Sardegna in #Bit2016, focus sul digitale

Presente in #Bit2016, la **Sardegna** punta a consolidare la crescita del **turismo** investendo nel **digitale** . Come ha detto l’assessore al Turismo Artigianato e Commercio **Francesco Morandi**, si punta a “gestire l’innovazione nel turismo senza subirla. L’ambizione è una terra dove ambiente e tecnologia si integrino perfettamente”. Nasce così la **nuova agenda digitale turistica**, un insieme coordinato di attività di comunicazione e promozione via web e social. Il **nuovo portale** SardegnaTurismo avrà funzione motivazionale con la presentazione dei temi vacanza e sarà utile all’organizzazione del viaggio e all'orientamento durante il soggiorno, anche grazie all’Hyperlocal 2.0, sistema di accoglienza in grado di dare informazioni strutturate e aggiornate che coinvolge pure enti e comunità locali e gli operatori del settore.

L’investimento nel digitale arriva dopo **due anni di forte aumento del turismo**. Da gennaio al 31 ottobre 2015 gli arrivi sono stati due milioni e 480 mila, quasi 200mila in più dei primi 10 mesi del 2014. Nello stesso periodo, considerata la permanenza media di 5 giorni, le presenze nelle strutture ricettive sono state 12 milioni e 200 mila (+ 10% sul 2014). Ma già nel 2014 la crescita era stata del 9% rispetto all’anno prima. Negli ultimi 24 mesi, insomma, si è quasi recuperato il 20%, riportando di fatto la Sardegna ai livelli precedenti la crisi.

Fondamentale in questo la presenza e l’attività sui **mercati stranieri** (quasi 6 milioni di presenze arrivano dai mercati esteri, con la **Germania** al primo posto), per la quale l’assessorato ha effettuato una campagna di partecipazione alle fiere di Utrecht, Stoccarda, Zurigo, Bruxelles, Monaco di Baviera che proseguirà a marzo con Berlino e Mosca, per un totale di 14 manifestazioni nel 2016.