

**CONFINDUSTRIA**

Comitato Mezzogiorno

I SISTEMI TURISTICI LOCALI  
PER LO SVILUPPO DI TURISMO  
E OSPITALITA' NEL MEZZOGIORNO

a cura di Stefano Landi

**n. 50**

Roma, aprile 2003

# I SISTEMI TURISTICI LOCALI PER LO SVILUPPO DI TURISMO E OSPITALITÀ NEL MEZZOGIORNO

## *Rapporto di prima fase*

### SOMMARIO

#### PREMESSA: PERCHÉ QUESTO LAVORO

1. LE REGIONI DEL MEZZOGIORNO SUL MERCATO TURISTICO
  - 1.1. Il quadro di riferimento
  - 1.2. Utilità dei Sistemi Turistici Locali nel Mezzogiorno
    - 1.2.1. *Autodefinizione delle potenzialità locali*
    - 1.2.2. *Miglior utilizzo delle risorse*
    - 1.2.3. *Valorizzazione del territorio*
  
2. L'ANALISI PER L'IDENTIFICAZIONE DEI DISTRETTI TURISTICI
  - 2.1. La metodologia della ricerca
  - 2.2. I campi dell'indagine
    - 2.2.1. *Le strutture dell'accoglienza*
    - 2.2.2. *La notorietà in Italia e all'estero*
    - 2.2.3. *L'intenzionalità negli investimenti*
  
3. L'INDIVIDUAZIONE DEI DISTRETTI TURISTICI
  - 3.1. I gruppi
    - 3.1.1. *Il non turismo*
    - 3.1.2. *Appena un'increspatura*
    - 3.1.3. *Una potenzialità non compresa*
    - 3.1.4. *Il primo passo*
    - 3.1.5. *Lo sforzo di crescere ancora*
    - 3.1.6. *Un'opportunità da sfruttare*
    - 3.1.7. *Un destino condiviso*
  
  - 3.2. Tipologie di distretti turistici nel Mezzogiorno
    - 3.2.1. *Distretto configurato*
    - 3.2.2. *Distretto potenziale*
    - 3.2.3. *Sistema urbano*

### 3.2.4. *Isole minori*

#### 4. CARTOGRAFIE REGIONALI E DISTRETTI

4.1. Abruzzo

4.2. Molise

4.3. Campania

4.4. Basilicata

4.5. Puglia

4.6. Calabria

4.7. Sicilia

4.8. Sardegna

## **PREMESSA: PERCHÉ QUESTO LAVORO**

Il contributo che con questo lavoro si vuole offrire al dibattito sui Sistemi Turistici Locali, sviluppatosi soprattutto a seguito dell'emanazione della L.135/2001 (nello specifico art.5) si propone di:

- \* evidenziare il ruolo da protagonista delle imprese e delle Associazioni settoriali e territoriali aderenti a CONFINDUSTRIA in un processo di progettualità strategica e di sviluppo turistico locale, in un clima di cooperazione pubblico – privato che può cogliere l'opportunità degli incentivi al settore;
- \* partecipare al dibattito sulla scelta legislativa effettuata anche ribadendo l'impegno di CONFINDUSTRIA in campo turistico. L'industria dell'ospitalità, ancora di più negli ultimi anni, ha rivestito un ruolo assolutamente fondamentale nell'economia italiana; la ricchezza di attrattiva e la notorietà del nostro Paese, combinate all'iniziativa imprenditoriale, hanno permesso un moltiplicarsi di attività turistiche e di supporto al turismo;
- \* fornire alle regioni uno strumento comparativo di ampio respiro, ma utile e operativo allo stesso tempo, che possa essere un riferimento per successivi approfondimenti in materia. L'impegno che, infatti, viene richiesto alle autonomie regionali risulta cruciale per la corretta applicazione della normativa.

## **Obiettivi del progetto**

Obiettivo del lavoro è l'identificazione di Distretti Turistici (effettivi, potenziali, ancora da definire) presenti nelle regioni del Sud, tramite la raccolta e l'analisi delle fondamentali informazioni specifiche.

Il percorso seguito nel documento si articola in:

- \* una panoramica generale sulla situazione del turismo nelle Regioni del Mezzogiorno;
- \* una analisi delle prospettive che la nuova normativa sul turismo, in riferimento ai Sistemi Turistici Locali, apre per le Regioni, per i privati, per il settore;
- \* un'analisi dettagliata, a scala comunale, della situazione meridionale in quanto a precondizioni e condizioni per la creazione di Sistemi Turistici Locali;

- \* l'individuazione dei distretti turistici in base alle caratteristiche emerse dall'analisi e ai diversi livelli di potenzialità dei comuni esaminati;
- \* la rappresentazione grafica dei distretti turistici, con indicazioni di tendenza, nella prospettiva di creare Sistemi Turistici Locali.

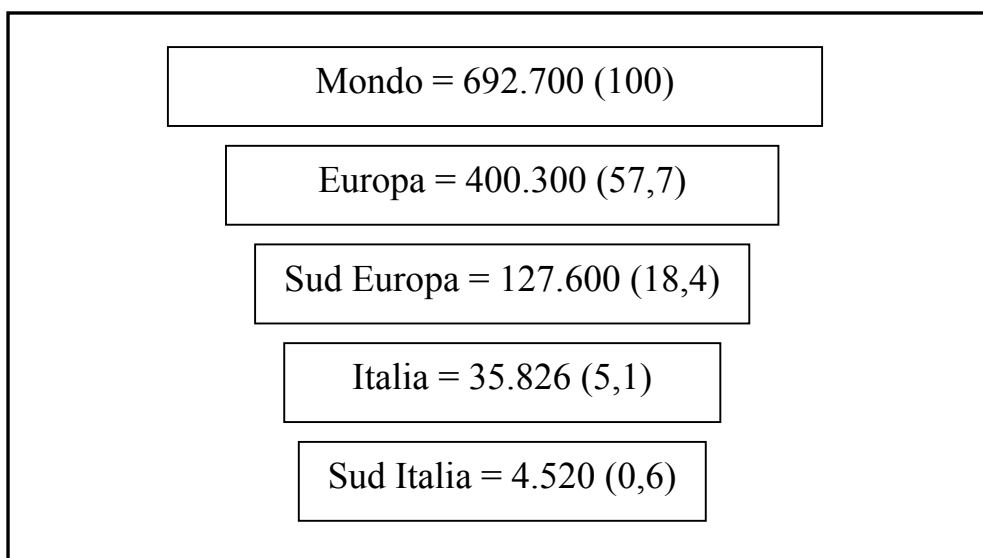
## 1. LE REGIONI DEL MEZZOGIORNO SUL MERCATO TURISTICO

Gli attuali risultati turistici del Mezzogiorno appaiono ben poca cosa se paragonati alle ricchezze di queste zone d'Italia. Un turismo motivato prevalentemente da legami di origine, di amicizia o di consuetudine, piuttosto che di reale interesse di mercato verso le località, non valorizza le eccellenze presenti sul territorio e non incentiva una riorganizzazione delle risorse.

### 1.1. Il quadro di riferimento

La dimensione del turismo nelle regioni meridionali è sicuramente inferiore alle potenzialità. Dei flussi turistici internazionali, infatti, le regioni del Sud Italia recepiscono solo una piccolissima fetta dell'immensa torta.

**Schema 1. L'"imbuto" dei flussi turistici internazionali, anno 2001 (arrivi in migliaia)**



I flussi dall'estero interessano soprattutto tedeschi, inglesi e francesi seguiti da olandesi e belgi, ma i livelli di arrivi sono ancora molto ridotti rispetto al resto d'Italia.

Del resto la notorietà di cui le località del Sud godono nei paesi stranieri è limitata alle destinazioni più rinomate, che peraltro conoscono già rilevanti livelli di saturazione (**Tav.1**).

<b>Tav.1. I luoghi della notorietà dell'Italia all'estero: indagine sulla popolazione</b>						
Primi 25 - (% sulla popolazione di 14 Paesi che ha sentito parlare dell'Italia negli ultimi tempi, totale e particolare dei maggiori visitatori delle regioni meridionali) anno 1998						
	Totale	Francia	Belgio	Germania	Olanda	UK
Roma	54,2	63,1	60,5	35,8	61,1	43,9
Venezia	28,9	54,3	43,5	19,7	39,9	28,8
Firenze	13,8	23,7	21,0	6,6	18,3	20,4
Milano	16,5	24,7	26,5	9,3	31,4	23,4
Sicilia	16,0	21,0	15,9	12,0	17,3	11,9
Napoli	14,4	22,7	15,7	7,1	24,9	16,7
Toscana	3,4	5,2	7,7	14,1	13,8	6,9
Pisa	3,6	7,4	12,7	5,3	9,8	4,7
Torino	3,5	15,6	8,7	1,1	9,0	5,3
Vaticano	3,1	1,5	0,0	1,5	2,5	1,9
Genova	2,7	5,7	3,8	0,7	4,4	2,3
Palermo	2,0	3,1	3,2	1,5	3,8	1,0
Verona	1,4	2,8	5,2	1,7	4,5	2,6
Capri	1,3	2,2	5,0	2,3	1,0	2,0
Pompei	1,2	2,1	3,0	0,1	2,1	1,2
Lago di Garda	1,1	1,4	10,5	5,7	9,7	2,6
Rimini	1,1	2,5	14,0	3,4	4,6	3,2
Bologna	0,9	1,1	4,7	0,2	2,1	1,0
Sardegna	0,9	3,3	1,9	1,5	3,6	1,1
Alto Adige	0,8	0,0	1,2	7,4	1,5	0,0
Assisi	0,9	0,8	4,7	1,0	1,3	1,0
Costa adriatica	0,6	0,8	0,3	5,6	1,3	0,6
Le Alpi	0,6	0,3	0,0	0,9	2,4	1,6
Sorrento	0,6	0,2	1,0	0,0	0,6	7,8
Lago di Como	0,5	1,1	3,9	0,2	2,1	2,4
Totale risposte	218,0	313,0	334,0	213,0	349,0	242,0

Fonte: "La marca Italia", Progetto Europa-TCI,, 1999

La Sicilia si conferma come una delle poche regioni italiane con una marca forte e con un'alta percentuale di notorietà in tutti i Paesi intervistati. Seguono Napoli e Palermo, "capitali" del Mezzogiorno sotto molti punti di vista.

Nelle preferenze degli stranieri si trovano quindi Capri e Pompei, "stereotipi" stabili ma molto tempo nella notorietà internazionale, seguite dalla Sardegna e da Sorrento, con popolarità variabile a seconda dei Paesi.

Al contrario del mercato estero, i flussi turistici italiani mantengono alta la quota di arrivi nelle regioni meridionali. Anzi, come emerge anche dall'ultimo rapporto Svimez sull'economia del Mezzogiorno<sup>1</sup>, e come conferma l'XI Rapporto sul Turismo Italiano<sup>2</sup>, il Sud vanta nell'ultimo anno un aumento delle presenze turistiche del 4,3%, superiore a quello del Centro-Nord, che è pari al 2,7%.

La *performance* positiva del Sud, rilevata sugli arrivi sia degli stranieri che degli Italiani, si riscontra in un periodo in cui gli andamenti generali, anche a seguito dell'11 settembre, hanno subito forti oscillazioni.

<b>Tav.2. Presenze turistiche negli esercizi ricettivi del Mezzogiorno per regione nel 2001</b>						
Regioni	Italiani		Stranieri		Totale	
	Migliaia di presenze	Var. % 2000-20001	Migliaia di presenze	Var. % 2000-20001	Migliaia di presenze	Var. % 2000-20001
Abruzzo	5.651	5,1	1.001	10,7	6.652	5,9
Molise	630	11,5	69	-7,6	699	9,2
Campania	11.930	2,5	9.333	3,1	21.263	2,7
Puglia	7.900	9,7	1.364	-5,8	9.264	7,1
Basilicata	1.476	13,7	215	31,8	1.691	15,7
Calabria	5.461	1,1	855	-3,2	6.316	0,5
Sicilia	8.289	0,8	5.529	6,6	13.818	3
Sardegna	7.658	4,9	2.419	11,2	10.077	6,3
Mezzogiorno	48.995	4,2	20.785	4,5	69.779	4,3
Centro - Nord	154.223	1,8	125.128	3,9	279.351	2,7
Italia	203.217	2,4	145.912	4	349.129	3

Fonte: "Rapporto 2002 sull'economia del Mezzogiorno", Svimez

Ma l'interesse turistico per il meridione risulta incostante e fragile. Il rapporto totale tra le presenze del Mezzogiorno e quelle del resto d'Italia è di 1 a 3, e scende a 1 a 6 per gli stranieri.

<sup>1</sup> "Rapporto 2002 sull'economia del Mezzogiorno", Svimez

<sup>2</sup> "XI Rapporto sul Turismo Italiano 2002", Mercury



In cifre, la ricettività totale in tutta l'area del Mezzogiorno è notevolmente inferiore alla capacità ospitale nel resto d'Italia, e tendenzialmente più connotata in senso extra-alberghiero.

<b>Tav.3. Consistenza della ricettività alberghiera e complementare, per ripartizione territoriale, anno 2001</b>					
Ripartizioni territoriali	Alberghi			Esercizi complementari	
	numero	letti	camere	numero	letti
	Dati assoluti				
Mezzogiorno	5422	429030	210836	3543	508044
Centro-Nord	27939	1425071	755302	80315	1547853
Italia	33361	1854101	966138	83858	2055897
	Valori percentuali				
Mezzogiorno	16,3	23,1	21,8	4,2	24,7
Centro-Nord	83,7	76,9	78,2	95,8	75,3
Italia	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	Variazioni percentuali rispetto al 2000				
Mezzogiorno	1,9	4,6	3,3	10,7	1,5
Centro-Nord	-0,3	2,0	0,5	145,9	17,6
Italia	0,1	2,6	1,1	133,9	13,2

Fonte: "Rapporto 2002 sull'economia del Mezzogiorno", SVIMEZ.

La tendenza è sicuramente in crescita, confermando un fenomeno più generale di rinvigorismento della capacità turistica del Paese. Ma l'offerta ricettiva del Mezzogiorno è di gran lunga inferiore a quella del resto d'Italia, e il tasso di crescita ancora troppo basso per sanare il *gap* strutturale.

## **1.2. Utilità dei Sistemi Turistici Locali nel Mezzogiorno**

### *1.2.1. Autodefinizione delle potenzialità locali*

La nuova Legge Quadro sul turismo<sup>3</sup> crea una rilevante opportunità per le Regioni in particolare riguardo l'identificazione di Sistemi Turistici Locali.

La creazione di questo nuovo ambito di interesse va ricondotta non solo alla maggiore rilevanza attribuita alle realtà locali, ma anche alla più ampia interpretazione della parola "sistema" a cui si attribuisce, in questo caso, la capacità di rendere potenzialmente più forte e integrata la connotazione turistica delle aree territoriali.

I STL sono definiti come comuni o aggregazioni di comuni che, in sostanza, presentano le stesse attitudini e gli stessi obiettivi di dedica al settore turistico, mettendo quindi nel massimo rilievo gli aspetti intenzionali. La novità di una strutturazione del territorio nazionale in sistemi deriva dalla necessità di creare percorsi comuni di sviluppo per aree che presentino stesse caratteristiche e criticità, in una volontà comune di evoluzione.

Ma innovazione del sistema è anche responsabilità. Responsabilità di individuare, nel modo più consono allo sviluppo, zone passibili di divenire sistemi, che per definizione si sviluppano per una compresenza ed una azione coordinata di soggetti sia a monte, nell'identificazione e nella programmazione, sia a valle, nell'offerta turistica e nel corretto funzionamento delle mansioni complementari.

Quindi, la capacità competitiva di un sistema turistico deriva dalla capacità di offrire al proprio ospite non solo i più classici attrattori turistici, ma un coordinamento efficace tra prodotto turistico e servizi accessori.

In quest'ottica, tutto il territorio deve essere orientato alle necessità del turista, dalla viabilità urbana alla sostenibilità ambientale, dalla professionalità degli operatori alla capacità di innovare continuamente la qualità di vita e di fruizione e l'offerta turistica.

---

<sup>3</sup> Legge 29 marzo 2001, n.135 "Riforma della legislazione nazionale del turismo".

La “corsia preferenziale” creata con il nuovo strumento legislativo, anche al fine di polarizzare gli investimenti pubblici, porta a ripensare alla necessità di definire un disegno unico e condiviso di sviluppo.

Le novità attribuibili alla nuova normativa seguono senz’altro la scia delle riforme che stanno attraversando tutto il sistema istituzionale nazionale:

- \* una sussidiarietà orizzontale per la realizzazione di programmi comuni tra soggetti operanti in campi diversi: dalle Istituzioni alle associazioni di categoria, dall’imprenditoria ad una parte della società civile, tutti sono chiamati a collaborare per il successo di un settore, che, forse più di altri, non viene giudicato come singolo, ma come prodotto globale, inserito quindi nella realtà che lo ospita;
- \* la presenza di un unico soggetto, la Regione, capace di coordinare e gestire le risorse disponibili e di posizionarsi, in modo più o meno attivo a seconda delle necessità, all’interno di una strategia di sviluppo territoriale. Questa novità relativa alle Amministrazioni regionali si inserisce in un percorso in atto di decentramento statale e, di conseguenza, di più generale autonomia e responsabilità;
- \* una compresenza equilibrata tra intervento pubblico, nella programmazione, e imprenditorialità privata, nella creazione di impresa, componenti essenziali per la nascita di un Sistema Locale.

In questo senso, la nascita dei STL si inserisce nella nuova fase di programmazione a rilevanza territoriale che si è concretizzata negli ultimi anni in diversi strumenti operativi (patti territoriali, contratti di area, contratti di programma) finalizzati a responsabilizzare gli attori locali della promozione dello sviluppo del territorio.

### *1.2.2. Miglior utilizzo delle risorse*

I territori esprimono una richiesta di risorse piuttosto variegata, spesso correlata più a occasioni e disponibilità del momento che a un’oggettiva analisi delle proprie necessità reali ed evolutive. Questa dispersione dipende il più delle volte dalla mancanza di una strategia di riferimento a livello regionale che indichi precisamente direzioni e priorità.

Indirizzare in modo più oculato le risorse disponibili per il mercato dell’ospitalità è, dal punto di vista economico, uno dei vantaggi della nuova Legge. Affinché questo riordino delle richieste sia concretamente realizzabile occorre però

valutare in modo attento e ponderato il livello effettivo di sviluppo e di potenziale delle diverse aree territoriali.

### *1.2.3. Valorizzazione del territorio*

Guardando la Legge 135/2001 con la prospettiva della programmazione regionale, essa permette la pianificazione sistematica dello sviluppo delle diverse aree. L'identificazione di linee guida atte alla valorizzazione delle potenzialità dei territori, parte dalla valutazione del "peso" del turismo come risorsa territoriale prima economica, poi di sviluppo potenziale delle singole realtà.

La possibilità di identificare diversi livelli di evoluzione dei Sistemi Locali può risultare uno strumento diagnostico utile alle Regioni per sostenere, in modo selettivo e mirato, il proprio territorio.

In sintesi, la volontà di valorizzare il territorio punta a superare comportamenti estremi, ma assolutamente tipici, come:

- \* incanalare energie solo dove c'è già turismo;
- \* destinare risorse dove non vi sono condizioni minime per il turismo.

Questi atteggiamenti, propri di contesti carenti quanto a programmazione, e quindi troppo sensibili alle diverse spinte localistiche, possono venire corretti da una classificazione dei territori e delle relative esigenze a seconda dello stadio di sviluppo già raggiunto.

## 2. L'ANALISI PER L'IDENTIFICAZIONE DEI DISTRETTI TURISTICI

### 2.1. La metodologia della ricerca

L'identificazione dei distretti turistici nasce dall'elaborazione su base comunale di una serie di variabili (in tutto ne risulteranno 57), descrittive della realtà turistica ma anche semplicemente rappresentative della dimensione territoriale e demografica dei comuni. L'analisi anche di indicatori non di settore è legata all'esigenza di avere una visione generale e d'insieme, ponderabile anche in relazione alla grandezza demografica ed economica dei 2.557 comuni esaminati.

L'approccio territoriale comunale ha la finalità di creare una mappa quanto più dettagliata sui livelli di ospitalità e sviluppo turistico di ogni località meridionale permettendo di evidenziare ogni singolo contributo alla identificazione di un distretto turistico.

Il lavoro svolto si è articolato nelle seguenti fasi di attività:

**a) Ricerca informazioni, analisi, verifica e elaborazione dati.** Sono state identificate le variabili più idonee a spiegare i fenomeni. È stata creata una base dati comunale in cui sono state inserite le informazioni. Le famiglie di indicatori possono essere ordinati in:

\* **Analisi del contesto territoriale di riferimento** in cui si tratta sinteticamente la base demografica ed economica dei diversi comuni per valutarne il livello di base, per successivi sviluppi in senso turistico:

- demografia (popolazione, densità per Km<sup>2</sup>, numero di famiglie);
- economia (reddito pro-capite, consumo pro-capite);
- distribuzione (percentuale di addetti al commercio sul totale addetti, variazione percentuale addetti 1996/2001).

\* **Analisi della capacità ricettiva del territorio** in cui si verifica il livello di ospitalità dei comuni in base al numero di posti letto delle strutture ricettive, valutandone l'impatto rispetto al numero dei residenti e l'incidenza per tipologia sulla capacità ricettiva totale della località:

- dimensione dell'accoglienza (numero posti letto per le diverse tipologie di ricettività, numero ristoranti);
- densità strutture dell'accoglienza (numero posti letto delle diverse tipologie di ricettività per 1000 abitanti);

- modello di accoglienza (percentuale di posti letto per tipologia sul totale della capacità ricettiva);
- qualità dell'accoglienza (percentuale di alberghi citati sulle guide specializzate rispetto al totale degli alberghi).

\* **Analisi della presenza di attrattori turistici sul territorio.** Si sono analizzati alcuni dei servizi che vengono considerati come attrattori per i turisti, con attenzione particolare alla esaustività ed attendibilità delle fonti:

- qualità della ristorazione (numero dei ristoranti citati sulle guide specializzate, e percentuale rispetto al totale delle imprese di ristorazione);
- attrazioni (numero attrattori e manifestazioni segnalati su guide specializzate, presenza di campi da golf, parchi nazionali, porti turistici o altre strutture portuali).

\* **Analisi della notorietà in Italia e all'estero delle località del Mezzogiorno.** Attraverso indicatori ricavati da indagini sui turisti stranieri e Italiani e su fonti documentali si sono individuati i comuni che polarizzano le attenzioni dei consumatori, dei media e dell'intermediazione:

- notorietà e attrazione delle località;
- esperienza della destinazione;
- citazioni sulla stampa estera;
- citazioni sui cataloghi dei Tour Operator stranieri;
- numero di righe dedicate sulle guide specializzate.

\* **Analisi dell'intenzionalità progettuale in ambito turistico sul territorio.** Sulla base della legge 488/92 turismo (adottata come riferimento generale anche in ragione della confrontabilità sul territorio), si sono evidenziati i comuni con un maggiore livello di dinamicità:

- numero domande per i bandi turismo;
- totale investimenti attesi e approvati.

**b) Analisi cluster.** A seguito di una serie di prove miranti ad offrire una corretta lettura delle variabili, e per evitare che indicatori di rilievo marginale potessero distorcere l'osservazione, sono state selezionate 14 variabili attive ritenute le più opportune per la spiegazione del fenomeno:

- letti negli esercizi alberghieri;
- letti negli agriturismi;

- capacità ricettiva totale;
- numero ristoranti;
- percentuale posti letto di mercato sul totale;
- numero righe dedicate su “la Guida Rossa” Michelin;
- notorietà e desiderio all’estero;
- esperienza da parte di turisti stranieri;
- citazioni su stampa estera;
- notorietà della destinazione in Italia;
- numero di domande su bandi L.488/92;
- investimenti attesi su bandi L.488/92
- eventi segnalati sulla “Guida rapida d’Italia” TCI;
- citazioni sui cataloghi Tour Operator esteri.

Il risultato dell’analisi è stata l’individuazione di sette gruppi a diversa intensità turistica, ognuno caratterizzato da particolari indicatori o famiglie di indicatori.

c) **Individuazione dei distretti.** Questo lavoro può giungere fino all’indicazione esteriore dei distretti turistici. Per arrivare all’identificazione dei Sistemi Locali, infatti, è necessario che si manifesti una partecipazione e un’intenzione di sviluppo turistico, attraverso una strategia condivisa e integrata tra i comuni coinvolti. Al di là delle *policy* strategiche il distretto, quindi, è definito come un aggregato di comuni limitrofi con un minimo grado di omogeneità turistica. L’analisi ha pertanto considerato:

- il posizionamento dei diversi gruppi in una mappa generale del Mezzogiorno;
- la diversa conformazione geografica dei comuni;
- la tipologia di turismo prevalente.

Le diversificazioni di posizionamento sulla scala dello sviluppo turistico distrettuale si sono rese necessarie per evidenziare non tanto l’ospitalità dei singoli quanto la loro capacità di fare gruppo con i comuni limitrofi. Quindi, oltre i **distretti configurati**, vere e proprie compagini definite, sono stati identificati:

- **distretti potenziali**, non ancora caratterizzati da una precisa dedica e *leadership* settoriale

- **sistemi urbani**, in cui il “polo” turistico di riferimento si trova a non avere una “corona” di territori complementari integrati;
- **isole minori**, in cui la barriera geografica ed il limite dimensionale costituiscono la soglia insuperabile di definizione del distretto.



## 2.2. I campi dell'indagine

Gli indicatori utilizzati sono stati raggruppati in tre principali contesti. Questi gli ambiti ritenuti più indicativi per spiegare e valutare il fenomeno turistico.

### 2.2.1. Le strutture dell'accoglienza

Il primo ordine di variabili considera le attrezzature della località. La misura di tale presenza riguarda essenzialmente la verifica della capacità ricettiva alberghiera ed extra-alberghiera e la sua incidenza sulla capacità totale di ricettività della zona (comprendente anche le case non occupate da residenti). Le strutture prese in esame sono:

- \* Alberghi;
- \* campeggi e villaggi;
- \* alloggi (privati) in affitto;
- \* agriturismi;
- \* altre strutture ricettive;
- \* abitazioni non occupate.

L'osservazione della capacità ricettiva conferma come comuni ad offerta più forte le grandi città e le località più famose.

<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Letti</b>
1	Napoli	8.694
2	Sorrento	8.581
3	Arzachena	7.711
4	Palermo	6.638
5	Alghero	6.378
6	Ischia	6.125
7	Villasimius	5.581
8	Forio	5.498
9	Taormina	5.461
10	Ricadi	4.962

Fonte: elaborazione Progetto Europa Regions

La presenza di variabili dimensionali, come già prima accennato, permette di evidenziare la situazione di alcuni comuni che, per quanto di piccole dimensioni, mantengono un livello di ricettività di mercato altissimo rispetto alla scala comunale.

Oltre la dimensione dell'accoglienza, è stata considerata la presenza di strutture di attrazione e sono state prese in esame alcune variabili qualitative, come:

- \* numero ristoranti;
- \* campi da golf;
- \* porti turistici "commerciali" e altre strutture assimilabili;
- \* parchi nazionali.

La ristorazione, in particolare, mostra la forte correlazione con la dimensione demografica, in quanto come noto si rivolge al mercato dei residenti, oltre che a quello degli ospiti.

<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Ristoranti</b>
1	Napoli	141
2	Cagliari	130
3	Palermo	128
4	Bari	123
5	Pescara	109
6	Pozzuoli	106
7	Catania	92
8	Olbia	90
9	Taormina	82
10	Salerno	78

*Fonte: elaborazione Progetto Europa Regions*

Per la segnalazione di eventi culturali e folkloristici e la presenza di attrattori artistici e naturali sono state utilizzate le informazioni contenute in "Guida Rossa" Michelin e "Guida rapida d'Italia" Touring Club Italiano.

La presenza di manifestazioni legate alle tradizioni locali, infatti, richiama sistematicamente turisti ed escursionisti. Non a caso, nella relativa graduatoria, emergono le città teatro dei più noti eventi popolari (dalla Festa di San Gennaro

a Napoli, ai “Misteri” della Settimana Santa celebrati in moltissime città del meridione).

<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Eventi</b>
1	Napoli	9
2	Agrigento	8
3	Palermo	6
4	Cagliari	6
5	Conversano	5
6	Cefalù	5
7	Bosa	5
8	Taranto	4
9	Lipari	4
10	Messina	4

*Fonte: elaborazione Progetto Europa Regions*

La consultazione delle guide è stata anche la base per la costruzione di indicatori qualitativi relativi a:

- \* ristoranti citati;
- \* alberghi citati.

### *2.2.2. La notorietà in Italia e all'estero*

Tra gli indicatori importanti per l'analisi, ma normalmente trascurati, fondamentale risulta essere l'immagine delle località. Tale osservazione si basa essenzialmente sull'insieme di tre fattori:

- \* la notorietà della destinazione;
- \* l'attrazione del luogo;
- \* l'esperienza vissuta.

L'osservazione di questi fenomeni è stata realizzata in una indagine triennale (1998-2000) svolta da PROGETTO EUROPA attraverso interviste dirette in 14

Paesi, scelti tra quelli potenzialmente più attratti dall'Italia<sup>4</sup>, nonché monitorando le citazioni sulla stampa estera.

Oltre all'indagine sulla notorietà all'estero si è utilizzata una ricerca effettuata nel 2000 sulle vacanze degli Italiani, dalla quale risultano le località più conosciute del Mezzogiorno.

<b>Tav.7. Ranking sulla notorietà della destinazione in Italia (primi 10)</b>		
<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Risposte</b>
1	Napoli	5343
2	Agrigento	4530
3	Arzachena	4215
4	Palermo	4169
5	Taormina	3839
6	Capri	2506
7	Tropea	2466
8	Pompei	1761
9	Bari	1744
10	Matera	1683

*Fonte: elaborazione Progetto Europa Regions*

Un ulteriore indicatore per la descrizione della marca è stato il numero di citazioni presenti su cataloghi di *Tour Operator* stranieri.

I risultati confermano la posizione di prestigio di alcune piccole località famose e dei grandi centri urbani. Questo particolare dualismo, già osservato in precedenza, si ritrova quindi nella marca così come nelle attrezzature, confermando la classica evoluzione delle località meridionali tendenti ad uno sviluppo isolato (di livello e quantità) accerchiato dal vuoto in una incapacità di fare sistema.

---

<sup>4</sup> “La marca Italia”, Touring Club Italiano, 2000. I 14 Paesi analizzati nella ricerca sono: Francia, Belgio, Germania, Paesi Bassi, Regno Unito, Spagna, Austria, Polonia, Federazione Russa, Canada, USA, Argentina, Giappone, Cina.

<b>Tav.8. Ranking numero citazioni su cataloghi di Tour Operator esteri (primi 10)</b>		
<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Citazioni</b>
1	Sorrento	411
2	Napoli	398
3	Palermo	347
4	Capri	327
5	Taormina	293
6	Agrigento	220
7	Siracusa	194
8	Pompei	173
9	Ischia	159
10	Amalfi	145

*Fonte: elaborazione Progetto Europa Regions*

Ultima variabile qui utilizzata è il numero di righe dedicate ad ogni comune da "la Guida Rossa" Michelin. Il valore di tale indicatore è proporzionale, infatti, alla notorietà della località e alla quantità offerta in fatto di attrattori, alberghi e ristoranti. Difatti, non a caso, emergono le città principali e le località più visitate.

<b>Tav.9. Ranking numero righe dedicate su "la Guida Rossa" Michelin (primi 10)</b>		
<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Righe</b>
1	Napoli	726
2	Palermo	317
3	Taormina	180
4	Olbia	180
5	Siracusa	170
6	Bari	167
7	Catania	156
8	Trapani	149
9	Pescara	138
10	Foggia	135

*Fonte: Progetto Europa Regions*

### 2.2.3. L'intenzionalità negli investimenti

Abbiamo finora analizzato le componenti tipiche di una destinazione che voglia divenire turistica, attrezzature e notorietà. Ma sono più le attrezzature o la notorietà a fare di una località una località turistica?

La risposta più corretta potrebbe essere un mix bilanciato tra le due, ma non solo. La tanto nominata "vocazione" turistica, e cioè la volontà pubblica e privata di candidarsi ad essere "destinazione" di massa si può valutare anche dalle intenzioni, cioè dalla capacità da un lato dell'imprenditoria privata di sfruttare facilitazioni ed opportunità offerte dall'ente locale, e dall'altro delle amministrazioni di programmare una strategia di sviluppo e creare le condizioni affinché sia concretizzabile.

Un valido esempio di questa tendenza è l'applicazione della L.488/1992 al turismo. Partendo da un massimale messo a disposizione per le Regioni, queste possono esprimere, sulla base di alcuni parametri generali, delle priorità settoriali e territoriali.

Date queste premesse nella matrice sono stati inseriti i dati su base comunale del:

- \* numero delle domande presentate ai bandi;
- \* totale degli investimenti attesi.

Quello che emerge risulta evidente dalle Tav.10 e 11.

<b>Tav.10. Ranking numero domande presentate su bandi della L.488/1992 (primi 10)</b>		
<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Numero</b>
1	Sorrento	62
2	Napoli	61
3	Ischia	33
4	Capri	22
5	Palermo	22
6	Capaccio	19
7	Forio	18
8	Pozzuoli	18
9	San Giovanni Rotondo	18
10	Bari	18

Fonte:elaborazione Progetto Europa Regions

<b>Tav.11. Ranking numero di investimenti attesi su bandi della L.488/1992 (primi 10)</b>		
<b>Posizione</b>	<b>Comune</b>	<b>Milioni di lire</b>
1	Napoli	244643
2	Casamassima	173491
3	Pula	143378
4	Troina	133508
5	Letojanni	125643
6	Sorrento	123851
7	Olbia	117406
8	Taormina	103675
9	Polignano a Mare	89485
10	San Giovanni Rotondo	85034

Fonte: elaborazione Progetto Europa Regions

La progettualità, in termini di domande presentate, è più alta là dove esiste già turismo. Al contrario, gli investimenti più ingenti, dove non siano giustificabili con una notevole mole di richieste, sono rappresentati da progetti miliardari isolati come oasi nel deserto. La mancanza di strategie locali di sviluppo è più che mai evidente.

La legge 488/92 è solo uno dei possibili modi che consentano una valutazione sul valore della progettazione privata in ambito turistico. La scelta, in questo lavoro, di analizzare soltanto i risultati di questa legge è dovuta alla difficoltà di reperire dati, in questo ambito, a livello comunale. In secondo luogo, la dimensione sovra-regionale del territorio esaminato non ha consentito, data la ristrettezza dei tempi, l'analisi delle singole leggi regionali in materia.

Per la rilevanza degli investimenti sono stati considerati i Contratti di programma. La presenza di questi progetti è stata evidenziata a livello grafico nelle cartine regionali.

### **3. L'INDIVIDUAZIONE DEI DISTRETTI TURISTICI**

#### **3.1. I gruppi**

I sette gruppi individuati dall'analisi *cluster* identificano sette diversi modi di intendere e creare turismo. In ogni classe è prevalente una caratteristica, spesso assimilabile ad una variabile, che definisce ciò che accomuna le realtà comunali raggruppate.

##### *3.1.1. Il non turismo*

Il primo gruppo individuato è composto da 2043 comuni, caratterizzati da una dimensione territoriale piccola, bassa densità abitativa e scarse risorse turistiche. Nessuna struttura ricettiva di rilievo, bassi livelli di progettualità, notorietà limitata o assente, scarse presenze turistiche.

Nessun comune può essere parte di un distretto.

##### *3.1.2. Appena un'increspatura*

Il secondo raggruppamento, comprendente 314 comuni, presenta una capacità ricettiva sufficiente ai livelli di turismo che ospita, sebbene ancora limitati. Queste località non vantano particolari attrattori e non sono conosciuti sul mercato turistico. Dimostrano una intenzionalità crescente ma al momento non sufficiente.

Alcuni di questi comuni partecipano a distretti principalmente per motivi di contiguità.

##### *3.1.3. Una potenzialità non compresa*

Le 106 località di questa classe sono tendenzialmente comuni di dimensione medio-grande. La possibilità di incentivare il turismo in questi centri è data dalla presenza di risorse e dalla notorietà, sebbene ancora limitata e nazionale. Tale potenzialità però risulta assolutamente poco sfruttata. La carenza di strutture ricettive di livello e la scarsa imprenditorialità locale non permettono lo sviluppo di un settore che, se organizzato, gioverebbe all'economia locale.



L'attenzione verso questi comuni è forte, ma non ancora sufficiente per identificarli come distretto. La partecipazione ad aggregazioni turistiche è limitata alla vicinanza a centri significativi.

#### *3.1.4. Il primo passo*

Questa classe comprende 11 comuni legati da una elevata capacità ricettiva, in particolare extra-alberghiera. Sono località marine (buona la presenza di porti turistici e approdi) dotate di attrezzature adeguate ad uno sviluppo turistico e con la volontà di crescere (alto il livello di intenzionalità). Risultano, invece, carenti rispetto a risorse e attrattori, e poco note al turismo internazionale. Sono le località del turismo balneare italiano.

La possibilità di creare una strategia di sistema attorno a questi centri è ancora bassa ma potenzialmente strutturabile. Più probabile la loro partecipazione a distretti comprendenti comuni più qualificati.

#### *3.1.5. Lo sforzo di crescere ancora*

La forte progettualità è la caratteristica che contraddistingue questa classe. I 60 comuni presentano livelli di ricettività e notorietà buoni e puntano in alto. L'intenzionalità è legata soprattutto a pochi interventi di grossa portata e alla rivalutazione di località famose (in particolare per un turismo italiano). Non manca la presenza di centri poco conosciuti e isolati che sono stati trattati diversamente al momento dell'identificazione dei distretti.

I comuni di questo gruppo sono considerati abbastanza strutturati da poter essere il cuore di un distretto.

#### *3.1.6. Un'opportunità da sfruttare*

Questo gruppo rappresenta le grandi dimensioni. 16 comuni, per la maggiore capoluoghi di provincia e grandi centri turistici, caratterizzati da un alto numero di attrattori, dovuto soprattutto all'estensione della superficie urbana, un buon livello di notorietà nazionale ed internazionale, una progettualità molto alta. Carenti sulle strutture ricettive, troppo limitate e poco qualitative rispetto ai livelli di mercato e di preferenza extra-alberghiere con una proliferazione di seconde case.

La possibilità di fare distretto è legata alla presenza di comuni limitrofi che condividono la turisticità del centro. Si riscontra il più delle volte in queste località, proprio per le grandi dimensioni, l'impossibilità di assimilarle ad altre realtà. Vengono perciò considerate come zone urbane isolate.

### *3.1.7. Un destino condiviso*

L'ultimo gruppo è composto dal turismo di eccellenza del Sud. Queste località sono veri e propri centri turistici che hanno fatto dell'ospitalità il loro destino. Contraddistinti da una marca internazionale fortissima, da una capacità ricettiva di qualità e quantità assolutamente idonea alla richiesta, da una offerta storico, culturale, artistica e naturalistica elevatissima, questi comuni mantengono la loro posizione di prestigio grazie anche ad una forte imprenditoria che progetta, aggiorna e migliora continuamente il prodotto.

La proliferazione attorno a questi comuni di piccoli centri che approfittano della posizione favorevole per mostrare il loro lato turistico permette l'identificazione di distretti configurati e altamente produttivi.

### **3.2. Tipologie di distretti turistici nel Mezzogiorno**

I diversi livelli di evoluzione turistica che si sono riscontrati nell'analisi hanno portato ad una classificazione per gradi di sviluppo turistico. I passaggi per individuare i distretti possono essere così riassunti:

- \* il primo passo è stato la rappresentazione grafica dei risultati ottenuti con l'analisi dei dati, assegnando un colore diverso ai differenti gruppi e riportandoli graficamente sul territorio di interesse;
- \* per comodità si sono analizzati i dati a livello regionale. Si è concentrata l'attenzione prima sui comuni che risultavano a più ampia strutturazione turistica e si è riscontrata la presenza sul territorio limitrofo di livelli di ospitalità medio-alti;
- \* l'assegnazione di un distretto, sia configurato che potenziale, ha seguito un principio fondamentale, non tanto quello della possibilità di aggregazione dei comuni quanto quello della validità turistica degli stessi. Si ha distretto solo se esiste un centro forte o ad un buon livello di sviluppo.

Di conseguenza, l'appartenenza ad uno dei raggruppamenti, di cui in seguito si descrivono le caratteristiche, dipende:

- \* da quanto sia forte o potenziale il comune centrale attorno al quale si fa distretto;
- \* dalla presenza circostante di località turisticamente valide, settorialmente omogenee, geograficamente comunicabili.

### *3.2.1. Distretto configurato*

Il risultato dell'analisi ha evidenziato come siano presenti nel Mezzogiorno realtà turisticamente rilevanti e già strutturate come distretti efficienti. La definizione di sistemi, nell'accezione della legge, non è ancora applicabile. Manca, infatti, in queste aree una strategia di sviluppo condivisa e in qualche modo istituzionalizzata. Ma la componente turistica risulta talmente rilevante, quando non assoluta, da far considerare queste zone, seppur in modo non formale, configurazioni di un sistema turistico.

Metodologicamente l'individuazione di queste aree è dipesa dal valore turistico assegnato ai comuni dall'analisi delle variabili. Premesso che non possa esserci distretto senza un'aggregazione di comuni, e che non possa essere considerato come configurato senza una reale intensità turistica, le aggregazioni individuate si sviluppano spesso attorno a comuni forti.

Nello specifico, le località centrali sono state ritenute quelle appartenenti a tre gruppi della cluster:

- \* un destino condiviso;
- \* un'opportunità da sfruttare;
- \* lo sforzo di crescere ancora.

Non sono mancate eccezioni dovute ad alcune situazioni che per la loro particolarità sono state trattate diversamente.

### *3.2.2. Distretto potenziale*

Questa tipologia di aggregazione vuole segnalare come presenti, ma ancora migliorabili in quanto sprovvisti di una immagine turistica forte, quelle località che, avendo i mezzi adatti, cominciano a guardare al turismo come una strada da percorrere. Sono quelle realtà, magari conosciute al turista italiano, che grazie all'imprenditorialità privata e agli incentivi pubblici puntano ad una riqualificazione del territorio.

Nonostante i molti passi ancora da fare, l'identificazione come distretti è legata alle potenzialità espresse sia a livello di risorse che di progettualità. Caratterizzanti questa categoria sono gli appartenenti ai gruppi:

- \* lo sforzo di crescere ancora;
- \* il primo passo.

A verifica della potenzialità distrettuale non sono mancate considerazioni generali sui comuni esaminati. Non possono essere considerati in questa tipologia due comuni che, pur appartenendo ad uno dei gruppi caratterizzanti, esulano dai principi della ricerca. Aggius, in Sardegna, e Troina, in Sicilia, sono stati considerati non idonei per rientrare in questa classificazione. Entrambi, infatti, hanno evidenziato una fortissima richiesta di investimenti per la legge 488/92, ma senza un programma territoriale di riferimento e senza alcuna relazione con i comuni limitrofi.

### 3.2.3. *Sistema urbano*

Categoria anomala quando si parla di distretti, ma tipica della realtà meridionale, è il contesto urbano. Con particolare riferimento a Puglia e Sicilia, troviamo città che si contraddistinguono per le grandi dimensioni e che poco si amalgamano ai comuni vicini. Presentano una buona propensione al turismo, legata certamente anche alle maggiori risorse e alla comprensibile notorietà che gli deriva dall'essere un capoluogo di provincia, ma una scarsa attitudine alla valorizzazione dei luoghi e delle strutture per l'ospitalità. La loro capacità ricettiva totale, infatti, è più dovuta alla presenza di case in affitto che di strutture destinate al turismo e impegno e investimenti nel settore risultano inferiori alle reali necessità di potenziamento per le risorse inesprese.

Tutte le città "sistema urbano" rientrano nel gruppo:

- \* Un'opportunità da sfruttare.

Nonostante l'incapacità di fare sistema, dovuta all'enorme *gap* tra città e provincia, non si è potuta evitare la segnalazione delle principali città meridionali come potenziali centri turistici e basi per uno sviluppo futuro delle aree circostanti.

### 3.2.4. *Isole minori*

L'identificazione di una ulteriore categoria è sembrata opportuna per spiegare la situazione di realtà geograficamente non assimilabili ai comuni vicini. È il caso

delle isole minori, poche località che fanno sistema a sé. L'aver creato questa categoria non ha coinciso con l'assimilazione al suo interno di tutte le isole ma, come per tutti i comuni del Mezzogiorno, sono state valutate per la loro reale valenza turistica.

Risultato è stato l'individuazione di due distretti:

- \* Tremiti;
- \* Eolie.

In queste località si è accertata una dimensione assolutamente autonoma e non associabile ad altre realtà e un livello turistico che, sebbene rappresenti la maggiore risorsa per il territorio, non permette ancora la configurazione di un reale distretto.

## **4. CARTOGRAFIE REGIONALI E DISTRETTI**

### **4.1. Abruzzi**

#### **\* Pescara e lidi**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Alba Adriatica, Roseto degli Abruzzi, Montesilvano, Silvi, Tortoreto, Giulianova, Pineto, Pescara, Francavilla al Mare

#### **\* Vasto**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Vasto, Capello, San Salvo

#### **\* Montagne abruzzesi**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Pescasseroli, Scanno, Opi, Civitella Alfedena, Villetta Barrea, Barrea, Roccaraso, Rivisondoli, Rocca Pia, Villalago, Pescocostanzo

## **4.2. Molise**

Nessun distretto identificato



### 4.3. Campania

#### \* Due Golfi

**Tipologia:** Maxi Distretto configurato

Suddivisibile in 4 sotto-distretti:

#### \* Capri: Capri, Anacapri

- ▶ **Ischia:** Ischia, Procida, Barano d'Ischia, Serrara Fontana, Forio, Casamicciola Terme, Lacco Ameno
- ▶ **Napoli:** San Giugliano in Campania, Pozzuoli, Bacoli, Napoli, Ercolano, Pompei, Castel Volturno, Caloria, Torre Greco, Boscotrecase
- ▶ **Costiera:** Sant'Antonio in Abate, Castellammare di Stabia, Vico Equense, Positano, Sant'Agnello, Sorrento, Massa Lubrense, Amalfi, Ravello, Maiori, Cava de' Tirreni, Salerno, Vietri sul Mare

#### \* Paestum

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Castellabate, Acropoli, Capaccio

#### \* Cilento

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Camerata, Centola, Casal Velino, Pisciotta, Ascea, San Mauro Cilento, Pollina

#### **4.4. Basilicata**

**\* Maratea**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Maratea

**\* Jonico**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Bernalda, Pisticci, Scanzano Jonico, Policoro

**\* Contratto di programma:** 2 (Scanzano Jonico; Policoro-MT)

#### 4.5. Puglia

##### \* Gargano

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Manfredonia, San Giovanni Rotondo, Monte Sant'Angelo, Mattinata, Vieste, Peschici, Vico del Gargano, Ischitella, Rodi Garganico

##### \* Ostuni

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Polignano a Mare, Monopoli, Fasano, Ostuni

##### \* Lecce

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Lecce, Vergole, Melendugno, Otranto, Santa Cesaria Terme

##### \* Gallipoli

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Ugento, Salve, Gallipoli

##### \* Bari

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Bari, Casamassima

\* **Taranto**

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Taranto

\* **Tremiti**

**Tipologia:** Isole minori

**Comuni:** Isole Tremiti

\* **Contratto di programma:** 1 (Castellaneta-TA)

#### **4.6. Calabria**

##### **\* Tropea**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Ricadi, Troppa, Parghelia, Zambrone, Vibo Valentia

##### **\* Capo Rizzuto**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Crotone, Isola Capo Rizzuto

##### **\* Sibari e Sila Greca**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Cassano allo Jonio, Corigliano Calabro, Rossano

##### **\* Reggio di Calabria**

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Reggio di Calabria

#### **4.7. Sicilia**

##### **\* Catanese**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Catania, Aci Castello, Acireale

##### **\* Taormina**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Taormina, Letojanni, Giardini – Naxos

##### **\* Palermitano**

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Palermo, Monreale, Terrasini, Carini

##### **\* Trapanese**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Trapani, Erice, Marsala, Calatafimi, Mazara del Vallo, San Vito lo Capo, Castellammare del Golfo, Favignana

##### **\* Sciacca**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Sciacca

\* **Messina**

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Messina

\* **Siracusa**

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Siracusa

\* **Agrigento**

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Agrigento, Porto Empedocle

\* **Ragusa**

**Tipologia:** Sistema urbano

**Comuni:** Ragusa

\* **Eolie**

**Tipologia:** Isole minori

**Comuni:** Lipari, Leni, Malfa

► **Contratto di programma:** 1 (Trapani)

#### 4.8. Sardegna

##### \* Costa Smeralda

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Santa Teresa di Gallura, Palau, La Maddalena, Arzachena, Olbia, Golfo Aranci, Loiri Porto San Paolo, San Teodoro, Budoni

##### \* Cagliariitano

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Cagliari, Quartu Sant'Elena, Maracalagonis, Villasimius, Castiadas, Muravera

##### \* Algherese

**Tipologia:** Distretto configurato

**Comuni:** Stintino, Alghero, Sassari, Castelsardo, Sorso

##### \* Pula

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Sant'Anna Arresi, Teulada, Domus de Maria, Pula

##### \* Orosei

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Siniscola, Orosei, Dorgali



\* **Ogliastra**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Lotzorai, Girasole, Tortolì, Bari Sardo

\* **Oristanese**

**Tipologia:** Distretto potenziale

**Comuni:** Arborea, Oristano, Cabras

\* **Contratto di programma:** 1 (Budoni-NU)