

# SALERNOPOST

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



## IN QUESTO NUMERO

mglobale.it

### Agrifood Future

Il "sistema food" è uno dei principali motori di cambiamento dell'ecosistema del mondo ed è allo stesso tempo profondamente colpito da grandi cambiamenti climatici e geopolitici, mentre all'orizzonte si profila la...

digitexport.it

### ChatGPT e advertising: potenzialità e sfide

Lanciato nel novembre 2022 da OpenAI, con sede a San Francisco, ChatGPT è un'intelligenza artificiale (IA) generatrice di testo che ha generato oltre 1 milione di utenti in 24 ore dalla messa online.

Intervista ad Antonio Ferraioli, Presidente Confindustria Salerno

Previsioni economiche OCSE

Programma Internazionalizzazione per la provincia di Salerno

Tubifor, dal Salernitano alla competizione sui mercati internazionali

Intervista a Caterina Fortunati, Tubifor Srl



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



## Intervista ad Antonio Ferraioli

### Qual è il bilancio dei primi mesi del 2023 per l'economia di Salerno?

Le imprese salernitane, tradizionalmente orientate all'export, hanno reagito meglio - subendo meno i contraccolpi dell'inflazione e delle difficoltà di approvvigionamento di materie prime - rispetto ad aziende di altre aree del Paese, coniugando in modo efficace esperienza e innovazione, qualità e genio. Sono presenti nel territorio provinciale tanti "small giants" nei settori agro-industriale, meccanica e così via. PMI, magari spesso piccole per dimensioni, ma colossi in termini di intelligenza, passione e coraggio.

Inoltre, le aziende salernitane stanno continuando a investire con convinzione nel miglioramento delle performance in termini di capacità innovativa.

Lo ha ribadito anche il governatore della Banca d'Italia: «Conviene, a chi fa impresa, essere aperto all'innovazione, altrimenti è inutile fare impresa».

Un indicatore della sensibilità verso il tema delle aziende del territorio è il dato che vede la regione Campania al terzo posto in Italia per numero di startup innovative.

In particolare, a marzo 2023 le startup sono cresciute in regione rispetto all'anno scorso di quasi il 9% contro il +3% del Mezzogiorno e il -1,7% dell'Italia.

### Da imprenditore, come ha affrontato questi anni complessi tra Covid e conseguenze del conflitto russo-ucraino?

Come molti altri miei colleghi, diviso tra preoccupazione e capacità di guardare oltre.

*Nel nostro mestiere difficile, però, il timore, seppur legittimo, non riesce a essere più forte del coraggio. Il senso della sfida è una virtù che alleniamo quotidianamente e che ci spinge ad agire per il bene delle nostre aziende e della comunità tutta.*

### Il digitale è diventato sempre più centrale nello sviluppo delle imprese, che consigli si sente di dare agli altri imprenditori su questo tema?

*La digitalizzazione rappresenta un'opportunità per migliorare la produttività e le performance delle imprese.*

*L'applicazione di processi digitali può, ad esempio, aumentare tracciabilità e trasparenza delle filiere produttive, così da consentire a istituzioni e mercato di premiare comportamenti sostenibili.*

---

Il senso della sfida è una virtù che alleniamo quotidianamente e che ci spinge ad agire per il bene delle nostre aziende e della comunità tutta.

---

*Investendo in tecnologie di industria 4.0 le aziende ottengono benefici di eco-efficienza e aumento del valore nel prodotto, in linea con i processi di sostenibilità ambientale. Innovazione e transizione digitale sono, quindi, tasselli fondamentali nel percorso di crescita delle nostre imprese. Nel 2021 il mercato digitale in Campania ha superato i 4,6 miliardi di euro con una crescita del 4,6% rispetto al 2022.*

*La percentuale di imprese campane con almeno un livello base di digitalizzazione è, secondo l'Istat, ancora inferiore alla media nazionale, ma stanno recuperando terreno. Solo dal 2021 al 2022 la percentuale in Campania è aumentata del 13,3%, con un incremento superiore a quello italiano (9,6%).*

### Quali sono gli aspetti prioritari da considerare per un'impresa che intende internazionalizzare il suo business?

*Alcuni nostri comparti industriali hanno una naturale vocazione all'export, come l'agroindustria e il settore conserviero, per i quali la domanda di made in Italy sui mercati globali è sempre molto forte.*

*Confindustria Salerno è da tempo impegnata a sostenere le strategie di internazionalizzazione e la crescita delle quote di export delle aziende, supportando le strategie e le politiche di posizionamento internazionale delle imprese, grazie alla collaborazione costante con soggetti istituzionali ed enti preposti o attivi in materia di internazionalizzazione, come Sace e Ice, ad esempio.*

*Da anni, inoltre, stiamo investendo energie in un programma d'azione che punta alla formazione specialistica in ambito export e iniziative di promozione sui mercati esteri, come la partecipazione a fiere di settore e missioni istituzionali.*

**Antonio Ferraioli,**  
Presidente Confindustria Salerno



## Previsioni economiche OCSE

Secondo l'Economic Outlook di giugno dell'OCSE, la ripresa economica sarà debole: il PIL globale (+3,3% nel 2022) crescerà del 2,7% nell'anno in corso e del 2,9% nel 2024.

La crescita del PIL negli Stati Uniti dovrebbe essere dell'1,6% nel 2023, prima di rallentare all'1% nel 2024 in risposta alle condizioni monetarie e finanziarie restrittive. La Cina registrerà forti aumenti del PIL quest'anno (+5,4%) e il prossimo (con il 5,1%) grazie alla revoca della politica zero-COVID del governo.

Nell'area dell'euro, il calo dell'inflazione contribuirà ad aumentare i redditi reali e alla crescita del PIL dallo 0,9% nel 2023 all'1,5% nel 2024.

Si prevede che l'inflazione nell'OCSE scenderà dal 9,4% nel 2022 al 6,6% quest'anno e al 4,3% nel 2024. Il calo dell'inflazione è dovuto alla politica monetaria più restrittiva, alla riduzione dei prezzi dell'energia e dei generi alimentari e alla riduzione delle strozzature nell'offerta.

L'impatto dei tassi di interesse più elevati si fa sentire in tutta l'economia e la politica monetaria restrittiva, sebbene necessaria, rischia di esporre ulteriormente le vulnerabilità finanziarie, in particolare nei paesi con debito elevato.

### In Italia

Si prevede che la crescita del PIL rallenterà in Italia dal 3,8% del 2022 all'1,2% quest'anno, all'1% nel 2024. L'elevata inflazione sta erodendo i redditi reali a causa della modesta crescita salariale e le condizioni finanziarie si stanno inasprendo. I risparmi accumulati dalle famiglie rimangono elevati, il che potrebbe sostenere una ripresa della domanda interna più rapida di quanto attualmente previsto. Al contrario, i ritardi nell'attuazione del Piano nazionale di ripresa e resilienza potrebbero ridurre la crescita del PIL.

Il tasso di disoccupazione è storicamente basso e l'occupazione continua a crescere, nonostante la diminuzione della popolazione in età lavorativa. Il vivace mercato del lavoro e il recente calo dei prezzi dell'energia stanno stabilizzando i redditi reali delle famiglie, sostenendo una modesta ripresa dei consumi privati nella prima metà del 2023.

Sono stati significativi i progressi nella diversificazione geografica dell'approvvigionamento di gas nell'ultimo anno. Le ricadute delle recenti turbolenze del settore bancario internazionale sono state finora limitate sul sistema bancario italiano.

Sebbene le esportazioni nette contribuiscano positivamente alla crescita nel 2023 - 24, il recente apprezzamento dell'euro limiterà ulteriori guadagni di competitività delle esportazioni.

La piena attuazione degli ambiziosi piani di investimento pubblico e di riforma strutturale previsti dal PNRR potrebbero aumentare il PIL italiano, esercitando una pressione al ribasso del rapporto debito/PIL.



Le riforme in corso della Pubblica amministrazione, del sistema giudiziario e della concorrenza sono fondamentali per aumentare il PIL a medio termine. Ma i progetti di investimento pubblico legati ai fondi NGEU procedono a rilento (la spesa cumulata a fine 2022 è inferiore di circa il 50% rispetto ai piani di spesa iniziali).

Le priorità dovrebbero essere la rapida sostituzione dei progetti non fattibili e il rafforzamento della capacità della pubblica amministrazione di gestire e attuare in modo efficace i progetti di spesa pubblica previsti dal PNR. Questi progetti includono la spesa infrastrutturale per facilitare le transizioni digitale e verde, l'espansione dell'assistenza all'infanzia in età prescolare per promuovere la partecipazione femminile al mercato del lavoro nel contesto di una popolazione in età lavorativa in rapida diminuzione.

### Previsioni Istat 2023 - 24

Secondo l'Istat il Pil italiano crescerà nel 2023 dell'1,2% e nel 2024 dell'1,1%. Nel biennio di previsione, l'aumento del Pil verrebbe sostenuto principalmente dal contributo della domanda interna al netto delle scorte (+1 punti percentuali nel 2023 e +0,9 p.p. nel 2024) e da quello più contenuto della domanda estera netta (+0,3 e +0,2 p.p.). In un contesto caratterizzato dal rallentamento della domanda mondiale, con l'economia di importanti partner commerciali come Germania e USA in frenata, l'Istat si aspetta una netta decelerazione degli scambi con l'estero, più accentuata per le importazioni.

Nell'anno in corso le esportazioni dovrebbero continuare ad aumentare al +1,5% per poi risalire nel 2024 al +2,5%. Le importazioni cresceranno del +0,8% e +2% nel biennio di previsione.

Sullo scenario internazionale pesa ancora l'incertezza legata a tempi ed esiti del conflitto tra Russia e Ucraina e un ulteriore fattore di rischio potrebbe venire dalle conseguenze economiche, soprattutto sul settore agricolo, della recente ondata di maltempo che ha colpito l'Emilia Romagna.

Fonte: [Istat \(Le prospettive per l'economia italiana nel 2023-2024\)](#)

# Programma internazionalizzazione 2023 Camera di Commercio di Salerno



strategica e possibilità di guadagno da una presenza su Amazon.

**Short Master Financial ADV** dedicato alle aziende che vogliono approfondire i temi della finanza dedicata all'export e agli investimenti all'estero.

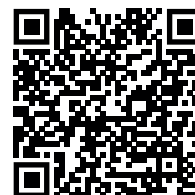
**Missioni Estero per incontri d'affari B2B.** Servizi personalizzati per ogni azienda aderente, sulla base del profilo, settore/prodotto, obiettivo e strategia.

Tramite una mirata ricerca partner, le aziende italiane incontrano operatori esteri per avviare possibili operazioni commerciali. Le missioni in agenda sono:

- ARABIA SAUDITA - Settore arredo, complementi e design.
- GERMANIA - Settore vitivinicolo c/o EATALY - Monaco di Baviera.
- SVEZIA - Settore vitivinicolo Wine Expo Svezia.

Maggiori dettagli sulle singole attività sono reperibili consultando la pagina dedicata del sito web dell'Ente ([sa.camcom.it](http://sa.camcom.it)), raggiungibile anche tramite il QR Code.

<https://www.sa.camcom.it/notizie/programma-internazionalizzazione-2023>



Il programma 2023 della Camera di Commercio di Salerno per l'Internazionalizzazione delle MPMI, sviluppato in collaborazione con Promos Italia, l'Agenzia del Sistema Camerale per l'Internazionalizzazione, rinnova il consolidato impegno dell'Ente camerale al sostegno della crescita e della maturazione delle PMI del territorio nella loro proiezione verso i mercati internazionali.

Di seguito le principali attività previste per questa annualità:

**Il Progetto S.E.I. Sostegno Export** intende supportare le imprese nei processi di export e internazionalizzazione sui mercati, con formazione e consulenza personalizzata.

**Il Progetto INBUYER** è un format che accompagna le aziende nel processo di internazionalizzazione tramite appuntamenti on-line di business matching con una selezione di qualificati operatori esteri.

**Eu tender Assistenza gare EU e PNRR.** Le imprese italiane possono accedere ai fondi e alle opportunità previste dal PNRR attraverso trasferimenti a fondo perduto, crediti di impresa e agevolazioni, strumenti finanziari, gare d'appalto.

Per facilitarne l'accesso è stato messo a punto un programma gratuito formativo e

di prima assistenza per le imprese interessate a capire quali siano le opportunità e come poterle cogliere.

**Servizi digitali avanzati** per favorire e potenziare l'attitudine delle imprese del territorio all'uso degli strumenti e delle tecnologie di trasformazione digitale. Nello specifico:

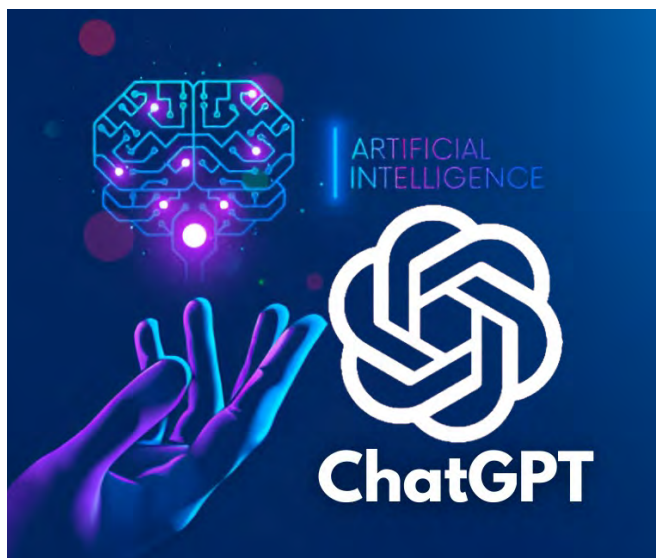
**Ecommerce ADVISOR** ossia come progettare, pubblicare e monitorare una campagna adv personalizzata nei mercati esteri, basata sulle specifiche esigenze del proprio shop online.

**Social Commerce** che aiuta a rendere i canali social più interessanti per i clienti internazionali e ad aumentare la loro visibilità nei mercati esteri.

**LinkedIn Pro Business** per identificare nuovi clienti internazionali con un'attività di profilazione e una campagna di advertising su LinkedIn.

**Analisi Competitors Online** aiuta a paragonare il proprio posizionamento online con quello dei principali competitor, così da poter adottare le decisioni più opportune.

**Strategia AMAZON** offre la possibilità di redigere, in modalità assistita, un business plan che anticipi costi, pianificazione



digitexport.it

## ChatGPT e advertising: potenzialità e sfide

Lanciato nel novembre 2022 da OpenAI, con sede a San Francisco, ChatGPT è un'intelligenza artificiale (IA) generatrice di testo che ha generato oltre 1 milione di utenti in 24 ore dalla messa online. OpenAI ha creato anche DALL-E 2 (un generatore di immagini da testo) e Whisper (software open source per il riconoscimento vocale). Gartner prevede che l'IA generativa entro 3 anni da oggi rappresenterà il 10% dei dati prodotti, rispetto al meno dell'1% attuale.

ChatGPT (dove "GPT" sta per Generative Pre-trained Transformer) sta suscitando interesse e scompiglio nel mondo della pubblicità e del marketing visto che già molti brand hanno iniziato a sperimentarlo per la creazione di contenuti di advertising e nel servizio clienti.

### Chat GPT e contenuti: per cosa può essere utilizzato

Un primo uso di Chat GPT è per la generazione di testi del tutto simili a quelli prodotti da un essere umano, che possono ad esempio essere utilizzati come messaggi pubblicitari.

Un secondo interessante impiego di questa IA è nella creazione di contenuti per e-mail marketing e social media, sia per messaggi o post singoli, sia per newsletter o campagne social più articolate. Troviamo un altro possibile sbocco nella generazione di didascalie (le cosiddette "caption") per annunci video, che possono essere un potente strumento per interagire con gli spettatori.

Per finire, ChatGPT è integrabile sul fronte del servizio clienti perché di fatto si tratta di un chatbot altamente sofisticato e avanzato, che consente un alto grado di personalizzazione delle interazioni sia scritte sia via assistenti vocali e virtuali...

➤ [Continua a leggere online](#)



mglobale.it

## Agrifood Future

Il "sistema food" è uno dei principali motori di cambiamento dell'ecosistema del mondo ed è allo stesso tempo profondamente colpito da grandi cambiamenti climatici e geopolitici, mentre all'orizzonte si profila la necessità di dover nutrire i 10 miliardi di persone che si prevede vivranno sul pianeta Terra nel 2050.

Il settore agricolo è anche il principale motore del mondo del lavoro e svolge quindi un ruolo fondamentale nella promozione della crescita economica, inclusiva e sostenibile dell'occupazione e del lavoro dignitoso per tutti.

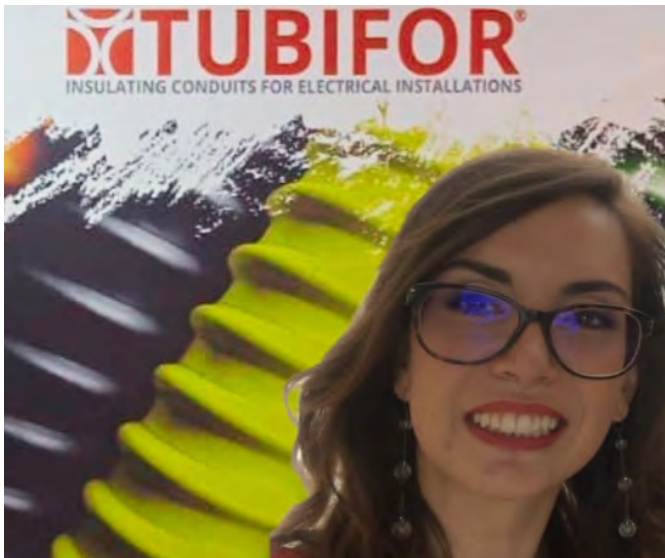
Il futuro del cibo appare tuttavia tutt'altro che prevedibile, poiché i cambiamenti riguardano novità inedite: la produzione agricola delle vertical farm, l'uso dell'intelligenza artificiale, di robot, droni e sensori, modalità di tracciatura come la blockchain sono solo alcuni esempi di innovazioni che incideranno profondamente sugli attuali processi di lavorazione e distribuzione del cibo.

Ripensare il "sistema food" significa, quindi, affrontare una grande complessità sociale, economica e culturale.

Per questo motivo, la Camera di commercio di Salerno, in collaborazione con Unioncamere, ha deciso di organizzare "l'Agrifood Future", un Forum di rilevanza nazionale che ha l'obiettivo di analizzare i cambiamenti e di immaginare le prospettive future del "sistema food".

Il Forum, in programma dal 16 al 20 settembre 2023, a Salerno, vedrà il coinvolgimento delle Istituzioni nazionali e locali.





**Caterina Fortunati**  
Tubifor Srl

## Tubifor, dal Salernitano alla competizione sui mercati internazionali

Qualità e formazione, con un occhio attento alle possibilità di crescita offerte dall'accesso ai mercati internazionali. È questa, in estrema sintesi, la formula che ha portato la Tubifor a diventare prima una realtà di riferimento a livello locale, poi ad affacciarsi con successo sul mercato europeo e su quello del bacino mediterraneo. Nata nel 1980 a Buonabitacolo, l'azienda è attiva nella produzione di canalizzazioni isolanti per impianti elettrici ad uso industriale e civile e dagli inizi degli anni '90 ha avviato un processo di internazionalizzazione che, oggi, vede Tubifor realizzare sui mercati esteri circa il 40% del proprio fatturato. Un percorso di crescita che si è dovuto confrontare con le carenze infrastrutturali che, in troppi casi, ancora caratterizzano il Mezzogiorno e le aree interne.

«Nel tempo - sottolinea Caterina Fortunati, responsabile commerciale per l'Italia - queste difficoltà si sono attenuate, ma è di tutta evidenza l'esistenza di un gap infrastrutturale rispetto alle aziende concorrenti delle regioni del centro-nord e di decentralizzazione rispetto ai clienti. Un ritardo che si estende anche al campo digitale: la rete su cui possiamo contare non è adeguata alle esigenze delle aziende. In realtà nelle aree interne è tutto più difficile, scontiamo tutti i limiti che caratterizzano, in negativo, una zona poco infrastrutturata. Nonostante questo ci siamo difesi bene».

### Dall'area interna della provincia di Salerno ai mercati internazionali: come si arriva a compiere questo passo?

«In realtà l'internazionalizzazione dell'azienda è stata una scelta naturale, frutto della crescita stessa di Tubifor. Forti dei risultati raggiunti abbiamo deciso di testare nuovi mercati, iniziando da quello francese per poi aprirci al resto d'Europa. Oggi siamo presenti anche nei Paesi del bacino del Mediterraneo».

**Un processo di crescita che in questi ultimi anni si è dovuto confrontare con la crisi pandemica prima, con le conseguenze dalla guerra in Europa poi, ad iniziare dall'aumento della bolletta energetica e dalla crescita dell'inflazione. Come è stata affrontata questa fase?**

«Gli anni appena trascorsi e i mesi che stiamo vivendo sono un

periodo estremamente complesso per le aziende, chiamate a gestire due crisi in rapida successione: le enormi difficoltà nel reperire materie prime e l'aumento dei prezzi nell'immediato post covid e la crescita dell'inflazione, nel giro di soli due anni, hanno messo tutti a dura prova. Noi abbiamo potuto contare su rapporti costruiti nel tempo con i nostri fornitori, rapporti che ci hanno consentito di rispondere alle esigenze del mercato mantenendo i nostri elevati standard produttivi e di servizio. Anche le relazioni solide costruite con i clienti si sono rivelate determinanti in questa fase di crisi.

La vocazione internazionale dell'azienda, poi, ci ha consentito di affrontare in maniera efficace le fasi di chiusura totale o parziale disposte dai diversi governi durante la pandemia: bilanciando le commesse interne e quelle estere siamo riusciti a mantenere i livelli di produzione e servizi».

### Allargando lo sguardo al prossimo futuro, che prospettive vede per il nostro sistema imprenditoriale?

«Il periodo non è dei migliori, ma rimaniamo ottimisti. La congiuntura degli ultimi due anni e le difficoltà attuali non ci danno una visione molto rassicurante, ma crediamo che il peggio sia passato, che ci sia la possibilità di mettere in campo quegli investimenti programmati negli anni scorsi e poi accantonati per l'insorgere della pandemia».

### Per affrontare queste sfide quanto contano le collaborazioni istituzionali e le iniziative a sostegno dei percorsi di internazionalizzazione delle imprese?

«Certamente le iniziative messe in campo da Camera di Commercio per le imprese che intendono affacciarsi o già operano all'estero sono molto importanti. Così come le attività di formazione. Spesso scontiamo la distanza che separa il sistema dell'istruzione e della formazione universitaria dalle esigenze delle aziende; poter contare su attività di formazione per quelle competenze necessarie a muoversi ed operare nel contesto internazionale è indispensabile per affrontare la sfida della competizione globale».

## 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