

## INDICE

<b>1. Introduzione.....</b>	<b>9</b>
<b>2. L'andamento del turismo in Italia e nel mondo</b>	
2.1. I dati nel mondo.....	15
2.2. I dati in Italia .....	17
<b>3. Mezzogiorno oltre il declino: dati e riflessioni</b>	
3.1. L'Italia in Europa.....	21
3.2. Il Mezzogiorno in Italia.....	22
3.3. Mezzogiorno oltre il declino.....	26
3.4. Focus: le imprese turistiche nel Mezzogiorno .....	26
3.5. Appendice.....	29
<b>4. Il turismo nel Mezzogiorno: la situazione attuale</b>	
4.1. Quale turismo nel Mezzogiorno.....	37
4.2. La Campania .....	39
4.2.1. I numeri del turismo.....	40
4.2.2. Il ricettivo .....	43
4.2.3. Le risorse ambientali e culturali.....	45
4.2.4. La gastronomia .....	49
4.2.5. I collegamenti .....	50
4.2.6. L'organizzazione turistica regionale .....	52
4.3. La Basilicata .....	54
4.3.1. I numeri del turismo.....	55
4.3.2. Il ricettivo .....	57
4.3.3. Le risorse ambientali e culturali.....	57

4.3.4. La gastronomia .....	60
4.3.5. I collegamenti .....	61
4.3.6. L'organizzazione turistica regionale .....	61
4.4. La Puglia .....	63
4.4.1. I numeri del turismo.....	64
4.4.2. Il ricettivo .....	66
4.4.3. Le risorse ambientali e culturali.....	67
4.4.4. La gastronomia .....	72
4.4.5. I collegamenti .....	72
4.4.6. L'organizzazione turistica regionale .....	74
4.5. Calabria .....	77
4.5.1. I numeri del turismo.....	77
4.5.2. Il ricettivo.....	80
4.5.3. Le risorse ambientali e culturali.....	81
4.5.4. La gastronomia .....	84
4.5.5. I collegamenti .....	85
4.5.6. L'organizzazione turistica regionale .....	86
4.6. Sicilia .....	88
4.6.1. I numeri del turismo.....	88
4.6.2. Il ricettivo .....	91
4.6.3. Le risorse ambientali e culturali.....	92
4.6.4. La gastronomia .....	94
4.6.5. I collegamenti .....	95
4.6.6. L'organizzazione turistica regionale .....	96

## **5. Un Piano straordinario per il turismo nel Mezzogiorno: le priorità**

5.1. Premessa .....	101
5.2. Gli interventi sinergici su tutte le regioni.....	102
5.2.1. Card Unica .....	102
5.2.2. Scuola di eccellenza .....	110
5.2.3. Sistema di rating della qualità .....	114
5.2.4. Brand "Sud, Bric d'Europa" .....	118
5.3. Gli interventi relativi a medesime esigenze, ma ad attuazione regionale .....	122

5.3.1. Azioni dirette a favorire i processi di aggregazione e la costituzione di reti tra le imprese.....	125
5.3.2. Azioni volte a favorire i processi di integrazione tra pubblico e privato.....	127
5.3.3. Azioni dirette a sviluppare un turismo di qualità, sostenibile e responsabile .....	128
5.3.4. Azioni dirette a favorire la riqualificazione del capitale umano .....	130
5.3.5. Azioni dirette a favorire la riqualificazione del territorio .....	131
5.3.6. Sistemi turistici e reti .....	133
5.3.6.1. Le infrastrutture per il trasporto .....	134
5.3.7. Le reti tecnologiche .....	141
5.3.7.1. Le risorse.....	144
5.3.8. Promuovere i giovani: Associazioni e Cooperative ....	146
5.4. Gli interventi a specificità regionale.....	150
5.4.1. La Campania.....	151
5.4.2. La Basilicata .....	157
5.4.3. La Puglia .....	161
5.4.4. La Calabria.....	166
5.4.5. La Sicilia.....	172
<b>6. Proiezioni dell’impatto di uno sviluppo in chiave turistica nel Mezzogiorno e nel sistema paese</b>	
6.1. Premessa .....	177
6.2. Fase di realizzazione degli interventi .....	178
6.3. Seconda fase: lo sviluppo ad interventi completati. Un modello a “pannelli solari”.....	180
<b>7. Conclusioni.....</b>	<b>180</b>
<b>Note biografiche .....</b>	<b>191</b>