

# SALERNOPOST

Newsletter trimestrale di Promos Italia  
per le imprese della Camera di Commercio di Salerno



## IN QUESTO NUMERO

digitexport.it

### Lead generation per conquistare i mercati esteri

Come si reperiscono le informazioni relativi ai distributori ed ai buyer? Innanzitutto è utile rivolgersi alle agenzie specializzate come Promos Italia, di cui la Camera di commercio di Salerno è socia, che offrono servizi...

mglobale.it

### Turismo in Italia

Secondo il Brief Cdp, con un contributo diretto, indiretto e indotto di circa 200 miliardi di euro (pari al 10% del PIL nazionale) e impiegando 2,7 milioni di persone (11% del totale occupati), il turismo è uno dei settori chiave...

Editoriale del Presidente Andrea Prete.

Agrifood Future Forum, Salerno protagonista.

La lead generation per conquistare i mercati esteri: non solo online.

Turismo in Italia: quale futuro dopo l'estate?



Leggi il Programma internazionalizzazione 2023:  
<https://www.sa.camcom.it/notizie/programma-in-ternazionalizzazione-2023>



## Editoriale del Presidente

Il tema del cibo è stato al centro della prima edizione dell'evento Agrifood Future, con contenuti inerenti diversi aspetti quali l'innovazione, l'alimentazione, la salute, la sostenibilità, il turismo, la cultura, l'economia e i mercati. L'ecosistema del food, infatti, è il principale datore di lavoro al mondo (con una forza lavoro attiva su tre) e svolge quindi un ruolo fondamentale nella promozione della crescita economica. Ripensare il sistema del cibo, anche in considerazione delle tendenze di forte crescita demografica globale, significa affrontare una grande complessità socio-economica e culturale.

Agrifood Future è stata l'occasione di confrontare studi e dibattere sulle possibili vie da prendere per riorganizzare le modalità di produzione, per creare nuovi alimenti, per orientare diversamente la cultura alimentare, per ridurre lo spreco, per aumentare la qualità del cibo, per non ridurre le rese in campo, per tutelare la biodiversità, per ridurre i consumi di acqua e di suolo, per tutelare i lavoratori.

Occasione di confronto libero ed aperto, quindi, focalizzato sulla diffusione degli studi e della ricerca più avanzata, con l'obiettivo di ampliare le conoscenze e aprirsi al raffronto tra posizioni differenti.

Un comparto, quello dell'agroalimentare, che in Italia, a giugno 2023, contava 760.673 imprese, capace di generare un valore aggiunto di oltre 60 miliardi di euro, terzo paese in Europa dopo Germania e Francia e secondo per peso specifico sul totale dell'economia, dopo la Spagna.

La scelta di Salerno quale location dell'evento è riconducibile al peso che il comparto agroalimentare riveste nell'economia del territorio, rispetto ad altre realtà del Paese.

Con quasi 2,3 miliardi di euro, Salerno è la sesta provincia in Italia per valore dell'export agroalimentare (dopo Cuneo, Verona, Milano, Bologna, Parma): è la prima, se consideriamo solo il Centro e il Mezzogiorno.

L'incidenza dell'agroalimentare nel tessuto economico provinciale, in termini di fatturato, è tre volte quello medio nazionale: a Salerno è del 10,4% sul totale mentre in Italia è il 3,5%. Analoga considerazione vale per la produttività ossia il fatturato per addetto delle unità locali dell'industria alimentare: fatto 100 il numero indice del totale economia di riferimento, l'agroalimentare a Salerno è pari a 212 mentre in Italia è 179.

Salerno conta ben 16 prodotti a marchio DOP e IGP e si distingue anche per essere il territorio con il maggior numero di produzioni svolte esclusivamente in provincia.

---

Con quasi 2,3 miliardi di euro, Salerno è la sesta provincia in Italia per valore dell'export agroalimentare. È la prima se consideriamo solo il Centro e il Mezzogiorno.

---

Si tratta del carciofo di Paestum, dell'olio del Cilento, della colatura di alici di Cetara, dell'olio delle Colline salernitane, del fico bianco del Cilento, del limone Costa d'Amalfi, dei marroni di Roccadaspide, della nocciola di Giffoni e della rucola della Piana del Sele. Salerno, infine, con il suo incantevole territorio, è anche il luogo che preserva la biodiversità ambientale e culturale del cibo, riferimento imprescindibile della Dieta Mediterranea.

Abbiamo ritenuto quindi che proprio da questi luoghi iconici, dove le forti tradizioni fondano l'identità socio-culturale, è possibile guardare al futuro del cibo.

I numeri delle presenze, dei panel, e dei relatori registrati nel corso dell'evento confermano l'intuizione che Salerno può essere un contesto adeguato in cui consolidare il progetto, replicabile su scala nazionale, per il supporto e la diffusione di processi di innovazione all'interno del sistema agrifood locale, in connessione con quello regionale, nazionale, europeo ed internazionale, che offre servizi strategici per le PMI di accompagnamento alle innovazioni di prodotto, open innovation, internazionalizzazione e supporto all'accesso al credito e ai fondi agevolati.

Noi siamo pronti ad accogliere ogni forma di contributo, di sostegno, di supporto per un progetto che intendiamo consolidare e mettere a servizio del Paese e di tutti i territori italiani con le loro peculiarità. In questo senso Agrifood Future non deve essere inteso solo come un evento celebrativo annuale, ma come un concreto laboratorio permanente di innovazione e di sviluppo.

**Andrea Prete,**  
Presidente Unioncamere e Camera di  
Commercio Salerno



## Agrifood Future Forum Salerno protagonista

La prima edizione dell'Agrifood Future Forum, tenutasi a Salerno dal 16 al 20 settembre, si è conclusa con oltre 2000 presenze.

La kermesse salernitana sul futuro dell'industria agroalimentare, organizzata da Unioncamere e Camera di Commercio di Salerno, con il contributo della Regione Campania, la collaborazione del Comune di Salerno e il patrocinio della Provincia di Salerno, dei Ministeri dell'Agricoltura; dell'Ambiente; della Sovranità Alimentare e delle Foreste; dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica; delle Imprese e del Made in Italy e degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ha visto la partecipazione di autorevoli cariche istituzionali ed esperti del settore agroalimentare, tra cui il Presidente di Camera di commercio di Salerno e Unioncamere, Andrea Prete; il Presidente di Promos Italia Giovanni Da Pozzo, il Presidente di Confagricoltura Massimiliano Giansanti e il Segretario Generale di Coldiretti Vincenzo Gesmundo. Presenti anche Chiara Corbo, Direttrice Osservatori Smart Agrifood e Food Sustainability al Politecnico di Milano e Roberta Garibaldi, Presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico e vicepresidente dell'Ocse comitato turismo.

L'obiettivo dell'iniziativa è stato confrontarsi e riflettere sui trend del settore e fare il punto sulle novità.

L'ampio programma ha visto il coinvolgimento di oltre 70 relatori e l'organizzazione di 21 panel, 2 seminari e più di 100 ragazzi coinvolti nella summer school.

Nel corso dell'iniziativa sono stati presentati alcuni importanti report dedicati al mondo del food, tra questi il "Rapporto Turismo Enogastronomico e Sostenibilità", curato da Roberta Garibaldi, ha evidenziato da un lato il cambiamento della domanda, con un consumatore sempre più orientato verso una condotta sostenibile che porta a scelte precise di destinazione, attività svolte e conseguenze socio-ambientali.

Questo impone un cambio di passo a livello di visione strategica dell'offerta. Si avverte infatti il bisogno di azioni politiche in grado di gestire i flussi in modo più sostenibile, rilanciare in ottica green e social le economie del cibo dalla produzione al consumo, in sostanza, passare all'azione.

Agrifood Future Forum ha rappresentato anche l'occasione giusta per conferire il "premio alla carriera" ad Alfonso e Livia Iaccarino, con la seguente motivazione "per aver diffuso la cultura dell'alimentazione mediterranea in tutto il mondo e per aver rilanciato il territorio campano quale hub alimentare a livello internazionale, contribuendo allo sviluppo di tutto il sistema imprenditoriale. Grazie al lavoro di tutta la famiglia Iaccarino, pionieri della valorizzazione della biodiversità in tavola e attenti alla salute del pianeta e dei consumatori, grandi passi avanti sono stati fatti."

Dopo il successo dell'edizione 2023, l'obiettivo della Camera di commercio di Salerno e del suo Presidente, Andrea Prete, è rendere Agrifood Future un appuntamento annuale di riferimento per la città di Salerno e per tutto il settore agroalimentare nazionale.



L'importanza di affrontare il tema del food è determinato anche dal fatto che nei prossimi anni la popolazione mondiale è destinata a crescere ed il sistema agroalimentare deve evolversi per garantire a tutti l'accesso a risorse fondamentali come il cibo.

Per questo motivo è importante investire, valorizzare e creare dei contesti in cui si possa discutere dell'innovazione, della digitalizzazione e della transizione ecologica nel settore agroalimentare: tutte leve che lo renderanno resiliente nei confronti dei cambiamenti dei prossimi anni.

Nell'edizione 2024, la cui data è ancora da individuare, sono previste alcune importanti novità, tra queste una dedicata ai giovani. La Camera di Commercio di Salerno, infatti, metterà a disposizione degli studenti una borsa di studio che premierà le tesi universitarie più innovative nel settore agritech.



## SALERNOPOST

**Newsletter trimestrale di Promos Italia  
per le imprese della Camera di Commercio di  
Salerno**

**DIREZIONE E REDAZIONE**  
Camera di commercio di Salerno  
Via Generale Clark, 19-21 - 84131 Salerno

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Andrea Prete

**REDATTORE CAPO**  
Raffaele De Sio

**REDAZIONE**  
Tommaso D'angelo, Gerardo Milito, Matteo Zilocchi

**REALIZZAZIONE GRAFICA**  
Today® / todaystudio.it

**COLLABORATORI**  
Irene Giannattasio, Domenico Clemente



 digitexport.it

## La lead generation per conquistare i mercati esteri: non solo online

Come si reperiscono le informazioni relativi ai distributori ed ai buyer? Innanzitutto è utile rivolgersi alle agenzie specializzate come Promos Italia, di cui la Camera di commercio di Salerno è socia, che offrono servizi relativi a liste di buyer e distributori nonché, su richiesta specifica, servizi di primo contatto ed invio del company profile con restituzione di un report relativamente al feed-back ricevuto.

E' poi importante essere presenti nelle directory che vengono consultate dai buyer e dagli operatori del settore: ve ne sono diverse nel mercato e sono uno strumento di lavoro per i responsabili degli acquisti; tra le altre, citiamo Europages ed i servizi per il marketing degli acquisti delle società di informazioni commerciali come Kompass e Dun&Bradstreet. Le directory online sono raccolte di schede aziende di diversi Paesi raggruppate per settori: dalla pagina iniziale si ha accesso alle macro-categorie, poi si sceglie la categoria di riferimento e si imposta la query di ricerca ad esempio per volume di fatturato, n. dipendenti e Paesi di export. La scheda azienda può contenere diverse informazioni, dalla ragione sociale alla sede legale ed operativa, ai Paesi in cui già si esporta, ai prodotti offerti; vi sono poi sezioni che l'azienda può completare (ed è assolutamente consigliabile) con dati che fanno capire da subito qual è il tratto distintivo del fornitore/esportatore, come ad esempio la presenza della funzione ricerca e sviluppo indicando il numero di ingegneri o chimici o altro a seconda del settore, oppure i livelli di customizzazione o altro che identificano la specificità dell'azienda.

Il buyer fa continuamente scouting di nuovi fornitori, ma resta pochissimi secondi sulla singola scheda aziendale...

[▶ Continua a leggere online](#)



<https://digitexport.promositalia.camcom.it/promuovere-e-vendere/i-nuovi-esportatori-cosa-deve-sapere-l-azienda-italiana-che-si-affaccia-all-export.kl#>



 mglobale.it

## Turismo in Italia: quale futuro dopo l'estate?

Secondo il Brief Cdp, con un contributo diretto, indiretto e indotto di circa 200 miliardi di euro (pari al 10% del PIL nazionale) e impiegando 2,7 milioni di persone (11% del totale occupati), il turismo è uno dei settori chiave dell'economia nazionale.

Una filiera strategica anche per la proiezione internazionale dell'Italia: la spesa di turisti stranieri nel Paese (44 miliardi di euro nel 2022) rappresenta la prima voce dell'export italiano di servizi (38% del totale).

Questa estate ha visto oltre 100 milioni di presenze di turisti stranieri (pernottamenti negli esercizi ricettivi tra giugno e agosto, probabile nuovo record nazionale) mentre le presenze di turisti italiani risulterebbero in calo rispetto al 2022.

Sono sempre più i turisti stranieri, in particolare americani, a trainare la stagione estiva. Questa tendenza è in corso da almeno due decenni: dal 2003 le presenze estive di stranieri sono cresciute del +54% a fronte di un calo del -7% in quelle di italiani. La ragione sembra essere principalmente di carattere economico: di fronte alla contrazione del potere d'acquisto, i turisti italiani avrebbero preferito destinazioni estere meno costose o ridotto i giorni di vacanza.

Nel 2023, il tasso di variazione annuo dei prezzi nel turismo è stato di più di 3 punti percentuali superiore al tasso di inflazione. Il rincaro ha riguardato tutte le voci del paniere turistico ed è stato particolarmente accentuato per il trasporto aereo domestico.

[▶ Continua a leggere online](#)



<https://mglobale.promositalia.camcom.it/analisi-di-mercato/tutte-le-news/turismo-in-italia-quale-futuro-dopo-l-estate.kl>