

## Se il marketing è "territoriale"

In tempi di crisi dovrebbe affiorare con maggiore evidenza nel dibattito politico ed istituzionale il tema della responsabilità. Un tema trasversale a tutti i partiti. Un tema sul quale si gioca il futuro di intere comunità chiamate - proprio in questo periodo così difficile per i sistemi locali di sviluppo - ad individuare con lucidità prospettive di crescita plausibili nello scenario complessivo di una competizione globale (glocale) sempre più articolata. Il dato che emerge con chiarezza dal piccolo osservatorio di salernoconomy.it - grazie, naturalmente, alla raccolta di opinioni e riflessioni realizzata in questi primi mesi di presenza nel panorama giornalistico provinciale - è che il mondo delle categorie produttive, della rappresentanza sociale e del sistema camerale si è avviato convintamente per la sua strada. Insomma, si è reso conto che i tempi della politica e delle istituzioni non reggono il passo con le emergenze che quotidianamente sono chiamate ad affrontare le imprese ed i lavoratori. I segnali positivi sono molto apprezzabili anche in virtù di una concezione della propria missione estremamente pragmatica, scevra - e questo va detto per onestà intellettuale - da esasperazioni mediatiche. In altre parole, il mondo del fare e delle produzioni sta provando ad elaborare un proprio programma operativo in funzione delle disconomie locali che pesano distruttivamente nella competizione con altre "piastre territoriali". E' una buona notizia - inoltre - che il presidente dell'Asi Gianluigi Cassandra intenda provare a "sburocrazzare" un ente che può senza dubbio recitare un ruolo strategico. Senza indulgere a facili ottimismo, in giro si rintracciano nuovi orizzonti di impegno civico che stanno spostando l'asse dal marketing sterile della politica elettorale e miope al marketing territoriale vero e proprio. Quando si inizia a parlare un linguaggio comune, può essere l'inizio di una condivisione virtuosa assolutamente necessaria in questa provincia. La politica e le istituzioni presto potrebbero ritrovarsi sui propri tavoli progetti e proposte concrete. E dovranno farle proprie se non altro per non perdere altra credibilità e consenso. Altrimenti il mondo del fare andrà avanti da solo, dimostrando una volta di più da quale parte stanno le responsabilità di ritardi che ormai sembrano incolumabili.

(Er.Pa.)

## Intervista al Presidente del Consorzio Gianluigi Cassandra

# "L'Asi? E' pronta a diventare un'agenzia per lo sviluppo"

Obiettivo principale è rendere più attrattive le aree industriali

"L'obiettivo che abbiamo in mente è molto chiaro: rendere più attrattive le nostre aree industriali dal punto di vista strutturale ed alzare la soglia della qualità dei servizi. E' in questo modo che si fa sul serio marketing territoriale". Gianluigi Cassandra (*nella foto*), presidente del Consorzio dell'Area per lo Sviluppo Industriale di Salerno (Asi) delinea un percorso che punta a rendere più innovativa e strategica la funzione di un ente sul quale spesso si sono accentrate molte critiche. "Guardi - dice Cassandra a salernoconomy.it - non poche volte si parla dell'Asi senza conoscerne bene funzioni e competenze. Per dirne una: l'Asi non percepisce alcun canone dalle imprese per i servizi negli agglomerati. Perché non è titolare di alcuna gestione diretta. Ci occupiamo di rilasciare i nulla osta per gli insediamenti e di verificare la compatibilità dei relativi progetti, e poi, abbiamo come missione statutaria quella di realizzare strade, reti idriche e fognarie". Ma è sulla visione, sulla prospettiva che Cassandra mette

in evidenza alcune iniziative di non poco conto. "Abbiamo lavorato proficuamente ai nuovi regolamenti che disciplinano gli insediamenti e i cosiddetti condomini industriali. Si tratta di un passaggio significativo che apprenderà nel Consiglio Generale del prossimo 7 maggio. Si può affermare che è stato svolto un ottimo lavoro preparatorio di condivisione con tutti gli attori sociali ed istituzionali interessati. Le procedure - sottolinea Cassandra - saranno più snelle e nel caso dei condomini indu-



## SPECIALE EcoBioNews

### La crisi economica? "Spinge" l'eco-turismo

striali andremo incontro all'esigenza di rendere disponibili più lotti possibili". "Devo dire - continua Cassandra - che è nostra piena convinzione che bisogna mettere in campo nuove formule di collaborazione pubblico-privato per gestire al meglio le singole aree dove sono insediate le attività produttive. Mi riferisco alla creazione di consorzi dove, insieme con l'Asi ed i Comuni, possono e devono, a mio giudizio, essere presenti gli imprenditori". "E' chiaro che l'Asi - conclude Cassandra - si candida a diventare, un passo per volta, una vera e propria agenzia di promozione e di attrazione degli investimenti. Ma tutto questo deve accadere per gradi, senza strappi e, soprattutto, condividendo il percorso con tutti i soggetti interessati".

L'intervista di Ernesto Pappalardo a pag.2

## All'interno



### Salerno capitale del turismo crocieristico

pag.4



### Intertrade, rotta su Israele e Arabia

pag.3

Parla il Presidente del Consorzio dell'Area per lo Sviluppo Industriale



# Cassandra: "La nostra mission? Attrarre qui nuovi investimenti"

## Pronta la riforma dei regolamenti per gli insediamenti industriali Nuove forme di collaborazione pubblico-privato per gestire i servizi

"L'obiettivo che abbiamo in mente è molto chiaro: rendere più attrattive le nostre aree industriali dal punto di vista strutturale ed alzando la soglia della qualità dei servizi. E' in questo modo che si fa sul serio marketing territoriale".

Gianluigi Cassandra (*nella foto*), presidente del Consorzio dell'Area per lo Sviluppo Industriale di Salerno (Asi) delinea un percorso che punta a rendere più innovativa e strategica la funzione di un ente sul quale spesso si sono accentrate molte critiche.

"Guardi - dice Cassandra a [salernoconomy.it](http://salernoconomy.it) - non poche volte si parla dell'Asi senza conoscerne bene funzioni e competenze. Per dirne una: l'Asi non percepisce alcun canone dalle imprese per i servizi negli agglomerati. Perché non è titolare di alcuna gestione diretta. Ci occupiamo di rilasciare i nulla osta per gli insediamenti e di verificare la compatibilità dei relativi progetti, e, poi, abbiamo come missione statutaria quella di realizzare strade, reti idriche e fognarie".

Ma è sulla visione, sulla prospettiva che Cassandra mette in evidenza alcune iniziative di non poco conto. "Abbiamo lavorato proficuamente ai nuovi regolamenti che disciplinano gli insediamenti e i cosiddetti condomini

industriali. Si tratta di un passaggio significativo che approderà nel Consiglio Generale del prossimo 7 maggio. Si può affermare che è stato svolto un ottimo lavoro preparatorio di condivisione con tutti gli attori sociali ed istituzionali interessati.

Le procedure - sottolinea Cassandra - saranno più snelle e nel caso dei condomini industriali andremo incontro all'esigenza di rendere disponibili più lotti possibili".

Lavoro avviato anche sotto il profilo della riforma dello statuto. "In questo caso - dice il presidente dell'Asi - lo scopo ultimo è quello di sburocrazizzare l'Ente e di liberalizzare procedure e meccanismi amministrativi.



Lavoro non semplice anche perché si inserisce nel contesto della legge regionale 16/98 che disciplina i Consorzi per lo Sviluppo delle Aree Industriali". Ma la cosa più importante

Cassandra la spiega a [salernoconomy.it](http://salernoconomy.it) non senza qualche cautela: "Devo dire - specifica - che è nostra piena convinzione che bisogna mettere in campo nuove formule di collaborazione pubblico-privato per gestire al meglio le singole aree dove sono insediate le attività produttive. Mi riferisco alla creazione di consorzi dove, insieme con l'Asi ed i Comuni,

possono e devono, a mio giudizio, essere presenti gli imprenditori". E poi aggiunge.

"E' in questo modo che si rintracciano nuove fonti di finanziamento per l'Asi, ma, nello stesso tempo, si può procedere al meglio verso il necessario ed indispensabile innalzamento della qualità di servizi che può trasformarsi in fattore di attrattività del nostro territorio".

In altre parole. "E' chiaro che l'Asi si candida a diventare, un passo per volta, una vera e propria agenzia di promozione e di attrazione degli investimenti. Ma tutto questo deve accadere per gradi, senza strappi e, soprattutto, condividendo il percorso con tutti i soggetti interessati".

Cassandra delinea, poi, le opzioni che potrebbero consentire alla provincia di Salerno di entrare in contatto con "investimenti ad alto valore aggiunto sotto il profilo dell'innovazione tecnologica e dell'impatto ambientale". "Quando mi riferisco ad una maggiore flessibilità delle procedure - spiega - intendo principalmente prevedere, nell'ambito dell'individuazione della disponibilità dei lotti, meccanismi in qualche modo premiali proprio sotto il profilo della creazione di "cluster" di imprese in grado di attivare nel nostro territorio processi virtuosi in settori nuovi, con prospettive di crescita occupazionale (altamente qualificata) ed economica anche dal punto di vista dell'indotto o della filiera lunga".

"Nel frattempo - dice ancora Cassandra - abbiamo iniziato a mettere in sicurezza le aree industriali del Cratere, a rendere disponibile a Buccino un polo dove attivare servizi per le imprese, ad intervenire sulla nuova

cartellonistica con il sostegno della Camera di Commercio, ad approfondire la perimetrazione dei singoli agglomerati di nostra competenza per verificare l'effettiva disponibilità degli spazi". E conclude: "La partita per il rilancio economico e produttivo della nostra provincia si gioca proprio sul terreno della competitività tra territori. E in questo ambito la capacità di creare un clima "friendly" per le imprese e per gli investitori sarà determinante. In tale prospettiva l'Asi dovrà essere capace di recitare un ruolo propulsivo. E su questo versante stiamo approfondendo il massimo impegno".

Ernesto Pappalardo

### IL PROFILO

## Tra diritto ed imprese

Gianluigi Cassandra è nato a Salerno nel 1966. E' laureato in legge e ha acquisito diverse specializzazioni in diritto internazionale. E' autore di numerose pubblicazioni specialistiche anche in lingua inglese. Ha svolto attività accademica presso l'Università degli Studi di Salerno. E' stato consigliere dell'Ordine degli Avvocati, presidente dell'Associazione Giovani Avvocati (Sezione di Salerno) e componente della Giunta Nazionale Aiga. Dallo scorso anno è presidente dell'Asi, attualmente è anche componente del consiglio di amministrazione dell'Interporto di Battipaglia.

**TV OGGI**  
al tasto 71 del tuo telecomando  
[www.tvoggisalerno.it](http://www.tvoggisalerno.it)

**Jag**  
jolly animation group  
animazione ed eventi

**MEDICERT**

La "radiografia" della Svimez evidenzia il drammatico quadro economico del Sud

# Dati Pil e occupazione Campania in crisi profonda



Situazione allarmante per la nostra regione. Per il 2012 previsto un ulteriore calo del prodotto interno lordo

Sono dati drammatici per l'economia campana quelli diffusi dal direttore generale della Svimez Riccardo Padovani nel corso del convegno "Campania: una crisi nella crisi", tenutosi a Napoli nei giorni scorsi. La relazione di Padovani pone l'accento su come le recessione abbia avuto i suoi effetti più pesanti proprio nelle regioni del Mezzogiorno. E se nelle aree del Nord del Paese si è assistito ad una difficile e lenta ripresa nel biennio 2010-2011, nel Sud l'economia attraversa ancora una fase di stagnazione. Infatti la flessione, in termini di PIL, scontata dal Mezzogiorno nel triennio 2008-2010 è risultata del 6,1% rispetto al 4,9% registrata nelle altre aree del Paese, con la Campania addirittura al -8,1%. Le stime 2011 denotano un aumento del PIL nel Centro-Nord dello 0,8% a fronte di appena lo 0,1% del Mezzogiorno, dato confermato anche in Campania. Per l'anno 2012 le previsioni della Svimez evidenzieranno un calo del 2% del Pil meridionale a fronte del -1,3% delle regioni centro settentrionali, con una conseguente perdita di prodotto interno, tra il 2007 e il 2012, dell'8% per il Mezzogiorno contro poco più del 5% del Centro-Nord. Per la Campania, la perdita di prodotto rispetto al 2007 arriverebbe al 10%. Nel corso della crisi la riduzione del valore aggiunto è stata più pesante al Sud in tutti i settori produttivi, con un calo che nel settore dell'industria in senso stretto ha toccato, nel triennio 2008-2010, oltre il 17%, a fronte del -14% nel resto del Paese. In Campania la caduta del prodotto industriale ha raggiunto il 22%, con un crollo dell'occupazione manifatturiera regionale di 54 mila unità, pari al -21,3% rispetto a quello della media Mezzogiorno (-14,0%), e tre volte maggiore di quello del Centro-Nord (-6,9%). Per quanto riguarda l'occupazione, delle 533 mila unità perse in Italia tra il 2008 e il 2010, ben 281 mila sono nel Mezzo-

giorno che, pur potendo contare sul 30% degli occupati a livello nazionale, ha concentrato il 53% delle perdite di lavoro determinate dalla crisi. Sul dato meridionale incide significativamente il dato della Campania dove, rispetto ad una presenza di circa il 7% degli occupati italiani, si concentra oltre il 18% delle perdite di lavoro (97 mila unità). La lieve ripresa occupazionale del 2011, confermata dagli ultimi dati Istat, non ha interessato due grandi regioni del Mezzogiorno, Sicilia e Campania, che fanno registrare un ulteriore perdita dello 0,5 e dell'1,1% a fronte di un incremento medio nazionale dello 0,4%. Ancora più allarmante il dato relativo al tasso di occupazione delle persone tra i 15 e i 34 anni, sceso nel Mezzogiorno dal 31,7% del 2010 al 31,4% nel 2011, con un divario di quasi 22 punti con il Nord del Paese (53,2%), ma che, nel caso della Campania, nel 2011 scende ad appena il 25,9% (il 17,4% per la sola componente femminile). La crescita degli inattivi in età da lavoro, tra il 2003 ed il 2011, stata, nel Sud, di oltre 750 mila unità, ma, considerando i cd. "disoccupati impliciti" (coloro che non hanno effettuato azioni di ricerca del lavoro nei sei mesi precedenti l'indagine), si può parlare di oltre 1 milione di disoccupati nascosti da aggiungersi alle complessive 978 mila persone in cerca di occupazione. Considerando tra i non occupati, oltre ai disoccupati impliciti, anche i lavoratori che usufruiscono della CIG si otterrebbe un "tasso di disoccupazione corretto", nel 2011, che nel Sud assommerebbe al 25,8%, 12 punti percentuali in più del tasso ufficiale (13,6%). Tale tasso risulterebbe del 10% nel Centro-Nord, meno di quattro punti in più del tasso ufficiale, raggiungendo in Campania il 28,5%, tredici punti in più del tasso ufficiale.

Mario Gallo

## Intertrade fa rotta verso Israele e Arabia Saudita

Intertrade, l'Azienda Speciale della Camera di Commercio di Salerno che si occupa di favorire l'internazionalizzazione delle aziende della provincia, ha organizzato tre importanti iniziative che si terranno nel periodo maggio-giugno 2012. La prima, in ordine temporale, è denominata "Missione Tel Aviv, ed è nata nell'ambito del Programma Promozionale 2012 "WTM - WorldTime Market". Obiettivo della missione è quello di favorire l'avvio di rapporti di collaborazione commerciale con partner locali, prevedendo un'agenda di incontri b2b e visite aziendali con operatori economici e controparti locali individuati sulla base delle specifiche esigenze di ciascuna impresa partecipante. Gli incontri d'affari si terranno a Tel Aviv dal 21 al 23 maggio prossimi. La compilazione dei moduli di partecipazione da parte delle aziende salernitane interessate può essere effettuata fino a venerdì 4 maggio. Dal 31 maggio al 3 giugno p.v., invece, si svolgerà un incoming di operatori del settore agroalimentare dal sito francese di Lione, nell'ambito del Programma Promozionale 2012 "Monde - Mercationdemand 2<sup>o</sup>". In questo caso sarà una delegazione di buyers francesi ad incontrare le imprese salernitane del settore attraverso visite aziendali ed incontri d'affari b2b, al fine di sostenere le aziende dell'agroalimentare salernitano nella ricerca di nuove opportunità commerciali all'estero. Anche in questo caso le aziende interessate all'iniziativa avranno di tempo fino a venerdì 4 maggio prossimi per la compilazione e trasmissione dei moduli di partecipazione. L'ultima iniziativa si terrà dal 10 al 13 giugno prossimi a Riyadh (Arabia Saudita), dove Intertrade organizza degli incontri d'affari aperti alle aziende di tutti i settori. Per ciascuna azienda è prevista un'agenda di appuntamenti personalizzata, costruita sulla base delle richieste e degli obiettivi indicati dalle imprese in occasione degli incontri individuali e preliminari alla missione. In questo caso le adesioni da compilare dovranno pervenire entro martedì 8 maggio. Per tutte e tre le iniziative le imprese salernitane potranno beneficiare di un abbattimento dei costi di partecipazione, attraverso l'erogazione di vouchers.

**EUMI**  
**ITALIANAUTO srl**  
SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302531  
NOCERA INFERIORE - Via A.De Nicola, 6/8 - Tel. 081.5170152

**Concessionaria ITALIANAUTO**  
SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302531  
NOCERA INFERIORE - Via A.De Nicola, 6/8 - Tel.081.5170152

Flussi turistici in netto aumento nella stagione 2012. Msc farà tappa 27 volte



## Salerno diventa la "capitale" delle crociere nel Mediterraneo

Da aprile a novembre 71 navi di 11 compagnie attraccheranno nello scalo commerciale. La movimentazione prevista di passeggeri supererà complessivamente le 150mila unità

Si accresce sempre più l'importanza del Porto di Salerno quale scalo marittimo di riferimento per tutto il movimento crocieristico internazionale del Mediterraneo. E compagnia crocieristica di punta per lo scalo salernitano sarà, anche per il 2012, la genovese Msc Crociere che, a partire dal 6 maggio e fino agli inizi di novembre, con la sua Msc Sinfonia toccherà il porto di Salerno per 27 volte, movimentando circa 62mila passeggeri all'interno di un itinerario che farà tappa anche nelle città di Tunisi, Ibiza, Palma de Maiorca, Marsiglia, Genova, Civitavecchia. Ma c'è gran voglia, da parte della compagnia genovese, di rafforzare il proprio rapporto con Salerno anche per il 2013, così come dichiarato dal Managing Director di Msc Crociere Domenico Pellegrino: "Msc Crociere conferma con forza il proprio impegno su Salerno - ha spiegato Pellegrino - e crede nella vocazione turistica, e crocieristica in particolare, di questa città e di questo porto: è questo il messaggio più importante che vogliamo lanciare oggi. Proseguiamo quindi una politica di investimenti su questo territorio che dura oramai da più di quindici anni: i primi scali delle nostre navi a Salerno risalgono infatti al 1996. Sono tantissimi gli studi che confermano quello che è un dato certo e cioè che il prodotto crociera genera

ricadute importanti sull'economia dell'intero territorio. Aumentare gli scali e il numero di crocieristi ci sembra un segnale importante. Dopo Msc Crociere, infatti, altri operatori turistici hanno individuato opportunità di sviluppo in Salerno. Nel

infrastrutture, sull'operatività dello scalo. Ed i lavori continuano per rendere il porto di Salerno sempre più accessibile, efficiente, strategico. La presenza di una compagnia di rilievo mondiale come MSC Crociere conferma la qua-

corso di quest'anno. Il programma degli scali crocieristici all'interno del Porto di Salerno prevede 15 scali da parte della Royal Caribbean (nave Serenade of the Seas) tra aprile e novembre, 13 scali per la Pullmantur Cruises sulla nave Horizon (da aprile a settembre), 4 scali per la Princess Cruises (1 a giugno sulla Sun Princess, 1 ad agosto ed 1 a settembre sulla Ruby Princess, 1 ad ottobre sulla Ocean Princess), 3 scali, tra giugno ed agosto, per la Celebrity Cruises (nave Celebrity Silhouette), 2 scali a testa per P&O Cruises (uno ad aprile, nave Adonia, ed uno a settembre, nave Oceania), Carnival Cruise Lines (uno a giugno ed uno a settembre su nave Carnival Breeze) e Costa Crociere (entrambi nel mese di settembre su Costa Allegra e Costa Voyager), mentre per una volta saranno presenti la Geat Warwick Inc. (a maggio su nave Princess Danae), la Azamara Club Cruises (ad ottobre su nave Azamara Quest) e la Compagnie de Ilies du Ponant (ad ottobre su nave Expérience L'Austral). In totale, quindi, il Porto di Salerno, nel periodo che va da aprile a novembre 2012, dovrebbe essere meta per 71 navi da crociera appartenenti a 11 compagnie per una movimentazione passeggeri prevista di oltre 150mila unità.

Mario Gallo



2012 Msc Crociere movimenterà a Salerno circa 62 mila passeggeri effettuando 27 scali. E' nostra intenzione, compatibilmente con le infrastrutture portuali disponibili, pianificare la presenza di Msc Crociere in questa città anche nel 2013". Con il previsto allungamento del Molo, inoltre, Salerno potrà ospitare anche navi dal massimo tonnellaggio e consentire l'arrivo di turisti anche nel periodo di Luci d'Artista, proponendosi quale scalo invernale. Riguardo ai lavori di adeguamento del Porto, il Presidente dell'Autorità Portuale Andrea Annunziata ha confermato come sia forte l'impegno "a sostenere i programmi di sviluppo del territorio. In questi anni abbiamo dedicato particolare attenzione agli investimenti sulla sicurezza, sulle

attività del nostro lavoro". Soddisfazione per il consolidarsi del rapporto tra la città ed Msc Crociere è stata espressa anche dal Sindaco di Salerno, Vincenzo De Luca. "Siamo orgogliosi dell'attenzione - ha dichiarato il Sindaco - che MSC Crociere dedica a Salerno apprezzando il nostro programma di trasformazione urbanistica consapevole. La collaborazione con MSC Crociere rappresenta una vetrina internazionale per Salerno ed i suoi prodotti ed è al tempo stesso il simbolo di un'eccellenza che siamo impegnati a perseguire nel campo dell'ambiente, della sicurezza, delle nuove tecnologie, della qualità della vita". Ma non c'è solo Msc Crociere a puntare sullo scalo marittimo salernitano: numerose le compagnie crocieristiche che confermano o accrescono la loro presenza a Salerno già nel



# EcoBioNews

Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Studio Coldiretti presentato in occasione dell'incontro con Touring Club Italiano

## La crisi? "Spinge" l'eco-turismo

Il valore stimato del giro di affari previsto per il 2012 è pari a 11 miliardi  
La scelta della località avviene in base alla predilezione per il paesaggio

In tempi di crisi si "ripiega" sulle vacanze "ecologiche" che pongono in primo piano la scelta del paesaggio, piuttosto che la predilezione per i divertimenti che hanno in ogni caso un costo aggiuntivo. Si accorcia anche il tempo di permanenza nelle mete del riposo e del tempo libero, ma, soprattutto si punta a spendere di meno. Il turismo ecologico raggiunge in Italia il valore record stimato di 11 miliardi nel 2012.

E' quanto emerge da una analisi Coldiretti presentata in occasione dell'incontro organizzato con il Touring Club Italiano "Dentro il paesaggio-Agricoltura sostenibile e turismo compatibile". "La primavera 2012 - ha sottolineato in una nota la Coldiretti - conferma il trend di crescita del turismo ecologico con un progressivo aumento del fatturato e delle presenze, che sfiorano 100 milioni all'anno negli esercizi ufficiali delle aree protette. Per molti si tratta di una scelta alternativa alle vacanze tradizionali con la possibilità di godere in Italia dei 871 parchi, oasi e aree protette che coprono il 10% del territorio nazionale dove è possibile assistere allo spettacolo unico della natura". Dai dati emerge che l'attenzione per



il paesaggio non riguarda solo gli "ecoturisti puri" nei parchi e nelle aree protette ma coinvolge tutte le principali destinazioni. Dall'indagine, infatti, risulta che nella scelta di una meta turistica la presenza di bellezze naturalistiche e paesaggistiche incide per il 55%, seguiti da cultura, arte e storia (49%), relax (33%) e divertimento (22%). "L'interesse per la natura e il paesaggio - ha sottolineato la Coldiretti - cresce con l'aumentare del reddito e per i vacanzieri che vivono in città. La meta ideale per le bellezze naturali e per i percorsi na-

turalistici degli italiani è il Trentino Alto Adige mentre per le città d'arte e il turismo enogastronomico è la Toscana, la Sicilia vince per i prodotti agroalimentari tipici, l'Emilia Romagna per il miglior rapporto qualità e prezzo mentre la Lombardia si afferma per l'offerta culturale". Anche dal Centro Studi del Touring Club Italiano arrivano conferme del fatto che il turismo rurale in Italia è stato, negli ultimi anni, protagonista di uno sviluppo considerevole. Gli agriturismi, che ne rappresentano un po' l'emblema, hanno registrato tra il 2000 e

il 2010 un incremento consistente degli arrivi (+160%) e delle presenze (+111%) e di queste oltre il 50% proviene da oltreconfine. "L'ambiente ed il paesaggio non sono solo un patrimonio del Paese ma una leva competitiva per battere la crisi e tornare a crescere in modo sostenibile - ha affermato il Presidente della Coldiretti Sergio Marini nel sottolineare che - Il futuro dell'Italia si regge su quello che ha di unico e di esclusivo e sulla capacità di mettere queste peculiarità nei propri prodotti e nei propri servizi. Territorio, paesaggio, storia, cultura, alimentazione e tradizioni sono il vero valore aggiunto del Made in Italy". "Touring è convinto - ha spiegato dal canto suo Franco Iseppi, Presidente del Touring Club Italiano - che dentro il paesaggio la collaborazione tra agricoltura sostenibile, che difende la qualità e non danneggia il paesaggio, e un turismo compatibile, con la stessa funzione, che tenda a rispettare i territori senza banalizzarli e uniformarli, possa dare risultati alti e nobili e consentire uno sviluppo agricolo di qualità e benessere e una crescita economica del turismo di qualità".

(Fonte: coldiretti.it)

## Rilevazione Ismea sull'indice dei prezzi In rialzo i costi delle produzioni agricole

"Febbraio segna ancora un aumento dei costi agricoli, già rincarati dello 0,4% a gennaio".

Lo rileva l'Ismea sulla base dell'indice dei prezzi dei mezzi correnti di produzione che rispetto al mese precedente ha fatto registrare una crescita dello 0,3%, con punte del più 0,7% per le aziende zootecniche.

"A determinare i rincari - si legge in una nota - sono state diverse voci. Per gli animali d'allevamento, in particolare, i prezzi sono rincarati del 6,7% in un mese.

Un risultato che spiega il maggiore aggravio a carico della zootecnia, in

un mese che ha invece limitato gli aumenti di costo per le aziende di coltivazione a un più 0,1%". "Rispetto a gennaio - spiega l'Ismea - emergono tensioni anche sul capitolo dei prodotti energetici, che in media hanno registrato una maggiorazione di prezzo dello 0,5%, con punte del più 0,8% per i carburanti. Spuntano uno 0,4% di aumento le sementi e uno 0,3% gli antiparassitari.

Più calmo il comparto dei fertilizzanti, con il dato medio di febbraio che indica un rincaro dello 0,1% mensile, con punte però del 2,2%

per i fosfatici, seppure controbilanciate da un calo dei complessi ternari".

Su base annua l'indicatore Ismea dei prezzi dei fattori di produzione in agricoltura rivela un aumento medio dell'1,7% rispetto a febbraio 2011, in accelerazione rispetto al più 1,5% tendenziale di gennaio. "In questo caso i maggiori aumenti di costo - è scritto nella nota - si rilevano per le aziende di coltivazione (+2,1%), contro uno 0,7% di crescita dei prezzi dei mezzi di produzione impiegati nel settore degli allevamenti".

Sono ancora gli animali da ristallo, con un più 10%, e i prodotti energetici (+6,3%) a registrare i maggiori rincari.

L'aumento dei carburanti, rispetto all'anno scorso, ha sfiorato a febbraio il 9%, mentre l'energia elettrica è costata alle aziende agricole il 3,1% in più rispetto al febbraio 2011.

"Le tensioni sul mercato del greggio - è sottolineato - hanno determinato aumenti a catena su altre voci di costo".

Per i fertilizzanti, in particolare, Ismea rileva in media un aumento tendenziale dei prezzi del 4,7%, con punte di oltre il 7% per gli azotati. Prezzi più alti rispetto all'anno scorso anche per sementi (+2,3%) e fitosanitari (+1%), mentre restano al palo i salari e arretrano dello 0,7% i mangimi.

(Fonte: ismea.it)