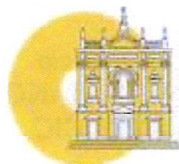


DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO
SAN GIUSEPPE VESUVIANO
CITTA' DEL COMMERCIO



RELAZIONE ILLUSTRATIVA



INDICE

1 - STORIA

1.1 DALL'ETA' DEL BRONZO ALLA NASCITA DEL COMUNE pag. 3

2 -TERRITORIO

2.2 INQUADRAMENTO GEOGRAFICO pag. 7

2.3 CONFORMAZIONE URBANISTICA pag. 7

2.4 ACCESSIBILITA' pag. 9

3 - POPOLAZIONE

3.1 DATI DEMOGRAFICI pag. 11

4 – ECONOMIA

4.1 DATI GENERALI -REDDITO pag. 13

4.2 LE ATTIVITA' pag. 15

4.3 COMMERCIO pag. 15

4.4 INDUSTRIA pag. 17

4.5 RISTORAZIONE pag. 18

4.6 OCCUPAZIONE pag. 18

4.7 ALTRE ATTIVITA': AGRICOLTURA – TERZIARIO – TURISMO pag. 19

5 – IL DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO

5.1 ATTI DI INDIRIZZO pag. 20

5.2 AREA DEL DISTRETTO pag. 23

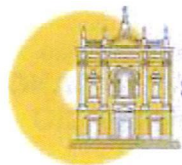
5.3 ANALISI DI CONTESTO pag. 24

5.4 ANALISI SWAT pag. 24

5.5 INTERVENTI DI RIGENARAZIONE URBANA pag. 28

5.6 STRUTTURA DEL PARTENARIATO pag. 29

5.7 PROGRAMMA TRIENNALE DEL DISTRETTO pag. 30



1 - STORIA

1.1 DALL'ETA' DEL BRONZO ALLA NASCITA DEL COMUNE

L'area pedemontana ad est del complesso vulcanico Monte Somma-Vesuvio, come da evidenze archeologiche rinvenute nella parte collinare di San Giuseppe Vesuviano, risulta frequentata da popolazioni semi nomadi già durante il periodo del Bronzo Antico (2300-1700 a.C.).

Tale presenza è confermata e ben documentata anche nel sito archeologico di "Longola", oggi nel confinante Comune di Poggiomarino, dove è stato rinvenuto un insediamento palafitticolo lungo il corso del fiume Sarno, di popolazioni locali, denominati "Sarrastri". Gli scavi hanno evidenziato una frequentazione del villaggio durante tutto l'arco temporale che va dal XVIII Sec. a.C. al VI Sec. a.C. quando probabilmente a seguito di una importante alluvione il sito viene definitivamente abbandonato.



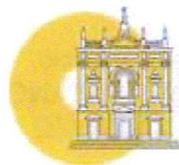
Figura 1 - Veduta degli scavi di "Longola"

L'insediamento durante le ultime fasi ha svolto, con molta probabilità, la funzione di porto commerciale mettendo in contatto l'insediamento osco-sannita alla foce del fiume Sarno (che sarà poi la Pompei romana che conosciamo) con altri insediamenti dell'entroterra nocerino-sarnese.

A partire da V Sec. a.C. comincia l'azione espansionistica di Roma che la porterà nel III Sec. a.C. al suo dominio su tutta l'Italia meridionale. Questa supremazia nell'area vesuviana viene in particolare consolidata a seguito delle c.d. "Guerre sannite" (342-290 a.C.).

Tutta l'area vesuviana viene "romanizzata" e si sviluppano i primi centri urbani a presidio e controllo del territorio: *Erculaneum, Pompeii e Stabiae* sulla costa, *Nola, Teglano e Nuceria* nell'area interna.

Il territorio pedemontano vesuviano orientale ricade sotto il controllo della vicina Pompei diventandone il suo "Ager". A seguito della lottizzazione dei terreni fatta dall'imperatore Cesare Ottaviano Augusto, in favore dei suoi legionari in pensione, tutta l'area si popola di grandi e piccole ville rustiche suburbane, specializzate, vista la grande fertilità del territorio data dal suolo vulcanico



e da un clima molto favorevole, nella produzione di cereali, olio e vino, prodotti poi commercializzati nella vicina Pompei.

Tutta l'area assume così la denominazione di "*praedium Octavianorum*", ossia le terre di Cesare Ottaviano Augusto, da cui poi il nome del piccolo centro urbano sorto in epoca successiva della odierna Ottaviano.

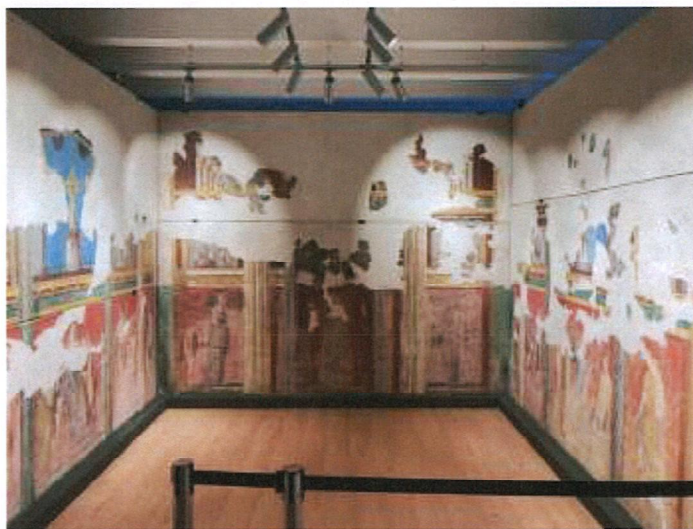


Figura 2 Ambiente affrescato proveniente da una delle ville romane di cava Ranieri - Museo MATT - Terzigno (NA)

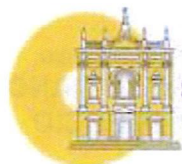
La presenza di ville rustiche dedite all'agricoltura è ben accertata e documentata in tutta l'area che oggi comprende i comuni di Ottaviano, San Giuseppe Vesuviano e Terzigno ma è solo in quest'ultimo che sono stati eseguiti degli scavi archeologici nella cava di pietra vesuviana "Ranieri" i quali hanno portato alla luce diverse ville i cui reperti sono oggi conservati ed esposti nel Museo MATT nella stessa cittadina.

La disastrosa eruzione del 79 d.C. sconvolge tutta l'area distruggendo tutti gli insediamenti esistenti ricoprendoli di una

spessa coltre di ceneri e lapilli. Spariscono dalla storia i grandi centri costieri e interni e con essi tutte le piccole e grandi ville esistenti nei loro suburbi. Per molti anni l'intera area vesuviana resta una landa deserta e inospitale in quanto il vulcano continua anche se con una intensità minore la sua attività eruttiva. Qualche timido tentativo di reinsediamento è stato attestato nella zona pedemontana nord, ma una nuova grande eruzione del Vesuvio nel 472 d.C. sconvolge nuovamente il territorio e solo molti decenni dopo si assiste ad una lenta e costante ripresa della presenza umana.

La caduta dell'impero romano e l'arrivo delle popolazioni barbariche hanno una forte ricaduta anche nel territorio vesuviano. Anche qui come in altre parti si assiste al fenomeno dell'"incastellamento" ovvero della raccolta delle popolazioni rurali intorno a piccoli centri fortificati detti "castelli" posti sulle pendici dei monti in quanto posizioni più inaccessibili e militarmente difendibili. Nella zona pedemontana orientale che fa riferimento commerciale e logistico alla vicina fascia costiera comincia a svilupparsi un primo nucleo urbano intorno ad una costruzione fortificata probabilmente eretta su una preesistente grande villa romana che prenderà poi il nome di *Ottajano* poi Ottaviano.

Durante il periodo medioevale tutte le terre da qui fino al mare (oggi territorio dei comuni di San Giuseppe Vesuviano, Terzigno e Boscoreale) sono parte del territorio di proprietà dei principi di *Ottajano*. L'agricoltura è la principale attività svolta nel feudo e come già nella precedente epoca



romana: vino, olio, cereali, frutta verdura e ortaggi costituiscono il sostentamento della popolazione e la base commerciale principale.

Gli ultimi signori di Ottaviano sono un ramo collaterale della famiglia dei Medici di Firenze tanto che il castello dove risiedevano ha conservato il nome di Castello Mediceo (oggi sede dell'Ente Nazionale Parco del Vesuvio e del Gruppo di Azione Locale G.A.L. – Vesuvio Verde).



Figura 3 Il Castello Mediceo - Ottaviano (NA)

Nell'alto Medioevo il territorio afferente al Feudo di *Ottajano* è praticamente un grande possedimento agricolo con pochi e sporadici insediamenti rurali di servizio ed è solo durante il XV e il XVII Sec. che cominciano a svilupparsi piccoli agglomerati nella piana a valle del centro e verso la costa. In particolare a qualche Km dal centro si sviluppa un piccolo agglomerato nel rione c.d. "alli Boccia" (probabilmente dal nome dei proprietari di un grosso latifondo ivi residenti) grazie al fatto di trovarsi sulla strada che collegava la costa all'entroterra e in particolare a Nola. Il piccolo insediamento si trova ad essere il crocevia dei traffici commerciali fra costa e entroterra. Si narra che proprio una piccola carovana commerciale in transito trovò riparo in una notte di tempesta nel rione dove intanto era sorta anche una piccola chiesetta. Fra le mercanzie questi avevano anche una statua di San Giuseppe che subito fu acquistata dai signori locali per porla nella propria chiesa dedicandola al santo.

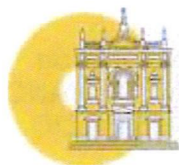
Intorno alla chiesa di San Giuseppe cominciò a svilupparsi il primo nucleo urbano sostenuto fatto ora anche da tante attività commerciali con l'intensificarsi del traffico in transito: taverne, hostalia, scuderie per i cavalli, attività mercatali. Ma è solo il 19 febbraio del 1893 che con regio decreto del



Figura 4 La chiesa di San Giuseppe Vesuviano distrutta dall'eruzione del 6 aprile 1906

Re Umberto I, viene attribuita l'autonomia amministrativa e l'indipendenza da Ottaviano, segnando la nascita del Comune di San Giuseppe. Occorrerà poi un nuovo regio decreto nel 1894 per attribuire il nuovo e definitivo nome di San Giuseppe Vesuviano al comune.

La prima fase di crescita del nuovo Comune viene bruscamente interrotta da una forte eruzione del Vesuvio occorsa nell'aprile del 1906. Il territorio comunale venne interessato



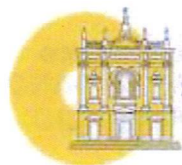
da una copiosa ricaduta di ceneri e lapilli che causò anche il crollo del tetto della chiesa di san Giuseppe. Qui morirono molte decine di uomini donne e bambini che vi si erano rifugiati per proteggersi dalla pioggia di materiali vulcanici. La tragedia ebbe una risonanza nazionale ed internazionale. Memorabili sono gli articoli giornalistici sull'evento scritti da Matilde Serao e la visita sui luoghi della tragedia di S.A.R. la duchessa Elena D'Aosta.



Figura 5 Asilo Croce Rossa - San Giuseppe Vesuviano (NA)

Furono raccolti fondi sia in Italia che all'estero per aiutare le popolazioni colpiti dall'eruzione ed anche grazie ad essi la Croce Rossa Italiana progettò e realizzò un asilo per i tanti bambini rimasti orfani. La struttura è ancora oggi funzionante e ospita una Scuola dell'infanzia. Il piccolo Comune grazie anche alla grande intraprendenza dei propri cittadini nell'arco di pochi anni ritorna alla sua normale attività e riprende la sua crescita demografica urbana ed economica.

La propensione al commercio dei cittadini sangiuseppesi diventa negli anni una caratteristica peculiare e tanti sono quelli che si dedicano oltre che alle attività stabili a quelli ambulanti. Il vicino mercato di "Resina" ad Ercolano diventa un punto di riferimento per l'acquisto di prodotti tessili da poi distribuire nell'entroterra nolano, avellinese e beneventano. La capitalizzazione dei proventi e la scaltrezza commerciale porteranno poi negli anni settanta alla nascita di attività di distribuzione all'ingrosso di prodotti tessili, fungendo da cinghia di trasmissione fra le fabbriche del nord e i commercianti al dettaglio del sud, e poi alla produzione in loco con una estesa filiera, di capi di abbigliamento. Queste attività contribuiranno ad uno smisurato boom economico portando la cittadina vesuviana agli onori delle cronache nazionali che insieme a Prato raggiunge il reddito pro capite più alto d'Italia e le faranno guadagnare l'appellativo di "Città del Commercio".



2- TERRITORIO

2.1 INQUADRAMENTO GEOGRAFICO

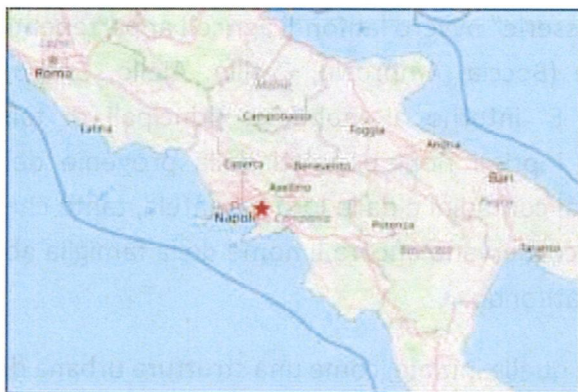


Figura 6 Posizione geografica

Il territorio del Comune di San Giuseppe Vesuviano è situato sul pendio orientale del complesso vulcanico Monte Somma Vesuvio. La superficie complessiva è pari a 14,17 Km² con un'altitudine media di circa 100 mt. s.l.m.. La parte collinare tutta ricompresa nel territorio del Parco Nazionale del Vesuvio, raggiunge i circa 600 mt. ponendo i confini comunali sul ciglio della caldera del Monte Somma e più di cento ettari di tale territorio sono di proprietà comunale.

Il territorio confina con i comuni di Ottaviano, Palma Campania, Poggioreale, San Gennaro Vesuviano e Terzigno.

Ricompreso nell'area della Città Metropolitana di Napoli fa parte dei 19 comuni della c.d. "Zona Rossa" ovvero dell'area soggetta ad evacuazione preventiva in caso di ripresa dell'attività eruttiva del Vesuvio.

Come tutti i comuni circostanti il territorio comunale è soggetto al vincolo archeologico e paesaggistico ed inoltre, vista l'andamento collinare in alcune parti di esso sussiste anche quello idrogeologico in particolare lungo gli alvei che lo attraversano, i c.d. "Regi Lagni" e quello per rischio frana nella parte montana.

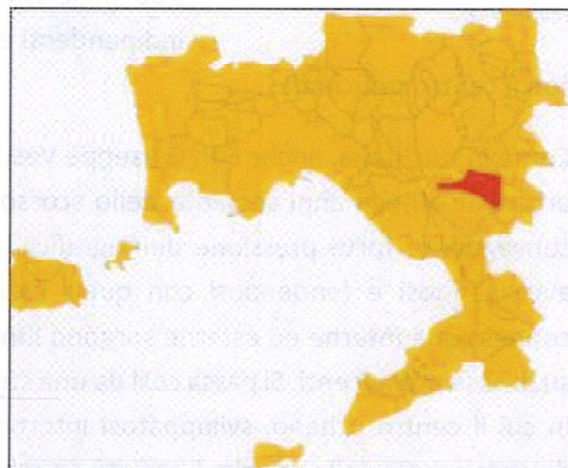


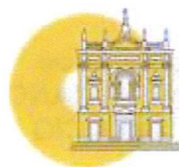
Figura 7 la provincia di Napoli con in rosso il Comune di San Giuseppe Vesuviano

2.3 CONFORMAZIONE URBANISTICA



Figura 8 Assi viari e direzioni

Come già accennato, il primo nucleo urbano si sviluppa intorno alla chiesa di San Giuseppe costruita nel crocevia delle strade che dalla costa vanno verso l'entroterra fino ad Avellino passando per Nola, e dalla città "madre" Ottaviano, collegata con Napoli alla piana vesuviana sottostante fino all'agro Nocerino – Sarnese.



Fino al periodo della Seconda Guerra mondiale la struttura urbana era costituita da piccoli agglomerati rurali sparsi in modo disorganico sull'intero territorio comunale nati e sviluppatisi

all'interno delle c.d. "Masserie" ovvero latifondi agricoli appartenenti a poche ricche famiglie (Boccia, Ambrosio, Casillo, Ajello, Crispo, Nappo, Catapano etc). E' intorno ai fabbricati principali di tali masserie che crescono i primi rioni popolati dalla progenie dei latifondisti, dai fattori, dai contadini e dalla loro parentela, tanto che ancora oggi questi rioni conservano ancora il nome della famiglia ab origine proprietaria del latifondo.

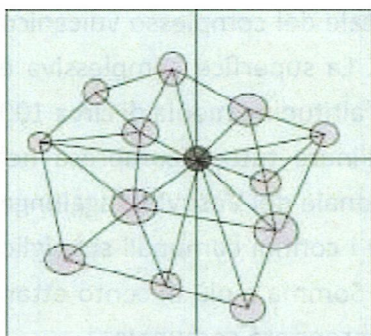


Figura 9 Struttura urbana di tipo policentrico

Possiamo quindi definire quella iniziale, come una struttura urbana di tipo policentrico, in quanto costituita da tanti piccoli agglomerati indipendenti ed autonomi seppur connessi fra di loro e collegati tutti

con il centro principale.

Come in tutt'Italia, anche San Giuseppe Vesuviano conosce la sua prima fase di intensa espansione urbanistica negli anni sessanta dello scorso secolo a seguito del c.d. "boom economico" e della conseguente forte pressione demografica. I vari quartieri esistenti si espandono sempre di più avvicinandosi e fondendosi con quelli circostanti mentre lungo le piccole e grandi arterie di connessione interne ed esterne sorgono lunghi filari di costruzioni ad uso abitativo e commerciale su di esse prospicienti. Si passa così da una struttura iniziale policentrica ad una di tipo monocentrica in cui il centro urbano, sviluppatosi intorno alla piazza principale e alla chiesa di san Giuseppe, diventa centro delle principali attività amministrative economiche e commerciali del paese.

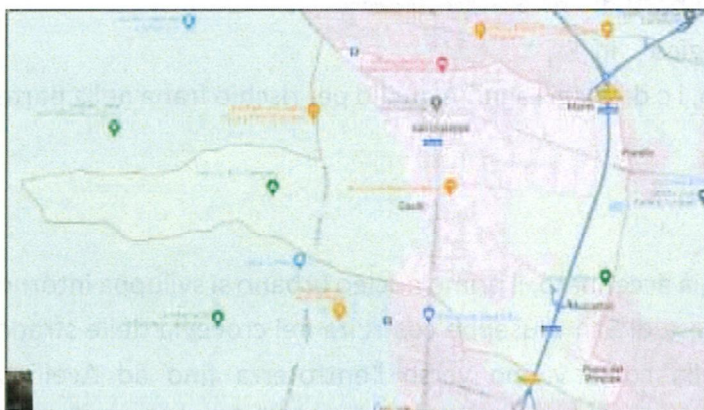
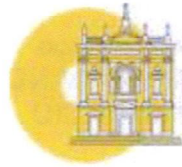


Figura 10 L'attuale territorio e la conformazione urbanistica

La struttura urbanistica subisce poi una seconda profonda trasformazione durante gli anni ottanta, quando la cittadina vesuviana diventa un fondamentale *hub commerciale* nord-sud per il settore tessile e dell'abbigliamento. Il considerevole flusso di risorse economiche, le esigenze strutturali e la crescita demografica portano ad un caotico e disordinato, vista l'assenza di una pianificazione comunale, ulteriore incremento della densità

urbanistica caratterizzata da fabbricati di grandi dimensioni destinati alle attività produttive e commerciali.



2.4 ACCESSIBILITA'

San Giuseppe Vesuviano è interconnesso con Napoli e gli altri Comuni capoluoghi della Regione da un sistema di arterie di arterie principali e secondarie oltre che attraverso la rete ferroviaria locale e da una pista ciclopedonale che, completata, collegherà il Comune di Cancellò (CE) con Torre Annunziata attraversando tutti i comuni della dismessa linea locale delle FF.SS..

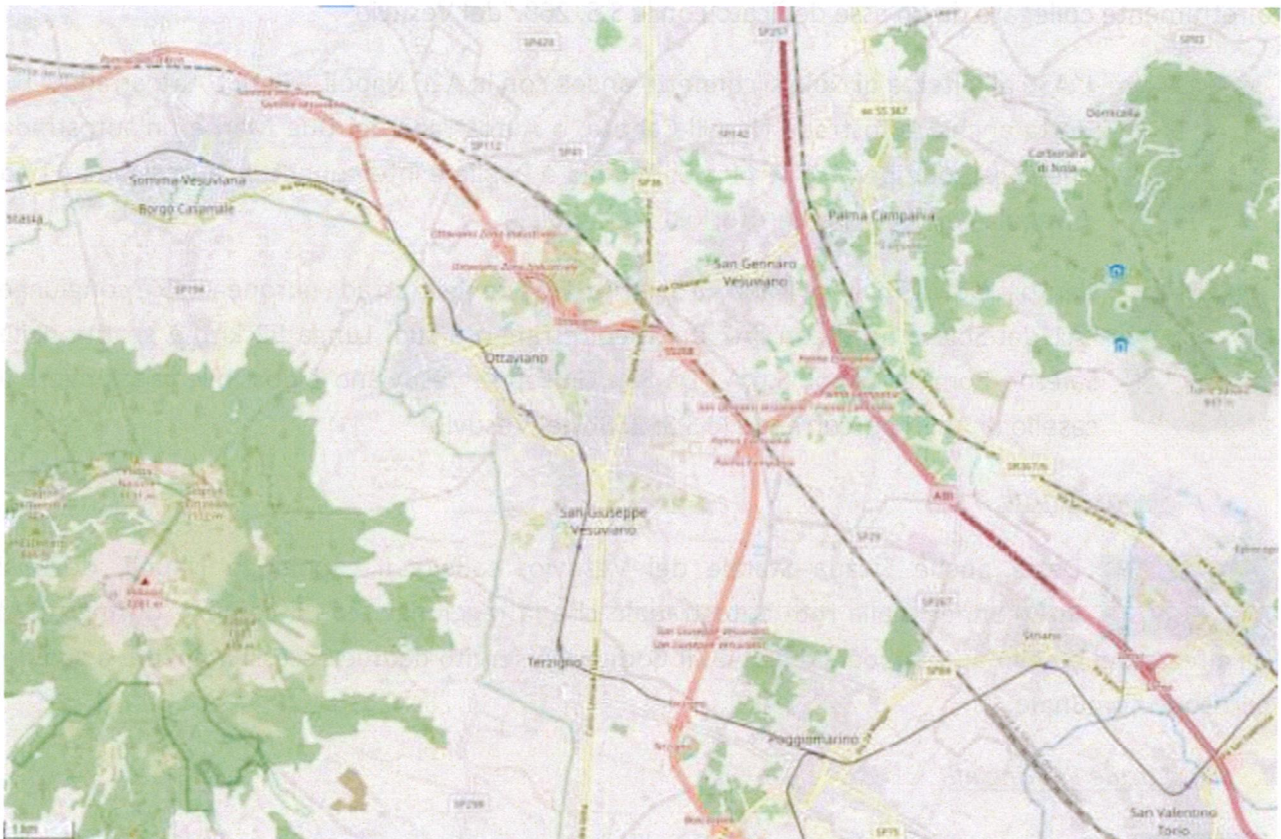


Figura 12 Assi di collegamento e accessibilità

In particolare è possibile raggiungere il Comune con le seguenti modalità:

A) Linee ferrate



Circumvesuviana: Linea Napoli – Ottaviano – Sarno. Questa linea partendo da Napoli attraversa tutti i comuni pedemontani interni del Monte Somma – Vesuvio fino a Terzigno, da cui, dirottando verso Est e passando da Poggiomarino, si raggiunge Sarno. Poggiomarino è una stazione di interscambio che si connette con l'altra linea costiera della Circumvesuviana che da Napoli arriva a Sorrento.



B) Autostrade



Autostrada che collega Caserta a Salerno, distaccandosi dall'autostrada A1 presso Caserta e immettendosi senza soluzione di continuità nell'autostrada A2 del Mediterraneo presso Fisciano. Lunga 55,3 km, è interamente gestita da Autostrade per l'Italia. Il Comune di San Giuseppe Vesuviano è servito dal casello/uscita di Palma Campania situato al confine orientale del territorio. Lo stesso casello di Palma Campania è direttamente collegato da un asse dedicato con la S.S. 268 "del Vesuvio".



L'A30 all'altezza di Nola si connette anche con la A16 Napoli – Bari. L'Autostrada A16, detta anche Autostrada Napoli-Canosa, o Autostrada dei Due Mari è un'autostrada che si estende per 172 km tra Campania e Puglia e interconnette l'autostrada A1 ad Afragola con l'A14 nel territorio di Cerignola.



L'autostrada A3 collega Napoli a Salerno. È parte della strada europea E45 e congiunge l'A1 del Sole a nord con l'A2 del Mediterraneo a sud. Lunga 52 km, è gestita dalla Salerno Pompei Napoli S.p.A.. Da San Giuseppe Vesuviano è possibile raggiungere il casello di Angri percorrendo la S.S. 268 "del Vesuvio"

C) Strade Statali



Detta anche Strada Statale del Vesuvio, collega il capoluogo Napoli, dove si interconnette alla rete autostradale che la raggiunge, con il comune di Angri (SA) all'altezza del casello autostradale della A3. Il Comune è servito da due accessi a nord e a sud del territorio comunale.

D) Strade Provinciali

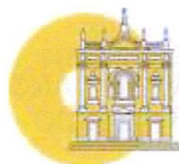


Diverse sono le Strade Provinciali che attraversano il comune di San Giuseppe Vesuviano collegandolo con quelli circostanti. La più utilizzata è forse la ex S.P. 252 "Zabatta" che da Ottaviano percorre tutto il tratto a monte degli abitati di San Giuseppe Vesuviano e Terzigno collegandoli con il comune di Boscoreale. Altrettanto frequentata la S.P. 29 che dalla località Pianillo (nella parte orientale del comune) raggiunge Stiano. Attraverso la rete viaria cittadina sono comunque raggiungibili tutte le strade provinciali circostanti di connessione.

E) Piste Ciclopedonali Intercomunali



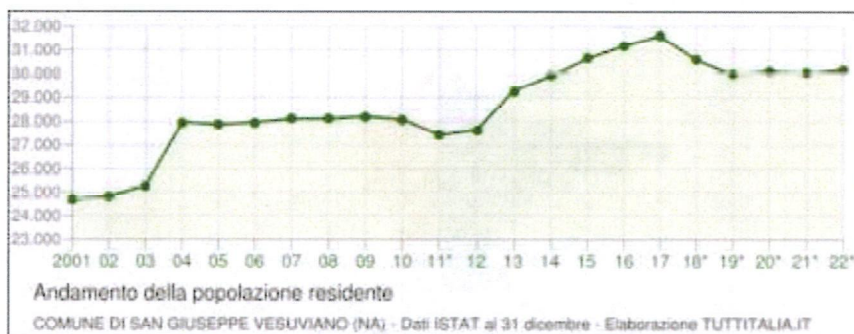
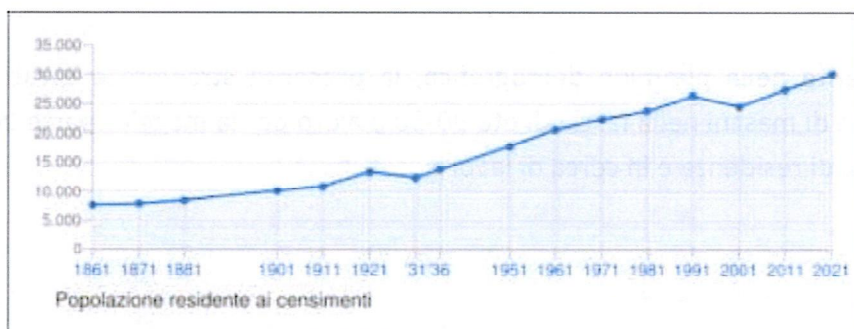
CANCELLO – TORRE ANNUNZIATA è una pista ciclopedonale di nuova realizzazione che ripercorre il tratto della dismessa linea secondaria F.F.S.S. attraversando l'agro casertano e parte dei comuni della fascia interna vesuviana a partire da Somma Vesuviano e passando da Ottaviano san Giuseppe Vesuviano e Boscoreale raggiunge Torre Annunziata. Una volta completa sarà una delle piste più lunghe d'Italia.



3 - POPOLAZIONE

3.1 DATI DEMOGRAFICI

La serie storica basata sui censimenti, disponibili dall'unità d'Italia ad oggi, mostra un andamento costante di crescita della popolazione residente partendo dai circa 10.000 abitanti censiti nel 1861 ai 30.217 al primo gennaio del 2023.

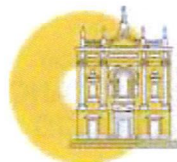


A partire dai primi anni del nuovo secolo si assiste ad un forte incremento della popolazione con cittadinanza straniera impegnata soprattutto nella filiera commerciale del tessile – abbigliamento ma anche nel terziario e in particolare nei servizi di home care.

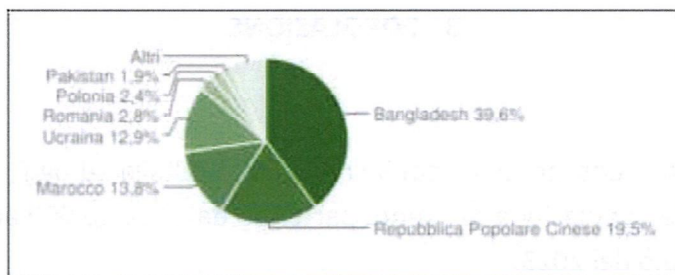


Al primo gennaio del 2023 risultano residenti nel Comune 5.484 cittadini di provenienza comunitaria ed extracomunitaria che costituiscono ben il 18% della popolazione.

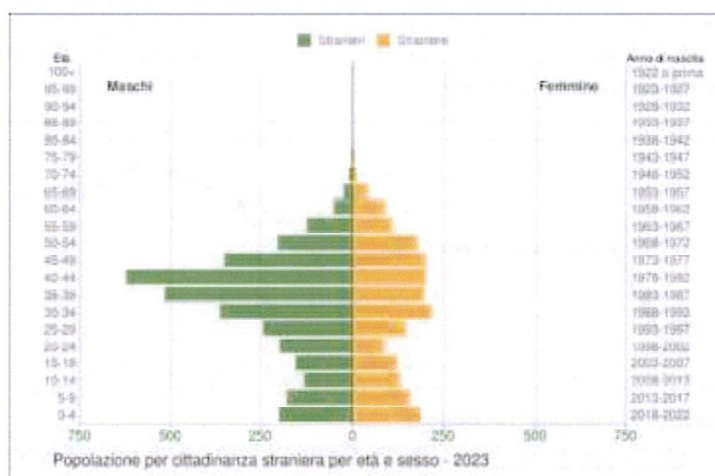
La maggioranza di essi proviene dal Bangladesh (39,6%) seguiti dai cittadini provenienti dalla Repubblica Popolare Cinese (13,8%) e dalle altre nazionalità.



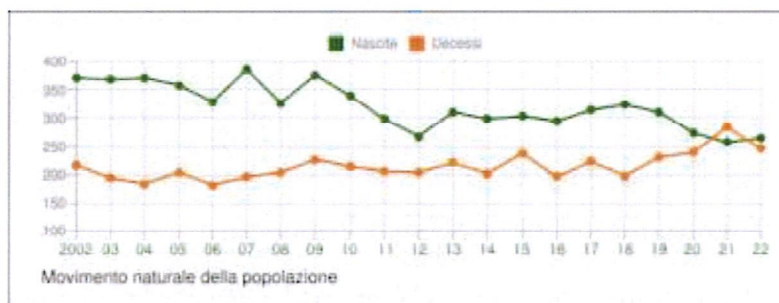
**DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO
SAN GIUSEPPE VESUVIANO
CITTA' DEL COMMERCIO**

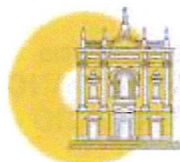


Come ben evidente nella piramide demografica, la presenza straniera è caratterizzata da una maggior presenza di maschi nella fascia di età 30-50 ovvero per la maggior parte uomini soli con le famiglie nei paesi di residenza e in cerca di lavoro.



Come mostra la successiva tabella relativa al saldo demografico, coerentemente con il trend nazionale, anche qui si assiste ad una crescita pari a zero e pertanto l'aumento degli ultimi anni della popolazione è attribuibile in maggior parte all'arrivo di cittadini stranieri.





4 – ECONOMIA

4.1 DATI GENERALI - REDDITO

Sono lontani i tempi del boom economico locale degli anni ottanta quando il reddito pro capite del Comune era uno fra i più alti d'Italia. Per una serie di motivazioni che esulano dal contesto di questa analisi negli anni successivi si è assistito ad un graduale continuo impauverimento dell'economia locale dovuto principalmente alla migrazione di molte attività commerciali e industriali del settore tessile -abbigliamento in altri mercati (vedi C.I.S. di Nola etc) e il subentro sul territorio al loro posto di imprese e manovalanze straniere (in primis cinesi e bengalesi).

I dati attuali disponibili indicano oggi un reddito medio pro capite di Euro 13.156,95 che rientra nella fascia 0-15.000 cui appartengono la stragrande maggioranza dei comuni della Campania. Tale reddito poco si discosta da quelli dei comuni confinanti di Ottaviano (14.885,54), Terzigno (12.479,79), Poggiomarino (12.636,91) e Palma Campania (13.628,47)

CATEGORIA	CONTRIBUENTI	REDDITO	MEDIA ANNUALE	MEDIA MENSILE	ANNO PRECEDENTE	VARIAZIONE
Reddito imponibile	14.521	€ 191.052.114	€ 13.156,95	€ 1.096,41	€ 1.094,15	€ 2,26

Come si evince dalla tabella che precede, la ricchezza prodotta dalle varie categorie di redditi (lavoro indipendente, autonomo, fabbricati, pensioni etc) attribuibili ai 14.521 contribuenti, ammonta a poco meno di duecento milioni di Euro.

CATEGORIA	CONTRIBUENTI	REDDITO	MEDIA ANNUALE	MEDIA MENSILE	ANNO PRECEDENTE	VARIAZIONI
Reddito da fabbricati	4.199	€ 13.894.135	€ 3.308,92	€ 275,74	€ 279,24	€ -3,49
Reddito da lavoro dipendente	7.831	€ 103.338.156	€ 13.198,04	€ 1.099,67	€ 1.130,23	€ -30,56
Reddito da pensione	3.929	€ 47.678.016	€ 12.134,90	€ 1.011,24	€ 1.019,66	€ -8,42
Reddito da lavoro autonomo	312	€ 8.743.080	€ 28.022,69	€ 2.335,22	€ 2.182,74	€ 152,48
Imprenditori in cont. ordi.	43	€ 852.794	€ 19.832,42	€ 1.652,70	€ 1.864,47	€ -211,77
Imprenditori in cont. sempl.	1.151	€ 11.994.753	€ 10.421,16	€ 868,43	€ 802,33	€ 66,10
Redditi da partecipazione	759	€ 7.442.813	€ 9.806,08	€ 817,17	€ 761,73	€ 55,45

Se si osserva nel dettaglio la provenienza, si rileva che la maggior parte, circa 7.000 provengono da lavoro dipendente, poco più di 1.200 da attività di impresa, mentre 4.000 circa da fabbricati e altrettanti da trattamento pensionistico. I redditi provenienti da partecipazioni sono circa 800 mentre quelli da lavoro autonomo meno di 400.



Quello che però risulta anche evidente dalla tabella precedente è il trend negativo relativo alle variazioni su base annua, che vede un segno meno sia per quanto riguardano i redditi delle imprese in contabilità ordinaria che quelli da lavoro dipendente.

Quanto infine alla distinzione in fasce di reddito possiamo osservare che la maggior parte dei contribuenti (7.766) è ricompresa nella fascia 0-10.000,00 seguiti da 5.133 che dichiarano da 10.000,00 a 26.000,00 Euro. Seguono 1.508 contribuenti che arrivano fino a 55.000 Euro mentre solo 514 arrivano alla soglia dei 120.000,00. Agli estremi 141 dichiarano reddito zero o negativo e per inverso 39 vanno oltre la soglia di 120.000,00 Euro.

CATEGORIA	CONTRIBUENTI	REDDITO	MEDIA ANNUALE	MEDIA MENSILE	ANNO PRECEDENTE	VARIAZIONI
Reddito complessivo minore di zero euro	141	€-1.731.281	€-12.278,59	€-1.023,22	€-1.452,99	€ 429,78
Reddito complessivo da 0 a 10.000 euro	7.766	€37.554.211	€ 4.835,72	€ 402,98	€ 403,60	€-0,62
Reddito complessivo da 10.000 a 15.000 euro	2.280	€ 27.898.698	€ 12.236,27	€ 1.019,69	€ 1.022,65	€-2,96
Reddito complessivo da 15.000 a 26.000	2.853	€ 56.680.963	€ 19.867,14	€ 1.655,60	€ 1.656,37	€-0,77
Reddito complessivo da 26.000 a 55.000 euro	1.508	€ 50.601.910	€ 33.555,64	€ 2.796,30	€ 2.817,63	€-21,33
Reddito complessivo da 55.000 a 75.000 euro	134	€ 8.615.505	€ 64.294,81	€ 5.357,90	€ 5.388,26	€-30,35
Reddito complessivo da 75.000 a 120.000 euro	123	€ 11.255.349	€ 91.506,90	€ 7.625,58	€ 7.729,99	€-104,41
Reddito complessivo oltre 120.000 euro	39	€ 9.449.002	€ 242.282,10	€ 20.190,18	€ 17.258,94	€ 2.931,25

4.2 – LE ATTIVITA'

Come più volte qui richiamato la vocazione principale dei cittadini sangiuseppesi è stata fin dagli albori quella commerciale, allontanandoli da subito da quella agricola dominante nell'area. La "vena aurea" individuata poi dagli imprenditori locali, a partire dagli anni settanta, ovvero quella costituita dal settore tessile-abbigliamento, ha finito, per induzione, per contagiare anche i paesi circostanti tanto che quasi tutta la piana orientale vesuviana viene caratterizzata dalla produzione di abbigliamento così come anche riportato nel Piano Territoriale Regionale (P.T.R.) e negli atti pianificatori provinciali.

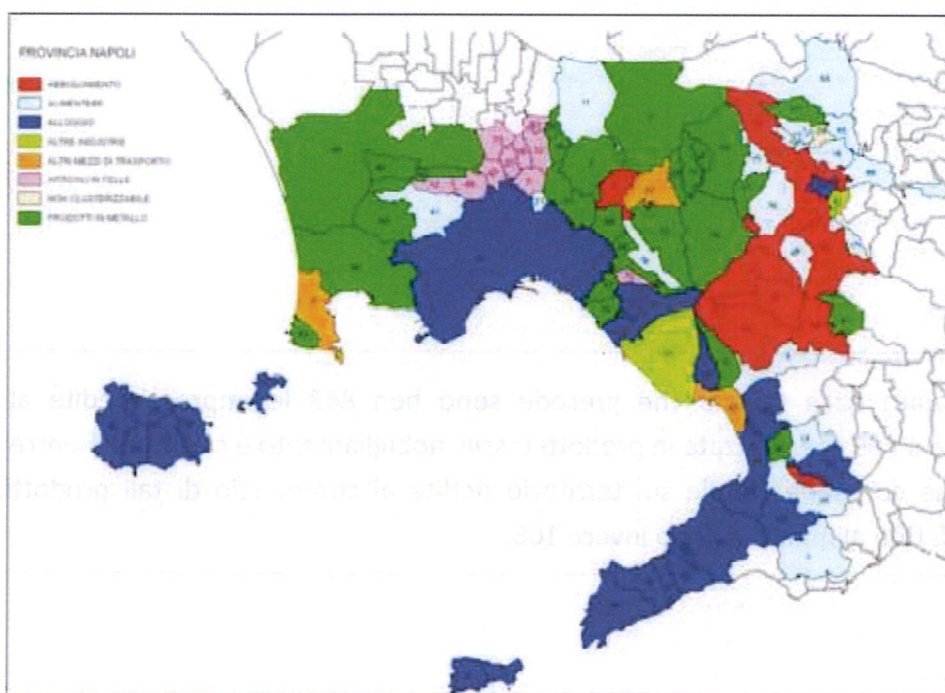
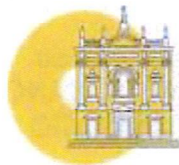


Figura 13 Cluster di specializzazione produttiva nella Provincia di Napoli

Delle circa 5.443 imprese oggi attive sul territorio, circa la metà sono costituite da attività commerciali (escluse quelle di autoveicoli e motocicli). Di queste 2.497 attività 1.523 sono quelle al dettaglio e 974 all'ingrosso. Sono presenti inoltre 332 imprese dedite alle confezioni (abbigliamento) 70 industrie tessili mentre quelle relative ai servizi di ristorazione sono 205.

4.3 COMMERCIO

Analizzando i dati relativi alle imprese commerciali al dettaglio, risulta subito evidente la predominanza di cittadini sangiuseppesi dediti al commercio ambulante. È stato proprio tale tipo di attività che ha fatto sempre da traino all'economia locale costituendo il motore principale dello sviluppo e dell'espansione delle attività produttive nel settore tessile dell'abbigliamento.

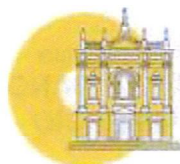


**DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO
SAN GIUSEPPE VESUVIANO
CITTA' DEL COMMERCIO**

Commercio a dettaglio ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature	399
Commercio a dettaglio ambulante di altri prodotti	271
Commercio a dettaglio di attività di abbigliamento in esercizi specializzati	255
Commercio a dettaglio di esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande	72
Commercio a dettaglio per corrispondenza e attraverso internet	61
Commercio a dettaglio ambulante	61
Commercio a dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati	34
Commercio a dettaglio di altri prodotti tessili (esclusi gli articoli di moda) in esercizi specializzati	31
Commercio a dettaglio di mobili, di articoli per l'arredamento e altri articoli per la casa in esercizi specializzati	30
Commercio a dettaglio di prodotti tessili in esercizi specializzati	26
Commercio a dettaglio di calzature per calzature in esercizi specializzati	23
Commercio a dettaglio di altri esercizi non specializzati	18
Commercio a dettaglio di calzature e di prodotti a base di cuoio in esercizi specializzati	18
Commercio a dettaglio di altri prodotti alimentari in esercizi specializzati	16
Commercio a dettaglio di calzature e articoli di calzature in esercizi specializzati	13
Commercio a dettaglio di prodotti da calzature in esercizi specializzati	12
Commercio a dettaglio di calzature, calzati, vestiario e materiali da calzature in esercizi specializzati	12
Commercio a dettaglio ambulante di prodotti alimentari e bevande	12
Commercio a dettaglio di apparecchiature per la fotografica e la tecnica in esercizi specializzati	11
Commercio a dettaglio di calzature, di articoli di calzature e di calzature in esercizi specializzati	11

Come evidenziato dalla tabella che precede sono ben 843 le imprese dedite al commercio ambulante di cui 399 specializzate in prodotti tessili, abbigliamento e calzature mentre sono invece 265 le imprese con sede stabile sul territorio dedite al commercio di tali prodotti. Le attività commerciali di tipo alimentare sono invece 106.

Commercio all'ingrosso di abbigliamento e di calzature	460
Commercio all'ingrosso di prodotti tessili	131
Commercio all'ingrosso di altri beni di consumo	41
Intermediari del commercio di vari prodotti senza prevalenza di calzature	27
Commercio all'ingrosso di tutti i calzature tessili e calzature	21
Commercio all'ingrosso non specializzati	20
Operazioni all'ingrosso di calzature e di calzature da calzature, calzature specializzate, calzature, calzature e calzature	20
Commercio all'ingrosso non specializzati di prodotti alimentari, bevande e tabacco	18
Commercio all'ingrosso di calzature di calzature, di calzature di calzature	17
Commercio all'ingrosso di calzature calzature tessili	15
Commercio all'ingrosso di calzature calzature	16
Intermediari del commercio di prodotti tessili, abbigliamento, calzature e calzature e calzature	14
Intermediari del commercio di prodotti alimentari, bevande e tabacco	10
Commercio all'ingrosso di calzature	12
Commercio all'ingrosso di calzature calzature	10
Commercio all'ingrosso di calzature calzature, calzature, calzature e calzature	10
Commercio all'ingrosso di calzature calzature, calzature e calzature per la calzature calzature	9
Commercio all'ingrosso di calzature e di calzature calzature	9
Commercio all'ingrosso di prodotti calzature calzature calzature calzature	8
Commercio all'ingrosso di calzature, di calzature e calzature per calzature calzature e di calzature calzature	6



La tabella che precede contiene i dati relativi alle imprese presenti dedite al commercio all'ingrosso.

Anche in questo caso è evidente il dato rilevante del settore tessile-abbigliamento con ben 571 imprese esercenti tale attività.

Solo parte però di tali attività, esercita la propria attività sul territorio comunale, pur avendo qui la propria sede legale in quanto la maggior parte di esse opera con le proprie strutture operative all'interno del CIS di Nola e una residua parte in altre zone del sud Italia.

Sul territorio del Comune i negozi all'ingrosso attualmente sono concentrati principalmente lungo due assi viari principali: Via Passanti – Casilli e Via Aielli – Via Astalunga.

I principali clienti di tali negozi sono in primis i commercianti ambulanti locali e quelli dei paesi circostanti seguiti poi dai negozi al dettaglio della Campania ma anche da altre regioni del sud Italia.

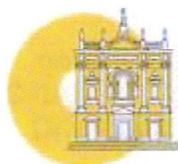
4.4 – ATTIVITA PRODUTTIVE

Ancora oggi è viva e forte la presenza di attività produttive nel campo del tessile e dell'abbigliamento come dimostrano i dati disponibili.

I dati relativi alle attività industriali in questo settore mostrano la presenza di 68 imprese di cui circa la metà afferiscono al tessile.

Confabbricazione di articoli tessili (esclusi gli articoli di abbigliamento)	34
Presempio dei tessuti	24
Fabbricazione di altri prodotti tessili s.p.a.	5
Fabbricazione di articoli tessili (senza ed industriali)	2
Preparazione e filatura di fibre tessili	1
Tessitura	1
Fabbricazione di tessuti non tessuti e di articoli in tali materiali (esclusi gli articoli di abbigliamento)	1

Confabbricazione di abiti abbigliamento esterno	294
Confabbricazione di articoli di abbigliamento (escluso abbigliamento di pelliccia)	37
Confabbricazione di altri articoli di abbigliamento ed accessori	17
Confabbricazione di biancheria intima	11
Confabbricazione di abbigliamento in pelle	3
Confabbricazione di indumenti da lavoro	3
Confabbricazione di articoli in pelliccia	1
Fabbricazione di altri articoli di maglieria	1



La maggior parte invece delle imprese che producono abbigliamento sono di tipo artigianale, spesso a conduzione familiare e organizzate sulla base della filiera locale (anche intercomunale) esistente, ovvero basate sulla esternalizzazione delle vari fasi della produzione. In tale filiera è largamente coinvolta anche la manodopera straniera.

La produzione ha come sbocco e mercato di riferimento sia la rete di rivenditori all'ingrosso locali e dei paesi circostanti ma soprattutto quelli presenti nel vicino CIS di Nola.

4.5 RISTORAZIONE

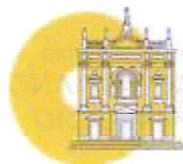
Sono 72 le attività di somministrazione a posto fisso (Bar ed esercizi simili senza cucina). Anche in questo caso si riscontra un forte presenza di attività ambulante mentre le attività di ristorazione tradizionali (ristoranti pub, pizzerie etc) sono circa 40 di cui va rilevato che qualche decina sono di tipo etnico (bengalese/cinese)

Ristoranti e attività di ristorazione mobile	118
Bar e altri esercizi simili senza cucina	72
Ristoranti e attività di ristorazione mobile	6
Fornitura di pasti preparati (catering per eventi)	1
Mense e catering continuativo su base contrattuali	1

4.6 OCCUPAZIONE

Indicatore	1991	2001	2011
Tasso di occupazione maschile	47,4	43,2	45,5
Tasso di occupazione femminile	16,4	19,1	23,0
Tasso di occupazione	32,2	30,7	34,2
Indice di ricambio occupazionale	123,8	109,7	245,4
Tasso di occupazione 15-29 anni	22,1	19,2	22,7
Incidenza dell'occupazione nel settore agricolo	7,2	7,1	8,1
Incidenza dell'occupazione nel settore industriale	21,3	26,3	20,5
Incidenza dell'occupazione nel settore terziario extra commercio	35,2	37,2	41,2
Incidenza dell'occupazione nel settore commercio	38,3	29,5	30,2
Incidenza dell'occupazione in professioni ad alta-media specializzazione	22,6	39,7	30,6
Incidenza dell'occupazione in professioni artigiane, operaie o agricole	20,5	21,6	16,7
Incidenza dell'occupazione in professioni a basso livello di competenza	19,9	18,7	22,0
Rapporto occupati indipendenti maschi/femmine	179,5	242,6	219,2

Indicatore	San Giuseppe Vesuviano	Campania	Italia
Tasso di occupazione maschile	45,5	46,4	54,8
Tasso di occupazione femminile	23,6	23,8	36,1
Tasso di occupazione	34,2	34,6	45,0
Indice di ricambio occupazionale	245,4	290,4	298,1
Tasso di occupazione 15-29 anni	22,7	23,0	36,3
Incidenza dell'occupazione nel settore agricolo	8,1	7,3	5,5
Incidenza dell'occupazione nel settore industriale	20,5	21,5	27,4
Incidenza dell'occupazione nel settore terziario extra commercio	41,2	32,5	48,6
Incidenza dell'occupazione nel settore commercio	30,2	18,7	18,8
Incidenza dell'occupazione in professioni ad alta-media specializzazione	30,6	31,5	31,7
Incidenza dell'occupazione in professioni artigiane, operaie o agricole	16,7	17,5	21,1
Incidenza dell'occupazione in professioni a basso livello di competenza	22,0	19,5	16,2
Rapporto occupati indipendenti maschi/femmine	219,2	141,4	161,1



I dati disponibili mostrano un tasso di occupazione pari al 24,2% sostanzialmente equivalente a quello medio rilevato per la Regione Campania anche se comunque lontano da quello nazionale stimato al 45,0%.

Anche qui a conferma dell'analisi generale di questo contesto, è quello commercio il principale settore di occupazione tanto che la sua incidenza (30,2%) è di molto superiore al dato regionale (18,7%) e di quello nazionale (18,8%) come ben evidenziato anche dai seguenti dati rilevati nel 2019.

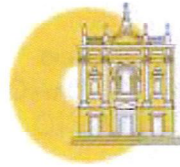
SETTORE IMPRESE	NUMERO TOTALE IMPRESE ATTIVE SUL TERRITORIO	NUMERO IMPRESE DEL SETTORE	NUMERO ANNUO TOTALE ATTIVE	MEDIO ADDETTI IMPRESE	NUMERO ANNUO IMPRESE DEL SETTORE
COMMERCIO AL DETTAGLIO	3.628	941	8.175		1.715
COMMERCIO ALL'INGROSSO	3.628	605	8.175		1.616
RISTORAZIONE	3.628	139	8.175		521

4.6 ALTRE ATTIVITA': AGRICOLTURA – TERZIARIO - TURISMO

Vista la ridotta dimensione del territorio non urbanizzato nella parte semi pianeggiante e la forte attrattività degli altri settori di attività l'agricoltura ha una irrilevante presenza. La maggior parte dei terreni circostanti l'agglomerato urbano sono generalmente di piccola dimensione e per lo più incolti o dedicati a coltivazioni arboree fra cui, *in primis*, nocciuleti. Anche se il Comune presenta una grande estensione territoriale nella parte pedemontana inserita nel Parco Nazionale del Vesuvio, qui a differenza dei comuni limitrofi, è scarsa o nulla la presenza di appezzamenti appartenenti ai privati e utilizzati a scopo agricolo, in quanto il 90%, approssimativamente 100 ettari, sono di proprietà comunale.

Viste le tante attività commerciali e i grandi capitali affluiti durante i periodi di forte espansione economica, è forte la presenza delle attività afferenti al terziario e ai servizi alle imprese.

L'assenza infine di precise politiche di sviluppo, il turismo è purtroppo ancora oggi una "bella addormentata". Nonostante le potenzialità del territorio, le imprese turistiche e in particolare quelle dedite all'accoglienza non superano ad oggi la decina anche se negli ultimi tempi si assiste ad un interessante incremento delle micro attività quali bed and breakfast.



5 – IL DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO

5.1 ATTI DI INDIRIZZO

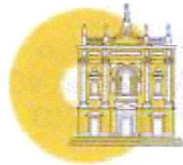
Con la Delibera n- 03 del 09/01/2024 la Commissione Straordinaria,

CONSIDERATO CHE

- il Comune di San Giuseppe Vesuviano è storicamente un territorio ad alta vocazione commerciale tanto da essere conosciuto in tutta Italia come “Città del Commercio”;
- la costituzione di un Distretto Unico del Commercio costituisce una opportunità di crescita e di qualificazione per tutta la filiera commerciale esistente;
- le ricadute positive della predetta crescita e qualificazione apporterebbero un miglioramento complessivo alla qualità della vita di tutta la cittadinanza;
- è nell’interesse generale avviare una procedura finalizzata alla costituzione, congiuntamente agli stakeholders locali, del Distretto Unico del Commercio da denominare: “San Giuseppe Vesuviano – Città del Commercio”;
- il predetto Distretto ricomprenderà tutto il territorio comunale;

PRESO ATTO CHE

- ai fini della iscrizione nell’Elenco Regionale di cui al D.D. n. 507 del 23/12/2021, pubblicato sul BURC n. 119 del 28/12/2021, è necessario avviare un propedeutico percorso partecipato di progettazione, per la successiva formalizzazione di un “Accordo di Distretto” secondo le forme e le modalità previste dalla Regione Campania nel O.O. n. 507 del 23/12/2021 e il Disciplinare Attuativo allegato alla DGR n. 387/2021;
- l’Accordo deve essere stipulato con almeno due Associazioni imprenditoriali del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale, sentite le Organizzazioni maggiormente rappresentative dei consumatori e dei lavoratori;
- nell’Accordo devono essere stabiliti:
 - a) i soggetti aderenti;
 - b) la delimitazione dell’ambito distrettuale (con allegata cartografia con la perimetrazione dell’area conformemente a quanto previsto dall’art. 6 co. 2 lett. d) e le modalità di modifica dell’ambito territoriale;
 - c) la proposta di denominazione;
 - d) le modalità di gestione del Distretto (atto costitutivo, statuto, governance di distretto, coordinatore di distretto);
 - e) gli obiettivi che si intendono conseguire a medio e lungo termine e una programmazione strategica triennale degli interventi che si intendono realizzare, tenuto conto delle criticità afferenti ai comparti economici dell’area di riferimento;
 - f) la durata dell’accordo, non inferiore a tre anni, nonché le modalità di rinnovo e/o modifica;
 - g) l’impegno al monitoraggio dell’attività svolta e dei risultati conseguiti.
- il percorso partecipato di progettazione è finalizzato al raggiungimento dei seguenti obiettivi:
 - definire un programma di interventi volto ad aumentare l'attrattività commerciale, turistica, culturale e il rilancio dei consumi e più in generale dell'economia nel Comune di San Giuseppe Vesuviano;



- promuovere l'aggregazione tra gli operatori per la realizzazione di politiche e di servizi comuni;
- incrementare la collaborazione tra l'Amministrazione comunale, le Associazioni di categoria, terzo settore e gli operatori commerciali e dei servizi, favorendo il coinvolgimento di tutti i soggetti interessati allo sviluppo e alla promozione del territorio, sviluppando e coordinando attività promozionali, eventi, sostegno all'innovazione e alla imprenditorialità nei settori del commercio e del turismo sul territorio comunale;
- migliorare la qualità degli spazi urbani e loro fruibilità con interventi leggeri di riqualificazione urbana per l'accessibilità e la mobilità delle persone e delle merci nel D.U.C.;
- costruire un sistema di governance, di competenze, e di conoscenze per lo sviluppo del D.U.C.;
- realizzare una politica organica di valorizzazione del commercio nel tessuto urbano, anche attraverso la creazione di sinergie a livello locale e territoriale e l'aggregazione tra gli operatori per la realizzazione di politiche e di servizi comuni che possano portare ad un significativo incremento di flussi di turisti e clienti da altre aree della regione e del Paese intero;
- valorizzare le specificità territoriali, del commercio, della produzione agricola e industriale, dell'artigianato ed elevare il livello di servizio commerciale presente sul territorio del D.U.C.;

RITENUTO

- necessario nell'interesse generale, procedere in ordine:
 - a) all'avvio della procedura finalizzata alla costituzione del Distretto Unico del Commercio denominato "SAN GIUSEPPE VESUVIANO – CITTA' DEL COMMERCIO", ricomprensente tutto il territorio comunale, e alla sua candidatura per l'iscrizione nell'Elenco Regionale secondo le modalità previste dal Testo Unico sul Commercio (L.R. 7/2020), dal Disciplinare attuativo (DGR 387/21), e dall'Avviso pubblicato con il Decreto Dirigenziale n. 507 del 23/12/2021;
 - b) all'approvazione dell'AVVISO PUBBLICO DI MANIFESTAZIONE DI INTERESSE allegato alla presente, rivolto agli stakeholders locali per l'attivazione di un percorso di co-progettazione del Distretto, nonché alle associazioni di categoria del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale per la successiva formalizzazione di un "Accordo di Distretto" secondo le forme e le modalità previste dalla Regione Campania nel O.O. n. 507 del 23/12/2021 e dal Disciplinare Attuativo allegato alla DGR n. 387/2021;

Tutto ciò premesso, la Commissione ha

DELIBERATO

- 1) Di APPROVARE la premessa, che costituisce parte integrante e sostanziale del presente deliberato che si intende qui interamente riportata, costituendo essa, motivazione ex art. 3 della L. nr. 241/90 del presente provvedimento;
- 2) Di APPROVARE l'avvio di un percorso finalizzato alla costituzione del Distretto Urbano del Commercio (D.U.C.) denominato "SAN GIUSEPPE VESUVIANO – CITTA' DEL COMMERCIO" il cui territorio comprende l'intero territorio comunale, e alla sua candidatura per l'iscrizione nell'Elenco Regionale secondo le modalità previste dal Testo Unico sul Commercio (L.R. 7/2020), dal Disciplinare attuativo (DGR 387/21), e dall'Avviso pubblicato con il Decreto Dirigenziale n. 507 del 23/12/2021;
- 3) Di APPROVARE l'AVVISO PUBBLICO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE rivolto agli stakeholders locali per l'attivazione di un percorso di co-progettazione del Distretto, nonché alle associazioni di categoria del commercio maggiormente rappresentative a livello regionale per la successiva formalizzazione di un "Accordo di Distretto" secondo le forme e le modalità previste dalla Regione Campania nel O.O. n. 507 del 23/12/2021 e dal Disciplinare Attuativo allegato alla DGR n. 387/2021;



4) DI PRECISARE CHE:

- il predetto Avviso viene pubblicato per gg. 15 consecutivi sull'Albo pretorio dell'Ente nonché sulla home page del Comune;
- la partecipazione alla manifestazione di interesse non costituisce titolo di merito, né sarà oggetto di graduatorie di diritto, e non vincola quindi in alcun modo né il manifestante né l'Ente;
- i dati personali acquisiti nell'abito della presente procedura saranno trattati nel rispetto del Regolamento Europeo 679/2016 ed il d.lgs. n. 196/2006 come modificato e integrato dal D.lgs. n. 101/2018 in materia di protezione dei dati personali;

5) DI DARE ATTO CHE il presente provvedimento non comporta impegno di spesa;

6) DI NOMINARE quale R.U.P. il dott. Raffaele Tortora, già Responsabile del Servizio n. 5 cui fa capo l'Ufficio SUAP – Commercio.

In esecuzione alla richiamata deliberazione, è stato pubblicato l'Avviso con tutti gli allegati necessari, il quale prevedeva quale termine per la presentazione delle istanze le ore 12:00 del giorno 26/01/2024.

Con la determinazione dirigenziale R.G. n. 160 del 16/02/2024 veniva PRESO ATTO DELLE RISULTANZE DELL'AVVISO PUBBLICO PER LA RACCOLTA DI MANIFESTAZIONI DI INTERESSE PER LA COSTITUZIONE DEL DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO (D.U.C.) DENOMINATO "SAN GIUSEPPE VESUVIANO – CITTA' DEL COMMERCIO" AI SENSI DELL'ART. 11 DELLA LEGGE REGIONALE 21 APRILE 2020 N. 7. Approvato con la deliberazione della Commissione straordinaria n.03 del 09/01/2024 così come segue:

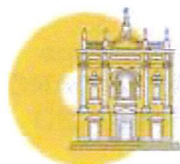
A) ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA/ENTI PUBBLICI/ORDINI PROFESSIONALI
CONFCOMMERCIO; AICAST IMPRESE ITALIA; ASSIMPRESE ITALIA; ORDINE DEI COMMERCIALISTI E DEGLI ESPERTI CONTABILI DI NOLA

B) IMPRESE

AGORA'; AL CENTRO; AMBROGIACI; BAR SICILIA BATTAGLIA FASHON GROUP; CENTER GROSS MODA; CHIANESE LUIGI; CLOTH PRINTING; COLORTEX 89; DE. MI. PLAST.; ECLIX; EDILIZIA TUFANO; FRANCESCO CARBONE; G ESPOSITO; GIFT; G.N. GROUP; GRUPPO NORANNA; MASSA FERDINANDO; TESSITALIA.

Con la stessa determinazione si precisava che con le predette imprese sarebbe stato avviato, in una prima fase, un percorso di condivisione della progettazione del Distretto, mentre con le Associazioni di categoria e gli altri Enti sarebbero state messe in campo tutte le attività necessarie alla formalizzazione dell'"Accordo di Distretto" propedeutico al riconoscimento da parte della Regione Campania.

Con le Associazioni di categoria è stato immediatamente attivato un percorso di condivisione dell'idea progettuale, dell'iter comune e degli atti necessari alla costituzione del Distretto.



5.2 AREA DEL DISTRETTO

Per la particolare conformazione urbanistica le attività commerciali e dei servizi alla persona si sono sviluppate principalmente lungo gli assi viari principali cittadini come è evidenziato anche nel grafico che segue.

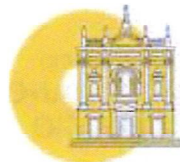


Figura 14 In rosso gli assi viari cittadini ad alta presenza di attività

Pertanto, come stabilito nella Con la Delibera n- 03 del 09/01/2024 la Commissione Straordinaria, il Distretto Urbano del Commercio ricomprende tutto il territorio comunale. Tale scelta è stata fatta in funzione della necessità di non escludere dai benefici le tante attività commerciali allocate nelle periferie.



Figura 2 I confini del Distretto



5.3 ANALISI DI CONTESTO

Lo sviluppo frenetico e non regolamentato da una apposita pianificazione, in quanto il Comune non ha mai adottato il P.R.G., ha portato ad una struttura urbanistica disomogenea e non pienamente rispondente ai comuni criteri di "vivibilità".

La crescita costante e incontrollata delle periferie, "motu proprio", spesso ricorrendo ad abusi edilizi, ha fatto sì che esse, ad oggi, risultano carenti in termini di infrastrutture e servizi.

In particolare è evidente in tali luoghi l'assenza di spazi pubblici, aree verdi attrezzate, parcheggi come la carenza di sottoservizi quali fogne etc.

Poco o nulli sono stati negli anni passati gli interventi a favore dell'economia locale e in particolare dell'industria e del commercio all'ingrosso nel capo del tessile e dell'abbigliamento quali settori trainanti, tanto che nel tempo tante imprese sono state costrette a migrare in altre località che presentavano condizioni migliori per il loro insediamento e sviluppo.

Il grande afflusso di automezzi sugli assi stradali cittadini, dove sono concentrate le attività di commercio all'ingrosso, è stato negli anni solo causa di grande disagio sia per i cittadini residenti che per gli stessi avventori provenienti da ogni parte d'Italia, mai al centro di progetti di riqualificazione e razionalizzazione.

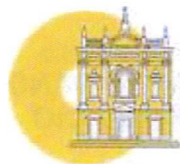
Nonostante la nascita del Parco Nazionale del Vesuvio nel 1995, di cui parte del territorio è proprietà del Comune, non è mai stata adottata una politica di valorizzazione in chiave turistica locale di questa risorsa nonostante la grande potenzialità di questo brand e dell'interesse sempre maggiore verso il turismo ambientale.

Lo stesso dicasi per le altre potenziali risorse turistiche come il maestoso Santuario di San Giuseppe che potrebbe essere al centro di itinerari storico-religiosi in connessione agli altri importanti santuari della zona come quello di Pompei e di Madonna dell'Arco.

Le tradizioni di origini contadine come il ballo sul tamburo o "tammurriate", i prodotti tipici come ad es. il "pomodorino del piennolo" o le "zeppole di San Giuseppe" celebrate negli anni scorsi da eventi dedicati sono andate scemando nel tempo perdendo la loro attrattività e registrano oggi una esigua presenza di visitatori.

5.4 ANALISI SWAT

Con l'acronimo SWOT (Strengths - punti forza, Weakness punti di debolezza, Opportunities - opportunità, Threats - minacce), in ambito di pianificazione strategica, si identificano le variabili intrinseche ed estrinseche di cui si tiene conto prima di avviare un progetto o di prendere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo. Le quattro variabili prese in



analisi vengono rappresentate attraverso una matrice e fanno riferimento agli elementi interni all'organizzazione e a quelli esterni, mettendoli a sistema con ciò che può essere utile al conseguimento dell'obiettivo e con ciò che invece può essere dannoso.

Nel caso di specie, questa analisi, raccogliendo le indicazioni di base emerse e avendo come obiettivo principale lo sviluppo economico del territorio alimentato dai due asset principali, commercio e del turismo, questa analisi sarà principalmente orientata alla individuazione di strategie adottabili che saranno poi alla base della programmazione delle attività del distretto.

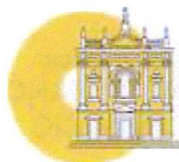
Commercio e turismo saranno comunque il volano attraverso capace di stimolare un processo di riqualificazione complessiva del sistema economico territoriale, nonché di miglioramento anche indotto della qualità del cittadino.

La spinta propulsiva che si intende applicare infine, avrà certamente delle ricadute positive anche nell'area dei comuni circostanti.

A) COMMERCIO

Il commercio è certamente il primo asset cui puntare per la rivitalizzazione dell'economia locale. La vocazione commerciale del tessuto imprenditoriale sangiuseppese è il punto su cui basare le strategie necessarie.

	<u>Punti di forza S (Strenghts)</u> Presenza di un elevato numero di imprese commerciali al dettaglio all'ingrosso e ambulanti nel settore tessile abbigliamento	<u>Punti di debolezza W (Weakness)</u> Disomogenetità nell'offerta che confonde gli acquirenti. Preponderanza di imprese ambulanti che esercitano l'attività solo una volta a settimana durante il mercato domenicale. Assenza di promozione e di marketing Concentrazione delle attività in alcune zone del territorio. Carenza di aree di sosta automezzi e persone (parcheggi, are verdi attrezzate etc)
<u>Opportunità O (Opportunities)</u>	Strategia S-O	Strategia W-O



<p>Creazione di un “polo” commerciale specializzato dell’abbigliamento che possa essere il volano dello sviluppo locale sia economico che di riflesso sociale.</p>	<p>Messa a sistema della preminente e storica vocazione commerciale dell’imprenditoria locale con la creazione di un’offerta unica opportunamente organizzata e veicolata.</p>	<p>Razionalizzazione e organizzazione dell’offerta attraverso la creazione di un portale web contenente le aziende raggruppate per settore, tipologia e merci offerte.</p> <p>Potenziamento dell’offerta mercatale ambulante con la creazione di mercatini rionali infrasettimanali ed eventi fieristici periodici nella grande area mercatale centrale.</p> <p>Pianificazione di campagne promozionali attraverso cartelloni di eventi periodici mirati che coinvolgano sia il centro che le periferie, connessi alla estensione degli orari di apertura e speciali condizioni di vendita.</p> <p>Creazione di fidelity card per la clientela, agevolazione sulle tariffe dei parcheggi.</p> <p>Riqualificazione delle periferie mediante miglioramento delle infrastrutture (viabilità parcheggi, pubblica illuminazione, segnaletica) e delle aree dedicate alla sosta delle persone aree verdi attrezzate nelle piazze o negli spazi esistenti.</p> <p>Adozione di misure volte al recupero e riuso degli immobili commerciali dismessi.</p>
<p><u>Minacce T (Threats)</u></p> <p>Scarsa propensione degli operatori alla cooperazione sia fra loro che con la PP.AA. Scarse risorse economiche sia pubbliche che private.</p>	<p>Strategia S-T</p> <p>Messa in campo di attività di dialogo costante fra attori pubblici e privati condividendo scelte e strategie comuni.</p>	<p>Strategia W-T</p> <p>Agevolazioni premiali in termini di fiscalità e tributi a carico delle imprese che cooperano ai progetti comuni e/o che mettono a</p>

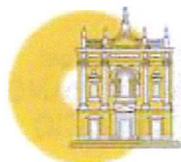


<p>Concorrenza delle altre aree circostanti.</p>	<p>Intercettazione finanziamenti pubblici sia per interventi infrastrutturali che per eventi finalizzati alla promozione del territorio. Incentivare forme di cooperazione finanziaria mista pubblico-privato. Creare delle connessioni sinergiche con gli altri Comuni per la creazione di eventi e cartelloni intercomunali.</p>	<p>disposizione risorse economiche per gli stessi. Incentivazione dei partenariati pubblico-privati con la condivisione degli oneri di gestione delle aree pubbliche attrezzate. Sportello informativo per le nuove imprese che aprono punti vendita sul territorio con particolare riguardo a quelli di donne o giovani. Formazione costante degli operatori attraverso seminari informativi e di indirizzo sulle opportunità date dal commercio on line etc.</p>
--	--	---

B) TURISMO

Sono tre gli asset turistici su cui concentrare l'azione di sviluppo: naturalistico, religioso ed enogastronomico. Obiettivo principale è quello di mettere a sistema le risorse esistenti e stimolarne la crescita attraverso la creazione di un'offerta completa (risorse + servizi) attraente da posizionare sul mercato.

	<p><u>Punti di forza S (Strenghts)</u></p> <p>Presenza di risorse turistiche quali il Parco Nazionale del Vesuvio, il santuario di san Giuseppe, i prodotti tipici e le tradizioni locali.</p>	<p><u>Punti di debolezza W (Weakness)</u></p> <p>Le risorse sono poco organizzate, conosciute e fruibili. Pochissime sono le attività ricettive presenti sul territorio</p>
<p><u>Opportunità O (Opportunities)</u></p> <p>Creazione di un indotto turistico con ricadute sull'economia locale.</p>	<p>Strategia S-O</p> <p>Creare una rete di connessione fra le diverse risorse. Lavorare ad una unilca offerta con una Immagine di forte appeal.</p>	<p>Strategia W-O</p> <p>Attività di promozione presso tour operator, promozione a mezzo web, eventi perlodlcl mirati. Miglioramento delle infrastrutture di accesso alle risorse. Stimolare la nascita di piccole strutture ricettive quali i B&B</p>



<u>Minacce T (Threats)</u>	Strategia S-T	Strategia W-T
Limitazioni dovute alla pianificazione sovraordinata dell'Ente Parco, o alla gestione dell'Ente religioso titolare del Santuario. Concorrenza da parte di altri Comuni. Difficoltà burocratiche e scarsa conoscenza della normativa sui B&B	Realizzare interventi infrastrutturali compatibili con la pianificazione dell'Ente Parco e attività in accordo con l'Ente Religioso. Creare delle connessioni sinergiche con gli altri Comuni per la creazione di eventi con cartelloni intercomunali.	Organizzare attività compatibili con la natura delle risorse da valorizzare aprendo al contributo nell'organizzazione delle attività agli Enti interessati. Aprire uno sportello informativo dedicato per l'apertura di B&B

5.5 INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA

Grazie alla spinta dei fondi P.N.R.R. che si sono aggiunti a quelli ordinari di livello statale, il Comune sta attraversando una fase di incisiva di "rigenerazione urbana" ovvero di trasformazione del tessuto urbano attraverso la riqualificazione delle strutture e delle infrastrutture esistenti.

Oltre a tutte le scuole già esistenti sul territorio e oggetto di interventi di ammodernamento, è stato da poco appaltato il lavoro per la realizzazione di una "cittadella scolastica" in un grosso immobile confiscato alla mafia.

Grazie ai Fondi Coesione è in corso di aggiudicazione la progettazione della riqualificazione dell'intero asse stradale via Aielli-via Astalonga sede di tante aziende commerciali soprattutto all'ingrosso.

Nel settore ricreativo è da poco stato restituito al pubblico e all'attività il Palazzetto dello Sport mentre sono stati già avviati i lavori di ammodernamento del Campo sportivo comunale da anni in stato di abbandono.



Figura 14 Cittadella Scolastica (render di progetto)

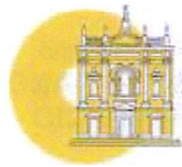


Figura 15 La nuova area mercatale (render di progetto)

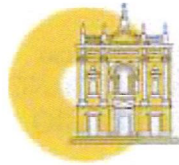
Di vitale importanza per il commercio sono i lavori già appaltati di riqualificazione e ammodernamento dell'area mercatale comunale che con i suoi 100.000 mq e grazie anche alla sua posizione strategica, potrà essere un'area da adibire, oltre che alle attività domenicali, ad altri eventi commerciali, fieristici e non solo. Secondo il cronoprogramma l'area sarà già funzionante e disponibile entro la fine del 2024.

5.6 STRUTTURA DEL PARTENARIATO

Il Distretto ha la struttura di partenariato misto pubblico-privato. Nella fase costitutiva è stata prevista oltre all'Amministrazione comunale la presenza di associazioni rappresentanti di categoria del commercio quali Confcommercio, Aicast Italia e Assimprese Italia. Oltre tali Associazione il Distretto vede la presenza fra i soci fondatori, anche dell'Ordine dei Commercialisti di Nola.

La forma giuridica prescelta è quella di una Associazione i cui organi come da Statuto sono:

- l'Assemblea dei Soci;
- il Consiglio di Distretto o Consiglio Direttivo;
- il Presidente;
- il Segretario - Tesoriere;
- il Revisore dei Conti (se nominato);
- il Coordinatore o Manager di Distretto.



Dell' Associazione potranno far parte, a seguito di successivi appositi bandi di adesione, altri soggetti ed in particolare: le società, gli imprenditori e gli altri soggetti privati che esercitano professionalmente una o più attività che comportino l'obbligo di iscrizione al registro delle imprese, sezione ordinaria e/o sezione speciale, presso le Camere di Commercio, Enti pubblici, Associazioni con scopi sociali.

Con domanda di ammissione, indirizzata al Consiglio di Distretto, l'aspirante Socio Ordinario dichiara di voler condividere gli scopi dell'Associazione, di accettare le norme statutarie ed i doveri da queste derivanti, compresi gli oneri di carattere economico finanziario.

La durata dell'Associazione è prevista in anni cinque con possibilità anche di prolungarla per pari periodo, secondo le norme statutarie.

5.7 PROGRAMMA DEL DISTRETTO

5.7.1 – INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA

La trasformazione delle attività commerciali e delle conseguenti modalità di acquisto avvenute a cavallo dei due secoli impone un generale ripensamento del concetto di concorrenza e soprattutto per quanto riguarda lo stimolo della domanda.

Oggi la concorrenza dei mercati virtuali che consentono agli acquirenti di agire comodamente da casa e ricevere qualsiasi cosa desiderino, ha posto nuove sfide alle attività commerciali tradizionali.

Tanti sono certamente gli elementi che un esercente deve valutare per poter rendere "attraente" la propria offerta e raggiungere i potenziali acquirenti, ma in primo luogo oggi i consumatori chiedono soprattutto "servizi" collaterali e aggiuntivi per poter scegliere di recarsi in un negozio che piuttosto acquistare on line.

In primo luogo i consumatori sono maggiormente stimolati per i loro acquisti anche da: strade comode, parcheggi non difficoltosi, possibilità di muoversi con famiglia a seguito, contiguità con altre attività anche ricreative di ristoro o di servizio, comfort ambientale etc. Anche gli stessi esercenti sono maggiormente orientati a posizionare le proprie attività in zone che presentano le suddette caratteristiche.

Ecco perché una attenta pianificazione di interventi puntuali in termini di rigenerazione urbana e di riqualificazione degli spazi è alla base di un'azione propulsiva tesa a creare un circolo virtuoso che partendo dall'aumento della domanda porta anche ad un conseguente aumento dell'offerta.

Il centro urbano ma soprattutto le periferie devono avere spazi pubblici adeguati ma in generale un accettabile grado di "decoro urbano".

Vanno razionalizzati gli spazi disponibili mediante una equa e gradevole distribuzione fra aree di



sosta e aree verdi attrezzate.

Tali interventi competono principalmente alla PP.AA. ma non si escludono forme di partenariato con interventi cofinanziati tra partner pubblici e privati di riqualificazione degli spazi pubblici e del verde, arredo urbano e valorizzazione di aree degradate.

E' già in atto un generale rafforzamento e riqualificazione della pubblica illuminazione grazie al contratto di gestione in essere con un nuovo gestore di profilo nazionale, e sono previsti servizi aggiuntivi di pulizia.

Le aree che necessitano maggiormente di attenzione sono quelle periferiche.

Una prima area che deve essere oggetto di riqualificazione è quella oggi occupata da un grosso quartiere residenziale realizzato con edilizia privata negli anni settanta e denominato "Villaggio Vesuvio" accessibile dalla Via Scopari.

Il quartiere è privo ad oggi di infrastrutture verdi e di arredo urbano e la piazza al suo centro è soltanto una grande distesa di asfalto.

Di qui la necessità di mettere in campo una progettazione complessiva di riqualificazione degli spazi pubblici al fine di fornire un generale comfort ambientale alla popolazione residente e non solo.

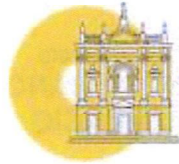
Vi è poi un grande slargo nella zona di confluenza di Via Torricelli con la Via Astalonga oggi abbandonata che deve essere oggetto di un puntuale intervento di sistemazione con verde attrezzato e qualche area di sosta.

Questi interventi si affiancano a quelli già programmati, finanziati e in corso di esecuzione da parte del Comune fra cui le strutture sportive, scolastiche, e in particolare la realizzazione della pista ciclabile che attraversa tutto il paese, in fase di completamento.

Da non trascurare anche la riqualificazione in corso, grazie ai fondi messi a disposizione del GAL Vesuvio Verde, della strada di accesso al Sentiero 3 del Parco Nazionale del Vesuvio della Profica Paliata.

Di seguito l'elenco dei principali interventi di rigenerazione urbana in corso di realizzazione e da programmare:

INTERVENTO	LOCALITA'	COSTO	FONTE FIN	ANNUALITA'
RIQUALIFICAZIONE AREA MERCATALE	VIA UNGARETTI	3.000.000,00	PUBBLICA	2024
RIQUALIFICAZIONE STADIO COMUNALE	VIA MATTIULI	2.500.000,00	PUBBLICA	2025-2026
PISTA CICLABILE	TUTTO IL TERRITORIO	7.500.000,00	PUBBLICA	2024 - 2025
STRADA ACCESSO SENTIERO 3 PARCO NAZIONALE	VIA PROFICA PALIATA	400.000,00	PUBBLICA	2024 - 2025
RIQUALIFICAZIONE VILLAGGIO VESUVIO	VIA SCOPARI	700.000,00	PUBBLICA	2025-2026
RIQUALIFICAZIONE SLARGO VIA ASTALONGA	VIA ASTALONGA	200.000,00	PUBBLICA	2025-2026



5.7.2 – MOBILITA' E ACCESSIBILITA'

E' previsto il miglioramento dei servizi di accesso "car free" all'area distrettuale, mediante:

- istituzione di isole pedonali mirate e a tempo connesse agli eventi specifici di animazione distrettuale nelle varie zone da essi interessate;
- riprogrammazione delle aree di sosta e parcheggio con attenzione alle postazioni gratuite o a sosta limitata nelle zone con presenza di esercizi commerciali;
- potenziamento delle aree di sosta gratuita a tempo nei pressi di attività commerciali
- abbattimento di barriere architettoniche laddove esistenti.

5.7.3 SICUREZZA

Il Comune di San Giuseppe Vesuviano è al momento già dotato di una ampia rete di telecamere per la videosorveglianza del territorio. Tutto il sistema, alla luce della normativa vigente è oggetto di apposita regolamentazione da parte dell'Amministrazione.

Ad oggi la rete si concentra soprattutto al centro (Piazza Garibaldi, Piazza Elena D'Aosta, Largo Monumento ai Caduti etc.), ma anche alcune zone periferiche soprattutto quelle soggette a sversamenti di rifiuti abusivi, grazie ad un progetto inserito nel programma "Terra dei Fuochi" sono video controllate a distanza.

Anche se il territorio comunale, un po' come tutta l'area vesuviana interna, ha un bassissimo tasso di criminalità legato ai reati contro il patrimonio (furti, rapine etc), è previsto il potenziamento e il miglioramento dei sistemi di videosorveglianza attraverso la:

- installazione di telecamere per la videosorveglianza nelle aree ancora scoperte, con particolare riferimento alle periferie;
- promozione della diffusione, negli esercizi commerciali, di sistemi di video allarme collegati con le centrali delle forze dell'ordine.

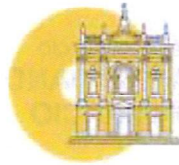
5.7.4 COMUNICAZIONE E ANIMAZIONE DEL DISTRETTO

L'organizzazione di eventi e manifestazioni per la promozione del territorio dovrà essere una delle principali attività del Distretto.

5.7.4.1 Status attuale

Al momento sono cinque le manifestazioni ricorrenti realizzate nel Comune, di cui due grazie alla concorrenza di fondi della Città Metropolitana di Napoli e della Regione Campania (cartellone eventi del Natale, Festa/Sagra della Zeppola) e tre grazie ad autofinanziamento da parte di privati o di Enti religiosi che le organizzano (Festa della Tammorra a San Leonardo, Festa San Giuseppe patrono, Festa di S. Francesco a S. Maria la Scala). Tali eventi sono concentrati in tre periodi (dicembre-gennaio, marzo e ottobre novembre mentre non c'è nessun altro tipo di attività durante il resto dei mesi.

5.7.4.2 Progetto



Si ritiene importante partire nella costruzione di un nuovo calendario annuale dagli eventi già ricorrenti e in qualche modo consolidati.

Certamente in primis va valorizzata la festa del Santo patrono, che ricorre il 19 marzo, dove al fianco del solo programma "religioso" oggi esistente, va costruito un programma "civile" fatto di eventi musicali culturali ed enogastronomici. Ricorrendo altresì durante il mese di marzo la Sagra della Zeppola di san Giuseppe, solitamente organizzata durante il primo fine settimana del mese di marzo, è possibile pensare, magari attraverso l'aggiunta di qualche iniziativa ad hoc dedicata allo shopping o alle altre eccellenze enogastronomiche del territorio, durante l'ultima settimana del mese, ad un unico contenitore di eventi che abbraccia tutto il mese di marzo dal titolo "MARZO A SAN GIUSEPPE".

Il cartellone natalizio, svolgendosi a cavallo dei mesi di dicembre e gennaio potrebbe includere anche un evento strettamente commerciale come quello della partenza dei Saldi invernali.

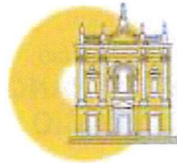
La "FESTA DELLA TAMMORRA" che si tiene nella frazione periferica di S. Leonardo, oggi relegata a piccola sagra rionale, sulla scorta dei grandi numeri fatti dalle manifestazioni similari che si tengono nel circondario (vedi Somma Vesuviana) potrebbe essere potenziata prevedendo: altre location molto più capienti e funzionali in aggiunta a quella esistente con l'aggiunta di altre date, creando anche una rete di connessione con le altre manifestazioni del genere che si tengono nell'area vesuviana.

La "FESTA DI SAN FRANCESCO" che si tiene nella frazione periferica di Santa Maria La Scala, è attualmente organizzata e gestita dalla locale parrocchia e da liberi comitati cittadini. Il programma religioso è oggi affiancato da un programma civile dei festeggiamenti che prevede in sostanza qualche manifestazione canora serale. Pertanto è auspicabile un arricchimento del programma civile con la previsione di manifestazioni/attività anche diurno/pomeridiane al fine di aumentare e distribuire meglio l'affluenza dei fruitori dell'evento.

Durante i mesi di maggio e settembre in concomitanza del clima favorevole si potrebbe dare avvio ad una serie di eventi tesi a creare e sviluppare un itinerario di attrattività legato alla presenza delle risorse turistiche presenti con particolare riferimento: alla "Porta Est di Accesso al Parco Nazionale del Vesuvio" costituita dal Sentiero n. 03 nel Vallone della "Profica Paliata", al Santuario di San Giuseppe e alle eccellenze enogastronomiche del territorio.

Con la collaborazione della Associazione Pro Loco, dell'Ente Parco, dei Padri Giuseppini che gestiscono il Santuario, delle Associazioni ambientaliste, dell'Ufficio Comune per la Sostenibilità Ambientale U.C.S.A., e dei produttori del territorio, saranno organizzati un calendario di visite guidate sotto il logo "PASSEGGIATE VESUVIANE" alla scoperta delle bellezze del Parco Nazionale e del Santuario, accompagnate dai profumi e dai sapori delle eccellenze enogastronomiche locali.

L'estate rappresenta nei paesi della fascia interna della piana del Vesuvio un momento di stasi in cui essi si svuotano soprattutto nei fine settimana per la partenza di coloro, soprattutto proprietari di seconde case, verso le vicine località balneari, con una conseguente flessione anche nei consumi. Il fenomeno è particolarmente presente nel Comune di San Giuseppe Vesuviano dove c'è un'alta



link al sito proprio; tutte le pagine saranno dotate di funzionalità e-commerce.

Le imprese inserite nella Galleria commerciale contribuiranno al mantenimento del portale con un contributo per la realizzazione ed il mantenimento delle pagine, e saranno inizialmente selezionate attraverso un invito pubblico alla manifestazione d'interesse.

E' prevista una stretta interoperabilità tra le sezioni del sito: la sezione dedicata ai beni artistici ed ambientali conterrà i rimandi agli esercizi presenti in zona, e viceversa. La sezione dedicata ai prodotti di eccellenza del territorio conterrà i rimandi alle aziende dove è possibile reperire tali prodotti.

Il portale sarà inoltre dotato di tutte le informazioni di servizio rilevanti per i visitatori, con una sezione dedicata a trasporti e collegamenti.

L'iniziativa ha anche lo scopo di elevare la cultura digitale delle imprese coinvolte, e fornirgli tutti gli strumenti per gestire al meglio le proprie posizioni sul web, comprese le pagine social. A tal fine, dopo la selezione delle aziende sono previste le seguenti azioni:

- a) alle aziende sarà somministrata una formazione specifica in materia di utilizzo ed ottimizzazione degli strumenti web: social branding, impostazione di una campagna web, posizionamento, etc.
- b) sarà effettuata una consulenza personalizzata alle aziende per la costruzione della propria pagina web da inserire nella Galleria virtuale.

Promozione e diffusione del portale: va attuata una intensa attività di promozione e diffusione del Portale attraverso azioni mirate sui motori di ricerca e sui social.

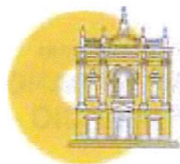
L'iniziativa ha un duplice obiettivo:

- a) sotto il profilo della promozione del territorio e della valorizzazione delle risorse turistiche, culturali e delle eccellenze produttive, l'iniziativa intende colmare il vuoto esistente. Si intende quindi veicolare una immagine unitaria delle molteplici risorse espresse dal territorio allo scopo di moltiplicare l'effetto di attrazione nei confronti del mercato turistico, soprattutto il segmento, in costante crescita, del turismo individuale ed "esperienziale", il quale attualmente si sta rilevando come il segmento turistico a più rapido sviluppo ed a maggiore capacità di spesa.
- b) sotto il profilo del sostegno all'innovazione ed alla digitalizzazione delle micro e piccole imprese del Commercio e del Turismo, l'iniziativa intende incentivare la multicanalità, l'utilizzo degli strumenti di e-commerce e l'accesso a mercati più ampi, anche all'estero, a tante imprese le quali per dimensioni o altre ragioni hanno maggiori difficoltà ad affrontare il mercato online. L'utilizzo del canale e-commerce si è rivelato ancora più importante a causa dell'emergenza Covid e delle conseguenti limitazioni alla mobilità, che hanno dato una spinta fortissima agli acquisti sul web. In tale scenario diventa essenziale per tante piccole aziende avere una presenza visibile sul web per fronteggiare la concorrenza dei colossi del Web.

5.10 PROGRAMMI DI INCENTIVAZIONE ALL'ACQUISTO

5.10.1 Fidelity Card

E' prevista la realizzazione di una fidelity card con raccolta punti, intesa come sistema di fidelizzazione stabile della clientela, alla quale saranno accompagnati ulteriori servizi (parcheggio



gratuito, consegne a domicilio, scontistiche su beni e servizi particolari, etc.); la fidelity card rappresenterà un valore aggiunto concreto per il cliente, ovvero la modalità attraverso la quale egli usufruisce dei servizi collaterali offerti dal Distretto, ed al tempo stesso sarà un fattore di promozione del "brand" del Distretto. Il sistema sarà reso operativo tramite appositi lettori ottici installati negli esercizi aderenti.

Il progetto fidelity card consentirà di:

- dotare il Distretto di uno strumento che anima la relazione con i propri clienti, dando loro numerose occasioni di visita presso gli esercizi commerciali;
- adottare una Card unica che funzioni per tutti gli esercizi del Distretto che aderiscono all'iniziativa;
- creare un database dei propri clienti, avendo informazioni su frequenza e valore degli acquisti;
- realizzare campagne promozionali e di comunicazione verso i propri clienti tagliate su misura rispetto agli interessi e alle abitudini di acquisto;
- monitorare l'efficacia delle campagne con dati certi e immediati.

Alla Fidelity card infine, potrà essere associata una estrazione a premi da realizzare durante uno dei cartelloni di eventi annuali.

5.10.2 Concorsi e premi

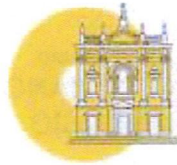
In occasione di speciali eventi come quelli natalizi o quelli svolti nel mese di marzo con il concorso dei commercianti aderenti, saranno realizzate iniziative che prevedono premialità che possono essere legate ai soli acquisti effettuati in quelle specifiche occasioni mediante rilascio di coupon numerati nominativi agli acquirenti anche se non dotati della Fidelity card.

5.10 FORMAZIONE E ASSISTENZA OPERATORI COMMERCIALI E TURISTICI

Con la collaborazione di enti formativi specializzati saranno realizzate attività periodiche di formazione per titolari ed addetti delle imprese sui seguenti temi: accoglienza, tecniche e strategie di vendita, lingue straniere, digital e social marketing, conoscenza della storia e dei beni culturali del territorio.

Tutte le attività potranno essere svolte in presenza sotto forma di workshop e/o anche in forma telematica on line sotto forma di webinar.

La rete dei contatti dei partecipanti aggiunta a quella degli altri operatori economici presenti nel Distretto consentirà di raggiungere facilmente e velocemente tutti gli operatori del territorio per tenerli costantemente informati sulle attività del Distretto e coinvolgerli nella loro organizzazione.



Si ritiene infine utile istituire uno sportello informativo sia fisico che virtuale, attraverso il portale del distretto, capace di fornire ogni giorno informazioni e assistenza agli operatori economici del Distretto.

5.11 FISCALITA'

Il Comune di san Giuseppe Vesuviano è già da tempo impegnato nel potenziamento del sistema della raccolta differenziata comunale. L'efficientamento del sistema di raccolta e in generale del ciclo dei rifiuti dovrebbe portare ad una riduzione complessiva del costo e quindi creare delle economie che sarà possibile redistribuire a beneficio dei contribuenti.

Nell'Ambito di tale meccanismo sarà possibile prevedere una quota parte dedicata ad una maggiore riduzione dell'aliquota applicata alle imprese che partecipano con contributi propri alle iniziative del Distretto.

5.12 AREE MERCATALI

Allo stato attuale il Comune ospita una unica grande area scoperta adibita alle attività mercatali ambulanti situata alla Via Ungaretti.

L'ammodernamento e la riqualificazione in corso, consentirà, entro la fine del 2024, di avere un'area attrezzata semicoperta di grande estensione (circa 100.000 mq) in una posizione strategica, ovvero a ridosso del centro urbano e ben connessa alle arterie stradali principali di accesso al Comune, capace di ospitare anche attività diverse e aggiuntive rispetto il mercato settimanale degli ambulanti che si svolge la domenica.

Sicuramente sarà possibile la sua valorizzazione destinando il grande spazio anche ad eventi non di natura commerciale quali manifestazioni canore spettacoli mostre all'aperto etc., ma l'obiettivo è quello di sfruttare questa infrastruttura soprattutto per potenziare e qualificare l'offerta commerciale del territorio.

Innanzitutto si pensa alla possibilità di organizzare ulteriori attività mercatali, magari specializzate (solo alimentari o non alimentari) con una cadenza periodica infrasettimanale, quindicinale o mensile.

L'area potrà essere utilizzata, attraverso l'organizzazione di speciali eventi espositivi/fieristici, non solo dalle imprese ambulanti ma anche da quelle a posto fisso aumentando la loro visibilità e capacità di vendita.

Ci sono inoltre alcune aree periferiche come quella ad esempio la piazzetta situata nel quartiere denominato "Villaggio Vesuvio" sito alla Via Scopari che, opportunamente attrezzata, potrebbe ospitare un piccolo mercato rionale infrasettimanale da svolgere nella giornata del sabato.

ASSISTENTE ITALIA: Eugenio TARDI.

Circolo San Giuseppe Vesuviano
CONFERENZA MERCATO CAMPANIA