CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO

Allegato alla deliberazione di Giunta n. 45 del 22 Ottobre 2026

RELAZIONE PREVISIONALE E PROGRAMMATICA PER L'ANNO 2027

La presente Relazione Previsionale e Programmatica si colloca in una fase istituzionale di transizione, caratterizzata dalla naturale scadenza, prevista nel corso del 2027, del mandato politico-amministrativo conferito per il quinquennio 2022–2027. Di conseguenza, l'orizzonte temporale considerato coincide con la conclusione dell'attuale ciclo programmatorio.

Sotto il profilo metodologico e dell'indirizzo politico, si è ritenuto tecnicamente opportuno e istituzionalmente doveroso improntare il documento a un criterio di stabilità, continuità e prudenza. L'obiettivo primario di questo ultimo scorcio di mandato risiede nel consolidamento e nel definitivo compimento delle linee strategiche e dei progetti di sviluppo già avviati e approvati dall'Organo consiliare nel corso della consiliatura, con particolare riferimento alle opere e agli investimenti strutturali in fase di cantierizzazione o di ultimazione.

Tale impostazione risponde al duplice fine di:

⇒ **Garantire l'efficacia e la certezza dell'azione amministrativa, evitando frammentazioni o l'introduzione di nuovi orientamenti che rischierebbero di non trovare il necessario tempo di attuazione;**

⇒ **Rispettare pienamente le prerogative democratiche e decisionali della futura governance, alla quale spetterà l'onere e la facoltà di tracciare le nuove linee programmatiche e di apportare gli aggiornamenti strutturali ritenuti più idonei per il successivo ciclo amministrativo.**

Alla luce di tali premesse, il quadro previsionale per l'annualità 2027 viene confermato nelle sue linee portanti e nei suoi equilibri finanziari essenziali, configurandosi come lo strumento di chiusura e rendicontazione strategica del mandato 2022–2027.

****

La Relazione previsionale e programmatica rappresenta il documento di carattere generale, introdotta dal D.P.R. 2 novembre 2005, n. 254, con il quale il Consiglio camerale aggiorna annualmente il programma pluriennale ed illustra i

programmi che si intendono attuare nell'anno di riferimento, in rapporto alle caratteristiche ed ai possibili sviluppi dell'economia locale e al sistema delle relazioni con gli organismi pubblici e privati operanti sul territorio, specificando, altresì, le finalità che si intendono perseguire.

Tra il documento di programmazione pluriennale e quello annuale esiste un rapporto di stretta interdipendenza e coerenza. Non a caso, la presente Relazione, proprio a voler sottolineare il legame tra i due documenti di programmazione, espone in apertura di ogni linea strategica di intervento un box nel quale vengono richiamati alcuni passaggi particolarmente significativi tratti dal programma pluriennale di mandato per gli anni 2022–2027, approvato dal Consiglio Camerale con delibera n. 9 del 13 ottobre 2022.

Il Piano rappresenta la guida nel percorso quinquennale che la Giunta ed il Consiglio stanno completando e il mandato camerale è un compito importante in un momento storico molto complesso che influisce su tutte le categorie economiche, nessuna esclusa.

Se alle difficoltà insite in un qualsiasi processo di pianificazione si aggiungono quelle legate al contesto esterno, si può ben intuire come sia particolarmente impegnativa la relativa attività. La complessiva dinamica economica permane in uno stato di grave incertezza per le difficoltà emerse 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 non solo la programmazione strategica, ma anche quella relativa al prossimo anno, sia inserita in uno scenario di grandi cambiamenti globali che impattano sui territori e li trasformano.

Il Rapporto annuale dell'Istat ci fornisce una base informativa e di analisi ampia e rigorosa non solo per misurarsi con la complessità del presente, dovuta al susseguirsi di crisi a livello internazionale e nazionale, ma anche per progettare

una nuova fase di sviluppo sostenibile e inclusivo. Assumendo un approccio integrato tra aspetti demografici, economici e sociali il Rapporto 2026 focalizza l'attenzione sulle conseguenze dell'evoluzione demografica con particolare riferimento al mercato del lavoro, sul ruolo del capitale umano come fattore di inclusione e sviluppo, sulle criticità ambientali e le sfide della transizione ecologica, sulla capacità di innovazione e resilienza del sistema delle imprese.

Nell'ultimo anno l'economia italiana ha mostrato segnali di resilienza in uno scenario globale complesso, segnato da tensioni geopolitiche e da un'incertezza ormai persistente. Le potenzialità di crescita restano vincolate da criticità di lungo periodo, tra cui il modesto andamento della produttività, che potrebbe beneficiare di una maggiore intensità di conoscenza dei processi produttivi.

Una delle sfide chiave per il Paese si giocherà, del resto, sulla capacità di valorizzare il capitale umano di cui si dispone.

Il Rapporto evidenzia come maggiori investimenti in istruzione, competenze digitali e innovazione rappresentino una condizione essenziale per la tenuta dei livelli occupazionali, il miglioramento delle condizioni salariali e, più in generale, il benessere collettivo, in un contesto sociale segnato da vulnerabilità che permangono nel tempo.

L'adozione di nuove tecnologie non è infatti sufficiente a stimolare la crescita economica, se non accompagnata dalla maturazione di nuove competenze e, insieme, da una riorganizzazione dei processi aziendali, in un sistema economico che dovrà tenere conto dell'aumento dell'età media della forza lavoro.

Sul fronte demografico, il Paese si confronta con il crescente invecchiamento della popolazione e con una natalità ai minimi storici. Gli scenari futuri richiedono di valutare con attenzione i rischi di sostenibilità per il sistema di welfare e per quello sanitario, e di continuare ad affrontare con incisività il tema della gestione dei carichi di cura familiari e della piena valorizzazione dei nostri giovani -- di cui

dobbiamo trattenere i talenti -- il cui deflusso si configura come un'emorragia di competenze che assume toni particolarmente critici per il Mezzogiorno.

La dinamica demografica e sociale dell'Italia continua infatti a riflettere trasformazioni profonde, che attraversano generazioni, territori e gruppi sociali. La popolazione residente è in costante calo, spinta da una dinamica naturale fortemente negativa, solo parzialmente compensata da un saldo migratorio positivo. I cambiamenti demografici si intrecciano con quelli familiari: le famiglie diventano sempre più piccole.

Sul fronte dell'istruzione si evidenzia il fenomeno della mobilità dei giovani laureati. La mobilità costituisce una componente strutturale dei processi di integrazione economica e sociale. Il Paese si confronta con un una perdita netta di giovani italiani di 25-34 anni altamente istruiti. La perdita di capitale umano penalizza in particolare il Mezzogiorno, che sconta un doppio svantaggio con flussi in uscita verso l'estero e verso il Centro-Nord.

La sfida è anche quella di evitare che le disuguaglianze sociali, economiche, sanitarie e territoriali si cristallizzino, agendo, oltre che su un maggiore investimento in istruzione, anche sul rafforzamento del capitale sociale, fattore di protezione contro i rischi di esclusione, ridotta mobilità sociale e minore benessere. È importante, a riguardo, promuovere un'effettiva inclusione digitale e lo sviluppo di competenze adeguate, riducendo i riflessi negativi delle nuove tecnologie soprattutto per le giovani generazioni.

Si tratta certamente di sfide rilevanti che richiedono la coesione di tutti gli attori e di tutte le forze che possono contribuire allo sviluppo della nostra società.

Soffermandosi sull'evoluzione della struttura economica, il Rapporto evidenzia che tra il 2007 e il 2024, il sistema economico italiano è stato interessato da una profonda ricomposizione dell'input di lavoro. Mentre la manifattura ha perso il 16,9% della propria forza lavoro (circa 700 mila unità di lavoro - ULA), i servizi

hanno assorbito quasi 2 milioni di nuovi occupati, concentrati soprattutto nella sanità, nel turismo e nelle attività professionali.

Il tessuto produttivo italiano mostra comunque segnali di consolidamento: tra il 2007 e il 2023 la quota di fatturato generata dalle grandi imprese è aumentata di 7 punti fino al 36,1%. Negli stessi anni, il capitale umano è invecchiato sensibilmente, pur a fronte di un innalzamento dei livelli di istruzione: nel 2024, i laureati hanno eguagliato per quota i lavoratori con la sola licenza media (26%).

L'attività innovativa delle imprese riflette una fase di transizione complessa. L'adozione di tecnologie digitali è progredita (l'uso dell'IA è triplicato tra il 2023 e il 2025, raggiungendo il 16%), ma l'Italia mantiene un deficit strutturale di specialisti ICT (il 4% degli occupati contro il 5,3 per cento della Germania) e presenta, come noto, l'intensità di spesa in R&S più contenuta tra le maggiori economie dell'Unione europea (meno dell'1,5% del Pil), con una componente pubblica relativamente debole e ferma ai livelli del 2007.

Tra il 2007 e il 2025 l'occupazione italiana ha mostrato una significativa ricomposizione qualitativa: gli occupati con titolo di studio terziario sono aumentati di 2,6 milioni (+70%) a fronte di un incremento complessivo dell'occupazione del 5,6%, mentre dal 2011 al 2024 il personale inquadrato come specialisti e tecnici è cresciuto del 14,2%. Tale dinamica ha interessato tutti i settori, sebbene con intensità diverse.

Il capitale umano si conferma un fattore chiave per sostenere e aumentare la capacità competitiva e innovativa del sistema produttivo. L'analisi, condotta su dati di impresa, conferma una correlazione positiva tra il livello di istruzione e la qualificazione degli addetti -- in particolare laureati e profili tecnici -- e la propensione delle imprese all'innovazione nelle sue diverse dimensioni: adozione di tecnologie digitali, introduzione di nuovi prodotti e processi, attività di R&S.

Nel 2025, sebbene la connettività e l'uso del cloud (quasi il 70% delle imprese lo utilizza) siano ormai requisiti strutturali consolidati per il sistema delle imprese, il salto verso una digitalizzazione complessa resta vincolato alla disponibilità di competenze specifiche.

Le analisi mostrano infatti come l'intensità della digitalizzazione cresca di pari passo con la quota di laureati e di personale con inquadramento specialistico e tecnico. Nelle piccole e medie imprese (PMI), del resto, la mancanza di competenze è citata come il principale ostacolo all'adozione dell'IA dal 50% delle unità che hanno considerato, senza successo, l'impiego di tali tecnologie.

Il rapporto tra capitale umano e innovazione di prodotto o di processo rivela dinamiche eterogenee legate all'età e all'esperienza dei lavoratori.

L'andamento delle retribuzioni contrattuali, superiore al tasso di inflazione, ha permesso per il secondo anno consecutivo di realizzare un recupero in termini reali, sebbene alla fine del 2025 la perdita di potere di acquisto rispetto al 2019 rimanga ancora ampia (pari all'8,6%). Per il 2026, la dinamica salariale acquisita è stimata sopra il 2,0%, ma l'eventuale protrarsi della nuova impennata dei prezzi dei beni energetici rischia di rallentare la fase di recupero del potere di acquisto.

Sul fronte delle imprese, l'aumento dei costi per unità di prodotto nell'ultimo anno è stato pari all'1,7 % trainato dal costo del lavoro (+3,4%) a fronte di una produttività rimasta debole (-0,4%); il sistema produttivo ha assorbito i rincari attraverso una contrazione dei margini di profitto (-0,5%).

Sul fronte dei cambiamenti climatici, a livello globale, il 2025 è risultato il terzo anno più caldo dal periodo pre-industriale, con temperature superiori di 1,4°C rispetto ai livelli di riferimento. Negli ultimi anni le azioni di mitigazione si sono indirizzate in particolare sulla produzione di energie rinnovabili e sulla forestazione urbana. In Italia, nel 2024 la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili ha raggiunto il 49,6 per cento del totale (134,4 TWh), grazie anche al raddoppio della potenza fotovoltaica installata nell'ultimo decennio.

In sintesi, nell'ultimo decennio la crescita dell'economia ha risentito sia di condizioni macroeconomiche in prevalenza sfavorevoli, sia di caratteristiche del sistema produttivo associate all'efficienza e all'incremento della produttività che ne hanno frenato l'espansione, quali le ridotte dimensioni d'impresa, la specializzazione, il contenuto innovativo relativamente modesto delle produzioni.

Negli anni più recenti lo sviluppo delle attività ad alta tecnologia ha contribuito a mitigare questi effetti. Tuttavia, l'Italia continua a scontare un ritardo nella dotazione di capitale umano qualificato, che si riflette anche in una minor capacità di adozione delle tecnologie digitali che richiedono competenze specializzate.

Le complesse trasformazioni in atto si riflettono sul territorio, con le sue specificità economiche, demografiche, sociali e culturali, e quindi con potenzialità e vincoli di volta in volta diversi. Le previsioni demografiche di lungo periodo indicano un rafforzamento della tendenza allo spopolamento e all'invecchiamento delle aree economicamente meno attrattive. La popolazione giovane tende, del resto, a ridursi con maggiore intensità nei territori con carenti opportunità occupazionali e bassa produzione di reddito. In questo senso, la forza economica dei territori rappresenta una chiave di lettura con cui analizzare i divari demografici territoriali. I dati mostrano il permanere degli squilibri tra Nord e Sud del Paese. Tuttavia, alcuni segnali di vitalità e di innovazione iniziano a manifestarsi, per esempio, nei settori agricolo e culturale-creativo.

Le previsioni dell'Istat, che scontano un quadro di forte incertezza, vedono il Pil italiano in crescita sia nell'anno in corso sia nel 2027. La crescita a "ritmi moderati" dell'economia italiana è confermata da Banca d'Italia, nel Bollettino economico trimestrale, che per l'economia italiana indica un rallentamento della crescita a +0,4% nel 2027, dopo il +0,6% stimato per il 2026, seguito da una ripresa a +0,9% nel 2028.

Appare evidente che è in corso un programma di revisione complessiva di tanti aspetti che condizionano la competitività del Paese e che riguardano la vita delle imprese. In questo scenario 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.

Le linee tracciate si collegano alle seguenti tematiche centrali per l'attività dell'intero sistema camerale:

- ✓ Transizione digitale e tecnologica attraverso innanzitutto l'attività dei Punti Impresa Digitale – PID.
- ✓ Transizione burocratica e semplificazione con il passaggio da una burocrazia difensiva a una burocrazia aperta più amica delle imprese e attraverso il Registro delle Imprese che rappresenta un caso di eccellenza internazionale, il primo esempio di registro pubblico delle imprese totalmente telematico.
- ✓ Credito e finanza in quanto 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.

- ✓ Transizione ecologica verso un'economia sostenibile che rappresenta un fattore centrale per la competitività del sistema produttivo, una risposta alla scarsità di materie prime, alla necessità di superare fonti energetiche fossili (non rinnovabili) e al cambiamento climatico,

- ✓ Internazionalizzazione, anche attraverso attività per accompagnare le piccole e medie imprese, soprattutto quelle di più ridotta dimensione, a ridefinire o riprogettare in questa fase la propria presenza all'estero e per incrementare l'utilizzo del digitale a sostegno dell'export, per avviare o sviluppare nuove forme di presenza sui mercati.

- ✓ Sostegno alle aggregazioni e collaborazioni tra imprese al fine di proteggere un patrimonio di competenze imprenditoriali e relazionali, nonché fronteggiare il pesante indebitamento delle imprese, è necessario incentivare i processi di aggregazione tra le stesse.

- ✓ Giustizia alternativa, legalità nell'economia e promozione della concorrenza, valorizzando il ruolo che le camere di commercio svolgono a tutela della legalità nell'economia.

- ✓ Giovani, politiche attive del lavoro, nuove imprese, con un ruolo ancora più importante nelle politiche attive del lavoro, potenziando il collegamento tra scuola e impresa, anche tramite l'alternanza scuola-lavoro e lo sviluppo dell'autoimprenditorialità, grazie alla banca dati Excelsior.

- ✓ Imprenditoria femminile, con azioni che possano nella ripartenza colmare il più possibile il gap di genere.

E' noto che negli ultimi anni le attività di programmazione hanno dovuto tener conto principalmente dei contenuti della riforma che ha interessato il sistema

camerale. Riforma che, oltre a razionalizzare tutte le componenti organizzative del sistema camerale, ha individuato una serie di funzioni, sulle quali il sistema ha già lavorato per ridefinire in maniera più efficiente e innovativa i servizi offerti, a partire da quelli che riguardano i nuovi temi di frontiera: mercato del lavoro, digitale, cultura e turismo. Affrontando innanzitutto la questione finanziaria, grazie all'incremento del 20% del diritto annuale che ha permesso di realizzare i progetti a partire dal primo triennio 2017-2019.

Da tali premesse è scaturita, a livello nazionale, la quarta fase della progettazione 20% del diritto annuale riguardante il triennio 2026-2029.

L'iter previsto dalla normativa prevede la condivisione con le Regioni, la delibera del Consiglio delle singole Camere di commercio, la presentazione dei progetti al MIMIT da parte dell'Unioncamere nazionale, il decreto di approvazione da parte del Ministero delle Imprese e del Made in Italy.

La Camera di Salerno, con deliberazione del Consiglio camerale n. 9 del 22 ottobre 2025, ha aderito al percorso delineato a livello nazionale, destinando il 6% dell'incremento del diritto annuale al progetto "LA DOPPIA TRANSIZIONE: DIGITALE ED ECOLOGICA, l'8% al progetto "TURISMO – PIANO STRATEGICO DEL TURISMO", il 4% al progetto "INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE", ed il 2% al progetto "COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE: STRUMENTI E SERVIZI PER L'ACCESSO ALLA FINANZA, approvando le schede di sintesi relative alle attività e ai costi da sostenere per la loro realizzazione.

I progetti promossi dal sistema camerale sono stati approvati dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy con il decreto 17 marzo 2026.

Tra le novità che saranno introdotte in questo nuovo triennio di progettazione, è stato previsto l'inserimento in ciascuno dei progetti di linee di attività trasversali, quali il CRM, la qualificazione delle competenze, l'uso delle nuove tecnologie, la

comunicazione e la previsione di utilizzo delle risorse per voucher/contributi attraverso bandi nazionali.

Il 2027 rappresenterà quindi l'anno di pieno avvio delle attività del quarto triennio delle progettualità del 20%, per le quali si è inteso, come per il passato, attivare forme di integrazione tra le azioni previste, attesa la forte interconnessione tra i temi dei singoli progetti. Per la descrizione degli stessi si rinvia alla seconda parte della relazione.

Al contempo, in considerazione dei risultati raggiunti, troveranno spazio nelle attività in programma per il 2027, in continuità con il passato, principi di azione considerati tutt'ora validi.

In tale ottica la Camera, nel prossimo esercizio conferma l'intento, alla luce dei cambiamenti in atto, di favorire prioritariamente la destinazione di una parte delle risorse disponibili direttamente in favore delle imprese mediante l'erogazione di voucher finalizzati al conseguimento di obiettivi mirati, previa approvazione dei relativi bandi.

La Camera, inoltre, proseguirà nel 2027 la realizzazione di interventi promozionali utilizzando la modalità del cofinanziamento, sperimentata con successo nella precedente consiliatura, sulla base delle recenti modifiche del Regolamento per il cofinanziamento apportate dal Consiglio camerale con la deliberazione n.8 del 22/10/2025, che se da un lato mantiene una valutazione attenta degli interventi da finanziare, condizionata dalla concreta fattibilità ed efficacia degli stessi, dall'altro risponde all'esigenza di semplificare e razionalizzare la procedura amministrativa per il sostegno degli stessi.

A tal fine, si ritengono per il 2027 di assoluta validità i criteri di seguito indicati:

- favorire iniziative di soggetti terzi, ai sensi della L. 241/90 art.12, assicurando laddove possibile una diretta partecipazione della Camera negli eventi, anche attraverso accordi istituzionali, e privilegiando gli

interventi che abbiano quale principale obiettivo la esclusiva e diretta ricaduta sugli interessi delle imprese;

- prediligere attività cd. *labour intensive* che richiedono un rilevante impegno di risorse umane rispetto a quelle finanziarie e che consentono di porre in essere attività comunque ad elevato valore aggiunto grazie all'utilizzo del *know-how* maturato dal personale camerale su varie tematiche afferenti le competenze istituzionali dell'Ente;

- assicurare una rigorosa selezione degli interventi promozionali da attuare secondo criteri di oculatezza e trasparenza;

- evitare l'eccessivo frazionamento delle risorse, concentrando le stesse su interventi di spessore capaci di assicurare un maggior ritorno per le imprese del territorio;

- privilegiare gli interventi promozionali che presentano un carattere intersettoriale rispetto a quelli con una efficacia promozionale circoscritta solo a specifici settori economici, senza trascurare le principali attività produttive del territorio;

- attivare relationship con gli attori del territorio allo scopo di creare delle sinergie finalizzate anche all'attrazione di risorse regionali e comunitarie;

- coordinare gli interventi promozionali sia con quelli già presenti nel piano di attività, sia con quelli già attuati nel corso di precedenti esercizi, al fine di valorizzare elementi di coerenza e di continuità di obiettivi, dopo averne verificato l'effettiva ricaduta economica;

- utilizzare le informazioni di ritorno ottenute con l'indagine di customer satisfaction, nonché da altri studi o ricerche appositamente condotte,

- prevedere programmi con modalità attuative ben definite che consentano una maggiore velocità della spesa, anche alla luce del Ciclo della

performance introdotto dal d.lgs 150/2009 che impone un'attenta, sistematica e puntuale rilevazione dei risultati conseguiti dall'Ente nell'ambito della propria attività istituzionale.

Si passano ad esaminare gli interventi da realizzare nel 2027 per ognuna delle seguenti linee di indirizzo strategico individuata nel piano pluriennale:

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*

In proposito, è utile ricordare 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.

- Linea 1 -
VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO INFORMATIVO

"…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."
…

Per il 2027 la Camera intende proseguire le attività di monitoraggio economico realizzate nell'ambito dell'Osservatorio Economico, fornendo statistiche e dati in modo puntuale e fruibile riducendo il gap tra rilevazione e diffusione dei dati, attraverso la redazione di notiziari flash che forniscano, a cadenza periodica, aggiornamenti sull'economia provinciale ed approfondimenti su particolari tematiche, con particolare attenzione rivolta alle analisi di breve periodo e ai punti di svolta del ciclo economico.

Obiettivo strategico "Innovare l'informazione statistica ed economica per le imprese"

- Agevolare l'accesso all'informazione economica ricorrendo ad un uso costante dei più moderni strumenti di comunicazione, anche avvalendosi del servizio Dataview realizzato dal Centro Studi Guglielmo Tagliacarne per consentire alle Camere di commercio di disporre di una informazione tempestiva e di facile diffusione sugli andamenti dell'economia locale;

- Proseguire nel percorso volto all'utilizzo sistematico delle piattaforme social media nelle quali è presente la Camere, per veicolare notizie di carattere statistico-economico. Tale percorso sarà alimentato anche da informazioni su base nazionale provenienti da altri Enti e organismi che, rendendo disponibili dati per tutte le province, consentiranno alla Camera di estrapolare ed evidenziare il dato relativo alla provincia di Salerno.

- Revisionare le attività necessarie per rendere fruibile l'enorme patrimonio informativo statistico-economico che scaturisce dalle attività del Registro Imprese.

- Promuovere e divulgare gli studi e le azioni svolte dagli Osservatori camerali.

- Migliorare la qualità delle banche dati anagrafiche camerali.

- Consolidare il ruolo della Camera nell'ambito del Sistan, assicurando la partecipazione alle diverse rilevazioni statistiche inserite nel Programma Statistico Nazionale in collaborazione con l'Istat, anche attraverso la rilevazione diretta.

- Ampliare l'attività di rilevazione dei prezzi di alcuni prodotti di riferimento, al fine di migliorare la trasparenza del mercato, anche in collaborazione con la Borsa Merci Telematica Italia (BMTI).

- Sviluppare attività di ricerca per soddisfare specifiche nicchie di mercato.

Obiettivo strategico "Potenziare il ruolo svolto sul territorio dell'Osservatorio economico"

- Ricercare sinergie con altri soggetti detentori di dati e con enti di ricerca per ampliare il contesto di riferimento delle analisi.

- Promuovere il dialogo con il sistema locale istituzionale e con il mondo associativo per una diffusione condivisa e omogenea delle statistiche.

- Creare momenti di confronto e di informazione pubblica in collaborazione con partner istituzionali e del sistema camerale, con particolare attenzione alle linee di sviluppo dell'intero territorio regionale.

Benefici attesi

- ⇨ Miglioramento nella qualità dell'informazione economica;
- ⇨ Maggiore diffusione dei dati e delle analisi realizzate;
- ⇨ Maggiore tempestività e rapidità nell'aggiornamento delle informazioni;
- ⇨ Accrescimento della qualità delle anagrafiche camerali;
- ⇨ Innovare le modalità attuative dell'informazione economica.

- Linea 2 -
COMUNICAZIONE E TRASPARENZA

…"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"….
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."
…

L'attività della Camera per il 2027 sarà rivolta 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.

Obiettivo strategico "Aumentare il livello di informazione e trasparenza percepito dall'utenza"

- Consolidare il sito internet camerale, divenuto nel tempo il luogo virtuale in cui l'Ente comunica a livello globale, h24 e 365 giorni l'anno. Il recente adeguamento tecnologico e grafico effettuato sulla piattaforma, oltre a soddisfare le indicazioni impartite dall'Agid per i siti web istituzionali delle PA, ha reso i contenuti meglio fruibili ai dispositivi mobile, gli strumenti più usati dagli utenti. L'adeguamento ha consentito di integrare il sito alla strategia di comunicazione sui social media.

- Consolidare l'uso delle piattaforme social media, rafforzando il modello organizzativo già avviato, volto ad assicurare la sistematica diffusione di notizie aggiornate. L'Ente è presente con un proprio spazio su quattro dei principali network: facebook, twitter, linkedin e youtube ove rimbalza quotidianamente le informazioni circa le proprie attività o quelle d'interesse

dell'utenza. Da valutare la presenza dell'Ente su altri canali, come Tik Tok, caratterizzati per una ampia partecipazione di giovani tra gli iscritti al fine di diffondere contenuti circa l'orientamento scuola/lavoro, la nuova imprenditorialità e le rilevazioni Excelsior. Tuttavia la particolarità di tali canali richiede uno sforzo organizzativo teso a realizzare contenuti idonei per tali piattaforme (video, reel, ecc.) oltre che investire in campagne a pagamento.

- Rilanciare e consolidare la comunicazione tramite l'utilizzo della piattaforma evoluta ed unica di Customer Relationship Management ("CRM") di Unioncamere, a cui la Camera di Commercio di Salerno ha aderito, in sostituzione del sistema Dynamics 365 di Miscrosoft, gestito da Infocamere. Il nuovo strumento consente di lanciare campagne informative e newsletter periodiche, integrate con la comunicazione già presente sul sito web istituzionale.

- Proseguire nelle attività di "Media Relation" nelle quali rientrano 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.

- Realizzare gli aggiornamenti necessari della Carta dei Servizi che rappresenta anche una dichiarazione pubblica di impegno da parte dell'Ente ad assicurare determinati standard qualitativi.

- Realizzare con periodicità le indagini di customer satisfaction, sul grado di soddisfazione dell'utenza rispetto ai servizi camerali offerti, che hanno l'obiettivo di conoscere l'immagine percepita dell'Ente presso le imprese, i professionisti, le Associazioni di categoria nonché i privati cittadini. Resta confermata la modalità della compilazione via web del questionario di gradimento.

- Potenziare il contatto con l'utenza e migliorare gli standard di qualità raggiunti, anche attraverso l'URP della Camera, che funge da interfaccia tra l'Amministrazione e i cittadini, migliorando la comunicazione esterna, agevolando l'accesso alle informazioni e ai servizi, nella più ampia cultura della trasparenza amministrativa.

- Aggiornare costantemente la sezione del sito web "Amministrazione Trasparente".

- Prediligere le misure, descritte nel Piano integrato di attività e organizzazione – PIAO, 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 pratice – e partecipazione a gruppi di lavoro sia interni al Sistema Camerale che esterni.

Benefici attesi

- ⇨ Riconoscimento istituzionale dell'Ente camerale quale partner delle imprese;
- ⇨ Aumentare i destinatari dei servizi offerti;
- ⇨ Innovare le strategie di comunicazione tramite l'uso dei social media;
- ⇨ Maggiore *accountability* nei confronti dell'utenza;
- ⇨ Maggiore accessibilità alle informazioni concernenti la gestione della Camera di commercio;
- ⇨ Miglioramento del grado di soddisfazione dell'utenza;
- ⇨ Maggior dialogo tra Camera di commercio e utenti;
- ⇨ Rendere i servizi sempre più aderenti alle esigenze del territorio;
- ⇨ Accrescere la qualità delle informazioni contenute nella banca dati CRM;
- ⇨ Riduzione del numero delle mail inviate che non raggiungono il destinatario;
- ⇨ Incrementare la possibilità di dialogo tra Camera di commercio e utenti;
- ⇨ Trasparenza dei risultati raggiunti.

- Linea 3 -
TRANSIZIONE BUROCARATICA 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 e relativa APP impresa italia - 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 del cassetto digitale dell'imprenditore).
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 nazione, 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.
Nella diffusione verso l'utenza delle informazioni amministrative Registro delle Imprese attraverso la messa a disposizione del Supporto Specialistico On Line (SARI – supporto specialistico Registro Imprese).

Nel 2027 l'intervento della Camera sarà dedicato alla 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 dei nuovi servizi digitali - cassetto digitale dell'imprenditore e relativa app impresa italia per l'accesso dai dispositivi mobili - 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 del cassetto digitale dell'imprenditore e relativa app impresa italia).

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 particolare per l'attuazione delle disposizioni normative in tema di fascicolo di impresa.

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.
Particolare interesse, nell'attuale contesto operativo ed economico, sarà necessario rivolgere nel corso del 2027 ai temi della sempre maggiore affidabilità dei dati iscritti al Registro Imprese, nonché a quelli relativi al regolare funzionamento di mercato, anche implementando specifiche azioni per la dematerializzazione e digitalizzazione delle competenze camerali, da attuarsi con altri soggetti del sistema camerale.

Obiettivo strategico "Riduzione dei costi della burocrazia"

- Sensibilizzare le imprese all'assolvimento dell'obbligo di iscrizione e mantenimento del proprio domicilio digitale, che 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.

- Potenziare la diffusione dei dispositivi di firma digitale/CNS.

- Sensibilizzare le P.A. del territorio all'utilizzo della piattaforma "VERIFICHE PA" - dialogo tra P.A. attraverso l'uso della PEC.

- Gestire tre sportelli camerali sul territorio provinciale.

- Potenziare 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) – organizzare incontri formativi indirizzati all'utenza professionale e basati sull'utilizzo del supporto SARI e relativa predisposizioni delle pratiche

telematiche, anche mettendo a disposizione video informativi registrati su tali argomenti da veicolare attraverso il sito istituzionale.

- Assicurare l'ulteriore sviluppo del SUAP, che tra l'altro consente l'automatica alimentazione del fascicolo elettronico d'impresa, e relativa copertura integrale degli oneri a beneficio dei Comuni che aderiscono in delega/convenzione.
- Valorizzare la partecipazione a gruppi di lavoro congiunti (Infocamere, Unioncamere, Unioncamere Campania, Camere di Commercio italiane, ATECO, Conservatori).
- Valorizzare i servizi di egoverment camerale attraverso il sito istituzionale, i social media.
- Proseguire nelle attività per sensibilizzazione le imprese all'utilizzo della PEC.

Obiettivo strategico "Riduzione dei tempi dell'azione amministrativa"

- Proseguire nel processo di dematerializzazione attraverso l'utilizzo di documentazione informatica.
- Gestione dell'informatizzare i provvedimenti del conservatore e di rifiuto di cui agli artt. 11 e 14 del D.P.R. 591/1995.
- Ottimizzare, compatibilmente con le risorse umane presenti, i tempi di gestione delle pratiche.
- Permanenza dell'accreditamento al Network internazionale per i certificati di origine in armonia con l'intero sistema camerale.
- Assicurare lo sviluppo delle competenze digitali del personale.

- Gestione della dematerializzazione e digitalizzazione delle competenze camerali in tema di affidabilità dei dati RI e della tutela mercato, nella gestione dei processi.

Benefici attesi

- ⇨ Maggiore conoscenza dei servizi egovenment, con specifico riferimento alle modalità di interrogazione del RI (Telemaco – cassetto digitale – APP impresa italia);
- ⇨ Decongestione dell'Ufficio RI mantenendo lo standard di servizio erogato alle imprese;
- ⇨ Ottimizzazione delle risorse dell'Ente;
- ⇨ Presenza sul territorio per la fornitura di servizi;
- ⇨ Incremento dell'erogazione di servizi via web;
- ⇨ Eliminazione graduale della documentazione cartacea;
- ⇨ Gestione dei costi interni di produzione ed erogazione dei servizi;
- ⇨ Migliore qualità delle anagrafiche camerali;
- ⇨ Migliore qualità delle pratiche telematiche ricevute e conseguente ottimizzazione dei tempi di evasione delle stesse;
- ⇨ Migliore accessibilità ai servizi anagrafico-certificativi.

- Linea 4 -

REGOLAZIONE DEL MERCATO E TUTELA DELCONSUMATORE

"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."
…

Anche per il 2027 la Camera assicura il presidio di tutti i compiti istituzionali rientranti nell'ampio concetto di regolazione del mercato. Le attività comprese in tale linea rappresentano un contributo fondamentale che il sistema camerale assicura quotidianamente affinché nel mercato si sviluppino tra imprese e consumatori relazioni improntate alla correttezza, trasparenza e lealtà delle transazioni commerciali. In questo momento specifico, l'esigenza è ancora più avvertita, soprattutto dal lato dei consumatori, a causa del perdurante segno negativo che caratterizza ormai da anni i consumi delle famiglie.

Obiettivo strategico "Garantire la correttezza nelle transazioni commerciali e la fede pubblica"

- Organizzare campagne informative, incontri con associazioni di categoria, ordini professionali, imprese ed Enti locali. Sarà avviata una campagna informativa a tutto campo utilizzando tutte le leve di comunicazione a disposizione, al fine di assicurare la piena conoscenza di tutti gli adempimenti che le imprese devono effettuare al fine di dare piena esecuzione alle disposizioni di legge.

- Realizzare attività ispettive per verificare il corretto funzionamento degli strumenti metrici. Nel corso dell'anno 2027 sarà particolarmente intensa l'attività di verifica di strumenti metrici che si concretizzerà sotto il profilo amministrativo con la verifica della genuinità dei sigilli metrici apposti sugli strumenti di misura, sul rispetto degli obblighi di verifica periodica di cui al DM 21/4/2017 n.93 e del rispetto delle tolleranze sulle quantità di carburante erogate o quantità di merci pesate.

- Realizzare attività di sorveglianza sui centri abilitati ad operare sui cronotachigrafi digitali e analogici.
- Realizzare attività di sorveglianza presso concessionarie automobilistiche finalizzata alla verifica della disponibilità di informazioni sul risparmio di carburante e sulle emissioni di CO_2 in atmosfera da fornire ai consumatori per la commercializzazione di autovetture nuove.
- Realizzare ogni altra attività prevista dalla normativa in materia metrologia legale.
- Intensificare la collaborazione con le forze di polizia al fine di rendere più efficace l'azione di vigilanza sul mercato.
- Assicurare il presidio delle funzioni connesse alle manifestazioni a premio.

Obiettivo strategico "Vigilare sulla conformità e sulla sicurezza dei prodotti immessi in commercio"

- Realizzare azioni informative per 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.
- Vigilare sul mercato al fine di accertare la presenza di prodotti non conformi alla normativa anche in tema di etichettatura.
- Consolidare la collaborazione con Unioncamere sui temi della conformità e sicurezza dei prodotti, nell'ambito delle attività di vigilanza del mercato (Vimer), con la realizzazione di attività di controllo su giocattoli, DPI – dispositivi di protezione individuali, prodotti generici di cui al codice del consumo e prodotti elettrici e bassa tensione e compatibilità elettromagnetica. Le attività di controllo saranno articolate in controlli di tipo visivo-formale ed, eventualmente, controlli di tipo documentale e prove di laboratorio.

- Svolgere anche in coordinamento con le autorità di polizia giudiziaria e/o con Unioncamere azioni di contrasto alla contraffazione di prodotti recanti indicazioni fallaci in tema di “Made in Italy”

Obiettivo strategico “Promuovere la tutela della proprietà industriale e dei beni immateriali”

- Consolidare il servizio di ricezione delle domande di registrazione di marchi e brevetti.
- Svolgere attività di assistenza di primo livello in tema di tutela della proprietà industriale.
- Realizzare azioni info/formative per promuovere la cultura del valore dei beni immateriali.

Obiettivo strategico “Promuovere la trasparenza del mercato”

- Erogare il servizio di front/back office sui protesti.
- Realizzare campagne informative per promuovere la conoscenza delle condizioni e modalità per la cancellazione di un protesto dal registro.
- Seguire, con il supporto di Unioncamere, lo sviluppo della normativa relativa alle crisi di impresa per l’individuazione delle attività da porre in essere in relazione dall’istituto della composizione negoziata per la soluzione della crisi d’impresa.

Obiettivo strategico “Promuovere la tracciabilità dei prodotti”

- Aderire ad iniziative del sistema camerale volte a sviluppare marchi territoriali o a promuovere l’adesione a marchi nazionali identificativi di filiere produttive.

Obiettivo strategico “Promuovere la diffusione delle procedure di risoluzione alternativa delle controversie”

Le procedure di Giustizia alternativa o ADR come la mediazione, la conciliazione e l'arbitrato, anche alla luce delle ultime riforme normative, costituiscono un settore sempre più strategico nell'ambito delle funzioni esercitate dalla Camera di Commercio per offrire ad imprese e consumatori occasioni di sviluppo, in un contesto di regole certe e chiare. La stessa previsione dell'obbligatorietà della mediazione, per una serie di materie, intensifica il ricorso allo strumento e l'impegno dell'Organismo di mediazione camerale nella gestione delle relative procedure.

Analogamente, l'istituto della Composizione negoziata della crisi d'impresa vede la Camera di Commercio impegnata, attraverso la gestione della piattaforma dedicata, ad accompagnare le imprese verso la risoluzione delle crisi economico-finanziarie utilizzando percorsi più accessibili, più rapidi e meno costosi per la ristrutturazione o il risanamento aziendale.

Nel 2027 si cercherà, pertanto, di massimizzare la promozione e il potenziamento, sul territorio di competenza, dell'utilizzo degli strumenti di giustizia alternativa attraverso:

- La comunicazione istituzionale, le convenzioni con gli ordini professionali, le convenzioni con le Autorità di gestione del servizio elettrico, gas, idrico, delle telecomunicazioni e dei trasporti.
- L'organizzazione di attività informative, seminari e convegni su temi che di volta in volta saranno individuati di specifica attinenza alle attività istituzionali.
- L'aggiornamento del Regolamento per la Mediazione civile e commerciale in base alle novità legislative ed alle indicazioni del Ministero della Giustizia.
- Il monitoraggio della formazione continua e specialistica dei mediatori e degli arbitri che sono designati dalla Camera per la soluzione di controversie civili.

- Il potenziamento del ricorso alle sedute telematiche per ottimizzare la gestione e la tempistica del servizio.

- La promozione della cultura finanziaria e della prevenzione per le PMI per avvicinarle sempre più all'utilizzo dello strumento della Composizione negoziata per intervenire tempestivamente nel risanamento dell'azienda.

Benefici attesi

- ⇨ Incremento del numero di utenti che si rivolgono alla Camera di commercio per conoscere gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie;
- ⇨ Maggiore diffusione dello strumento di mediazione/conciliazione;
- ⇨ Aumento della presenza sul territorio di figure professionali preposte all'attività di conciliazione.
- ⇨ Migliorare la cultura circa la commercializzazione di prodotti sicuri e legali;
- ⇨ Migliorare la trasparenza del mercato
- ⇨ Facilitare la soluzione delle controversie attraverso la diffusione delle ADR

TRANSIZIONE DIGITALE E ECOLOGICA

… "Digitalizzare le attività aziendali significa riprogettare e gestire in modo integrato e 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."
…."

In tale linea strategica rientrano le attività del progetto "LA DOPPIA TRANSIZIONE: DIGITALE ED ECOLOGICA" approvato dal Consiglio camerale, con delibera n. 9 del 22 ottobre 2025, per il triennio 2026-2028, cui è destinato il 6% dell'incremento del diritto annuale ai sensi dell'art. 18 comma 10 della Legge 580/93. Il progetto promosso dal sistema camerale è stato approvato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy con il decreto 17 marzo 2026.

Il progetto per alcuni aspetti da continuità alle strategie di intervento sviluppate nel precedente triennio, con un focus particolare sullo sviluppo di ecosistemi, dell'innovazione digitale e green, affiancando così le imprese nei processi di cambiamento.

A partire dai positivi risultati raggiunti dai PID nelle precedenti annualità, l'attuale progettualità nel triennio 2026-2028 mira a consolidare e potenziare le azioni già realizzate sul tema della "Doppia Transizione", che rappresenta un elemento centrale del cambiamento economico-sociale in atto e assume un ruolo prioritario nelle misure e nei progetti di rilancio del nostro Paese finanziati nell'ambito del PNRR. Gli obiettivi prioritari che nel triennio la presente progettualità intende raggiungere sono:

1) Potenziare l'offerta dei servizi dei PID attraverso l'attivazione di ecosistemi dell'innovazione digitale e green. Le linee di intervento previste sono:

⇒ Ecosistemi dell'innovazione digitale e green.

⇒ Collegamento tra Imprese e Ricerca pubblica.

⇒ Collaborazione con le Start up.

2) Favorire un uso consapevole dell'Intelligenza Artificiale nelle imprese. Una delle sfide del prossimo triennio sarà quella di aumentare l'applicazione, da parte degli imprenditori, dell'Intelligenza Artificiale nei diversi contesti operativi, superando diffidenze e semplificazioni che ne limitano l'adozione. In particolare, si intendono fornire strumenti concreti per aiutare le imprese a orientarsi tra le numerose applicazioni disponibili sul mercato, distinguendo tra soluzioni generative, predittive, di automazione o di supporto decisionale, e individuando quelle più adatte alle specifiche esigenze aziendali. Le linee di intervento previste sono:
   - ⇒ Attività di sensibilizzazione, informazione e formazione in materia di IA.
   - ⇒ Servizi di orientamento mirato in materia di IA.
   - ⇒ Accompagnamento one to one alle imprese in materia di IA.

   In questo modo i PID potranno rafforzare il proprio ruolo di facilitatori dell'innovazione anche nell'ambito delle tecnologie emergenti, contribuendo a ridurre l'asimmetria informativa e ad aumentare la consapevolezza e la capacità decisionale delle imprese in merito all'adozione dell'Intelligenza Artificiale.
3) Accrescere la cultura, la consapevolezza e le competenze delle imprese in materia digitale e sviluppo sostenibile, anche attraverso sistemi di certificazione. La "Doppia Transizione - digitale ed ecologica" rappresenta oggi una sfida strutturale per il sistema produttivo nazionale. Tuttavia, la carenza di competenze tecniche e trasversali adeguate, sia tra i lavoratori sia tra gli imprenditori, ostacola l'efficace adozione delle tecnologie abilitanti e delle pratiche sostenibili. Inoltre, la rapida evoluzione delle professioni e l'emergere di nuovi profili legati all'AI, alla Cybersecurity, alla sostenibilità e alla gestione dei dati impone un ripensamento anche delle politiche dell'orientamento formativo e professionale, soprattutto per i giovani studenti e i lavoratori in transizione. Le linee di intervento previste sono:
   - ⇒ Informazione e formazione delle imprese sulla "Doppia transizione".
   - ⇒ Servizi per la digitalizzazione delle imprese.

⇒ Percorsi di individuazione, validazione e certificazione delle competenze.

⇒ Potenziamento delle competenze del personale dei PID.

4) Favorire la "sostenibilità aziendale" e un uso efficiente dell'energia nei sistemi produttivi. In coerenza con quanto già attuato nelle precedenti annualità, con questo nuovo ciclo di programmazione si propone di rafforzare gli interventi a sostegno della sostenibilità (ambientale, sociale e di governance), con particolare attenzione all'adozione di politiche ESG e ad un efficiente utilizzo dell'energia, attraverso il ricorso alle Comunità Energetiche Rinnovabili - CER. Le linee di intervento previste sono:

⇒ Servizi per la sostenibilità aziendale.

⇒ Interventi in materia di efficienza energetica e CER.

⇒ Servizi per la rendicontazione e certificazione delle performance di sostenibilità aziendale.

Per raggiungere gli obiettivi sopra esplicitati, le Camere di commercio - attraverso la Rete dei PID e anche con il contributo tecnico operativo e di competenze di Unioncamere e delle strutture nazionali di sistema – stanno mettendo in campo una serie di azioni.

La Camera di Salerno ha inteso definire gli interventi del triennio anche sulla base dell'analisi dei risultati già conseguiti. Infatti, i positivi risultati raggiunti nei precedenti trienni nel progetto PidMed attivato presso l'Ente camerale rende opportuno proseguire e consolidare il percorso avviato, che oltre a potenziare le azioni già realizzate sulla tematica della digitalizzazione, affronta il tema della doppia transizione, che rappresenta un elemento centrale del cambiamento economico-sociale.

Il Punto Impresa Digitale di Salerno ha implementato una particolare struttura "a network" con il Competence Center dell'Università Federico II di Napoli, che ha consentito, nelle precedenti annualità, da un lato una più efficace organizzazione delle attività sul territorio per le imprese e, dall'altro, un più stretto rapporto con gli attori della filiera tecnologica e formativa locale e nazionale, al fine di erogare alle

imprese stesse un'ampia serie di servizi utili allo sviluppo dei loro processi di trasformazione digitale.

Per le nuove attività è in corso di valutazione la prosecuzione del progetto, sulla base dell'esito delle attività relazionali e di dialogo con i soggetti imprenditoriali, associativi e istituzionali, necessari per la migliore definizione del piano di attività, che sarà oggetto di prossima approvazione.

Una metà delle risorse sarà destinata come di consueto allo strumento dei voucher digitali tramite il Bando in corso di definizione. Le linee guida caratterizzanti l'attuale edizione del Bando sono le seguenti:

- accrescere la cultura, la consapevolezza e le competenze delle imprese in materia digitale e green, indispensabili per ripensare i processi e i modelli organizzativi in una chiave coerente con la doppia transizione;
- sviluppare ecosistemi dell'innovazione digitale e green, indispensabili per rispondere in maniera sempre più concreta, puntuale ed efficace ai fabbisogni tecnologici delle imprese, rafforzando le partnership con i principali Enti di ricerca italiani e favorendo l'incontro tra domanda e offerta di tecnologia, favorendo inoltre la cooperazione tra imprese nei distretti o nelle aree industriali e artigianali per sviluppare la generazione condivisa di energia da fonti rinnovabili;

  ⇒ facilitare la "doppia transizione" attraverso le tecnologie digitali, rafforzando i sistemi di misurazione e di *assessment* oggi a disposizione dei PID, con particolare enfasi su quelle di più ampio valore e impatto, come l'Intelligenza Artificiale.

  Da segnalare che la Giunta camerale, con delibera n. 27 del 22 giugno 2026, ha approvato il Bando PID Doppia Transizione 2026, destinando risorse per euro 300.000,00, con le seguenti specifiche qualificanti:

  - forte enfasi sulla necessità di promuovere preso le Imprese investimenti nelle nuove tecnologie che abbiano anche un significativo impatto sulla loro sostenibilità e sul miglioramento delle prestazioni energetiche, anche nel

contesto di potenziali CER (Comunità Energetiche Rinnovabili) da attivare sul territorio;

- particolare impulso alla promozione delle tecnologie dell'Intelligenza Artificiale e sull'impatto che esse possono avere in tutti i settori della gestione aziendale;
- definizione delle spese ammissibili concentrate su tre ambiti: acquisto tecnologie 5.0, formazione e consulenza;
- premialità sul contributo voucher per le imprese in possesso di rating di legalità o di certificazione della parità di genere;

Obiettivo strategico "Promuovere la digitalizzazione delle imprese"

- Potenziare le attività di comunicazione, informazione, formazione e assistenza sul tema del digitale

Il P.I.D. è specializzato sul tema del digitale ed integrato nell'organizzazione della Camera, con una serie di network di punti «fisici» cui si aggiunge quello della presenza in rete attraverso il ricorso ad un'ampia gamma di strumenti digitali che vanno da siti specializzati, forum e community, utilizzo dei social media. Presso il Punto Impresa Digitale sono presenti risorse professionali, materiali (locali ed attrezzature) ed immateriali (es. materiali video e multimediali, banche dati, library informative) necessarie alla realizzazione e alla produzione dei servizi sopra richiamati, anche definite in collaborazione con i Competence Center e i Digital Innovation Hub del territorio.

- Sostenere gli investimenti tecnologici delle imprese.

Obiettivo strategico "Innalzare il livello competitivo delle imprese attraverso: certificazione di qualità; certificazione ambientale; responsabilità sociale di impresa.

- Proseguire in attività coordinate di comunicazione, informazione, formazione e assistenza sul tema della sostenibilità, con particolare riferimento alla transizione ecologica;

Nell'attuale progettualità 20% le Camere di commercio, attraverso i PID, potranno giocare un ruolo fondamentale, sia proseguendo le azioni di informazione e di sensibilizzazione delle imprese in materia di digitalizzazione, sia affiancando una nuova offerta formativa capace di contribuire al raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità, di crescita e di efficientamento energetico contenuti nel PNRR e richiesti dal nuovo contesto internazionale. Per garantire gli obiettivi sopra esplicitati, sarà necessario affiancare alle azioni di formazione tradizionali (corsi, webinar, seminari, ecc.) nuove modalità di fruizione dell'offerta informativa, più congeniali alle mutate esigenze degli imprenditori e dei lavoratori, e in grado di potenziare le occasioni di formazione da parte delle imprese.

- Attività info/formative nell'ambito di misure specifiche da attivare in convenzione con la Regione e altri soggetti pubblici e privati, con particolare interesse per tutte le tematiche collegate allo sviluppo sostenibile.

Benefici attesi

- ⇨ Accrescere la cultura, la consapevolezza e le competenze delle imprese in materia digitale e green,
- ⇨ Migliorare le competenze del capitale umano delle PMI in materia digitale e green;
- ⇨ Creare e sviluppare ecosistemi digitali e green
- ⇨ Maggiore utilizzo degli strumenti di assessment come fattori abilitanti della doppia transizione
- ⇨ Maggiore partecipazione delle imprese in materia di digitale e green e counseling ai finanziamenti pubblici

- 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."
…

Le Camere di commercio, anche in collaborazione con i principali stakeholder nazionali e territoriali istituzionali, associativi e formativi, sono sempre più impegnate sui temi dell'orientamento, sia a carattere informativo (dati per la conoscenza del mercato del lavoro attuale e nel medio termine) che attuativo attraverso la progettazione e realizzazione di programmi, servizi e azioni rivolti al sistema delle imprese e dell'istruzione e formazione in materia di raccordo scuola-impresa, placement e certificazione delle competenze, coerentemente con il quadro normativo ormai consolidato che ha riconosciuto al Sistema Camerale queste specifiche competenze e funzioni (D. Lgs 219/2016, art. 18 comma 10 e D. Lgs. 277/2019).

Il ruolo delle Camere di commercio, nonostante il rinnovato quadro di incertezze, può ulteriormente rafforzarsi, ponendo a servizio delle imprese e della formazione le proprie consolidate funzioni e attività per facilitare la riduzione del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, agendo in primis sull'importanza dell'acquisizione e rafforzamento delle competenze da parte dei giovani per poter sperimentare e sviluppare tutte quelle abilità e capacità del proprio bagaglio culturale utile nell'avvicinarsi al mutevole mercato del lavoro. In tal

senso, sarà poi necessario poter comprovare le competenze acquisite nel proprio percorso di “learning by doing”. Ed è proprio con questo obiettivo che il sistema delle Camere di commercio intende supportare un processo di certificazione delle competenze che punti a sviluppare e a far emergere tutte quelle caratteristiche proprie dell’alternanza di qualità utile non solo a fini orientativi ma anche come bagaglio di esperienza sul campo, sia essa svolta alla fine di un percorso secondario (PCTO), sia a conclusione di un percorso professionalizzante (ITS, Duale). In tal senso, si pongono le basi per offrire supporto a tutta la filiera tecnico professionale, puntando all’arricchimento e alla certificazione delle competenze (specialmente digitali, green e imprenditoriali) che sempre di più stanno diventando centrali nello sfidante intento di riduzione del mismatch lavorativo.

In tale contesto, è utile ricordare che la recente Riforma del Sistema di Istruzione tecnologica Superiore - ITS (L. n° 99 del 15/07/2022), punta proprio a consolidare, sviluppare e diffondere un canale di istruzione e formazione professionalizzante, alternativo e complementare all’istruzione terziaria. In tale contesto le Camere di commercio possono mettere a disposizione di imprese e Fondazioni ITS la propria expertise nel progettare e realizzare percorsi di orientamento efficaci, sul piano sia formativo che professionale. Si tratta di un’azione necessaria a consentire che le nuove generazioni compiano valutazioni consapevoli nelle scelte per il proprio futuro. Per questa ragione l’orientamento dovrà configurarsi come un processo formativo continuo e multidimensionale, una vera “educazione alla scelta consapevole”.

A supporto delle scelte, le indagini mensili Excelsior consentono di struttura un sistema informativo previsionale sui fabbisogni formativi, di competenze e professionali, con l’obiettivo di fornire una guida per spiegare le filiere dell’istruzione e della formazione e per avvicinare al mondo del lavoro. Le informazioni disponibili sono un fondamentale supporto conoscitivo per la misurazione della domanda effettiva di professioni nei diversi bacini di lavoro

territoriali, per l'indirizzo delle scelte dei decisori istituzionali in materia di politiche e programmazione della formazione scolastica e professionale, nonché per l'orientamento dei giovani.

Le indagini più recenti forniscono nuove conferme ai problemi di reperimento di manodopera già emersi, con l'individuazione dei profili professionali considerati di difficile reperimento dal sistema delle imprese.

In questo contesto, le Camere possono fungere da prezioso supporto all'incontro D/O di lavoro anche per la loro peculiarità a rete, capace di interagire con tutte le diverse realtà e stakeholder locali. In particolare, quindi, possono mettere a disposizione del tessuto imprenditoriale la propria conoscenza e competenza attraverso attività focalizzate su specifici temi che, partendo dalla certificazione delle competenze, possano dipanarsi attraverso varie azioni quali il supporto alle imprese nel rapporto con gli ITS Academy, il supporto alle imprese innovative e sociali, la promozione di azioni di valorizzazione della filiera dell'istruzione e della formazione.

Per il 2027 la Camera di Salerno intende realizzare una serie di iniziative in collaborazione con Istituti superiori, ITS, il sistema universitario campano nonché altri soggetti particolarmente qualificati che operano nel mondo della formazione al fine di svolgere iniziative nell'ambito dell'internazionalizzazione, della digitalizzazione della transizione energetica ed ambientale nell'ottica di ridurre il mismatching tra la domanda e offerta di lavoro attraverso la qualificazione delle nuove figure professionali richieste dal mercato.

Si evidenzia che le attività a favore dei giovani imprenditori e i servizi per l'avvio di nuove imprese sono illustrate nell'ambito della linea 7 relativa al più ampio tema del sostegno all'imprenditorialità.

Obiettivo strategico "Promuovere la collaborazione con gli Istituti secondari di secondo grado della provincia di Salerno"

- Organizzare eventi di informazione e orientamento. Si assicurerà lo svolgimento, a livello territoriale, delle giornate di informazione e orientamento dedicate alle scuole, alle imprese e a tutti i soggetti interessati.

- Rafforzare il collegamento organico tra le istituzioni scolastiche ed il mondo del lavoro, valorizzando e sostenendo i percorsi per le competenze traversali e per l'orientamento PCTO.

- Favorire il più ampio coinvolgimento delle imprese nei PCTO.

- Migliorare la conoscenza di percorsi di qualità, attraverso il supporto al Premio "Storie di alternanza e formazione duale", promosso da Unioncamere, che intende valorizzare i racconti scuola-lavoro ideati, elaborati e realizzati dagli studenti e dai tutor degli Istituti scolastici di secondo grado. Il premio prevede la realizzazione di un video che "racconti" le attività svolte e le competenze maturate, con il coinvolgimento attivo delle imprese.

- Valorizzare le azioni già avviate dalla Camera sul tema e coordinare gli interventi promossi da associazioni di categoria.

Obiettivo strategico "Sostenere la transizione dal sistema formativo al mondo del lavoro"

- Collaborare alla promozione del modello formativo ITS, che favorisce la formazione di capitale umano coerente ai fabbisogni occupazionali espressi dalle imprese, anche supportando lo sviluppo dell'offerta terziaria dell'Istruzione Tecnologica Superiore (ITS Academy).

- Sviluppare servizi anche telematici per supportare i processi di placement svolti dall'Università, attraverso una piattaforma elaborata da Unioncamere nazionale.

Obiettivo strategico "Qualificare le competenze acquisite nel corso della vita"

- Collaborare alla realizzazione del sistema di certificazione delle competenze acquisite in contesti informali e non formali.

Obiettivo strategico "Favorire l'inserimento occupazionale e ridurre il divario tra domanda e offerta di lavoro"

- Partecipare alle attività di divulgazione dei dati provinciali prodotti dal sistema informativo Excelsior, al fine di renderle quanto più adeguate alle esigenze conoscitive delle imprese e degli studenti. Excelsior, a partire dall'anno in corso, è interessato da cambiamenti sia sostanziali, collegati alla modifica dei soggetti impegnati nelle attività di rilevazione presso le imprese, che formali sintetizzati nel cambio di denominazione in "Sistema di monitoraggio per l'occupazione e la formazione Excelsior" che può essere formulato anche nella forma ridotta "Sistema di monitoraggio Excelsior".

Obiettivo strategico "Favorire l'apprendimento lungo tutto l'arco della vita"

- Realizzare iniziative di formazione e/o di aggiornamento professionale per imprenditori e loro dipendenti.

Benefici attesi

- ⇨ Fornire informazioni utili ad orientare i giovani nelle scelte di studio e lavorative;
- ⇨ Aumento del coinvolgimento dei giovani in esperienze finalizzate all'accrescimento delle competenze;
- ⇨ Favorire l'incontro tra domanda e offerta di competenze con effetti positivi sull'occupabilità;
- ⇨ Coadiuvare scuole, università ed enti privati nelle attività di pianificazione dell'offerta formativa.

- Linea 7 –
SOSTEGNO ALL'IMPRENDITORIALITA'

"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. "
…

Anche per il 2027 la Camera di Salerno, istituzionalmente più vicina all'impresa e al tessuto economico del territorio e quindi più direttamente responsabile del suo sviluppo, riconosce rilevanza strategica alle attività di promozione volte a favorire la nuova imprenditorialità e lo sviluppo delle realtà esistenti, ponendosi quale soggetto di riferimento a livello locale per aspiranti/neo imprenditori, start up innovative e più in generale sui temi della cultura di impresa.

Sarà data grande attenzione ad ogni elemento utile alla sopravvivenza dell'impresa, dando priorità agli interventi volti a promuovere e sostenere azioni di networking tra imprese, enti, associazioni di categoria e istituzioni, che consentono di mettere a fattor comune le esperienze già esistenti, presentando quindi maggiore probabilità di successo.

L'attuale contesto, inoltre, sta mostrando come il tema delle risorse finanziarie rappresenti 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. Appare quindi fondamentale fornire alle imprese maggiore conoscenza e supportarle nell'utilizzo degli aspetti finanziari.

La linea strategica ora delineata dovrà necessariamente connettersi con le altre linee strategiche contenute nella RPP, 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 MIMIT 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.

Inoltre, in tale linea strategica rientrano le attività del progetto "COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE: STRUMENTI E SERVIZI PER L'ACCESSO ALLA FINANZA" approvato dal Consiglio camerale, con delibera n. 9 del 22 ottobre 2025, per il triennio 2026-2028, cui è destinato il 2% dell'incremento del diritto annuale ai sensi dell'art. 18 comma 10 della Legge 580/93. Il progetto promosso dal sistema camerale è stato approvato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy con il decreto 17 marzo 2026.

La finalità del progetto è quella di dotare le Camere di commercio di competenze specialistiche di tipo economico-finanziarie, costituendo dei Centri di servizi camerali per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi (CEFIM). I CEFIM opereranno sia tramite nuovi profili competenti sui temi economico-finanziari sia attingendo al personale camerale che sarà adeguatamente formato per fornire alle imprese i servizi e gli strumenti previsti dal progetto.

I CEFIM, pertanto, si costituiranno come strutture di contatto con le imprese per favorire l'accesso a strumenti di finanza ordinaria, innovativa e agevolata, nonché la prevenzione di situazioni di squilibrio e di crisi. Nell'attuale contesto macroeconomico di incertezza, infatti, il reperimento di nuove fonti per il finanziamento e per la raccolta di capitali, nonché un attento monitoraggio della situazione economico-finanziaria dell'impresa, rappresentano fattori fondamentali per la continuità, la crescita e la competitività.

Conseguentemente all'erogazione di tali strumenti e servizi saranno raggiunti obiettivi di divulgazione sul territorio di conoscenze e competenze su temi economico-finanziari, ad esempio con riferimento agli strumenti per il

finanziamento disponibili, alle informazioni e ai documenti utili per comunicare con gli istituti di credito e gli operatori di finanza innovativa, all'attività di monitoraggio e controllo finanziario necessaria per la prevenzione delle crisi.

In base a tali premesse, gli obiettivi prioritari che la presente progettualità intende raggiungere attraverso la costituzione dei Centri di servizi camerali per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi (CEFIM) sono:

1. Qualificare le Camere con competenze di tipo economico-finanziario che saranno impiegate all'interno dei CEFIM.
2. Favorire una maggiore diffusione di competenze e conoscenze sui temi economico-finanziari - specie tra le PMI - ed una visione più integrata delle diverse problematiche aziendali, nonché promuovere una cultura della prevenzione delle situazioni di crisi.
3. Promuovere e diffondere presso le imprese strumenti di *assessment* economico-finanziario per agevolare l'adozione consapevole da parte delle stesse PMI di strumenti e modelli digitali la cui importanza è ormai decisiva nell'arena della prevenzione e dei servizi finanziari ordinari e innovativi.
4. Promuovere servizi di informazione e orientamento sul tema della finanza agevolata a favore delle imprese.

Per raggiungere gli obiettivi sopra esplicitati, le Camere di commercio, anche con il contributo tecnico operativo e di competenze di Unioncamere e delle strutture nazionali di sistema, introdurranno una serie di azioni quali:

- Rafforzamento del personale camerale in termini di competenze e professionalità relative alla finanza d'impresa e creazione di nuclei camerali specializzati sul tema.
- Promozione e divulgazione capillare di conoscenze e competenze finanziarie presso le imprese.
- Potenziamento e diffusione degli strumenti digitali di *assessment* economico-finanziario come fattore abilitante l'adozione di sistemi e modelli per la finanza d'impresa e la prevenzione delle crisi.

- Potenziamento e diffusione di strumenti e servizi camerali sul tema della finanza agevolata.

Le tematiche affrontate riguarderanno il tema della finanza d'impresa, con particolare riferimento a strumenti e modelli per la finanza innovativa e digitale, la finanza agevolata e la prevenzione delle crisi.

La Camera di Salerno ha individuato le risorse umane interne che stanno partecipando alle attività formative propedeutiche alla creazione del CEFIM nell'ottica di implementare operativamente le attività previste dal progetto.

Tali attività saranno comunque espletate in una logica di sistema nell'ambito delle direttive operative che saranno fornite alla Camera.

In ogni caso l'Ente camerale si avvarrà prioritariamente del supporto specialistico delle agenzie del sistema camerale impegnate nella realizzazione del progetto, valutando anche l'ipotesi di erogare dei voucher alle imprese per agevolarle nei percorsi di avvicinamento agli strumenti di finanza alternativa qualora necessari.

Obiettivo strategico "Fornire assistenza e orientamento ad aspiranti/neo imprenditori"

- Partecipazione all'avvio di uno piano nazionale specialistico che, integrato con il rilancio generale dei Servizi Nuove Impresa, promuova attività di orientamento/educazione all'imprenditorialità.
- Sviluppare un sistema di relazioni con Enti di rilievo nazionale, regionale, locale.
- Animare la piattaforma camerale per l'imprenditorialità (Hub del servizio Nuove imprese).
- Realizzare percorsi di informazione e comunicazione orientativa sui modelli di start up e imprese innovative e imprese sociali, anche con testimonianze dirette.

Obiettivo strategico "Accompagnare le imprese nella ricerca delle fonti di finanziamento"

- Proseguire nelle attività dello sportello "Microcredito", che consente di realizzare e creare una rete di servizi informativi, di orientamento e di accompagnamento volti all'autoimpiego e alla microimprenditorialità. Lo sportello si rivolge principalmente a soggetti non in grado di ottenere prestiti dagli istituti bancari, favorendo il primo orientamento sui bandi di finanziamento attivati dall'Ente Nazionale per il Microcredito. Le attività che la Camera svolgerà in tale ambito, saranno nell'ambito delle azioni di sistema.

- Organizzare incontri/seminari, workshop specifici con gli enti attuatori di bandi/misure di finanziamento agevolato.

- Diffondere newsletters periodiche sui temi della finanza agevolata.

- Promuovere strumenti e conoscenze che consentano alle imprese di monitorare e consolidare il proprio equilibrio finanziario e organizzativo, anche con il supporto di Innexa.

Obiettivo strategico "Promuovere le start up/PMI innovative"

- Organizzare incontri dedicati a start up/PMI innovative su temi di loro interesse.

- Favorire l'emersione di start up/PMI innovative attraverso specifiche azioni di sensibilizzazione.

Obiettivo strategico "Favorire il ricambio generazionale in azienda"

- Organizzare servizi formativi su tematiche manageriali, organizzative e amministrative.

- Organizzare incontri mirati sulle problematiche legate al ricambio generazionale.

Obiettivo strategico "Sostenere il patrimonio intangibile delle imprese"

- Realizzare azioni info/formative e di assistenza alle imprese.

Benefici attesi

- ⇨ Aumento della propensione all'autoimprenditorialità e al lavoro autonomo;
- ⇨ Accrescimento delle competenze di imprenditori e loro dipendenti;
- ⇨ Migliorare la capacità di sopravvivenza delle nuove imprese

- 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."
…

Anche per il 2027 l'obiettivo delle attività sarà 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.

In tale linea strategica rientrano le attività del progetto "INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE" approvato dal Consiglio camerale, con delibera n. 9 del 22 ottobre 2025, per il triennio 2026-2028, cui è destinato il 4% dell'incremento del diritto annuale ai sensi dell'art. 18 comma 10 della Legge 580/93. Il progetto promosso dal sistema camerale è stato approvato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy con il decreto 17 marzo 2026.

Il progetto da continuità alle strategie di intervento sviluppate nel precedente triennio. In particolare, il sistema camerale grazie alle risorse disponibili da incremento del 20% ha contribuito - unitamente agli altri attori della "promotion" - a rendere l'export il principale driver per la ripartenza soprattutto stimolando le aziende a rivedere i loro modelli di business attraverso la leva del digitale con riferimento sia al processo produttivo, sia alla modalità di commercializzazione con l'utilizzo delle nuove tecnologie.

In questo scenari, l'obiettivo principale del sistema camerale resta quello di rinforzare 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; proseguendo ovviamente ad individuare, formare e avviare all'export le PMI attualmente operanti sul solo mercato domestico (le cosiddette "potenziali esportatrici") e quelle che solo occasionalmente hanno esportato negli ultimi anni.

Sulle attività da realizzare a favore delle imprese salernitane la Camera di Salerno ha avviato a partire dal 2020 una collaborazione con la società Promos, la nuova agenzia nazionale del sistema camerale a supporto dell'internazionalizzazione, che ha per oggetto le attività di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali, i cui punti di forza sono:

• generare valore per le Camere di commercio e per i territori attraverso l'efficacia e l'efficienza dei processi di erogazione delle attività, grazie a un portafoglio prodotti e/o servizi caratterizzato da logiche di buona competitività e attrattività;

• fare sistema e integrare/capitalizzare le migliori esperienze delle aziende speciali camerali operanti nell'ambito dell'internazionalizzazione, passando da una logica preminentemente territoriale a una logica nazionale, generando economie di scala e razionalizzazione organizzativa ed operativa;

• fare sinergia, con gli altri operatori di mercato sia istituzionali, come ad esempio ICE, SACE, SIMEST, con cui mettere a punto sistemi di convenzionamento e rapporti di fornitura, che privati. Nello specifico merita attenzione la declinazione di rapporti di collaborazione con operatori specializzati nella fornitura di TEM temporary export manager e di servizi a maggior contenuto innovativo;

• valorizzare il knowhow e le professionalità disponibili nel settore e mettere a fattor comune sistemi e strumenti, con possibilità quindi di realizzare progetti ed iniziative di qualità a beneficio delle Camere, delle imprese e dei territori di riferimento;

• coprire una zona di servizi per le PMI non adeguatamente assicurata su tutto il territorio.

In tale ambito sono state definite prioritariamente soluzioni finalizzate a incrementare la consapevolezza e l'utilizzo delle possibili soluzioni offerte dal digitale a sostegno dell'export.

Gli interventi previsti nell'ambito di tale linea strategica proseguiranno nel 2027 grazie al servizio integrato basato sull'organizzazione di specifici servizi aventi come obiettivo principale quello di informare e assistere le imprese, per una migliore conoscenza di tecniche, Paesi, mercati e strumenti finanziari di supporto

all'internazionalizzazione, per motivarle ad intraprendere azioni di esportazione e inserimento nei mercati internazionali.

La Camera intende proporre alle imprese iniziative di informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza sui territori, con particolare riguardo a quelle di minori dimensioni, alle start up ed alle imprese organizzate in filiere e reti, sulla base di linee di attività definite dal sistema camerale a livello nazionale e regionale.

Obiettivo generale di fondo sarà quello di incrementare la consapevolezza e l'utilizzo delle possibili soluzioni offerte dal digitale a sostegno dell'export, come evidenziato nella descrizione della linea 5 sulla transizione digitale ed ecologica.

Obiettivo strategico "Informare le imprese non esportatrici sui temi dell'internazionalizzazione"

- Organizzare campagne informative, incontri con associazioni di categoria, ordini professionali e imprese.
- Informare sulle attività e le opportunità offerte dall'Unione europea.
- Organizzare convegni, seminari e workshop locali su questioni di interesse per le PMI.

Obiettivo strategico "Orientare e assistere le imprese nei processi di internazionalizzazione"

- Stimolare le imprese locali per il posizionamento sui mercati internazionali, anche attraverso lo sviluppo di un network relazionale con l'imprenditoria salernitana all'estero.
- Assistere le imprese nel reperimento di informazioni concernenti la contrattualistica, i trasporti, la fiscalità, i sistemi doganali, gli strumenti di pagamento, il marketing.

- Assistere le imprese nella ricerca e individuazione dei mercati target mediante l'erogazione di servizi di carattere informativo.
- Facilitare l'accesso ai servizi legali e di marketing internazionali forniti dalle istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali.
- Facilitare l'accesso a servizi formativi predisposti da istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali.
- Organizzare servizi info/formativi in collaborazione con istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali.

Obiettivo strategico "Promuovere l'accesso ai mercati internazionali "

- Assistere le imprese nella individuazione di partner esteri.
- Organizzare incontri commerciali in loco con operatori stranieri.
- Organizzare partecipazioni collettive a fiere nazionali di rilievo internazionale.
- Sostenere/informare le imprese nella partecipazione a missioni commerciali, fiere e altre iniziative organizzate da istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali, attivando possibili sinergie con altri enti.
- Sostenere/informare le imprese sulle opportunità di finanziamento previste da istituzioni locali, regionali, nazionali e internazionali.

Benefici attesi

⇨ Aumento delle esportazioni;
⇨ Aumento del numero di imprese partecipanti ad iniziative di internazionalizzazione;
⇨ Aumento del numero di imprese esportatrici.

- Linea 9 -
TURISMO E CULTURA

…"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."
…

In tale linea strategica rientrano le attività del progetto "TURISMO – PIANO STRATEGICO DEL TURISMO" approvato dal Consiglio camerale, con delibera n. 9 del 22 ottobre 2025, per il triennio 2026-2028, cui è destinato l'8% dell'incremento del diritto annuale ai sensi dell'art. 18 comma 10 della Legge 580/93. Il progetto promosso dal sistema camerale è stato approvato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy con il decreto 17 marzo 2026.

L'intento è di realizzare una programmazione di sistema, capace di affrontare le fragilità e la complessità del settore turistico, investendo su quelle definite "nuove" dimensioni dell'ospitalità. Un'ospitalità capace di rispondere a domande emergenti che provengono dai turisti a livello nazionale e internazionale sempre più alla ricerca di strutture che offrano servizi di qualità, di vacanze all'insegna della sostenibilità, attenti al tema dell'accessibilità per tutti, alla varietà dell'offerta turistica, alla possibilità di accedere a servizi efficienti. Questo porta l'attenzione su alcune priorità: l'ospitalità delle nostre destinazioni turistiche e la qualità della filiera.

Gli interventi del sistema camerale per la promozione del turismo e la valorizzazione del patrimonio culturale sono di seguito sintetizzati:

- ⇒ Promuovere l'attrattività turistica - mettendo in atto azioni funzionali alla valorizzazione delle destinazioni turistiche e degli attrattori culturali con l'obiettivo di colmare la distanza tra le destinazioni stesse e il mercato, grazie ad una progettazione strategica orientata a rispondere in maniera fattiva e innovativa alle macro-tendenze del mercato turistico, tenendo conto delle competenze proprie delle Camere di commercio.
- ⇒ Programmare lo sviluppo turistico e culturale - una attività che, basata sui dati e sulle analisi, si concentri sulla definizione di un vero e proprio Programma integrato per il turismo e il patrimonio culturale.
- ⇒ Potenziare la qualità della filiera turistica - anche intesa in maniera allargata (includendo le imprese del mondo della produzione alimentare e artigianale, che offrono servizi ed esperienze turisticamente interessanti) rafforzando le capacità professionali che operano nelle imprese, valorizzandole attraverso la certificazione delle competenze, e intervenendo per migliorare gli strumenti per l'organizzazione d'impresa.
- ⇒ Dare continuità alle progettualità e alle iniziative di valorizzazione dei territori. realizzate anche in raccordo con le Regioni, i Comuni e altri enti pubblici e privati locali, così da rendere più efficaci le politiche di sviluppo turistico dei territori. In questa linea sono ricomprese anche le iniziative per la promozione e valorizzazione dei grandi eventi di livello nazionale e internazionale nonché le azioni da sviluppare a seguito del coordinamento.

Per il raggiungimento di tali interventi appare prioritario procedere attraverso 3 livelli.

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.

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.

Gli organi camerali hanno decisamente concentrato l'attenzione sul Turismo con una progettualità di grande respiro e con particolare riferimento allo sviluppo dell'Aeroporto di Salerno. La Camera sta proseguendo nella attività avviate a partire dall'anno 2025 relative all'iniziativa denominata SALERNO VERSO UNA DESTINAZIONE TURISTICA ORGANIZZATA predisposta da Isnart, volta alla definizione di un Piano strategico per il Turismo. La proposta ha quale obiettivo principale quello di delineare una vera e propria "geografia del turismo provinciale" con la definizione di cluster territoriali caratterizzati da una significativa omogeneità per quanto concerne il prodotto turistico.

La proposta, attraverso un programma di lavoro articolato per una durata complessiva di 12/15 mesi, è stata strutturata in due parti principali: L'OSSERVAZIONE ECONOMICA DEL TURISMO e L'ASCOLTO DEL TERRITORIO. Tali attività hanno costituito la prevalente base informativa per la definizione di un PIANO STRATEGICO DEL TURISMO: un progetto strategico per il turismo provinciale con il passaggio da una promozione atomizzata dei singoli luoghi a una regia coordinata, capace di intercettare segmenti di mercato più ampi e alto-spendenti, ma soprattutto con un presidio fisso di risorse umane in grado di assicurare una messa a terra del Piano strategico. L'iniziativa trova

avvio nella deliberazione della Giunta camerale n. 20 dell'11 aprile 2025 con la quale è stata approvata la proposta F.TOURISM & MARKETING – PIANO STRATEGICO TURISMO.

La Camera ha inteso individuare altri soggetti in grado di elaborare una strategia per il turismo provinciale, in linea con il crescente consolidamento dell'Aeroporto di Salerno, nonché allo stesso tempo per incrementare la attrattività delle diverse destinazioni turistiche che conformano la macro-destinazione Provincia di Salerno.

In tale direzione è apparsa particolarmente fruttuosa l'interlocuzione con il Prof. Josep Ejarque che rappresenta la F.TOURISM & MARKETING, con l'idea attivare una fase operativa con un presidio di unità operative per la durata di 24 mesi al fine di dare effettiva attuazione al Piano strategico varato. Tale intervento è mirato, anche nell'ottica di una valorizzazione dello Scalo aeroportuale, soprattutto al settore turistico e commerciale del territorio in quanto è necessario considerare che per il successo turistico della provincia di Salerno non basta avere l'aeroporto, ma soprattutto che esista un'offerta turistica attrattiva e posizionata nel mercato. Obiettivi del progetto sono:

1. Identificare e costruire il prodotto-destinazione (prodotti turistici verticali)
2. Strutturare l'offerta turistica del territorio (rete di destinazione - rete di prodotti)
3. Creare interesse nel mercato
4. Comunicare la proposta della destinazione
5. Promuovere e promo-commercializzare l'offerta della destinazione

L'intento è stato avviare non solo un lavoro di consulenza, ma un lavoro operativo e coordinativo, in modo da poter mettere le basi per un sistema-destinazione, ed anche uno strumento operativo della Camera di Commercio che, dopo un certo periodo, sia in grado di «camminare da solo». In particolare, con una fase operativa con un presidio di unità operative, al fine

di dare effettiva attuazione al Piano strategico varato, che assicurino una serie di attività.

Il Piano Strategico ha quindi 2 elementi centrali. Il primo è il ruolo della Camera nel settore turistico, nel senso di acquisire un compito di coordinamento e regia rispetto ai soggetti pubblici e alle stesse imprese. Tale compito sarà assolto in modo molto concreto attraverso il presidio delle due unità operativo che avranno il compito principale di comunicazione e di raccordo con i diversi soggetti istituzionali. Il secondo, connesso al primo, è relativo alla formulazione di un'offerta strutturata che metta al centro solo alcuni prodotti turistici che più si attagliano al contesto territoriale e su questi prodotti verrà sviluppata una strategia di Marketing territoriale. Pertanto, i vari attori del settore, qualora intendano collaborare con la Camera di commercio dovranno deliberare le loro azioni in linea con le strategie di Marketing e di Prodotto formulate dalla Camera.

Lo stato di attuazione del Piano strategico per il turismo, adottato dalla Camera, con particolare riferimento all'area a sud della provincia, soprattutto per cogliere la grande occasione dell'apertura dell'aeroporto è stato esaminato dal Consiglio camerale nella seduta del 23 febbraio 2026.

Per quanto concerne le attività della FTOURISM, va evidenziato che, oltre alla produzione del Piano, è stato realizzato il PORTALE TURISTICO DELLA MACRO-DESTINAZIONE PROVINCIA DI SALERNO PREVISTO NELL'AMBITO DELLA REALIZZAZIONE DEL PIANO STRATEGICO.

Il Portale, oltre alla finalità di una vetrina qualificata e istituzionale dell'offerta turistica provinciale, intende costituire uno strumento di interlocuzione tra il presidio operativo, realizzato all'interno della Camera, e gli operatori aderenti al fine mettere a sistema relazioni, contatti, conoscenze, esperienze, nonché con gli stessi sviluppare appuntamenti di informazione e assistenza tecnica.

La realizzazione del Piano strategico e del Portale, nonché l'attività quotidiana del presidio operativo in Camera di Commercio hanno condotto ad immediati risultati che si riportano in sintesi.

Il Piano, in quattro lingue (IT, EN,FR, DE), ha realizzato:

Destination Management Plan (la strategia di riferimento);

Mappatura della filiera (operatori e attori del territorio);

Brand e Identità visiva (Essenza mediterranea);

Incontri territoriali (4 incontri con gli operatori);

Portale e Network (Il Portale della destinazione);

Comunicazione e Promozione (Social, Video e Stampa).

Il network al momento è costituito da 200 operatori, imprese ricettive, guide, aziende agroturistiche, ristoratori, fornitori di esperienze, operatori outdoor.

Con il brand "SALERNO & CILENTO – Essenza Mediterranea" si tenta diffondere un logo di identità visiva a base della comunicazione della destinazione.

La presentazione del Progetto, con le sue finalità e modalità di adesione al Network Visit Salerno & Cilento sono stati organizzati quattro incontri a Salerno, Pioppi, Paestum e Padula.

Infine è stato realizzato un Educational Tour con la Stampa che ha coinvolto diverse testate con un itinerario che ha riguardato il Centro storico, Piana del Sele, Costa cilentano, Certosa di Padula, Area archeologica di Paestum.

Va evidenziato che le attività della Camera in materia di Turismo saranno più impegnative delle risorse turismo 20%. Infatti, al fine di conferire maggiore impulso al traffico dell'Aeroporto di Salerno è stato avviato un approfondimento per individuare una modalità di intervento più efficace che consentisse un maggiore sviluppo del traffico aeroportuale.

La Giunta camerale con delibera n. 20 del 24 aprile 2026 ha condiviso la relazione del Presidente in ordine all'intervento di marketing per lo sviluppo del traffico passeggeri dell'Aeroporto di Salerno, nonché gli aspetti salienti della procedura di gara per selezionare i contraenti soggetti affidatari delle attività di marketing programmate. Un punto di partenza è la considerazione che la crescente competizione tra destinazioni turistiche e l'evoluzione della domanda, sempre più orientata alla facilità di accesso e alla qualità dell'esperienza di viaggio, rendono determinante la capacità di intercettare i flussi turistici nei mercati di origine ai fini del posizionamento e della crescita della destinazione. Pertanto, la connettività aerea rappresenta un elemento strategico non solo sotto il profilo della mobilità, ma anche come leva di sviluppo economico e territoriale. La presenza, il consolidamento e l'espansione dei collegamenti aerei incidono direttamente sulla capacità di attrarre visitatori, favoriscono l'apertura del Territorio a nuovi mercati e contribuiscono alla sua integrazione nei circuiti internazionali del turismo.

In linea con tali esigenze, il potenziamento e la piena valorizzazione dell'hub aeroportuale di Salerno assumono un ruolo decisivo per sostenere una crescita turistica equilibrata, sostenibile e orientata al lungo periodo. L'attuale configurazione del sistema aeroportuale regionale risulta, infatti, fortemente sbilanciata sullo scalo di Napoli, che presenta livelli di saturazione elevati e una crescente pressione in termini di traffico e operatività, con evidenti ricadute sulla qualità complessiva dell'esperienza di viaggio e sui margini di ulteriore sviluppo. Il rafforzamento dell'aeroporto di Salerno si configura come una leva imprescindibile per diversificare i punti di accesso al Territorio, migliorare la capacità di intercettare nuovi flussi turistici e rispondere in modo più efficiente alla domanda proveniente dai mercati europei e internazionali. Esso consente, inoltre, di favorire un riequilibrio dei flussi, contribuendo al decongestionamento delle destinazioni maggiormente mature e valorizzando aree ad alto potenziale ancora non pienamente espresse. Lo sviluppo dell'hub salernitano non rappresenta soltanto un'infrastruttura di supporto alla mobilità, ma si configura

come un elemento abilitante per l'intero sistema turistico ed economico locale, in grado di rafforzare l'accessibilità diretta alle principali attrazioni del Territorio e di sostenere un modello di crescita più sostenibile, diffuso e qualitativamente elevato.

Il trasporto aereo non si limita a consentire l'accesso fisico alla destinazione, ma si configura come un fattore attivo di generazione della domanda, in grado di influenzare le scelte dei viaggiatori attraverso l'interazione tra offerta di collegamenti e attività di promozione, anche grazie al ruolo centrale e distintivo assunto dalle compagnie aeree, che entrano in contatto diretto con i passeggeri nelle fasi di pianificazione, acquisto ed esperienza del viaggio e dispongono di strumenti di comunicazione e distribuzione idonei a incidere in modo significativo sui comportamenti della domanda. I Vettori dispongono di un patrimonio informativo e relazionale di elevato valore, costituito da un ampio database di passeggeri profilati (che costituiscono il pubblico di riferimento più immediatamente rilevante per le azioni di promozione turistica, trattandosi di soggetti già inseriti in un processo attivo di pianificazione e acquisto del viaggio), piattaforme digitali proprietarie, sistemi di prenotazione e canali di comunicazione diretta.

A questo si aggiunge la disponibilità di spazi e formati pubblicitari esclusivi, presenti sia in ambito digitale, sia nei contesti fisici del viaggio, quali aeromobili e infrastrutture aeroportuali. I canali e i supporti messi a disposizione dalle compagnie aeree costituiscono una importante piattaforma per la promozione turistica, in grado di raggiungere un pubblico ampio e qualificato. L'utilizzo combinato di questi canali permette di moltiplicare i punti di contatto con il viaggiatore, rafforzando il ricordo del messaggio e l'impatto complessivo delle iniziative promozionali. In particolare, tra i vari strumenti a disposizione dei Vettori, la comunicazione a bordo lungo l'intero processo di viaggio e, grazie all'integrazione tra strumenti digitali e formati tradizionali, di intercettare l'utente nelle diverse fasi di pianificazione, prenotazione e fruizione, aumentando

l'efficacia delle campagne e la capacità di conversione. L'utilizzo combinato di questi canali permette di moltiplicare i punti di contatto con il viaggiatore, rafforzando il ricordo del messaggio e l'impatto complessivo delle iniziative promozionali.

In coerenza con il descritto sistema, la Camera di Commercio ha inteso destinare nei prossimi due anni risorse finanziarie pari a euro 2.500.000,00 (due milioni e mezzo milioni/00) per la realizzazione di iniziative di promozione e marketing turistico, con l'obiettivo di rafforzare l'attrattività del Territorio e sostenere la crescita della domanda. I primi due milioni sono stati oggetto di un'apposita procedura di gara che prevedeva l'utilizzo di un milione nella prima annualità e l'utilizzo dell'altro milione subordinatamente alla valutazione della Camera dopo la fase operativa della prima annualità.

Gli aggiornamenti e gli sviluppi operativi relativi alla prima linea di attività sono stati esaminati dalla Giunta nella seduta del 19 settembre 2026.

In sintesi la Camera ha realizzato un Bando per l'acquisizione di servizi marketing destinato a Compagnia aeree interessate ad attivare rotte sull'Aeroporto di Salerno. Tale bando si concretizza in una partnership tra la Camera e le Compagnie interessate, dove la prima investe in comunicazione e le seconde nello sviluppo delle rotte. L'esito del Bando è stato il seguente:
Aggiudicazione ad Easyjet delle seguenti rotte:

- ⇒ LONDRA, tre voli settimanali a/r, per sette mesi
- ⇒ PARIGI, tre voli settimanali a/r, per 10 mesi
- ⇒ BASILEA/ZURIGO, tre voli settimanali a/r, per 11 mesi.

Per il 2027 si intende continuare nella realizzazione del Piano:

A. per la parte base costituita dalle indagini, dalla direzione strategica e di coordinamento e dal presidio operativo;

B. per la parte riguardanti le attività straordinarie, con iniziative e attività particolari.

In particolare, per quanto riguarda le attività straordinarie, definite come quelle iniziative con obiettivi particolari di accompagnamento al Piano strategico, si evidenzia quanto segue.

1. La prima azione riguarda Campagne Digitali, con l'obiettivo di generare nteresse e domanda nei mercati obiettivo; Produzione di contenuti con foto video professionali per social, fiere, e PR; Creatori dei mercati esteri, con collaborazioni con creator e influencer di Francia Svizzera, Regno Unito e Germania;
2. SEO e GEO del portale, con l'ottimizzazione di visisalernoandcilento.com per i motori di ricerca e per le risposte dell'intelligenza artificiale. Obiettivo: dare credibilità e visibilità alla destinazione nei mercati ester.
3. Iniziative di comunicazione con eventi a Zurigo, Basilea, Londra e Parigi. Obiettivo: Promuovere i voli e la destinazione
4. Promozione nei mercati, con FIERE TURISTICHE con la Regione Campania e senza. Obiettivo: promuovere la destinazione presso il pubblico finale, sfruttando i collegamenti aerei.
5. Attività presso i due aeroporti (Salerno e Napoli), anche con desk dedicati per la distribuzione di materiale di comunicazione. Obiettivo: intercettare i passeggeri e trasformarli in visitatori del territorio.
6. Spot a bordo dei treni frecciarossa, con trasmissioni del video promozionale sui treni ad alta velocità, in due finestre: Luci d'Artista (Novembre) e Salerno & Cilento (Aprile Maggio). Obiettivo: raggiungere il mercato italiano nei due momenti di maggiore richiamo.

Quello sopra descritto è uno scenario con un Budget intermedio che oscilla intorno ai 300mila euro, ai quali vanno aggiunti 350mila euro da destinare al

progetto base costituito dalle attività ordinarie. Queste risorse provengono dall'addizione del 20% del diritto annuale e vincolate al filone turismo.
Successivamente, sarà predisposto un progetto esecutivo che sarà sottoposto all'esame della Giunta camerale

Tale intervento è mirato, anche nell'ottica di una valorizzazione dello Scalo aeroportuale, soprattutto al settore turistico e commerciale del territorio in quanto è necessario considerare che per il successo turistico della provincia di Salerno non basta avere l'aeroporto, ma soprattutto che esista un'offerta turistica attrattiva e posizionata nel mercato.

Obiettivo strategico "Promuovere la diversificazione dell'offerta turistica"

- Partecipare a tavoli di lavoro con gli stakeholder per la definizione di una strategia condivisa per la promozione turistica della provincia di Salerno.
- Valorizzare nuove forme di turismo, considerando la possibilità di promuovere la costituzione di reti tese a superare il deficit relazionale esistente tra gli attori economici del territorio.

Obiettivo strategico "Promuovere l'attrattività turistica del territorio"

- Cofinanziare pochi e selezionati eventi culturali e turistici di livello nazionale e internazionale, attivando eventualmente procedure di valutazione sull'impatto degli stessi sul territorio.
- Attivare un programma unitario di promozione territoriale in sinergia con gli altri attori istituzionali e associativi, con il supporto di esperti di settore, anche per l'individuazione di nuove aree di interesse.
- Partecipare a eventi di promozione turistica in collaborazione con attori istituzionali di livello locale, regionale, nazionale.

- Valorizzare il legame tra cultura, turismo ed eccellenze produttive del territorio, proseguendo nel percorso di promozione del turismo e valorizzazione del patrimonio culturale, secondo un approccio intersettoriale.

Benefici attesi

- ⇨ Aumento degli arrivi di turisti in provincia di Salerno;
- ⇨ Aumento del grado di diversificazione dell'offerta turistica;
- ⇨ Destagionalizzazione dei flussi turistici;
- ⇨ Aumento dell'attrattività del territorio provinciale;
- ⇨ Aumento del livello di identificazione dell'offerta salernitana sui mercati target;
- ⇨ Miglioramento del livello di servizio/informazione per i turisti.

- 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.

Obiettivo strategico "Sostenere l'imprenditoria femminile"

- Supportare i lavori del CIF. L'organismo operante nell'ambito della Camera risponde all'esigenza di dare voce e tradurre in atti le attese e i bisogni delle donne imprenditrici della provincia. 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.

Benefici attesi

⇨ Migliorare il contesto operativo delle donne imprenditrici.