

# Indice

<b>Prefazione</b> , di Antonio La Spina	pag. 11
<b>Introduzione. Comunicare la Sicilia: le Strade del vino e le vie dello sviluppo</b> , di Salvatore Costantino e Antonella Artista	» 19
1. Una mappa di riflessioni sulle trasformazioni della vitivinicoltura siciliana	» 19
2. Ridefinire lo “sviluppo”	» 27
3. Fra globale e locale, verso il “senso del luogo”	» 31
4. Cooperazione, fiducia e media	» 35
5. Globalizzazione, stabilità e flessibilità in Sicilia	» 39
6. Le “Strade tematiche” come strumento-azione di marketing territoriale: il caso delle Strade del vino	» 44
7. Gli itinerari eno-gastronomico-turistici e il modello distrettuale: interpretazioni critiche di un’ipotesi di sviluppo locale	» 59
Riferimenti bibliografici	» 73
<b>1. Le politiche economiche dell’Unione Europea nel settore agroalimentare</b> , di Carlo Argiroffi	» 78
<b>2. “Comunicare la Sicilia che cambia”. Le Strade del vino e le vie dello sviluppo</b> , di Salvatore Costantino	» 82
1. Un momento magico?	» 84
2. Caratteristiche e obiettivi della ricerca	» 93
2.1 Tre livelli della ricerca	» 95
3. Sviluppo, innovazione, ricerca	» 96
4. Il fattore <i>institutional thickness</i> e le politiche di sviluppo: il caso Santa Ninfa	» 104
5. Innovazione tecnologica, cultura e società	» 109
6. Tipicità e qualità	» 111
7. Innovazione e “distruzione creatrice”: i nuovi ceti imprenditoriali	» 113
8. Comunicare la Sicilia che cambia	» 116
9. Cento Sicilie	» 118
Riferimenti bibliografici	» 124