

SARDEGNA, Indagine “A kentannos”: nell’analisi generazionale emergono differenze nell’immagine dell’Isola

Date : 5 Maggio 2018



L’[indagine “A kentannos”](#), realizzata dall’[Eurispes](#), con il contributo della Regione, che aveva come finalità la **rilevazione dell’immagine complessiva del territorio nel percepito degli italiani**, è stata classificata anche con parametri generazionali.

Il 57% degli intervistati appartenenti alla generazione dei **Millennials** (*dai 18 ai 34 anni*) non si è **mai recato in Sardegna**. Il 33,9% di coloro che l’hanno visitata ci sono stati una sola volta, il 24,1% due ed il 23,2% più di cinque, quasi tutti in vacanza: soltanto l’8% e il 6,3% rispettivamente per visitare parenti ed amici e per motivi di lavoro. Per loro la **Sardegna è innanzitutto mare** (23,9%) e **paesaggio** (22,8%). I **Millennials** attribuiscono una **forte personalità alla Sardegna**, descrivendola come una *terra “bellissima”, “profumata”, “indimenticabile”, “rilassante”, “divertente” “incontaminata” e “accogliente”*. Non mancano, tuttavia, alcune **connotazioni negative relative alla localizzazione e modalità di svolgimento dell’attività turistica**. Per esempio, *“costosa”*, che ha un peso del 3,1% delle risposte, poi *“lontana”, “caotica” e “carente”*. Ma anche riferite alla sua personalità: *“fredda”, “chiusa” e “invidiosa”*. L’**immagine turistica** che hanno della Sardegna è relativa al **Nord dell’Isola** ed in particolare alla **Costa Smeralda, La Maddalena, Olbia, Stintino e Alghero**. Le attrattive sono innanzitutto balneari, relative a località note (*Porto Cervo, Porto Rotondo, Arcipelago de La Maddalena, Stintino e Villasimius e più genericamente spiagge bianche*), seguite dai **nuraghi**, dalle **sagre** e dall’intrattenimento.

Il 52,9% degli intervistati della **Generazione Z** (*dai 35 ai 54 anni*) è stato in Sardegna almeno una volta (33,2%), due (26,9%), cinque e più volte (19,1%). Le motivazioni principali sono le **vacanze** (70,5%), il **lavoro** (12,4%) e la **visita a parenti ed amici** (9,3%). Da ciò deriva un’elevata stagionalità delle visite nei mesi estivi e nei mesi spalla (*giugno e settembre*). L’**immagine percepita** rimanda alla sua **bellezza, alle coste** e alle **spiagge bianche** e alla **distanza**, ma anche all’**accoglienza** e all’**essere selvaggia e rilassante, naturale e pulita**. La percezione è **negativa per ciò che concerne i collegamenti**

per raggiungerla, il livello di **sviluppo dell'industria** e il **livello dell'innovazione tecnologica**. L'**immagine turistica della Sardegna**, anche per la **Generazione X**, è ancorata soprattutto a **mare, coste e spiagge**. A differenza dei *Millennials*, questa fascia d'età esprime una **maggiore conoscenza della regione**, in base alla quale, accanto alle note località del Nord, troviamo anche *Tortolì, Caprera, Sassari, Isola Rossa fino a Cagliari e Santa Margherita di Pula*.

La maggioranza degli **Over 55** (*divisi tra Baby boomers, ovvero 55-72enni, e Seniors, over 72*) non è mai stata in Sardegna (56,6%). Il 43,4% di coloro che l'hanno visitata ci sono stati almeno una e due volte (*rispettivamente 29,7% e 28,6%*), il 17,8% più di cinque volte e il 15,7% più di tre volte. Le motivazioni sono pressoché di **vacanza** (73%) e **visita a parenti ed amici** (11,3%), come dimostra l'elevata stagionalità dei flussi. Il 96% circa delle persone ha **visitato la Sardegna nei mesi estivi da giugno a settembre**, con la massima concentrazione a luglio e agosto. Per gli **Over 55**, la Sardegna è innanzitutto **mare, spiagge bianche, colori e bellezza dei paesaggi**. I **punti di debolezza** sono gli stessi per tutte le generazioni ma, con l'aumentare dell'età, la **percezione del costo aumenta**, così per il 60,3% è una debolezza, rispetto al 56,1% della *Generazione X* e al 53,3% dei *Millennials*.

L'analisi delinea un'**immagine complessiva positiva** basata principalmente su **aspetti cognitivi**, che non si discosta significativamente dalla realtà, seppure ne enfatizzi soltanto alcuni aspetti, come ad esempio la vocazione turistica e ne minimizzi altri, come lo sviluppo tecnologico. Esistono, tuttavia, delle differenze che emergono secondo le diverse fasce d'età e che possono rappresentare informazioni utili per definire azioni correttive e di **rafforzamento dell'immagine della Sardegna**. (*red*)

(admaioramedia.it)