

## Comunicato stampa del 8 giugno 2016

### **ISVRA: “Decidiamoci, siamo un leader o un outsider?”**

*Il presidente dell'Istituto per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo,  
Mario Pusceddu, sulla presenza dell'Italia in internet  
in materia di turismo ed agroalimentare.*

“Il Governo deve decidere: o siamo (e per il momento non lo siamo) un Paese all'avanguardia, capace di identificare quello che non funziona e di rimboccarsi le maniche per far sì che funzioni, oppure siamo un Paese che continua ad accontentarsi di risultati modesti, certo non all'altezza delle nostre pur straordinarie risorse”.

Questo è il punto di vista del presidente di ISVRA, Istituto per lo Sviluppo Rurale e l'Agriturismo, a conclusione di un'analisi sulla presenza in internet del turismo e dell'agroalimentare italiano, e sulla connessa comunicazione governativa che enfatizza tante potenzialità senza però poi ottenere i risultati che sarebbe lecito attendersi”.

Prosegue Pusceddu: “Mentre la nostra classe politica - primo il presidente del Consiglio, Matteo Renzi - frequenta sempre più, per le proprie esternazioni, i social network, le grandi multinazionali dell'e-commerce intermediano un valore compreso fra il 10 e il 20% del lavoro e del prodotto italiano in campo turistico e agroalimentare. La presenza italiana, soprattutto pubblica, sulla “rete” è invisibile. Il flop della promozione turistica in occasione di Expo 2015, è solo l'ultima testimonianza, dopo lo scandalo, spesso all'onore delle cronache anni fa, del sito turistico ufficiale Italia.it”.

L'analisi di ISVRA ha esaminato (fonte Alexa) la visibilità su internet dei siti turistici ufficiali dei principali Paesi europei: il nostro, [www.italia.it](http://www.italia.it), per quanto ultimamente migliorato, è al nono posto, con una quota di visite di stranieri inferiore al 65% (la maggioranza dei nostri concorrenti sono oltre l'80%) e di rimbalzo (visite di una sola pagina e poi uscita dal sito) del 67%, la più alta dopo Francia, che peraltro ha una quota di visitatori più che doppia della nostra. Nella propaganda speculativa e autoreferenziale del nostro Governo, questi dati non appaiono, anche se valgono milioni di euro.

	Nazione	URL	Mondo (1)	Visite interne (2)	Rimbalzo (3)
1	Svizzera	www.myswitzerland.com	9.586	27,7%	55,70%
2	Spagna	www.spain.info	32.757	36,4%	64,20%
3	Olanda	www.holland.com	35.499	22,5%	52,20%
4	Austria	www.austria.info	53.232	11,9%	62,20%
5	Regno Unito	www.visitbritain.com	56.283	14,9%	66,20%
6	Francia	www.france.fr	56.628	12,7%	69,90%
7	Norvegia(en*)	www.visitnorway.com	66.601	8,5%	64,40%
8	Germania	www.germany.travel	67.008	17,4%	62,70%
<b>9</b>	<b>Italia</b>	<b>www.italia.it</b>	<b>74.253</b>	<b>36,2%</b>	<b>66,90%</b>
10	Portogallo	www.visitportugal.com	75.384	18,1%	62,60%
11	Svezia	www.visitsweden.com	90.663	10,2%	61,00%
12	Grecia (gr-en)	www.visitgreece.gr	94.852	38,3%	61,50%
13	Slovenia	www.slovenia.info	105.812	26,0%	54,90%
14	Finlandia	www.visitfinland.com	130.440	<7%	53,80%
15	Rep. Ceca	www.czechtourism.com	142.664	7,0%	59,90%
16	Lussemburgo	www.visitluxembourg.com	157.494	39,6%	46,10%
17	Danimarca	www.visitdenmark.com	194.475	11,4%	54,90%
18	Slovacchia	www.slovakia.travel	199.074	55,1%	56,70%
19	Estonia	www.visitestonia.com	219.151	18,4%	52,10%
20	Lettonia	www.latvia.travel	223.868	42,7%	55,90%
21	Romania (en*)	www.romaniatourism.com	238.665	23,0%	59,10%
22	Bulgaria	bulgariatravel.org	262.967	40,3%	67,80%
23	Ungheria	gotohungary.com	262.878	8,8%	66,10%
24	Belgio (en*)	www.visitbelgium.com	491.070	23,2%	65,70%
25	Polonia*	www.polonia.travel	694.046	<5%	59,80%
26	Serbia	www.serbia.travel	1.020.395	27,0%	56,90%
27	Lituania	www.lithuania.travel	1.035.825	17,8%	48,30%

Note

(1) I valori assoluti della colonna “mondo” stimano la posizione, per numero di visite sul totale delle interrogazioni del motore di ricerca (es. la posizione della Svizzera è 9586° posto, quella dell'Italia è 74253° posto).

(2) I valori % della colonna “visite interne” indicano la quota di interrogazioni proveniente dall'interno dello Stato considerato.

(3) - I valori % della colonna “rimbalzo” indicano la quota di visite che si esauriscono nella consultazione della sola pagina di ingresso nel sito.

Fonte: analisi ISVRA su dati di [www.alexacom](http://www.alexacom)

Sorprendenti (si fa per dire) i casi di Verybello.it e Wonderfulexpo2015.info: il Governo sul primo, la Regione Lombardia e l'Unioncamere Lombardia sul secondo, hanno investito parecchi soldi in occasione di Expo. Ora, finita Expo, la gestione di questi siti è inspiegabilmente cessata. In realtà - come ha documentato ISVRA in precedenti comunicazioni - anche durante Expo hanno prodotto risultati modestissimi senza che alcuno (organizzazioni di categoria in primo luogo) abbia eccepito alcunché. Sulla promozione pubblica dei prodotti tipici dell'agricoltura e dell'industria agroalimentare italiana, è notte fonda: non esiste nulla! E le decantate potenzialità del settore per la crescita economica del nostro Paese restano tali!

8 giugno 2016