

*Allegato alla deliberazione del Consiglio camerale n. 9 del 13/10/2022*



CAMERA DI COMMERCIO  
SALERNO

# **PROGRAMMA PLURIENNALE 2022-2027**



## PARTE PRIMA - Il contesto generale di riferimento

- Lo scenario economico internazionale e nazionale
- La riforma del sistema camerale e le sfide future
- Il profilo socio-economico della provincia di Salerno

## PARTE SECONDA - Le linee di indirizzo strategico

- La Camera per le imprese:
  1. *Valorizzazione del patrimonio informativo*
  2. *Comunicazione e Trasparenza*
  3. *Transizione burocratica e semplificazione*
  4. *Regolazione del mercato e tutela del consumatore*
- La Camera a supporto delle imprese:
  5. *Transizione digitale e ecologica*
  6. *Orientamento al lavoro: giovani e nuove imprese*
  7. *Sostegno all'imprenditorialità*
  8. *Internazionalizzazione*
  9. *Turismo e Cultura*
  10. *Imprenditoria femminile*



*Il Piano strategico della Camera di commercio di Salerno rappresenta la guida nel percorso quinquennale che la Giunta ed il Consiglio si apprestano ad affrontare e il mandato camerale è un compito importante in un momento storico molto complesso che influisce su tutte le categorie economiche, nessuna esclusa.*

*Ogni attività di pianificazione strategica contiene in sé elementi di complessità dovuti a molteplici cause. Pianificare significa innanzitutto visualizzare il futuro, cosa certamente non facile sia perché viviamo in un mondo in continua evoluzione le cui dinamiche spesso sfuggono a qualsiasi sforzo di previsione, sia perché troppo spesso si pianifica limitandosi a immaginare il futuro come una semplice riproposizione del passato o, peggio ancora, come si vorrebbe che fosse.*

*Se alle difficoltà insite in un qualsiasi processo di pianificazione strategica si aggiungono quelle legate al contesto esterno, si può ben intuire come sia particolarmente impegnativo l'attuale ciclo di pianificazione strategica che la Camera di Commercio di Salerno si appresta a delineare nel presente documento.*

*La complessiva dinamica economica è attualmente in uno stato di grave incertezza per le ulteriori difficoltà che stanno emergendo per effetto delle tensioni internazionali e delle spinte inflazionistiche che non solo mettono a rischio la crescita ma aumentano anche il rischio che sia senza equità, richiedendo grande cautela nella valutazione degli scenari anche di breve e medio termine. Risulta evidente che la programmazione strategica del territorio sia inserita in uno scenario di grandi cambiamenti globali che impattano sui territori e li trasformano.*

*Nel programma di revisione complessiva di tanti aspetti che condizionano la competitività del Paese e che riguardano la vita delle imprese, giocheranno un ruolo importante le risorse straordinarie messe a disposizione con il Next Generation EU. Il PNRR ha lanciato grandi sfide: la transizione digitale, quella ecologica, il grande investimento in infrastrutture. A ciò va aggiunto la imponente sfida della riforma e della modernizzazione della PA.*

*Il sistema camerale nel suo complesso, in sintonia con le organizzazioni imprenditoriali, può svolgere una funzione di cerniera con le istituzioni, a supporto della loro azione ed a tutela delle imprese, specialmente quelle di più piccola dimensione e maggiormente sensibili al contesto amministrativo e burocratico in cui operano.*

*Anche la Camera di Commercio di Salerno è parte integrante di questo processo di rinnovamento, che comporta ovviamente la necessità di effettuare scelte adeguate, per evitare che le esigenze di ottimizzazione della struttura e dei costi possano tradursi in un pregiudizio per la qualità e la quantità dei servizi resi all'utenza, ma al contempo pone l'esigenza di individuare scelte flessibili ai cambiamenti.*

*Risulta necessario, dato l'elevato livello di complessità, affrontare la realtà che con una strategia di risposta multidimensionale e a geometrie variabili, affiancata da strumenti di valutazione e monitoraggio, efficienti ed efficaci.*

*Va precisato, infine, che tra le varie linee strategiche esistono forti interconnessioni e che, in particolare, le prime quattro presentano un netto carattere trasversale, in quanto coinvolte in tutte le altre tematiche delineate, così da poter definire "informazione", "comunicazione e trasparenza", "semplificazione" e "correttezza" quali principi imprescindibili che ispirano l'intera azione camerale per le imprese.*



## PARTE PRIMA

### IL CONTESTO GENERALE DI RIFERIMENTO

#### Lo scenario economico internazionale e nazionale

Dopo lo shock della pandemia, con una caduta del Pil senza precedenti dalla Seconda guerra mondiale, la ripresa è stata rapida e robusta. Anche grazie al miglioramento delle condizioni sanitarie il Paese si apprestava a rivivere gradualmente la propria normalità. Tuttavia se già nella seconda parte del 2021 si erano manifestati alcuni deboli segnali di tensione per l'economia, con l'invasione dell'Ucraina da parte della Russia si sono creati nuovi e importanti ostacoli e sono emersi numerosi elementi di incertezza sia per le imprese, sia per quei cittadini che speravano in un rapido percorso verso un futuro migliore.

La ripresa è stata messa a rischio dal sovrapporsi di diversi fattori: dal prolungarsi della guerra, alla crescente inflazione, agli effetti dei cambiamenti climatici, all'acuirsi delle diverse forme di disuguaglianza, che purtroppo rappresentano una pesante eredità del passato biennio. Dopo una crescita record nel 2021 (+6,6%), a inizio anno il Pil dell'Italia è tornato sui livelli di fine 2019, anche se con progressi non uniformi tra i settori.

Dalla seconda metà dello scorso anno lo scenario internazionale si è gradualmente deteriorato per effetto di strozzature dal lato dell'offerta e di consistenti spinte inflazionistiche, esacerbate dall'invasione russa dell'Ucraina. Quest'ultima ha anche peggiorato le attese, così come il cambio di intonazione della politica monetaria. Coerentemente, le prospettive di crescita mondiali per il 2022 e il 2023 sono peggiorate e quelle per l'Italia, pur restando positive, sono in decelerazione.

Guardando al futuro, la sfida della transizione ecologica – alla quale il PNRR dedica circa 85 miliardi di euro di investimenti – è particolarmente rilevante per il nostro Paese, che dipende dall'estero per oltre tre quarti dell'approvvigionamento energetico, principalmente di petrolio e gas naturale. Nell'ultimo decennio risparmi importanti sono stati conseguiti nei consumi dell'industria, molto minori quelli delle famiglie mentre sono rimasti stabili i consumi del terziario. Di seguito si riportano osservazioni estratte dal trentesimo Rapporto Istat che fornisce un accurato bilancio sulle conseguenze sul tessuto sociale e produttivo del nostro Paese dei recenti eventi.

L'emergenza sanitaria ha modificato le abitudini della popolazione, con un impatto rilevante sui vari aspetti della quotidianità: sull'organizzazione della giornata, sugli stili di vita, sul modo in cui sono state coltivate le relazioni parentali e amicali, sul tempo libero, sul lavoro. Gli stravolgimenti della vita quotidiana conseguenti al lockdown del bimestre marzo-aprile 2020 si sono attenuati nei mesi successivi e sono stati trasversali. Già nel 2021 sono emersi chiari segnali di un ritorno alla quotidianità pre-covid, sebbene alcuni cambiamenti negli stili di vita sembrano persistere e potrebbero durare nel tempo.

La pandemia ha avuto un impatto rilevante su tutte le componenti di una dinamica demografica già in fase recessiva sin dal 2014. L'eccesso di mortalità registrato nel 2020 è stato accompagnato dal dimezzamento dei matrimoni e dalla forte contrazione dei movimenti migratori. Il calo dei matrimoni, e la conseguente diminuzione di nuovi coniugi, ha ristretto il numero di potenziali genitori, il che, in un Paese dove la natalità deriva ancora prevalentemente da coppie coniugate, lascia intendere possibili ripercussioni negative sulle nascite anche nei prossimi anni. Di fatto nel primo trimestre di quest'anno si contano circa diecimila nati in meno rispetto allo stesso periodo del biennio pre-pandemico 2019-2020. Tutto ciò mentre nel



panorama europeo vi sono Paesi che hanno registrato incrementi di natalità particolarmente significativi, anche rispetto agli andamenti pre-pandemici.

L'ampliarsi del deficit tra nascite e decessi – già avviato da quasi un trentennio – associato alla più recente contrazione del saldo migratorio ha innescato, con continuità a partire dal 2014, una fase di calo della popolazione, accentuato dagli effetti della pandemia, che si è accompagnato a profonde trasformazioni nella sua struttura per età. Al 1° gennaio 2022, secondo i primi dati provvisori, siamo scesi a 58 milioni 983 mila residenti: 1 milione 363 mila in meno nell'arco di 8 anni.

Secondo le più recenti previsioni, all'interno di una popolazione che prosegue la sua tendenza a diminuire e a invecchiare, il numero di famiglie sembra destinato ad aumentare, raggiungendo i 26,2 milioni nel 2040, ma con un numero medio di componenti ancora in calo, da 2,3 a 2,1, e con una progressiva frammentazione.

Nei percorsi di formazione e di sviluppo delle unità familiari, si recepisce il continuo spostamento in avanti di tutte le tappe cruciali dei percorsi di vita, a cominciare dall'uscita dei giovani dalla famiglia di origine. L'Italia è da tempo tra i paesi europei dove il rinvio delle tappe di transizione allo stato adulto è più accentuato e, conseguentemente, è più alta la quota di giovani di 18-34enni che vivono con almeno un genitore, quasi sette su dieci, ben al di sopra della media europea che si ferma a uno su due.

La pandemia ha avuto un impatto rilevante anche sui flussi migratori e sulle condizioni di vita della popolazione immigrata andando talvolta ad inasprire pregresse condizioni di maggiore vulnerabilità dal punto di vista sanitario, occupazionale ed economico. L'emergenza sanitaria si è innestata in una nuova fase dell'immigrazione nel nostro Paese caratterizzata, da un lato, dalla progressiva integrazione e radicamento di buona parte della popolazione presente sul territorio, dall'altro, dall'accentuazione di alcune emergenze umanitarie che accompagnano i flussi di mobilità nel panorama internazionale.

Le profonde trasformazioni demografiche e sociali in atto nel Paese investono anche la popolazione anziana, delineando nuove potenzialità nelle condizioni di salute e nella qualità della vita, ma anche nuovi bisogni. I residenti con 65 anni e più sono oltre 14 milioni a inizio 2022, sono 3 milioni in più rispetto a venti anni fa; fra vent'anni saranno quasi 19 milioni. Gli anziani con almeno 80 anni oggi superano i 4,5 milioni e quelli con almeno cento anni raggiungono le 20 mila unità, essendosi quadruplicata negli ultimi 20 anni. Tra vent'anni avremo quasi 2 milioni di persone in più con almeno 80 anni, e la popolazione con almeno cento anni sarà triplicata. La famiglia conferma il ruolo chiave nel prestare assistenza agli anziani con ridotta autonomia. Ma le trasformazioni familiari in atto lasciano aperto il dubbio sul fatto che un sistema di reti familiari sempre più indebolito possa riuscire a far fronte a una domanda di welfare che, stante la rapidità e l'intensità del processo di invecchiamento della popolazione, è da prevedere costantemente in crescita.

L'emergenza sanitaria ha poi scatenato una crisi economica profonda ma circoscritta nel tempo. La ripresa dell'economia mondiale è iniziata già nella seconda metà del 2020, ed è proseguita fino all'inizio di quest'anno, seppure con intensità e cadenze differenti tra principali paesi e aree geo-economiche. Il quadro macroeconomico dell'Italia, alla metà del 2022, resta caratterizzato da una situazione moderatamente positiva, nonostante l'incertezza e i rischi al ribasso associati allo scenario internazionale.

In meno di due anni, tra la metà del 2020 e l'inizio di quest'anno, l'economia italiana ha recuperato per intero l'eccezionale caduta del Pil associata alla pandemia da COVID-19. Nel 2021, grazie a un forte dinamismo nella parte centrale dell'anno, l'economia è cresciuta del 6,6 per cento, più della media dell'area euro dopo aver subito nel 2020 una caduta maggiore. Tuttavia a seguito del peggioramento del quadro internazionale, nella prima parte del 2022 la crescita si è molto affievolita nel nostro Paese come nel complesso della Unione europea.

In Italia, nel primo trimestre del 2022 la crescita congiunturale del Pil si è quasi azzerata pur restando in terreno positivo (+ 0,1 per cento), sostenuta dalla spesa per investimenti - che continua a mantenersi molto dinamica – e, dal lato dell'offerta, dalle costruzioni - trainate dalle



agevolazioni fiscali - e dal recupero delle attività professionali e dei servizi di supporto alle imprese.

Le attività dell'industria e del commercio hanno invece segnato una battuta d'arresto, così come i consumi. Nonostante questo rallentamento, al netto degli effetti di calendario la crescita acquisita per quest'anno è attualmente del 2,6 per cento ed è superiore rispetto a Francia e Germania (rispettivamente l'1,9 e l'1,3 per cento). Nel primo trimestre del 2022 il PIL torna allo stesso livello della fine del 2019.

L'andamento del commercio con l'estero dal 2021 è stato positivo sia in volume che in valore, superando ampiamente i livelli pre-crisi. Tuttavia, dalla seconda parte dello scorso anno l'incremento dei prezzi delle materie prime e segnatamente dell'energia ha portato a un rapido deterioramento dei saldi commerciali divenuti negativi. In particolare, nei primi quattro mesi del 2022, rispetto allo stesso periodo del 2021, le esportazioni di beni sono cresciute del 20,7 per cento, mentre le importazioni sono aumentate di oltre il 40 per cento.

Dopo l'eccezionale crescita del deficit e del debito del 2020, che sommava gli effetti dello squilibrio di bilancio e della caduta del Pil, nel 2021 il quadro di finanza pubblica ha segnato un sostanziale miglioramento. Nonostante il disavanzo sia rimasto ancora al 7,2 per cento del Pil, il forte rimbalzo dell'attività ha consentito di ridurre il rapporto tra debito e Pil di 4,5 punti percentuali: siamo al 150,8 per cento, con un calo più ampio di quello previsto nei documenti programmatici.

Gli aumenti delle quotazioni delle materie prime – in particolare quelle energetiche – iniziati nel corso del 2021 hanno determinato una spinta senza precedenti nei costi di produzione e una fiammata inflazionistica di intensità pari a quella dei primi anni Ottanta. Le stime preliminari sull'inflazione di giugno sono di una crescita tendenziale dell'indice armonizzato dei prezzi al consumo pari all'8,5 per cento in Italia, e all'8,6 per cento per l'Uem. L'invasione russa dell'Ucraina dello scorso febbraio ha provocato nuovi rialzi dei costi, aumentando anche l'incertezza geopolitica e quella sulla stabilità delle forniture energetiche.

La forte accelerazione dell'inflazione è stata finora molto concentrata nei comparti più direttamente legati alla crescita dei prezzi delle materie prime, ma va progressivamente diffondendosi. A giugno, il tasso di inflazione acquisito per il 2022, misurato sull'indice per l'intera collettività (NIC), è pari al 6,4 per cento ed è verosimile che le spinte sui costi alimentino ulteriormente il processo, anche se le tensioni sulle quotazioni internazionali si dovessero allentare.

In particolare, i prezzi di petrolio e gas naturale, nei primi mesi del 2022, si sono attestati, rispettivamente, a 1,6 e 6,8 volte il livello medio del 2019. Anche quelli delle materie prime agricole hanno registrato una forte crescita: il prezzo del grano è quasi raddoppiato rispetto al periodo precedente la pandemia, quello dei fertilizzanti è 3,1 volte superiore. Nello stesso periodo, rispetto alla media del 2019, il prezzo dell'energia elettrica è aumentato fino a oltre l'80 per cento, il gas di quasi il 54 per cento e i beni alimentari costano attualmente il 9 per cento in più.

L'Italia presenta un livello di dipendenza dalle forniture estere di prodotti energetici più elevato dei principali partner europei, pari a circa i tre quarti del fabbisogno. Anche il comparto agro-alimentare, che da solo rappresenta circa il 10 per cento dell'export, dipende per più di un quinto da input produttivi di origine estera. In questo contesto, il rialzo delle quotazioni delle materie prime energetiche e agricole ha generato un aumento dei prezzi di produzione che dai settori direttamente colpiti si è trasmesso al resto del sistema produttivo, trasferendosi infine sull'inflazione al consumo.

Nel 2021, l'indice dei prezzi al consumo ha superato di oltre un punto percentuale le retribuzioni contrattuali erodendo i guadagni di entità analoga realizzati nel 2020. Nei primi mesi del 2022 le retribuzioni hanno continuato a crescere ma in misura molto moderata; anche se si ritiene che possano riprendere vivacità nella seconda parte dell'anno, alla luce dei rinnovi in corso, per i quali il riferimento è la previsione del tasso di crescita dell'indice dei prezzi al consumo al netto dei prodotti energetici IPCA-NEI, stimata, a inizio giugno, al +4,7 per cento per il 2022.



La ripresa non è stata uniforme tra i settori produttivi. Nell'industria, e in particolare nelle costruzioni, l'attività è ampiamente sopra i livelli precedenti la crisi, ed è risultata molto dinamica anche in comparazione con le altre maggiori economie europee. Nonostante la flessione della produzione industriale a maggio, diffusa poco fa, il dato degli ultimi tre mesi segna una crescita del 2,3 per cento. Nei servizi, invece, la situazione è fortemente diversificata, in ragione dell'impatto delle misure di contenimento dei rischi di contagio che, fino a pochi mesi orsono, hanno limitato alcune attività. In particolare, nell'aggregato dei servizi ricreativi e alla persona, in termini reali il livello del valore aggiunto nel primo trimestre del 2022 era ancora inferiore di oltre 10 punti percentuali rispetto alla fine del 2019.

Particolarmente critica la situazione dell'agricoltura, il cui valore aggiunto è sceso sia nel 2020 che nel 2021. Agli effetti negativi sul comparto, dovuti agli strascichi della crisi sanitaria e allo shock bellico, nel 2022 si è aggiunta l'emergenza climatica.

La carenza di risorse idriche sta colpendo in maniera particolare le regioni settentrionali nel bacino del Po anche a causa delle perdite degli acquedotti che nei capoluoghi di provincia è pari al 36,2 per cento dell'acqua immessa in rete. Il PNRR ha destinato 4,38 miliardi per garantire la gestione sostenibile del ciclo delle risorse idriche evitando sprechi e per il miglioramento della qualità ambientale delle acque marine e interne. Un investimento fondamentale per avviare gli interventi più urgenti. Il fatto tuttavia che l'agricoltura assorba circa la metà degli utilizzi delle risorse idriche del Paese rende però necessario strutturare un piano più ampio di azione.

L'Italia si posiziona fra i paesi UE dove più marcata è stata la riduzione degli occupati tra il 2019 e il 2020, con l'ulteriore aumento del divario del nostro Paese, rispetto alla media Ue, su tutti i principali indicatori del mercato del lavoro. Dopo i primi mesi del 2021 la situazione è progressivamente migliorata. La crescita dell'occupazione, anche se meno ampia rispetto alle altre maggiori economie europee, ha permesso di recuperare quasi pienamente, in termini di numero di occupati, i livelli pre-crisi. Il tasso di occupazione, a marzo 2022 ha segnato il valore più elevato da quando è disponibile la serie storica (gennaio 2004) e nei mesi successivi, in concomitanza con la lieve riduzione della dinamica occupazionale, è rimasto comunque prossimo ai valori record registrati nei mesi precedenti.

Il recupero ha riguardato tutte le categorie di occupati, anche se è stato guidato dall'occupazione dipendente a tempo determinato, che era stata colpita più intensamente nella fase recessiva associata alla pandemia.

Una delle caratteristiche peculiari dell'impatto della pandemia sul mercato del lavoro italiano nel 2020 è stato il costo particolarmente alto pagato dall'occupazione femminile e dai giovani, duramente colpiti dagli effetti recessivi dell'emergenza sanitaria a causa della maggiore vulnerabilità del tipo di lavori svolti. Va però detto che i notevoli progressi osservati nel 2021 e nei primi mesi del 2022 hanno consentito il recupero e il superamento dei livelli occupazionali pre-pandemici anche per i giovani da 25 a 34 anni.

L'occupazione per titolo di studio conferma, anche per il biennio pandemico 2020-21, il ruolo protettivo dell'istruzione nel ridurre i rischi di perdita del lavoro e nell'agevolarne la ricerca di uno nuovo durante le successive fasi di ripresa. Nel 2020, il tasso di occupazione dei laureati si è ridotto meno della metà rispetto ai possessori di un diploma secondario superiore. I benefici occupazionali di un titolo di studio più elevato appaiono particolarmente forti per le donne, per le quali nel 2021 il possesso di una laurea si è associato a un tasso di occupazione di oltre 20 punti percentuali (10 punti per gli uomini) superiore rispetto a chi non è andato oltre il diploma secondario superiore.

Il lavoro tradizionalmente definito come standard, cioè quello individuato nei dipendenti a tempo indeterminato e negli autonomi con dipendenti, entrambi con orario a tempo pieno, è in diminuzione. Nel 2021, queste modalità di lavoro riguardano 6 occupati su 10.

Diminuisce il lavoro indipendente, che rappresenta un quinto degli occupati, per effetto del calo degli imprenditori, dei lavoratori in proprio (agricoltori, artigiani, commercianti), dei coadiuvanti e dei collaboratori. Aumenta il lavoro dipendente a tempo determinato soprattutto con contratti di



breve durata. Quasi la metà dei dipendenti a termine ha un'occupazione di durata pari o inferiore ai 6 mesi. Negli anni è aumentata anche l'occupazione part-time, che nel 2021 riguarda quasi un quinto degli occupati e nella maggioranza dei casi è involontario. Ed è proprio questa la forma di part time che ha mostrato la crescita più consistente.

Va ancora sottolineato come la diffusione di forme di lavoro non-standard abbia contribuito a un peggioramento della qualità complessiva dell'occupazione, comportando anche livelli retributivi mediamente più bassi. Le modalità di partecipazione, o non partecipazione, al mercato del lavoro sono tra le determinanti più significative della condizione di povertà. La povertà assoluta, nell'ultimo decennio, è progressivamente aumentata e, nel biennio 2020-2021, ha raggiunto i valori più elevati dal 2005, coinvolgendo oltre cinque milioni e mezzo di persone.

Il fenomeno ha inoltre progressivamente coinvolto sempre più famiglie di occupati, mentre si conferma e si amplia nel tempo la stratificazione della povertà per area geografica, età e cittadinanza ed è molto aumentata la povertà dei minori e dei giovani.

Le misure di sostegno economico erogate nel 2020, in particolare reddito di cittadinanza e di emergenza, hanno permesso a 1 milione di individui di non trovarsi in condizione di povertà assoluta. L'effetto è stato maggiore per il Mezzogiorno, per le famiglie con a capo un disoccupato, per le famiglie di stranieri, per le coppie con figli e i nuclei monogenitore.

L'accelerazione inflazionistica che ha caratterizzato la seconda metà del 2021 e i primi cinque mesi del 2022 rischia di aumentare le disuguaglianze, sia per la diminuzione del potere d'acquisto, particolarmente marcata proprio tra le famiglie con forti vincoli di bilancio, sia per effetto delle tempistiche dei rinnovi contrattuali, più lunghe in settori caratterizzati da bassi livelli retributivi.

La crisi sanitaria e la successiva fase di ripresa economica hanno avuto un impatto differenziato non solo sui lavoratori ma anche sulle imprese. Con riferimento a queste ultime, nonostante un quadro complessivo di relativa solidità, emergono andamenti eterogenei all'interno del sistema. Le maggiori difficoltà nel processo di recupero sono state sperimentate dalle imprese di piccole dimensioni e nei settori dei servizi maggiormente colpiti dalle misure di contenimento associate alla pandemia, come le attività del turismo e della ristorazione, o l'aggregato dei servizi ricreativi e alla persona. Al contrario, le imprese medie e grandi e quelle attive in settori quali l'industria e i servizi ICT hanno risentito meno della crisi e beneficiato in misura maggiore degli stimoli per la ripresa.

I dati di tipo microeconomico corroborano questa differenziazione. Se a novembre del 2020 quasi un terzo delle imprese considerava la propria attività "a serio rischio operativo" (riteneva cioè probabile la chiusura dell'attività nell'arco di un semestre), già un anno dopo tale quota si era ridotta al 3,4 per cento. L'incidenza resta assai più elevata per le attività maggiormente colpite dalle conseguenze della pandemia: a fine 2021 dichiarava di essere a rischio più di un'impresa su dieci nell'aggregato dei servizi ricreativi (es. cinema, teatri, discoteche, circoli sportivi) e, se si considera una definizione più ampia inclusiva di chi si ritiene almeno "parzialmente" in pericolo, erano a rischio circa un'impresa su tre in questo comparto e in quello degli alloggi e ristorazione.

Una interessante peculiarità della fase recessiva legata alla pandemia è stata il forte stimolo alla diffusione delle tecnologie digitali e all'investimento in capitale umano, che ha portato il sistema delle imprese a recuperare alcuni ritardi strutturali e a sperimentare nuovi modelli organizzativi.

La crisi sanitaria ha fatto emergere criticità del sistema paese presenti da tempo e ha reso necessario velocizzare alcuni processi quali la transizione green, ma anche la modernizzazione della Pubblica amministrazione italiana: obiettivo importante e particolarmente sfidante del PNRR. Si prevede un complesso sistema di interventi orientati a una maggiore digitalizzazione della PA, a sviluppare percorsi di semplificazione e una profonda innovazione dei processi organizzativi e delle politiche relative al pubblico impiego, finalizzate a migliorare la PA, attraverso nuove assunzioni e iniziative di formazione del capitale umano.



La riforma si innesta in un quadro che presenta numerosi ostacoli, primo fra tutti il numero e le caratteristiche socio-demografiche dei dipendenti pubblici.

Infatti, a seguito delle politiche di blocco delle assunzioni e delle riforme pensionistiche, l'occupazione nel settore pubblico, oltre che ridursi di circa 200 mila unità negli ultimi vent'anni, ha sperimentato anche un sensibile invecchiamento. Al 2019, tra i Paesi Ue per i quali sono disponibili informazioni comparabili, l'Italia risultava avere l'incidenza più bassa di dipendenti pubblici rispetto alla popolazione (5,6 per cento abitanti, rispetto ai 5,8 della Germania) e, al contempo, essere tra quelli che avevano maggiormente ridotto la consistenza del personale in servizio nella Pubblica Amministrazione. Inoltre, nel settore pubblico italiano si riscontrava la maggiore incidenza di lavoratori con oltre 55 anni e la più bassa di quelli con meno di 35 anni. L'età media si è incrementata di oltre 6 anni nell'ultimo decennio, attestandosi a 49,9 anni contro i 42,4 del settore privato.

Il livello generale del capitale umano del pubblico impiego è relativamente elevato, seppure con un forte grado di eterogeneità fra i diversi comparti. Il 42,5 per cento dei dipendenti pubblici ha un titolo di studio universitario, mostrando un differenziale importante rispetto al settore privato, dove l'incidenza si ferma al 18 per cento. Tuttavia, l'attrattività salariale del pubblico impiego, in particolare per il personale qualificato, potrebbe in alcuni casi rappresentare un elemento di freno per il piano di assunzioni di personale con competenze di alto livello, previsto dalla modernizzazione.

La pandemia ha rappresentato un importante fattore di accelerazione del processo di digitalizzazione, soprattutto per la fornitura di servizi di e-government e per la diffusione del lavoro agile, con velocità e intensità eterogenee tra i diversi comparti del settore pubblico. L'accesso ai servizi digitali da parte dei cittadini ha sperimentato un vistoso incremento: le amministrazioni che hanno adottato lo SPID sono triplicate fra il 2019 e oggi, mentre le utenze individuali sono passate da 6 a 30 milioni fra il 2020 e il 2022. Al termine della fase emergenziale un'amministrazione pubblica su cinque considerava di introdurre in maniera strutturale il lavoro agile, circa sette su dieci fra quelle di maggiori dimensioni. I risultati sono incoraggianti, seppure permangono delle criticità. L'efficienza dei processi è stata generalmente salvaguardata e l'impatto sulla qualità del lavoro è risultata soddisfacente; molte amministrazioni, tuttavia, hanno evidenziato la necessità di nuove competenze digitali e di un miglioramento delle dotazioni tecnologiche.

## La riforma del sistema camerale e le sfide future

Gli anni trascorsi sono stati caratterizzati da una profonda rivisitazione delle Camere di Commercio e delle loro attribuzioni e competenze. In particolare, il percorso di riforma ha visto, tra le altre cose, un processo di riordino delle funzioni, delle circoscrizioni territoriali e del finanziamento.

- ⇒ DL 90/2014 (convertito in legge 114/2014) - l'antefatto del processo di riforma e ha previsto il taglio della principale voce di ricavo camerale, ovvero il diritto annuale, realizzatosi in maniera progressiva nel triennio 2015-2017 (-35% nel 2015, -40% nel 2016, -50% nel 2017), fino ad arrivare al suo dimezzamento a regime.
- ⇒ D.lgs 219/2016 - il decreto ha riscritto sostanzialmente la L. 580/1993, prevedendo tra le altre cose: la riduzione del numero complessivo di Camere di Commercio a non più di 60 (dalle originarie 105), attraverso processi di accorpamento e la conseguente rideterminazione delle circoscrizioni territoriali; la ridefinizione dei compiti e delle funzioni; la riduzione del numero dei componenti degli organi (Consigli e Giunte); la riduzione del numero delle Unioni regionali, delle Aziende speciali e delle società controllate; la gratuità degli incarichi degli organi diversi dal collegio dei revisori dei conti e la definizione di limiti al trattamento economico dei vertici amministrativi; la conferma della



riduzione degli oneri per il diritto annuale a carico delle imprese; la possibilità di aumentare l'importo del diritto annuale fino ad un massimo del 20%, prevedendo un diverso iter; la previsione della determinazione dei diritti di segreteria e delle tariffe dei servizi obbligatori, da parte del MISE di concerto con il MEF, sulla base dei costi standard di gestione e fornitura dei servizi medesimi; la definizione da parte del Ministero dello Sviluppo Economico, sentita l'Unioncamere, di standard nazionali di qualità delle prestazioni;

- ⇒ DM 16 febbraio 2018 - decreto del MiSE approvato a partire dalla proposta di Unioncamere nazionale e riguardante la razionalizzazione organizzativa e territoriale prevista dal cd. Piano di razionalizzazione previsto dal D.lgs 219/2016, con particolare riguardo alla riduzione del numero di Camere di Commercio da 105 a non più di 60
- ⇒ DM 7 marzo 2019 - con questo «decreto servizi» è stato ridefinito il paniere di attività del Sistema camerale, individuando i servizi che esso è tenuto a fornire su tutto il territorio nazionale con riguardo alle funzioni amministrative ed economiche e gli ambiti prioritari di intervento con riferimento alle funzioni promozionali.



Successivamente il D.L. 14 agosto 2020, n. 104, convertito, con modificazioni, dalla Legge 13 ottobre 2020, n. 126, ha apportato aggiornamenti al testo del D.lgs 219/2016. Si propone di seguito la parte riguardante la nuova formulazione dell'art. 2 della 580/90 in tema di funzioni:

*Le camere di commercio, singolarmente o in forma associata, nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza, svolgono le funzioni relative a:*

*a) pubblicità legale generale e di settore mediante la tenuta del registro delle imprese, del Repertorio economico amministrativo, ai sensi dell'articolo 8, e degli altri registri ed albi attribuiti alle camere di commercio dalla legge;*

*b) formazione e gestione del fascicolo informatico di impresa in cui sono raccolti dati relativi alla costituzione, all'avvio ed all'esercizio delle attività dell'impresa, nonché funzioni di punto unico di accesso telematico in relazione alle vicende amministrative riguardanti l'attività d'impresa, ove a ciò delegate su base legale o convenzionale;*

*c) tutela del consumatore e della fede pubblica, vigilanza e controllo sulla sicurezza e conformità dei prodotti e sugli strumenti soggetti alla disciplina della metrologia legale,*



*rilevazione dei prezzi e delle tariffe, rilascio dei certificati di origine delle merci e documenti per l'esportazione in quanto specificamente previste dalla legge;*

*d) sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali nonché collaborazione con ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, SACE, SIMEST e Cassa depositi e prestiti, per la diffusione e le ricadute operative a livello aziendale delle loro iniziative; sono in ogni caso escluse dai compiti delle Camere di commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero;*

*d-bis) valorizzazione del patrimonio culturale nonché sviluppo e promozione del turismo, in collaborazione con gli enti e organismi competenti; sono in ogni caso escluse dai compiti delle Camere di commercio le attività promozionali direttamente svolte all'estero;*

*d-ter) competenze in materia ambientale attribuite dalla normativa nonché supporto alle piccole e medie imprese per il miglioramento delle condizioni ambientali;*

*e) orientamento al lavoro e alle professioni anche mediante la collaborazione con i soggetti pubblici e privati competenti, in coordinamento con il Governo e con le Regioni e l'ANPAL attraverso in particolare:*

*1) la tenuta e la gestione, senza oneri a carico dei soggetti tenuti all'iscrizione, ivi compresi i diritti di segreteria a carico delle imprese, del registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro di cui all'articolo 1, comma 41 della legge 13 luglio 2015 n. 107, sulla base di accordi con il Ministero dell'Istruzione, dell'università e della ricerca e con il Ministero del lavoro e delle politiche sociali;*

*2) la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali e informali e nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola-lavoro;*

*3) il supporto all'incontro domanda-offerta di lavoro, attraverso servizi informativi anche a carattere previsionale volti a favorire l'inserimento occupazionale e a facilitare l'accesso delle imprese ai servizi dei Centri per l'impiego, in raccordo con l'ANPAL;*

*4) il sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro, attraverso l'orientamento e lo sviluppo di servizi, in particolare telematici, a supporto dei processi di placement svolti dalle Università;*

*f) assistenza e supporto alle imprese in regime di libera concorrenza da realizzare in regime di separazione contabile. Dette attività sono limitate a quelle strettamente indispensabili al perseguimento delle finalità istituzionali del sistema camerale e non possono essere finanziate al di fuori delle previsioni di cui all'articolo 18 comma 1 lettera b);*

*g) ferme restando quelle già in corso o da completare, attività oggetto di convenzione con le regioni ed altri soggetti pubblici e privati stipulate compatibilmente con la normativa europea. Dette attività riguardano, tra l'altro, gli ambiti della digitalizzazione, della qualificazione aziendale e dei prodotti, del supporto al placement e all'orientamento, della risoluzione alternativa delle controversie. Le stesse possono essere finanziate con le risorse di cui*



*all'articolo 18, comma 1, lettera a), esclusivamente in cofinanziamento con oneri a carico delle controparti non inferiori al 50%.*

Va ricordato, infine, che il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, nel messaggio inviato alla Assemblea di Unioncamere del 28 aprile 2021, ha autorevolmente richiamato la necessità di uno sforzo di progettazione complessivo, mirato alla “ripartenza delle attività economiche e sociali, capace di generare nuovo sviluppo e ampliare per tutti il campo delle opportunità”.

Al riguardo, ancora il Presidente della Repubblica ha sottolineato che “le camere di commercio affiancano le imprese nella loro attività e offrono sostegno per l’innovazione tecnologica, per meglio affrontare i mercati internazionali, programmare gli investimenti, migliorare le relazioni con la Pubblica amministrazione. Le camere di commercio svolgono, in tal modo, nell’ambito delle autonomie funzionali, un compito rilevante, nell’interesse delle imprese presenti nei territori”. Il Presidente ha anche affermato che alle camere di commercio “si può utilmente guardare come a uno degli strumenti utili nella prospettiva del Piano nazionale di ripresa e resilienza” e che esse “sapranno certamente essere parte di questa progettualità a sostegno del Paese in un passaggio altamente impegnativo”.

Si riporta a riguardo un interessante passaggio tratto dalle linee di sviluppo del sistema camerale 2022-2024 di Unioncamere sul ruolo del sistema camerale nei prossimi anni.

“Sentiamo la responsabilità dell’impegno che il Presidente ci ha indicato, quali autonomie funzionali a servizio delle imprese nei territori, specialmente verso quelle di più ridotta dimensione e più fragili. E siamo pronti a dare il nostro contributo attivo per la ripartenza del Paese.

Per uscire dalla crisi ed accelerare la ripartenza occorre mirare ad un modello di sussidiarietà allargata alle organizzazioni imprenditoriali, non solo per meglio definire proposte di intervento, ma anche per costruire la rete di assistenza e servizi alle piccole e medie imprese.

La Commissione europea aveva varato, circa dieci anni fa, un importante documento programmatico lo Small Business Act per riprendere questa priorità, affermando il principio “Think Small First”, letteralmente “pensare prima in piccolo” e cioè come trattare meglio le piccole e medie imprese, mettendole prima di tutto. Tra gli interventi auspicati figuravano temi più che mai attuali, come la promozione dello spirito imprenditoriale, la sburocratizzazione, l’agevolazione nell’accesso al credito.

Il sistema camerale, sulla base di uno specifico mandato del governo, potrebbe svolgere, in sinergia con le associazioni imprenditoriali, una funzione simile a quella dell’agenzia federale creata negli Stati Uniti negli anni 50, la cosiddetta SBA “Small Business Administration”, per supportare e accompagnare le piccole e medie imprese sui principali temi su cui si gioca la competitività delle imprese, in questa fase di profonda trasformazione, di reale transizione.

Modernizzare e potenziare il ruolo delle camere in una dimensione nazionale ed europea serve, dunque, a rafforzare il supporto alle imprese, che così potranno meglio percepire l’utilità delle nostre istituzioni. E in tale prospettiva vanno rafforzati sia la rete sia i rapporti con i territori, tenendo conto delle diverse peculiarità.

L’inclusione del sistema camerale come supporto alle imprese nei programmi del PNRR potrà dare sostanza a questo ruolo rispetto alle piccole e medie imprese sui filoni in cui il contributo del sistema è più significativo.”



## Il profilo socio-economico della provincia di Salerno

La conoscenza del territorio, attraverso l'approfondimento delle caratteristiche della struttura socio-economica, con particolare attenzione alla realtà imprenditoriale e occupazionale, è essenziale per avviare una consapevole programmazione a beneficio del territorio medesimo.

Tratteggiare il profilo sociale ed economico-statistico della provincia di Salerno richiede, innanzitutto, di operare un cambiamento concettuale: non è più possibile procedere solo mediante l'adozione di indicatori macroeconomici, ma è necessario rifarsi ad un insieme articolato di dimensioni e tematiche, come ad esempio lavoro e formazione, internazionalizzazione, cultura e turismo, che ne definiscono le linee di sviluppo attuale ma che rappresentano anche e soprattutto fondamento degli asset strategici per la progettazione di nuovi percorsi di crescita e di rilancio del sistema locale nei prossimi anni.

Risulta poi necessario anche un cambiamento di prospettiva, per affrontare e superare la complessità dell'attuale situazione congiunturale che porta con sé gli strascichi di una crisi economica e sociale perdurante e che ha reso alquanto aleatoria la proiezione di scenari di sviluppo futuri. A ciò si associa una quotidiana trasformazione strutturale del territorio, atteso che lo stesso è parte di un sistema geografico, sociale ed economico ben più complesso e interdipendente, e solo grazie al confronto territoriale è possibile analizzare e comprendere le dinamiche di sviluppo locali attuali e progettare ipotesi future.

### TERRITORIO E POPOLAZIONE

La provincia di Salerno si estende su una superficie di 4.954 kmq e comprende 158 comuni con una popolazione di quasi 1,1 milioni di abitanti, di cui oltre la metà residente nei soli 14 comuni della provincia che presentano almeno 20mila abitanti. La popolazione straniera si è attestata su oltre 52.000 unità, rappresentando il 4,9% della popolazione complessiva.

L'andamento demografico degli ultimi anni si caratterizza per una dinamica negativa: il tasso naturale - dato dal saldo fra nascite e morti, rapportato ai residenti - risulta negativo, pesando su di esso la ridotta natalità ed il conseguente invecchiamento della popolazione. Nell'ultimo triennio la popolazione si riduce quasi del 2%, passando da 1.987.055 del 2019 a 1.065.967 del 2021.

	2019	2020	2021
tasso di natalità (per mille abitanti)	7,8	7,4	7,3
tasso di mortalità (per mille abitanti)	10,3	10,7	11,8
crescita naturale (per mille abitanti)	-2,6	-3,3	-4,5

Fonte: Istat

### LE CARATTERISTICHE DELLA RICCHEZZA

L'andamento dell'economia di un territorio può essere esaminato analizzando la produzione di ricchezza, misurabile attraverso il PIL, che rappresenta l'indicatore della produzione finale, o il valore aggiunto che si differenzia dal primo per essere contabilizzato al netto delle imposte indirette e sui prodotti; l'osservazione del valore aggiunto consente di compiere analisi per settori e branche di attività fornendo, quindi, un quadro d'insieme più dettagliato.

Nel territorio della provincia di Salerno è stata generata ricchezza, nel 2019, per 18,8 miliardi di euro, ossia circa il 18,9% del totale complessivamente prodotto in regione nello stesso periodo di riferimento.

La sua produzione deriva soprattutto dal comparto degli altri servizi che da solo genera oltre il 49,7% del valore aggiunto provinciale. Segue per importanza il comparto del commercio, turismo, comunicazione e informazione che produce il 28,2% del totale. Complessivamente quindi quasi il 78% del valore aggiunto del territorio proviene dal terziario; si tratta di un terziario



“misto” in cui accanto ai servizi tradizionali alla persona (commercio, turismo, sanità, servizi sociali, attività culturali e di intrattenimento) sono presenti numerose attività del cosiddetto terziario avanzato o “di sistema” (credito, assicurazioni, trasporti e logistica, informatica e innovazione), che hanno un ruolo molto importante per il supporto che forniscono non solo alle imprese ma all’intero sistema economico.

All’interno del terziario si inserisce anche il valore aggiunto prodotto dalla Pubblica Amministrazione che a Salerno, al pari del Mezzogiorno, presenta un peso particolarmente elevato, contribuendo per circa un quinto alla produzione di ricchezza del territorio.

Decisamente più contenuto è il contributo dell’industria in senso stretto che pesa per il 12,9% ed è concentrato in larga misura in attività manifatturiere tradizionali ma di elevata qualità.

Il terzo settore in termini di contributo alla produzione di valore aggiunto è quello dell’edilizia (il 5,1%). L’ultimo comparto in termini di contributo alla produzione di valore aggiunto è l’agricoltura che, nonostante presenti apparentemente un peso contenuto (il 4,2%), ha un ruolo molto importante per i suoi “legami” con numerosi comparti dell’industria (alimentare, chimico, meccanica, ecc.) e del terziario (turismo enogastronomico, ristorazione, ecc.).

#### Distribuzione % del valore aggiunto a prezzi base e correnti per branca di attività

Provincia di Salerno - Anno 2019

Agricoltura, silvicoltura e pesca	Industria in senso stretto	Costruzioni	Commercio, Trasporti, Alloggio e ristorazione, Informazione e comunicazione	Altri servizi	Totale
4,2%	12,9%	5,1%	28,2%	49,7%	100,0%

Fonte: Elaborazione Istituto Guglielmo Tagliacarne su dati Istat

Le stime territoriali degli aggregati economici che realizza annualmente l’Istituto Tagliacarne, consentono di leggere i primi impatti della pandemia. Il valore aggiunto nel 2020 per la provincia di Salerno si attesta a quasi 17,9 miliardi di euro, e la variazione percentuale 2019/2020 risulta del -3,5%.

Da evidenziare che i dati nazionali per il 2020 sull’andamento del valore aggiunto dei settori economici del nostro Paese, restituiscono un quadro che in termini reali (prezzi concatenati) ha registrato complessivamente una variazione del -8,6%, e in termini correnti del -7,2%. Dall’analisi delle ricadute territoriali di questo risultato, emerge una forte variabilità nelle variazioni da provincia a provincia (la più elevata negli ultimi cinque anni), anche con riferimento ad aree appartenenti alla stessa regione. Gli effetti della pandemia sono evidenti, visto il minore decremento del Mezzogiorno (meno colpito nel 2020) rispetto al Centro-Nord. Inoltre i risultati settoriali, soprattutto quelli inerenti al manifatturiero, si collegano anche alle problematiche generate dalla sospensione di diverse attività nell’anno (lockdown), le quali peraltro non hanno influito sulle sole imprese dei codici ATECO sospesi, ma hanno condizionato anche l’attività di intere filiere, interrompendo l’attività produttive presenti in diversi territori.

In questo contesto è opportuno sottolineare che i dati sono espressi in termini correnti, motivo per il quale incorporano l’andamento dei prezzi al consumo che è stato tuttavia particolarmente contenuto nel corso del 2020.

Leggendo i dati per provincia - tutti caratterizzati da segno negativo - troviamo la provincia di Salerno all’8<sup>a</sup> posto della graduatoria provinciale caratterizzate da minore decrescita, presentando in termini di confronto un valore negativo più contenuto.

Vale la pena spendere anche qualche parola sul legame tra investimenti green e andamento del valore aggiunto. In termini complessivi non si evidenzia la presenza di un significativo legame tra le due variabili. Esistono però specifiche realtà nelle quali, invece, una forte propensione a questa forma di investimento ha consentito di limitare i danni in termini di



evoluzione del valore aggiunto. Più in particolare nell'ambito delle dieci province nelle quali la quota di imprese che hanno realizzato investimenti è stata maggiore, in ben sei casi si è assistita a una contrazione del valore aggiunto minore rispetto alla media nazionale, tra cui Salerno.

Per quanto riguarda invece il valore aggiunto procapite, si evidenzia che la conseguente classifica delle province italiane stilata in base al reddito procapite prendendo come denominatore la popolazione media del 2020 vede la provincia di Salerno occupare la 84<sup>a</sup> posizione con un valore aggiunto a prezzi base per abitante di euro 16.581,26 a fronte di un valore medio nazionale pari ad euro 25.058,02. Da segnalare che all'interno della provincia si registrano significative differenze su tale valore medio in relazione alle specifiche caratteristiche territoriale, a favore del valore aggiunto per abitante nei comuni litoranei rispetto a quelli non litoranei.

## IL SISTEMA IMPRENDITORIALE E LE NUOVE FRONTIERE DELL'IMPRENDITORIA

Il sistema imprenditoriale salernitano è costituito, a fine 2021, da oltre 121mila imprese registrate, delle quali quasi 100mila attive. Il comparto che conta il più alto numero di imprese è il commercio, con quasi 35mila imprese, seguito dall'agricoltura (oltre 16mila), dall'edilizia (14mila) e dal manifatturiero (quasi 10mila). Da segnalare anche il comparto relativo ai servizi di alloggio e ristorazione (10,7mila) che testimonia l'elevata vocazione turistica di alcune aree della provincia e l'industria alimentare che rappresenta il primo comparto manifatturiero per numero di imprese.

### Nati-mortalità delle imprese classificate per settori di attività economica -

#### Provincia di Salerno - Anno 2021

Valori assoluti e variazioni percentuali

SETTORI DI ATTIVITA'	Imprese Registrate al 31 dicembre 2021	Quota del settore sul totale (%)	Variazione % dello stock anno 2021	Variazione % dello stock anno 2020
Agricoltura, silvicoltura pesca	16.375	13,56%	0,78%	-0,56%
Estrazione di minerali da cave e miniere	53	0,04%	-1,85%	0,00%
Attività manifatturiere	9.659	8,00%	0,58%	-0,09%
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz..	175	0,14%	1,21%	7,19%
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d..	293	0,24%	1,42%	2,54%
Costruzioni	13.924	11,35%	1,10%	1,81%
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut..	34.777	29,04%	0,53%	0,14%
Trasporto e magazzinaggio	3.534	2,92%	0,74%	0,17%
Attività dei servizi alloggio e ristorazione	10.668	8,72%	0,98%	2,63%
Servizi di informazione e comunicazione	2.206	1,82%	1,43%	2,36%
Attività finanziarie e assicurative	2.217	1,79%	1,36%	2,02%
Attività immobiliari	2.388	1,93%	1,83%	4,10%
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.116	2,51%	2,82%	5,16%
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	3.364	2,76%	1,96%	2,99%
Istruzione	761	0,63%	1,08%	5,13%
Sanità e assistenza sociale	983	0,81%	0,83%	2,68%
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver..	1.885	1,56%	0,59%	2,10%
Altre attività di servizi	4.418	3,65%	0,69%	1,66%

Fonte: Infocamere, StockView - Elab. Ufficio Studi - Osservatorio Economico - CCIAA Salerno



Dal punto di vista territoriale, la presenza di un territorio molto vasto ed eterogeneo nella sua morfologia e la frammentazione comunale hanno condizionato il modello di sviluppo e le vocazioni economiche. Il terziario, pur essendo molto presente sull'intero territorio provinciale, è più sviluppato nel Capoluogo e sul litorale, dove incide la elevata attrattività turistica. Nelle aree di Nocera Inferiore-Gragnano, in quella di Buccino e intorno al fiume Sarno sono presenti concentrazioni manifatturiere di rilievo, mentre l'area di nocerino-sarnese, la Piana del Sele, le aree collinari del Cilento e della Valle di Diano presentano una maggiore vocazione agricola.

In termini dinamici, va evidenziato che la provincia di Salerno si è distinta per aver sempre conseguito, anche negli anni in cui più intensa è stata la crisi, un bilancio demografico imprenditoriale positivo, come evidenziato dal grafico che segue, che sintetizza l'andamento delle iscrizioni e cessazioni per ciascun anno a partire dal 2010.

In particolare, in provincia di Salerno il bilancio del 2021 fra le imprese nate (6.070) e quelle che hanno cessato l'attività (4.238) si è chiuso con un saldo attivo di 1.832 unità. Tale risultato rappresenta un incremento annuale dell'1,53%, oltre il doppio di quanto registrato nello scorso anno (0,71% era la variazione annuale 2020).

Tutte le province campane, oltre a mantenersi in territorio positivo, registrano nel 2021 un netto miglioramento rispetto a quanto rilevato nell'anno precedente, come emerge dal confronto dei tassi annuali di crescita imprenditoriale. Ciò determina il significativo incremento della variazione annuale del sistema imprenditoriale regionale che si attesta a 2,11%, a fronte dell'1,09% dell'anno precedente.

Da segnalare che la complessiva dinamica imprenditoriale nazionale è ancora influenzata dagli effetti della congiuntura sanitaria e occorre, pertanto, grande cautela nella valutazione degli scenari di medio termine dell'evoluzione della struttura imprenditoriale del Paese (il tasso di crescita italiano del 2021 è dell'1,42%, rispetto allo 0,32% dell'anno 2020).

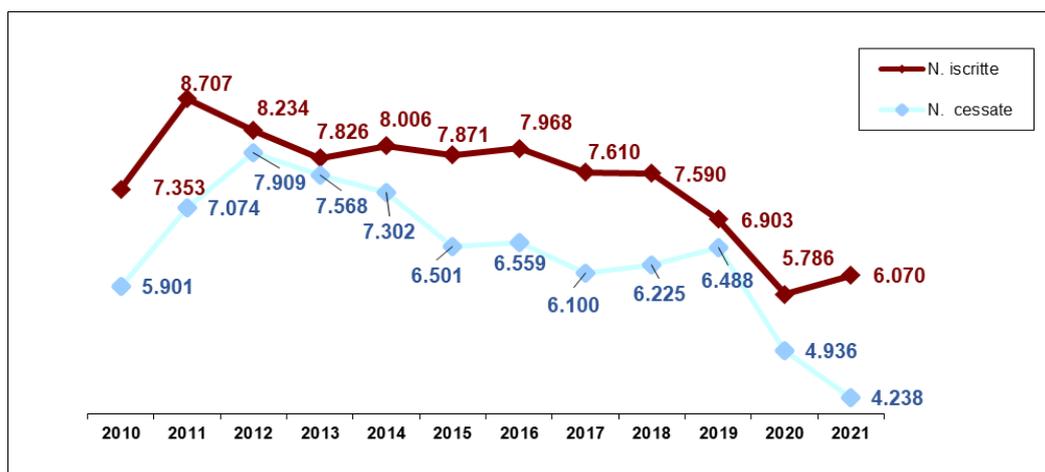
Il saldo imprenditoriale del 2021 provinciale risulta complessivamente più ampio di quanto registrato nell'anno precedente (il saldo 2020 era di 850 imprese in più). Tale risultato è effetto sia dell'incremento nelle nuove imprese iscritte (oltre 6000 iscrizioni nel 2021 a fronte di 5.786 nel 2020), ma soprattutto del rallentamento nelle chiusure di attività, quasi 700 cancellazioni in meno rispetto a quanto rilevato lo scorso anno.

Il miglioramento delle prospettive dell'economia che a livello nazionale trova conferma nei dati sulla creazione di nuove imprese appare in provincia meno evidente. Risulta infatti ancora molto significativo il gap (pari a circa 1700 aperture in meno) rispetto al valore medio di aperture registrato nel decennio ante-covid.

Da considerare anche che in provincia il dato sulle nuove imprese iscritte nel 2020 aveva rappresentato il peggior risultato degli ultimi dieci anni.

Sul fronte delle cessazioni trova invece piena conferma l'andamento nazionale. Le 4.238 cessazioni di attività rilevate tra gennaio e dicembre dello scorso anno costituiscono il valore più basso degli ultimi quindici anni, persino più contenuto di quello già record registrato nel 2020 (4.936).

Alle cessazioni riportate (4.238) vanno aggiunte quelle che la Camera dispone in via amministrativa, definite d'ufficio: per il 2021 si tratta di ulteriori 916 cessazioni.



Le variazioni registrate nel 2021 confermano il processo di trasformazione del sistema produttivo in atto da alcuni anni, che investe non solo i settori di attività ma anche la struttura e l'organizzazione del sistema imprenditoriale. Da un lato si accentua la presenza di imprese soprattutto del commercio e dei servizi, con una trasformazione anche all'interno dello stesso manifatturiero di graduale passaggio verso attività a più alto valore aggiunto, dall'altro si registra un aumento delle aziende costituite in forme societarie più organizzate, che evidenziano la tendenza dei nuovi imprenditori ad unire le risorse umane e finanziarie per aumentare il livello di competitività.

Per quanto riguarda le forme giuridiche prosegue il trend in salita delle società di capitali nella provincia salernitana: nell'ultimo anno sono aumentate di 1.484 unità, con un tasso di crescita del 4,22%. In crescita, seppur modesta, le imprese individuali (481; 0,74%) che risentono probabilmente del rallentamento nelle chiusure di attività e le altre forme (33; 0,56%).

Registrano invece un risultato negativo le società di persone (-166; -1,21%).

#### Nati-mortalità delle imprese per classi di natura giuridica - Provincia di Salerno - Anno 2021

Valori assoluti e variazioni percentuali

FORME GIURIDICHE	Imprese Registrare al 31 dicembre 2021	Iscrizioni	Cessazioni (*)	Saldo	Tasso di crescita anno 2021	Tasso di crescita anno 2020
Società di capitali	36.764	2.173	689	1.484	4,22%	3,77%
Società di persone	13.503	213	379	-166	-1,21%	-1,95%
Ditte individuali	64.917	3.547	3.066	481	0,74%	-0,30%
Altre forme	5.883	137	104	33	0,56%	0,85%
<b>TOTALE</b>	<b>121.067</b>	<b>6.070</b>	<b>4.238</b>	<b>1.832</b>	<b>1,53%</b>	<b>0,71%</b>

Fonte: Infocamere, Stock View - Elab. Ufficio Studi - Osservatorio Economico - CCIAA Salerno

(\*) ESCLUSE CESSATE D'UFFICIO

I dati del 2021 registrano variazioni positive in tutti i settori di attività, anche nel settore agricolo e nelle attività manifatturiere che risultavano in calo nell'anno precedente.

Per quanto riguarda i settori nei quali andranno ad operare le imprese di nuova iscrizione, va segnalato che l'assegnazione delle attività, sulla base anche della codifica dichiarata ai fini Iva, consente di offrire un quadro significativo dei settori maggiormente coinvolti dal movimento di natalità imprenditoriale. Dalla distribuzione per macro settore delle imprese nate nel 2021

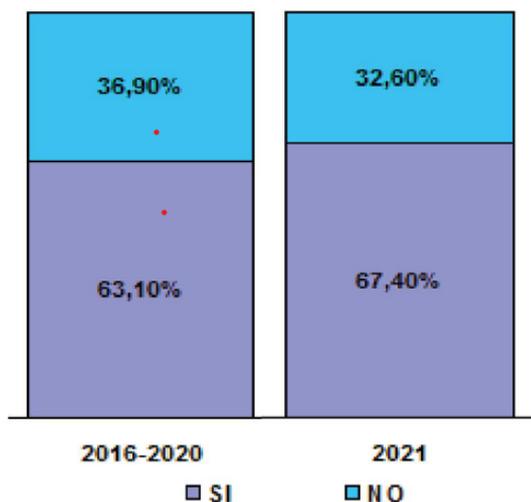


emerge il consueto prevalere delle iscrizioni nel commercio, seppur in misura più modesta di quanto registrato negli ultimi anni (29%). Seguono il settore delle costruzioni e dei servizi alle imprese (rispettivamente con il 16% e il 15% delle iscrizioni totali classificate).

Di particolare rilevanza è l'analisi degli attuali cambiamenti organizzativi e gestionali del tessuto imprenditoriale provinciale, a partire dal digitale.

Nel 2021 il 67,4% delle imprese della provincia di Salerno ha dichiarato di avere investito nella trasformazione digitale, a fronte del 63,1% nel periodo 2016-2020.

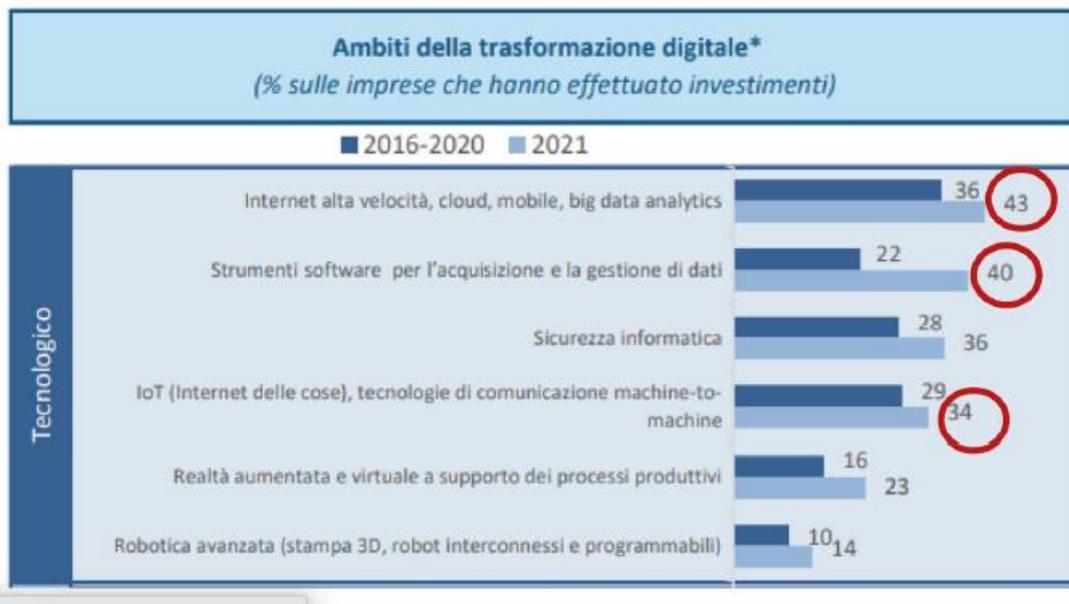
#### Gli investimenti delle imprese nel digitale - Provincia di Salerno



Anche in ambito regionale e nazionale sono in aumento le imprese che hanno investito nel digitale nel 2021 (Campania 67,1% e Italia 70,8%) rispetto al 2016-2020 (Campania: 61,5% e Italia 68,4%). Va segnalato, tuttavia, che già a partire dall'anno 2020 il sistema produttivo, nel reagire agli effetti della crisi sanitaria, ha avviato un approccio sistematico al mondo della trasformazione digitale, accelerando tutta una serie di investimenti, di nuove prassi organizzative e scomponendo e ricomponendo i modelli di business. Il 2020 è stato quindi l'anno della forte crescita, pari a quasi 12 punti percentuali, atteso che fino al 2019 solo poco più della metà delle imprese provinciali e regionali investivano nel digitale (Salerno e Campania da 51,7% nel periodo 2015-2019 a 63,4% del 2020). Tale andamento trova ora conferma dai dati 2021, dettagliati nelle macro aree di investimenti individuati dal Sistema Excelsior, e confrontati con il periodo 2016-2020.

Per quanto riguarda gli investimenti in tecnologie, tra tutte le imprese provinciali che hanno investito, il 43% di queste dichiara di aver investito in maniera strategica in Internet alta velocità, cloud, mobile, big data analytics (quota al 36% nel periodo precedente) e il 40% in Strumenti software dell'impresa 4.0 per l'acquisizione e la gestione di dati (era 22%). Seguono gli investimenti in sicurezza informatica 36%, IoT internet delle cose 34%, realtà aumentata a supporto dei processi produttivi 23% e robotica avanzata 14%.

Gli investimenti in tecnologie innovative - Provincia di Salerno



L'accelerazione della trasformazione in senso digitale dei modelli organizzativi aziendali, ha riguardato principalmente l'adozione di nuove regole per sicurezza sanitaria per i lavoratori, uso di nuovi presidi e risk management, per cui la quota di imprese provinciali che ha investito strategicamente in questa innovazione è passata dal 33% del periodo 2016-2020 al 45% del 2021.

Importanti anche la quota di investimenti del 2021 nell'adozione di sistemi gestionali evoluti con lo scopo di favorire l'integrazione e la collaborazione tra le diverse funzioni aziendali (31%), nel potenziamento dell'area amministrativa a seguito della trasformazione digitale e nei sistemi di rilevazione continua delle "performance" di tutte le aree aziendali (entrambi al 29%). Grande balzo in avanti anche dell'adozione di strumenti di lavoro agile passati dal 17% al 24% del 2021.

Gli investimenti in aspetti organizzativi - Provincia di Salerno



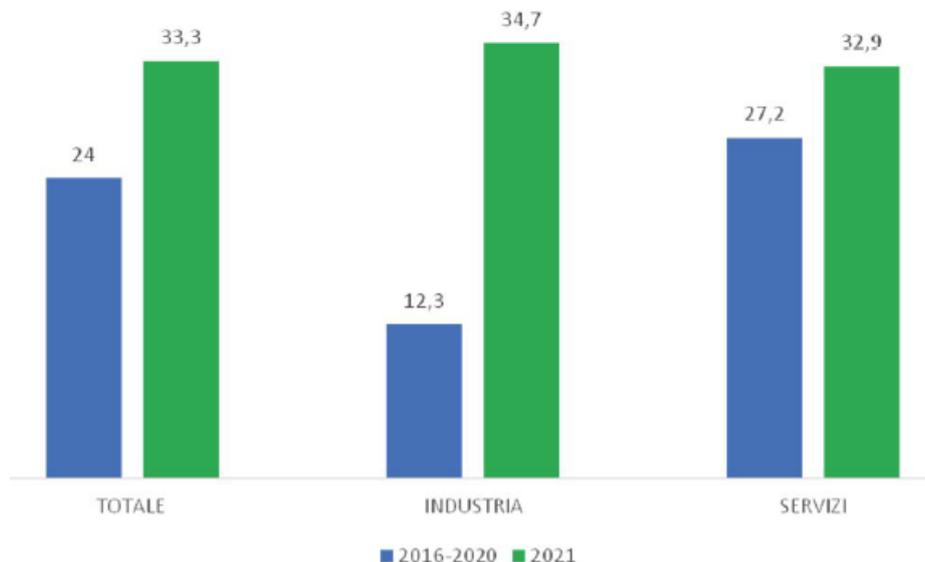
Le nuove abitudini digitali dei cittadini implicano una sempre maggiore attenzione all'uso degli strumenti online per analizzare i dati dai mercati, per ascoltare le esigenze dei clienti e trasformare i propri business.

Per quanto riguarda la quota di imprese provinciali che ha investito in maniera strategica in nuovi modelli di business occorre segnalare che l'analisi dei comportamenti e dei bisogni dei clienti per garantire la personalizzazione del prodotto-servizio offerto è passata dal 25% del 2016-2020 al 33% del 2021 e l'utilizzo di Big data per analizzare i mercati dal 16% al 24%. L'incremento più significativo ha riguardato gli investimenti in Digital marketing passato dal 24% al 33% del 2021.

### Gli investimenti in nuovi modelli di business - Provincia di Salerno



Sugli investimenti in Digital marketing va segnalato l'interesse quasi triplicato da parte delle imprese industriali provinciali (12,3% del 2016-2020 al 34,7% del 2021).



Questo impulso verso la trasformazione tecnologica e digitale dei processi produttivi ha comportato ovviamente significative conseguenze sulla domanda di lavoro, come emerge dai successivi dati occupazionali contenuti nel capitolo dedicato mercato del lavoro.



## L'APERTURA AI MERCATI INTERNAZIONALI

Il sistema imprenditoriale salernitano è da sempre caratterizzato da una spiccata propensione al commercio estero. Nel 2021, rispetto all'anno precedente, l'export nazionale mostra una crescita molto sostenuta (+18,2%) e diffusa a livello territoriale: l'aumento delle esportazioni è molto marcato per le Isole e più contenuto per il Centro e soprattutto per il Sud (+6,6%).

La Campania nel suo complesso, con oltre 13milioni di euro di export, registra un significativo aumento (+12,8%). Il contestuale aumento delle importazioni regionali a un ritmo più sostenuto (+23,6%) determina un peggioramento della bilancia commerciale già in territorio negativo.

In provincia di Salerno, nel 2021 il valore delle esportazioni salernitane di merci, pari a quasi 2,9miliardi di euro, è aumentato del 7,8% rispetto al 2020, mentre nello stesso periodo, il valore delle importazioni di merci si è attestato su 2,4miliardi di euro, in forte aumento rispetto all'anno precedente.

Valore delle esportazioni e importazioni - Salerno - Anni 2020-2021

	2020	2021	var% 2021/2020
EXPORT (€)	2.710.737.010	2.922.108.225	7,80%
IMPORT (€)	1.956.925.069	2.455.119.424	25,46%

Fonte: Elaborazione ufficio Studi e Statistica CCIAA Salerno su dati Istat

Negli ultimi tre anni, l'andamento delle esportazioni provinciali mostra segnali interessanti, con miglioramenti anche nel periodo dell'emergenza sanitaria, in controtendenza rispetto al contesto regionale e nazionale (variazione% 2020/2019 Salerno +5,7%; Campania -5,6%; Italia -9,1%), e mantenendo un ritmo di espansione anche nel 2021, sebbene più moderato nel confronto territoriale.

Da sottolineare che, nel 2021, l'unica provincia della regione Campania a presentare saldo positivo nella bilancia commerciale, del valore di quasi 500 milioni di euro, è proprio quella salernitana.

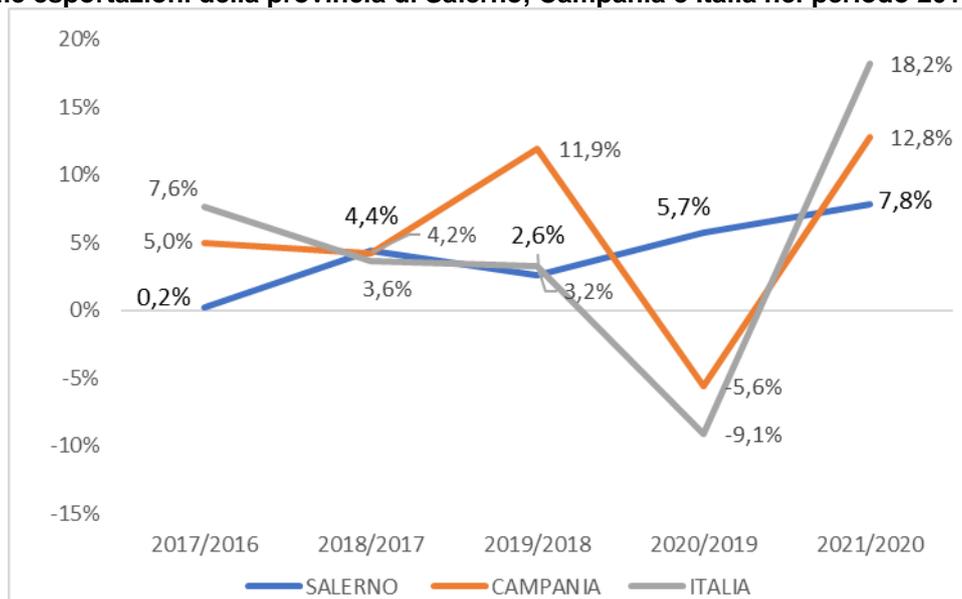
### Export nelle province campane e in Campania – Anni 2020 – 2021 (valori in euro)

	2020	2021
Avellino	1.391.640.355	1.658.519.713
Benevento	208.764.743	211.525.218
Caserta	1.089.696.605	1.338.185.037
Napoli	6.257.976.952	7.015.499.973
Salerno	2.710.737.010	2.922.108.225
<b>Campania</b>	<b>11.658.815.665</b>	<b>13.145.838.166</b>
<i>Salerno/Campania</i>	<i>23,3%</i>	<i>22,2%</i>
<i>Campania/ITALIA</i>	<i>2,7%</i>	<i>2,5%</i>

Fonte: Elaborazione ufficio Studi e Statistica CCIAA Salerno su dati Istat



### Andamento delle esportazioni della provincia di Salerno, Campania e Italia nel periodo 2016 – 2021 (In %)



Fonte: Elaborazione ufficio Studi e Statistica C CIAA Salerno su dati Istat

L'analisi settoriale delle esportazioni consente di individuare andamenti differenti tra i diversi comparti. Il settore primario realizza un incremento nel valore esportato pari al 5,3%, mentre, in linea con l'andamento medio provinciale è il risultato raggiunto nelle vendite all'estero dall'attività manifatturiera (che rappresenta l'87,7% dell'export provinciale), in aumento del 7,3%. Il più rilevante dei settori manifatturieri, il comparto agroalimentare che da solo genera quasi 1,5 miliardi di euro, ovvero oltre la metà dell'export provinciale, risulta in aumento del 2,6% rispetto all'anno precedente.

Nell'ambito degli altri settori che principalmente contribuiscono all'export manifatturiero, va rilevato che quello della gomma-plastica, con un export di 142milioni di euro, consegue un risultato positivo (34,7 di export in più); al contrario risultano rallentare le vendite all'estero dei metalli e prodotti in metallo (-23,8%).

Molto positiva la performance esportativa per i settori degli apparecchi elettrici (70,4%), computer e apparecchi elettronici (64,5%), macchinari (33%), legno e prodotti in legno (29,3%), prodotti tessili (23,3%) sostanze e prodotti chimici (16,7%) e mezzi di trasporto (15,1%). In diminuzione, invece, le vendite all'estero degli articoli farmaceutici (-14,3%).

Sul fronte delle importazioni le voci da sottolineare riguardano i metalli e prodotti in metallo (in particolare i prodotti della siderurgia) che raggiungono i quasi 782milioni di valore importato (in crescita rispetto al 2020 del 47%), i prodotti chimici (oltre 200milioni di import, in aumento del 45,8%) e i prodotti alimentari (oltre 300milioni di import, in aumento del 18,7%).



**EXPORT PROVINCIA DI SALERNO - ANNO 2020 E 2021 PROVVISORIO**

(Valori in Euro e variazioni % annua)

	ANNO 2020	ANNO 2021	var% 2021/2020
A-PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA, DELLA SILVICOLTURA E DELLA PESCA	300.634.150	316.615.639	5,3%
B-PRODOTTI DELL'ESTRAZIONE DI MINERALI DA CAVE E MINIERE	66.376	127.863	92,6%
C-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE. Di cui:	2.389.953.987	2.563.288.521	7,3%
CA-Prodotti alimentari, bevande e tabacco	1.459.352.728	1.496.804.860	2,6%
CB-Prodotti tessili, abbigliamento, pelli e accessori	37.839.288	46.650.148	23,3%
CC-Legno e prodotti in legno; carta e stampa	43.445.940	56.183.135	29,3%
CD-Coke e prodotti petroliferi raffinati	277.830	1.146.857	312,8%
CE-Sostanze e prodotti chimici	33.461.945	39.048.666	16,7%
CF-Articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici	25.679.907	22.020.372	-14,3%
CG-Articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	105.459.982	142.019.813	34,7%
CH-Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	230.636.115	175.693.285	-23,8%
CI-Computer, apparecchi elettronici e ottici	52.992.109	87.166.696	64,5%
CJ-Apparecchi elettrici	52.353.279	89.206.932	70,4%
CK-Macchinari e apparecchi n.c.a.	89.237.907	118.689.985	33,0%
CL-Mezzi di trasporto	190.386.194	219.166.663	15,1%
CM-Prodotti delle altre attività manifatturiere	68.830.763	69.491.109	1,0%
D-ENERGIA ELETTRICA, GAS, VAPORE E ARIA CONDIZIONATA	89	107	20,2%
E-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ DI TRATTAMENTO DEI RIFIUTI E RISANAMENTO	10.354.686	15.587.004	50,5%
J-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	1.721.211	1.303.995	-24,2%
M-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ PROFESSIONALI, SCIENTIFICHE E TECNICHE	2.709	0	-100,0%
R-PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ ARTISTICHE, SPORTIVE, DI INTRATTENIMENTO E DIVERTIMENTO	434.696	416.929	-4,1%
V-MERCI DICHIARATE COME PROVVISI DI BORDO, MERCI NAZIONALI DI RITORNO E RESPINTE, MERCI VARIE	7.569.106	24.768.167	227,2%
<b>Totale</b>	<b>2.710.737.010</b>	<b>2.922.108.225</b>	<b>7,8%</b>

Fonte: Elaborazione ufficio Studi e Statistica CCIAA Salerno su dati Istat

**PRIME 10 MERCI PER VALORE DELL'EXPORT - ANNO 2021 provvisorio**

1	CA-Prodotti alimentari, bevande e tabacco	1.496.804.860
2	A-PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA, DELLA SILVICOLTURA E DELLA PESCA	316.615.639
3	CL-Mezzi di trasporto	219.166.663
4	CH-Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	175.693.285
5	CG-Articoli in gomma e materie plastiche, altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	142.019.813
6	CK-Macchinari e apparecchi n.c.a.	118.689.985
7	CJ-Apparecchi elettrici	89.206.932
8	CI-Computer, apparecchi elettronici e ottici	87.166.696
9	CM-Prodotti delle altre attività manifatturiere	69.491.109
10	CC-Legno e prodotti in legno; carta e stampa	56.183.135

Fonte: Elaborazione ufficio Studi e Statistica CCIAA Salerno su dati Istat

0



Per quanto riguarda la destinazione geografica dei flussi commerciali verso l'estero, nel complesso l'Europa assorbe oltre il 70% delle esportazioni delle imprese di Salerno e registra una crescita del 9,9%.

Il principale mercato di sbocco delle esportazioni della provincia di Salerno continua ad essere la Germania, con un importo di quasi 432 milioni di euro, in crescita nel 2021 del 5,3%.

Nell'ambito del contesto europeo, segue il Regno Unito, con circa 308 milioni di euro (-5,2% la variazione % registrata nel 2021) e la Francia che, con quasi 216 milioni di euro, rappresenta un mercato dinamico, registrando una crescita del 15,1%.

Positivo l'andamento anche verso il continente Americano, che assorbe il 14,3% dell'export salernitano (+14,2% la variazione % rispetto al 2020) e quello africano (+8,4%).

Di particolare interesse la seconda posizione nell'export provinciale conquistata dagli Stati Uniti, mercato di sbocco per il 12% dei valori esportati, in crescita nel 2021 la crescita nella misura del 17,4%.

In diminuzione l'export diretto al mercato Asiatico (-15%), seppure con differenze tra le diverse aree interne, e vero l'Oceania e altri territori (-2%).

Dall'Europa proviene oltre il 71% delle merci importate in provincia. Fra i paesi fornitori spicca la Spagna (15,1%), seguita dalla Germania (9,1%) e dai Paesi bassi (7,8%). In crescita l'import da tutti i continenti.

#### PRIMI 10 PAESI PER VALORE DELL'EXPORT - ANNO 2021 provvisorio

	ANNO 2020	ANNO 2021	var% 2021/2020
1 Germania	410.072.121	431.729.118	5,3%
2 Stati Uniti	291.767.123	342.668.785	17,4%
3 Regno Unito	325.274.871	308.473.754	-5,2%
4 Francia	187.544.640	215.949.745	15,1%
5 Turchia	114.688.973	136.622.209	19,1%
6 Paesi Bassi	119.019.366	131.636.470	10,6%
7 Spagna	97.230.555	128.446.566	32,1%
8 Polonia	66.434.177	75.346.843	13,4%
9 Austria	56.772.855	68.423.153	20,5%
10 Grecia	59.625.008	60.621.330	1,7%

Fonte: Elaborazione ufficio Studi e Statistica CCIAA Salerno su dati Istat

Da segnalare che alla fine del primo semestre 2022 le esportazioni della provincia di Salerno registrano un aumento del 7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

#### IL MERCATO DEL LAVORO E LE PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

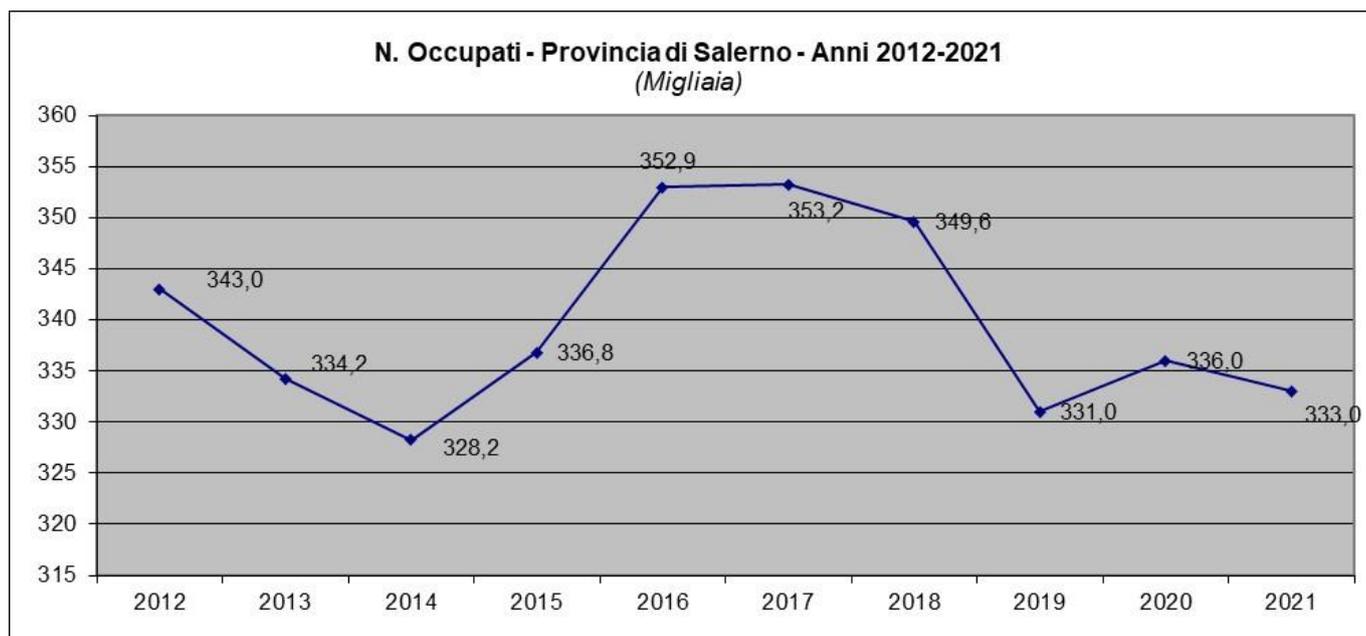
Dalla dimensione demografica del territorio salernitano è possibile ricavare elementi di contesto utili alla lettura delle dinamiche occupazionali. Se si considera il peso della componente anziana rispetto a quella giovanile della popolazione, si rileva lo sbilanciamento demografico che determina una contrazione della partecipazione delle classi più giovani all'interno del mercato del lavoro.

Osservando l'indice di vecchiaia (rapporto tra la popolazione con età superiore ai 64 anni e quella di età inferiore ai 15 anni), si nota nella provincia di Salerno un valore pari al 168,6%,



inferiore rispetto alla media nazionale (187,9%), ma che risulta comunque elevato, evidenziando uno sbilanciamento della popolazione salernitana verso fasce demografiche più anziane. Tale dato è confermato da altri indicatori demografici quali l'età media della popolazione salernitana pari a 45 anni (Italia 46,2), la percentuale della popolazione nella fascia di età 15-64, pari per Salerno al 65% (Italia 63,5%) e della popolazione di oltre 65 anni, pari al 22% (Italia 23,8%), fotografando anche in questo caso una situazione migliore in provincia ma di non sufficiente ricambio generazionale.

Il mercato del lavoro ha registrato nel corso degli ultimi anni alcune difficoltà risentendo degli effetti della crisi economica, con una riduzione dell'occupazione a livello nazionale fino al 2013 e una nuova ripresa, interrotta già prima dell'emergenza sanitaria. In provincia di Salerno trovano impiego, nel 2021, 333 mila individui, di cui 208 mila uomini e 124 mila donne. Dal punto di vista dinamico, rispetto al 2020, dove gli occupati erano pari a 336 mila (3 mila posti di lavoro in più) si assiste ad un decremento del 2%; a livello di genere, il decremento ha riguardato la sola componente maschile, atteso che quella femminile aveva già subito una forte contrazione nell'immediato emergenziale, basti pensare che nel 2018 gli occupati donne erano 132mila unità.



L'andamento delle variabili osservate e le dinamiche demografiche condizionano i principali indicatori del mercato del lavoro. In particolare il tasso di occupazione (15-64 anni) risulta inferiore al 50%, il che evidenzia come le persone occupate siano meno di una ogni due in età attiva, attestandosi al 46,1%, molto distante dalla media nazionale (58,2%). Una situazione analoga si rileva anche per il tasso di attività, confermando la correlazione esistente tra dimensione della domanda e dell'offerta di lavoro. Le difficoltà che caratterizzano il mercato del lavoro locale si ripercuotono ovviamente anche sul tasso di disoccupazione pari a 15,1%, un valore nettamente più basso di quanto si evidenzia per la media regionale (19,3%), ma superiore di oltre 5 punti percentuali rispetto alla media nazionale (9,5%). La disoccupazione giovanile (15-24 anni) si attesta al 40%; sebbene molto elevata (oltre 10 punti percentuali al di sopra della già consistente media nazionale), risulta inferiore al valore campano (44,8%).

Il mercato del lavoro - Principali indicatori (%) - Anno 2021

	Salerno	Campania	Italia
Tasso di attività (15-64 anni)	54,5	51,5	64,5
Tasso occupazione (15-64)	46,1	41,3	58,2
Tasso disoccupazione	15,1	19,3	9,5
Tasso disoccupazione giovanile (15-24 anni)	40	44,8	29,7

Fonte: Istat

L'analisi congiunta dei principali indicatori del mercato del lavoro sebbene consentano di rilevare per la provincia di Salerno una situazione complessivamente più favorevole rispetto alla media regionale, evidenziano il permanere di elevate difficoltà, con inevitabili effetti diretti e indiretti di natura economica e sociale.

Di seguito verranno esaminati i dati occupazionali delle imprese rilevate dal Sistema Excelsior realizzato dal sistema camerale in collaborazione con Anpal.

Nel 2021 il 59% delle imprese dell'industria e dei servizi della provincia di Salerno ha programmato assunzioni, che arrivano così a superare il livello di 80mila contratti.

Tali valori ritornano ai livelli pre-pandemia (il 56% delle imprese nel 2019 con oltre 81mila contratti), dopo la significativa flessione delle entrate programmate osservato nel 2020 (47% imprese e meno di 60mila contratti).

Il 25% delle assunzioni riguarda i giovani, in aumento di 4 punti percentuali rispetto al 2019 (era il 22%). In significativo aumento la difficoltà delle imprese provinciali nel reperire i profili professionali necessari che risulta nel 2021 pari al 25%, il che attesta la difficoltà a reperire 1 profilo professionale ogni 4 profili ricercati. Tale difficoltà appare tuttavia minore di quanto si registra a livello regionale (Campania: 26%) ma soprattutto nazionale (Italia: 32%).

I programmi occupazionali delle imprese – Anni 2019-2020-2021 – Provincia di Salerno

	 ENTRATE PREVISTE	 IMPRESSE CHE ASSUMONO	 GIOVANI	 DI DIFFICILE REPERIMENTO
<b>2021</b>	<b>80.280</b>	<b>59%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>
<b>2020</b>	<b>59.220</b>	<b>47%</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>
<b>2019</b>	<b>81.790</b>	<b>56%</b>	<b>22%</b>	<b>19%</b>

I gruppi professionali più richiesti in provincia sulle entrate previste sono gli "Operai specializzati e conduttori di impianti e macchine" con il 36,2% (in valore assoluto 29.070) e gli "Impiegati, professioni commerciali e nei servizi" con il 34,3% (valore assoluto 27.540). Seguono le professioni non qualificate (15,2% - v.a. 12.220) e i "Dirigenti, professioni specializzate e tecnici" (14,3% - v.a. 11.450). I maggiori problemi di reperimento interessano però proprio le professioni specializzate comprese in quest'ultimo gruppo:



40% per le Professioni Tecniche e 32% per i Dirigenti e specialisti con conoscenze approfondite anche di carattere scientifico.

Significative difficoltà si riscontrano anche per le professioni comprese nel gruppo professionale più richiesto, e che rappresentano, pertanto, le principali opportunità di lavoro: si fatica a reperire il 28% dei Conduttori di impianti e operai di macchinari e il 27% degli Operai specializzati.

La richiesta di competenze trasversali da parte delle imprese provinciali appare diffusa e sostanzialmente costante nel tempo.

Risultano sempre più apprezzate dalle imprese di tutti i settori sia in provincia che in Campania le cosiddette e-skills (la capacità di utilizzare linguaggi e metodi informatici e matematici, il possesso di competenze digitali, la capacità di gestire applicazioni di robotica, Big Data Analytics, Internet of Things e processi di Impresa 4.0) e le competenze green (attitudine al risparmio energetico e alla sostenibilità ambientale). Inoltre la richiesta delle competenze viene esaminata anche in relazione all'importanza che la presenza di ciascuna abilità riveste per definirne l'adeguatezza rispetto alle attività da svolgere, così da definire specifici dati riferiti alle e-skill con un "elevato" grado di importanza.

Nel 2021, la capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici viene ritenuta necessaria dalle imprese provinciali per oltre la metà delle entrate programmate (provincia di Salerno: 51% - Campania: 52%) e per il 15% ha un'importanza elevata.

La capacità di applicare tecnologie "4.0" per innovare processi viene considerata dalle imprese provinciali un requisito per l'assunzione nel 42% delle ricerche di personale (esigenza che appare più intensa dell'intero territorio regionale, atteso il dato Campania pari al 40%), raggiungendo un grado di importanza elevato nel 14% dei casi.

Per quanto riguarda, infine, il possesso di competenze digitali, questo viene richiesto dalle imprese provinciali al 60% delle figure professionali (Campania: 62%), e per il 18,5% dei casi con importanza elevata.

Il possesso di competenze digitali risulta quasi indispensabile per "Dirigenti e professioni intellettuali e scientifiche" (le imprese lo richiedono al 94,5% delle assunzioni) e per le "Professioni tecniche" (94,5%). La richiesta di competenze digitali risulta diffusa anche per le figure impiegatizie (89,7%), le cui mansioni si sono progressivamente modificate nel corso degli ultimi anni, con l'adozione sempre più massiccia di software amministrativi e gestionali.

Caratteristiche digitali delle entrate previste dalle imprese nel 2021 - Provincia di Salerno

	di cui competenza NECESSARIA con grado				
	%Entrate per cui la competenza E' NECESSARIA per la professione	%	espe-rienza	diff. repe-rimento	fino 29 anni
capacità di utilizzare linguaggi e metodi matematici	50,9	15,2	83,0	32,9	22,8
capacità di utilizzare competenze digitali, come l'uso di tecnologie internet, e la capacità di gestire e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale	60,0	18,5	78,9	32,9	28,3
capacità di applicare tecnologie "4.0" per innovare processi	41,9	13,9	77,8	34,4	22,6

Fonte: Unioncamere - ANPAL, Sistema Informativo Excelsior, 2021



Gli indirizzi di studio universitari più richiesti dalle imprese sia a livello provinciale che regionale risultano essere: Economico, Insegnamento e Formazione e ad indirizzo Sanitario, Paramedico. Da segnalare che in provincia la richiesta di competenza digitale per l'indirizzo di insegnamento che nel 2020 era del 55%, si attesta nel 2021 al 72%.

Analogamente per l'indirizzo sanitario le competenze digitali richieste sono passate dal 18% al 29% e quelle relative ai linguaggi matematici dal 15% al 20%.

Ai laureati, nel 2021, le imprese provinciali richiedono:

- ✓ una assoluta competenza digitale di base (provincia di Salerno 95,2%, Campania 93,4% e Italia 93,7%);
- ✓ un'ottima competenza sull'utilizzo dei linguaggi matematici/informatici (provincia di Salerno 77,2%; Campania 82,2% e Italia 81,3%);
- ✓ una significativa capacità di applicare le tecnologie 4.0 (provincia di Salerno 72%, Campania 66,8% e Italia 61,1%);
- ✓ una notevole competenza sul risparmio energetico e sostenibilità aziendale (provincia di Salerno l'88,3%, Campania 82,9% e Italia 82,7%).

Gli indirizzi di studio più richiesti in provincia				
	Entrate previste (v.a.)	% sul totale	% difficile reperimento	% con esperienza
Universitario	10.190	13%	41%	89%
di cui con post-laurea	2.123	21%	53%	95%
Indirizzo economico	3.350		46%	82%
Indirizzo insegnamento e formazione	1.400		26%	93%
Indirizzo sanitario e paramedico	800		60%	84%

Competenze ritenute di "elevata" importanza secondo i principali indirizzi di studio in provincia*											
Legenda:	Trasversali				Green	Tecnologiche			Comunicative		
da 1% a 33%											
da 34% a 66%											
da 67% a 100%											
		Lavorare in gruppo	Problem solving	Lavorare in autonomia	Flessibilità e adattamento	Risparmio energetico e sostenibilità ambientale	Utilizzare linguaggi e metodi matematici e informatici	Utilizzare competenze digitali	Applicare tecnologie "4.0" per innovare processi	Comunicare in Italiano informazioni dell'impresa	Comunicare in lingue straniere informazioni dell'impresa
<b>UNIVERSITARIO</b>	84%	78%	65%	85%	55%	42%	66%	31%	59%	45%	
Indirizzo economico	83%	84%	56%	88%	71%	39%	59%	29%	51%	54%	
Indirizzo insegnamento e formazione	92%	83%	67%	91%	49%	36%	72%	25%	63%	37%	
Indirizzo sanitario e paramedico	83%	69%	58%	88%	50%	20%	29%	13%	57%	25%	

## STRUTTURA E DINAMICHE TURISTICHE – IL PATRIMONIO CULTURALE

La provincia di Salerno si distingue per un elevato grado di attrattività turistica.

La dotazione ricettiva può contare su n. 3223 esercizi ricettivi e quasi 95,3mila posti letti.

Per quanto riguarda la composizione dell'offerta ricettiva salernitana va evidenziato che il



segmento complementare corrisponde all'83% delle strutture e il 58% dei posti letto della provincia. Nell'ultimo anno sono in aumento a Salerno il numero di esercizi ricettivi (3,2%) e quello dei posti letto (1,4%), sia nella componente alberghiera che extra-alberghiera.

	2021	
	numero di esercizi	posti letto
<b>esercizi extra-alberghieri</b>	<b>2.690</b>	<b>55.827</b>
campeggi e villaggi turistici	106	32.227
alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale	840	11.307
agriturismi	304	3.455
ostelli per la gioventù	5	167
rifugi di montagna	3	43
altri esercizi ricettivi n.a.c.	142	1.900
bed and breakfast	1.290	6.728
<b>esercizi alberghieri</b>	<b>533</b>	<b>39.427</b>
alberghi di 5 stelle e 5 stelle lusso	22	2.239
alberghi di 4 stelle	157	17.138
alberghi di 3 stelle	248	12.853
alberghi di 2 stelle	44	1.582
alberghi di 1 stella	15	435
residenze turistico alberghiere	47	5.180
<b>TOTALE STRUTTURE RICETTIVE</b>	<b>3.223</b>	<b>95.254</b>

FONTE: Istat

Come è noto, la pandemia ha colpito duramente il settore turistico, in Italia come nel resto del Mondo, con una flessione della domanda che ha interessato soprattutto il turismo internazionale. Gli ultimi dati Istat disponibili a livello provinciale evidenziano quanto segue. Nel 2020, rispetto al periodo pre-pandemia, in Campania si registrano flessioni consistenti, con perdite consistenti che vanno ben oltre i dati nazionali. L'unica provincia, che registra un calo maggiore di arrivi e presenze rispetto alla media regionale, è Napoli. La provincia di Salerno, invece, è negativamente in linea con il calo campano delle presenze (-62,3%).

#### ARRIVI E PRESENZE IN PROVINCIA DI SALERNO – ANNI 2018-2019-2020

ANNO	Arrivi								
	Totale esercizi			Esercizi alberghieri			Esercizi extra-alberghieri		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2018	<b>882.897</b>	<b>555.078</b>	<b>1.437.975</b>	<b>649.704</b>	<b>439.204</b>	<b>1.088.908</b>	<b>233.193</b>	<b>115.874</b>	<b>349.067</b>
2019	<b>885.716</b>	<b>566.195</b>	<b>1.451.911</b>	<b>628.740</b>	<b>422.621</b>	<b>1.051.361</b>	<b>256.976</b>	<b>143.574</b>	<b>400.550</b>
2020	<b>533.121</b>	<b>72.421</b>	<b>605.542</b>	<b>381.407</b>	<b>53.191</b>	<b>434.598</b>	<b>151.714</b>	<b>19.230</b>	<b>170.944</b>
ANNO	Presenze								
	Totale esercizi			Esercizi alberghieri			Esercizi extra-alberghieri		
	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale	Residenti	Non residenti	Totale
2018	<b>3.878.675</b>	<b>1.986.346</b>	<b>5.865.021</b>	<b>2.163.953</b>	<b>1.498.383</b>	<b>3.662.336</b>	<b>1.714.722</b>	<b>487.963</b>	<b>2.202.685</b>
2019	<b>4.012.836</b>	<b>2.069.415</b>	<b>6.082.251</b>	<b>2.219.445</b>	<b>1.402.743</b>	<b>3.622.188</b>	<b>1.793.391</b>	<b>666.672</b>	<b>2.460.063</b>
2020	<b>2.174.061</b>	<b>261.536</b>	<b>2.435.597</b>	<b>1.322.150</b>	<b>186.471</b>	<b>1.508.621</b>	<b>851.911</b>	<b>75.065</b>	<b>926.976</b>

FONTE: Istat



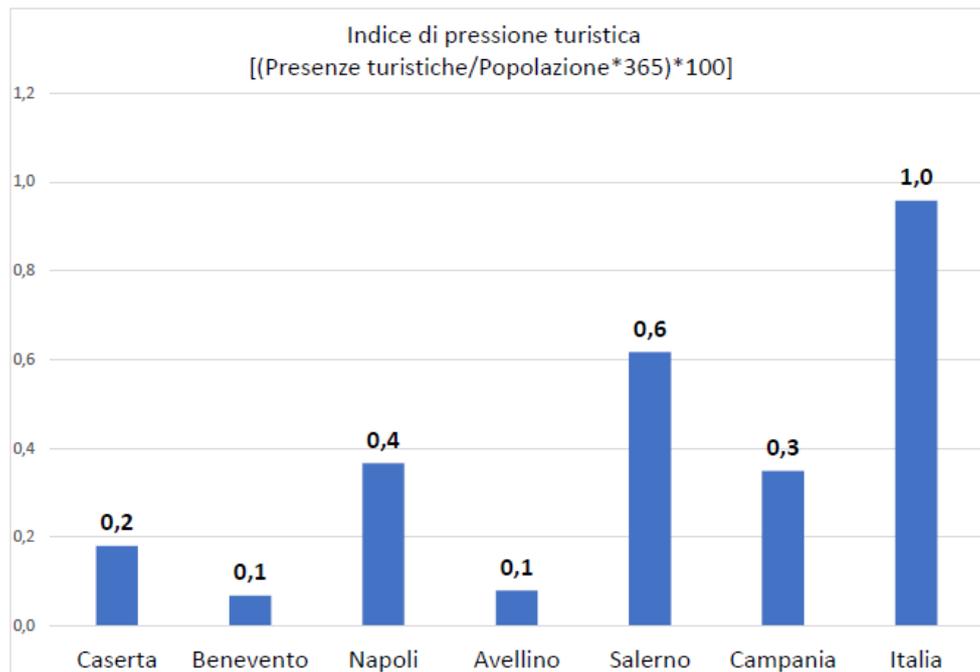
Va ricordato che le caratteristiche pre-pandemia del turismo provinciale evidenziavano positive performance dall'offerta ricettiva locale, in particolare rispetto al turismo di qualità e alla elevata capacità di spesa; infatti la qualità dell'offerta ricettiva alberghiera è di tipo medio alto, considerando che le strutture con 4 stelle e più rappresentano il 49% dell'offerta totale alberghiera di posti letti. Da segnalare anche il significativo indice di permanenza media provinciale (4,2 giorni).

Il 2021 si conferma anno della ripresa in Campania. Dall'ultimo rapporto Banca d'Italia sull'economia della Campania, le stime preliminari dell'Istat sui flussi turistici, nei primi tre trimestri del 2021 evidenziano che le presenze in Campania sono tornate a crescere (11,6 per cento) dopo il calo registrato nel 2020 (-66,9 nell'intero anno): il loro livello resta ancora distante da quello dei primi nove mesi del 2019 (-60,1 per cento). Per il 2022 le aspettative degli operatori sono elevate, sostenute dalla buona performance del periodo pasquale. Le stime che provengono dall'Indagine sul turismo internazionale condotta dalla Banca d'Italia indicano, per l'intero 2021, un aumento delle presenze straniere di circa il 30 per cento. Il conflitto russo-ucraino, pur generando incertezza sulle aspettative degli operatori, dovrebbe avere un impatto contenuto sul turismo in Campania, per il limitato peso dei turisti provenienti dai paesi interessati dal conflitto sulle presenze regionali (1,3 per cento nel 2019, 0,8 punti percentuali meno della media nazionale); il minor flusso di turisti da questi paesi potrebbe essere inoltre compensato dalla ripresa di quelli con elevata capacità di spesa dal Nord America.

**Movimento turistico dall'estero**  
(variazioni percentuali sull'anno precedente)

PERIODI	Totale			di cui: per motivi di vacanza		
	Arrivi	Presenze	Spesa	Arrivi	Presenze	Spesa
2019	10,6	1,5	3,9	13,4	1,0	3,4
2020	-73,6	-56,7	-69,1	::	::	::
2021	28,9	30,0	45,6	::	::	::
2021 (1)	-66,0	-43,7	-54,9	-77,5	-75,4	-72,2

Dalle analisi Isnart emerge che la pressione turistica registrata in Campania è inferiore alla media Italia: nello specifico, per ogni abitante corrispondono 0,3 presenze turistiche su media annua. Salerno e Napoli sono le uniche province a superare il valore regionale (rispettivamente 0,6 e 0,4). Una bassa pressione turistica non è da considerarsi necessariamente negativa: ne deriva lo sviluppo di un'offerta turistica di qualità (organizzando più facilmente i servizi a disposizione dei turisti) e nel rispetto della popolazione locale a contatto con essi, a dispetto di mete invece afflitte dall'overtourism.

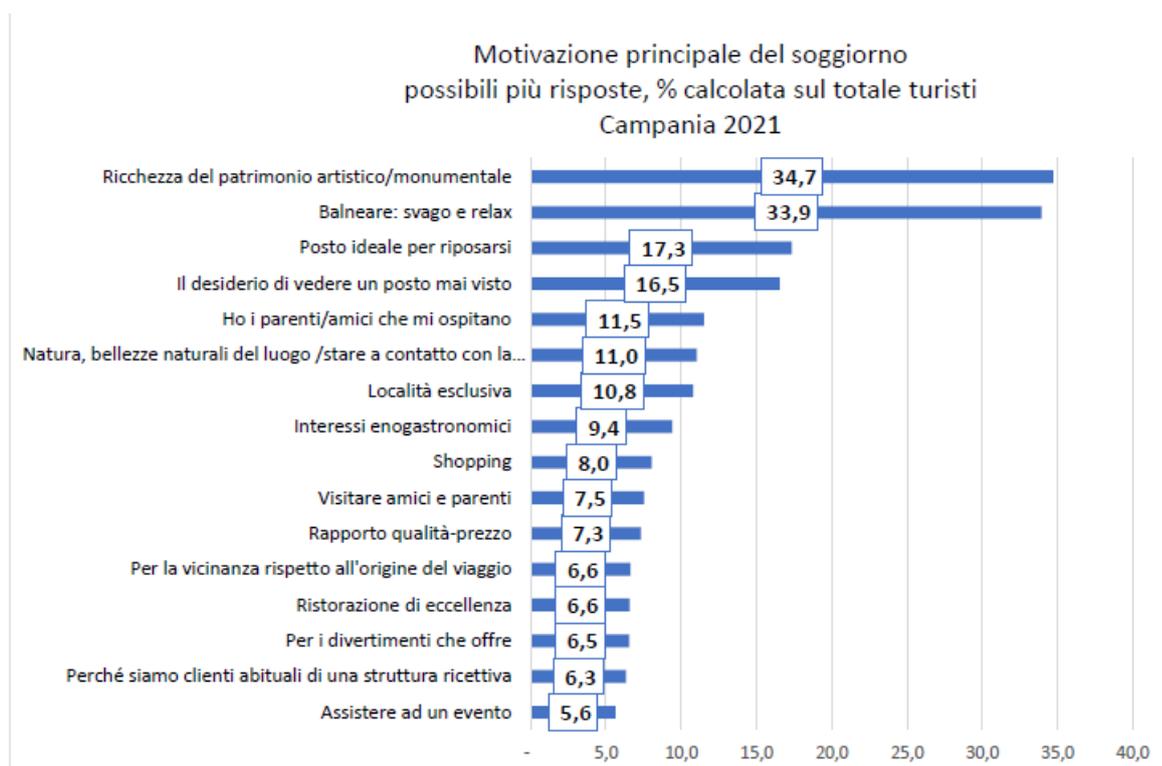


Fonte: Dati Istat

Per quanto riguarda gli sviluppi turistici di un territorio, fondamentale è l'analisi dei comportamenti dei turisti e l'esame delle motivazioni che portano alla scelta di una vacanza. I turisti scelgono di far vacanza in Campania principalmente per motivi:

- ✓ culturali (34,7%);
- ✓ di svago e relax (17,3%), in pieno stile beach&sun (33,9%);
- ✓ naturalistici (11,0%);
- ✓ enogastronomici (9,4%).

L'eterogeneità e la vastità territoriale che caratterizzano la Campania permettono alla regione di porsi sul mercato turistico con un'offerta diversificata, fatta non solo di turismo artistico/culturale ma anche di turismo balneare, relax e unicità. La storia e la tradizione racchiusa nei marchi e prodotti tipici della regione, dall'artigianato all'enogastronomia, deve rappresentare per la Campania un forte driver d'opportunità per la regione, poiché dalle indagini emerge come migliorabile la componente motivazionale al viaggio correlata a questo tema. Per esempio una interessante componente di clientela orientata verso una nuova concezione di soggiorno influenzata da coscienza ambientalista che punta a riscoprire la cultura del mondo rurale al fine anche di evadere dalla routine della città. La propensione a livello generale tende a salvare le attività locali e quelle legate all'agricoltura, puntando alla perseverazione e al rilancio delle piccole fattorie.



Fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di Commercio

La spesa media giornaliera dei turisti in Campania nel 2021 è aumentata rispetto ai tempi pre-pandemia (da 58,9 a 74,1 euro), complice anche la staycation che crea un turismo bleisure anche di lunga durata. Diminuita invece la spesa media per l'alloggio, tra cui anche le case in affitto (da 60,1 a 51,2 euro). Complice un 11,5% di turisti che si fa ospitare da amici e parenti, proprio per ridurre il peso economico del pernottamento e destinare così il proprio budget di vacanza alle spese di svago turistico

Quando si parla, invece, di Sistema Produttivo Culturale e Creativo si fa riferimento ad una pluralità di attività di produzione e di servizi connessi con la valorizzazione del patrimonio culturale del nostro Paese e delle sue declinazioni territoriali (vedi rapporto annuale Unioncamere – Symbola “Io sono cultura”). In questo vasto e articolato sistema coesistono attività diverse che spaziano dall'artigiano artistico, al design, alla produzione letteraria, musicale e cinematografica, alla gestione, conservazione e valorizzazione di siti archeologici, musei, biblioteche, etc.. Vengono poi incluse anche tutte le attività economiche non strettamente riconducibili alla dimensione culturale ma caratterizzate da strette sinergie con il settore (c.d. imprese Creative driven). L'inclusione di tali attività nasce dall'esigenza di tener conto del processo di culturalizzazione in atto in molti settori produttivi dato dall'impiego di professioni culturali e creative, così da cogliere al meglio quanto la cultura pervade i processi di creazione di ricchezza del Paese.

Il Sistema Produttivo Culturale e Creativo della provincia di Salerno, nel 2018, ha prodotto un valore aggiunto pari a circa 708 milioni di euro (circa 15 milioni di euro in termini correnti in più rispetto all'anno precedente), corrispondente al 2,2% della ricchezza complessivamente prodotta dalla provincia di Salerno, con il contributo della componente privata, delle istituzioni pubbliche (centrali nelle attività di valorizzazione e conservazione del patrimonio storico e artistico) e del mondo del no profit (presente soprattutto nelle performing arts e nelle arti visive). Un risultato raggiunto grazie all'impiego di quasi 15.600 occupati (oltre 200 unità in più rispetto all'anno precedente) che, in questo caso, rappresentano una quota sul totale dell'economia pari al 1,2%. Analizzando gli ambiti produttivi che delineano la cultura e la creatività nell'economia, appare evidente come le



traiettorie settoriali della provincia di Salerno abbiano qualche peculiarità distintiva rispetto a quelle regionali e nazionali. A livello di sistema paese sono fortemente catalizzanti il creative driven insieme alle industrie creative e quelle culturali, speculare in Campania e nel comparto territoriale del Sud e Isole dove il ruolo di entrambe è decisamente più forte. I settori più caratteristici del SPCC salernitano sono il creative driven e quello legato al settore dell'editoria e stampa, probabilmente spinte dalla grande vivacità culturale che caratterizza soprattutto tutta la regione e in particolare del comune capoluogo.

Che promozione del turismo e valorizzazione della filiera culturale siano facce della stessa medaglia emerge con chiarezza anche dall'interessante analisi contenuta nel Rapporto "Imprese culturali e creative", parte della collana di pubblicazioni del Sistema Informativo Excelsior (2021), che estende l'ambito di indagine anche alla filiera Turismo considerata contigua o, comunque, correlata a quella culturale, individuando un turismo a "prevalente vocazione culturale".

In particolare, il Rapporto evidenzia il ruolo turistico-culturale della provincia di Salerno. Il Turismo è un settore fortemente colpito dalle chiusure rese necessarie dall'emergenza sanitaria. Secondo i dati del Conto Satellite del Turismo, il calo dell'attività turistica ha rappresentato un quarto del calo nel valore aggiunto registratosi nel 2020. Nel 2021, si è certamente assistito ad una nuova crescita seppur i dati siano ancora distanti rispetto a quelli del 2019, addirittura inferiori rispetto a quelli del 2010 (Istat, 2021). Tuttavia, essendo le motivazioni associate ai viaggi non necessariamente correlate al consumo culturale, il primo step realizzato per giungere a risultati coerenti e non sovrastimare gli esiti dell'analisi, è stato di isolare, nella definizione del perimetro in esame, le imprese del settore del turismo a "prevalente vocazione culturale". Nel Rapporto si è ritenuto opportuno confermare il modello di perimetrazione impostato sulla selezione territoriale di province in cui le imprese rientrano nelle categorie Ateco e che, al contempo, sono attive in aree in cui il turismo possa essere definito culturale - vale a dire trainato, in maniera predominante, da attività, beni e servizi del settore. Fra le 35 province così selezionate è compresa anche Salerno. Le imprese operanti nel turismo a "prevalente vocazione culturale" e localizzate nei 35 territori considerati ammontano a 75.823 unità ed occupano oltre 434 mila addetti alle dipendenze con una entrata prevista nel 2021 di oltre 316 mila unità. Nel Mezzogiorno (Sud e Isole) troviamo quasi un terzo delle imprese dei 35 territori considerati (33,1%), Salerno occupa l'undicesima posizione per numerosità di imprese (il 3,8%) sui 35 territori.

## **L'ILLEGALITA' ECONOMICA E LA SICUREZZA DEL MERCATO**

La libertà di impresa, la sicurezza e la trasparenza del mercato sono le precondizioni di una economia sana, basata sulla concorrenza ed in grado di redistribuire con merito le opportunità di lavoro e le risorse prodotte. L'illegalità economica, ancor più se esercitata in forma organizzata e strutturata, distorcendo le normali regole della domanda, dell'offerta, della concorrenza, del lavoro, degli investimenti e del credito, abbatte i potenziali di crescita economica, soprattutto nelle aree del Mezzogiorno, meno aperte ai rapporti economici e sociali con l'esterno e più vulnerabili dal punto vista produttivo e culturale).

In un approfondito studio dell'Istituto Tagliacarne, al fine di monitorare la presenza strutturale dell'illegalità economica, verificare il grado di distorsione dei sistemi produttivi italiani ed esaminare nel dettaglio la sicurezza del mercato all'interno delle province italiane è stata elaborata una matrice statistica di sintesi, utilizzando indicatori indiretti, tra cui due indicatori semplici (presenza strutturale di riciclaggio e rapine, i quali alterano rispettivamente i flussi finanziari, la presenza di moneta circolante ed i prezzi di numerosi beni e servizi ed i comportamenti degli attori economici) e tre complessi (ovvero combinando indicatori semplici a loro volta: illegalità ambientale - indica la presenza di



criminalità organizzata per lo più di stampo mafioso e si riverbera sulla spesa pubblica; commerciale - altera le normali relazioni produttive e commerciali; criminalità organizzata - una delle leve di maggior distorsione delle leggi di mercato attraverso la formazione di posizioni dominanti - esclusa l'associazione mafiosa).

In tale modello, le province del Centro Sud si caratterizzano quasi tutte per una elevata o medio-alta insicurezza di mercato, anche a seguito di processi di contaminazione virale che evolve sfruttando i principali assi di comunicazione (le infrastrutture) e attrazione mediante assets che consentono un facile riciclo (es. immobili in aree turistiche, per lo più marittime), o mercati caratterizzati da modesto controllo sociale ed economico (es. grandi bacini demografici, aree rurali, aree ad elevati indici di vecchiaia).

Le province campane si collocano nella parte più alta della classifica delle province italiane caratterizzata da minor sicurezza di mercato. Salerno presenta un indice di sintesi perfettamente in linea con la media nazionale, che la pone al 25-esimo posto con una bassa sicurezza determinata dall'illegalità commerciale (n.i. 112,5), illegalità ambientale (n.i. 179,4) e presenza di gruppi di criminalità (non mafiosa; n.i.127,1).

Per quanto riguarda l'analisi a livello provinciale della criminalità organizzata di tipo economico, la provincia di Salerno, con un indice complessivo pari a 129,0 si pone alla decima posizione per presenza di criminalità organizzata, in ragione di un livello di reati direttamente ascrivibili alle associazioni criminali particolarmente consistenti, come anche dei relativi reati spia: estorsioni e usura (*L'illegalità economica e la sicurezza del mercato in Italia - Rapporto 2016. Unioncamere, Istituto Guglielmo Tagliacarne*).

Difficoltà per il territorio salernitano su tali temi emergono anche nell'ambito degli aggiornamenti dell'Indagine sulla Qualità della vita del Sole 24 Ore. Di solito tale indagine prende in esame i dati consolidati relativi ai 12 mesi precedenti. Nell'edizione 2021 sono, però, stati raccolti alcuni parametri aggiornati al 2021 (a metà anno, se non addirittura a ottobre) con l'obiettivo di tenere conto della recente ripresa post 2020. Le sole performance dell'anno scorso, infatti, sarebbero risultate superate dall'evoluzione della crisi pandemica e avrebbero restituito solo la fotografia di un anno molto particolare condizionato dalle rigide misure restrittive introdotte per contenere i contagi da Covid-19. Così, nell'indagine 2021 si contano ben 28 indicatori su 90 riferiti al 2021.

Di seguito si riportano i dati relativi alle province campane per la classifica Giustizia e Sicurezza, che vede Salerno occupare l'85<sup>a</sup> posizione, recuperandone 8 rispetto al 2020.

## CLASSIFICA GIUSTIZIA E SICUREZZA

RANK ↓	107	50	1	VAR:'21/'20 ⇅	PROVINCIA ⇅	PUNTEGGIO 2021 ⇅
18				+2 ▲	Benevento	781,86
59				-2 ▼	Avellino	707,08
85				+8 ▲	Salerno	648,62
89				-19 ▼	Caserta	627,10
106				-29 ▼	Napoli	560,71

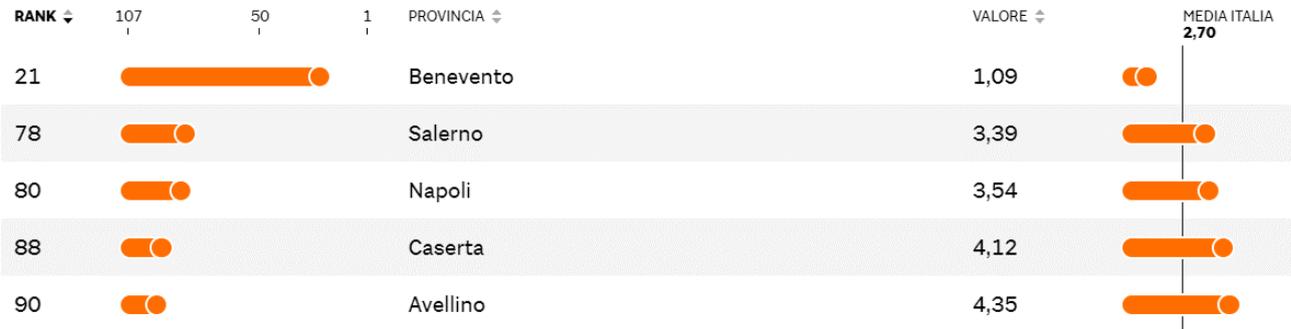
Interessante è l'approfondimento di alcuni indicatori che contribuiscono alla stesura della classifica soprariportata.



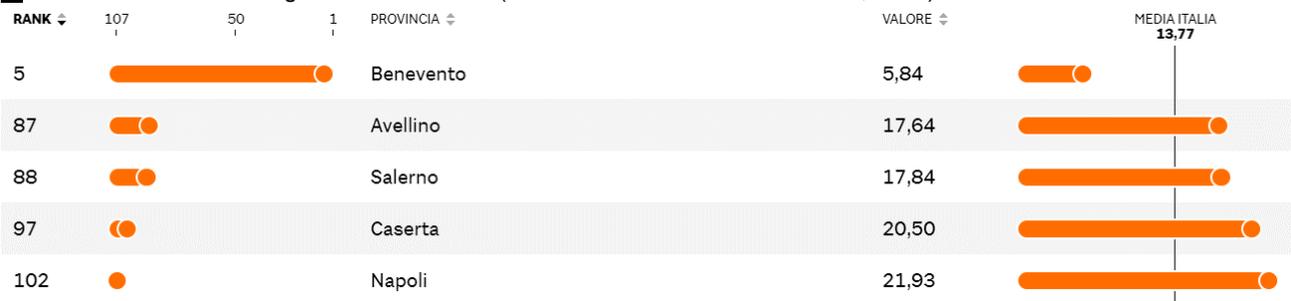
### Indice di criminalità Totale delitti denunciati ogni 100mila abitanti (Pubblica Sicurezza - Interno/Istat, 2020)



### Riciclaggio e impiego di denaro Denunce ogni 100mila abitanti (Pubblica Sicurezza - Interno/Istat, 2020)



### Estorsioni Denunce ogni 100mila abitanti (Pubblica Sicurezza - Interno/Istat, 2020)



## CREDITO BANCARIO E FINANZA LOCALE

Il credito e la finanza locale rappresentano due importanti strumenti di sviluppo che possono agevolare o frenare i processi di crescita di un territorio; relativamente al sistema creditizio è possibile osservare i dati relativi alla presenza del sistema bancario sul territorio, alla consistenza della raccolta e degli impieghi, alle sofferenze e al costo del credito.

Dal Rapporto Campania della Banca d'Italia emerge che a livello regionale nella prima parte del 2021 il credito alle imprese ha continuato a crescere ai ritmi sostenuti della fine del 2020. Nella seconda parte dell'anno, il miglioramento della situazione congiunturale, con l'ampliamento dei flussi di cassa, e il permanere di ampie scorte liquide accumulate nel biennio hanno favorito la stabilizzazione della domanda di finanziamenti e la decelerazione dei prestiti, il cui tasso di crescita si è portato alla fine del 2021 per la Campania al 5,2%. In provincia di Salerno la crescita dei prestiti è stata del 4,7% rispetto al 2020, che porta a quasi 14,8 miliardi di euro l'ammontare complessivo dell'erogazione



creditizia L'andamento dei prestiti è stato simile per tutte le dimensioni aziendali; tra i comparti di attività economica l'ampliamento dei finanziamenti alla fine del 2021 è stato moderatamente più intenso nel manifatturiero e nei servizi, più contenuto per le costruzioni. Nei primi mesi del 2022 il ritmo di espansione dei prestiti, pur rimanendo positivo, si sarebbe ulteriormente ridimensionato, riflettendo in particolare la decelerazione del credito ai servizi.

In un contesto di condizioni di offerta ancora distese, la domanda di finanziamenti si è stabilizzata sui livelli dell'anno precedente per effetto dell'ampliamento dei flussi di cassa, connessi al miglioramento congiunturale, e del permanere di ampie scorte liquide accumulate nel biennio; ne è stato favorito l'aumento dei depositi, che ha riguardato anche le aziende di minori dimensioni. In provincia di Salerno il valore dei depositi si attesta a quasi 22miliardi di euro, in crescita nel 2021 del 5,3%

**Prestiti, depositi e titoli a custodia delle banche per provincia**  
(consistenze di fine periodo in milioni di euro e variazioni percentuali sui 12 mesi)

PROVINCE	Consistenze			Variazioni percentuali	
	Dic. 2019	Dic. 2020	Dic. 2021	Dic. 2020	Dic. 2021
<b>Prestiti</b>					
Avellino	4.177	4.289	4.388	4,4	2,9
Benevento	2.473	2.466	2.488	2,6	2,6
Caserta	8.959	9.192	9.496	4,4	5,0
Napoli	40.238	41.631	44.053	7,0	5,8
Salerno	14.031	14.300	14.794	4,5	4,7
<b>Totale</b>	<b>69.878</b>	<b>71.878</b>	<b>75.220</b>	<b>5,9</b>	<b>5,2</b>
<b>Depositi (1)</b>					
Avellino	9.174	9.959	10.416	8,7	4,6
Benevento	4.885	5.397	5.711	10,7	5,8
Caserta	13.666	15.297	15.919	12,1	4,1
Napoli	47.343	52.271	56.054	10,7	7,3
Salerno	18.793	20.849	21.953	11,1	5,3
<b>Totale</b>	<b>93.861</b>	<b>103.773</b>	<b>110.053</b>	<b>10,8</b>	<b>6,1</b>
<b>Titoli a custodia (2)</b>					
Avellino	1.899	2.026	2.157	6,7	6,5
Benevento	958	990	1.048	3,4	5,9
Caserta	3.009	3.082	3.365	2,4	9,2
Napoli	17.571	17.815	19.225	1,4	7,9
Salerno	4.404	4.602	4.920	4,5	6,9
<b>Totale</b>	<b>27.840</b>	<b>28.515</b>	<b>30.716</b>	<b>2,4</b>	<b>7,7</b>

Fonte: segnalazioni di vigilanza; cfr. nelle Note metodologiche. Rapporti annuali regionali sul 2021 la voce Prestiti bancari.

(1) I dati si riferiscono solamente alle famiglie consumatrici e alle imprese e comprendono i pronti contro termine passivi; le variazioni sono corrette per tener conto delle riclassificazioni. - (2) Titoli a custodia semplice e amministrata detenuti da famiglie consumatrici e imprese presso il sistema bancario valutati al fair value. Le variazioni sono corrette per tenere conto delle riclassificazioni.

Dall'indagine regionale sul credito bancario della Banca d'Italia emerge che nel 2021 le politiche di offerta praticate dalle banche nei confronti delle imprese sono rimaste distese verso tutti i comparti produttivi. Il costo medio dei prestiti per il finanziamento dell'operatività corrente nell'ultimo trimestre del 2021 si è attestato al 4,0 per cento (4,4 per cento nell'analogo periodo del 2020; il tasso medio sui nuovi prestiti connessi a esigenze di investimento ha raggiunto il 2,2 per cento, un livello prossimo a quello dell'ultimo trimestre del 2020.



Va ricordato che l'osservazione dei dati relativi ai tassi effettivi sui finanziamenti per cassa che rappresentano un indicatore del costo del credito, ha evidenziato in passato che a Salerno, il livello dei tassi di interesse risulta superiore a quello medio nazionale e anche a quello regionale per effetto di numerosi fattori tra i quali, una maggiore insolvenza del sistema economico, una minore offerta di credito da parte del sistema bancario e un ammontare medio dei finanziamenti più contenuto; a tale proposito occorre rilevare che il tasso di interesse applicato alle imprese risulta generalmente inversamente correlato all'ammontare del finanziamento erogato, con le grandi imprese che riescono a "spuntare" tassi di interesse più contenuti.

Per quanto riguarda la finanza locale, è opportuno evidenziare che gli strumenti fiscali e tributari a disposizione delle amministrazioni locali sono comunque limitati riuscendo, quindi, a incidere in misura parziale sui processi di sviluppo di un sistema economico. Al tempo stesso è opportuno rilevare come le Amministrazioni locali, in forza delle funzioni e delle competenze loro attribuite, possono incidere in misura significativa sulla qualità della vita dei cittadini e contribuire positivamente alla nascita e allo sviluppo delle piccole imprese, non tanto con la leva fiscale, quanto con l'erogazione di servizi e di un sistema burocratico amministrativo efficiente.

In Campania nel 2021 la spesa corrente degli enti locali è diminuita, per il calo degli acquisti di beni e servizi, cresciuti significativamente nella fase più acuta della pandemia; quella per il personale invece è aumentata, a seguito del rafforzamento delle strutture sanitarie regionali. Anche la spesa in conto capitale al netto di quella per investimenti è diminuita significativamente, per il ridimensionamento di alcuni contributi a favore di famiglie e imprese che erano cresciuti nel 2020. Gli investimenti diretti degli enti locali campani proseguono invece la ripresa avviata dal 2018, sostenuta anche dalla fase conclusiva dei Programmi operativi regionali (POR). Il livello degli investimenti pro capite resta lievemente inferiore alla media delle aree di confronto, nonostante il contributo delle politiche di coesione. Permangono divari nella dotazione di alcune infrastrutture economiche e sociali, con ripercussioni per la competitività delle imprese e il livello di servizi erogati dagli enti locali. Gli interventi del Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR), insieme al potenziamento della capacità di investimento degli enti locali campani, dovrebbero consentire l'attenuazione di tali divari.

Durante il biennio 2020-21 gli enti locali della regione hanno ricevuto fondi aggiuntivi per circa 800 milioni di euro per fronteggiare le spese straordinarie e le minori entrate derivanti dall'emergenza sanitaria. Questo ha migliorato temporaneamente la loro situazione finanziaria, caratterizzata da diffusi ed elevati disavanzi, imputabili anche alla dimensione contenuta delle basi imponibili e alle forti disfunzioni nella riscossione delle entrate proprie.

## **DOTAZIONE INFRASTRUTTURALE**

La disponibilità di efficienti infrastrutture economiche, come i trasporti, le telecomunicazioni o le reti elettriche e idriche, è cruciale per la competitività e lo sviluppo dei territori. Per molte di queste infrastrutture l'operatore pubblico riveste il ruolo di fornitore principale, se non unico.

Dal rapporto Campania della Banca d'Italia – giugno 2022 emerge quanto segue.

In generale la Campania dispone di una dotazione di infrastrutture di trasporto e per le telecomunicazioni sostanzialmente in linea con quella italiana, con l'eccezione del trasporto merci per via aerea e marittima, rispetto al quale la regione si presenta sottodotata. Appaiono invece assai carenti non solo la disponibilità ma anche la qualità dei servizi delle infrastrutture di distribuzione elettrica e idrica.

Con riferimento alla disponibilità fisica, le infrastrutture ferroviarie in regione risultano superiori alla media nazionale se rapportate alla superficie territoriale: sono presenti 80 km



di linee ogni 1.000 kmq di cui 47 a doppio binario elettrificato (14 e 25 nella media meridionale e nazionale, rispettivamente). *Salerno presenta con 55 Km di linee di cui 36 a doppio binario elettrificato.* Anche l'indice di dotazione calcolato secondo una metodologia che tiene conto dei tempi di percorrenza è nel complesso superiore alla media nazionale del 13 per cento: i sistemi locali del lavoro (SLL) più favoriti sono quelli posti prevalentemente in prossimità dei nodi della dorsale tirrenica (figura, pannello a) e serviti dalla linea ferroviaria ad alta velocità. Al contrario molte delle aree interne presentano un accesso alle infrastrutture ferroviarie peggiore della media italiana.

Per quanto riguarda la rete stradale, l'indice di dotazione fisica segnala una maggiore lunghezza sia di strade sia di autostrade in rapporto alla superficie regionale rispetto al resto del Mezzogiorno e all'Italia. L'indice di dotazione calcolato secondo la metodologia che tiene conto dei tempi dei collegamenti via strada è sostanzialmente in linea con la media nazionale.

Per le infrastrutture aeroportuali, il sistema aeroportuale campano, con circa 279 mq di superficie complessiva dello scalo (area di sedime) e 14 di superficie delle piste per 1.000 kmq di superficie regionale, presenta valori di dotazione fisica inferiori alla media italiana (433 e 22 mq rispettivamente). Lo scalo di Salerno, che ha avviato l'attività di linea nel 2008, contribuisce per circa un terzo alla dotazione infrastrutturale ma ha un movimento passeggeri molto contenuto che non raggiunge l'un per cento dello scalo napoletano. I servizi di trasporto passeggeri nello scalo napoletano hanno dimensioni significative: l'indice di connettività proposto dall'Airports Council International – una misura del numero di scali collegati direttamente o per il tramite di un hub – lo colloca al sesto posto nella graduatoria nazionale e al primo tra gli scali meridionali.

Secondo i dati Assoport, prima della pandemia nei porti della regione transitava circa il 7 per cento del traffico merci nazionale e il 17 di quello passeggeri. Nel 2020 gli scali campani presentavano una lunghezza totale degli accosti in rapporto alla superficie territoriale maggiore del dato nazionale; tuttavia la superficie dei piazzali, necessaria per la movimentazione delle merci, era inferiore. In prospettiva la dotazione portuale regionale per la movimentazione merci potrebbe sensibilmente migliorare a seguito del completamento dei lavori in essere.

Con riferimento alla rete delle telecomunicazioni, la regione si caratterizza per una buona connessione a rete fissa e mobile, sviluppata in particolare nelle aree più densamente popolate. Per converso, i territori delle aree interne risultano significativamente sfavoriti. Per la telefonia mobile, la copertura a banda larga con tecnologia 4G è invece distribuita in modo più uniforme, fatta eccezione per alcune aree interne penalizzate dall'orografia.

Per quanto attiene alla distribuzione di energia elettrica, nel 2019 in Campania si sono registrate interruzioni lunghe senza preavviso sulla rete di bassa tensione in numero superiore al Mezzogiorno e all'Italia. Anche con riferimento alla rete a media tensione, utilizzata dalle imprese, la quota di utenti che ha ricevuto un servizio in linea con gli standard fissati dall'Autorità di regolazione per energia reti e ambiente (Arera) è stata in Campania inferiore alla media di macroarea e a quella nazionale. Per entrambe le categorie di servizi si sono riscontrate sensibili differenze territoriali.

Il servizio idrico presenta diversi elementi di criticità. La dispersione idrica nel 2020 raggiungeva il 39,2 per cento del volume di acqua immessa, minore rispetto al dato del Mezzogiorno, ma maggiore rispetto a quello dell'Italia (36,2 per cento): nelle città di Benevento, Caserta e Salerno la dispersione superava ampiamente la metà dell'immesso.



Indicatori di dotazione infrastrutturale per provincia  
(numeri indici: Italia=100, valori e valori percentuali)

VOCI	Campania					Sud e Isole	Italia	
	Avellino	Benevento	Caserta	Napoli	Salerno			
Strade (1)	103,8	95,8	106,7	107,2	103,6	99,6	93,5	100,0
Ferrovie (1)	91,0	91,4	126,1	133,0	118,0	113,2	91,5	100,0
Rete ferroviaria (2)	62,4	67,0	119,4	160,2	55,4	80,0	46,2	55,3
Linea a doppio binario elettrificata	0,0	9,2	100,2	153,9	36,5	47,3	14,3	25,3
Linea a binario semplice e/o non elettrificata	62,4	57,8	19,2	6,3	18,9	32,7	31,9	30,0
Telecomunicazioni								
> 30 Mbps (3)	38,2	33,3	66,8	86,4	57,4	72,4	71,0	66,0
> 100 Mbps (3)	12,8	7,9	24,8	49,0	22,6	36,5	37,6	34,0
4G (4)	99,1	91,0	97,0	99,9	94,6	95,8	96,3	97,0
Rete elettrica								
BT (5)	4,4	4,5	6,3	3,3	4,3	4,1	3,9	2,4
MT (6)	87,6	74,8	60,0	87,4	79,6	76,6	89,9	91,1
Rete idrica								
Perdite da rete idrica (7)	49,6	58,7	64,4	27,4	62,4	39,2	46,9	36,2
Allaccio fuori tempo norma (8)	17,2	17,2	0,0	21,5	0,1	12,8	15,2	9,9
Lavori fuori tempo norma (8)	6,5	6,5	0,0	39,0	0,8	8,2	7,2	5,0
Pronto intervento fuori tempo norma (8)	30,7	30,7	1,3	6,6	0,5	2,2	17,5	10,7

Fonte: elaborazioni su dati Openroute service (2019), Trenitalia (2020), Istat, *Atlante statistico delle infrastrutture* (2020), Agcom (2019), Arera (per la rete elettrica 2019, per la rete idrica 2019 e 2020), Istat, *Censimento delle acque per uso civile* (2020).

(1) Indici di dotazione calcolati sulla base dei tempi di collegamento stradale e ferroviario fra SLL normalizzati rispetto al valore medio; cfr. M. Bucci, E. Gennari, G. Ivaldi, G. Messina e L. Moller, *I divari infrastrutturali in Italia: una misurazione caso per caso*, Banca d'Italia, Questioni di economia e finanza, 635, 2021. – (2) Chilometri di linee ferroviarie rapportati alla superficie territoriale per 1.000. – (3) Rapporto tra il numero di famiglie con possibilità di accesso a una rete a velocità di 30 o 100 Mbps e il numero di famiglie presenti nell'SLL. – (4) Percentuale di copertura del territorio con rete di tipo 4G. – (5) Numero medio di interruzioni lunghe (superiori a 3 minuti) senza preavviso per utente con riferimento alla rete elettrica a bassa tensione. – (6) Quota di utenti in media tensione che ricevono un servizio in linea con gli standard fissati da Arera. – (7) Il dato è riferito ai soli Comuni capoluogo di Provincia. – (8) Sono stati aggregati i dati degli ultimi due anni disponibili (2019 e 2020) per ottenere un numero significativo di prestazioni. Per le province campane sono stati utilizzati i dati riguardanti i seguenti ambiti distrettuali: Napoli e Sarnese Vesuviano per la provincia di Napoli, Terra di Lavoro per Caserta, Sele per Salerno, Calore Irpino per Avellino e Benevento.

Per quanto riguarda l'attività del Porto di Salerno emerge, sulla base dei dati del bollettino statistico dell'Autorità di Sistema Portuale (AdSP) del Mar Tirreno Centrale, che continua la ripresa del traffico merci registrando nel 2021 una crescita del 10,91% per quanto riguarda i container movimentati (da 377mila teus del 2020 a 419mila teus del 2021) che corrisponde a un incremento del 12,33%, in tonnellate di prodotti movimentati (da 4,7 milioni di tonnellate nel 2020 a 5,2 milioni di tonnellate nel 2021).

Traffico container in TEU	2020	2021	Var. %
Porto di Napoli	643.540	652.599	1,41%
Porto di Salerno	377.886	419.108	10,91%
AdSP del Mar Tirreno Centrale	1.021.426	1.071.707	4,92%

Traffico container in tonnellate	2020	2021	Var. %
Porto di Napoli	6.494.952	6.552.380	0,88%
Porto di Salerno	4.701.538	5.281.428	12,33%
AdSP del Mar Tirreno Centrale	11.196.490	11.833.808	5,69%



## PARTE SECONDA

### LE LINEE STRATEGICHE

#### **LA CAMERA PER LE IMPRESE**

##### **LINEA 1 - VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO**

La definizione di misure di politica economica e di interventi concreti, efficaci e sostenibili per il rilancio delle imprese e dei territori passa attraverso la conoscenza e l'analisi delle dinamiche dei fenomeni economici.

L'informazione economico-statistica rappresenta da sempre un elemento imprescindibile nella definizione di politiche per il territorio e nell'assunzione di decisioni dirette a far progredire la società e l'economia, atteso che la conoscenza del territorio in tutti i suoi aspetti costituisce la base sulla quale fondare una consapevole programmazione. Oltre ad un diffuso interesse, dovuto principalmente alla capacità della statistica di riuscire a sintetizzare fenomeni complessi, si è registrata nel tempo una crescente confidenza dell'intera società con i dati economici e statistici, quantitativi e qualitativi, anche grazie all'avvento dell'era della conoscenza in rete e ai molteplici strumenti web disponibili.

Su questo la Camera di Commercio è in grado di fornire un contributo rilevante, attraverso la valorizzazione del patrimonio informativo delle proprie banche dati, in primis, il Registro delle Imprese. Rientra in questo ambito lo sviluppo di osservatori economici per valorizzare, integrare e analizzare dati, rafforzando la capacità di risposta delle Amministrazioni titolari della programmazione alle esigenze delle imprese e dei territori, per lo sviluppo e il sostegno alla competitività delle stesse.

La centralità del sistema camerale nella produzione di informazione economica e statistica risulta ampiamente riconosciuta e si è rafforzata nel tempo, tenuto conto che il compito storicamente attribuito alle Camere di commercio relativo alla tenuta di osservatori economici e produzioni di dati sul territorio ha radici nel profondo passato e che, elemento fondamentale di tale attività, è il prezioso patrimonio informativo detenuto, grazie alle funzioni di tipo anagrafico-certificativo che fanno capo alle Camere stesse. Tale caratteristica trova conferma nella previsione normativa che assegna espressamente lo svolgimento di funzioni relative al "sostegno alla competitività delle imprese e dei territori tramite attività d'informazione economica".

L'attuale contesto impone però un forte cambiamento nell'attività di osservazione dei fenomeni economici, che dovrà rispondere sempre più all'obiettivo strategico di offrire, in maniera tempestiva, un contributo conoscitivo per la definizione di misure di politica economica e di interventi concreti ed efficaci per il sostegno e il rilancio delle imprese e dei territori, che permettano di passare da una chiave di lettura di tipo "statistico" e tradizionale – che legge e analizza fatti già accaduti e le dinamiche che si sono già realizzate – a uno sguardo in grado di interpretare e cogliere anticipatamente il cambiamento.

Seppur in un contesto di grandi cambiamenti, l'ente camerale deve quindi proseguire nel compito di decifrare e interpretare la realtà locale, aggiornandone la conoscenza e



misurandone i cambiamenti produttivi e sociali intervenuti. Al monitoraggio delle tendenze emergenti, deve accompagnarsi anche il compito di tracciare quadri evolutivi e valutare prospettive di sviluppo locale. Tale attività va svolta garantendo l'affidabilità e il livello qualitativo dell'informazione statistica, rendendola accessibile all'ampio pubblico, nonché rapidamente fruibile e tempestiva. Grazie alla vicinanza con il territorio esaminato e alla sua diretta conoscenza, il valore aggiunto dell'attività di analisi economica e statistica del sistema camerale sta nel riuscire a dare una chiave di lettura delle dinamiche locali il più aderente possibile alla realtà, operando anche confronti in termini spaziali e temporali. Resta confermato che siano le imprese i principali destinatari delle attività svolte, e che alle stesse vadano restituite informazioni utili, garantendo il passaggio da una "informazione sulle imprese" ad una "informazione per le imprese".

In questo quadro, nei prossimi anni la Camera di Salerno proseguirà il percorso già intrapreso di ripensare l'utilizzo dei dati, adeguandolo ai cambiamenti in essere e alle rinnovate esigenze informative, definendo con chiarezza metodi e contenuti.

Per quanto riguarda i metodi va evidenziato che, se da un lato la proliferazione dei canali e dei contenuti dell'informazione economico-statistica, rende necessario l'impegno di assumere un ruolo propositivo con il sistema locale, istituzionale e del mondo dell'associazionismo, per il coordinamento della diffusione condivisa e omogenea delle statistiche, dall'altro la costante evoluzione della comunicazione tramite rete, richiede di apportare sostanziali innovazioni nelle tecniche di acquisizione e di analisi dei dati e, al contempo, nella modalità di diffusione delle stesse.

Su quest'ultimo aspetto verrà posta particolare attenzione, potenziando il percorso già avviato volto a facilitare l'accesso ai risultati delle rilevazioni statistiche, proponendo informazioni tempestive e sintetiche, supportate da contenuti visivi (visualizzazioni grafiche, mappe interattive, grafici dinamici, utilizzo di video, etc.), che meglio si prestano anche ad essere diffuse nell'ambito dei social media. Agevolando la diffusione della conoscenza economico-statistica del territorio, si intende raggiungere soprattutto le imprese, fornendo un servizio informativo e stimolando la richiesta di approfondimenti aggiuntivi.

Costruire migliori sinergie con altri soggetti detentori di dati e con enti di ricerca, necessarie per ampliare il contesto di riferimento delle analisi, rafforzare la credibilità dell'informazione prodotta, migliorando la reputazione di competenza tecnica e di autonomia e indipendenza nella produzione delle statistiche, innovare il sistema di raccolta e divulgazione, saranno quindi i principi metodologici prioritari che ispireranno il complesso degli interventi da realizzare nella presente linea strategica nei prossimi cinque anni.

A questi si accompagnerà un'azione costante volta a migliorare la qualità delle banche dati anagrafiche, aggiornando ed eliminando i dati obsoleti del Registro Imprese, che rappresenta il vero patrimonio informativo camerale e che è arricchito nelle sue potenzialità dai molteplici strumenti di navigazione ed interrogazione esistenti.

Sul fronte dei contenuti, grazie alle fonti amministrative e ai dati d'archivio detenuti, alla ricognizione periodica di altre fonti e alla produzione di statistiche da rilevazioni campionarie, l'ente camerale intende assicurare il sistema di conoscenza economica locale a carattere congiunturale e strutturale, su base territoriale, proseguendo nelle attività realizzate nell'ambito dell'Osservatorio economico, da declinare nelle seguenti linee di intervento:



- ✓ Operare per il costante monitoraggio della congiuntura economica locale, con particolare attenzione rivolta alle analisi di breve periodo e ai punti di svolta del ciclo economico, l'analisi sulla natalità imprenditoriale e le dinamiche import-export;
- ✓ Proseguire le attività volte a facilitare l'accesso ai risultati delle rilevazioni statistiche;
- ✓ Approfondire la conoscenza dei caratteri strutturali dell'economia locale, sviluppando e promuovendo ricerche che potranno riguardare ad esempio il supporto di filiere produttive, le dinamiche e le tendenze del mercato del lavoro, e temi di particolare interesse per le imprese, quali la sicurezza e la legalità;
- ✓ Sviluppare analisi territoriali, con particolare riferimento alle subaree provinciali con mappature delle stesse e ricorso alla rappresentazione cartografica;
- ✓ Creare momenti di confronto e di informazione pubblica, anche in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale;
- ✓ Promuovere e divulgare gli studi e le azioni svolte dagli Osservatori camerale, quali l'Osservatori sulle imprese innovative, Osservatorio sulle imprese femminili;
- ✓ Sviluppare un cruscotto economico-statistico sul territorio, alimentato da dati della statistica ufficiale e di altre fonti specialistiche, per l'analisi della struttura e dei trend economico-produttivi.

In questa direzione, saranno di riferimento le attività di studio e informazione economica condotte su base nazionale da Unioncamere - in collaborazione con il Centro studi delle camere di commercio Guglielmo Tagliacarne – che si pongono da un lato come uno strumento di rilancio dell'azione di rete a supporto dei singoli nodi del sistema e dall'altro comportano la focalizzazione su nuove tematiche e approcci metodologici di analisi funzionali a un rilancio di presenza e visibilità delle policy del sistema. I prodotti "funzionali ai nodi del sistema" e "prodotti di sistema" devono sempre più offrire contributi originali e autorevoli per la definizione di misure di politica economica e di interventi concreti ed efficaci per il sostegno e il rilancio delle imprese e dei territori. L'osservazione dei fenomeni economici sarà, quindi, sempre più focalizzata su una serie di strumenti: dalla valorizzazione del patrimonio di big data proprio del sistema camerale, agli strumenti di informazione e monitoraggio just in time sui fenomeni complessivi dell'economia, a metodologie innovative di analisi a carattere previsivo, all'analisi socio-economica delle dinamiche territoriali.

Di particolare rilievo è l'impegno della Camera nelle attività relative al progetto Excelsior, di monitoraggio dei fabbisogni occupazionali delle imprese, svolte sulla base delle indicazioni ricevute da Unioncamere a seguito della sottoscrizione con ANPAL dello specifico accordo di collaborazione istituzionale per il biennio 2021-2022. Tali attività prevedono di realizzare a livello territoriale non solo le consuete attività finalizzate a favorire la partecipazione delle imprese all'indagine, garantendo la qualità dei dati raccolti, ma soprattutto di consolidare ed ampliare un "network" di rapporti stabili con le imprese e le istituzioni del territorio per promuovere le finalità di Excelsior attraverso specifiche iniziative di divulgazione e valorizzazione dei risultati.

Oltre alle attività legate all'Osservatorio economico, la Camera svolgerà anche quelle derivanti dalla sua appartenenza al Sistan (Sistema Statistico Nazionale). In tale veste, la Camera nel periodo di mandato intende rafforzare la propria partecipazione alle diverse rilevazioni statistiche inserite nel Programma Statistico Nazionale in collaborazione con l'Istituto Nazionale di Statistica, svolgendo la rilevazione direttamente oppure organizzando riunioni tecniche per i soggetti interessati. Inoltre, in collaborazione con il



Ministero delle Attività produttive continuerà a svolgere l'indagine periodica sulla media e grande distribuzione somministrando il questionario a circa 600 unità di rilevazione.

Particolare attenzione sarà rivolta alla rilevazione dei prezzi di particolari prodotti, quali quelli petroliferi e quelli agricoli, oltreché di tutti quelli che saranno definiti nell'ambito del programma statistico nazionale, anche al fine di migliorare la trasparenza del mercato e di assicurare lo svolgimento di attività di monitoraggio indispensabili nell'attuale contesto economico. Inoltre, la Camera ha aderito, con delibera n. 19 del 1 giugno 2022, al progetto di promozione del Mercato Telematico Sperimentale dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura (Ittico) e ha attivato un help desk rivolto a tutte le imprese della filiera ittica della provincia di Salerno interessate all'utilizzo di questo strumento. Ittico è la piattaforma informatica, realizzata da Borsa Merci Telematica Italiana (BMTI), su iniziativa del Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, che offre alle imprese del comparto pesca e acquacoltura la possibilità di promuovere la propria attività e informarsi sui prezzi e le dinamiche di mercato. Uno spazio dove le imprese si scambiano i prodotti in modo sicuro ed innovativo, ed anche i consumatori finali possono prenotare ed acquistare i prodotti ittici. Si prevede di proseguire nelle attività offerte dallo Sportello, che comprende servizi gratuiti ed accessibili dalla home page del sito camerale nella sezione Informazione Economica, sulla base della valutazione dei risultati raggiunti con la sperimentazione avviata.

Altro filone di attività sarà legato allo sviluppare attività di ricerca per soddisfare specifiche nicchie di mercato. L'informazione economica va resa anche congiuntamente ad attività sviluppate da altri settori, promuovendo servizi integrati alle imprese. Occorre venire incontro alla domanda, diversificando i prodotti e i linguaggi a seconda del tipo di utente.

## **LINEA 2 - COMUNICAZIONE E TRASPARENZA**

La Camera di Commercio di Salerno riconosce la comunicazione come una funzione fondamentale rispetto alle attività camerali, perché strumento che opera come veicolo di conoscenza e visibilità di tutte le iniziative dell'Ente.

L'evoluzione che caratterizza l'attuale scenario dell'informazione e dell'interazione via web ha profondamente modificando l'approccio del settore pubblico alla rete: internet è il canale di riferimento per comunicare tra i cittadini e con le imprese.

Con lo sviluppo delle reti social il web è diventato soprattutto un luogo nel quale si svolgono conversazioni, si dialoga, si creano nuove opportunità di relazione tra le persone. Milioni di utenti in tutto il mondo accedono ogni giorno ai diversi social, attraverso i quali le informazioni nascono, circolano e si diffondono con una velocità e seguendo percorsi del tutto nuovi.

Il rapporto tra la PA e i cittadini, di conseguenza, sta vivendo una fase di profondo mutamento: i siti istituzionali non costituiscono più il principale punto di accesso alle informazioni. Nel caso specifico, sempre più spesso le imprese cercano sul web la soluzione ai propri problemi, si informano attraverso le proprie reti di relazioni, cercano il dialogo diretto con il proprio interlocutore, all'interno di spazi pensati per una comunicazione a due vie.



La Camera di Commercio di Salerno intende quindi consolidare le nuove modalità di interazione e partecipazione, rafforzando la percezione di trasparenza e di efficienza. In questo scenario, gli spazi di social networking rappresentano una grande opportunità per l'Ente, non solo per informare e comunicare in maniera efficace, ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione delle imprese, in un'ottica di integrazione e non di sostituzione rispetto ai tradizionali canali di comunicazione, attraverso i quali l'amministrazione rende disponibili le informazioni e i propri servizi.

Con la propria presenza sui social, la Camera di Salerno è passata da un modello di comunicazione "verso" l'impresa a uno "con" l'impresa, un cambiamento che comporta la conoscenza non solo di particolari strumenti, ma anche di diverse dinamiche relazionali.

Il sito internet [www.sa.camcom.it](http://www.sa.camcom.it), divenuto nel tempo il luogo virtuale in cui l'Ente comunica a livello globale, h24 e 365 giorni l'anno, di recente è stato oggetto di un adeguamento tecnologico e grafico che, oltre a soddisfare le indicazioni impartite dall'Agid per i siti web istituzionali delle PA, rende i contenuti meglio fruibili ai dispositivi mobile, gli strumenti più usati dagli utenti. L'adeguamento tecnologico si è reso necessario anche per integrare il sito alla strategia di comunicazione basata sui social media.

La Camera di Commercio di Salerno infatti è presente con un proprio spazio sui principali network: facebook, twitter, linkedin, youtube e instagram dove rende fruibili le informazioni circa le proprie attività o quelle d'interesse dell'utenza. In un'era in cui l'informazione non passa più per la carta stampata ma è veicolata dal web, e in cui la stragrande maggioranza delle notizie sono apprese dagli utenti non sui siti istituzionali di informazione ma direttamente dai social media, la Camera di Commercio di Salerno ha inteso cavalcare l'onda nelle nuove forme di comunicazione, raggiungendo gli utenti sui maggiori social media con le news relative alle proprie attività. Tale attività è oggetto di monitoraggio costante, con gli appositi strumenti di analytics, da cui si evince una crescita costante dei cosiddetti followers.

Altro strumento di comunicazione consolidato è il CRM (Content Relationship Management)\_oggetto anche questo di un adeguamento tecnologico attraverso la sostituzione della storica piattaforma "Ciao Impresa", gestita da Si.Camera con la più completa e articolata Dynamics 365 di Microsoft, gestita da Infocamere. Si tratta di un prodotto tecnologico dedicato alle imprese, ma anche a chi impresa non è – professionisti, associazioni di categoria, PA locali - che consente alla Camera di Salerno di organizzare campagne informative mirate e settoriali, selezionando i destinatari sulla base delle caratteristiche e degli interessi espressi durante la fase di registrazione, che si affianca e/o integra le altre modalità di comunicazione. I risultati che emergono, dopo un primo periodo di utilizzo del nuovo strumento, indicano una buona "redemption" (rapporto tra il numero di risposte ottenute e il numero totale di contatti raggiunti).

Completa l'attività di comunicazione dell'Ente la cosiddetta "MEDIA RELATION": la realizzazione della rassegna stampa quotidiana, la diffusione di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze stampa e i rapporti con gli organi di informazione in generale, tutte attività curate dall'ufficio stampa dell'Ente.

L'attenzione della Camera di Commercio di Salerno, per il quinquennio di riferimento 2022 – 2027, sarà rivolta, come detto, alla necessità di assicurare una corretta comunicazione



verso tutti gli stakeholder di riferimento e di garantire, al contempo, il pieno rispetto del principio della trasparenza amministrativa e della legalità.

La trasparenza, oggetto della presente linea strategica, viene definita dall'art. 1 del D.Lgs. n. 33/2013, come modificato dal D.Lgs. n. 97/2016 quale "accessibilità totale dei dati e documenti detenuti dalle pubbliche amministrazioni, allo scopo di tutelare i diritti dei cittadini, promuovere la partecipazione degli interessati all'attività amministrativa e favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche". Il principio di trasparenza, dunque, implica una condizione di piena accessibilità alla vita degli Enti pubblici da parte degli stakeholder e costituisce, pertanto, livello essenziale delle prestazioni concernenti i diritti sociali e civili ai sensi dell'articolo 117, secondo comma, lettera m), della Costituzione.

L'Ente Camerale salernitano, il quale ha dato da sempre attuazione alla normativa inerente il rispetto del principio di trasparenza, intende, in continuità con la precedente programmazione, garantire l'accessibilità totale, auspicata e codificata dal legislatore, attraverso l'instaurazione di canali di comunicazione privilegiati con gli stakeholder di riferimento ovvero con la pubblicazione di rapporti, documenti, informazioni e dati.

La materia della trasparenza, in particolare per i legami che essa sviluppa con le azioni di prevenzione dei fenomeni corruttivi, è ormai pienamente parte dell'operato degli enti pubblici. Nonostante le numerose disposizioni normative che negli ultimi anni si sono succedute per regolare tale materia, la Camera di commercio di Salerno ha saputo tenere tempestivamente aggiornati i propri processi operativi, offrendo all'utenza esterna ampia e completa informazione su molteplici aspetti: dalla struttura e organizzazione interna, alla divulgazione di programmi di azione e di rendicontazione dei risultati raggiunti, dando altresì conto delle procedure di fornitura e approvvigionamento avviate e concluse dall'ente.

Come richiesto dal legislatore, la Camera di Commercio di Salerno riconosce, altresì, nella trasparenza un punto di sintesi dei principi costituzionali dell'azione amministrativa: buon andamento, imparzialità, rispetto del principio di legalità, metodo della partecipazione democratica. Con l'attuazione della presente linea strategica, come scriveva Norberto Bobbio, sarà possibile contribuire alla realizzazione di una democrazia del Paese intesa come "potere del visibile", che rende conoscibile non solo l'interesse pubblico ma anche il modo di formazione dell'interesse stesso.

Ciò nondimeno, indipendentemente dalla finalità perseguita, laddove la pubblicazione online di dati, informazioni e documenti, comporti un trattamento di dati personali, l'Ente Camerale si pone l'obiettivo di temperare opportunamente le esigenze di pubblicità e trasparenza con i diritti e le libertà fondamentali, nonché la dignità dell'interessato, con particolare riferimento alla riservatezza, all'identità personale e al diritto alla protezione dei dati personali.

D'altro canto non va dimenticato, in questa sede, che la trasparenza nel consentire forme di controllo diffuso sull'impiego delle risorse a disposizione della Camera di Commercio e sull'adeguatezza delle prestazioni erogate potrà contribuire a rinnovare quel necessario rapporto di fiducia tra l'utenza ed in particolare il mondo delle imprese, sempre più consapevole dei diritti loro spettanti, e l'Ente camerale; allo stesso tempo la trasparenza potrà costituire una risposta adeguata alle emergenti esigenze di open - data e di open



- government che caratterizzano, nel contesto europeo e nazionale, il rapporto tra le amministrazioni pubbliche ed il cittadino.

La trasparenza, peraltro, consentendo un controllo esterno da parte degli amministratori, risulta un corollario del più ampio tema dell'etica, della legalità e della prevenzione della corruzione che ciascuna pubblica amministrazione risulta essere assoggettata secondo le diverse normative e direttive governative.

Già dal 2013, nell'ottica generale di un continuo miglioramento nello svolgimento dei suoi compiti istituzionali ed ottemperando alle disposizioni previste dalla Legge n. 190/2012, cosiddetta Legge Severino, la Camera di Commercio di Salerno si è dotata di un sistema di risk management e di un Piano per la prevenzione e la repressione della corruzione nelle sue varie forme di rappresentazione.

Per il prossimo quinquennio di programmazione la Camera di Commercio si pone l'obiettivo di consolidare l'impegno volto a favorire la sensibilizzazione verso queste tematiche sia all'interno dell'organizzazione sia nei confronti delle diverse categorie di stakeholder di riferimento.

L'adozione di misure volte alla prevenzione della corruzione da conciliare con gli altri principi cui debba uniformarsi l'azione amministrativa, tra cui in primis quello dell'imparzialità, consentirà di evitare il prevalere di interessi personalistici ed illeciti a discapito di quelli della collettività della provincia salernitana.

In quest'ottica, le misure di trasparenza e di prevenzione della corruzione sono considerate trasversali all'intera organizzazione e si raccordano a tutte le altre pianificazioni gestionali, poiché si configurano come uno strumento generale che consente di avvicinare il cittadino alla Pubblica Amministrazione, nell'ambito di una visione più ampia dell'agire amministrativo, che non può prescindere dalla partecipazione degli stakeholder ai pubblici poteri.

Per essere sempre più un Ente a servizio del sistema economico, la Camera di commercio di Salerno ritiene elemento fondamentale il rapporto di dialogo diretto con l'utenza. L'attivazione nel sito web della sezione informativa Amministrazione Trasparente ha rappresentato, al di là del solo adempimento normativo, anche un'opportunità per rinnovare il rapporto tra società e pubblica amministrazione, favorendo la partecipazione attiva delle imprese e dei cittadini ai quali, attraverso l'accesso civico, è riconosciuto ampio e generalizzato diritto alle informazioni sull'attività dell'Ente.

La trasparenza è inoltre un qualificato strumento operativo per attuare gli adempimenti previsti in materia di prevenzione della corruzione. Non a caso, infatti, tali gli aspetti e ambiti confluiscono in un unico documento programmatico, il Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza che l'ente adotta anche sulla base del Piano Nazionale Anticorruzione e delle indicazioni dell'ANAC quale autorità preposta.

La trasparenza è inoltre un qualificato strumento operativo per attuare gli adempimenti previsti in materia di prevenzione della corruzione. Non a caso, infatti, tali gli aspetti e ambiti confluiscono in un unico documento programmatico, il Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza che l'ente adotta anche sulla base del Piano Nazionale Anticorruzione e delle indicazioni dell'ANAC quale autorità preposta.



Le attività di creazione e di aggiornamento dei contenuti del sito, considerando che le sezioni informative che esso propone “coprono” in modo generalizzato le attività e i servizi camerali offerti all’utenza, hanno visto il coinvolgimento e l’impegno dell’intera struttura camerale, in capo alla quale sarà quindi mantenuto tale compito secondo i piani di attività che saranno annualmente definiti.

La Camera di Commercio, come di volta in volta individuato e descritto in dettaglio nella specifica sezione del Piano integrato di attività e organizzazione – PIAO, prediligerà essenzialmente misure riconducibili alle seguenti categorie:

- ✓ adozione di procedure informatiche;
- ✓ trasparenza;
- ✓ formazione del personale;
- ✓ rotazione del personale coinvolto in procedimenti definiti “sensibili”;
- ✓ affiancamento di più funzionari coinvolto in procedimenti definiti “sensibili”;
- ✓ diffusione di buone pratiche – best practice – e partecipazione a gruppi di lavoro sia interni al Sistema Camerale che esterni.

### **LINEA 3 - TRANSIZIONE BUROCRATICA E SEMPLIFICAZIONE**

La linea strategica delineata pone l’accento sull’innovazione ed informatizzazione dei servizi offerti alle imprese.

L’intervento della Camera si sostanzia nella sensibilizzazione e diffusione degli strumenti di firma digitale/CNS (certificato di autenticazione) e dell’informatizzazione, l’utilizzo sistematico delle tecnologie ICT - Egovernment – Telemaco, la promozione di nuovi servizi digitali - cassetto digitale dell’imprenditore - fatturazione elettronica - libri digitali – Digital DNA (nuovi dispositivi di firma digitale utilizzabili anche su dispositivi mobili) – SPID (apposite attività di sensibilizzazione dell’utenza saranno adottate per incrementare la diffusione della firma digitale/cns, cassetto digitale dell’imprenditore, SPID).

Nella sensibilizzazione delle imprese all’assolvimento dell’obbligo di iscrizione e mantenimento del proprio domicilio digitale ed all’applicazione delle disposizioni di cui all’art. 37 del D.L. 76/2020 convertito con L. 120/2020 in maniera uniforme sul territorio regionale e nazionale, quindi in armonia con le altre Camere di Commercio.

Il domicilio digitale acquisisce una rilevante importanza per garantire la rapidità e la certezza del dialogo con la PA cardine per la riduzione dei costi delle PA e delle imprese stesse. (apposite attività di sensibilizzazione ed informazione delle imprese saranno adottate in ordine all’applicazione delle disposizioni normative in materia).

Allo stesso tempo, l’applicazione delle disposizioni di cui all’art.40 del D.L. 76/2020 convertito con L. 120/2020 consentono di migliorare la qualità delle informazioni dei dati del Registro delle Imprese. L’applicazione delle disposizioni di cui all’art.5 del D.Lgs. 183/2021 (soggetto obbligato o legittimato - firma elettronica qualificata) consentiranno una ulteriore maggiore diffusione dei dispositivi di firma digitale/CNS unitamente all’eliminazione della procura per le istanze di iscrizione o deposito di atti o dati nel registro delle imprese.



Sarà aumentata la diffusione verso l'utenza delle informazioni amministrative Registro delle Imprese attraverso la messa a disposizione di un Supporto Specialistico On Line (SARI – supporto specialistico Registro Imprese).

Saranno colte le opportunità di finanziamento previste dal PNRR accessibili alle Camere di Commercio per la digitalizzazione e la informatizzazione dei servizi all'utenza e dell'Ente stesso.

Sarà valutato l'accreditamento al Network internazionale per i certificati di origine in armonia con l'intero sistema camerale.

Il Registro delle Imprese sarà, inoltre, chiamato a gestire l'adempimento relativo al Titolare Effettivo che richiederà un ulteriore sforzo organizzativo a parità di risorse umane disponibili.

L'Ente promuove l'azione tesa al dialogo e l'accordo con le PP.AA. del territorio per la gestione dei servizi all'utenza. In tale ambito particolare attenzione sarà posta all'ulteriore sviluppo del SUAP (Sportello Unico Attività Produttive) che tra l'altro consente l'automatica alimentazione del fascicolo elettronico d'impresa.

Sarà valorizzata la partecipazione a gruppi di lavoro congiunti (Infocamere, Unioncamere, Unioncamere Campania, Camere di Commercio italiane, ATECO, Conservatori).

Nell'ambito di tale linea strategica risulta essenziale l'attività di comunicazione attraverso il sito istituzionale ed i social media, l'identità e il ruolo di pubblica amministrazione efficiente, la sua utilità e il suo legame con il territorio, non trascurando l'imprescindibile verifica a posteriori del grado di soddisfazione dei servizi offerti e delle attività realizzate.

Attenzione sarà riposta anche allo sviluppo delle competenze digitali del personale al fine di offrire assistenza qualificata alle imprese per gli adempimenti amministrativi digitali.

## **LINEA 4 - REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DEL CONSUMATORE**

L'adesione dell'Italia all'UE ha comportato un profondo ripensamento delle politiche di intervento pubblico nell'economia poiché il legislatore comunitario ha introdotto due importanti principi negli ordinamenti nazionali: il principio di libera concorrenza tra gli operatori economici e quello di libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali nell'ottica di costruire un mercato unico senza barriere e limitazioni. Le conseguenze nel nostro ordinamento di una siffatta impostazione hanno riguardato soprattutto il graduale abbandono dei modelli di intervento pubblico diretto, considerati inefficienti e obsoleti, a favore di modelli più snelli e meno costosi basati sull'esercizio di funzioni di regolazione. Alla legge viene quindi assegnato il compito di fissare le cosiddette "regole del gioco" mentre alla PA quello di vigilare sulla loro osservanza in modo tale che tra gli operatori possano svilupparsi relazioni economiche corrette, leali e trasparenti nell'ottica di preservare le condizioni di base del mercato libero e concorrenziale.



In tale ambito, le Camere di commercio svolgono un ruolo attivo teso da un lato a garantire un mercato trasparente e concorrenziale per le imprese che vi operano correttamente e, dall'altro, innalzare il livello di salute, sicurezza e tutela per i consumatori

Pertanto, anche la Camera di Commercio di Salerno ritiene essenziale assicurare la correttezza nei rapporti tra gli operatori economici (imprese e consumatori) attraverso il presidio di tutti i compiti istituzionali rientranti nell'ampio concetto di regolazione del mercato.

Tra essi, spiccano le funzioni in tema di metrologia legale che si occupano delle unità, dei metodi e degli strumenti di misura, relative alle esigenze tecniche e giuridiche dello Stato allo scopo di garantire la correttezza delle misure utilizzate per le transazioni commerciali e, più in generale, a garantire la pubblica fede in ogni tipo di rapporto economico tra più parti, attraverso l'esattezza della misura; tali attività si sostanzieranno in un'intensa attività ispettiva tesa a verificare il corretto funzionamento degli strumenti metrici, la genuinità dei sigilli metrici apposti sugli strumenti, la regolare esecuzione delle verifiche periodiche.

Particolarmente importante sarà, altresì, l'attività di vigilanza che l'Ente svolgerà sui centri tecnici abilitati allo svolgimento sui tachigrafi digitali di tutte le operazioni di montaggio, attivazione, taratura, riparazione e sostituzione. Il sistema del nuovo tachigrafo digitale si fonda su specifiche norme di sicurezza, tese ad assicurare l'impossibilità della manipolazione dell'apparato digitale allo scopo di garantire la correttezza dei dati sulla velocità ed i tempi di guida, il cui rispetto è considerato determinante per la sicurezza stradale. A tal fine, assume estrema rilevanza la serietà e la capacità tecnica e professionale dei centri tecnici abilitati ad operare sui cronotachigrafi. In Italia l'autorizzazione è rilasciata dal Ministero dello Sviluppo Economico e le domande sono presentate alle Camere di Commercio, che predispongono l'istruttoria per l'inoltro al MISE.

Se le attività di regolazione del mercato rappresentano un pilastro delle politiche pubbliche comunitarie e nazionali, nondimeno importante è la tutela del consumatore. La normativa europea sancisce, infatti, il diritto dei consumatori alla tutela della salute, alla qualità dei prodotti e dei servizi, ad un'adeguata informazione, nonché alla trasparenza ed equità dei rapporti contrattuali. Le attività che su questo versante vedranno la Camera impegnata si concretizzeranno in azioni di:

- ✓ informazione preventiva a consumatori ed imprese su diritti ed obblighi previsti dalla normativa vigente per garantire la produzione, distribuzione e acquisto di prodotti sicuri rientranti negli ambiti di competenza della Camera (elettrici e compatibilità elettromagnetica, dispositivi di protezione individuale, giocattoli, prodotti generici di cui al Codice del consumo, prodotti connessi all'energia, tessili e calzature). Sarà, altresì, necessario fornire servizi informativi anche in tema corretta etichettatura di prodotti alimentari attivando dei protocolli di intesa con le Autorità preposte al controllo (NAS, Regione, ASL) nonché con gli organismi del sistema camerale impegnati in questo ambito;
- ✓ accertamento della presenza sul territorio salernitano di prodotti non conformi alle norme di sicurezza mediante attività di controllo sugli operatori economici interessati (fabbricante, mandatario, importatore, distributore) di tipo:
  - ⇒ *visivo*, sugli elementi formali dei prodotti;



- ⇒ *documentale* sulle informazioni che eventualmente i produttori devono tenere a disposizione per dimostrare la valutazione di conformità eseguita sul prodotto;
  - ⇒ *di laboratorio*, verificando l'effettiva rispondenza dei prodotti, secondo i casi, ai requisiti essenziali di legge o a quanto dichiarato in etichetta.
- ✓ accertamento di prodotti contraffatti recanti denominazioni fallaci che richiamano l'origine italiana allo scopo di rispondere alla esigenza di garantire, da un lato, la tracciabilità del prodotto nelle varie fasi di realizzazione e, dall'altro, di tutelare la filiera produttiva nei suoi vari passaggi; tali attività dovranno essere articolate in stretto raccordo con le autorità di polizia giudiziaria tra le quali la Guardia di Finanza.

In ogni caso tutte le attività in tema di sicurezza dei prodotti vedranno la Camera operare anche in stretto raccordo con l'Unioncamere nazionale nell'ambito di azioni di sistema quali, ad esempio, il progetto di sistema VIMER.

Nell'ambito delle iniziative di cui alla presente linea strategica si intende, altresì, promuovere la correttezza e trasparenza dei comportamenti tra imprese e consumatori attraverso la creazione di marchi collettivi aventi una caratterizzazione di tipo territoriale ovvero l'adesione a marchi realizzati dal sistema camerale per la connotazione di specifiche filiere produttive.

La tutela della fede pubblica troverà esplicitazione nel periodo di mandato anche attraverso la presenza di funzionari camerale nel corso delle manifestazioni a premio. Si tratta di iniziative pubblicitarie dirette a favorire, nel territorio dello Stato italiano e attraverso la promessa di premi, la conoscenza di prodotti, servizi, ditte, insegne o marchi oppure la vendita di beni o servizi. Lo svolgimento delle manifestazioni a premio è disciplinato dal DPR 26/10/2001, n. 430 che prevede l'obbligo per l'impresa di richiedere l'intervento di un pubblico ufficiale, notaio o funzionario della Camera di Commercio territorialmente competente, per la verifica della regolarità dell'assegnazione dei premi e per la redazione dei verbali secondo precise modalità.

Un mercato può dirsi davvero trasparente ed efficiente nella misura in cui non vi siano asimmetrie informative tali da squilibrare il rapporto tra gli operatori ex ante, in itinere ed ex post. Difatti, è di tutta evidenza come sia di fondamentale importanza per ciascun operatore di mercato disporre di tutte le informazioni possibili al fine di valutare correttamente il rischio connesso ad un determinato rapporto economico. Con la tenuta del Registro telematico dei protesti la Camera di commercio concorre a colmare le asimmetrie informative esistenti sul mercato mettendo a disposizione del pubblico informazioni sull'affidabilità dei soggetti di mercato. Infatti, il registro raccoglie in una banca dati nazionale, i nominativi dei soggetti che hanno subito una levata di protesto per mancato pagamento di pagherò cambiari, tratte accettate e assegni bancari e per mancata accettazione di cambiali. Si tratta di un servizio camerale particolarmente importante e delicato poiché sono evidenti i riflessi sul credito, sull'affidabilità commerciale del soggetto protestato e più in generale sulla fede pubblica. Oltre alle ordinarie attività amministrative legate alla tenuta del registro (iscrizione dei protesti, cancellazione per avvenuto pagamento, per riabilitazione, rilascio visure protesti), la Camera dovrà porre in essere azioni informative tese ad informare i soggetti protestati circa le condizioni e le modalità di cancellazione di un protesto dal Registro allo scopo di consentire un recupero di credibilità/affidabilità nei confronti degli altri soggetti di mercato. .



Rientrano, altresì, nella regolazione del mercato le attività camerali per la tutela e valorizzazione delle opere dell'ingegno di carattere creativo volte alla produzione dei cosiddetti "beni immateriali" i quali beneficiano della protezione da parte di norme che attribuiscono ai titolari diritti sui beni stessi:

- ✓ di natura personale (diritto di essere riconosciuto autore o ideatore del bene);
- ✓ di natura patrimoniale (diritto di sfruttare economicamente il risultato della propria attività di creazione o di invenzione).

La Camera di commercio di Salerno, nell'ottica di sostenere la competitività delle PMI, affiancherà alla consueta attività di ricezione delle domande di registrazione per marchi di impresa, per brevetti, per invenzioni industriali e modelli di utilità nonché domande di registrazione per disegni e modelli, nonché attività di informazione e assistenza di primo livello e, in generale, di supporto al tessuto imprenditoriale locale per favorire la tutela del patrimonio immateriale delle imprese nell'ambito delle iniziative poste in essere dal P.I.P. (Patent Information Point) ovvero Punto di Informazione Brevettuale di cui la Camera è parte in forza di una convenzione tra la Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – UIBM del Ministero dello Sviluppo Economico ed Unioncamere. Questo sportello proseguirà il servizio di orientamento con l'indicazione degli strumenti di tutela esistenti per quanto riguarda i diritti di proprietà intellettuale al fine di contribuire allo sviluppo della cultura degli "assets immateriali", con particolare attenzione alla valorizzazione ed alle opportunità che un deposito effettuato correttamente può garantire.

Proseguirà, inoltre, l'attività della Camera sul fronte della qualificazione ambientale che proseguirà dando piena attuazione alle funzioni assegnate dalla legge, nonché assicurando un ampio raccordo con le iniziative anche info/formative che saranno implementate dal sistema camerale a beneficio delle imprese.

Strettamente connessa all'attività di vigilanza del mercato è l'esercizio dell'attività sanzionatoria in materia di illeciti amministrativi che le Camere svolgono in virtù del d.lgs n. 112/98. Tale attività si sostanzia nella emanazione di ordinanze - ingiunzioni a seguito di verbali elevati da vari organi di controllo (Camere di commercio, Polizia Municipale, Polizia di Stato, Carabinieri, Guardia di Finanza, ecc..) per la violazione di norme relative alle seguenti materie:

- ✓ sicurezza dei prodotti;
- ✓ etichettatura e marcatura di prodotti non alimentari,
- ✓ fallace indicazione dell'uso del marchio;
- ✓ omessi e ritardati depositi al Registro Imprese;
- ✓ mancata iscrizione a Ruoli e Albi camerali,
- ✓ strumenti metrici,
- ✓ metalli preziosi,
- ✓ commercializzazione sacchi monouso per asporto merci,
- ✓ sicurezza degli impianti,
- ✓ attività di autoriparazione,
- ✓ magazzini generali,
- ✓ contratti negoziati fuori dai locali commerciali e contratti a distanza.

Su questo versante, la Camera non dovrà porsi solo come ente con funzioni di carattere sanzionatorio-repressivo ma anche come soggetto aperto e dialogante con l'utenza allo scopo di prevenire il verificarsi di illeciti amministrativi mediante la pianificazione di campagne informative, incontri con associazioni di categoria e ordini professionali.



Le attività camerali che rientrano nella regolazione del mercato sono finalizzate a fornire agli operatori del mercato, in una logica di prevenzione del contenzioso, strumenti per acquisire consapevolezza circa le normative esistenti e stimolare lo sviluppo di relazioni commerciali corrette ed equilibrate. Ciò nonostante, nella realtà quotidiana è pressoché frequente l'insorgere di contenziosi per la cui soluzione si registrano tempi particolarmente lunghi e costi assolutamente elevati. La Camera di commercio di Salerno intende favorire mediante i servizi di risoluzione alternativa delle controversie strumenti rapidi, flessibili e poco onerosi affinché le parti in causa possano giungere velocemente alla soluzione del contenzioso. Obiettivo prioritario della Camera sarà, pertanto, quello di proseguire l'attività di mediazione e conciliazione attraverso l'organismo di mediazione autorizzato dal Ministero della Giustizia, anche ampliandone, in collaborazione con altri soggetti pubblici come gli ordini professionali, il raggio di azione, nonché di implementare azioni di promozione di iniziative formative e di diffusione delle stesse procedure al fine di creare una vera e propria cultura della risoluzione alternativa delle controversie intesa quale diverso approccio al conflitto ed alla sua gestione. Nondimeno importante sarà la realizzazione di azioni tese alla diffusione dell'arbitrato. In questa direzione sarà necessario intensificare i rapporti con gli organi giudiziari, gli ordini professionali e le associazioni di categoria datoriali, dei consumatori e sindacali.

## LA CAMERA A SUPPORTO DELLE IMPRESE

### LINEA 5 - TRANSIZIONE DIGITALE ED ECOLOGICA

Lo scenario economico in cui oggi si muovono le imprese è sempre più complesso, in continua evoluzione, e spesso il loro successo è determinato dalla capacità di ottenere un vantaggio competitivo rispetto alle concorrenti in termini d'innovazione. Questo vale per tutti i settori economici e richiede investimenti in ricerca e sviluppo, brevetti, centri di ricerca e incubatori, università di prima qualità, capitale umano qualificato, imprese ICT e a elevata tecnologia.

Gli ultimi 2 anni hanno dato uno slancio alla digitalizzazione delle aziende e ci si avvia nel segno della continuità per arrivare a una trasformazione maggiore e approdare all'Industria 5.0 o meglio Società 5.0. L'Unione Europea spinge verso questo passaggio, forte di alcuni punti in comune: l'iterazione uomo-macchina, tecnologie di ispirazione biologica, analisi data, intelligenza artificiale ed efficienza energetica. I prossimi passi del progresso si baseranno su questi obiettivi: *humancentric*, ponendo l'essere umano al cuore del processo produttivo, per cui la tecnologia deve essere al servizio del lavoratore, offrendo opportunità di crescita e formazione; *sostenibilità*, ovvero maggiore utilizzo di fonti rinnovabili, riutilizzo di energia e minori sprechi e quindi un'accurata gestione delle risorse a disposizione; infine *la resilienza*, intesa come necessità di sviluppare un livello di robustezza più elevato in ambito industriale.

Restano intoccabili i diritti di privacy, autonomia e dignità umana, adattando la tecnologia alle esigenze del lavoratore. Centrale l'economia circolare e l'efficienza energetica per un futuro più green all'interno delle aziende. Inoltre, proprio la pandemia ha imposto una maggiore digitalizzazione, ma anche a rivederne le modalità. Al centro del processo di produzione deve esserci il miglioramento delle condizioni di vita e lavorative e quindi un significativo benessere per l'individuo e la società. Solo così l'utilizzo di nuove tecnologie non andrà ad intaccare il numero di posti di lavoro, ma renderà il luogo di



impiego più sicuro e inclusivo, aumentando benessere e soddisfazione. I robot, ad esempio, potrebbero svolgere proprio quelle mansioni più pericolose e faticose per l'uomo, incrementando la sicurezza negli ambienti lavorativi.

Lo scopo della Società 5.0 sarà quello di sfruttare la capacità e l'intelligenza delle macchine per aumentare le produzioni, le collaborazioni con l'uomo e alzare la qualità dei propri prodotti. Inoltre, influenzerà il mondo del lavoro richiedendo lavoratori sempre più specializzati e formati, e andando a ridefinire alcune attività nel contesto industriale.

Le Pmi – Piccole e medie imprese sono la realtà trainante nel nostro Paese, ma sono ancora troppo poco digitalizzate. Secondo lo studio del DESI (Digital Economy and Society Index), l'indice creato dalla Commissione Europea per monitorare i progressi dei paesi UE, il livello di digitalizzazione delle Pmi italiane è sotto la media del continente. Un ritardo che riguarda vendite online, presenza sul web, marketing e comunicazione, analisi di Big data e tecnologia.

Le nuove sfide appaiono quindi molto impegnative, aggiornando il quadro delineato dal Piano nazionale Impresa 4.0. Tale Piano ha indicato chiaramente le traiettorie lungo le quali deve svilupparsi questo intenso programma d'azione a sostegno dell'innovazione, che interessa tutti i settori economici e tutte le imprese, anche di più piccola dimensione, artigiane, commerciali e turistiche e ha attribuito al sistema camerale il ruolo determinante di attuatore di parte di esso, in collaborazione con altri soggetti, nonché di promotore della cultura digitale presso il mondo imprenditoriale. Lungo questa direzione si lavorerà nel prossimo quinquennio, in continuità con quanto già realizzato, anno in cui si sono poste le basi per lo sviluppo di una solida strategia che vedrà la Camera di Commercio impegnata a indirizzare e sostenere le imprese locali, con costante attenzione alle specificità settoriali, nella *digital economy*.

Digitalizzare le attività aziendali significa riprogettare e gestire in modo integrato e collaborativo i processi interni ed esterni. Le opportunità di miglioramento legate all'adozione delle ICT in maniera consapevole, integrata e strategicamente legata al business possono rappresentare un nuovo paradigma organizzativo, che consente di affrontare con consapevolezza le evoluzioni e i potenziali rischi del futuro e non più un mero differenziale competitivo di breve-medio termine.

In piena sintonia con il citato Piano nazionale, la Camera si adopererà per:

- ✓ diffondere la conoscenza e le competenze sulle tecnologie impresa 4.0 e sui vantaggi che offrono;
- ✓ affiancare le imprese nella comprensione della propria maturità digitale e nell'individuazione delle aree di intervento prioritarie;
- ✓ orientare le imprese verso strutture di supporto alla trasformazione digitale e centri di trasferimento tecnologico.

Il PID (Punto Impresa Digitale) affidato alle Camere di Commercio italiane, è uno strumento fondamentale di questo percorso di assistenza e accompagnamento delle imprese verso la digitalizzazione ed è uno degli snodi del network nazionale 4.0, insieme ai *Digital Innovation Hub* e ai *Competence Center* individuati dal Ministero per lo Sviluppo Economico. Su tale fronte la Camera di Salerno proseguirà e amplierà le attività PidMed attivate nel precedente quinquennio.



Uno degli strumenti più utili che il PID mette a disposizione è l'*assessment tool*, una metodologia di analisi utile a misurare il posizionamento digitale di un'impresa e la sua capacità di introdurre tecnologie abilitanti in grado di modificare e migliorare il proprio modello di business. Un passaggio chiave, questo, per ricevere le informazioni e l'assistenza più idonea. Il coinvolgimento delle imprese e la crescita della consapevolezza sulle soluzioni offerte dal digitale dipenderà dalla capacità della Camera di Commercio di effettuare un'azione informativa costante e mirata per target sulle progettualità attivate, adottando quindi una logica di tipo *push*.

Il cuore pulsante di quest'insieme di politiche, realizzate nello spirito del Piano nazionale, è rappresentato dai voucher finalizzati a soddisfare la domanda di consulenza e di formazione specialistica delle imprese oppure, a un livello più avanzato, a favorire l'introduzione di processi di *digital transformation* e dunque a sostenere gli investimenti tecnologici. Lo strumento del bando di contributo destinato alle aziende del territorio, anche grazie al dialogo con le associazioni di categoria, rimarrà centrale nella politica promozionale dell'Ente.

Per quanto riguarda la qualificazione aziendale e dei prodotti, si evidenzia che si tratta di un ambito di intervento su cui la Camera opererà in convenzione con la Regione e altri soggetti pubblici e privati. Rientreranno in questo filone strategico tutte quelle attività destinate a innalzare il livello competitivo delle imprese attraverso il rafforzamento di determinate variabili competitive capaci di aumentare la qualità degli output aziendali segnatamente in termini di:

- ✓ certificazione di qualità;
- ✓ certificazione ambientale;
- ✓ responsabilità sociale di impresa.

Le attività che s'intendono porre in essere saranno soprattutto di carattere informativo e formativo nell'ambito di misure specifiche che di volta in volta saranno attivate dai soggetti convenzionati.

Da evidenziare che il Comitato esecutivo di Unioncamere ha approvato il 27 luglio 2022 le linee strategiche di intervento per i progetti da realizzare attraverso l'incremento del 20% del diritto annuale nel prossimo triennio 2023-2025. Tra i progetti nazionali, che per alcuni aspetti danno continuità alle strategie di intervento sviluppate nel precedente triennio, è prevista "La doppia transizione digitale ed ecologica", con un focus particolare sullo sviluppo di ecosistemi, dell'innovazione digitale e green, affiancando così le imprese nei processi di cambiamento.

## **LINEA 6 - ORIENTAMENTO AL LAVORO: GIOVANI E NUOVE IMPRESE**

La promozione di nuova imprenditorialità parte dal riconoscimento del ruolo del sistema scolastico, cruciale per avvicinare le nuove generazioni alle esigenze di un mercato del lavoro in costante evoluzione, che richiede nuove professionalità e competenze, a partire da quelle digitali e green, prosegue con il sistema universitario, veicolo di innovazione, e tocca infine le *startup*, determinanti per la crescita economica.

Da sempre l'azione della Camera a sostegno del sistema imprenditoriale è rivolta anche alle nuove imprese, non solo nell'offrire loro supporto in fase di startup, ma operando



anche nel fornire servizi di orientamento e formazione per giovani aspiranti imprenditori e prima ancora progettando percorsi di alternanza scuola-lavoro.

La continua trasformazione del Mercato del Lavoro ha imposto, nel corso degli anni, una riflessione sulle politiche di valorizzazione del capitale umano. In tale ambito, l'orientamento assume una crescente centralità. Orientare significa creare le condizioni affinché ciascun individuo possa prendere coscienza del contesto occupazionale e del proprio bagaglio di competenze per poter assumere scelte autonome e coerenti con il contesto stesso. L'orientamento diventa, quindi, lo strumento a disposizione dell'individuo per definire il proprio ruolo in una determinata realtà e per attivare e facilitare il processo di scelta formativo/professionale del soggetto.

Occorre, quindi, creare le condizioni affinché la fase di orientamento al lavoro, soprattutto se indirizzata alle giovani generazioni, avvenga in maniera mirata ed attenta tenendo conto delle esigenze del sistema produttivo in modo tale da avvicinare in modo strutturale e permanente la domanda all'offerta nel mercato del lavoro.

La Camera di Commercio di Salerno, pertanto, nel riconoscere il valore fondamentale dell'orientamento al lavoro e alle professioni intende concorrere al miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza dei sistemi di istruzione, formazione e lavoro attraverso il potenziamento dell'incontro tra domanda e offerta di competenze favorendo, in tal modo, il successo formativo degli individui nonché la loro occupabilità.

Le modalità attraverso le quali la Camera declinerà nel periodo di mandato la linea strategica saranno diverse, sebbene tutte idealmente ed operativamente basate sul presupposto di un'intensa collaborazione e raccordo con le istituzioni governative e regionali competenti, il sistema di istruzione secondario di secondo grado, le Università.

La riforma del sistema scolastico del 2015 (Buona Scuola) introduce l'obbligatorietà per le scuole secondarie di secondo grado di effettuare percorsi di alternanza scuola-lavoro per gli studenti dell'ultimo triennio. La successiva riforma delle Camere di Commercio attribuisce loro competenze in materia di orientamento al lavoro e alle professioni, in coordinamento con il Governo, le regioni e l'ANPAL, individuando quattro linee di azione:

- ✓ *la tenuta del Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola- Lavoro;*
- ✓ *la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze degli studenti;*
- ✓ *il supporto all'incontro tra domanda e offerta di lavoro;*
- ✓ *il sostegno alla transizione dalla scuola e dall'università al lavoro.*

Il ruolo della Camera è quello di un facilitatore, che si propone di agevolare il contatto tra due mondi, quello della formazione scolastica e quello delle imprese, promuovendo la cultura dell'alternanza presso tutti i soggetti coinvolti. Da un lato, le scuole denunciano difficoltà nella progettazione di percorsi di alternanza e nell'individuazione di imprese che possano accogliere i propri studenti. Le imprese per contro spesso non vedono l'alternanza come un'opportunità, ma al contrario sono scoraggiate dal tempo e dall'impegno da dedicare alla realizzazione del progetto. Una prima modalità di azione con la quale la Camera potrebbe intervenire è il cosiddetto 'stage di reciprocità', che prevede momenti di incontro che permettano un contatto concreto tra i due mondi, portando gli imprenditori nelle scuole e i docenti nelle imprese, favorendo così la conoscenza reciproca



e la nascita di una progettualità comune finalizzata a sviluppare i percorsi di alternanza scuola-lavoro. Analogamente potranno essere costruiti sui territori “sistemi di premialità” a favore dei soggetti maggiormente proattivi, con l’obiettivo di rafforzare il network esistente tra istituti scolastici, Camera di Commercio, associazioni di categoria e imprese.

Al fine di ridurre il mismatch tra domanda e offerta di lavoro, la Camera accompagnerà le proprie iniziative con attività di ricerca e monitoraggio, utili a indirizzare i piani di sviluppo formativo del sistema scolastico locale verso i profili professionali maggiormente ricercati. Attraverso la partecipazione all’indagine Excelsior sulle previsioni di assunzione delle imprese, la Camera contribuirà ad una mappatura delle professioni del futuro da mettere a disposizione degli attori interessati - scuole, imprese e famiglie. La Camera intende, quindi, proseguire con Unioncamere e in collaborazione con il Ministero del Lavoro e l’Unione Europea, alla realizzazione del “Sistema informativo per l’occupazione e la formazione” Excelsior. Si tratta di una delle più ampie indagini previste dal Programma Statistico Nazionale ed è la fonte informativa più completa sulla domanda di lavoro in Italia in quanto offre la possibilità di conoscere approfonditamente e puntualmente i fabbisogni professionali e formativi delle imprese. Per le assunzioni sono raccolte indicazioni analitiche sulle caratteristiche del personale che l’impresa intende acquisire. Il questionario tocca anche altri temi specifici quali le previsioni di assunzione di lavoratori immigrati, la formazione continua e i tirocini formativi e orientativi nelle imprese italiane. Le informazioni derivanti dalla ricerca dovranno essere oggetto di una capillare attività informativa a beneficio dei principali attori locali quali i centri per l’impiego.

Grazie alla banca dati Excelsior viene offerto un contributo prezioso per migliorare l’incontro tra domanda e offerta di lavoro, problema che ha assunto da tempo dimensioni preoccupanti. Si calcola che lo skill gap e lo skill mismatch pesino come una tassa occulta del 6% sull’intera economia. Per rendere più efficace e veloce l’individuazione delle risorse umane dotate delle competenze necessarie alle imprese, verrà orientato il percorso formativo dei giovani verso il mondo del lavoro, avendo come riferimento i fabbisogni espressi dal mercato e, in particolare, le opportunità offerte dalla filiera formativa tecnico-professionale, dall’istruzione tecnica superiore (ITS) e dai percorsi anche universitari dell’area STEAM (Science, Technology, Engineering, Art, Mathematics).

Altro aspetto importante riguarda la certificazione delle competenze che dovrà rappresentare un’ulteriore declinazione della strategia di orientamento al lavoro. Difatti, la strategia Europa 2020 pone lo sviluppo di conoscenze, capacità e competenze quale premessa per la crescita economica e dell’occupazione al fine di migliorare l’ingresso e il miglioramento nel mercato del lavoro, facilitare le transizioni tra le fasi lavorative e di apprendimento, promuovere la mobilità geografica e professionale. A tale scopo si consolida l’esigenza di costruire un sistema di riconoscimento, validazione e certificazione delle competenze che permetta a chiunque di poter valorizzare e spendere le proprie competenze acquisite in un determinato contesto geografico, nel mercato europeo del lavoro. Di particolare rilevanza per la Camera sarà la collaborazione per la realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti non formali (caratterizzato da una scelta intenzionale della persona, che si realizza al di fuori dei sistemi indicati nell’apprendimento formale, in ogni organismo che persegua scopi educativi e formativi, anche del volontariato, del servizio civile nazionale e del privato sociale e nelle imprese) e informali (ossia quello che, anche a prescindere da una scelta intenzionale, si realizza nello svolgimento, da parte di ogni persona, di attività nelle



situazioni di vita quotidiana e nelle interazioni che in essa hanno luogo, nell'ambito del contesto di lavoro, familiare e del tempo libero).

Ulteriori attività dovranno essere realizzate, infine, sul versante della formazione e aggiornamento professionale permanente (*lifelong learning*) riconoscendo il ruolo fondamentale da un lato dell'Università, quale attore di supporto e di stimolo al sistema territoriale, offrendo opportunità di formazione per il rafforzamento del capitale umano locale, dall'altro delle Associazioni di categoria quali soggetti rappresentativi dei fabbisogni espressi dalle imprese.

La seconda declinazione del tema riguarda i giovani imprenditori e le *startup*, che richiedono un fertile ecosistema dove far nascere e crescere le proprie idee: Università, incubatori, enti pubblici e soggetti privati impegnati nell'erogazione di servizi per l'avvio e lo sviluppo d'impresa, nonché nel supporto alla realizzazione di progetti imprenditoriali avanzati, capaci di produrre quell'innovazione di processo e di prodotto che rappresenta l'elemento distintivo.

Lungo questo solco, la Camera favorirà la collaborazione tra imprese e sistema universitario e della ricerca. Utili sinergie potranno essere sviluppate anche con riferimento ai servizi rivolti alle *startup* innovative sotto il profilo amministrativo. La Camera di Commercio è infatti incaricata della tenuta dell'anagrafe delle *startup* innovative attraverso l'apposita sezione del Registro Imprese. L'attività di supporto proseguirà anche in relazione alle procedure amministrative inerenti al Registro Imprese, mediante i servizi erogati dall'ufficio Assistenza Qualificata alle Imprese (AQI) sia in fase di costituzione della società che di modifica dello statuto societario.

Oltre ad agevolare l'accesso ai servizi, la strategia d'azione per le *startup* non potrà prescindere dallo sviluppo di azioni di supporto per l'individuazione di forme di finanziamento che ne possano sostenere la crescita.

Da evidenziare che il Comitato esecutivo di Unioncamere ha approvato il 27 luglio 2022 le linee strategiche di intervento per i progetti da realizzare attraverso l'incremento del 20% del diritto annuale nel prossimo triennio 2023-2025. Tra i progetti nazionali, che per alcuni aspetti danno continuità alle strategie di intervento sviluppate nel precedente triennio, è prevista "L'incontro tra domanda e offerta di lavoro", con azioni di supporto alle imprese attraverso l'orientamento, la certificazione delle competenze, il rapporto con gli ITS.

## **LINEA 7 - SOSTEGNO ALL'IMPRENDITORIALITÀ**

L'impresa rappresenta il fulcro dello sviluppo economico e sociale di qualsiasi Paese. Nella sua accezione moderna, essa non rappresenta più solamente uno strumento per la creazione del profitto ma al contrario è un mezzo a disposizione dell'individuo con il quale dare corpo alle proprie idee, proiettandole nel futuro, per costruire una vita migliore per sé e per gli altri, per le generazioni presenti e future.

L'impresa è quindi per sua essenza un'attività umana destinata a durare nel tempo anche oltre la vita del suo stesso fondatore.



Eppure, diverse ricerche hanno evidenziato come la mortalità imprenditoriale sia particolarmente alta nei primi cinque anni di vita e lo sia in misura ancora maggiore per quelle imprese nate in maniera improvvisata, senza la redazione di un piano di impresa e senza un'adeguata formazione del neo imprenditore. In altre parole, un'impresa che voglia affrontare con successo la sfida del mercato deve essere attentamente pensata e progettata sulla carta prima di essere concretamente realizzata.

La Camera di Salerno, in quanto autonomia funzionale e soggetto istituzionalmente più vicino all'impresa e al tessuto economico del territorio e quindi più direttamente responsabile del suo sviluppo, riconosce la rilevanza strategica delle attività di promozione volte a favorire la nuova imprenditorialità e lo sviluppo delle realtà esistenti. In tale ottica, l'Ente intende nei prossimi anni porsi quale soggetto di riferimento a livello locale per aspiranti/neo imprenditori, start up innovative e più in generale sui temi della cultura di impresa.

A tale scopo verrà sviluppato un network relazionale sia con Enti e istituzioni di rilievo nazionale, in primis Unioncamere, Governo, Invitalia, Ente nazionale per il microcredito, che locale al fine di offrire una gamma completa di servizi per lo start up d'impresa capaci di soddisfare le diverse esigenze dell'aspirante/neo imprenditore nel corso della fase iniziale della vita aziendale. In particolare, tali servizi saranno strutturati nel seguente modo e rientreranno prevalentemente nell'ambito delle iniziative di sistema imperniate sul portale FILO:

- ✓ attività di prima assistenza e orientamento al fine di fornire a tutti coloro che intendono avviare una nuova impresa o ai nuovi imprenditori (chi ha avviato un'attività da non oltre tre anni) una stima del rischio d'impresa e delle capacità imprenditoriali;
- ✓ attività di tipo informativo sugli aspetti burocratici, amministrativi e legislativi necessari all'avvio di un'attività autonoma e imprenditoriale;
- ✓ attività di tipo formativo sugli aspetti manageriali, organizzativi e burocratici per l'avvio di impresa, nonché accompagnamento per la stesura del business plan;
- ✓ attività di accompagnamento nella ricerca di fonti di finanziamento, anche bancarie, compatibili con il tipo di attività di impresa che l'aspirante/neo imprenditore intende svolgere.

Nell'ambito della linea strategica, s'intende riservare una particolare attenzione alle iniziative imprenditoriali che si caratterizzano per l'entità degli investimenti in innovazione ad alto valore aggiunto che assumono la forma giuridica delle Start up e PMI innovative. Difatti, per tali imprese, già regolamentate da una disciplina di favore che prevede deroghe al diritto societario, agevolazioni fiscali e disposizioni specifiche in tema di lavoro subordinato e di raccolta di capitali, la Camera di Commercio di Salerno intende creare un canale di comunicazione diretto che vada al di là dei pur rilevanti aspetti burocratici legati all'iscrizione al Registro delle Imprese, per offrire un set aggiuntivo di servizi capaci di informare, orientare e far emergere quei soggetti imprenditoriali che benché costituiti non abbiano ancora assunto la connotazione di start up o PMI innovativa. Tale approccio appare in linea con il Piano nazionale Industria 4.0 che prevede un sistema di incentivi a favore delle iniziative imprenditoriali che si caratterizzano per l'elevato contenuto innovativo e che rappresentano il naturale destinatario di tali interventi governativi.



Il medesimo approccio strategico, potrà trovare una sua specifica declinazione anche con riferimento al ricambio generazionale in azienda. Ciò per ragioni di evidente analogia in termini di criticità tra l'avvio di una nuova impresa e la fase cruciale della continuità aziendale. Difatti, il passaggio generazionale, soprattutto nelle PMI a carattere familiare, è troppo spesso all'origine del fallimento aziendale per le difficoltà che le giovani generazioni incontrano in termini motivazionali, manageriali, di contesto, formative e, non ultimo, per la ritrosia dell'imprenditore a trasferire poteri e know how. La Camera di Commercio di Salerno, pertanto, intende rivolgere la propria attenzione anche a questa fase specifica del ciclo di vita aziendale.

Nell'ambito della linea strategica, in coerenza con le recenti misure legislative del Governo, sia in ambito fiscale (credito d'imposta, ricerca e sviluppo, patent box) che di politica economica e industriale (industria 4.0, finanziamenti Smart&Invitalia) si punterà in maniera decisa allo sviluppo del sistema produttivo attraverso la crescita del patrimonio intangibile delle imprese, considerato sempre di più il vero fattore strategico per la competitività, sia in ambito nazionale che internazionale.

Tutti i territori, compreso il nostro, per vincere hanno necessità di rafforzare il sistema delle reti, siano esse tangibili o intangibili, economiche o sociali, ma anche necessarie al collegamento locale o a più lungo raggio. Il tessuto imprenditoriale è in primo luogo un sistema di relazioni tra una pluralità di soggetti economici, la cui operatività beneficia di ricadute positive soprattutto se le singole imprese decidono di lavorare in squadra.

Unirsi a sistema significa infatti perseguire con maggiore efficacia gli obiettivi, il cui raggiungimento potrebbe risultare particolarmente complesso, se non impossibile, operando in maniera individuale. Salendo di un gradino, l'essere parte di una rete vuol dire poi risultati migliori per il network nel suo complesso, che riesce ad accelerare se non ad addirittura a moltiplicare la performance del singolo, attraverso una progettazione condivisa, lo scambio di informazioni ed esperienze ma anche grazie alla realizzazione di sinergie con le iniziative e i progetti promosse da altri soggetti.

Ecco perché promuovere e sostenere azioni di networking tra imprese, enti, associazioni di categoria e istituzioni, mettendo a fattor comune le esperienze già esistenti, è sicuramente uno dei temi strategici sui quali l'ente camerale focalizzerà la sua attenzione.

L'attuale contingenza derivante dalla crisi sanitaria ed internazionale, sta mostrando come il tema delle risorse finanziarie rappresenta un nodo cruciale per il prosieguo dell'attività d'impresa, dal momento che il credito, a causa dell'eccessivo indebitamento delle imprese, subirà probabilmente dei flussi più rallentati.

Occorre, pertanto, fornire alle imprese maggiore conoscenza e supportarle nell'utilizzo degli aspetti finanziari.

La Camera, anche con il supporto di Innexa, potrebbe fornire alle piccole e medie imprese strumenti e conoscenze necessarie a monitorare e consolidare il proprio equilibrio economico-finanziario e organizzativo, nonché a favorirne i rapporti con istituti di credito ed operatori di finanza complementare, e ad acquisire una maggiore consapevolezza circa lo stato di salute della propria impresa. In riferimento a tale scenario, è importante cogliere le opportunità fornite dalla nuova frontiera del fintech e degli altri strumenti di finanza alternativa e del microcredito; sviluppare l'utilizzo di strumenti quali le piattaforme di social



lending e di equity crowdfunding, i prestiti partecipativi e i minibond, gli strumenti di finanza agevolata valorizzare gli asset immateriali aziendali.

Si potrà quindi perseguire un “irrobustimento” della struttura finanziaria e organizzativa delle imprese e favorire formule di collaborazione e di aggregazione tra le imprese stesse attraverso la messa in comune di strumenti di servizio anche per prevenire e gestire le crisi aziendali.

Sul tema sarà utile anche il nuovo strumento della Composizione negoziata per la soluzione della crisi d’impresa, introdotta con il decreto legge 24 agosto 2021 n. 118. La nuova procedura ha un carattere esclusivamente volontario e stragiudiziale per gli imprenditori commerciali ed agricoli in condizioni di squilibrio patrimoniale o economico-finanziario. La Camera sarà chiamata a contribuire al nuovo servizio, con particolare riferimento alla Piattaforma telematica nazionale che rappresenterà il perno delle nuove procedure e alla diffusione di queste ultime. Questo servizio si affiancherà a quello che le camere di commercio stanno portando avanti dal 2019 con gli OCC.

La linea strategica ora delineata dovrà necessariamente connettersi con le altre linee strategiche contenute nel piano con particolare riferimento a quelle relative all’“orientamento al lavoro” e alla “semplificazione amministrativa” e alla “tutela e regolazione del mercato” così come sarà di fondamentale importanza creare un sistema di accompagnamento che veda al centro il coordinamento del MISE e dell’Unioncamere e in periferia la Camera come soggetto locale impegnato nel veicolare verso il tessuto produttivo locale le opportunità pianificate a livello centrale.

## **LINEA 8 - INTERNAZIONALIZZAZIONE**

La partita della competitività delle imprese si gioca anche sul piano dell’apertura internazionale: un sistema territoriale che non è inserito dentro le reti globali dei flussi materiali e immateriali è destinato all’emarginazione. Il grado di propensione all’export (misurato dal rapporto tra valore aggiunto ed esportazioni) e la capacità delle imprese di adattarsi con profitto ai mutamenti della geografia economica mondiale, nonché la capacità di attrazione di investimenti diretti esteri sono fattori di competitività fondamentali per le imprese e il territorio.

La crisi pandemica si è manifestata in una delicata fase storica di indebolimento del processo di integrazione economica globale che, a partire dalla Crisi finanziaria del 2008-2009, è stata caratterizzata da un rallentamento della crescita dei volumi di scambio, e dall’ascesa del protezionismo e del nazionalismo economico.

In questo scenario, per le imprese esportatrici, quelle italiane in particolare, si tratta di affrontare nuovi paradigmi strategici su cui misurarsi su scala globale: modifiche dell’organizzazione delle catene del valore; cambiamenti nei modelli di spesa e necessità di integrare l’esperienza di acquisto on-line con quella off-line; diffusione delle tecnologie digitali nella organizzazione aziendale come nel marketing e nelle modalità di vendita; centralità dei temi ambientali non solo nella ridefinizione dei processi produttivi ma anche nella catena logistica e nella comunicazione. Di conseguenza, l’intero sistema della promotion pubblica è chiamato a svolgere un ruolo diverso dal passato, a partire dal



sistema delle camere di commercio, che può sempre più rappresentare il vero punto di accesso per le imprese ai mercati internazionali, specialmente per quelle micro, piccole e artigiane all'estero.

Su questo tema gli obiettivi principali del sistema camerale sono:

- ✓ individuare, formare e avviare all'export le PMI attualmente operanti sul solo mercato nazionale (le cosiddette "potenziali esportatrici") e quelle che solo occasionalmente hanno esportato negli ultimi anni;
- ✓ rafforzare la presenza all'estero delle imprese già attive sui mercati globali, assistendole nell'individuazione di nuove opportunità di business nei mercati già serviti o nello *scouting* di nuovi mercati;
- ✓ digitalizzare le imprese come strumento di accesso ai mercati internazionali. A queste finalità risponde il progetto pluriennale nazionale *Sostegno all'export delle PMI (SEI)*, promosso dall'Unioncamere nazionale in collaborazione con Promos, per favorire l'avvicinamento delle imprese ai mercati esteri e rafforzarne la presenza, attraverso l'offerta di servizi omogenei su tutto il territorio nazionale - quali autovalutazione e *tool* di analisi delle opportunità di mercato, attività di informazione, sensibilizzazione e orientamento all'estero, primo accompagnamento alle PMI attraverso progetti individuali e di filiera, anche utilizzando la leva del digitale e del commercio elettronico - al quale la Camera continuerà a partecipare.

Tutto ciò richiede di ripensare i servizi per l'estero digitalizzandone l'offerta di servizi e, al contempo, definendo nuovi servizi digitali, disegnati ed erogati direttamente on-line. Gli elementi che dovranno sempre più contraddistinguere l'offerta camerale saranno: la personalizzazione; il lavoro sui canali di comunicazione e di contatto con le imprese; la definizione di format innovativi che combinino il rapporto digitale con forme più o meno articolate di presenza diretta (anche nel caso dell'e-commerce). Una particolare attenzione dovrà essere dedicata all'esportazione di servizi, in particolare per quei servizi e ad alto contenuto di conoscenza e di utilizzo della proprietà intellettuale, quali R&S, attività professionali, tecniche e commerciali, servizi IT, servizi culturali, turistici, finanziari e assicurativi.

Molte delle iniziative sull'internazionalizzazione saranno sviluppate in collaborazione con altri soggetti pubblici, principalmente con Promos e con l'ICE, che ha attivato un'intensa azione promozionale per incrementare la visibilità delle imprese italiane sulle grandi piattaforme di e-commerce, e con operatori privati che già dispongono di servizi per l'export digitale. Inoltre, la Camera potrà raccordarsi, anche con la Regione Campania nel quadro di una collaborazione ampia che veda il sistema camerale campano impegnato in attività di supporto e/o partenariato sui temi dell'internazionalizzazione e, più in generale, su iniziative di promozione e supporto per il sistema delle imprese.

La provincia di Salerno, pur collocandosi stabilmente al secondo posto nella graduatoria regionale per tasso di apertura internazionale dopo la provincia di Napoli, ha un potenziale esportativo ancora largamente inespresso.

La Camera di commercio di Salerno, pertanto, riconosce la rilevanza dell'apertura internazionale delle imprese quale fattore cruciale per lo sviluppo competitivo del sistema imprenditoriale locale. L'obiettivo è quello di fare della Camera il punto di riferimento territoriale in grado di fornire un supporto concreto e tempestivo alle imprese che intendono attuare strategie di internazionalizzazione attraverso la messa a punto di servizi



di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza per la preparazione ai mercati internazionali.

Le modalità attuative con le quali sarà declinata dalla Camera la presente linea strategica saranno variegata seppur tutte caratterizzate dall'attuale esclusione di qualsiasi attività promozionale da svolgersi direttamente all'estero. In ogni caso la logica operativa che s'intende attuare sarà proiettata in tre macro direzioni corrispondenti ai sub-obiettivi di seguito indicati:

- ✓ far emergere il potenziale esportativo ancora inespresso stimolando e informando le imprese che non operano abitualmente con l'estero circa le opportunità di mercato internazionali;
- ✓ offrire servizi a carattere informativo, formativo e di assistenza precompetitiva alle imprese che hanno intrapreso o che intendono intraprendere percorsi di internazionalizzazione;
- ✓ offrire servizi di carattere promozionale alle imprese mediante la creazione di occasioni di commercializzazione dei loro prodotti o per l'accesso a strumenti di finanza agevolata.

Da evidenziare che il Comitato esecutivo di Unioncamere ha approvato il 27 luglio 2022 le linee strategiche di intervento per i progetti da realizzare attraverso l'incremento del 20% del diritto annuale nel prossimo triennio 2023-2025. Tra i progetti nazionali, che per alcuni aspetti danno continuità alle strategie di intervento sviluppate nel precedente triennio, è prevista "L'internazionalizzazione delle PMI", per assicurare un accompagnamento permanente alle PMI verso i mercati esteri attraverso una serie di servizi sia "fisici" che "virtuali" ed azioni mirate di assistenza.

## LINEA 9 - TURISMO E CULTURA

Le politiche territoriali in materia di attrattività turistica, qualità della vita e offerta culturale dovranno necessariamente essere declinate in un'ottica di sistema. La Camera di Commercio intende attivare, in sinergia con gli altri attori istituzionali di territorio, iniziative in grado di far emergere, aggregare, promuovere e vendere i prodotti e servizi che caratterizzano l'offerta turistica del territorio, con attività di promozione che ne valorizzi i punti di forza e di attrazione, la qualità e l'accoglienza, le eccellenze dell'agroalimentare, dell'artigianato ed il patrimonio culturale.

Sarà necessario costruire un sistema di alleanze con tutti gli attori istituzionali (Regione in primis) e privati (associazioni di categoria e distretti turistici) al fine di costruire un programma unitario e condiviso di promozione turistica del territorio, verificando modalità e titolarità delle iniziative, tempi di attuazione e finalità nell'ottica di creare un "sistema turistico salernitano" ben riconoscibile nell'ambito del più ampio brand "Campania".

In particolare, la Camera intende proseguire nella collaborazione con la Regione Campania, anche attraverso uno specifico accordo, in linea con il Protocollo d'Intesa stipulato il 1 agosto 2022 da Unioncamere con la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome di Trento e Bolzano, per mettere a sistema e condividere con le Regioni attività, competenze, strumenti e risorse finalizzate alla promozione e allo sviluppo del patrimonio turistico e culturale dei territori italiani.



La collaborazione con la Regione assume un valore strategico per assicurare la convergenza degli interventi sui territori. Gli investimenti della Camera nel supporto alle imprese e nell'animazione del territorio di riferimento possono vedere ampliati i loro effetti se condivisi con gli attori della pianificazione territoriale garantendo un impatto maggiore sullo sviluppo economico e turistico del sistema locale.

Il Protocollo prevede tre ambiti di collaborazione che ricalcano le principali linee di lavoro delle Camere di commercio definite nel Piano triennale del sistema camerale come anche nelle progettualità finanziate con l'incremento del 20% del diritto annuale, ora riproposte nelle strategie di intervento per il triennio 2023-2025.

Il primo livello di collaborazione riguarda l'informazione economica da mettere a disposizione degli operatori, con strumenti di analisi tempestivi che sappiano stare vicini alle imprese e orientarle nel loro posizionamento competitivo, favorendo, in tale ambito, anche l'attuazione sui territori regionali delle progettazioni previste nel PNRR.

Il secondo versante di collaborazione riguarda la valorizzazione delle destinazioni turistiche - anche con riferimento ai siti Unesco - per condividere a livello locale le strategie di sviluppo dei territori e gli strumenti di *governance* turistica a cominciare dalle *Destination Management Organization* (DMO) quale strumento fondamentale per definire i fattori identitari e portare in efficienza i prodotti turistici.

Il terzo ambito di azione riguarda la qualificazione delle imprese e delle professionalità per diffondere maggiormente nei territori una cultura dell'ospitalità e sviluppare nei servizi destinati ai visitatori e nelle attività produttive la consapevolezza di operare nell'ecosistema delle destinazioni turistiche.

Ulteriori interventi terranno conto dell'attuale scenario economico e di consumo che vede il turismo essere ormai in prevalenza un settore professionalmente disintermediato, dove cioè l'utente organizza il proprio pacchetto viaggio in autonomia, la digitalizzazione di un'offerta che è oggi totalmente polverizzata diventa un elemento fondamentale per la competitività degli attori della filiera turistica. Spesso, infatti, gli operatori economici non hanno la forza e le capacità necessarie per organizzare l'esperienza e al contempo promuoverla in rete, così come accade invece per altri servizi del segmento (quali ad esempio l'accomodation o i servizi di volo, per i quali esistono numerose piattaforme di aggregazione e promozione dell'offerta).

Potrà essere rafforzata la competitività delle imprese del settore e migliorato il posizionamento del territorio salernitano come destinazione turistica a livello nazionale e internazionale, con strumenti che consentano un'efficace integrazione degli attori della filiera agevolando il censimento, la raccolta e la promozione dell'offerta di incoming e lo sviluppo di sistemi dinamici, innovativi e digitali di comunicazione, commercializzazione e analisi. Dal lato offerta, strategica appare la raccolta e l'alimentazione di tutte le componenti dei prodotti e servizi offerti e la formazione digitale degli operatori, mentre gli interventi lato domanda, potranno essere concentrati su una comunicazione integrata, attraverso attività di marketing, comunicazione e promozione delle imprese.

Al fine della implementazione della presente linea strategica non si potrà prescindere dalle dinamiche che stanno interessando a livello domestico e internazionale il mercato turistico che oggi si caratterizza per:



- ✓ la comparsa sul mercato di nuovi competitors territoriali che grazie alla leva del prezzo stanno progressivamente aumentando la loro quota di mercato a discapito delle mete tradizionali;
- ✓ una crescente disintermediazione tra domanda e offerta per la comparsa di grossi player capaci di gestire importanti fette di mercato;
- ✓ un aumento consistente della quota dei FIT (free individuals tourists) che grazie alle potenzialità offerte dalla “rete” organizzano e personalizzano i viaggi in base alle proprie necessità provvedendo all’acquisto di tutti i servizi necessari al proprio soggiorno;
- ✓ un aumento dell’importanza delle informazioni disponibili sulla rete per la decisione della destinazione turistica;
- ✓ una riduzione media dei periodi di soggiorno unita ad una maggiore frequenza dei viaggi nel corso dell’anno il che rende fondamentale per la scelta della destinazione turistica la presenza di un sistema efficiente di trasporti per raggiungere la meta prescelta e di mobilità in loco.

La provincia di Salerno, come è noto, si caratterizza per una ampia varietà di segmenti di offerta turistica che presentano specificità e livelli di attrattività/maturità propri con la conseguenza che la pianificazione di qualsivoglia strategia di intervento richiederà approcci differenziati. In sintesi, si riportano di seguito i segmenti di offerta presenti in provincia:

- ✓ balneare;
- ✓ culturale;
- ✓ enogastronomico;
- ✓ naturalistico;
- ✓ congressuale.

Da un punto di vista attuativo, quindi, la linea strategica dovrà basarsi su un approccio di “Destination marketing” che consenta di abbinare a ciascun segmento individuato i mercati target nazionali ed esteri che per le loro caratteristiche socio-economiche si ritengono maggiormente sensibili, nonché suscettibili di destagionalizzazione. Il risultato di tale approccio consentirà di evidenziare con immediatezza per ogni segmento di offerta le azioni promozionali più efficaci da individuarsi tra partecipazioni a fiere, con esclusione di quelle estere e preferibilmente in collaborazione con la Regione Campania, press/educational tour, campagne di comunicazione e promozione “on web” e “on social”. Quest’ultima modalità promozionale dovrà essere adeguatamente presidiata in considerazione dell’accennato peso assunto dai turisti che decidono ed organizzano autonomamente i propri viaggi. Rientrerà in tale ambito la realizzazione di un portale promozionale e di servizio spiccatamente orientato ai bisogni del turista e dei TO nazionali e stranieri. In alternativa, si potrà procedere all’avvio di collaborazioni con altri enti locali o con la Regione per personalizzare portali già realizzati.

Il sistema turistico provinciale si caratterizza per una elevata dinamicità accompagnata, tuttavia, da una forte stagionalità nei periodi estivi a causa della presenza di un’offerta turistica prevalentemente incentrata sulla fruizione della risorsa “mare”, soprattutto lungo la fascia costiera del Cilento. Di conseguenza, è forte l’esigenza di attuare una strategia di diversificazione dell’offerta turistica provinciale che punti ad intercettare i molteplici segmenti di domanda, in primis quello culturale, allo scopo di creare le condizioni per un



allungamento della stagione turistica e un aumento del grado di attrattività e competitività del territorio locale.

La Camera di Commercio riconosce, pertanto, la rilevanza strategica del turismo per lo sviluppo dell'economia provinciale ed intende promuovere le ricchezze paesaggistiche, storiche, enogastronomiche, artigianali e culturali di cui è ricca la provincia di Salerno. La filiera della cultura, poi, dovrà rappresentare uno dei driver più importanti su cui basare la capacità di attrazione della domanda turistica verso il territorio salernitano.

Di particolare rilievo è quindi il segmento culturale, atteso che l'identità culturale e il patrimonio storico-artistico di un territorio è leva fondamentale dell'attrattività e dello sviluppo dello stesso. In questo contesto Salerno vanta un elevato numero di siti culturali, storici, artistici e naturalistici di interesse internazionale a cui si aggiunge un'ampia e conosciuta tradizione di iniziative nel campo dello spettacolo, della musica, del cinema e un'offerta culturale, artigianale ed enogastronomica molto varia che determinano un alto livello di notorietà turistica per la provincia.

Nonostante l'Italia sia conosciuta in tutto il mondo per il suo immenso patrimonio artistico-culturale è ancora molto sottodimensionata la quota del PIL nazionale prodotta dalla filiera dei beni culturali. Non basta, infatti, possedere una quota cospicua di beni culturali per attirare consistenti flussi di domanda turistica. Difatti, occorre una strategia di lungo termine che punti a mettere in rete l'offerta culturale e a rendere accessibili i numerosi siti disseminati sull'intero territorio nazionale. Valorizzare il patrimonio culturale significa anche rilanciare il turismo mediante un approccio unitario capace di creare crescita economica e occupazione per fare del turismo il più importante settore industriale del nostro Paese.

Nel corso del 2021, nelle policy europee e nazionali, l'attenzione ai settori culturali e creativi si è ulteriormente focalizzata e rafforzata. La Commissione UE ha incluso i settori culturali e creativi tra i cosiddetti "ecosistemi" prioritari per il mercato unico nell'ambito della Nuova Strategia Industriale Europea, mentre il Programma UE "Europa Creativa", ha avviato, a favore di tali settori, il suo sostegno per il rafforzamento della catena del valore e per la diffusione di modelli imprenditoriali innovativi. A livello nazionale, la Missione 1 del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, finalizzata a dare un impulso decisivo al rilancio della competitività, ha incluso la valorizzazione del patrimonio culturale e turistico, anche in funzione della transizione verde e digitale e della promozione dell'immagine del Paese. Le azioni previste mirano ad un migliore accesso al patrimonio culturale, migliorando la sua protezione, valorizzazione e restauro. La ricerca e l'innovazione sosterranno la crescita sostenibile e la creazione di posti di lavoro attraverso le industrie culturali e creative e contribuiranno ad integrarle nella politica industriale europea come motori di innovazione e competitività. Vi è bisogno di nuove competenze gestionali e di team building, digitali, innovative, di community engagement o di networking territoriale, indispensabili per questo settore.

Sulla base di tali considerazioni appare quanto mai necessario, laddove le risorse lo consentano, sostenere pochi e selezionati eventi culturali e turistici di livello nazionale ed internazionale che svolgano una importante funzione di attrazione turistica. La definizione di tale programma, volta alla calendarizzazione certa di tutti i servizi dedicati - eventi, manifestazioni ed iniziative - così da creare una sorta di "cartellone" promozionale annuale del nostro territorio sarà oggetto dei lavori dell'apposito Gruppo di Lavoro



camerale dedicato al turismo, costituito con deliberazione della Giunta camerale n. 28 del 7 luglio 2022.

Il Gruppo Lavoro Turismo sarà impegnato, inoltre, alla realizzazione degli “Stati generali del turismo provinciale”, un appuntamento di dibattiti incontri e proposte dedicate al mondo del turismo provinciale a 360 gradi, non più settoriale ma con la regia camerale che metterà al centro l'impresa e l'imprenditore, i territori e le istituzioni. L'idea è di istituzionalizzare una data fissa annuale, presumibilmente entro l'autunno, per intavolare una serie di ragionamenti costruttivi interni al mondo delle imprese e delle istituzioni per favorire politiche attive e concrete per il settore turistico salernitano che non lascino l'imprenditore turistico nell'impasse di non poter comunicare per tempo le programmazioni territoriali e soprattutto i servizi che solo il mondo istituzionale può garantire. Una grande opportunità è legata all'aeroporto Salerno-Costa D'Amalfi, che è stato inserito tra gli undici di interesse nazionale, che rappresenterà il volano per consolidare la leadership di destinazione turistica nel Mediterraneo.

Infine, non ultimo, va dedicata particolare attenzione al segmento del turismo enogastronomico, conferendo un impulso significativo e ulteriore al settore agroalimentare. In particolare, dovrà essere finalmente data enfasi al brand della Dieta Mediterranea come tra i più significativi attrattori turistici. Pertanto, sarà opportuno concentrare risorse su un evento da istituzionalizzare che esalti le performance che il settore ha fatto registrare durante il periodo pandemico, confermandosi come vero punto di forza dell'economia provinciale.

## **LINEA 10 - IMPRENDITORIA FEMMINILE**

La ripartenza deve colmare il più possibile il gap di genere. Diversi studi hanno rilevato che tra gli effetti sociali ed economici più rilevanti della recente emergenza sanitaria vi è stato il peggioramento della situazione dell'uguaglianza di genere in molti Paesi. Le disparità di genere costituiscono uno dei maggiori ostacoli allo sviluppo sostenibile, alla crescita economica e alla lotta contro la povertà. A livello globale, il raggiungimento dell'uguaglianza di genere e della emancipazione di tutte le donne e le ragazze rappresenta uno dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che gli Stati si sono impegnati a raggiungere entro il 2030

Le azioni da mettere in campo su tale tema diventano prioritarie e complesse, e non possono non comprendere anche la tutela della componente femminile del mondo imprenditoriale e produttivo.

Le imprese guidate da donne - come rileva l'Osservatorio per la promozione dell'Imprenditorialità femminile di Unioncamere - sono sempre di più in tutta Italia, con un 36,8% delle imprese al femminile che opera nelle regioni del Sud. La provincia di Salerno si posiziona al sesto posto nella classifica nazionale delle province per valore assoluto di imprese femminili, che rappresentano il 23% del totale delle imprese.

Su questo tema, importante è il ruolo svolto da anni dalle camere di commercio attraverso la rete dei comitati per la promozione dell'imprenditoria femminile, riconosciuti giuridicamente e valorizzati per la prima volta nella legge di bilancio con l'introduzione del fondo per l'impresa femminile.



Il Comitato IF istituito presso la Camera di Salerno potrà continuare a dare un notevole contributo attraverso azioni mirate sia ad assicurare risposte adeguate in termini di informazione e promozione sia a garantire specifici servizi di sostegno (in particolare formazione e assistenza tecnica) ad una ripresa equa e sostenibile che presti attenzione alle pari opportunità di genere, nonché generazionali e territoriali e di accompagnamento all'imprenditorialità femminile e all'occupazione.

Le finalità politiche di fondo corrispondono all'esigenza di dare voce e tradurre in atti le attese e i bisogni delle donne imprenditrici della provincia e costruire così un rapporto più forte tra esse e la Camera di Commercio.

L'attenzione che s'intende riservare a tali tematiche sarà facilitata e resa ancor più efficace grazie all'aumentata rappresentanza femminile in seno alla Giunta e al Consiglio camerale.