monumentali) la Sardegna non ha nulla da invidiare alla Campania o alla Sicilia. In base agli ultimi dati disponibili rilevati dall'Istat, l'offerta storico culturale regionale è infatti di tutto rilievo: **nel 2018 sono stati censiti in Sardegna 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali, privati e pubblici, un dato che pone l'Isola all'ottavo posto tra le regioni italiane**, prima regione del Mezzogiorno, persino sopra la Sicilia (260) e la Campania (233). Seguono, tra le regioni meridionali, la Calabria (166) e la Puglia (164).

Eppure questo notevole patrimonio storico culturale risulta ancora poco frequentato dai visitatori, nazionali e internazionali: **il numero medio di visitatori annui per sito in Sardegna nel 2018 è di poco superiore a 7.600 unità, contro gli oltre 65mila visitatori della Campania e gli oltre 29mila della Sicilia.** Solo poche altre regioni hanno un indice più basso della Sardegna.

In Sardegna non mancano nemmeno le eccellenze riconosciute al livello nazionale e internazionale: dei 55 siti italiani etichettati come "patrimonio mondiale" dall'UNESCO, così definiti in base a una decina di criteri culturali e naturali, uno si trova in Sardegna, il Villaggio Nuragico di Barumini (ufficialmente riconosciuto di eccezionale valore universale dal 1997); a questo, negli anni più recenti, se ne sono aggiunti altri, sotto altre categorie: una Riserva della Biosfera (il sito Tepilora, Rio Posada e Montalbo, per le sue peculiarità ambientali, nel 2017) e due beni patrimonio immateriale dell'umanità (il Canto a tenore nel 2008 e la Faradda di li candareri nel 2013). Emblematico invece è il percorso seguito dal parco Geominerario della Sardegna, che era stato inserito nel 2015, ma è stato successivamente "squalificato" a motivo di una inadeguata organizzazione sul piano delle risorse umane. C'è poi una lista di altri siti che attendono da molti anni la valutazione dell'Agenzia delle Nazioni Unite (l'arcipelago della Maddalena, l'Asinara, le bocche di Bonifacio, gli stagni dell'Oristanese, il Sulcis-Iglesiente). Inoltre, tre destinazioni sarde sono state insignite del premio EDEN istituito dalla Commissione Europea per il turismo culturale e sostenibile (in Italia in totale sono solo sette); si tratta di Guspini (Montevecchio), le miniere di Porto Flavia e Serbariu, la Penisola del Sinis e l'Isola di Mal di Ventre. Ma la questione che si pone non è tanto quella dell'effettivo ottenimento del "certificato" di patrimonio UNESCO o di altro genere, quanto quello di una **effettiva capacità (degli organi locali preposti) di programmazione e di sviluppo dei progetti correlati di promozione, senza i quali la nomination produce effetti limitati sul turismo regionale, e quindi sull'economia dei territori.**

Le strategie proposte dalla Cna Sardegna

Ecco dunque nel dettaglio le linee di indirizzo strategico proposte dalla Cna sarda alle istituzioni per raggiungere gli obiettivi di aumentare la competitività turistica della Sardegna in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione.

1. Strategia: miglioramento e diversificazione dell'immagine del territorio, in ottica storico culturale, naturalistica e sportiva

- a. **Creazione di percorsi narrativi** che creino interesse storico culturale; mitopoiesi anche attraverso segnaletica e contenuti digitali
- b. Creazione di **percorsi per il turismo itinerante culturale, naturalistico e sportivo** (hiking, cycling, motorbike, clymbing, canyoning, etc.)
- c. **Sviluppo di spazi promozionali e piattaforme web** in inglese che permettano alle imprese di promuovere la propria offerta in uno spazio digitale condiviso e coordinato, potendo attingere a risorse informative di alta qualità sulle attrazioni del territorio (luoghi da visitare, percorsi turistici, peculiarità enogastronomiche, etc.) e le infrastrutture presenti, a beneficio dei propri potenziali clienti
- d. **Miglioramento della qualità dell'offerta privata** (turismo residenziale); creazione di programmi di formazione per i privati che vogliono aprire attività ricettiva al fine di migliorare standard di accoglienza e servizio alla clientela
- e. Incentivare programmi di **riqualificazione dei borghi** e dei centri storici dei paesi; aumento offerta ricettiva residenziale; alberghi diffusi; **infrastrutturazione dei borghi** (rete telecomunicazione, efficientamento rete idrica, trasporto locale)
- f. Meccanismo di accesso agli incentivi che tenga conto anche della **qualità delle infrastrutture di gestione delle acque** (depurazione, dispersione idrica, qualità degli invasi), della **gestione degli spazi verdi**, della **gestione dei rifiuti urbani**

2. Strategia: aumentare la quota di turismo internazionale

- a. **Migliorare la dotazione aeroportuale** con l'obiettivo di incrementare l'offerta di soluzioni low-cost verso un maggior numero di destinazioni. Focus particolare verso est europeo emergente (Russia, paesi ex CIS, Balcani)
- b. **Ampliare l'accessibilità aeroportuale**, lavorando con le amministrazioni locali al fine di potenziare il trasporto collettivo (treno, bus) verso gli aeroporti in un'ottica di area più vasta (non solo collegamento con il comune principale)
- c. **Potenziamento infrastrutture di telecomunicazione**, hardware e software: velocizzare la diffusione della banda larga nei piccoli e medi comuni; sviluppo e potenziamento delle piattaforme per la gestione dei servizi turistici (trasporti, prenotazioni, guide)

d. Supportare e incentivare le amministrazioni locali a mettere in atto **programmi di formazione dell'imprenditoria turistica** in chiave di diversificazione dell'offerta: ottimizzazione dell'uso degli strumenti di sharing economy, nuove tecnologie, uso delle piattaforme esistenti, maggiore conoscenza delle tendenze internazionali, cultura imprenditoriale in ambito turistico internazionale, presentazione di casi di successo nelle regioni competitor (Italia, Spagna, Grecia)

3. Strategia: potenziamento infrastrutture di trasporto locale; infrastrutture più digitali

a. **Potenziamento della segnaletica stradale**; segnaletica digitale; miglioramento della facilità di localizzazione dei siti di interesse storico culturale

b. **Riconversione della rete ferroviaria** storica in chiave turistica

c. **Miglioramento trasporto pubblico locale** mediante incentivi alle amministrazioni locali per la creazione di servizi di trasporto integrati su area più vasta, intercomunali, che includano anche programmi di **manutenzione stradale e miglioramento della rete viaria**

ANSA.IT
Sardegna

Fase 2: Cna, Sardegna meta ideale per turismo internazionale

"Potenzialità inespresse tra cultura, enogastronomia e sport"



- RIPRODUZIONE RISERVATA

[+ CLICCA PER INGRANDIRE](#)

Redazione ANSACAGLIARI22 maggio 2020 19:19NEWS

La Sardegna meta ideale per cogliere le opportunità della Fase 2 del turismo puntando sugli ampi spazi, una natura incontaminata, centinaia di piccoli borghi, al servizio dei "tanti turismi": esperienziale, storico culturale, sportivo naturalistico, religioso, enogastronomico.

La proposta arriva dalla Cna che sollecita l'aumento della competitività del sistema potenziando e diversificando l'immagine del territorio "in un'ottica di maggiore internazionalizzazione e destagionalizzazione superando i limiti un'offerta ancora troppo concentrata su 'sole e mare'." L'organizzazione ha quindi elaborato un dettagliato dossier che evidenzia i punti di debolezza del sistema turistico ed elabora una serie di proposte e strategie per riconfigurare il sistema

dell'offerta sui nuovi bisogni valorizzando i nuovi asset su cui puntare per attrarre nuovi flussi turistici, in particolare quelli internazionali "per definizione meno stagionali".

"Un terzo dei viaggiatori provenienti dai principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Italia e Spagna) opta per una vacanza tra arte, storia e cultura, mentre sole e mare rappresenta la motivazione della vacanza per una quota minoritaria di turisti (dati Commissione Europea, Eurobarometer). Il turismo internazionale, tra l'altro, viene, in Sardegna, da un periodo particolarmente favorevole; secondo gli ultimi dati della Banca d'Italia nel 2019 gli arrivi di viaggiatori stranieri in Sardegna sono stati ben 1,779 milioni, i pernottamenti complessivi quasi 13 milioni, per una spesa complessiva stimata in circa 1,12 miliardi, poco meno del 4% del Pil regionale.

Nel confronto con gli altri territori, emerge con evidenza la dirompente crescita del turismo straniero nella nostra isola: alla fine del 2019 risulta quasi quadruplicato rispetto ai primi anni 2000, contro 2,5 volte nelle regioni meridionali e 1,5 volte in Italia. Se però si guarda alle motivazioni della vacanza solo il 2% dei visitatori stranieri presenti nell'isola era motivato da ragioni culturali (77% mare, 7% enogastronomia e agriturismo) a fronte di percentuali superiori al 50% di Sicilia e Campania.

Eppure, la Sardegna è all'8/o posto tra le regioni italiane, prima regione del mezzogiorno per offerta storico culturale: nel 2018 censiti 290 tra musei, siti archeologici, aree monumentali privati e pubblici che, secondo la Cna, devono essere maggiormente valorizzati.