

Un'indagine sul turismo nella provincia dell'Aquila in piena pandemia: fatturato, smart working, ammortizzatori sociali, buone pratiche e fabbisogni

1. Introduzione

Il CRESA - Centro Studi dell'Agencia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia - ha condotto nel mese di agosto 2020 un sondaggio a risposta volontaria e rivolto alle aziende operanti nella provincia dell'Aquila con indirizzo pec annotato sul Registro Imprese, volto a conoscere sia nei mesi antecedenti sia in quelli successivi alla rilevazione, la situazione in materia di:

- utilizzo dello Smart Working,
- ricorso ad ammortizzatori sociali,
- andamento del fatturato,
- strategie messe in atto per fronteggiare la crisi,
- fabbisogni delle imprese intesi in termini:
 - o economico-finanziari,
 - o formativi/informativi,
 - o analitici (analisi di laboratorio).

Il sondaggio, che ha interessato circa 19.000 imprese, l'80% circa delle imprese attive operanti in provincia, è stato svolto in modalità CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) con autocompilazione del questionario attraverso un modulo su piattaforma Google e ha portato ad un campione utile che, depurato da questionari incompleti, duplicati ecc, è costituito da 504 aziende (2,6%). I risultati completi dell'indagine saranno pubblicati nelle prossime settimane.

Il CRESA ha ritenuto utile estrapolare dal complesso delle imprese analizzate quelle turistiche, intendendo per tali le aziende operanti nei servizi di alloggio (cod. ATECO 55), ristorazione (cod. ATECO 56), agenzie di viaggio e tour operator (cod. ATECO 79.1) nonché altri trasporti terrestri di passeggeri escluso quello ferroviario (cod. ATECO 49.3) e, in particolare, gestioni di funicolari, ski-lift e seggiovie (cod. ATECO 49.39.01) per poter fare una prima valutazione del loro andamento nei primi 8 mesi del 2020, vale a dire il periodo che ha preceduto l'esplosione della pandemia in Italia, il primo lockdown e i mesi immediatamente successivi.

Le aziende turistiche attive operanti nella provincia dell'Aquila sono nel complesso circa 3.000, quelle con indirizzo di posta elettronica certificato riportato sul Registro delle Imprese camerale cui è stato inviato il questionario l'80% circa e sono stati 60 i questionari utili (2,5% del totale). Le imprese che hanno utilmente risposto alla rilevazione hanno dichiarato nel complesso un numero di dipendenti al momento della rilevazione pari a 254.

2. Descrizione del campione

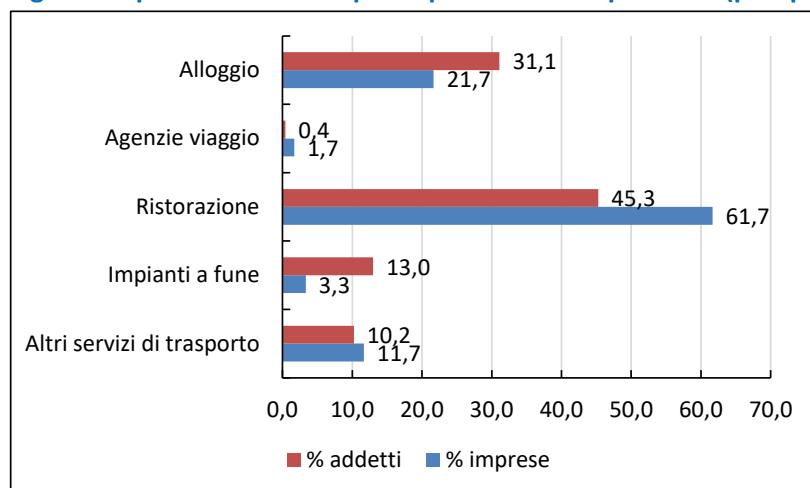
Il campione è composto per il 61,7% da imprese operanti nel settore della ristorazione, per il 21,7% da aziende ricettive, per il 15% da attività di trasporto (per il 3,3% da gestori di impianti a fune) e per l'1,7% da agenzie di viaggio e tour operator.

Per quanto riguarda il numero di dipendenti al momento della rilevazione, è il settore della ristorazione con il 45,3% a detenere la quota maggiore, gli alberghi e le altre strutture ricettive danno lavoro al 31,1% degli addetti del campione, i servizi di trasporto occupano il 23,2% dei lavoratori (gli impianti a fune il 13,0%) e le

agenzie di viaggio/tour operator lo 0,4%.

Il comparto turistico così come considerato conta un numero medio di 4,2 dipendenti per impresa facente parte del campione. Valori superiori riguardano, in particolare, il settore del trasporto a fune (16,5 lavoratori) e l'alloggio (6,1); più modesta l'occupazione media nella ristorazione (3,1), negli altri servizi di trasporto (2,9) e nelle agenzie di viaggio/tour operator (1).

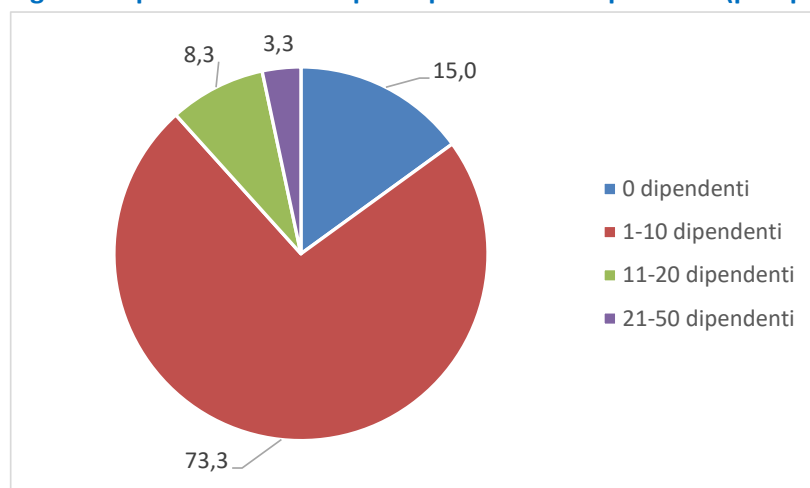
Fig. 1 Composizione del campione per settori e dipendenti (pesi percentuali)



Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Passando ad analizzare le imprese del campione per classe di dipendenti al momento della rilevazione emerge che il 15,0% delle aziende prese in esame ha 0 dipendenti, il 73,3% ha da 1 a 10 lavoratori, l'8,3% occupa da 11 a 20 unità e solo il 3,3% offre lavoro ad un numero di addetti compreso tra 21 e 50.

Fig. 2 Composizione del campione per classe di dipendenti (pesi percentuali)



Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

In quasi tutti i settori considerati prevalgono le imprese che danno occupazione ad un numero di dipendenti compreso tra 1 e 10. Nell'ambito del campione osservato si evidenziano gli impianti a fune e le attività di ristorazione che sono gli unici ad indicare almeno in un caso un numero di lavoratori superiore a 20.

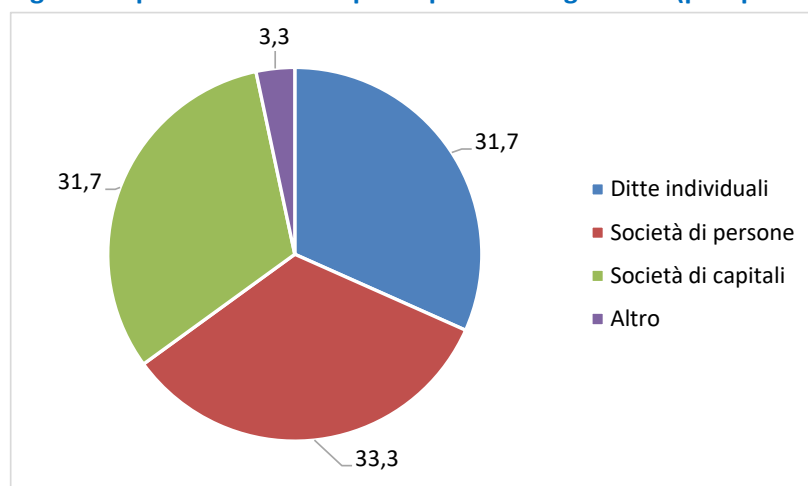
Tab. 1 Campione per settore e classe di dipendenti (pesi % su stesso settore)

Settore	0	1-10	11-20	21-50
Alloggio	23,1	46,2	30,8	0,0
Agenzie di viaggio	0,0	100,0	0,0	0,0
Ristorazione	13,5	81,1	2,7	2,7
Trasporto	11,1	77,8	0,0	11,1
di cui Impianti a fune	0,0	11,1	0,0	11,1

Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Per quanto riguarda la natura giuridica, il campione risulta abbastanza omogeneamente distribuito tra ditte individuali (31,7%), società di persone (33,3%) e società di capitali (31,7%). Residuale il peso delle altre forme (3,3%) che si concentrano tutte nelle cooperative.

Fig. 3 Composizione del campione per natura giuridica (pesi percentuali)



Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Scendendo ad analizzare la natura giuridica per settore di attività si evidenzia che, nell'ambito del campione, sono solo le imprese di trasporto ad assumere la forma di cooperativa e che le agenzie di viaggio sono tutte ditte individuali.

Le attività di alloggio si concentrano nelle società di capitali, quelle di ristorazione nelle società di persona, pur essendo abbastanza nutriti anche gli insiemi delle ditte individuali e delle società di capitali.

Tab. 2 Campione per settore e natura giuridica (pesi % su stesso settore)

	Ditte ind.	Soc. pers.	Soc. cap.	Altro
Alloggio	23,1	15,4	61,5	0,0
Agenzie di viaggio	100,0	0,0	0,0	0,0
Ristorazione	35,1	43,2	21,6	0,0
Trasporto	22,2	22,2	33,3	22,2
di cui Impianti a fune	0,0	0,0	22,2	0,0

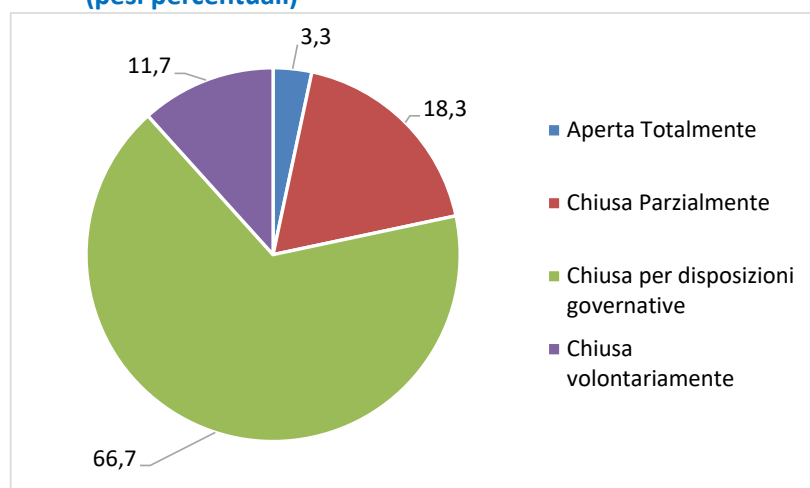
Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Solo 4 imprese del campione appartengono a gruppi che hanno sede al di fuori della provincia dell'Aquila: sono due aziende di ristorazione, un'attività di alloggio (tutte e tre ditte individuali) e una cooperativa di trasporto per un totale complessivo di 18 dipendenti.

3. Fase del lockdown

Nella prima fase di lockdown (9 marzo-18 maggio 2020) a seguito del susseguirsi dell'emanazione di Decreti Ministeriali e del Presidente del Consiglio dei Ministri, le imprese facenti parte del campione dichiarano di essere state per la maggior parte chiuse (78,4% di cui 66,6% per disposizioni legislative e 11,7% volontariamente), quasi 2 imprese su 10 sono state parzialmente inattive (18,3%) e una piccola parte (3,3%) ha proseguito in toto la propria attività.

Fig. 4 Composizione del campione per stato nel periodo di lockdown (9 marzo-18 maggio 2020) (pesi percentuali)



Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Nell'ambito del campione, dichiarano di essere state chiuse per disposizioni normative il 61,5% delle imprese operanti nei servizi di alloggio, il 100% delle agenzie di viaggio e degli impianti di risalita, il 75,7% delle attività di ristorazione e il 33,3% dei servizi di trasporto. Percentuali elevate nel caso dell'alloggio e dei trasporti riguardano anche la chiusura volontaria (rispettivamente 30,8% e 11,1%), dettata dalla impossibilità di rispettare le norme anti Covid o dal "fermo generale" derivante dalle misure assai restrittive imposte dal Governo che ha reso improduttiva o poco produttiva ogni attività.

Tab. 3 Composizione del campione nel periodo di lockdown (9 marzo-18 maggio 2020) per stato prevalente e settore di attività (pesi % su stesso settore)

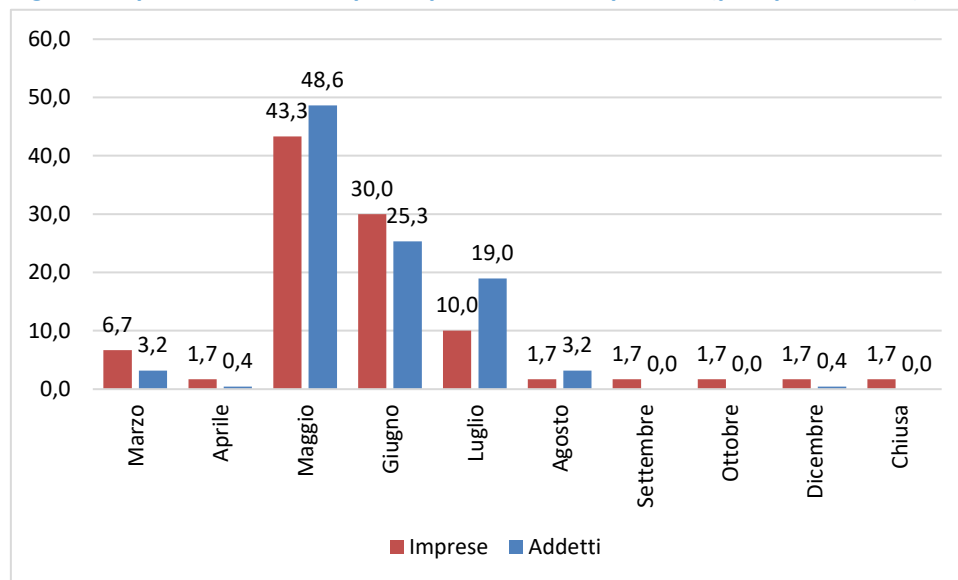
	Aperta	Chiusa parzialm.	Chiusa per disp.	Chiusa volontar.
Alloggio	0,0	7,7	61,5	30,8
Agenzie di viaggio	0,0	0,0	100,0	0,0
Ristorazione	0,0	18,9	75,7	5,4
Trasporti	22,2	33,3	33,3	11,1
di cui Impianti a fune	0,0	0,0	22,2	0,0

Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Come evidente nella figura, la maggior parte delle imprese ha ricominciato a funzionare tra il mese di maggio e quello di luglio. Inclusa una percentuale pari al 8,3% di aziende (3,6% di addetti) che non ha mai smesso di lavorare o che ha ripreso a farlo in aprile, l'83,3% delle imprese con il 92,9% dei lavoratori ha ricominciato l'attività appena le misure legislative lo hanno permesso. Assai inferiori le percentuali di quelle che hanno dichiarato l'intenzione di riattivarsi a partire dal mese di agosto. Si osserva che l'1,7% delle imprese facenti

parte del campione ha cessato la propria attività.

Fig. 5 Composizione del campione per mese di riapertura (pesi percentuali)



Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Per quanto riguarda il mese di riattivazione rispetto a quello consentito dalle disposizioni legislative, si osserva più precisamente che il 70% delle imprese ha ripreso a lavorare nel mese consentito dalle disposizioni allora correnti, che il 18,3% lo ha fatto nel mese successivo e che solo il 10% ha atteso due mesi o più.

4. Smart working

Lo smart working risulta assai poco diffuso tra le aziende turistiche. Solo il 5% (con il 2,8% dei dipendenti) ha fatto ricorso ad esso prima del lockdown, l'8,3% (con il 2,4% dei lavoratori) durante la fase di lockdown e il 3,3% (con l'1,2% dei dipendenti) nella fase successiva fino ad agosto 2020. Solo un'impresa di trasporti, che ha usufruito di tale modalità di lavoro in tutte e tre i periodi considerati, dichiara di voler proseguire l'esperienza aumentando il numero dei lavoratori coinvolti e dei giorni; sono inoltre 4 quelle della ristorazione che intendono far ricorso ex novo allo smart working in un periodo successivo al mese di agosto 2020 per un numero di lavoratori e di giorni non precisato.

Tab. 4 Composizione del campione per ricorso alla smart working (pesi % su stesso settore)

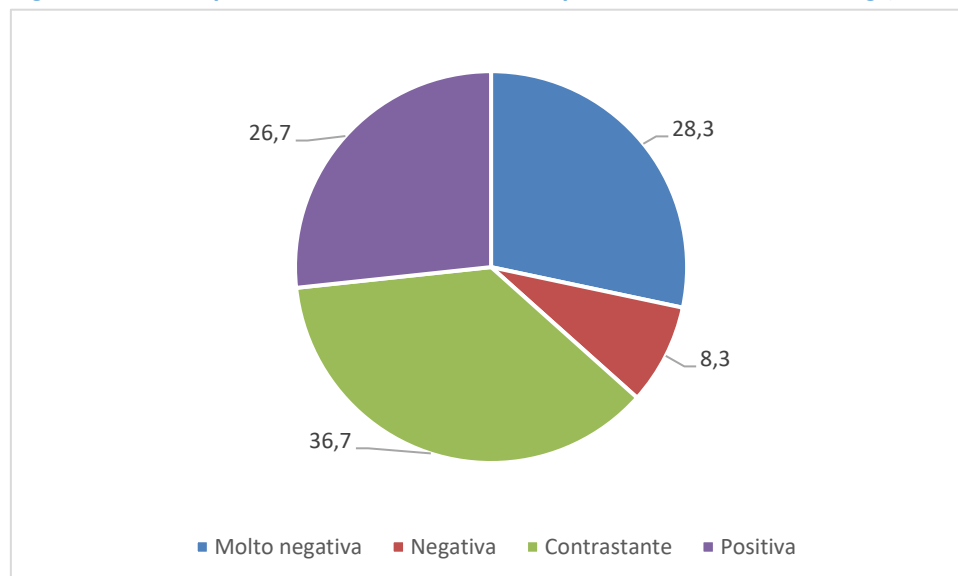
Settore	Prima del lockdown		Durante il lockdown		Agosto 2020		Dopo agosto
	Imprese	Addetti	Imprese	Addetti	Imprese	Addetti	Imprese
Alloggio	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Agenzie viaggio	0,0	0	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Ristorazione	5,4	5,2	5,4	2,6	2,7	1,7	10,8
Trasporto	11,1	1,7	22,2	3,4	11,1	1,7	11,1
TOTALE	5,0	2,8	8,3	2,4	3,3	1,2	8,3

Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Pur essendo la percentuale di aziende che ha fatto ricorso allo smart working assai limitata, tutte le imprese del campione hanno dato un giudizio su questa nuova modalità di lavoro. Tale valutazione è per il 28,3% dei casi molto negativa, per l'8,3% negativa, per il 36,7% contrastante e solo per il 26,7% è positiva.

Le motivazioni che hanno spinto a dare giudizi molto negativi riguardano il mancato rispetto delle aspettative riguardanti i programmi di lavoro (25,0%) e il basso livello di connessione fornito dalla rete (3,3%), quelle alla base delle valutazioni negative ineriscono alla difficoltà della maggior parte del personale ad adeguarsi alle nuove modalità di lavoro, quelle contrastanti concernono l'adeguamento al cambiamento di solo parte del personale e quelle positive riguardano la capacità della maggior parte delle persone e delle funzioni di lavorare a distanza interagendo in modo positivo con i colleghi, i fornitori e i clienti.

Fig. 6 Giudizio espresso dalle aziende del campione sullo smart working (val. %)



Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Tra le aziende che lo hanno utilizzato (10% delle aziende del campione) il giudizio è meno negativo. Si osserva che la metà delle imprese utilizzatrici ha espresso una valutazione contrastante osservando che solo una parte del personale ha saputo adeguarsi alla nuova modalità di lavoro, una su tre positiva per la capacità dei lavoratori di interagire da remoto con colleghi, clienti e fornitori e la restante parte (16,7%) negativa per le difficoltà afferenti unicamente alla tenuta della rete.

5. Ammortizzatori sociali

L'anno 2020 ha portato drammaticamente alla ribalta lo strumento degli ammortizzatori sociali. Aziende che non ne avevano mai fatto ricorso si sono infatti ritrovate nella necessità di chiedere la Cassa integrazione ordinaria, l'assegno ordinario-FIS, la cassa integrazione in deroga e i vari fondi bilaterali. L'emergenza Covid-19 ha sicuramente semplificato le procedure di accesso e ridotto i costi per le imprese.

Lo strumento delle integrazioni salariali è servito infatti fin dall'inizio per supportare le aziende in questo momento di crisi e al contempo per sostenere il reddito dei lavoratori dipendenti che si sono trovati nell'impossibilità di lavorare a causa delle restrizioni dovute alle disposizioni per il contenimento della pandemia. Tali strumenti sono stati utilizzati, inoltre, per compensare il divieto di licenziamento imposto dallo Stato che, per ragione di tenuta sociale, ha fortemente limitato la libera iniziativa imprenditoriale. L'intento del Governo è stato quindi quello di "ristorare" le aziende azzerando in parte il costo dei dipendenti.

Se da un lato l'intento è sicuramente riuscito (le aziende non sostengono il costo della retribuzione ordinaria e della relativa contribuzione) essendo state tra l'altro, snellite le procedure di accesso agli ammortizzatori sociali, da un altro lato restano costi "occulti" che rimangono comunque in capo al datore di lavoro (trattamento di fine rapporto, anzianità di servizio, scatti di anzianità, periodo di comporto, ecc).

Nel nostro ordinamento esistono numerosi ammortizzatori sociali ordinari, utilizzati anche nel periodo emergenziale (CIGO – AO FIS – AO Fondi Bilaterali, CIGD), con regole e oneri diversi.

Durante la fase del primo lockdown il 55% delle aziende facenti parte del campione ha fatto ricorso agli ammortizzatori sociali per più della metà del proprio personale dipendente.

Quanto al peso percentuale del numero di imprese sul totale sono quelle di trasporto che hanno fatto ricorso più frequentemente a questi strumenti (66,7%), seguite da quelle operanti nel settore della ristorazione (56,8%) e da quelle ricettive (46,2%). Se si considera, invece, la quota dei dipendenti per i quali sono stati richiesti ammortizzatori sociali sul totale degli addetti delle imprese che ne hanno fatto ricorso, a fronte di una media del 43,3% mostrano valori più elevati le sole imprese di ristorazione (53,0%) e valori inferiori quelle di alloggio (34,2%) e di trasporto (37,3%).

Tab. 5 Imprese del campione che hanno fatto ricorso agli ammortizzatori sociali durante il periodo marzo-agosto 2020 (pesi % su stesso settore)

Settore	% az.	% dip.	% dip. in AS
Alloggio	46,2	72,2	34,2
Agenzie viaggio	0,0	0,0	0,0
Ristorazione	56,8	79,1	53,0
Trasporto	66,7	76,3	37,3
Totale	55,0	76,0	43,3

Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Ampiamente inferiore la percentuale di aziende che ha intenzione nei 6 mesi successivi all'intervista di ricorrere agli ammortizzatori sociali (33,3%). Tale diminuzione trova certamente spiegazione nel clima di ottimismo che circolava nell'estate quando gli effetti della pandemia, probabilmente per cause di natura climatica, si erano notevolmente affievoliti. L'unico settore che non mostra variazioni è quello dei trasporti: le stesse aziende che hanno fatto ricorso agli ammortizzatori sociali prima dell'agosto 2020 dichiarano di voler di nuovo ricorrere a questo strumento anche nei sei mesi successivi alla compilazione del questionario. Relativamente alle previsioni a sei mesi si dimezza la percentuale di aziende operanti nel comparto dell'alloggio e si riduce del 52,2% quella delle imprese di ristorazione.

6. Moratoria

Tra i provvedimenti adottati per far fronte alla grave emergenza economica causata dalla pandemia rientra il così detto decreto "Cura Italia" (decreto 18/2020) che prevedeva la moratoria straordinaria dei prestiti e delle linee di credito concesse da banche e intermediari finanziari a micro, piccole e medie imprese. Il termine del 30 settembre previsto nel provvedimento di cui sopra è stato prorogato al 31 gennaio 2021 ("decreto agosto" n. 104/2020) e poi, con la legge di bilancio 2021 (178 del 30 dicembre 2020), al 30 giugno 2021.

La moratoria, che interessa le PMI (imprese con meno di 250 dipendenti e con fatturato inferiore a 50 milioni di euro oppure il cui totale di bilancio annuo non supera i 43 milioni di euro) che autocertifichino di aver subito

una riduzione parziale o totale dell'attività quale conseguenza diretta della diffusione dell'epidemia da Covid-19, prevede la sospensione delle scadenze per il pagamento di:

- rate di prestiti e mutui;
- canoni di leasing;
- prestiti non rateizzati;

e la non revocabilità:

- dei finanziamenti accordati a fronte di anticipi su crediti;
- delle linee di credito accordate "sino a revoca".

Lo scopo è evitare che un calo della domanda molto forte, anche se verosimilmente limitato nel tempo, abbia effetti permanenti sull'attività di un numero elevato di imprese e sia amplificato da meccanismi finanziari.

Al momento della rilevazione (agosto 2020) il 38,3% delle imprese del campione ha dichiarato di aver richiesto la moratoria straordinaria dei prestiti e delle linee di credito e una percentuale pari ha espresso la volontà di richiederla o di confermarla nei successivi sei mesi. Per quanto riguarda la situazione al momento dell'indagine sono principalmente le aziende che operano nel campo della ristorazione ad aver fatto ricorso a tale misura straordinaria (45,9%), seguono i trasportatori (33,3%) e i fornitori di servizi di alloggio (23,1%). Se si considera, invece, la volontà di ricorrere alla moratoria nei mesi successivi alla compilazione del questionario, ferma restando la percentuale complessiva del 38,3%, si raddoppia la quota delle imprese di trasporto (66,7%) e scende quella della ristorazione (40,4%) e dell'alloggio (15,4%).

Tab. 6 Imprese del campione che ad agosto 2020 hanno richiesto moratoria bancaria e/o hanno intenzione di richiederla in futuro (pesi % su stesso settore)

Settore	Ha richiesto moratoria	Ha intenzione di richiedere moratoria
Alloggio	23,1	15,4
Agenzie viaggio	0,0	0,0
Ristorazione	45,9	40,5
Trasporto	33,3	66,7
Totale	38,3	38,3

Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Poco più della metà delle imprese del campione (51,7%) non ha fatto ricorso alla moratoria e non ha intenzione di farlo nei sei mesi successivi alla compilazione del questionario. Sono principalmente aziende che operano nel campo dell'alloggio (69,2%), seguite da quelle della ristorazione (48,6%) e dei trasporti (33,3%). Una percentuale pari al 28,3% delle imprese rilevate, al contrario, ha richiesto e ha intenzione di richiederla nuovamente (ristorazione: 35,1%; trasporti: 33,3%; alloggio: 7,7%), un 10% ne ha beneficiato e non intende far di nuovo ricorso a tale strumento straordinario (alloggio: 15,4%; ristorazione: 10,8%) oppure non ne ha beneficiato ma intende fare la richiesta in futuro (alloggio: 7,7%; ristorazione: 10,4%; trasporti: 33,3%).

7. Andamento del fatturato

La stima fatta dal CRESA sulla base di quanto dichiarato in agosto dalle imprese turistiche facenti parte del campione è di una perdita complessiva del fatturato rispetto alle aspettative pre-Covid -53%.

Sono in particolare i trasporti a denunciare la maggior perdita degli incassi con un -48,2%, dato comunque migliore di quello che si valuta a livello medio nazionale. Secondo una stima elaborata nell'ottobre 2020 dal

Laboratorio di Politica dei Trasporti, infatti, le aziende del settore avrebbero subito un calo del fatturato a livello medio nazionale del 75% nel periodo gennaio-agosto di quest'anno rispetto all'analogo periodo del 2019 e prevedono un'ulteriore contrazione del fatturato del 65% da settembre a dicembre 2020.

Il crollo dei consumi interni, la mancanza di turismo domestico e internazionale, l'incentivazione dello smart working e le misure imposte di contenimento dell'epidemia di Covid-19, hanno determinato un calo senza precedenti del fatturato delle imprese di ristorazione. Per quanto riguarda tale settore dall'indagine effettuata dal CRESA emerge che le imprese hanno registrato nella prima metà di agosto 2020 un calo del fatturato del -59,4% rispetto alle aspettative pre-covid, dato peggiore anche se non perfettamente confrontabile con quello stimato nell'ottobre del 2020 da Coldiretti sulla base dei dati Ismea che si attesta a livello nazionale nel mese di settembre su un decremento annuo di circa 8 miliardi di euro che corrisponde ad un calo del fatturato dell'ordine del -40%.

Assai consistenti anche le perdite dichiarate dal settore alberghiero ed extra-alberghiero. In particolare le imprese del settore dichiarano nella prima metà di agosto 2020 una perdita di fatturato pari al -46,3% rispetto alle aspettative pre-covid, decremento inferiore a quello valutato dal Centro Studi Federalberghi che per il periodo gennaio-settembre stima un -52,0% tendenziale a livello medio nazionale.

Anche l'Istat con un comunicato del 29 dicembre ha fatto il punto della situazione sul movimento turistico nei primi nove mesi dell'anno 2020: dopo anni di crescita costante del settore, i dati provvisori nazionali fanno registrare una contrazione delle presenze (numero di pernottamenti) rispetto allo stesso periodo del 2019 del 50,9% (Abruzzo: -36,9%) in linea con il calo riportato da Eurostat in relazione ai Paesi dell'UE a 27 (-50,0%). In particolare, dopo un incremento delle presenze in Italia nel mese di gennaio (+3,3%), già a partire dal mese di febbraio si rendono visibili gli effetti della pandemia e delle conseguenti misure di contenimento (-5,8%). Nei mesi del lockdown la domanda quasi si azzerava e le presenze nelle strutture ricettive sono appena il 9% di quelle registrate nello stesso periodo del 2019 (marzo: -82,4%; aprile: -95,4%; maggio: -92,9%). A giugno si assiste ad una ripresa degli spostamenti con conseguente timida risalita dei flussi turistici che tuttavia restano fortemente negativi nel confronto con lo stesso mese dell'anno precedente (-79%). Il trimestre estivo (luglio, agosto e settembre) vede ancora un recupero parziale, in particolare nel mese di agosto, e il numero di presenze totali raggiunge il 64% di quelle registrate nel 2019. Se si considera la classificazione dei comuni italiani per densità turistica e vocazione prevalente emerge a livello nazionale che per i comuni di interesse culturale, storico, artistica e paesaggistica la diminuzione è del 54,9%, per quelli a vocazione montana, invece, si registra un calo inferiore alla media nazionale (-29,3%).

Tornando a considerare l'indagine realizzata dal CRESA sulle imprese turistiche della provincia dell'Aquila, si può fare un'analisi considerando le classi di variazione del fatturato alla prima metà di agosto rispetto alle aspettative pre-covid. Più di un quarto delle aziende coinvolte ha dichiarato una perdita superiore al 70% (50% delle imprese di trasporto), quasi il 30% ha ammesso contrazioni di fatturato tra il 21% e il 50% (50% delle aziende che operano nel settore dell'alloggio), il 24% tra il 51% e il 70% (ristorazione: 32,4%) e solo poco più del 20% un calo di minore intensità tra lo 0 e il 20% (alloggio e trasporto: -25% ognuno).

Tab. 7 Imprese del campione per classe di diminuzione del fatturato rispetto alle aspettative pre-covid

Settore	Tra 0 e -20%	Tra -21 e -50%	Tra -51 e -70%	>70%	Totale
Alloggio	25,0	50,0	8,3	16,7	100,0
Ristorazione	16,2	27,0	32,4	24,3	100,0
Trasporto	25,0	12,5	12,5	50,0	100,0
Totale	20,7	29,3	24,1	25,9	100,0

Fonte: CRESA – Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

8. Pratiche aziendali per fronteggiare l'emergenza

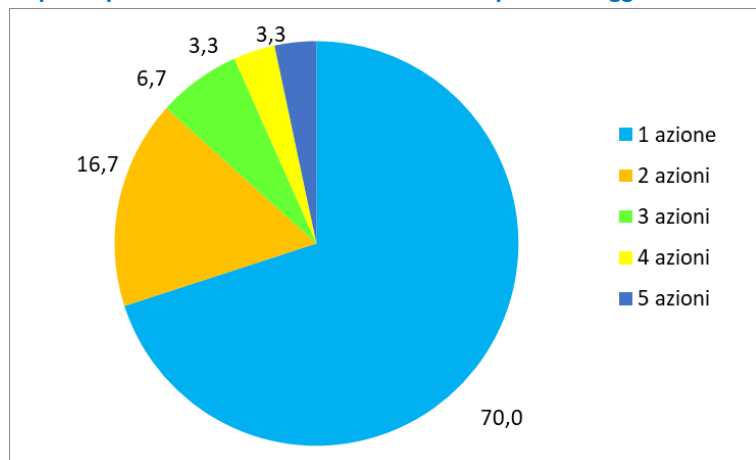
Alle imprese è stato chiesto di indicare quali sono state le principali strategie messe in atto per superare la crisi, scegliendo nell'ambito di una rosa di 10 azioni proposte. Esse sono state distinte in quattro raggruppamenti, differenziati secondo la loro finalità:

1. azioni difensive finalizzate alla riduzione delle spese:
 - riduzione del numero dei dipendenti;
 - annullamento o differimento dei piani di investimento (anche in R&D);
2. trasformazione digitale:
 - accelerazione della trasformazione digitale e maggiore uso di connessioni virtuali;
 - consolidamento dello smart working;
 - modifica e/o ampliamento dei canali di vendita (es. passaggio a e-commerce);
3. riconversioni produttive:
 - produzione di nuovi beni e/o servizi o introduzione di processi produttivi connessi con l'emergenza sanitaria;
 - produzione di nuovi beni e/o servizi o introduzione di nuovi processi produttivi non connessi con l'emergenza sanitaria;
 - investimenti finalizzati alla riconversione/estensione dell'attività produttiva;
4. altre azioni di marketing:
 - diversificazione e/o ampliamento dei mercati esteri;
 - applicazione di riduzioni e/o scontistiche sui prezzi dei beni e dei servizi venduti.

Tra le strategie che le imprese potevano indicare era prevista la modalità "altro", segnalata dal 43,3% delle imprese intervistate come unica opzione, cosicché le strategie messe in atto rimangono indistinte non essendo descritte in maniera specifica. Per un 6,7% delle imprese l'opzione "altro" si aggiunge ad altre azioni svolte ben individuate e descritte.

Tenendo conto che le imprese potevano selezionare anche più di una opzione, il quadro generale delle scelte evidenzia che più di due terzi (70,0%) delle aziende ha adottato una sola azione mentre due azioni sono state messe in atto da una quota inferiore (16,7%). Un numero superiore di azioni è stato effettuato da una quota molto minore per cui si può affermare che le imprese hanno generalmente preferito affidarsi a poche strategie per affrontare la crisi.

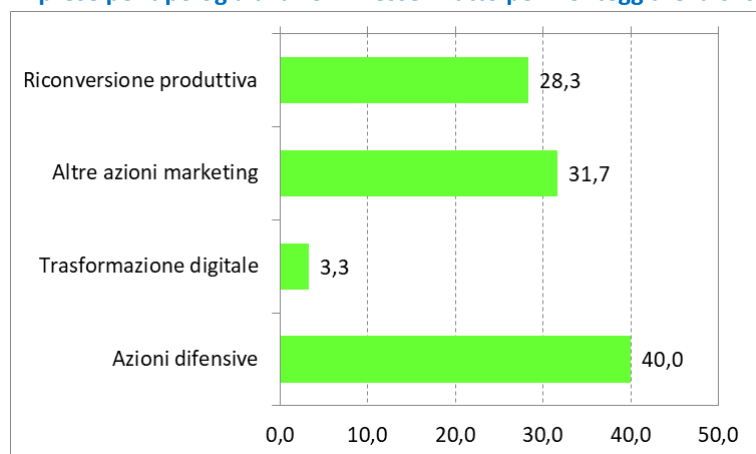
Imprese per numero di azioni messe in atto per fronteggiare la crisi (peso % delle imprese totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Analizzando le tipologie di azioni adottate emerge una maggiore diffusione di imprese che hanno preferito optare per la difesa della posizione acquisita attraverso riduzione del numero di dipendenti e/o differimento/annullamento di piani di investimento (40,0% del totale imprese). Le altre azioni di marketing, quali modifiche dei canali di vendita, diversificazione dei mercati esteri applicazione di sconti sui servizi venduti, sono state adottate dal 31,7% delle imprese intervistate. Azioni di riconversione dell'attività, quali produzione di nuovi servizi o introduzione di nuovi processi connessi o non connessi con l'emergenza sanitaria e la realizzazione di investimenti finalizzati alla riconversione o estensione dell'attività produttiva, sono state messe in atto da una quota di aziende lievemente inferiore (28,3%). Le azioni meno diffuse sono state quelle finalizzate alla trasformazione digitale, quali il consolidamento dello smart working e il maggior uso di connessioni virtuali (3,3%).

Imprese per tipologia di azioni messe in atto per fronteggiare la crisi (peso % su totale imprese)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

In particolare, considerando le singole azioni, emerge che poco più di un quarto delle imprese intervistate (28,3%) ha ridotto il numero dei dipendenti. Diffusione inferiore hanno mostrato la modifica dei canali di vendita (15,0%), l'applicazione di sconti sui prezzi dei servizi venduti (15,0%) e la produzione di servizi o introduzione di processi connessi con l'emergenza sanitaria (13,3%). Leggermente meno diffuse sono risultate la produzione di servizi o introduzione di processi non connessi con l'emergenza sanitaria (11,7%)

e il differimento/annullamento di piani di investimento (11,7%). Emerge in particolare che lo smart working, pur essendo stato adottato da alcune imprese (vedi paragrafo sullo smart working) non è stato considerato quale azione strategica per affrontare la crisi.

Imprese per azioni messe in atto per fronteggiare la crisi (peso % su totale imprese)

Azioni messe in atto	Imprese
Riduzione numero dipendenti	28,3
Modifica/ampliamento canali di vendita	15,0
Applicaz. riduzioni/scontistiche su prezzi dei beni/servizi venduti	15,0
Produz. nuovi beni/servizi o introd. proc. prod. conn. emergenza	13,3
Produz. nuovi beni/servizi o introd. proc. prod. NON conn. emergenza	11,7
Differimento annullamento di piani di investimento	11,7
Investimenti finalizzati a riconversione/estensione attività prod.	3,3
Acceleraz./trasformaz. digitale, maggior uso connessioni virtuali	3,3
Diversificazione e ampliamento dei mercati esteri	1,7
Consolidamento dello smart working	0,0

Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

È stato chiesto alle imprese di indicare, in funzione degli attuali scenari economici, le principali strategie che intendevano mettere in atto nei 6 mesi successivi alla rilevazione al fine di superare la crisi. A questo proposito venivano indicate 9 azioni selezionabili che possono essere distinte in raggruppamenti differenziati in base alla finalità:

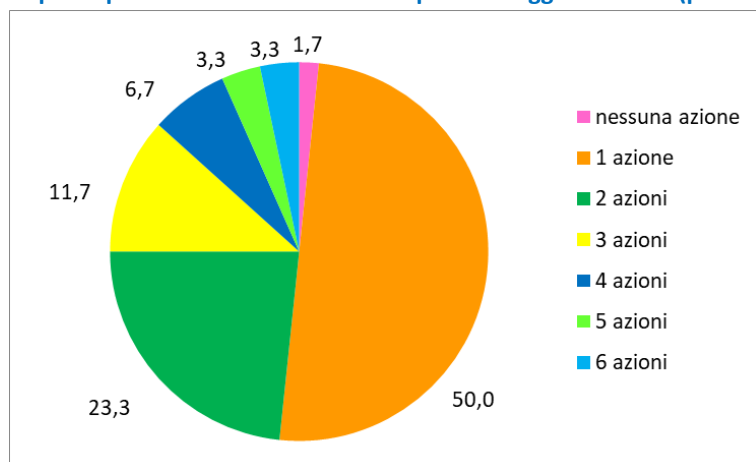
1. azioni difensive finalizzate alla riduzione delle spese
 - riduzione dei costi fissi
2. trasformazione digitale
 - consolidare lo smart working e riorganizzare l'attività aziendale
 - implementare la trasformazione digitale
3. azioni di marketing
 - ampliare i target di mercato
 - diversificare i mercati esteri
 - diversificare il paniere beni/servizi venduti
 - applicare riduzioni o scontistiche sui prezzi dei beni e dei servizi venduti
4. aspettare il ritorno alla normalità
5. chiusura dell'attività

Tra le strategie future che le imprese potevano indicare era prevista la modalità "altro", segnalata dal 15,0% delle imprese intervistate come unica opzione, cosicché le strategie previste per il futuro rimangono indistinte non essendo descritte in maniera specifica. Per un ulteriore 10,0% delle imprese l'opzione "altro" si aggiunge ad altre azioni future ben individuate e descritte.

Considerando che le imprese potevano selezionare anche più opzioni, il quadro delle scelte future evidenzia che metà delle aziende intervistate prevede di adottare una sola azione mentre due o tre azioni saranno messe in atto da quote inferiori di imprese (rispettivamente 23,3% e 11,7%). Combinazioni di quattro o più azioni future saranno effettuate da una quota molto minore di imprese per cui si può affermare che anche per il futuro le imprese generalmente preferiscono affidarsi a poche strategie per affrontare la crisi.

È interessante notare che è stata rilevata anche una percentuale limitatissima di imprese (1,7%) che hanno affermato che non metteranno in atto alcuna azione strategica.

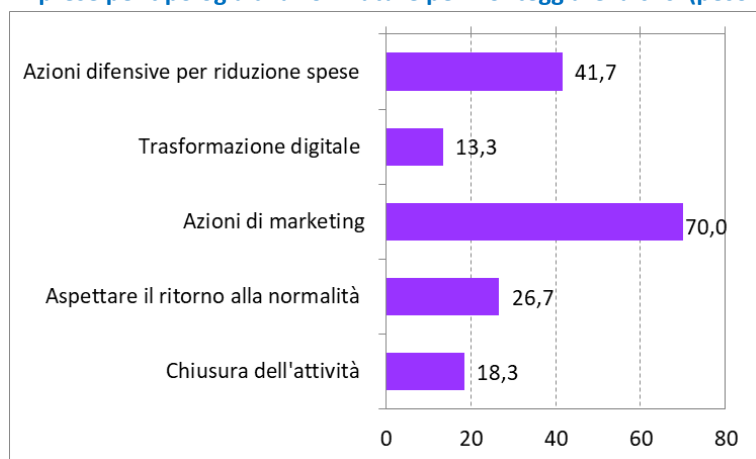
Imprese per numero di azioni future per fronteggiare la crisi (peso % delle imprese totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Considerando le azioni programmate per il futuro secondo la tipologia, si evidenzia che tra le imprese sono maggiormente diffuse le azioni di marketing, quali l'ampliamento del target di mercato, la diversificazione dei mercati esteri e del paniere dei servizi venduti, l'applicazione di sconti sui prezzi dei servizi venduti, che vengono dichiarate dal 70,0% delle imprese intervistate. Il 41,7% delle aziende ha affermato che attuerà azioni difensive finalizzate alla riduzione delle spese, quali la riduzione dei costi fissi. La trasformazione digitale conferma il minore successo già emerso precedentemente, considerando che verrà messa in atto dal solo 13,3% delle imprese intervistate.

Imprese per tipologia di azioni future per fronteggiare la crisi (peso % su totale imprese)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

L'attesa della normalità" è stata indicata come unica opzione dal 6,7% delle imprese, evidenziando un atteggiamento passivo contraddistinto dalla mancata adozione di qualunque genere di azione. Un altro 20,0% di imprese, invece, accompagna anche l'adozione di azioni specifiche all'attesa della normalità per cui essa può rappresentare l'espressione di un atteggiamento comunque positivo e segnato dalla speranza del ritorno a una situazione di stabilità.

L'opzione "chiusura dell'attività" è stata indicata come unica opzione dal 10,0% delle imprese, evidenziando una decisione ormai definitiva. Diversamente, per un altro 8,3% anche altre azioni accompagnano la scelta della chiusura per cui si può desumere che essa venga valutata come "extrema ratio" in caso di mancato

successo delle azioni segnalate.

9. Fabbisogni

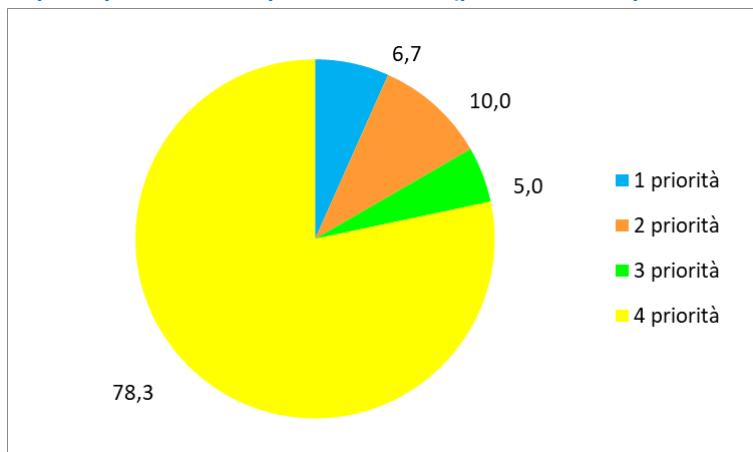
Alle imprese è stato chiesto di indicare le necessità aziendali alle quali potrebbe sopperire la Camera di Commercio scegliendo tra quattro opzioni e segnalando una scala di priorità (dal grado più elevato pari a 1 a quello più basso pari a 4).

Le possibili azioni realizzabili dalla Camera di Commercio tra le quali scegliere sono:

- agevolazione per l'accesso al credito;
- contributi a fondo perduto;
- attività di formazione/informazione;
- attività di laboratorio micro-biologico.

Il numero massimo di priorità (4) è stato indicato dalla maggioranza delle imprese rispondenti (78,3%) mentre numeri inferiori di priorità sono stati dichiarati da quote molto più basse di imprese, considerando che una sola oppure due o tre priorità sono state indicate rispettivamente dal 6,7%, 10,0% e 5,0% delle aziende intervistate.

Imprese per numero di priorità indicate (peso % delle imprese totali)

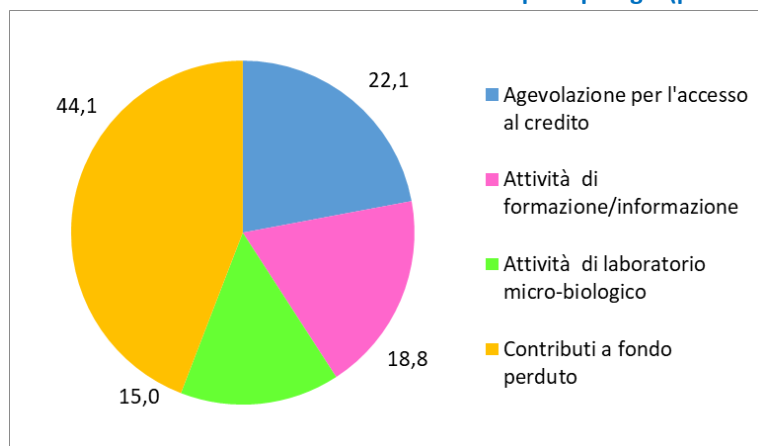


Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Tra le azioni realizzabili dalla Camera di Commercio quella che viene più diffusamente considerata priorità dalle aziende intervistate è la concessione di contributi a fondo perduto che totalizza il 44,1% delle segnalazioni. Tale valore è legato anche al fatto che molte aziende hanno attribuito a questa azione non uno ma contemporaneamente più gradi di priorità, a ribadire in maniera rafforzativa il suo carattere indispensabile e urgente.

Per numero di segnalazioni raccolte si attestano nelle posizioni successive la concessione di agevolazioni per l'accesso al credito (22,1% del totale) e l'attività di formazione/informazione (18,8%) mentre segue con un certo distacco l'attività del laboratorio microbiologico (15,0%).

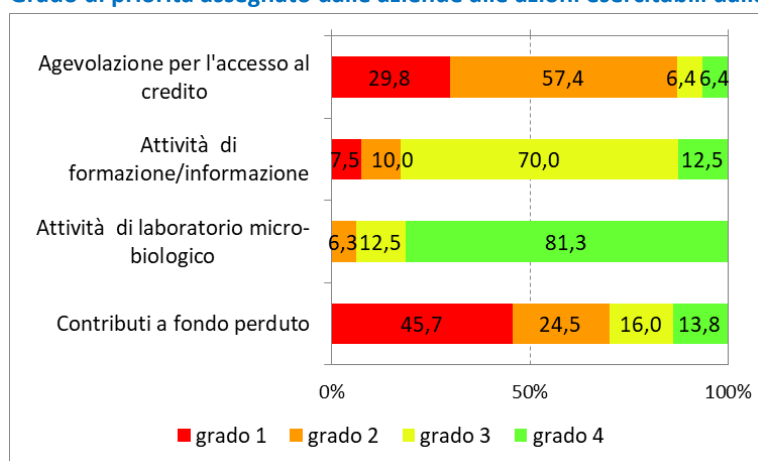
Azioni esercitabili dalla Camera di Commercio per tipologia (peso % sulle segnalazioni totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Il grado di priorità attribuito alle singole azioni è molto diverso: mentre la concessione di contributi a fondo perduto è considerata indispensabile (priorità di grado 1) da poco meno della metà delle imprese che l'hanno indicata (45,7%), la concessione di agevolazioni per favorire l'accesso al credito è ritenuta di grado immediatamente inferiore, dato che la priorità di grado 2 totalizza quasi il 60%. L'attività di formazione e/o informazione registra nella maggior parte dei casi la priorità di grado 3 (70,0% delle imprese che l'hanno segnalata) mentre all'attività del laboratorio microbiologico è attribuita nella maggioranza dei casi (81,3%) la priorità più bassa della scala.

Grado di priorità assegnato dalle aziende alle azioni esercitabili dalla Camera di Commercio (peso %)

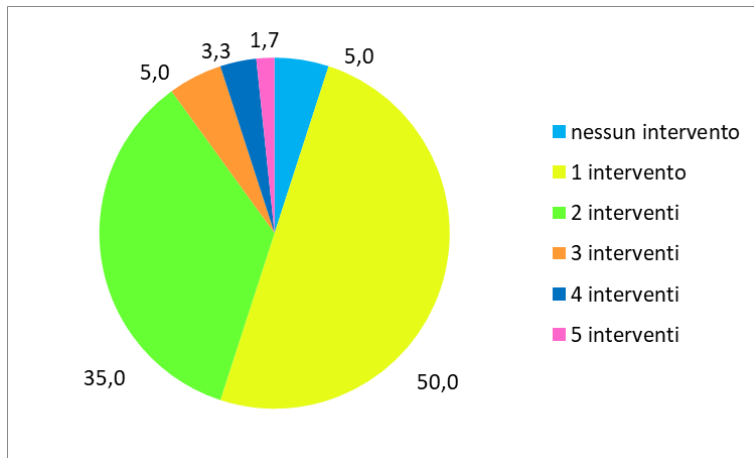


Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Alle imprese è stato chiesto di indicare gli interventi che le esse avrebbero intenzione di effettuare utilizzando gli eventuali contributi a fondo perduto.

Il 5,0% delle imprese rispondenti non ha indicato alcun utilizzo dei contributi a fondo perduto. Analizzando l'ampiezza dell'utilizzo del fondo perduto, intesa come numerosità di utilizzazioni che il contributo andrebbe a finanziare, si osserva che la metà delle imprese (50,0%) coprirebbe una sola necessità e poco più di un terzo (35,0%) coprirebbe due necessità. Un numero maggiore di necessità (da 3 a 5) sarebbe coperto da un numero molto inferiore di aziende (in totale il 10%).

Imprese per numero di interventi realizzabili con il fondo perduto (peso % delle imprese totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Gli utilizzi del contributo a fondo perduto proposti nel questionario sono 5 e possono essere raggruppati in 2 tipologie:

1. tipologia connessa all'emergenza coronavirus:

- sanificazione di locali, macchinari e attrezzature;
- riorganizzazione della logistica interna/layout per ottemperare alle misure di legge;
- effettuazione di tamponi;

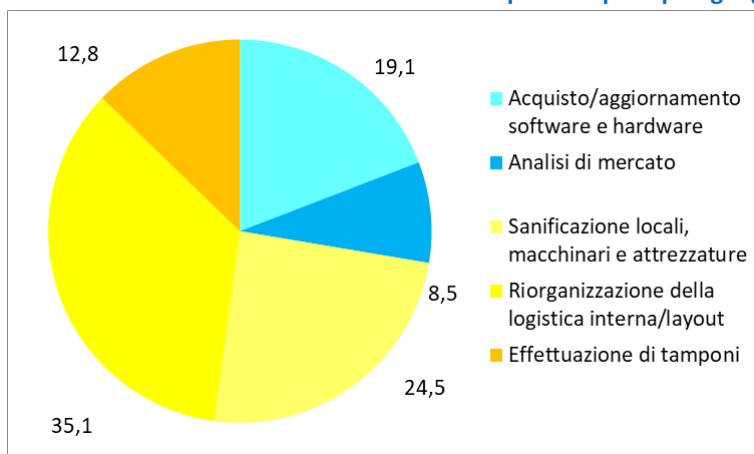
2. tipologia generica:

- acquisto e/o aggiornamento degli strumenti informatici (software e/o hardware);
- analisi di mercato.

I dati raccolti ci permettono di affermare che le segnalazioni di possibili utilizzi manifestate dalle imprese riguardano in circa 7 casi su 10 interventi divenuti necessari a causa della pandemia mentre quelle riguardanti gli interventi generici sono molto meno frequenti.

L'intervento che potrebbe riscuotere il maggiore successo è la riorganizzazione della logistica interna (layout) per ottemperare alle misure di legge (35,1% delle segnalazioni totali) seguito dalla sanificazione dei locali, dei macchinari e delle attrezzature (24,5%).

Interventi realizzabili con contributo a fondo perduto per tipologia (peso % sulle segnalazioni totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

9.1 Fabbisogni formativi

Alle imprese è stato chiesto di indicare le tipologie di corsi che potrebbero rispondere alle necessità di formazione del personale aziendale.

Le 16 tipologie di corsi proposti possono essere suddivise in quattro raggruppamenti:

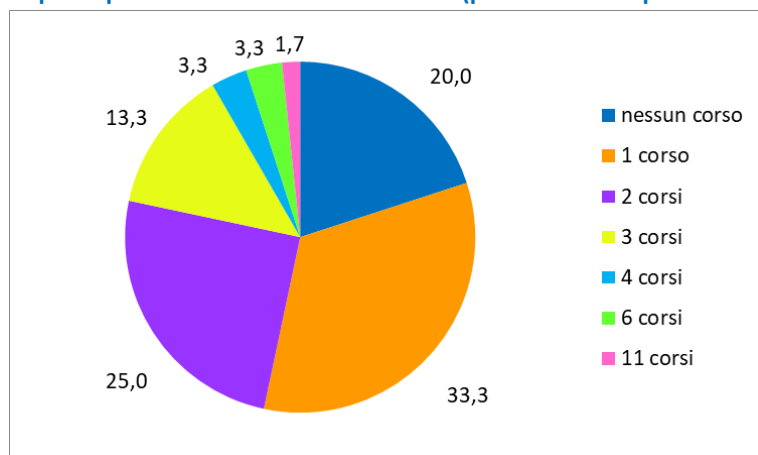
1. Area amministrazione e gestione:
 - figura del responsabile amministrativo in azienda;
 - regolamentazione dell'anticorruzione;
 - misure a favore delle Imprese e delle Partite IVA;
 - gestione della crisi aziendale;
2. Area marketing e vendite:
 - potenziamento linguistico livello base;
 - approfondimento linguistico in ambito amministrativo e business;
 - internazionalizzazione analisi delle opportunità per le imprese;
 - riposizionamento dell'azienda sui mercati sbocco;
3. Area ambiente:
 - gas ad effetto serra - impronta climatica dei prodotti;
 - strumenti di conformità del Green Public Procurement;
 - figura del responsabile ambientale in azienda;
4. Area innovazione:
 - cyber security;
 - block chain;
 - industria 4.0;
 - smart working;
 - e-commerce.

È emerso che il 6,7% delle imprese turistiche intervistate non è interessato ad alcuno dei corsi proposti, cioè le imprese non hanno, o ritengono di non avere, alcuna necessità di formazione, sebbene quest'ultima potrebbe essere fondamentale per garantire ad esse l'aggiornamento del personale e l'adozione di metodologie utili per l'adeguamento dell'attività alle nuove sfide del mercato, soprattutto in questo periodo di forte trasformazione dovuta alla pandemia da Covid-19.

Emerge, inoltre, che il 13,3% delle imprese intervistate ha ritenuto che nessuna delle tipologie di corsi offerti dall'agenzia sia utile al soddisfacimento delle loro esigenze formative e hanno dichiarato di avere bisogno di altri corsi, pur non specificandone le caratteristiche o le tematiche.

Tenendo conto che abbiamo definito "non interessate" quelle imprese che non hanno indicato alcun corso o che hanno indicato solo la tipologia "altro" (complessivamente il 20,0% del totale), il restante 80,0% delle imprese coinvolte nella rilevazione ha espresso una necessità di formazione che potrebbe essere soddisfatta da almeno uno dei corsi proposti dall'Agenzia. Esse mostrano una diversa dimensione delle loro necessità, intesa come numero di corsi ai quali esse sono interessate. Emerge, infatti, che il 33,3% del totale è interessato a un corso, il 25,0% a due corsi, il 16,6% a 3-5 corsi, il 5,0% è interessato ad almeno 6 corsi.

Imprese per numero di corsi di interesse (peso % delle imprese totali)



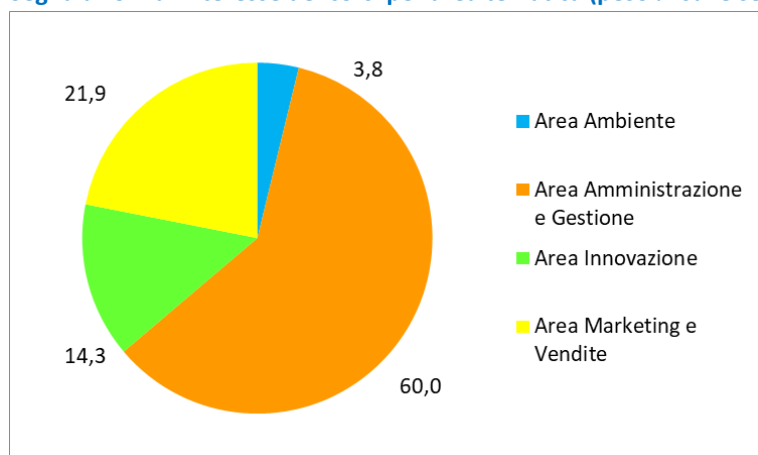
Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Avendo raggruppato in quattro aree tematiche le 16 tipologie di corso proposte dall'agenzia, è possibile individuare quelle più richieste.

Risulta fondamentale sottolineare che, come emerso precedentemente, ogni impresa aveva la possibilità di indicare anche più di un corso di interesse, motivo per il quale la somma di tali segnalazioni è maggiore del numero di imprese interessate ai corsi proposti dall'Agenzia. Per questo motivo, nel prosieguo si farà riferimento alle indicazioni conteggiate e non alle imprese interessate.

I corsi appartenenti all'area Amministrazione e Gestione hanno ottenuto il maggiore riscontro tra le imprese contattate avendo raccolto più della metà delle segnalazioni di interesse (60,0%). I corsi appartenenti all'area Marketing e Vendite hanno contato poco meno di un quarto delle segnalazioni (21,9%) mentre quelli dell'Area Innovazione hanno riscosso un successo inferiore (14,3% delle indicazioni) e quelli relativi all'Area Ambiente hanno registrato il minore riscontro (3,8%).

Segnalazioni di interesse dei corsi per area tematica (peso % sulle segnalazioni totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia

Tra i corsi dell'area Amministrazione e Gestione quelli relativi alle "misure a favore delle imprese e delle partite IVA" hanno riscosso il maggiore successo con il più alto numero assoluto di manifestazioni di interesse (25,7% del totale). Seguono i corsi relativi alla "gestione della crisi aziendale" che sono stati richiesti dal 23,8% delle

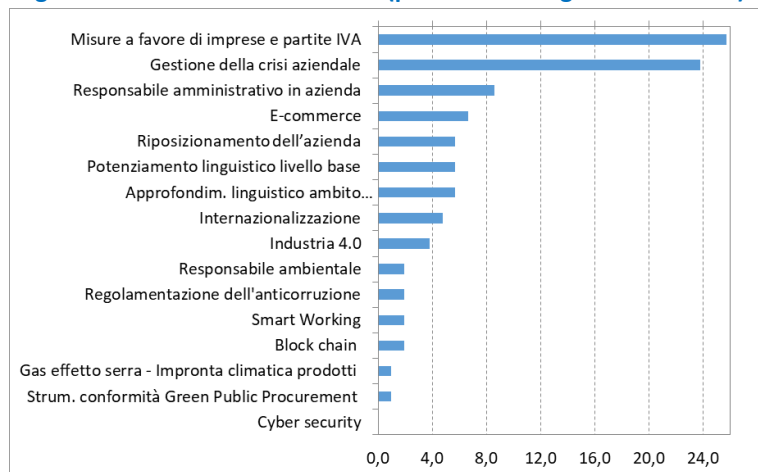
segnalazioni. Tra tutte le 16 tipologie di corsi proposte dall’Agenzia le due citate sono quelle che hanno avuto il gradimento maggiore, presumibilmente perché le imprese li ritengono utili per acquisire le informazioni e le competenze necessarie per poter superare nel modo migliore il periodo di crisi dovuto alla pandemia dovuta al Covid-19 accedendo alle misure disponibili a favore delle imprese e delle partite iva.

In seconda posizione si riscontra l’area Marketing e Vendite che ha raccolto il 21,9% delle manifestazioni di interesse che si sono distribuite senza grandi differenze tra le quattro tipologie di corsi che ne fanno parte. I corsi appartenenti all’area Innovazione sono nella posizione successiva in ordine di gradimento con il 14,3% delle preferenze. Non è un segnale particolarmente positivo perché testimonia una limitata voglia (o possibilità) delle imprese di innovare. Sarebbe un’opportunità per aggiornare le loro modalità lavorative, procedure produttive e di vendita, accedendo tramite il web a canali di sbocco innovativi e redditizi, che possano favorire la competitività sui mercati internazionali e la sopravvivenza economica. Tra le tipologie di corsi appartenenti all’area ha riscosso il maggiore successo quella relativa all’e-commerce con il 6,7% delle preferenze totali.

I corsi dell’area Ambiente sono risultati i meno richiesti dalle imprese intervistate considerando che hanno raccolto solo il 3,8% delle manifestazioni di interessi. Tra di essi la tipologia preferita è quella relativa alla figura del responsabile ambientale. Il limitato successo di questo raggruppamento è un segnale di ridotto interesse nei confronti della tematica ambientale che in questo periodo ha invece assunto così grande rilievo nell’ambito dell’economia.

Nella tabella successiva è riportato il peso percentuale che le singole tipologie di manifestazioni di interesse hanno totalizzato rispetto al totale.

Segnalazioni di interesse dei corsi (peso % sulle segnalazioni totali)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d’Italia

9.2 Fabbisogni di analisi di laboratorio

Alle imprese intervistata è stato chiesto di indicare le tipologie di analisi che potrebbero rispondere alle necessità aziendali.

Le 8 tipologie di analisi proposte possono essere suddivise in due raggruppamenti:

1. Area ambientale:

- analisi dei terreni;

- analisi delle acque di scarico;
- analisi delle acque potabili;
- analisi dei rifiuti

2. Area alimentare:

- analisi microbiologiche sugli alimenti;
- etichettatura dei prodotti alimentari;
- analisi per l'esportazione di prodotti alimentari;
- analisi per le adulterazioni di prodotti alimentari.

Dai risultati del questionario è emerso che il 28,3% delle imprese non è interessato ad analisi di laboratorio, le imprese cioè non hanno risposto alla domanda dichiarando implicitamente che non necessitano (o pensano di non necessitare) di alcuna tipologia di analisi di laboratorio.

Emerge, inoltre, che il 35,0% delle imprese, avendo selezionato solo la tipologia "altro", ha dichiarato di avere bisogno di qualche tipologia di analisi di laboratorio ma non la rinviene tra quelle offerte dall'agenzia, evidenziando così un'esigenza di analisi abbastanza diffusa, ma finora non soddisfatta dal laboratorio, che potrebbe essere un bacino di utenza potenziale ancora da esplorare.

Considerando congiuntamente le imprese "non interessate", cioè che non hanno risposto alla domanda, insieme a quelle "non soddisfatte", cioè che hanno dichiarato il loro interesse verso altre tipologie di analisi residua il 36,7% delle imprese intervistate che ha espresso un interesse nei confronti di qualche tipologia di analisi condotta dal laboratorio merceologico.

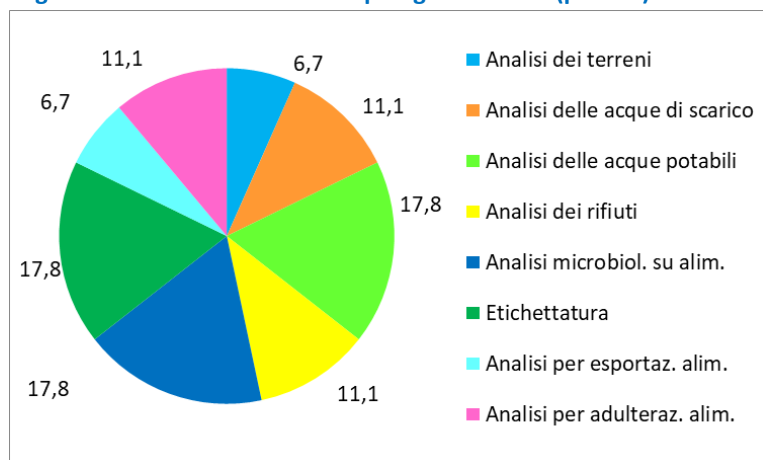
Esse mostrano esigenze di diversa entità per il fatto che hanno segnalato un diverso numero di tipologie di analisi necessarie all'attività aziendale, cosicché la somma delle manifestazioni di interesse è maggiore del numero di imprese "interessate". Tra le imprese interessate alle analisi effettuate dal laboratorio, infatti, il 36,4% ha espresso interesse per una sola tipologia e il 40,9% per due tipologie. Inoltre, il 13,6% delle imprese ha segnalato 3 analisi di interesse mentre quelle che hanno espresso la propria preferenza per 5 tipologie di analisi sono pari al 9,1%.

Considerando che le tipologie di analisi sono state raggruppate in due aree tematiche principali, emerge che quella più richiesta è l'Area alimentare, alla quale si riferisce il 53,3% delle manifestazioni di interesse raccolte mentre all'Area ambientale si riferisce il restante 46,7%.

Nell'ambito dell'Area ambientale emerge come preferita la tipologia relativa all'analisi delle acque potabili (17,8% delle segnalazioni pervenute) rispetto alle altre che mostrano valori inferiori (analisi sui rifiuti: 11,1%; analisi sulle acque di scarico: 11,1%; analisi sui terreni: 6,7%).

Tra le analisi dell'area alimentare sono maggiormente richieste quelle relative all'etichettatura dei prodotti alimentari e quelle microbiologiche sugli alimenti (entrambe 17,8% del totale). Hanno registrato un minore riscontro le analisi relative alle adulterazioni dei prodotti alimentari (11,1%) e quelle per l'esportazione degli alimenti (6,7%).

Segnalazioni di interesse delle tipologie di analisi (peso %)



Fonte: elaborazione CRESA Centro Studi Agenzia per lo Sviluppo della Camera di Commercio del Gran Sasso d'Italia