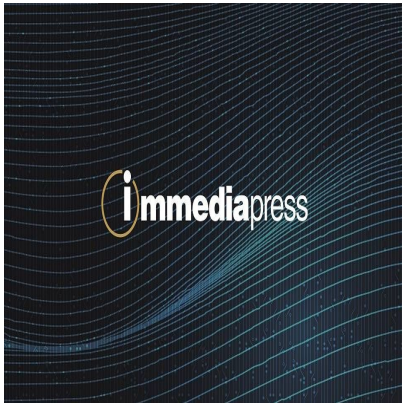




Turismo, la Cina scopre la Sardegna: con la campagna Huawei prenotazioni online più che raddoppiate

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

A Cagliari i risultati della promozione in Cina: ricerche sull'isola cresciute del 90%, più visitatori e soggiorni più lunghi

CAGLIARI, Italy, 26 ottobre 2026 /PRNewswire/ - In Cina la Sardegna si cerca, si guarda e adesso si prenota. Le ricerche online sull'isola sono cresciute del 90%, le prenotazioni sulle agenzie di viaggio online (OTA) sono più che raddoppiate, con un aumento del 108%. Sono i risultati della campagna che l'assessorato regionale del Turismo ha realizzato con Petal Ads, la piattaforma pubblicitaria digitale di Huawei, presentati oggi al T-Hotel di Cagliari nel convegno "Sardegna chiama Cina - Scoprire, connettere, attrarre".

Ad aprire i lavori l'assessore regionale del Turismo, Franco Cuccureddu, e Dott. Jaime Gonzalo, vicepresidente di Huawei Ecosystem in Europa. Poi il seminario per gli operatori turistici sulle opportunità del mercato cinese, moderato da Alessio Viola, anchorman di Sky TG24. con gli interventi di Cristiano Varotti, Area Manager Asia Orientale di ENIT; Paolo Manca, presidente di Federalberghi Sardegna; Davide Dal Maso, CEO di China Digital Marketing; Maria Salvati, co-fondatrice di Jilitour; e Maurizio Battelli, property manager e presidente dell'Associazione Extra.

La campagna è andata in Cina dal 15 maggio al 14 giugno. I primi dati di Huawei, raccolti subito dopo, dicono che i visitatori cinesi in Sardegna sono aumentati del 5,4% e che si fermano più a lungo: la durata media dei soggiorni è salita del 13,6%.

Gli annunci sugli smartphone Huawei hanno totalizzato 21 milioni di impressioni. Quelli a schermo intero che compaiono all'apertura di un'app hanno ottenuto un tasso di clic (CTR) del 6,15%, e chi è arrivato sulla pagina in cinese ci è rimasto in media 18 secondi. Gli schermi digitali negli aeroporti di Shanghai e Pechino, nelle aree commerciali e nella metropolitana di Shanghai sono stati visti da 8,65

milioni di persone. Sei creator cinesi hanno aggiunto 3,5 milioni di impression su Douyin, il TikTok cinese, e su RedNote (Xiaohongshu), una delle piattaforme più usate in Cina per scegliere dove andare in viaggio. Il pubblico raggiunto è quello che serve: l'81% di chi ha cliccato vive nelle grandi città, oltre l'87% è disposto a spendere bene per viaggiare [ii].

Il lavoro prosegue: la Regione partecipa a fiere di settore in tutta l'Asia, quattro influencer sono in viaggio alla scoperta dell'isola e una nuova campagna Petal Ads punta ad attrarre turisti cinesi anche al di fuori della stagione estiva.

I risultati della campagna confermano l'importanza di investire su mercati internazionali dalle grandi potenzialità, come quello cinese, e di affiancare alla promozione tradizionale strumenti capaci di individuare con precisione i pubblici più interessanti, ha dichiarato l'assessore Franco Cuccureddu. Le economie asiatiche hanno registrato negli ultimi anni una crescita significativa e, con essa, sono aumentate le opportunità legate ai viaggi internazionali. Per una destinazione come la Sardegna, che dispone di un patrimonio paesaggistico, culturale ed enogastronomico di grande valore, è fondamentale inserirsi in questi mercati e far conoscere la nostra offerta a viaggiatori con un'elevata capacità di spesa. La collaborazione con Huawei ci aiuta a comprendere meglio le caratteristiche di questa domanda e a sviluppare iniziative mirate. Vogliamo far scoprire la Sardegna nella sua interezza, promuovendo esperienze e territori diversi e rendendo l'isola una meta attrattiva durante tutto l'anno.

I turisti cinesi sono sempre più esperti e selettivi e pianificano i propri viaggi attraverso canali digitali di fiducia, ha dichiarato Dott. Jaime Gonzalo. Per la Sardegna si tratta di un'opportunità concreta, con un forte potenziale. Ora il settore deve prepararsi, offrendo informazioni in lingua cinese ed esperienze immersive su misura, per trasformare questo interesse in arrivi effettivi.

I risultati della Sardegna dimostrano che il mercato cinese è più vicino di quanto molte aziende europee pensino. Petal Ads, unendo la conoscenza dei consumatori di Huawei alle competenze interculturali, aiuta i brand a trasformare questo potenziale in un'opportunità concreta.

Informazioni su Petal Ads

Petal Ads è la piattaforma di display programmatic di Huawei. In Cina, Huawei è un marchio premium di fiducia, leader nel mercato degli smartphone con una quota del 22,6% nel secondo trimestre del 2026[iii] e del 76,6% nel segmento degli smartphone pieghevoli[iv]. Grazie ai dati proprietari di Huawei, Petal Ads raggiunge i consumatori cinesi attraverso formati contestuali e non invasivi e ha collaborato con oltre 100 partner del settore turistico in tutto il mondo.

Per saperne di più, visita ads.huawei.com oppure scrivi a petalads@huawei.com.

[i] Petal Ads DMP, utenti di dispositivi Huawei; dati preliminari rilevati dopo il periodo della campagna (15 maggio-14 giugno 2026).

[ii] Petal Petal Ads DMP, pubblico composto dagli utenti che hanno cliccato sugli annunci della campagna.

[iii] IDC, «Perch  Huawei e Apple sono cresciute mentre il mercato cinese degli smartphone ha registrato un nuovo calo nel secondo trimestre del 2026», 14 luglio 2026.

[iv] IDC, primo trimestre 2025.

View original content to download multimedia:<https://www.prnewswire.com/it/comunicati-stampa/turismo-la-cina-scopre-la-sardegna-con-la-campagna-huawei-prenotazioni-online-piu-che-raddoppiate-302918850.html>

Copyright 2026 PR Newswire. All Rights Reserved.

COMUNICATO STAMPA    CONTENUTO PROMOZIONALE: Immediapress    un servizio di diffusione di comunicati stampa in testo originale redatto direttamente dall  nte che lo emette. L  Adnkronos e Immediapress non sono responsabili per i contenuti dei comunicati trasmessi

  

[immediapress/pr-newswire](https://www.immediapress/pr-newswire)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Ottobre 26, 2026

Autore

redazione