

UN'ANALISI NETWORK DEL SETTORE CULTURALE A CAGLIARI

Marta Foddi Margherita Meloni Andrea Zara

QUADERNI DI LAVORO

2015/06



CENTRO RICERCHE ECONOMICHE NORD SUD (CRENOS) UNIVERSITÀ DI CAGLIARI UNIVERSITÀ DI SASSARI

II CRENOS è un centro di ricerca istituito nel 1993 che fa capo alle Università di Cagliari e Sassari ed è attualmente diretto da Stefano Usai. II CRENOS si propone di contribuire a migliorare le conoscenze sul divario economico tra aree integrate e di fornire utili indicazioni di intervento. Particolare attenzione è dedicata al ruolo svolto dalle istituzioni, dal progresso tecnologico e dalla diffusione dell'innovazione nel processo di convergenza o divergenza tra aree economiche. Il CRENOS si propone inoltre di studiare la compatibilità fra tali processi e la salvaguardia delle risorse ambientali, sia globali sia locali. Per svolgere la sua attività di ricerca, il CRENOS collabora con centri di ricerca e università nazionali ed internazionali; è attivo nell'organizzare conferenze ad alto contenuto scientifico, seminari e altre attività di natura formativa; tiene aggiornate una serie di banche dati e ha una sua collana di pubblicazioni.

www.crenos.it info@crenos.it

CRENOS - CAGLIARI
VIA SAN GIORGIO 12, I-09100 CAGLIARI, ITALIA
TEL. +39-070-6756406; FAX +39-070- 6756402

CRENOS - SASSARI VIA TORRE TONDA 34, I-07100 SASSARI, ITALIA TEL. +39.079.2017301; FAX +39.079.2017312

Titolo: UN'ANALISI NETWORK DEL SETTORE CULTURALE A CAGLIARI

ISBN: 978 88 8467 947 5

Prima Edizione: Settembre 2015

© CUEC 2015 Via Is Mirrionis, 1 09123 Cagliari Tel./Fax 070 291201 www.cuec.it

Un'analisi network del settore culturale a Cagliari

Marta Foddi, Margherita Meloni e Andrea Zara

Università di Cagliari e CRENoS

Abstract

Secondo la letteratura specializzata, l'offerta di beni e servizi culturali, identificabili in luoghi della cultura, eventi e manifestazioni, gestiti da una molteplicità di soggetti (imprese, associazioni culturali, istituzioni pubbliche), nella maggior parte dei casi non è basata su modelli integrati di gestione dei servizi e di fruizione del prodotto culturale, ma al contrario presenta caratteristiche di forte frammentarietà.

L'idea del Progetto Cultu-Net prende spunto da una attenta analisi delle criticità che caratterizzano l'industria culturale in Sardegna, riconducibili a due fattori di debolezza principali: uno scarso grado di integrazione del sistema dei prodotti culturali offerti nel territorio che spesso limita le possibilità di fruizione degli stessi, e il debole legame del settore culturale con le altre componenti della filiera. In questo quaderno di ricerca riportiamo i principali risultati dell'analisi relativa al network del mondo della cultura a Cagliari emerso da un'indagine condotta nel 2014 attraverso la somministrazione di questionari a potenziali fruitori del patrimonio culturale cittadino. I risultati confermano la frammentarietà dell'offerta culturale cittadina e. contestualmente, la necessità di investire su modelli integrati di gestione.

1. Introduzione

Secondo la letteratura specializzata, l'offerta di beni e servizi culturali, identificabili in luoghi della cultura, eventi e manifestazioni, gestiti da una molteplicità di soggetti (imprese, associazioni culturali, istituzioni pubbliche), nella maggior parte dei casi non è basata su modelli integrati di gestione dei servizi e di fruizione del prodotto culturale, ma al contrario presenta caratteristiche di forte frammentarietà.

L'idea del Progetto Cultu-Net¹ prende spunto da una attenta analisi delle criticità che caratterizzano l'industria culturale in Sardegna, riconducibili a due fattori di debolezza principali: uno scarso grado di integrazione del sistema dei prodotti culturali offerti nel territorio che spesso limita le possibilità di fruizione degli stessi, e il debole legame del settore culturale con le altre componenti della filiera (strutture ricettive e servizi turistici, ristorazione, commercio, servizi di trasporto). A partire da uno scenario ampio come quello regionale, il progetto interviene per ridurre l'impatto di queste criticità, mediante una prima sperimentazione in un ambito territoriale più ristretto, Cagliari e la sua area vasta.

In questo quaderno di ricerca riportiamo i principali risultati dell'analisi relativa al network della cultura a Cagliari emersi da un'indagine condotta nel 2014 attraverso la somministrazione di questionari a potenziali fruitori del patrimonio culturale cittadino. Al fine di studiare le relazioni funzionali tra i beni e i servizi disponibili e di tutte le possibili interazioni tra di essi ci si è avvalsi di tecniche riconducibili alla *Network Analysis* il cui postulato di base è lo studio delle interazioni dei soggetti in ambiente sociale. Questa metodologia ha consentito di definire un modello di fruizione dell'industria culturale osservata dal lato della domanda, evidenziando le preferenze dei fruitori finali.

Il quaderno di ricerca è così organizzato: nella prima sezione, che segue questa introduzione, descriviamo la base dati su cui è condotta la network analysis, riportata nella sezione 3. L'ultima sezione è dedicata alle conclusioni.

2. L'indagine sul campo

2.1 Obiettivi e metodologia

L'indagine è stata condotta tramite questionario somministrato tra agosto e ottobre 2014 con l'obiettivo di raccogliere informazioni sulla domanda turistica a Cagliari. Le informazioni raccolte riguardano le caratteristiche degli intervistati, le motivazioni, le

_

¹ Il progetto CultuNet - Network dell'industria culturale in Sardegna - è finanziato da Sardegna Ricerche nell'ambito delle azioni Cluster con approccio "top-down" - P.O.R. F.E.S.R. Sardegna 2007 – 2013; Linea di attività 6.1.1.a "Promozione e sostegno all'attività di RSI dei Poli di Innovazione e dei progetti strategici".

caratteristiche del soggiorno, i trasporti e la mobilità, il grado di soddisfazione. La stessa indagine ha approfondito alcuni aspetti della domanda turistica culturale a Cagliari.

Le informazioni sono state raccolte tramite auto compilazione di un questionario strutturato da parte dei turisti che si sono rivolti agli uffici di informazione turistica del Comune di Cagliari. La compilazione è stata eseguita in modalità *kiosk* tramite supporti informatici (tablet).

Dato che la compilazione del questionario è stata eseguita in autonomia, quindi non controllata da un operatore-intervistatore, non è stata effettuata una stratificazione ex ante del campione. Viene così considerato un campione casuale.

Il questionario è stato tradotto e presentato in 5 lingue: italiana, inglese, tedesca, francese e spagnola.

2.2 Il campione intervistato

Il numero di questionari compilati è pari a 124, di cui validi 114. Nella tabella seguente vengono riportate le caratteristiche socio economiche del campione rispondente.

Questo si suddivide pressoché equamente tra maschi e femmine e quasi il 60% dei rispondenti ha un'età compresa tra i 26 e i 50 anni. Gli *over* 50 sono il 15% e solo il 6% ha meno di 25 anni.

Il 61% degli intervistati è occupato e la maggior parte di questi svolge la professione di impiegato (35%). Solo il 7% è rappresentato da studenti. Il 44% è di origine italiana mentre, tra gli stranieri, le quote maggiori sono rappresentate da spagnoli (15%), francesi (10%), inglesi (9%) e tedeschi (8%).

Considerando la provenienza dei turisti, il campione ha una buona rappresentatività dei flussi turistici complessivi, dato che le statistiche ufficiali ISTAT su arrivi e presenze in Sardegna vedono nelle prime posizioni gli stessi mercati osservati per il campione.

Tabella 2.1 Caratteristiche socio-economiche del campione

Camana		0/	D- 44:4-1(C)		0/
Genere	<u>n</u>		Reddito¹(€)	n	42.2
Maschio	49	43,0	FINO A 15.000	15	13,2
Femmina	47	41,2	15.001 – 28.000	10	8,8
Non risponde	18	15,8	28.001 – 55.000	9	7,9
Totale	114	100,0	55.001 – 75.000	1	0,9
Età	n	%	OLTRE 75.000	5	4,4
sino a 25	7	6,1	Non risponde	74	64,9
26-35	32	28,1	Totale	114	100,0
36-50	33	28,9	Paese di origine	n	%
51-65	16	14,0	Italia	50	43,9
oltre 65	2	1,8	Spagna	17	14,9
Non risponde	24	21,1	Francia	12	10,5
Totale	114	100,0	UK	10	8,8
Professione	n	%	Germania	9	7,9
Impiegato	40	35,1	Belgio	3	2,6
Libero professionista	15	13,2	Canada	3	2,6
Dirigente	9	7,9	Svizzera	2	1,8
Studente	8	7,0	USA	2	1,8
Disoccupato	5	4,4	Algeria	1	0,9
Imprenditore	4	3,5	Austria	1	0,9
Pensionato	4	3,5	Romania	1	0,9
Operaio	2	1,8	Slovacchia	1	0,9
Casalinga	0	0,0	Ungheria	1	0,9
Altro	8	7,0	Russia	1	0,9
Non risponde	19	16,7	Totale	114	100,0
Totale	114	100,0			

¹Reddito lordo annuo

Infine, la maggior parte dei rispondenti (13%) dichiara di percepire un reddito annuo lordo inferiore ai 15 mila euro, mentre il 9% un reddito tra i 15 e i 28 mila euro. A questo proposito si deve però evidenziare l'elevato tasso di non rispondenti (65%).

2.3 I principali risultati dell'indagine

La domanda sulla motivazione della vacanza a Cagliari vede il 62% dei rispondenti dichiarare di essere in città per vacanza e solo il 4% per lavoro (Tabella 2.2).

Tabella 2.2 Motivazione del soggiorno

	n	%
Vacanza	71	62,3
Lavoro	5	4,4
Non risponde	38	33,3
Totale	114	100,0

La Tabella 2.3 riguarda più specificatamente il prodotto turistico. Circa il 45% dei rispondenti dichiara di aver scelto Cagliari per una vacanza balneare. Il 23% invece ha scelto la città per una vacanza culturale. Tutte le altre forme di turismo appaiono invece marginali. È bene ricordare però che il risultato potrebbe essere condizionato dal fatto che la maggior parte dei questionari sono stati compilati nel mese agosto, vale a dire il mese di maggiore afflusso turistico in Sardegna.

Tabella 2.3 Prodotto turistico

	n	%
Turismo balneare	51	44,7
Turismo culturale/archeologico	26	22,8
Turismo naturalistico	7	6,1
Short break	5	4,4
Turismo rurale	2	1,8
Turismo religioso	1	0,9
Eventi	1	0,9
Turismo attivo/sportivo	-	-
Turismo enogastronomico	-	-
Altro	4	3,5
Nessuna risposta	17	14,9
Totale	114	100

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Circa 17 rispondenti su 100 affermano di aver scelto Cagliari invece di un'altra destinazione perché ospitati da amici o parenti. Una quota uguale ha invece scelto Cagliari per la sua notorietà. Si tratta delle due principali ragioni di scelta (Tabella 2.4).

Le altre motivazioni, inferiori al 10%, sono di aver trovato una tariffa aerea conveniente (9,6%) – a dimostrazione dell'importanza dei collegamenti *low cost* – la qualità delle risorse naturalistiche (8%), il buon rapporto qualità-prezzo dei servizi e la qualità delle risorse culturali (7%).

Tabella 2.4 Motivazione per cui è stata scelta Cagliari in luogo di un'altra destinazione

	n	%
Ospite presso parenti/amici	19	16,7
La notorietà della destinazione	19	16,7
Tariffa aerea conveniente	11	9,6
La qualità delle risorse naturalistiche	9	7,9
Buon rapporto qualità - prezzo dei servizi	8	7,0
La qualità delle risorse culturali	6	5,3
La varietà/qualità dei servizi	5	4,4
Vengo spesso a Cagliari	4	3,5
Motivi di lavoro	4	3,5
Proprietario di casa	3	2,6
Partecipazione ad un evento	2	1,8
Altro	9	7,9
Non risponde	15	13,2
Totale	114	100,0

Il 64% dei rispondenti visita Cagliari per la prima volta, mentre il 24% è già stato in città almeno una volta (Tabella 2.5).

Tabella 2.5 Precedenti soggiorni a Cagliari

	n	%
si	73	64
no	27	24
Non risponde	14	12
Totale	114	100

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

È stato chiesto agli intervistati se, oltre Cagliari, avessero dovuto soggiornare anche in altre località (Tabella 2.6): ben il 70% dei turisti intervistati dichiara di soggiornare anche in altre località e, tra questi, il 45% solo in un'altra località e il restante 14% in più di una località. Tra le località più visitate compaiono Villasimius (20%), Chia (11%) e Pula (10%).

Tabella 2.6 Numero di località di soggiorno

	n	%
solo Cagliari	34	29,8
1	51	44,7
2	5	4,4
3	6	5,3
4	3	2,6
5	2	1,8
Non risponde	13	11,4
Totale	114	100,0

Tabella 2.7 Località di soggiorno

	n	%
Solo Cagliari	34	29,8
Villasimius	23	20,2
Chia/Domus de Maria	13	11,4
Pula	12	10,5
Sant'Antioco/Carloforte	9	7,9
Costa rey / Muravera	7	6,1
Altre Località	37	32,5
Non risponde	11	9,6

N.B. Il totale delle percentuali non è pari a 100 in quanto erano possibili più risposte.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Tra le persone che soggiornano anche fuori Cagliari, il 29% pernotta nelle altre località sino ad un massimo di 3 notti, il 21% tra le 4 e le 7 notti e il 24% oltre una settimana. Mediamente il soggiorno fuori da Cagliari è pari a 8 notti.

Tabella 2.8 Numero di notti di soggiorno fuori Cagliari

	n	%
1-3	23	28,8
4-7	17	21,3
oltre 7	19	23,8
Non risponde	21	26,3
Totale	80	100,0
Media	8	

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

La domanda successiva riguarda il reperimento delle informazioni sulla città (Tabella 2.9). La maggior parte dei rispondenti (35%) dichiara di essere venuto a conoscenza della città di Cagliari grazie al passaparola di amici e parenti, mentre una quota inferiore (14%) conosceva già la città perché era già stato in visita in Sardegna o a Cagliari.

Tabella 2.9 Canali di informazione sulla città di Cagliari

	n	%
Amici/parenti	40	35,1
La conoscevo già/sono già stato in vacanza a Cagliari e/o in Sardegna	16	14,0
Sito internet	10	8,8
Sono residente in Sardegna	8	7,0
Social network	7	6,1
Opuscoli o manifesti	7	6,1
Agenzia viaggi	4	3,5
Pubblicità sui giornali	1	0,9
Televisione	0	0,0
Radio	0	0,0
Altro	12	10,5
Non risponde	9	7,9
Totale	114	100,0

Per questa domanda era consentita una sola risposta.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Tra chi ha risposto "sito internet" (9%), la specificazione più frequente riguardava i siti delle compagnie aeree *low cost*. Infine, altri canali come i media tradizionali mostrano una bassa incidenza.

Una volta individuata la città di Cagliari quale meta delle proprie vacanze, il 35% dei rispondenti ha raccolto le informazioni sul soggiorno tramite le classiche guide turistiche (Tabella 2.10). Anche in questo caso, una percentuale piuttosto elevata (29%) è ricorsa al consiglio di parenti e amici. Chi ha raccolto informazioni su internet (26%) ha indicato con maggiore frequenza il sito *Trip Advisor*. Una quota pari al 13% dichiara infine di aver raccolto informazioni tramite social network (13%).

Tabella 2.10 Modalità di reperimento delle informazioni prima di arrivare in città

	n	%
Guide turistiche	40	35,1
Amici/parenti	33	28,9
Sito internet	30	26,3
Social network	15	13,2
Non ho raccolto informazioni	12	10,5
La conoscevo già/sono già stato in vacanza a Cagliari e/o Sardegna	8	7,0
Agenzia viaggi	1	0,9

Per questa domanda erano consentite al massimo due risposte.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Anche durante la vacanza (Tabella 2.11) lo strumento più importante per la raccolta di informazioni sulle attività e sui luoghi resta la tradizionale guida turistica (34%) acquistata prima della vacanza. Pochi rispondenti invece hanno acquistato una guida in loco (5%).

Il secondo strumento più importante è la rete internet (32%) da cui i turisti hanno scaricato le informazioni utili prima della vacanza.

Tabella 2.11 Modalità di reperimento delle informazioni per muoversi in città e sapere i luoghi da visitare/le attività da fare

	n	%
Guida cartacea acquistata prima della vacanza	39	34,2
Raccolta di informazioni su internet prima della vacanza	37	32,5
Info Point	33	28,9
Consigli di amici/parenti	19	16,7
Consigli del personale della struttura ricettiva	16	14,0
Raccolta informazioni su internet/social network tramite smart		
phone/tablet durante gli spostamenti	7	6,1
Guida cartacea acquistata a Cagliari	6	5,3
Raccolta informazioni dai residenti	5	4,4

Per questa domanda erano consentite al massimo due risposte.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Una percentuale non marginale (29%) raccoglie informazioni presso gli Info Point turistici in città, mentre la quota di chi utilizza internet o *social network* tramite supporti informatici mobili risulta piuttosto bassa (6%) e inferiore rispetto a chi si affida a parenti e amici (17%) o al personale della struttura ricettiva in cui alloggia (14%).

Riguardo invece alla mobilità cittadina (Tabella 2.12), il 50% dei rispondenti preferisce muoversi a piedi per visitare la città. Il 34% utilizza i mezzi pubblici, mentre il 13% usa un'auto a noleggio. Scarsamente utilizzati bicicletta (5%) e taxi (4%).

Tabella 2.12 Mezzo di trasporto utilizzato per muoversi in città

	n	%
A piedi	57	50,0
Mezzi pubblici (bus, metro)	39	34,2
Auto a noleggio	15	13,2
Auto di proprietà	13	11,4
Bicicletta	6	5,3
Taxi	5	4,4
Moto/scooter	4	3,5

N.B. Il totale delle percentuali non è pari a 100 in quanto erano possibili più risposte.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Ai turisti è stato chiesto di indicare quanto alcuni fattori siano importanti nella scelta della destinazione per la propria vacanza (

Tabella 2.13). Mediamente, per i rispondenti i fattori più importanti sono l'accessibilità della destinazione (trasporti), l'ospitalità della popolazione locale e il rapporto qualità - prezzo dell'alloggio. Minore è invece l'importanza del basso affollamento della destinazione e del trasporto pubblico locale.

Tabella 2.13 " Nella scelta di una destinazione turistica per lei quanto sono importanti i seguenti fattori?" Giudizi da 1 (per niente importante) a 5 (molto importante)

	1						
	(per				5		
	niente)	2	3	4	(molto)	Totale	Media
Accessibilità (trasporti per il							
raggiungimento della destinazione)	-	2,7	4,1	38,4	54,8	100,0	4,5
Spostamenti interni (viabilità,							
trasporto pubblico, ecc.)	-	7,6	3,0	57,6	31,8	100,0	4,1
Qualità/prezzo dell'alloggio	-	2,8	2,8	48,6	45,8	100,0	4,4
Quantità e qualità di altri servizi							
(ristoranti, escursioni, ecc.)	-	4,6	1,5	53,8	40,0	100,0	4,3
Accoglienza, segnaletica, ecc.)	-	10,9	3,6	32,7	52,7	100,0	4,3
Risorse culturali	-	3,0	3,0	49,3	44,8	100,0	4,4
Risorse ambientali	1,5	7,5	4,5	40,3	46,3	100,0	4,2
Enogastronomia	-	6,5	11,3	35,5	46,8	100,0	4,2
Basso affollamento dei luoghi	2,2	13,0	10,9	43,5	30,4	100,0	3,9
Cordialità/ospitalità della							
popolazione locale	-	1,5	4,5	38,8	55,2	100,0	4,5
Ordine pubblico/sicurezza	-	3,7	5,6	53,7	37,0	100,0	4,2

Nella domanda successiva (Tabella 2.14) è stato chiesto quanto i turisti fossero soddisfatti in relazione agli stessi fattori e in riferimento alla vacanza trascorsa a Cagliari. Il confronto dei valori medi delle risposte con quelli calcolati per le risposte alla domanda precedente offre una misura del grado di insoddisfazione rispetto alle aspettative dei turisti.

Tabella 2.14 " In una scala da 1 (min) a 5 (max) e in relazione a quanto ha speso, quanto si ritiene soddisfatto per:"

								1
	1 (per							Scostamento dalle
	niente)	2	3	4	5 (molto)	Totale	Media	aspettative
Accessibilità (trasporti per il				-	- ()			
raggiungimento della								
destinazione)	4,8	7,9	6,3	38,1	42,9	100,0	4,1	-0,4
Spostamenti interni (viabilità,								
trasporto pubblico, ecc.)	-	7,7	3,8	51,9	36,5	100,0	4,2	0,1
Qualità/prezzo dell'alloggio	-	3,4	5,1	39,0	52,5	100,0	4,4	0,0
Quantità e qualità di altri servizi								
(ristoranti, escursioni, ecc.)	-	8,5	3,4	50,8	37,3	100,0	4,2	-0,1
Informazione turistica (Uffici di								••••••
Accoglienza, segnaletica, ecc.)	-	9,8	8,2	39,3	42,6	100,0	4,1	-0,2
Risorse culturali	-	3,6	5,5	43,6	47,3	100,0	4,3	-0,1
Risorse ambientali	-	3,6	10,9	36,4	49,1	100,0	4,3	0,1
Enogastronomia	-	1,7	8,6	43,1	46,6	100,0	4,3	0,1
Basso affollamento dei luoghi	-	9,3	11,6	55,8	23,3	100,0	3,9	0,0
Cordialità/ospitalità della								
popolazione locale	-	3,3	3,3	37,7	55,7	100,0	4,5	0,0
Ordine pubblico/sicurezza	-	3,7	7,4	46,3	42,6	100,0	4,3	0,1
Complessivamente per								
l'esperienza di vacanza	1,8	1,8	-	41,8	54,5	100,0	4,5	

L'insoddisfazione maggiore si rileva nel caso dell'affollamento della destinazione, anche se il dato medio è in linea con quello delle aspettative dei turisti. Il secondo fattore per il quale si rileva una certa insoddisfazione è quello dell'accessibilità della destinazione e in questo caso lo scostamento dalle aspettative è in assoluto il più elevato. Lo stesso grado di insoddisfazione emerge per l'informazione turistica locale e anche in questo caso la soddisfazione è inferiore alle aspettative, nonostante lo scostamento risulti inferiore rispetto al caso precedente.

Stesso discorso vale per la quantità e qualità dei servizi turistici e per le risorse culturali.

Il rapporto qualità – prezzo dell'alloggio e l'ospitalità della comunità locale mostrano un grado di soddisfazione in linea con le aspettative dei rispondenti.

Infine, sono il trasporto pubblico locale, le risorse ambientali, l'offerta enogastronomica e la sicurezza del luogo a superare, seppur di poco, le aspettative dei rispondenti.

2.4 Il turismo culturale

Le seguenti domande hanno inteso approfondire alcuni aspetti del turismo culturale a Cagliari. Hanno risposto a queste domande coloro che hanno dichiarato di aver scelto la cultura quale motivazione di visita della città.

Nella prima domanda (Tabella 2.15) si chiedeva di indicare in che modo venissero raccolte le informazioni in relazione ai siti culturali. Lo strumento principale, anche in questo caso, risulta essere la tradizionale guida turistica (46%), seguita dagli Info Point (27%). Più marginale pare essere l'utilizzo della rete internet e dei social network.

Tabella 2.15 Modalità di reperimento delle informazioni sui siti da visitare (possibili più risposte)

	n	%
Guide turistiche	12	46,2
Info Point turistico	7	26,9
Amici/parenti	6	23,1
Sito internet	6	23,1
Social network	3	11,5
Agenzia viaggi	1	3,8
Consigli del personale della struttura ricettiva	1	3,8

Solo per chi ha risposto turismo culturale - archeologico - In riferimento alla tipologia di prodotto culturale.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Le risorse culturali che suscitano maggiore interesse sono i monumenti (69%), le aree archeologiche (65%) e i musei (65%). Gli appuntamenti culturali quali le manifestazioni artistiche e gli eventi registrano invece percentuali decisamente inferiori.

Tabella 2.16 Attrattive culturali frequentate con maggiore frequenza durante il soggiorno (possibili più risposte).

	n	%
Monumenti	18	69,2
Aree archeologiche	17	65,4
Musei	17	65,4
Arte	5	19,2
Eventi (tradizionali, feste religiose, musicali)	3	11,5
Teatro	1	3,8
Cinema	1	3,8
Biblioteche ed archivi	0	0,0
Eventi Sportivi	0	0,0
Altro	0	0,0

Solo per chi ha risposto turismo culturale - archeologico - In riferimento alla tipologia di prodotto culturale.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Il 54% delle persone interessate al prodotto culturale dichiara di non ricorrere o ricorrere raramente alle tecnologie multimediali rese disponibili dagli operatori, mentre il 38% le utilizza sempre o quasi sempre.

Tabella 2.17 Frequenza nell'utilizzo di tecnologie multimediali (strumenti audio/video) rese disponibili dagli operatori nella fruizione del prodotto culturale a Cagliari. Risposte in una scala da 1 (mai) a 5 (sempre).

	n	%
1 (mai)	4	30,8
2	3	23,1
3	1	7,7
4	4	30,8
5 (sempre)	1	7,7
Totale	13	100,0
Non risponde	13	

Solo per chi ha risposto turismo culturale - archeologico - In riferimento alla tipologia di prodotto culturale.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

In riferimento all'utilizzo di internet per la raccolta di informazioni o la prenotazione di biglietti di ingresso, i rispondenti si dividono a metà: il 50% dichiara di non ricorrere alla rete mai o quasi mai, mentre l'altro 50% utilizza questo strumento sempre o quasi sempre. In questo caso però il numero di rispondenti appare esiguo.

Tabella 17 – Frequenza nell'utilizzo di internet per la raccolta di informazioni o la prenotazione e l'acquisto dei biglietti. Risposte in una scala da 1 (mai) a 5 (sempre)

	n	%
1 (mai)	4	40,0
2	1	10,0
3	0	0,0
4	2	20,0
5 (sempre)	3	30,0
Totale	10	100,0
Non risponde	16	

Solo per chi ha risposto turismo culturale - archeologico - In riferimento alla tipologia di prodotto culturale.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Ai turisti è stato chiesto di indicare quali siti avessero visitato o avessero intenzione di visitare nel corso del loro soggiorno.

Tabella 2.18 Luoghi visitati

	n	%
Cattedrale	75	65,8
Quartiere Marina	68	59,6
Poetto	65	57,0
Porto di Cagliari	65	57,0
Quartiere Castello	62	54,4
Bastione San Remy	59	51,8
Torre dell'elefante	42	36,8
Museo Archeologico Nazionale	36	31,6
Cittadella dei Musei	35	30,7
Torre di San Pancrazio	34	29,8
Quartiere Stampace	32	28,1
Quartiere Villanova	26	22,8
Mercati civici	24	21,1
Orto Botanico	22	19,3
Santuario di Nostra Signora di Bonaria	22	19,3
Chiesa e museo del tesoro di Sant'Eulalia	20	17,5
Chiesa di Sant'Efisio	18	15,8
Cripte/sotterranei della città	18	15,8
Area naturalistica Santa Gilla	11	9,6
Galleria Comunale d'arte	11	9,6
Teatro lirico	8	7,0
Teatro Massimo	6	5,3
MEME Arte Contemporanea e prossima	4	3,5
SEARCH - Sede Espositiva Archivio Storico Comunale	3	2,6
Altro	3	2,6

N.B. Il totale delle percentuali non è pari a 100 in quanto erano possibili più risposte. Solo per chi ha risposto turismo culturale - archeologico - In riferimento alla tipologia di prodotto culturale.

Fonte: Rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

I primi 5 siti risultano essere la Cattedrale (66%), il quartiere Marina (60%), la spiaggia del Poetto (57%), il porto di Cagliari (57%) e il quartiere Castello (54%). Scarsamente visitati invece alcuni dei principali siti museali: Museo Archeologico Nazionale (32%), la Galleria Comunale (7%) e la Meme (3,5%).

3. Network analysis

3.1 Breve introduzione alla network analysis

In questa terza sezione analizzeremo i risultati dell'analisi delle reti sociali, o analisi network, condotta partendo dai dati descritti nella sezione 2. L'analisi delle reti sociali, a volte detta anche teoria della rete sociale, è una moderna metodologia di analisi che analizza le relazioni interpersonali. La Social Network Analysis (SNA)) trova ora applicazione in diverse scienze sociali, come la sociologia, l'antropologia, la psicologia e l'economia, così come nel management, ed è stata utilmente impiegata nello studio di diversi fenomeni, come il commercio internazionale, la diffusione dell'informazione, lo studio delle istituzioni e il funzionamento delle organizzazioni. Nella teoria delle reti sociali la società è vista e studiata come rete di relazioni, più o meno estese e strutturate. Il presupposto fondante è che ogni individuo (o attore) si relaziona con gli altri e questa sua interazione plasma e modifica il comportamento di entrambi. Lo scopo principale dell'analisi di network è appunto quello di individuare e analizzare tali legami (ties) tra gli individui (nodes). Diverse classi di misure sono disponibili in letteratura, rivolte fra l'altro all'esame delle proprietà di rete nel loro complesso (tra cui coesione e centralità), alla ricerca di sottoreti specifiche (gruppi) ed alla ricerca di somiglianze fra reti.

All'interno di questo lavoro l'analisi verterà sulle risposte date ad una precisa domanda del questionario nella quale si chiede quali luoghi abbia visitato o intenda visitare l'intervistato. Le risposte potevano essere multiple e veniva data la possibilità di scegliere tra 25 opzioni predefinite, corrispondenti ai principali luoghi di interesse culturale della città di Cagliari, e di indicare un luogo a propria scelta non inserito nell'elenco. I luoghi, indicati nella Tabella 2.18 nella sezione precedente, costituiscono quindi, i nodi della nostra network analysis mentre le relazioni fra questi nodi sono rappresentate da coloro che sono stati intervistati e che pertanto determinano i legami tra i luoghi.

In questo lavoro ci si concentrerà sull'analisi grafica dei risultati mostrati attraverso delle figure elaborate tramite il software opensource Gephi².

3.2 Principali risultati sull'intero network

Nella

rven

Figura 3.1 è rappresentato il network utilizzando tutte le informazioni a nostra disposizione. Si tenga conto del fatto che per un totale di 114 interviste fatte, 14 di esse non sono state utilizzate per queste elaborazioni in quanto mancavano le risposte proprio a questa domanda. La banca dati su cui basiamo la nostra analisi è, quindi, composta da 28 nodi e 314 ties (relazioni).

 $^{^2}$ Bastian M., Heymann S., Jacomy M. (2009). Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Tornando alla Fig.3.1, il *network* è presentato secondo un *ranking* basato sull'indicatore di *degree centrality* che misura il grado di attività di ogni nodo in base al numero di relazioni dirette con gli altri nodi. Nel nostro caso, l'intensità del colore e la dimensione del nodo sono proporzionali a quante relazioni dirette ha il nodo stesso. Quindi i nodi di dimensione maggiore e caratterizzati da tonalità di colore più scuro sono quelli che presentano il maggior numero di connessioni dirette con gli altri nodi.

Antico palazzo di Città

Museo Aguilegia

Tuvixeddu

CM

MArch

T Max

CM

Corto B

Bast SR

C Stampace

A S Bonaria

T Lirico

Poetto

T Elefante

GCdA

T Merc. Cividi

SEARCH

MEME

Figura 3.1 Degree centrality

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio

Come possiamo notare osservando la Fig. 3.1, il network appare abbastanza omogeneo in quanto non si evidenziano marcate differenze fra i nodi fatta eccezione per alcuni di essi, Villa di Tigellio, sito di Tuvixeddu, Museo Aquilegia e Antico Palazzo della Città, che si collocano all'esterno di quello che appare un compatto gruppo centrale. All'interno di quest'ultimo, comunque, si può notare come alcuni nodi come la Torre di

San Pancrazio, l'Orto botanico, Mercati civici (CM), la Cattedrale, Bastione Saint Remy, Quartiere di Castello e Quartiere di Marina, abbiano un ruolo preponderante sia per la loro posizione all'interno del network sia perché mostrano le caratteristiche di colore e dimensione più marcati. Infatti anche il posizionamento del nodo nella struttura del network non è casuale ma fornisce delle informazioni sulle relazioni analizzate. Inoltre, si noti come i luoghi di interesse culturale appena indicati si localizzino tutti in un'area abbastanza circoscritta che coincide con il centro storico della città di Cagliari. Questo non sorprende in quanto chi sceglie il proprio itinerario culturale cittadino presta attenzione anche alla posizione geografica dei siti da visitare. Man mano che ci si allontana dall'itinerario principale l'intensità del colore e la dimensione di nodi che identificano i luoghi si riducono definendo dei percorsi secondari, quale ad esempio quello che comprende Quartiere Stampace, Area archeologica di Sant'Eulalia e Sant'Efisio, fino ai percorsi con un numero inferiore di "legami" quale quello che ha come fulcro la Meme, il Teatro Lirico e il Teatro Massimo.

Ancora maggiore attenzione è prestata da coloro che si trovano in città ai fini turistici e, quindi, come molti degli intervistati, intende trascorrere poche notti in città, quindi sceglie il percorso culturale più appetibile insieme ai luoghi caratteristici del turismo cittadino, quali la spiaggia del Poetto ed il Porto, che presentano "legami" piuttosto intensi con il principale percorso individuato.

Al fine di approfondire l'analisi del network, la Figura 3.2 mostra il *network* considerando l'intensità delle relazioni fra i nodi che, nel nostro caso, sono misurate dalla frequenza con cui gli intervistati visitano congiuntamente 2 o più luoghi di interesse culturale. Si tiene, quindi, conto non solo del numero di connessioni di ogni singolo nodo, ma anche di quanti intervistati hanno indicato la stessa connessione.

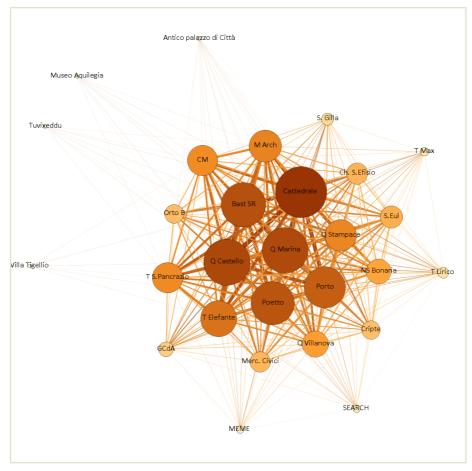


Figura 3.2 Weighted Degree centrality

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Si può notare come la struttura del *network* rimanga pressoché invariata ma anche che questa ulteriore analisi consenta di mettere in rilievo alcune caratteristiche dello stesso. La Cattedrale, il Bastione Saint Remy, i Quartieri di Castello e della Marina si confermano nodi importanti mentre viene ridimensionato il ruolo di alcuni luoghi e siti posizionati nelle zone centrali come Torre di San Pancrazio, Orto Botanico ed altri. Rispetto alla Figura 3.1, si evidenzia anche un ruolo di maggiore importanza di due siti, la spiaggia del Poetto e il Porto. Per le caratteristiche dei soggetti intervistati, è doveroso interpretare questo risultato con cautela in quanto il Porto potrebbe essere stato visitato in fase di arrivo nell'isola e non in veste di attrattore culturale. Approfondiremo questo dato nei prossimi paragrafi.

La Figura 3.3 rappresenta, invece, il network dove, però, la dimensione e il colore dei nodi sono determinati dalla misura della Betweenness centrality, ossia del "ruolo strategico"

giocato dal nodo all'interno del network che a sua volta è determinato dalle relazioni indirette fra i nodi stessi. Questo significa che se il nodo ha pochi legami ma i nodi con cui ha legami sono fortemente interconnessi con molti altri, questo rende il primo nodo strategicamente importante all'interno del network.

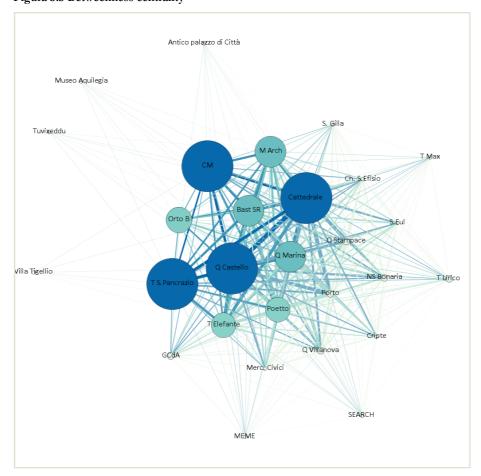


Figura 3.3 Betweenness centrality

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Nel nostro caso, possiamo notare come il peso relativo della maggior parte dei nodi sia cambiato nonostante, nel complesso, la struttura della relazione rimanga invariata. Infatti la Cattedrale, i Mercati Civici, la Torre di San Pancrazio e il Quartiere di Castello si rafforzano dimostrando di essere snodi importanti. Gli altri siti localizzati geograficamente vicino a questi nodi e, che, nelle precedenti analisi sembravano avere un ruolo più importante, vengono ridimensionati (Quartiere della Marina, spiaggia del Poetto e Porto).

Infine la **Error! Reference source not found.** presenta un raggruppamento dei nodi in base alle proprietà del network³ (quello che potremmo definire, senza troppa precisione, un'analisi cluster). Si distinguono 2 gruppi: il primo, più numeroso, comprende gli attrattori culturali situati nel centro storico cittadino mentre nel secondo si trovano i teatri, la Cattedrale di Bonaria, le Cripte e gli altri attrattori. Si può dire che questo risultato confermi quelli analizzati precedentemente.

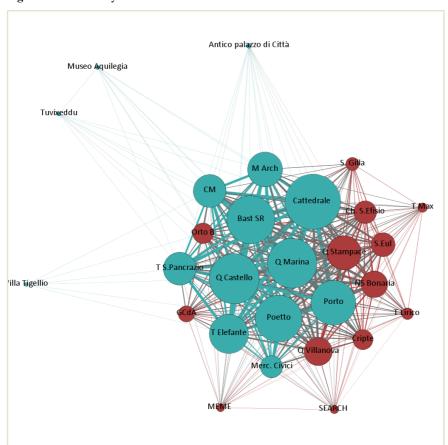


Figura 3.4 Modularity

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Lo spessore ed il numero dei legami tra i nodi del secondo rivela un cluster decisamente meno interconnesso rispetto al primo, questo probabilmente perché i luoghi sono meno noti al fruitore oltre ad essere spazialmente più distanti l'uno dall'altro.

_

³ Per maggiori dettagli sull'algoritmo utilizzato per calcolare questo indicatore: Vincent D Blondel, Jean-Loup Guillaume, Renaud Lambiotte, Etienne Lefebvre, Fast unfolding of communities in large networks, in Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment 2008 (10), P1000.

3.3 Principali risultati sul network culturale

In questa sezione, riduciamo il numero di nodi tenendo fra i luoghi di interesse esclusivamente quelli di più marcato interesse culturale. Sono, quindi, esclusi dal network il Porto, l'Area naturalistica Santa Gilla, il Poetto e i Quartieri della città. L'analisi ora include 21 nodi. La struttura dell'analisi, invece, rimane pressoché invariata. Ripetiamo, quindi, le stesse elaborazioni presentate nella sezione precedente al fine di verificare se cambiando il numero di nodi osservati, cambiano anche i risultati dell'analisi network.

La Figura3. 5 presenta l'indicatore di degree centrality che, ricordiamo, misura le relazioni dirette fra i nodi e si nota come, nonostante la struttura del network sia parzialmente cambiata nella sua forma, continuano ad avere un'importanza maggiore i nodi relativi agli attrattori culturali situati nel centro storico della città e più precisamente nel quartiere di Castello. Essi sono il Bastione Saint Remy, il Museo Archeologico, la Cattedrale, la Torre di San Pancrazio e la Cittadella dei Musei. I risultati presentati nella Figura 3.1 nella precedente sezione, sono, quindi, confermati.

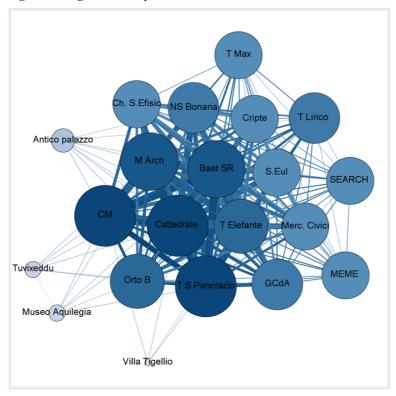


Figura3. 5 Degree centrality - 21 nodi

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Nella Figura 3. 6, osserviamo il network secondo l'indicatore di weighteed degree centrality. Escludendo i luoghi non culturali si evidenzia la fitta rete di relazioni esistenti tra i nodi più interni che sostanzialmente confermano l'itinerario culturale evidenziato nel precedente paragrafo. I nodi più interrelati sono i quartieri di Marina e Castello, la cattedrale, il Bastione e la Torre di San Pancrazio. Si denota invece tutta una serie di nodi un po' meno interrelati quali la MEME, l'orto botanico, le cripte, il teatro Massimo, il teatro Lirico. Bassissime le interrelazioni per l'area archeologica di Tuvixeddu, il Museo Aquilegia, Villa Tigellio e Antico Palazzo di città, che probabilmente per la posizione difficilmente vengono inseriti in percorsi definiti.

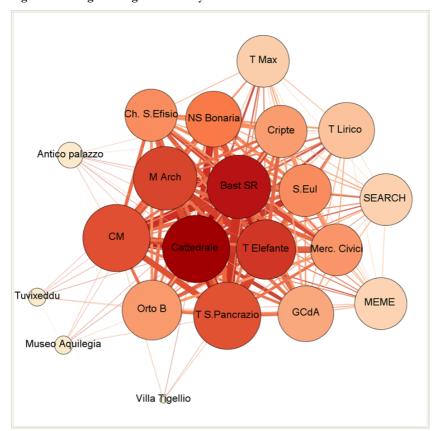


Figura 3. 6 Weighted degree centrality - 21 nodi

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Quando si considerano anche le relazioni indirette, come nella Figura 3.7, i risultati cambiano lievemente in quanto la Cattedrale conferma il suo ruolo strategico nel network mentre acquisisce rilevanza relativa il Bastione Saint Remy a favore della Torre di San Pancrazio e della Cittadella dei Musei. Si può notare, ancora una volta, che anche in

questo caso gli attrattori culturali di importanza strategica per il *network* sono ancora localizzati nel cuore storico della città, ossia nel Quartiere di Castello.

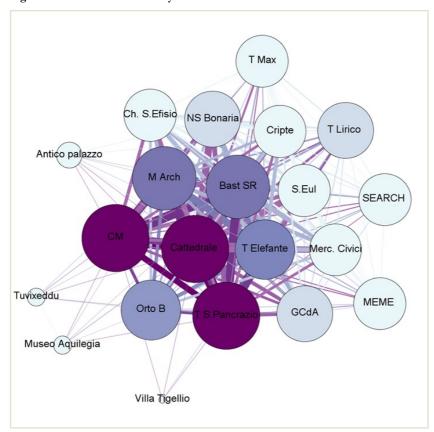
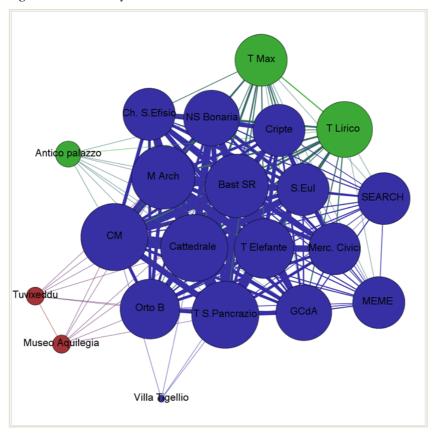


Figura 3.7 Betweeness centrality

Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

Infine, nella Fig. 3.8 presentiamo i nuovi risultati relativi alla *modularity analysis* e vediamo come i due gruppi di nodi che si distinguevano nella sezione precedente, sono radicalmente cambiati. Ora si evidenziano tre gruppi diversi, contrassegnati da colori diversi, ma di questi uno, quello centrale, raggruppa 16 nodi su 21 considerati. Rimangono esclusi da questo gruppo nel quale si trovano i nodi descritti sopra per la loro importanza nel network, i due teatri cittadini- il Teatro Massimo e il Teatro Lirico - Tuvixeddu e il museo di Aquilegia.

Figura 3.8 - Modularity



Fonte: elaborazione su rilevazione diretta CRENoSTerritorio.

4. Conclusioni

Il quaderno di ricerca analizza i principali risultati dell'analisi del *network* sui principali attrattori culturali di Cagliari, basata su un'indagine condotta nel 2014 attraverso la somministrazione di un questionario a potenziali fruitori.

La *Network analysis* studia le interazioni dei soggetti in ambiente sociale e nel caso specifico le relazioni funzionali tra i beni culturali di Cagliari determinate dalla domanda. Nel dettaglio, i luoghi culturali sono i nodi della nostra *network analysis*, mentre i legami tra di essi sono determinati dalle modalità di fruizione del campione. La banca dati su cui basiamo la nostra analisi è, quindi, composta da 28 nodi (i luoghi) e 314 relazioni.

L'indicatore di degree centrality, che misura il grado di attività di ogni nodo in base al numero di relazioni dirette con gli altri nodi, individua un itinerario di fruizione molto ben definito e costituito dalla Torre di San Pancrazio, l'Orto botanico, i Mercati civici, la Cattedrale, il Bastione Saint Remy ed i Quartieri di Castello e Marina. Esso è definito spazialmente all'interno del centro storico cittadino, tuttavia i suddetti nodi presentano dei legami piuttosto intensi con la meta turistica per eccellenza della città, ossia la spiaggia del Poetto, ad indicare che il turista apprezza la possibilità di visitare i monumenti cittadini anche se probabilmente arriva in città per il mare.

L'analisi del "ruolo strategico" dei nodi misurata dalla *Betweenness centrality* rivela come il peso della maggior parte dei nodi sia mutato, sebbene la struttura del *network* sia rimasta invariata, rafforzando alcuni nodi come la Cattedrale, i Mercati Civici, la Torre di San Pancrazio e il Quartiere di Castello, mentre si ridimensiona il ruolo di altri come il Quartiere della Marina e la spiaggia del Poetto.

L'analisi della proprietà del network individua due cluster di nodi, quello principale che si trova nel centro storico cittadino (definito in precedenza) e quello secondario costituito dai teatri, la Cattedrale di Bonaria e le Cripte. Infine si individuano alcuni nodi poco interconnessi (villa Tigellio, Tuvixeddu, Museo Aquilegia, Antico Palazzo di Città), che si trovano al di fuori dei due percorsi individuati.

La stessa analisi effettuata solo sui nodi più marcatamente culturali conferma sostanzialmente i risultati evidenziati su tutto il *network*: l'itinerario culturale più importante è rappresentato dal centro storico cittadino e più precisamente all'interno del Quartiere di Castello.

La vicinanza spaziale dei luoghi e la presenza di alcuni attrattori forti determinano un itinerario culturale predominante, come nel caso del centro storico di Cagliari. Si possono tuttavia intravedere dei percorsi secondari che potrebbero essere valorizzati con specifiche iniziative finalizzate all'integrazione di tutti i luoghi di interesse culturale. Ci riferiamo per esempio all'area archeologica di Tuvixeddu e di Sant'Eulalia, ai due Teatri, Massimo e Lirico, che presentano delle caratteristiche sfavorevoli dal punto di vista spaziale ma non per questo meno interessanti dal punto di vista del valore culturale e della potenzialità di fruizione.

Ultimi Contributi di Ricerca CRENoS

I Paper sono disponibili in: http://www.crenos.it

- **15/05** Davide Cao, Andrea Zara, "Il peso del turismo straniero nell'economia regionale"
- 15/04 Davide Cao, Enrico Spanu, "La competitività della Sardegna nel settore turistico"
- 15/03 Stefano Renoldi, Giovanni Sistu, "Il sistema di offerta museale della Sardegna. Analisi di contesto e programmazione regionale"
- 15/02 Stefano Renoldi, "Determinanti, spesa e impatto economico dei flussi turistici. Letteratura e recenti evidenze empiriche in Sardegna"
- 15/01 Maria Giovanna Brandano, Marta Meleddu, Marco Vannini, "La valutazione economica dei beni culturali: il caso dei Giganti di Mont'e Prama"
- 14/01 Stefano Usai "Istruzione, innovazione e competitività delle regioni"
- 13/01 Massimo Carboni "La ricerca in Sardegna come investimento sull'economia"
- 12/03 Marta Meleddu, Manuela Pulina "L'offerta di cultura in Sardegna. Il caso del Museo "G.A.Sanna""
- 12/02 Stefano Renoldi "Fonti amministrative e statistiche ufficiali in ambito turistico. La Regione Sardegna tra seconde case e "sommerso statistico ufficiale""
- 12/01 Massimo Carboni, Giuliana Caruso, Margherita Meloni, "L'economia della Provincia di Oristano. Lo scenario attuale e possibili sviluppi"
- 11/01 Carlo Perelli, Giovanni Sistu, Andrea Zara, "Fiscalità locale e turismo La percezione dell'imposta di soggiorno e della tutela ambientale a Villasimius"
- 08/05 Dario Baldini, Anna Bonafede "Un Modello per la Progettazione della Raccolta dei Rifiuti Urbani: Applicazione alla Provincia dell'Ogliastra"
- 08/04 Tara Marini, Roberto Serra, Giovanni Sistu "Modello di gestione dei rifiuti in Sardegna: Una sintesi"
- 08/03 Vania Statzu, Elisabetta Strazzera "Studio della Domanda di Servizi di Pubblica Utilità Un'Analisi Panel dei Consumi Residenziali di Acqua"
- 08/02 Andrea Corsale, Monica Iorio "Musei di Identità e Processi di Sviluppo del Turismo Culturale L'esperienza del Museo delle Maschere Mediterranee di Mamoiada Sardegna"
- **08/01** Stefano Renoldi "Le Agenzie Regionali di Promozione Economica e i Processi di Internazionalizzazione: verso un Benchmarking del caso Sardegna"
- 07/02 Antonio Sassu "Assetti Proprietari Sviluppo Economico: il Caso del Banco di Sardegna"
- 07/01 Matteo Bellinzas "Previsioni demografiche dei comuni della Sardegna 2006-2016"
- 06/02 Emanuele Cabras, Immacolata Lovicu, Alessandro Lutzu, Angela Pisano, Giovanni Sistu "L'ecolabel europeo per i servizi di ricettività turistica in Sardegna. Indagine conoscitiva sul posizionamento delle strutture ricettive rispetto ai criteri dell'ecolabel"
- 06/01 Rinaldo Bran, Davide Cao, Sandro Fabio Mingoia "Sostenibilità e stagionalità nelle preferenze dei turisti in Sardegna: un'indagine empirica"

www.crenos.it

