

INDICE SOMMARIO

<i>Prefazione</i> , di <i>Giuseppe Coccorullo</i>	VII
<i>Introduzione</i> , di <i>Emanuele Salsano</i>	IX

1.

IL PROCESSO DI INNOVAZIONE DELLE IMPRESE LOCALI ATTRAVERSO LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI TIPICI

di *Daniela Mendola*

1. Il riconoscimento del Vallo di Diano e Alburni come “area protetta”	1
2. L’ambiente come valore assoluto nelle Aree Protette	8
3. Il disciplinare di utilizzo del marchio del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni	10
4. Le certificazioni Europee	21
5. Le certificazioni come strumento di tutela della tipicità del prodotto	25
5.1. La classificazione dei prodotti Dop e Igp della Campania	29
6. I prodotti tradizionali e agroalimentari	30
7. Le fasi del processo produttivo: identificazione, valorizzazione e promozione del prodotto	31

2.

I PRESUPPOSTI PER IL POTENZIAMENTO DEL TERRITORIO E LA CD. FINANZA PREMIALE

di *Daniela Mendola*

1. Il capitale umano come promotore della crescita economica	35
2. La creazione di una linea diretta tra produttore e consumatore. La filiera corta	38
3. La struttura organizzativa	39
4. L’asimmetria informativa tra produttore e consumatore: la corretta informazione come strumento di rafforzamento del rapporto contrattuale	48
5. Il processo di riterritorializzazione delle aree locali	50
6. Gli investimenti ecocompatibili come strumento di rafforzamento della <i>reputation</i> aziendale	52
7. La finanza pubblica premiale in favore delle imprese ecosostenibili	54

3.

**LE PROPOSTE DI POLITICA ECONOMICA: L'ALLEANZA STRATEGICA
COME CONDIZIONE PER LO SVILUPPO DEL TERRITORIO**

di *Emanuele Salsano*

1. La condivisione degli obiettivi e la ripartizione degli oneri: la <i>cooperation</i> tra imprese	61
2. I <i>relational contracts</i> : i contratti di rete	65
3. I vantaggi del contratto di rete	70
4. L'aggregazione temporanea tra imprese: la <i>Joint Venture</i>	73
5. I distretti rurali come manifestazione dell'alleanza strategica	76
<i>Conclusioni</i> , di <i>Emanuele Salsano</i> e <i>Daniela Mendola</i>	79
<i>Bibliografia</i>	81

PREFAZIONE

Il volume curato dal prof. Emanuele Salsano e dalla Dott.ssa Daniela Mendola illustra i presupposti per uno sviluppo delle imprese del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni le quali possono acquisire un vantaggio competitivo sul mercato operando congiuntamente ed in regime di ecosostenibilità.

La ricerca intrapresa dai due autori ha l'intento di prospettare un quadro il più possibile esaustivo circa le difficoltà che le piccole imprese sono costrette ad affrontare abitualmente per imporsi sul mercato, offrendo degli spunti di riflessione per valorizzare le tipicità locali.

Come si evince dalla ricerca in oggetto, i prodotti tipici possono convertirsi in fonti di reddito ogniqualvolta si attivi un processo di valorizzazione finalizzato ad attribuire un valore aggiunto al prodotto che si identifica appunto nella tipicità.

Lo studio si sviluppa attorno alla ricostruzione della nozione di tipicità e *de iure condendo* nella individuazione di proposte di politica economica che si incentrano sulla valorizzazione dei prodotti tipici e sulla *collaboration* tra imprese, affidando allo Stato il compito di incentivare lo sviluppo attraverso il riconoscimento di misure fiscali premiali.

26 febbraio 2024

Il Presidente del Parco Nazionale del Cilento,
Vallo di Diano e Alburni

Giuseppe Coccorullo

INTRODUZIONE

Il presente studio trae origine da un progetto finanziato dalla Regione Campania, finalizzato allo svolgimento di un'attività di ricerca, avente ad oggetto lo "Studio dei prodotti tipici nel Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni ed individuazione delle proposte di politica economica per lo sviluppo del territorio" sotto l'auspicio dell'Università degli Studi di Salerno, Dipartimento di Scienze Giuridiche (Scuola di Giurisprudenza).

La trama assiologica che permea l'intero lavoro di ricerca è incentrata sul processo di sviluppo delle imprese del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, muovendo dall'assunto che lo sviluppo locale non possa essere concepito separatamente dalle tradizioni proprie di ciascun territorio.

Il Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni oggetto del presente studio è caratterizzato da una molteplicità di prodotti tipici, espressione di uno stretto collegamento con la storia e la tradizione di ciascun territorio.

Sulla scorta delle previsioni legislative a tali prodotti è apprestato un adeguato riconoscimento mediante il cd. marchio Parco con il precipuo scopo di promuovere le produzioni che sono realizzate all'interno del territorio identificato dal marchio.

Alla tutela "locale" si affianca quella sovranazionale che si attua attraverso le cd. certificazioni. Si pensi ai riconoscimenti Dop, Doc e Igp, a garanzia non solo del processo che ha condotto alla realizzazione del prodotto, ma anche del consumatore che orienta le sue scelte verso un prodotto dotato di apposita attestazione di qualità.

Le appena menzionate certificazioni sono attribuite ai prodotti agricoli e alimentari che abbiano una propria "identità", che deriva dal metodo di produzione o dalla composizione connessa alla tradizione di una zona.

Tuttavia, solo per effetto della commercializzazione si assiste al passaggio del prodotto dall'area interna alla produzione, all'esterno con conseguente acquisizione di un valore di scambio.

Secondo le regole del mercato tali processi sono attuabili mediante l'impegno profuso di concerto tra le istituzioni locali e le altre autorità, ossia attraverso l'attivazione di un processo di condivisione.

In questa fenomenologia si colloca anche la questione del recupero dei territori abbandonati e l'esigenza di incrementare la produzione di prodotti

tipici del Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni, muovendo dall'assunto che sono potenziali fonti di guadagno.

Il contributo si staglia *in primis* attorno alla disamina dei prodotti tipici, evidenziandone il valore aggiunto, identificabile nella storia e nella tradizione del territorio di produzione. Dall'analisi emerge prepotentemente il fattore terra come variabile cruciale dello sviluppo locale e in quanto forza motrice del processo di sviluppo delle imprese.

La ricerca estende il raggio di analisi alle diverse forme di tutela apprestate ai prodotti tipici dall'ordinamento giuridico interno e comunitario mediante le cd. certificazioni.

I processi di sviluppo delle imprese non possono essere concepiti separatamente dalle tradizioni proprie di ciascun territorio cui viene affidato il compito di valorizzare le tipicità locali. Il consumatore è indotto a scegliere il prodotto per le sue peculiarità territoriali e per tutto ciò che consente di differenziarlo rispetto agli altri prodotti.

L'alleanza strategica si pone, dunque, come forza motrice dell'intero processo di sviluppo, in particolare per le piccole e medie imprese che investono energie maggiori per affermarsi.

Devono crearsi sul mercato dei veri e propri *cluster* di imprese che operino sul territorio per perseguire nuovi obiettivi e tra i quali si creino dei rapporti fiduciarî nella prospettiva di un *network* tra i diversi attori economici e sociali che agiscano in maniera integrata, valorizzando le diverse tipicità.

La rete è il presupposto per l'innovazione, invero, la presenza di imprese che collaborano abitualmente al fine di conseguire un determinato obiettivo inevitabilmente determina la diffusione di capacità e competenze lavorative che incrementa la produttività.

Occorrono politiche mirate al miglioramento delle posizioni che le singole imprese rivestono sul mercato capaci di trasformare la valorizzazione in un ampio sviluppo locale integrato.

L'esistenza di una complessa rete di relazioni sociali ed economiche favorisce l'insorgere di processi innovativi che si fondano sulla valorizzazione delle specificità locali, nell'ottica di un decentramento e di una delocalizzazione territoriale che attribuisce una particolare rilevanza alle imprese che operino in determinati territori e di piccole e medie dimensioni.

Oltre ad incentivare la *cooperation* anche mediante la previsione di sussidi e benefici, lo Stato è chiamato ad incentivare la nascita delle attività di impresa (*start up*) dirette alla produzione e commercializzazione delle tipicità locali, che abbiano quale oggetto sociale esclusivo o prevalente lo sviluppo, la produzione e commercializzazione di prodotti o servizi, mediante la riduzione di oneri per l'avvio dell'impresa, l'iscrizione in una

sezione speciale del registro delle imprese, la semplificazione per l'accesso alle agevolazioni fiscali e per l'assunzione del personale, favorendo in tal modo la creazione di capacità contributiva per il sostentamento delle spese statali.

Tutto quanto argomentato muovendo dall'assunto che il bagaglio di storia di ciascun territorio può convertirsi in un valore economico presentandosi come presupposto per l'arricchimento e per la creazione di una economia "dei borghi", sicché lo sviluppo è l'effetto della fusione tra le nuove competenze acquisite e quelle tradizionali.

L'obiettivo, dunque, è soddisfare le esigenze delle comunità locali, rafforzandone il tessuto sociale ed economico e valorizzandone le risorse umane, la storia, le tradizioni e, dunque, anche l'identità culturale.

Finalità, queste, che devono essere perseguite attraverso lo sviluppo di attività economiche volte alla produzione di beni o servizi, con particolare riguardo alle attività di recupero di beni ambientali e monumentali, alla creazione o all'accrescimento delle opportunità lavorative e di reddito, alla valorizzazione, gestione o acquisto collettivo di beni o servizi di interesse generale.

Emanuele Salsano,
Professore di Economia Politica
presso l'Università degli Studi di Salerno

