

«Stagione turistica positiva ma ora bisogna accelerare»

«Abbiamo chiesto voli da città importanti come Londra, Parigi, Basilea e anche Zurigo»

Nico Casale

Dal turismo estivo alle crociere, dall'aeroporto alla promozione della destinazione Salerno e Cilento. Sono i temi al centro dell'analisi del presidente della Camera di Commercio di Salerno e di Unioncamere, Andrea Prete. «Veniamo da una stagione turistica che credo sia stata positiva», sottolinea il leader del Sistema camerale italiano, che indica nelle potenzialità del territorio e nella capacità di attrarre nuovi flussi turistici alcune delle leve per sostenere la crescita. Prete analizza, poi, anche i dati del Sistema informativo Excelsior di Unioncamere e ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, relativi alle previsioni occupazionali di settembre, da cui emerge, in provincia di Salerno, un calo del 5,2% rispetto allo scorso anno.

A cos'è dovuta questa flessione rispetto allo stesso mese dello scorso anno?

«A vari fattori, tra cui le incertezze legate a vicende geopolitiche e ai costi dell'energia, che stanno mettendo in difficoltà l'apparato industriale con effetti a cascata sull'intero sistema economico. Credo che il segnale della contrazione venga proprio da questo raffreddamento, che speriamo essere temporaneo. Dunque, sono motivazioni di carattere generale e non propriamente legate al nostro territorio».

L'incertezza, dunque, frena?

«Sì, ed è un elemento legato al periodo. L'incertezza non favorisce gli investimenti, né lo sviluppo delle imprese perché porta gli operatori a rimanere in una posizione di attesa e di prudenza. A questo si aggiunge il peso significativo dei costi dell'energia. Lo dico anche sulla base di ciò che osserviamo a livello nazionale come Unioncamere. Tra le imprese che fanno ricorso alla composizione negoziata della crisi, il costo dell'energia rappresenta una delle cause più rilevanti delle difficoltà che hanno portato alla crisi aziendale».

Tornando all'occupazione, nel mese che si è da poco concluso, le imprese hanno previsto oltre 9mila assunzioni, ma solo nel 16% dei casi sono stabili nel Salernitano «Sì, infatti solo una parte è a tempo indeterminato. La richiesta a tempo determinato riguarda una certa saltuarietà dovuta alla tipologia del lavoro o diventa il primo accesso al mondo del lavoro perché in molti vengono stabilizzati successivamente. Ma direi che è abbastanza consueto che il tempo determinato la faccia da padrone. Ricordo sempre, però, che i dati prendono in esame richieste di almeno un mese, per cui quando si leggono questi numeri, che sembrano elevatissimi, bisogna tener presente che se, ad esempio, ci sono 12 richieste da un mese che coprono l'anno, quel numero lo si vedrà dodici volte».

Al termine della stagione turistica estiva, che bilancio traccia per le imprese salernitane?

«Veniamo da una stagione turistica che credo sia stata positiva, anche se qualcuno ha notato qualche mancanza. A Salerno città, però, le crociere hanno contribuito significativamente a un incremento del turismo. In provincia sembra che, ad agosto, non si sia registrato il tutto esaurito nel Cilento. Ma un ruolo rilevante lo gioca anche il livello dei prezzi».

Quali prospettive a medio e lungo termine per l'aeroporto?

«Abbiamo fatto un bando, che riguarda la summer del prossimo anno, e la gara si è chiusa. Credo che abbiamo ottenuto un risultato importante sull'impegno che la Camera di Commercio ha messo in campo per due anni. Abbiamo chiesto mete importanti da cui far arrivare i voli, Londra, Parigi e Svizzera con Basilea e Zurigo. Valuteremo, adesso, quindi, anche iniziative importanti di promozione perché dobbiamo andare a sollecitare il mercato».

E, a novembre, quando Capodichino si ferma per venti giorni per lavori alla pista?

«A novembre, assorbiremo una parte del traffico di Napoli. Rappresenta, sicuramente, l'opportunità di avere a disposizione voli che normalmente non ci sono da Salerno. Si potrà andare, per esempio, a Linate».

Tornando all'impegno dell'Ente camerale, il nuovo brand "Salerno & Cilento - Essenza Mediterranea" come cambierà la promozione del territorio sui mercati italiani e internazionali?

«Ci stiamo lavorando e lavoreremo sempre in maniera più approfondita. Sono già tante le aziende che hanno aderito alla nostra piattaforma. E colgo l'occasione per fare una sollecitazione: qualsiasi impresa di Salerno che abbia un'attività legata al turismo può aderire gratuitamente alla piattaforma perché rappresenta un'opportunità di visibilità. Qui c'è il mare bello, sì, ma ci sono anche enogastronomia, archeologia, monumenti importanti, le esperienze da poter fare in canoa, in bicicletta, quelle subacquee. Questo pure stimola i turisti a scegliere un luogo piuttosto che un altro dove trascorrere le vacanze».

© RIPRODUZIONE RISERVATA