

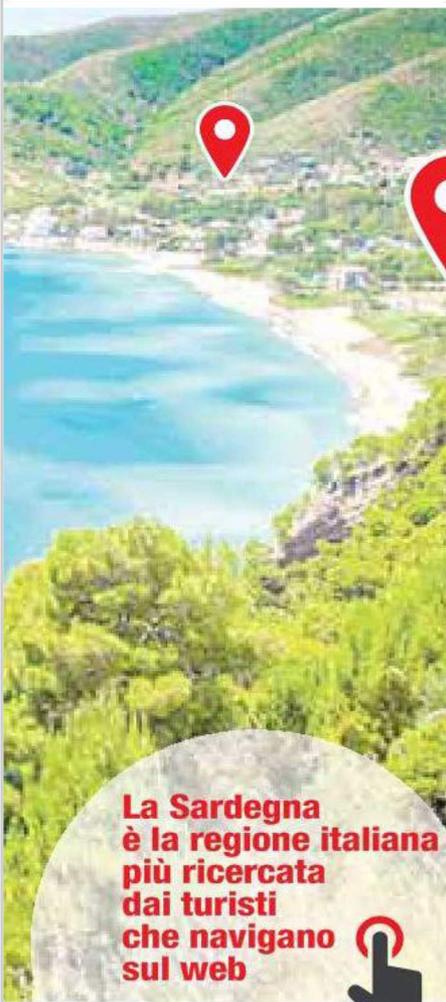
Sul web è in continua crescita l'immagine dell'Isola: consensi da capitalizzare

La più amata è la Sardegna

«Ma ora serve un'offerta al passo con il turista digitale»

La Sardegna è la regione italiana più cliccata dai potenziali turisti stranieri, ma l'offerta digitale non riesce a stare al passo. Nei prossimi anni, rivela un'indagine di [Marketing01](#), si prevede una crescita del 20-30% l'anno, che potrebbe essere anche più elevata. Però solo il 15% delle aziende è sui motori di ricerca dei Paesi europei, la metà delle attività non incentiva le recensioni, «uno dei principi base del social media marketing», spiega Giacomo Del Chiappa, docente di management del turismo.

C. COSSU, MAEDDU ALLE PAGINE 2, 3



Una famigliola di turisti sulla spiaggia di Chia

Sardegna, destinazione più cliccata sul web

Prenotazioni in crescita

► Crescono ancora i turisti che scelgono la Sardegna. Nei prossimi 3-5 anni, rivela un'indagine di "Marketing01", agenzia per il web marketing per il turismo, si prevede una crescita nell'ordine del 20-30% ogni anno.

I DEFICIT. Ma crescerebbe anche di più se l'offerta turistica digitale, su cui si fondano le scelte della maggior parte dei visitatori, fosse più sviluppata. Il problema, infatti, è che solo il 15% delle aziende isolate che operano nel turismo (alberghi, ristoranti, strutture ricreative) è visibile sui motori di ricerca dei Paesi europei da cui provengono i principali flussi turistici (Germania, Francia, Spagna). Se poi si va a guardare fuori dall'Europa, il dato è ancora più negativo: nei motori di ricerca dei cinesi, per fare un esempio, le imprese turistiche sarde sono meno del 10%.

IL METODO. «Intanto dovremmo stabilire come sono calcolati questi dati», afferma Agostino Cicalò, presidente di Unioncamere Sardegna e vicepresidente regionale di Confcommercio. «Se nell'indagine, infatti, le strutture ricettive classificate», gli alberghi, per intendersi, «si

mischiano a quelle non classificate», B&B soprattutto, «è normale avere un dato così basso. Detto questo, però, resta il fatto che molte aziende turistiche isolate, privilegiando il mercato italiano, non sono posizionate sui canali stranieri di Google. Un errore, dal mio punto di vista, perché il mercato da aggredire è proprio quello straniero, poiché consente la destagionalizzazione e concentra molte risorse economiche».

"POCHI SITI". Non bastasse, c'è un altro elemento che fa riflettere: quasi un'azienda sarda su due, il 45% per l'esattezza, dice "Marketing01" non ha ancora un sito internet, o se ce l'ha è obsoleto. «Se parliamo di alberghi, il dato sembra inverosimile», dice Sandro Salerno, presidente regionale di Assoturismo (Confesercenti). «La stragrande maggioranza, infatti, ha un sito internet aggiornato. Quel 45% diventa più realistico se consideriamo invece che altre aziende del comparto turistico, come i ristoranti, più che "posizionarsi" su Google preferiscono affidarsi ai social, come Tripadvisor».

I FLUSSI. Superfluo sottolineare

come la Rete abbia rivoluzionato il modo di fare turismo e acquisire competitività. La Sardegna è la regione italiana più cliccata dai potenziali turisti stranieri (38%, poi la Liguria con il 36%). «Di fronte a un aumento dei flussi turistici, alla crescita dell'offerta di ricettività e a una domanda che si sposta sempre più verso le strutture di qualità, purtroppo, però, molte aziende del settore non si sono attrezzate adeguatamente», dice Paolo Bomparola, amministratore di "Marketing01".

LA STRATEGIA. Oggi, il 70% delle imprese sul web si affida a siti di intermediazione come Expedia o Booking, «una strategia comprensibile che però pone un problema», afferma Salerno. «Il mercato sardo paga due intermediazioni. I trasporti, e non possiamo farci niente, e i portali che danno sì grande visibilità ma che spesso fanno dimenticare alle aziende la necessità di strutturarsi con un sito internet scritto in più lingue», non solo inglese e italiano, quindi, «che consente a Google di indicizzarle meglio all'estero».

Mauro Madeddu

RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ISOLA DEL TURISMO

FONTE: Marketing01 (su dati Istat, Eurostat, Google e Digitalia)

45% delle aziende turistiche (strutture ricettive, di ristorazione e ricreative) sarde **non ha un sito internet** o ce l'ha obsoleto

15% delle aziende turistiche sarde **è subito visibile nei motori di ricerca** dei Paesi dell'Ue

70% delle aziende turistiche attive sul web **opera solo sui portali Booking ed Expedia**

20/30% **L'aumento costante dei flussi turistici** previsto nei prossimi anni in Sardegna

