

Camera di commercio, 50 milioni per aiutare aziende, servizi e turismo

L'ente di piazza Bovio vara bandi per dare fondi alle 340 mila imprese del territorio, ma gli industriali votano no. Un piano voucher per gli hotel: da 5 a 20 euro al giorno per ospite. Federalberghi: "Si a sostegni al turismo estero"

di **Tiziana Cozzi**

Cinquanta milioni come motore per l'economia. Fondi che la Camera di Commercio di Napoli stanziava per far ripartire le imprese campane e reagire allo shock post pandemia. «I primi bandi sono previsti entro la fine di luglio - assicura il presidente Ciro Fiola - i successivi entro l'11 settembre 2020. Saranno pubblicati a distanza di tre giorni, per agevolare consulenti, associazioni e aziende in modo che ogni impresa possa valutare e partecipare anche a più misure. È la prima volta che l'ente si impegnava con uno stanziamento così importante».

Il provvedimento viene approvato in consiglio a maggioranza e Fiola deve registrare il voto contrario dell'Unione industriali che più volte lo ha accusato di mancanza di iniziativa. «Gli industriali hanno votato contro lo stanziamento dei 50 milioni - spiega Fiola - un fatto gravissimo. Abbiamo promosso una campagna d'ascolto con gli imprenditori e calibrato gli aiuti sulle loro richieste. L'intenzione dell'Unione era far saltare lo stanziamento ma alla fine la maggioranza ha votato compattata e ce l'abbiamo fatta. Ora dovranno spiegare loro alle imprese perché hanno bocciato un provvedimento di aiuto». L'obiettivo è dare un sostegno concreto alle 340 mila imprese del territorio, con misure pensate ad hoc per nove settori (dall'innovazione tecnologica al contributo ad affitti e utenze). A partire dal turismo, al quale vanno 9 milioni e un inedito piano voucher. Gli alberghi e i titolari di strutture ricettive potranno rendicontare le presenze nelle loro strutture tra ottobre e dicembre e ricevere voucher da 5,10 e 15 euro a seconda di 2, 3 o 4 giorni di permanenza dei turisti italiani. Il piano rimborso si prevede anche una differenziazione di provenienza. Per gli ospiti inter-



nazionali il voucher aumenta: stessa permanenza, più alto il rimborso: per 2, 3, 4 giorni si va dai 10 ai 20 euro. «È un modo per indurre gli imprenditori a procacciarsi i clienti», spiega Fiola. E per il turismo il piano prevede anche tre milioni per le Luci d'Artista, le luminarie di Natale che quest'anno saranno bandite con un concorso di idee e illumineranno le strade cittadine, a partire da novembre, garantisce Fiola. L'ente di piazza Bovio promette aiuti anche a guide turistiche, agenzie viaggi, operatori del trasporto privato e anche ai ristoratori ma in quest'ultimo caso con un bando dedicato. Non solo. Punte anche sulla cultura (con due milioni destinati a teatri, cinema, librerie e rassegne), sul territorio (due milioni per luminearie, fiere, mercatini).

In un momento di grossa difficoltà per il turismo, con il 10 per cento

di occupazione camere e il 40 per cento degli alberghi nel mese di giugno, Federalberghi Napoli plaudono all'iniziativa: «Tutte le iniziative a sostegno del turismo sono ben accette», commenta il presidente Antonio Izzo - anche se dovremo capire bene, dopo la pubblicazione del bando, la portata del provvedimento e le modalità di accesso. Incentivare l'incremento della permanenza media in città è molto importante anche perché permette al turista di visitare luoghi culturali-paesaggistici, meno noti. Altrettanto importante è incentivare il turismo straniero. Per questo, però, è fondamentale anche la ripresa dei collegamenti, soprattutto aerei, e una imponente campagna di promozione del territorio».

Non manca il necessario contributo agli affitti e alle utenze, spinto nel fianco di molti piccoli imprenditori, soprattutto del mondo del commer-



◀ **Ripresa**
La Camera di commercio di Napoli pubblica bandi per negozi e imprese. A destra, il presidente Ciro Fiola

cio. Per loro il bando prevede 10 milioni suddivisi tra commercio (7 milioni) e artigianato (3 milioni). Il contributo per ciascun richiedente sarà così erogato: il 40 per cento sarà stanziato sugli affitti dal lockdown in poi, fino a un massimo di 5 mila euro. Se il locale è di proprietà del richiedente, il contributo verrà stanziato sulle utenze, sempre fino a un massimo di 5 mila euro. Tra gli altri settori individuati dall'ente, 10 milioni per l'innovazione tecnologica fino a 15 mila euro per gli investimenti fatti da marzo 2020 in poi; 5 milioni per il credito con l'abbattimento dei tassi di interesse su finanziamenti accessi nel 2020; 3,5 milioni per l'agricoltura, florivoltura e distillazione; 6,5 milioni per la sanificazione destinata a tutte le imprese con 50 per cento di contributo a fondo perduto fino a un massimo di duemila euro.

◀ RIPRODUZIONE RISERVATA

Lo studio UniCredit

Export dei vini dal Sud Italia la Campania cresce del 25%

Secondo lo Studio di UniCredit sul settore vitivinicolo del Sud, nel Mezzogiorno si produce il 24 per cento del vino italiano e crescono i vini qualità. È la Puglia in particolare a puntare decisamente sulla qualità della propria produzione vitivinicola, classificandosi al secondo posto in Italia sia per la produzione di vini certificati (32 vini Dop e 6 Igp): anche per la Campania si segnala un buon risultato sul fronte della produzione di vini certificati con 19 vini Dop e 10 Igp. Un ruolo trainante per la crescita del comparto vitivinicolo del Sud è rappresentato anche dalle esportazioni che sono cresciute di circa il 60 per cento negli ultimi 5 anni, incremento superiore alla media Paese (+26 per cento). L'indagine mostra come tuttavia esistano ampi margini di sviluppo per l'industria vitivinicola delle regioni del Sud, dal momento che i vini dell'area contribuiscono solo per il 3,5 per cento dell'export nazionale: la Campania contribuisce per il 25 per cento alla crescita dell'export dei prodotti vitivinicoli del Sud.

Nell'area si conferma in crescita anche la produzione di vini di qualità, che rappresentano oggi circa il 10 per cento della produzione nazionale: i vini certificati sono 92, di cui 65 Dop e 27 Igp, che hanno impatto considerevole sull'economia del territorio per un valore pari a circa 500 milioni di euro.

Lo Studio di UniCredit ha esaminato anche gli impatti del Covid-19 sul settore vitivinicolo italiano e del Sud. Il mercato interno è atteso in contrazione, a seguito delle difficoltà di hotel, ristoranti, bar, enoteche, che da soli contribuiscono per il 42 per cento alla vendita dei vini sul mercato nazionale, e della minore capacità di spesa delle famiglie.

«Il comparto vitivinicolo del Sud è una delle più rinomate eccellenze del territorio - ha affermato Annalisa Areni, regional manager Sud di UniCredit - ma per le imprese del Mezzogiorno è fondamentale agire sul tema della dimensione, valorizzando anche l'intera filiera produttiva».

◀ RIPRODUZIONE RISERVATA



◀ **Fotografia** La campagna pubblicitaria Barilla

◀ RIPRODUZIONE RISERVATA

Barilla distribuisce gratis pacchi di pasta nei palazzi

Pacchi di pasta distribuiti gratis nei palazzi. La manna dal cielo? Penne in cambio di voti? Le confezioni spuntano all'improvviso e ci vuole un po' a capire che non è una campagna elettorale in stile Achille Lauro, ma piuttosto la nuova campagna pubblicitaria lanciata dalla Barilla per la pasta realizzata con grani di italiani selezionati.

In realtà è un concorso: cercare l'azzurro più simile a quello delle nuove confezioni, scattare la foto e pubblicarla su Instagram. E Napoli è in campo, tra le 50 città d'Italia che la Barilla ha scelto per testare il suo prodotto top, la nuova pasta 100 per cento grano italiano. Da ieri è cominciata la distribuzione di materiale informativo del concorso e di pacchetti di penne nei quartieri cittadini, Vomero e Colli Aminei in primis. Le 300 mila famiglie italiane prescelte parteciperanno al concorso "Azzurro Barilla", le loro foto saranno sele-

zionate e alla fine in 80 vinceranno una cena speciale per 10 persone a casa propria, con uno chef stellato a domicilio, probabilmente a ottobre. Disponibili 10 chef per 10 regioni italiane.

La campagna pubblicitaria, informa Barilla, ha l'obiettivo di promuovere una pasta che integra quattro esclusive varietà di grani duri coltivate in 13 regioni italiane. Per l'occasione sono state rinnovate anche le confezioni, che mantengono l'iconico logo rosso ma sostituiscono il classico blu Barilla, tingendo i box di un azzurro brillante. È proprio il colore di quel cielo italiano il cuore del concorso. Quell'azzurro "sotto cui è prodotta e lavorata una pasta che fa dell'italianità e dei suoi elementi di mediterraneità, naturalità ed energia positiva il proprio punto di forza".

I pacchi - informa l'azienda - sono realizzati in cartoncino di fibra ver-



◀ **Fotografia** La campagna pubblicitaria Barilla

gine proveniente da foreste gestite in modo responsabile secondo standard certificati, sono interamente riciclabili nella filiera della carta, senza che il consumatore debba separare la finestra in plastica.

«Questo progetto, di cui il prodotto finale è solo il risultato più evidente - spiega Paolo Barilla, vicepresidente del gruppo - rappresenta il nostro impegno a investire sull'agricoltura italiana, con l'obiettivo di avere sempre più grano duro nazionale di alta qualità coltivato in modo sostenibile. Arriviamo oggi a un risultato straordinario, derivato da molti anni di ricerca sulla materia prima e di lavoro sull'intera filiera, frutto degli accordi realizzati con oltre 8 mila agricoltori italiani e del protocollo d'intesa siglato a fine dello scorso anno con il ministero dell'Agricoltura».

— **Tiziana Cozzi**

◀ RIPRODUZIONE RISERVATA



◀ **Fotografia** La campagna pubblicitaria Barilla

◀ RIPRODUZIONE RISERVATA