

L'intervista. Parla il presidente dell'Autorità Portuale Andrea Annunziata

“A Salerno siamo pronti a diventare la prima porta del Mediterraneo”

Allargamento dell'imboccatura, dragaggi ed il nuovo polo crocieristico in fase di decollo

Nella foto
Andrea
Annunziata



“E' un porto fortemente competitivo, che si prepara a vivere una stagione di ulteriore rafforzamento infrastrutturale. Siamo riusciti a rendere operativo un parco-progetti di circa 300 milioni di euro. Nel giro di un paio di anni avremo una fortissima capacità attrattiva sia sul fronte prettamente mercantile che dal punto di vista crocieristico. Siamo pronti, quindi, a recitare un ruolo di primissimo piano nel Mediterraneo”. Andrea Annunziata, presidente dell'Autorità Portuale di Salerno, preferisce guardare al breve e medio periodo piuttosto che soffermarsi su quanto già messo in campo. D'altro canto Salerno si conferma uno dei porti con il tasso di efficienza più alto d'Europa. Si tratta del parametro che pone in relazione la quantità di merci movimentate con le superfici disponibili utilizzate e con lo sviluppo lineare delle banchine. “La nostra visione è in linea – dice Annunziata a salernoconomy.it – con uno sviluppo armonico e non invasivo del territorio, siamo in sintonia con quanto accade nel resto d'Europa. Puntiamo su un network di retro-porti in grado di dare respiro ai traffici dello scalo salernitano e, nello stesso tempo, di incentivare la lavorazione cosiddetta di ultimo miglio: le merci scaricate diventano prodotto finito e poi vengono reimbarcate. Tutto questo significa realizzare filiere logistiche integrate che tengono conto della necessaria interazione con i poli produttivi dell'intera provincia salernitana”. Annunziata “vede” decisamente anche la maturazione di uno dei poli crocieristici più importanti d'Europa. “Non siamo noi – spiega – a dirlo, ma i numeri a confermarlo. Pochi giorni fa ha fatto scalo a Salerno la

“Breeze” della Carnival un colosso da 6.000 passeggeri, compresi gli uomini di equipaggio. In un solo pomeriggio per le strade della città si sono riversati qualcosa come 2.000 visitatori. Dati da capogiro che non lasciano spazio a dubbi: mantenere la vocazione mercantile in equilibrio con le opportunità del traffico delle navi da crociera è la scommessa che stiamo provando a vincere. E fino a questo momento possiamo dire di stare giocando con intelligenza le nostre carte”.

L'intervista completa
di Ernesto Pappalardo a pag.2

Istat e Cerved Group Primo trimestre 2012 protesti al Sud: + 13,5%

Ufficializzati dall'Istat i dati relativi alla rilevazione dei protesti per l'anno 2011. Nel corso dello scorso anno i protesti sono stati pari a 1.385.416, registrando una diminuzione del 4,5% rispetto all'anno precedente. Per quanto riguarda il valore dei titoli protestati, pari a 3.683.416 (dati in migliaia di euro), il calo è stato dell'8,2% rispetto al 2010, per un importo medio pari a 2.658,71 euro. Sono, però, allarmanti i dati sui protesti e ritardi dei pagamenti relativamente ai primi tre mesi del 2012, così come analizzati dall'Osservatorio trimestrale di Cerved Group. Particolarmente difficile la situa-

Speciale “Eccellenze EcoBioNews

Vannulo, storia “bio”
che “traina” il territorio



zione riscontrata nel Sud e tra le imprese che operano nel settore delle costruzioni. Nel primo trimestre 2012 sono state oltre 21mila le società a cui è stato protestato almeno un assegno o una cambiale (+8,1%), con il comparto edilizia che ha registrato un incremento delle società protestate del 12,5%, ma il fenomeno è cresciuto anche nel terziario (+8,3 per un totale di 11.500 aziende) e nell'industria (+5,4%). Territorialmente, notevoli le differenze tra Nord e Centro-Sud: nei primi tre mesi del 2012 i protesti sono infatti aumentati con tassi a due cifre sia nel Mezzogiorno, +13,5%, sia nel Centro, +10,6%, rispetto al +0,9% del Nord Ovest ed al -1,9% del Nord Est. All'aumento dei protesti, nel Meridione, si accompagna anche la crescita dell'attesa per i pagamenti, passati da 90,4 giorni dell'ultimo trimestre 2011 a 92,9 dei primi tre mesi 2012.

Il presidente dell'Autorità Portuale delinea gli scenari di sviluppo

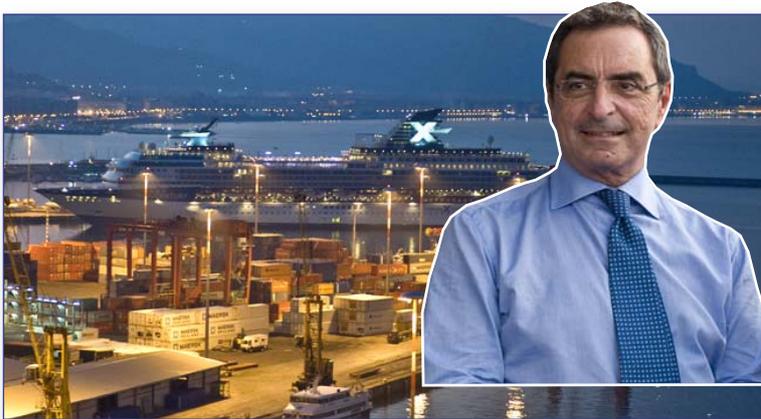


Annunziata: "Pronti a diventare la prima porta del Mediterraneo"

Parco-progetti di oltre 300 milioni di euro. Allargamento dell'imboccatura, dragaggi e polo crocieristico

"E' un porto fortemente competitivo, che si prepara a vivere una stagione di ulteriore rafforzamento infrastrutturale. Siamo riusciti a rendere operativo un parco-progetti di oltre 300 milioni di euro. Nel giro di un paio di anni avremo una fortissima capacità attrattiva sia sul fronte prettamente mercantile che dal punto di vista crocieristico. Siamo pronti, quindi, a recitare un ruolo di primissimo piano nel Mediterraneo".

Andrea Annunziata (nella foto), presidente dell'Autorità Portuale di Salerno, preferisce guardare al breve e medio periodo piuttosto che soffermarsi su quanto già messo in campo. D'altro canto Salerno si conferma uno dei porti con il tasso di efficienza più alto d'Europa. Si tratta del parametro che pone in relazione la quantità di merci movimentate con le superfici disponibili utilizzate e con lo sviluppo lineare delle banchine. "La nostra visione è in linea - dice Annunziata a salernoconomy.it - con uno sviluppo armonico e non invasivo del territorio, siamo in sintonia con quanto accade nel resto d'Europa. Puntiamo su un network di retro-porti in grado di dare respiro ai traffici dello scalo salernitano e, nello stesso tempo, di incentivare la lavorazione cosiddetta di ultimo miglio: le merci scaricate diventano prodotto finito e poi vengono reimbarcate. Tutto questo significa realizzare filiere logistiche integrate che tengono conto della necessaria interazione con i poli produttivi dell'intera provincia salernitana". Annunziata "vede" decisamente anche la maturazione di uno dei poli crocieristici più importanti d'Europa. "Non siamo noi - spiega - a dirlo, ma i numeri a confermarlo. Pochi giorni fa ha fatto scalo a Salerno la "Breeze" della Carnival un colosso



da 6.000 passeggeri, compresi gli uomini di equipaggio. In un solo pomeriggio per le strade della città si sono riversati qualcosa come 2.000 visitatori. Dati da capogiro che non lasciano spazio a dubbi: mantenere la vocazione mercantile in equilibrio con le opportunità del traffico delle navi da crociera è la scommessa che stiamo provando a vincere. E fino a questo momento possiamo dire di stare giocando con intelligenza le nostre carte".

Presidente Annunziata, può entrare nel dettaglio delle opere che state realizzando nel porto di Salerno?

"Guardi, i primi 73 milioni di euro di lavori riguardano l'allargamento dell'imboccatura del porto ed il dragaggio dei fondali, oltre al consolidamento delle banchine. Opere in parte già in corso - l'escavo dei fondali partirà alla fine di settembre - a valere sui fondi Ue destinati ai "Grandi Progetti". Poi abbiamo i 146 milioni di euro di "Salerno Porta Ovest" - intervento che ridisegnerà la viabilità del porto in entrata ed in uscita - e di cui

è stato attivato in questi giorni il cantiere del primo lotto (mentre è già in gara il secondo lotto). Ed, infine, abbiamo il prolungamento del molo Manfredi (circa 12 milioni di euro già appaltati) ed ulteriori 27 milioni di euro per il rafforzamento dei moli. A tutto ciò bisogna aggiungere i finanziamenti disponibili per la nuova sede dell'Autorità Portuale ed i fondi spesi per il completamento dell'impianto di illuminazione all'interno dello scalo, oltre a quelli per la manutenzione straordinaria dei piazzali e gli importantissimi interventi dedicati alla security. Restano fuori da questi calcoli i 6,5 milioni di euro di lavori già affidati per nuove bricole (ormeggi ottenuti senza la costruzione di una nuova banchina, ma attraverso un sistema di palificazione innestato nei fondali). Opera questa che darà respiro alle autostrade del mare. A conti fatti stiamo parlando di 300 milioni di euro".

Da un punto di vista di strategia generale che cosa immaginate di attuare nei prossimi anni?

"Siamo in linea con quanto accade in

Europa. I porto commerciali hanno bisogno di polmoni nei quali trovare spazio per lo stoccaggio e la smaltimento delle merci in entrata ed in uscita. Poche settimane fa abbiamo siglato un importante protocollo d'intesa con la Camera di Commercio, la Provincia ed alcuni Comuni della Valle dell'Irno, dell'Agro Nocerino Sarnese e della Piana del Sele proprio perché riteniamo fondamentale creare un network di aree destinate ad essere non solo il terminale di una rete di logistica integrata, ma anche destinazione di accoglienza di siti produttivi in grado di trasformare

le materie prime sbarcate nel porto per poi reimbarcarle una volta divenute merce finita. E' in questo modo che si attivano circuiti virtuosi in tutte le parti del territorio provinciale. E' un'idea ambiziosa, ma abbiamo tutte le caratteristiche per farla diventare realtà".

C'è, poi, l'attrattività delle navi da crociera. Un altro versante di primario interesse.

"Senza alcun dubbio. Già oggi i numeri di Salerno sono di prima qualità. Arrivano nel nostro porto le maggiori compagnie mondiali, a testimonianza che la reputazione di efficienza dello scalo è consolidata e considerata anche al di fuori dell'Europa. Con la realizzazione del nuovo polo crocieristico, presumibilmente nel giro di un paio di anni, avremo creato tutte le condizioni per assumere una posizione di leadership nel Mediterraneo: un risultato che solo qualche anno fa era francamente impensabile. Ma noi ci abbiamo creduto e continueremo a crederci fino in fondo".

Ernesto Pappalardo

TV OGGI
al tasto 71 del tuo telecomando
www.tvoggisalerno.it

Jag
jolly animation group
animazione ed eventi

MEDICERT

Analisi. Come cambia l'identità produttiva della provincia di Salerno

Sviluppo? Troppo poca attenzione all'oro verde



I numeri segnalano la terziarizzazione poco virtuosa dell'economia locale
Manca una visione di sistema e si aggrava ancora la crisi occupazionale

L'emergenza-lavoro si conferma, evidentemente, centrale nello scenario provinciale. Gli avvenimenti delle ultime settimane hanno portato alla ribalta vertenze con un forte impatto mediatico, ma si ha la sensazione che il contesto complessivo non sia stato ancora valutato nella sua effettiva gravità. "Salernoconomy.it" ha provato a mettere in fila numeri e statistiche con l'obiettivo di delineare i contorni di una situazione a dir poco allarmante. E' abbastanza chiaro che per individuare il percorso che porta al "disegno" di un nuovo modello di sviluppo sia ineludibile il confronto con i numeri. Balza agli occhi l'urgenza di un intervento di politica industriale in grado di mettere a sistema le potenzialità insite nell'agroindustria con evidenti punti di contatto tra comparto agricolo e settore turistico, in stretta connessione con le esigenze di recupero e risanamento ambientale (oltre che messa in sicurezza idrogeologica) del territorio. Sono proprio i numeri a sottolineare che - al di là del manifatturiero "tradizionale" capace di competere in base alla qualità, all'innovazione di processo e di prodotto - le dinamiche in atto lasciano intravedere margini di crescita nell'attuazione di un modello che privilegi il settore primario (con grande attenzione alla sua valenza industriale) sostenendo la piattaforma economica provinciale con una rete logistica maggiormente attenta alle vie del ferro, dell'aria e del mare.

Il mercato del lavoro.

Tra il 2007 ed il 2011 il calo degli occupati registrato nella provincia di Salerno (Fonte: Cciao-Tagliacarne) è stato di circa dodicimila unità (-3,4%), dato che mostra una contrazione meno intensa rispetto alla media regionale (-8,8%), ma, comunque, ben lontana da quanto registrato a livello nazionale (-1,1%). La flessione della forza lavoro provinciale (-1,3%) è stata, anch'essa, meno importante rispetto al calo medio regionale (-4,2%), mentre a livello nazionale ha registrato un incremento dell'1,4%. Sempre tra il 2007 ed il 2011 l'aumento dei disoccupati sul territorio salernitano, passati da 45.616 unità a 52.587 unità, ha raggiunto una percentuale pari al 15,3%, risultato sensibil-



mente meno pesante rispetto a quanto registrato sul territorio regionale e nazionale. Focalizzando l'attenzione sui dati 2011 relativi al mercato del lavoro in provincia di Salerno, il tasso di occupazione, pari al 45,6%, risulta il più alto della regione, anche se distante da quello medio nazionale (56,9%). In linea con quello di occupazione anche il tasso di attività (52,7%) e quello di disoccupazione (13,2%).

Gli occupati per settore di attività.

Riguardo alla distribuzione settoriale degli occupati l'economia provinciale, così come quella regionale, si caratterizza per una forte incidenza dei posti di lavoro nel settore terziario: il 70,6%, mentre minore è il peso dell'occupazione nell'industria, pari al 22,2%. Relativamente più elevata l'incidenza dell'occupazione nell'agricoltura il cui dato, pari al 7,2%, è notevolmente superiore alla media regionale (3,9%) e nazionale (3,7%).

Il Pil provinciale e settoriale.

La provincia salernitana nel 2011 ha evidenziato un calo del Pil del 4,2%, un dato notevolmente peggiore rispetto alla media della Campania (-

2,2%), già in controtendenza rispetto al dato nazionale (+1,7%). Se entriamo nel merito delle dinamiche settoriali, si riesce a comprendere l'evoluzione in atto dal punto di vista produttivo. La recente analisi dell'Istituto Tagliacarne sottolinea che "in linea con le principali economie avanzate, il settore dei servizi rappresenta la principale attività economica della provincia di Salerno". Il valore aggiunto del terziario costituisce il 78,6% del totale. "Continua - si legge ancora nel documento - ad attestarsi su valori contenuti il contributo dell'industria. In provincia di Salerno, infatti il valore aggiunto del settore industriale è pari al 17,5% del totale, dato che non si discosta in misura significativa da quello della Campania (17,1%)". Il 6,1% del valore aggiunto provinciale proviene dall'edilizia, mentre il contributo proveniente dall'agricoltura è pari al 3,9%, un valore ampiamente superiore a quello medio regionale (2,6%), del Mezzogiorno (3,3%) e, soprattutto, dell'Italia (1,9%).

(Er.Pa.)

Dati Unioncamere-Isnart. Si riduce il budget delle famiglie italiane



Vacanze più brevi per battere la crisi

Oltre il 60 per cento delle prenotazioni attivate avvalendosi di internet
On line a caccia di offerte da catturare al volo ricorrendo al last minute

La tendenza appare, ormai, consolidata. La crisi economica inciderà fortemente sul budget delle famiglie destinate alle vacanze. "Stando ad un recentissimo sondaggio - si legge in una nota di Unioncamere (08.06.2012) - la crisi tratterrà tra le mura domestiche il 14% degli italiani, o farà scegliere a più di un quarto di quel 47% di nostri connazionali che, invece, in vacanza ci andrà sicuramente, di abbreviarne la durata. L'orientamento al risparmio anche in fatto di vacanze appare dettato, nel 65% dei casi, proprio dalle difficoltà economiche e, in un ulteriore 5%, dalla mancanza di lavoro".

Il calo delle presenze è, quindi, una probabilità di fatto messa in conto dagli operatori, "che già nel primo trimestre di quest'anno - si legge ancora nel comunicato di Unioncamere - si sono sforzati di catturare il notevole (e ben più "tonico") potenziale rappresentato dalla domanda estera, agendo prevalentemente su tre fronti: le politiche di pricing, con un perdurare dell'abbassamento del costo dei pernottamenti negli hotel a 3, 4 e 5 stelle di un ulteriore 1% rispetto allo stesso periodo del 2011; il ricorso ai circuiti dell'intermediazione, che coinvolge quasi la metà delle strutture ricettive (44,8% nel I trimestre 2012 a fronte del 34,4% del I trimestre 2011), soprattutto attraverso i grandi portali utilizzati dal 68,8% delle imprese; il web, sul quale ormai sono presenti l'87,5% delle imprese alberghiere ed extralberghiere, che, attraverso questo canale, hanno ricevuto le prenotazioni del 61,9% della clientela nel primo trimestre di quest'anno, in forte aumento rispetto allo stesso periodo del 2011 (36,1%)".

Le prospettive a breve e medio termine.

Le prospettive in vista del pieno decollo della stagione estiva non sono pienamente positive. Tanto è vero che per "catturare l'interesse dei turisti, soprattutto stranieri, le imprese delle categorie alberghiere più elevate hanno nuovamente fatto ricorso all'ab-

bassamento dei prezzi delle camere. Gli hotel 3 stelle, infatti, hanno ridotto ulteriormente il costo dei pernottamenti dello 0,9%, quelli a 4 e 5 stelle dell'1%. I trend che si sono delineati nel secondo trimestre del 2012 hanno configurato la possibilità di mantenere le posizioni, lavorando, appunto, sul profilo del contenimento dei costi per l'utente finale. Nel secondo trimestre dell'anno l'andamento delle vendite ha segnato un miglioramento ad aprile (secondo i dati ancora provvisori), "quando le strutture ricettive contano il 37,3% di camere occupate con una crescita complessiva pari a +3,2 punti percentuali rispetto allo scorso anno". Il dato, sempre provvisorio, di maggio "segna un trend di stabilità nel

italiane ha evidenziato, nel primo trimestre del 2012 "le difficoltà di una stagione economica e climatica che certo non ha favorito l'industria della vacanza. Nel complesso, con 1/3 di camere vendute (31% a gennaio, 30,5% a febbraio, 33,6% a marzo), le imprese ricettive italiane registrano, rispetto al 2012, il -3,2% di camere occupate a gennaio, il -2,7% a febbraio, ed il -3,2% a marzo". Il calo di presenze ha colpito soprattutto le strutture del Nord Ovest dove l'occupazione si è ridotta dell'11% nei primi tre mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2011, e quelle nelle località montane, dove nella stagione di punta non si sono raggiunte le 4 camere occupate su 10 (36,5% a gennaio, 37,7% a febbraio, 35,4% a marzo), realizzando il -9,7% a gennaio, il -7,3% a febbraio ed il -7,7% a marzo. Ha recuperato rispetto al 2012 solo il Centro che, con il 34,5% di camere occupate a gennaio (+7,8%), il 31% a febbraio (+4,9%) ed il 35% a marzo (+1,8%), ha evidenziato "un trend positivo in tutto il trimestre, grazie ai capoluoghi artistici e al turismo business".

Bene coste e laghi.

Sempre relativamente al primo trimestre del 2012 "in termini di aree di prodotto - è spiegato nel documento di Unioncamere - le imprese della costa e dei laghi si riallineano al panorama nazionale (dopo un 2011 che nel primo trimestre rasentava le 2 camere occupate su 10), mentre diminuiscono le vendite nelle aree termali (circa -15% in tutto il trimestre) e nelle destinazioni del turismo verde (dal -6% di marzo al -8,7% a febbraio)". Le imprese nelle città d'interesse storico e artistico (che con quelle in montagna realizzano, comunque, tassi di occupazione camere sempre superiori alla media nazionale), non ripetono la buona stagione del 2011, ma contengono il calo al -2,8% a gennaio (35,4%), al -3,2% a febbraio (35,6%) segnando, però, il -7% a marzo (39,1%).

(Fonte: unioncamere.it)



confronto con il 2012, registrando un'occupazione media del 26,5% (+0,9%)". Le prenotazioni "per il mese di giugno si attestano al 23,5%, restando indietro ai livelli dello scorso anno (28,8%, -5,3 punti percentuali), specialmente nelle destinazioni culturali che avevano già subito un rallentamento a maggio (29,7%, -1,9%). Si tratta tuttavia di una tendenza che potrebbe rovesciarsi, dato che le città sono le destinazioni più soggette alla prenotazione last minute, in una competizione serrata dell'ultimo momento che si svolge ormai sempre più on-line".

I dati del primo trimestre 2012.

L'occupazione delle camere nelle strutture ricettive



EcoBioNews

Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Eccellenze. Il celebre caseificio è diventato da tempo una case history Vannulo, storia "bio" che "traina" il territorio

Teresa Palmieri: "Abbiamo scelto la qualità ed abbiamo vinto la sfida"

E' un caso di studio a livello internazionale il Caseificio Vannulo di Antonio Palmieri. Ormai il marchio è famoso in tutto il mondo e per chi arriva a Paestum è una

tappa obbligata. Il Caseificio Vannulo è nato nel 1988 e prende il nome della località dove si estendono i 200 ettari dell'azienda agricola fondata all'inizio del secolo dal nonno Antonio. L'azienda è stata quella che più, in Italia, ha sperimentato tecniche di allevamento innovative, senza però trascurare il rispetto degli equilibri ambientali. Dal 1996 si è così passati alla conversione della produzione tradizionale ai nuovi metodi dell'agricoltura biologica. Tutta l'estensione della tenuta è utilizzata per la produzione dei foraggi che servono da alimento per le



Interno dell'Azienda Vannulo

circa 400 bufale presenti, di cui 140 adulte. Il Caseificio Vannulo lavora esclusivamente il latte prodotto dall'azienda: questo spiega la produzione limitata, basata sul ciclo naturale del latte. Per buona parte dell'anno si preparano dunque solo mozzarelle, nelle varie forme e pezzature, e ricotta fresca. Quando la quantità lo permette, si trovano anche provole affumicate, ricotte salate, formaggio fresco e una vera specialità: lo yogurt intero, in barattoli di vetro confezionati ed etichettati a mano. Il latte non viene pastorizzato prima della trasformazione poiché l'allevamento è sotto controllo sanitario e indenne da tubercolosi e brucellosi, mantenendo così inalterate tutte le sue proprietà. Nel caseificio non vi sono macchine, ma solo qualificati operai dalle cui mani nasce ogni giorno il formaggio. Tutto questo ha fatto sì che l'azienda sia stata una delle prime del genere a ottenere la certificazione dei suoi prodotti. Teresa Palmieri, ingegnere gestionale, che si occupa dal 2008 dell'azienda, spiega a Eco-

BioNews le ragioni della scelta del biologico, un'opzione che si è poi rivelata strategicamente importante nel raggiungimento di standard qualitativi

tutto la motivazione principale, è stata quella di voler puntare sulla qualità del nostro prodotto, e non sulla quantità. L'idea di ottenere un prodotto

di nicchia ci ha avvicinato quindi alla filosofia del biologico che ci ha permesso di rispettare l'ambiente e il benessere degli animali, sfruttandone le naturali potenzialità".

Quali le difficoltà nel fare allevamento e trasformazione Bio?

"Le maggiori difficoltà, si sono riscontrate nel periodo di conversione, quando abbiamo dovuto modificare le tecniche di allevamento, di coltivazione e di trasformazione. Inizialmente si è avuta una perdita produttiva del 15% circa, recuperata in seguito all'adattamento degli animali alle nuove tecniche di allevamento (stabulazione, razione degli alimenti, sistema di mungitura)".

La crisi economica ha influenzato le vostre scelte e quelle della clientela?

"No, perché la nostra è una produzione limitata, che passa direttamente dalle nostre mani a quelle del consumatore finale, senza nemmeno affacciarsi alla grande o alla piccola distribuzione interessate dalla crisi".

In futuro la strategia aziendale quale sarà?
"La nostra strategia aziendale in futuro, punterà sempre agli stessi obiettivi: quelli di migliorarci sempre più e di offrire ai nostri clienti prodotti di alta qualità. Inoltre, cercheremo di ottenere dal latte di bufala nuovi prodotti che stiamo già sperimentando".

di grande prestigio. Quando avete pensato di privilegiare la produzione biologica?

"La scelta di cominciare a produrre secondo i canoni del biologico è stata fatta nel 1996 e siamo diventati un'azienda certificata bio nel 1998".

Quali le motivazioni di questa scelta?
"Questa scelta, è stata dettata inizialmente dalla volontà della volontà di sperimentare metodi innovativi, diversificando la nostra azienda dalle altre. Ma soprattutto di ottenere dal latte di bufala nuovi prodotti che stiamo già sperimentando".



Teresa Palmieri

400 bufale producono latte eccezionale rendendo unico il prodotto finale

"La nostra azienda è certificata Bio dal 1998, la nostra filosofia è puntare alla qualità"