

SARDEGNA, Indagine “A kentannos”: l’immagine produttiva è soprattutto turismo, ma anche agroalimentare e vino

Date : 5 maggio 2018



L’[indagine “A kentannos”](#), [realizzata dall’Eurispes](#), con il contributo della *Regione*, ha analizzato anche le **attività produttive associate alla Sardegna**.

Al primo posto si individuano le **produzioni agroalimentari, bevande** (per lo più *vino, mirto e birra*) e **cibo** che rappresentano il 65,4% delle risposte fornite dagli intervistati. La produzione di **formaggio** è quella più importante, rappresenta il 17,4% e, in particolare, il **pecorino sardo**, seguito dal **pane**, che si identifica con il **pane carasau** (9,4%), con il *vino*, che è per lo più **cannonau** (8,9%), i *dolci*, come le **seadas** e il **torrone** (7,1 %). Ma è certamente il **turismo** che caratterizza maggiormente l’**immagine produttiva della Sardegna**, indicato dal 97% degli intervistati che ha attribuito i valori “*molto*” e “*moltissimo*” alla rappresentatività produttiva di questo settore. A seguire il settore **artigianato** (79,2% di valutazioni pari a ‘*molto*’ e ‘*moltissimo*’); il **vino** (79,2%); l’**agroalimentare** (78,5%); la **nautica** (66,7%).

L’analisi dell’impatto dell’immagine produttiva percepita sulle scelte di acquisto è stata indagata chiedendo agli intervistati se e quali **prodotti sardi acquistano nel loro luogo di residenza**: il 55,4% delle persone non acquista prodotti sardi perché non sono interessati a farlo (59,3% di *chi non acquista*) o perché non li conoscono (14,8%). Una persona su quattro, li vorrebbe acquistare ma afferma di non trovarli (25,1%) o di acquistarli ogni tanto, quando li trova al supermercato (2,8%). L’acquisto dei prodotti sardi (44,4% dei rispondenti positivamente) è, soprattutto, un **acquisto alimentare di cibo e bevande**. Si acquista prevalentemente formaggio sardo, per lo più pecorino (23,5%), vino (16,1%), pane carasau (10,7%), mirto (10,6%), dolci (9,3%) e nello specifico torroni (6%) e birra Ichnusa (3,8%). L’**immagine produttiva della Sardegna** è quindi un’immagine prevalentemente cognitiva basata sull’attrattività turistica e sulla notorietà ed autenticità di alcuni prodotti tipici e vitivinicoli. Immagine rafforzata dall’unicità della cultura e dal fascino e dalla bellezza della che ne esprimono la componente affettiva. (red)

