SARDEGNA, Indagine “A kentannos”: l’immagine produttiva è sopratutto 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)*

(admaioramedia.it)