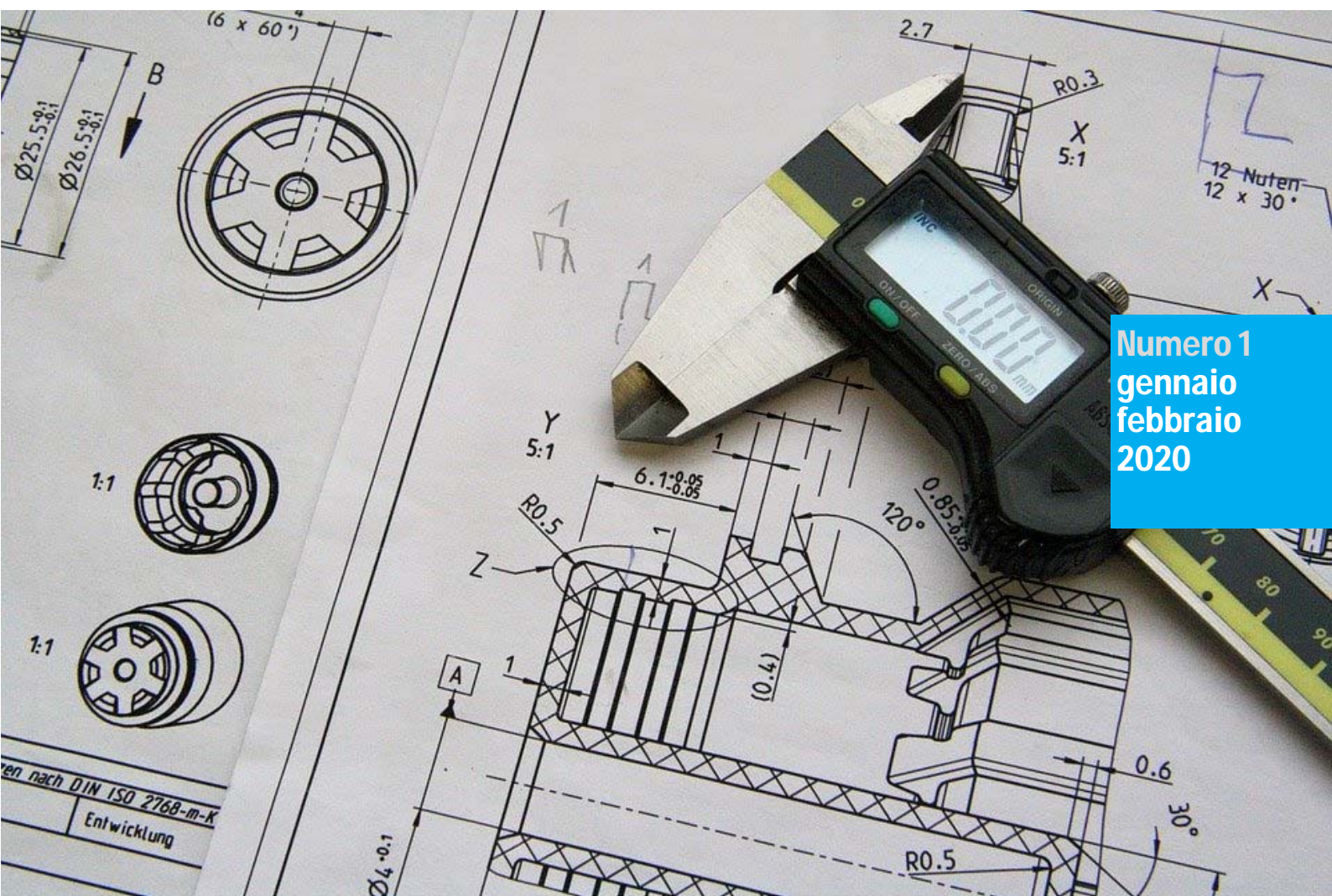


# MODENA

## ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio



Numero 1  
gennaio  
febbraio  
2020

CORONAVIRUS:  
COSTITUITA UNA  
TASK FORCE

BREVETTI, MARCHI  
E DISEGNI  
INDUSTRIALI

ECONOMIA  
MODENESE:  
SEGNALI  
CONTRASTANTI

LA #DOPECONOMY  
TRAINA I DISTRETTI  
AGROALIMENTARI



CAMERA DI COMMERCIO  
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO  
MODENA

## Numero 1 gennaio-febbraio 2020

### DOSSIER

**2** Coronavirus: costituita una task force

### INIZIATIVE

**4** Una estate in alternanza

**5** Registro imprese storiche: 21 le modenesi

### INNOVAZIONE

**7** Punto Impresa Digitale: le novità 2020

**9** Per 500mila imprenditori l'azienda è nel cassetto digitale

**10** Brevetti, marchi e disegni industriali: la geografia dei depositi

### EXPORT

**12** Promuovere l'impresa sui mercati esteri

### INDICATORI

**14** Crescita moderata per l'Emilia-Romagna

**16** Economia modenese, segnali contrastanti

**19** Nel 2019 si contrae la base imprenditoriale a Modena

**22** Crescono le imprese guidate da stranieri

**24** In diminuzione le imprese giovanili in provincia

**25** Imprenditrici modenesi verso i servizi e la ristorazione

**26** Focus sulle imprese: le tendenze degli ultimi dieci

**32** Reti d'impresa: l'innovazione è motore di aggregazione

**36** A Modena investimenti per metà delle imprese

**38** I giovani preferiscono le startup innovative

**40** Turismo: trend positivo nel 2019 ma timori per il 2020

### TIPICITA'

**43** Bando per contributi alle imprese cerasicole

**44** La #dopeconomy traina i distretti agroalimentari

### NOTIZIE

**46**

# Modena Economica

Bimestrale della Camera di  
Commercio di Modena

Pubblicazione registrata presso il  
Tribunale di Modena al n. 472 in  
data 20.11.1968

### Editore

Camera di Commercio Industria  
Artigianato Agricoltura

Via Ganaceto 134

41121 Modena

Tel. 059/208259

[ufficio.stampa@mo.camcom.it](mailto:ufficio.stampa@mo.camcom.it)

### Direttore Responsabile

Stefano Bellei

### Caporedattore

Massimiliano Mazzini

### Vicecaporedattore

Elisabetta Silvestri

### In Redazione

Maura Monari

Marzia Pinelli



Associata USPI

Unione Stampa Periodica  
Italiana

# Coronavirus: COSTITUITA UNA TASK FORCE

**Il sistema camerale si mobilita a favore delle imprese: a rischio quasi 19 miliardi di valore aggiunto**

Una riduzione del valore aggiunto dell'Italia di quasi 19 miliardi di euro su base annua, pari al -1,2% rispetto al 2019. E' questa la stima degli effetti sull'economia dell'emergenza sanitaria legata al Coronavirus, in uno scenario nel quale la situazione attuale dovesse protrarsi fino alla fine del mese di aprile. L'analisi effettuata da Unioncamere, in collaborazione con il Centro studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne, sulla base dei dati al 2 marzo scorso, segnala che, ovviamente, l'impatto sarà più consistente nelle tre regioni maggiormente colpite dall'emergenza (Lombardia, Veneto ed Emilia Romagna), nelle quali le possibili riduzioni della ricchezza prodotta sarebbero pari o di poco superiori al 2%. Le Camere di commercio italiane sono pronte a fare la loro parte per sostenere imprese e territori. L'U-

nioncamere ha appena costituito una "task force" composta da presidenti di Camere di commercio di diverse aree del Paese che dovrà monitorare la situazione, individuare le misure più idonee e, al più presto, mettere in campo le azioni più urgenti per sostenere le imprese dei settori più colpiti.

Nei soli undici comuni della zona Rossa, secondo lo studio, il perdurare delle attuali limitazioni fino alla fine del mese di marzo provocherebbe la perdita di 238 milioni di euro di fatturato e quasi 140 milioni di valore aggiunto.

Nel caso in cui, invece, l'emergenza sanitaria dovesse proseguire, nella portata attuale, fino a fine giugno – stima Unioncamere – gli effetti negativi sull'economia italiana per il 2020 potrebbero salire a 37 miliardi di euro, con una riduzione del valore aggiunto del -

## GLI EFFETTI IN ITALIA NEI PRINCIPALI AMBITI COLPITI DALL'EMERGENZA



### TURISMO (ricettività, ristorazione e agenzie)

**7,7 mld di val.agg. persi nel 2020 (-12,2%) se l'emergenza si fermasse entro giugno, salvando in parte le presenze attese nella stagione estiva**  
**11,4 mld di val.agg. persi nel 2020 (-18,1%) se l'emergenza proseguisse fino ad agosto, colpendo le presenze attese nella stagione estiva**



### ESPORTAZIONI

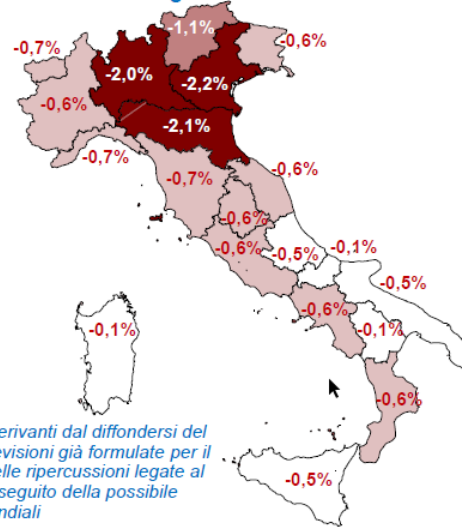
**10,1% dell'export italiano «a rischio» nel 2020 se le attuali limitazioni alla circolazione delle persone fossero estese anche alle importazioni dall'Italia**

## GLI EFFETTI DELL'EMERGENZA SANITARIA SULLA RICCHEZZA DEI TERRITORI

Impatto sulla variazione del valore aggiunto ai prezzi base nelle regioni italiane tra il 2019 e il 2020

### SCENARIO 1

Effetti negativi misurati nei diversi settori di attività economica da **metà febbraio a fine aprile**, con aggiustamenti nelle diverse regioni in base al numero dei contagi registrati al 2 marzo



*N.B.:* le diverse ipotesi di abbattimento del valore aggiunto derivanti dal diffondersi del virus Covid-19 vanno ad aggiungersi algebricamente alle previsioni già formulate per il 2020 prima dell'emergenza sanitaria e non tengono conto delle ripercussioni legate al ridimensionamento della domanda interna (in primo luogo a seguito della possibile perdita di posti di lavoro) e al rallentamento degli scambi mondiali

2,3%. Una flessione che in Lombardia arriverebbe al -3,9% della ricchezza prodotta a livello regionale, in Veneto al -4,4% e in Emilia Romagna al -4,3%. Secondo l'analisi, il forte impatto del diffondersi del virus sul turismo in tutte le regioni del Paese rischia di bruciare quasi 4 miliardi di valore aggiunto (-6,3% su base annua) per il calo delle presenze annunciato fino a fine aprile; la perdita di valore aggiunto potrebbe raggiungere i 7,7 miliardi di euro (-12,2%) nel caso l'emergenza attuale andasse avanti

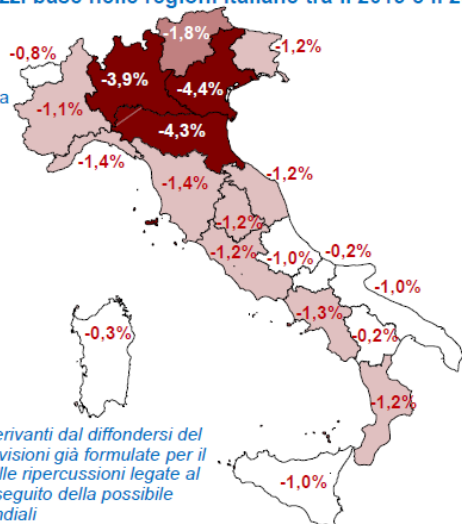
ma solo fino a giugno, salvando così le presenze attese nella stagione estiva. Gli effetti del Covid-19 si potrebbero far sentire anche sulle nostre esportazioni: oltre il 10% delle vendite italiane all'estero, infatti, è diretto proprio verso quei Paesi che, allo stato attuale, hanno imposto maggiori restrizioni alla circolazione delle persone.

## GLI EFFETTI DELL'EMERGENZA SANITARIA SULLA RICCHEZZA DEI TERRITORI

Impatto sulla variazione del valore aggiunto ai prezzi base nelle regioni italiane tra il 2019 e il 2020

### SCENARIO 2

Effetti negativi misurati nei diversi settori di attività economica da **metà febbraio a fine giugno**, con aggiustamenti nelle diverse regioni in base al numero dei contagi registrati al 2 marzo



*N.B.:* le diverse ipotesi di abbattimento del valore aggiunto derivanti dal diffondersi del virus Covid-19 vanno ad aggiungersi algebricamente alle previsioni già formulate per il 2020 prima dell'emergenza sanitaria e non tengono conto delle ripercussioni legate al ridimensionamento della domanda interna (in primo luogo a seguito della possibile perdita di posti di lavoro) e al rallentamento degli scambi mondiali

## Una estate IN ALTERNANZA

**Torna anche quest'anno l'iniziativa che consente agli studenti delle scuole superiori modenesi di approfondire il contatto con il mondo del lavoro effettuando stage nel periodo estivo**

L' "Estate in alternanza" è l'iniziativa promossa ogni anno dalla Camera di Commercio di Modena in collaborazione con l'Ufficio VIII (ex Provveditorato) e i dirigenti delle scuole capofila dei 3 ambiti territoriali 9, 10 e 11, i quali hanno rinnovato anche per il 2020 il protocollo d'intesa che li vede tra i sottoscrittori.

Una iniziativa in forte crescita. I numeri dello scorso anno testimoniano infatti il gradimento del programma al quale hanno aderito 531 studenti, collocati in stage estivo (a fronte dei 418 collocati nell'edizione 2018 e dei 318 nell'edizione 2017). 25 sono state le scuole aderenti per un totale di oltre 39 mila euro di contributi erogati alle stesse per coprire in parte le spese sostenute per le ore eccedenti svolte dei tutor scolastici referenti per il progetto.

Un aspetto importante del progetto è che le ore di stage estivo vanno ad aggiungersi al monte ore obbligatorio di alternanza di scuola-lavoro previsto dalla legge di bilancio 2019 e che pertanto lo svolgimento di tale esperienza oltre ad ac-

scere le competenze e la consapevolezza degli studenti coinvolti avrà un peso anche sul voto in uscita degli stessi.

Per il 2020 si conferma di estendere l'opportunità anche ai ragazzi delle classi terze, oltre a quelli delle quarte. Lo stage estivo si potrà svolgere dal 7 giugno al 15 settembre 2020, in diretta continuità con il progetto di alternanza scuola-lavoro svolto nel corso dell'anno scolastico 2019-2020, per garantire alle imprese o enti interessati (liberi professionisti, associazioni no-profit, ecc.) la possibilità di ospitare nel periodo da loro proposto gli stessi studenti che abbiano svolto con profitto lo stage curricolare.

Le scuole interessate dovranno inviare la propria adesione alla Camera di Commercio entro il 30 marzo 2020; gli studenti entro il 30 aprile dovranno rendere nota la propria disponibilità ai tutor scolastici, i quali a loro volta dovranno verificare la disponibilità dei soggetti ospitanti a ricoprire in continuità i medesimi studenti nel periodo estivo.

I soggetti ospitanti entro il 30 maggio

dovranno comunicare ai tutor scolastici le 4 settimane in cui intendono accogliere gli studenti a fronte di una borsa di studio di 400 euro. Le scuole dovranno poi comunicare alla Camera l'elenco degli stage attivati entro il 10 giugno, mentre l'ente comunicherà alle scuole i contributi concessi entro luglio, in base al numero di stage estivi attivati.



# Registro imprese storiche:

## 21 LE MODENESI

L'aggiornamento del Registro italiano delle imprese con oltre 100 anni di storia ha visto l'ingresso di tre nuove realtà storiche della provincia

MARZIA PINELLI

Nelle scorse settimane Unioncamere nazionale ha aggiornato il Registro delle imprese storiche, dedicato alle imprese centenarie italiane, nel quale sono ad oggi iscritte 2.555 imprese.

Il registro è stato istituito nel 2011 per dare evidenza alle imprese attive che svolgono l'attività nell'ambito del medesimo settore merceologico da almeno 100 anni e viene periodicamente aggiornato mediante la pubblicazione di bandi territoriali.

Mediante tale iniziativa si è voluto valorizzare tutte quelle realtà imprenditoriali che, attraversando un secolo, e anche di più, della nostra storia, sono riuscite a rimanere protagoniste attive coniugando innovazione e tradizione.

La Camera di commercio di Modena ha aderito sin dal 2011 all'iniziativa mediante la pubblicazione del bando proposto dall'Unione, la raccolta delle domande e la verifica dei requisiti delle imprese richiedenti.

L'ultimo bando è stato pubblicato nel 2019 e ad esso hanno aderito tre imprese modenesi che sono state iscritte al Registro:

- BPER Banca Spa

Istituto di credito nato il 12 giugno 1867 con il nome di Banca Popolare di Modena.

- Gollini Eugenio S.a.s. di Franca Gollini e c.

Pasticceria, titolare del marchio torta Barozzi, specialità inventata da Eugenio Gollini senior, fondatore dell'azienda nel 1886, titolare del marchio torta Muratori.

- S.r.l. PR.I.V.I. Produzione imbottigliamento vini italiani

Nel 1860 Cleto Chiarli aprì l'osteria dell'Artigliere nel centro storico della città di Modena dove produceva e commercializzava

Lambrusco per gli avventori. Nel 1875 i figli costruirono una nuova e più capiente cantina in Via Poletti e, grazie a una forte espansione e affermazione della Cantina Chiarli, nel 1925 crearono l'attuale sede nell'immediata periferia.

Le imprese modenesi iscritte nel registro salgono complessivamente a 21.

Sempre a partire dal 2011 Unioncamere nazionale ha realizzato il marchio "Impresa storica d'Italia", messo a disposizione delle imprese iscritte al Registro.

L'iscrizione delle imprese modenesi in tale registro, oltre che motivo di grande soddisfazione per le dirette interessate, è anche ragione di orgoglio per tutta la comunità di appartenenza; ad esse viene riconosciuto il contributo apportato alla crescita della comunità economica locale nonché il rappresentare, anche a livello nazionale, un esempio di costanza e dedizione all'attività imprenditoriale.



**Aziende modenesi iscritte nel Registro Imprese storiche di Unioncamere**

Denominazione	Anno avvio	Attività storica	Settore
Aceto Balsamico Del Duca di Adriano Grosoli	1891	Produzione e vendita aceto balsamico	Industria
BPER Banca Spa	1867	Istituto di credito	Servizi
Caffe' Molinari Spa	1804	Lavorazione e commercio del caffè	Industria
Cantina Sociale di Carpi - Società Agricola Cooperativa	1903	Società agricola cooperativa	Agricoltura
Cassa di Risparmio di Modena (ora UNICREDIT)	1845	Banca	Servizi
Cpl Concordia Società Cooperativa	1899	Altri lavori speciali di costruzione/lavori di ingegneria civile	Industria
Distilleria Galdino Caselli Srl	1860	Produzione liquori	Industria
Distillerie Bonollo Spa	1908	Distilleria	Industria
Enogastronomia Giuseppe Giusti Srl	1605	Commercio al minuto di prodotti alimentari	Commercio
Farmacia Del Collegio di Baraldini Dr. Francesco	1650	Farmacia	Commercio
Gollini Eugenio S.a.s. di Franca Gollini e c.	1886	Produzione e vendita di pasticceria e gestione di bar pasticceria	Artigianato
Impresa Costruzioni Scianti S.r.l.	1861	Edilizia	Industria
La Stellina Srl	1790	Librerie e bar	Commercio
Monari Federzoni Spa	1910	Produzione aceto balsamico di modena	Industria
Officina Masetti Srl	1911	Officina meccanica	Artigianato
Osteria di Rubbiara di Pedroni Italo e Figli e C. Snc	1862	Osteria	Servizi
Poligrafico Artioli Spa	1899	Tipografia	Industria
Renzi Francesco Premiata Fabbrica Botti, Barili e Tini	1546	Fabbricazione botti	Artigianato
S.r.l. PR.I.V.I. Produzione imbottigliamento vini italiani	1860	Imbottigliamento e commercializzazione Lambrusco e altri vini tipici	Commercio
Vaccari e Corradi Snc	1750	Ristorante	Commercio
Villani Spa	1886	Produzione e vendita salumi	Industria

# Punto Impresa Digitale: LE NOVITA' 2020

Proseguono le attività di formazione, informazione, voucher e maturità digitale con azioni in grado di favorire approcci in ottica green, reti di innovazione e supporto manageriale

EMILIO BENASSATI  
ELISA DELLAMARIA

Prosegue l'attività dei Punti impresa Digitale nelle Camere di Commercio d'Italia, alla luce dei positivi risultati raggiunti, che hanno avvicinato le imprese ai processi di digitalizzazione in chiave Impresa 4.0 e che hanno favorito la diffusione della cultura e pratica del digitale. Ecco i numeri raggiunti dalla rete nazionale dei PID nel 2019:  
100.000 imprese hanno usufruito dei loro servizi;  
16.000 self-assessment della maturità

digitale;  
2.500 assessment guidati con visita presso le aziende;  
2.500 orientamenti agli altri protagonisti del network 4.0;  
17.000 imprese finanziate dai voucher delle Camere di Commercio;  
1.600 eventi info-formativi che hanno visto il coinvolgimento di circa 48.000 imprese partecipanti.  
A partire da questi esiti, si propone una nuova progettualità triennale 2020-2022

che è finalizzata a consolidare questi risultati potenziando i servizi già offerti nel corso delle precedenti annualità e garantendo iniziative in grado di aumentare il livello di riconoscibilità e di identità dei PID sull'intero territorio nazionale. Continuano quindi le varie attività di formazione, informazione, voucher e maturità digitale con azioni in grado di favorire approcci in ottica green, reti di innovazione e supporto manageriale. Riguardo al consolidamento della forma-





8

zione sarà realizzato un percorso formativo per il personale PID che ha l'obiettivo di garantire una conoscenza aggiornata delle tecnologie 4.0 e un approccio uniforme a livello nazionale nella gestione delle interazioni con le imprese.

Per quanto riguarda le attività di informazione continuerà la partecipazione a Fiere ed eventi nazionali (Smau, MakerFaire; Techweek ecc.). Gli eventi a livello territoriale verranno realizzati sulla base delle esigenze locali rilevate da Selfi e Zoom, in collaborazione con gli ITS e gli attori del network 4.0, attraverso matching tra domanda e offerta di tecnologia (Atlante 4.0, mentor, fornitori) e corsi di formazione sempre più specializzati e orientati alla sostenibilità. Relativamente al Bando Voucher Digitali, una delle misure maggiormente apprezzate dalle MPMI nel primo triennio del progetto, sarà prevista una nuova edizione a livello nazionale con particolare focus sugli approcci innovativi sostenibili e premialità alle imprese green.

Per le aziende che hanno già usufruito o usufruiranno di almeno uno dei servizi del PID (Selfi4.0, Zoom4.0, Voucher Digitali, servizi di orientamento/mentoring) è prevista la seconda edizione del concorso Top of the PID, rivolto alle MPMI di tutti i settori economici, che premia i progetti finalizzati al miglioramento delle performance aziendali in diversi ambiti (es. Manifattura Intelligente e Avanzata, Nuovi modelli di business 4.0).

I risultati ottenuti dagli assessment, dagli eventi informativi, dai voucher dei diversi territori rappresentano un importante bacino di informazioni utili a orientare le attività del PID e a progettare servizi mirati di supporto delle imprese. Sulla base di tali risultati si favorisce la creazione di "Reti dell'Innovazione": strutture (sia pubbliche che private) che offrono servizi e strumenti a supporto dei processi di digitalizzazione delle imprese sia aderenti al network nazionale I4.0 (DIH, Competence Center) sia da altre strutture presenti sul territorio nazionale (FabLab, CTT ecc.)

Per quanto riguarda il supporto manageriale delle MPMI saranno potenziate le attività di mentoring, un network di manager e/o imprenditori con forti competenze nel campo delle tecnologie 4.0 che mettono la

loro esperienza a disposizione dell'impresa, rispettando un codice di condotta che prevede la gratuità (20 ore di assistenza) e la riservatezza su dati e informazioni scambiate con le imprese. Parallelamente Unioncamere ha avviato un processo di qualificazione dei Manager dell'innovazione basato su un sistema di verifica del possesso di conoscenze ed esperienze manageriali utile a consentire una più agevole e facile individuazione di professionisti specializzati sul tema del digitale e del change management da parte dell'impresa.

Tra le ulteriori novità si prevede l'integrazione degli strumenti di assessment del PID (Selfi4.0 e Zoom4.0) con altri servizi digitali già offerti in Camera di Commercio (ad esempio il Cassetto digitale dell'imprenditore). Tutti gli aggiornamenti verranno pubblicati tempestivamente sul sito camerale nella pagina dedicata al PID.



**Seminario sull'export digitale organizzato da Promos Italia in collaborazione con PID Modena a settembre 2019**

# Per 500mila imprenditori L'AZIENDA E' NEL CAS- SETTO DIGITALE

**Il servizio delle Camere di commercio [impresa.italia.it](http://impresa.italia.it) ha superato il mezzo milione di adesioni a livello nazionale. In provincia di Modena sono 5.250 le imprese che utilizzano il servizio**

Ha superato quota 500mila in tutta Italia il numero di imprenditori che hanno colto l'opportunità di aprire dalla piattaforma [impresa.italia.it](http://impresa.italia.it) il "cassetto digitale" della propria azienda. Con questo servizio tutti i legali rappresentanti possono accedere gratuitamente alle informazioni del Registro delle Imprese sulle proprie aziende, consultabili in modo facile, sicuro e veloce, anche da smartphone e tablet.

In provincia di Modena sono 5.250 le imprese che già utilizzano il servizio, ovvero una quota del 7,2% del totale imprese registrate, ed hanno scaricato ad oggi 8.875 documenti.

Nel "cassetto digitale" si trovano infatti tutti i documenti ufficiali dell'impresa come la visura camerale, anche in inglese, con le informazioni su certificazioni e rating di legalità, storia delle modifiche, fusioni, nomina amministratori, partecipazioni, elenco soci, lo statuto, l'atto costitutivo, il bilancio, le pratiche inviate allo Sportello Unico delle Attività Produttive (SUAP) del Comune e le fatture elettroniche per chi abbia scelto di utilizzare il sistema gratuito delle Camere di Commercio fatturaelettronica.infocamere.it.

Grazie a [impresa.italia.it](http://impresa.italia.it) l'imprenditore - attraverso i propri atti ufficiali - ha sempre a portata di mano il "biglietto da visita" ufficiale della sua impresa, da condividere all'occorrenza con partner, clienti, fornitori, banche e professionisti. Ma anche per inviarlo alla

Pubblica Amministrazione per adempimenti o partecipazione a gare o bandi anche internazionali.

[impresa.italia.it](http://impresa.italia.it) è realizzato da InfoCamere per conto del sistema camerale secondo le linee guida del Team Digitale e dell'AglD. Per accedervi è sufficiente essere in possesso delle identità digitali che consentono di identificare il cittadino-imprenditore: lo SPID (il Sistema Pubblico di identità digitale), o la CNS (la Carta Nazionale dei Servizi). Il cassetto digitale dell'imprenditore è inoltre nativamente integrato nella nuova soluzione delle Camere di Commercio per l'identità digitale DigitalDNA ed è quindi anche accessibile con il token Wireless per un uso ancora più semplice in mobilità, inclusa la possibilità di utilizzare la firma digitale.

**impresa.italia.it**  
il cassetto digitale dell'imprenditore

# Brevetti, marchi e disegni industriali:

## LA GEOGRAFIA DEI DEPOSITI

**Unioncamere e Mises hanno presentato le statistiche sui depositi. La maggior parte delle “invenzioni” italiane in Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto. Modena tra le prime dieci province italiane**

Tre regioni italiane dominano la classifica nazionale per numero di “invenzioni” tutelate a livello europeo e comunitario: da Lombardia, Emilia-Romagna e Veneto proviene infatti il 60% dei brevetti europei e dei disegni e modelli comunitari; esse spiegano anche il 55% dei marchi dell'Unione europea. Lo dicono i dati 2018 diffusi da Unioncamere-Dintec sui nuovi brevetti pubblicati dall'EPO e sui disegni e i marchi depositati presso l'EU IPO.

Se le tecnologie industriali e dei trasporti sono le più brevettate dagli italiani in Europa, lo stile delle imprese italiane – nella moda, nella pubblicità, nell'agroalimentare e nell'arredamento – si traduce nella crescita dei disegni e dei marchi, come titoli privilegiati per la tutela della

loro proprietà industriale.

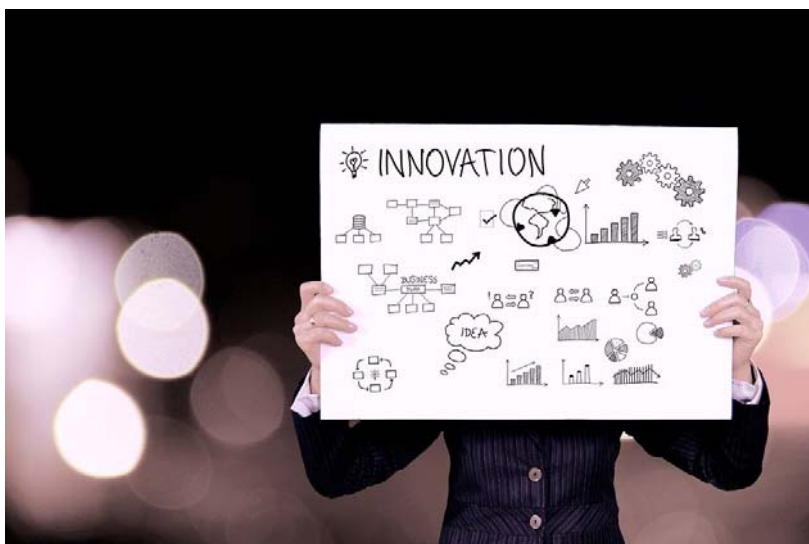
Questi risultati sono stati presentati in occasione del workshop organizzato il 21 febbraio 2020 presso la Fiera di Padova dalla Camera di commercio, in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere, con la partecipazione del Ministro Stefano Patuanelli.

Durante l'incontro sono state illustrate le misure e gli incentivi che il Ministero ha messo a disposizione delle piccole e medie imprese (PMI), delle start up innovative, dei Centri di ricerca e della Università, per estendere e per valorizzare i loro titoli di proprietà industriale. Sono misure sulle quali Unioncamere è impegnata dal 2009, in collaborazione con Direzione Generale per la Tutela della Proprietà

Industriale-UIBM.

Nel decennio l'ente ha gestito oltre 56 milioni di euro di agevolazioni per i marchi e i disegni delle PMI: ciò ha consentito a quasi 4mila imprese di effettuare la registrazione di oltre 4mila marchi all'estero, di valorizzare 643 disegni e modelli con progetti di sviluppo produttivo e commerciale e 44 marchi storici.

“L'innovazione e la tutela della proprietà intellettuale sono fondamentali per consentire al nostro sistema produttivo di essere competitivo sui mercati esteri”, sottolinea il segretario generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli. “È il loro effetto sulle economie territoriali è significativo. In Italia un posto di lavoro su 3, cioè quasi 7 milioni di occupati, si trova nelle



aziende che fanno un uso intensivo di marchi e brevetti; queste aziende contribuiscono da sole al 46,9% del nostro Pil. Gli investimenti nello sviluppo dei prodotti dell'attività intellettuale rappresentano ormai il 16,3% degli investimenti complessivi delle imprese".

### **BREVETTI: MODENA AL DECIMO POSTO IN ITALIA**

La Lombardia, con 1.363 brevetti pubblicati dall'EPO nel 2018, sui 4.251 totali, traina saldamente la classifica delle regioni italiane sulle domande di brevetto europeo. Seguono l'Emilia Romagna (710) e il Veneto (540), il Piemonte (446) e la Toscana (350).

Il primato lombardo è in gran parte da attribuire a Milano, prima tra le province italiane con 715 brevetti pubblicati. Alle sue spalle, Torino e Bologna (rispettivamente, con 303 e 300 brevetti), quindi Vicenza e Roma (con 194 e 180 domande depositate). La provincia di Modena figura al decimo posto in questa graduatoria, con un ammontare di 116 invenzioni brevettate.

Oltre l'86% di questi brevetti si riferisce alle imprese; il resto viene dall'attività dei soggetti privati (9,2%) e degli Enti di ricerca, delle Università e delle Fondazioni (4,3%).

Il gruppo più consistente di brevetti italiani all'EPO (oltre 1.190) riguarda le invenzioni applicate nel campo delle tecniche industriali e dei trasporti; l'altro campo tecnologico più esteso (935 brevetti) è quello delle "necessità umane", che va dall'agroalimentare alla bio-cosmetica, dalla salute allo sport.

### **MARCHI: MODENA 14<sup>A</sup> PER NUMERO DI DEPOSITI**

Per quanto riguarda i marchi italiani tutelati dalla UE, l'Emilia Romagna è la terza regione italiana con 1.347 su 11.614 depositi complessivi all'EUIPO, preceduta dal Veneto (1.623) e della Lombardia (3.319), ma prima dell'Emilia Romagna). Il Lazio (1.031) e la Toscana (882) seguono nelle due posizioni successive.

A livello provinciale, a Milano, prima in graduatoria con 1.956 marchi comunitari, seguono Roma (931), Verona (394), Napoli (388) e Torino (381). Modena figura 14° nel ranking nazionale con 213 domande di deposito.

Anche nel caso dei marchi, le imprese risultano essere i soggetti più numerosi a cercare di tutelare l'immagine dell'azienda o dei suoi prodotti a livello europeo: tra i richiedenti, le aziende sono infatti oltre l'80%, i soggetti privati il 17% e gli Enti di

ricerca il 2,2%.

Due sono le classi che assommano oltre il 50% dei marchi depositati nel 2018: quella legata alla pubblicità, alla gestione degli affari commerciali e ai lavori di ufficio, e quella legata al mondo della moda.

Alla prima si devono oltre 3mila titoli tutelati nell'Unione europea, al secondo oltre 2.800. Poco meno di 2.800 marchi si applicano poi agli apparecchi e strumenti tecnologici per la conduzione dell'elettricità e per la riproduzione di suoni, immagini o dati, mentre circa 2.500 sono legati al mondo dell'agroalimentare.

### **DISEGNI: LA MODA SI TUTELA**

E' sempre il mondo della moda a trainare la dinamica dei depositi di disegni e modelli industriali italiani tutelati a livello comunitario: in un caso su 5, infatti, i 9.935 titoli di questo tipo riguardano gli articoli di abbigliamento e di merceria. Segue l'arredamento con oltre il 19% del complesso. Determinante è il ruolo delle imprese, che rappresentano il 91% delle domande.

Lombardia (2.434), Veneto (1.804), Emilia Romagna (1.715), seguite da Toscana (720) e Marche (604), guidano saldamente la classifica del 2018. E se Milano si aggiudica anche in questo caso il primo posto (con 1.007 disegni comunitari), alle sue spalle si trovano Treviso (660), Perugia (596), Bologna (496) e Vicenza (419). Anche Modena figura bene nella graduatoria provinciale, trovandosi al nono posto con 370 depositi di disegni comunitari nel 2018.

### **MARCHI COLLETTIVI: OBBLIGO DI CONVERSIONE SECONDO NUOVA DISCIPLINA**

E' stata prorogata al 31 dicembre 2020 la scadenza dell'obbligo di conversione pena la decadenza secondo la nuova disciplina introdotta dal D.lgs. n. 15/2019, previsto per tutti i marchi collettivi registrati in base alla vecchia normativa. La conversione deve avvenire attraverso il deposito di una nuova domanda di registrazione di marchio collettivo o di certificazione.

# Promuovere l'impresa SUI MERCATI ESTERI

Una panoramica sulle prossime iniziative di Promos Italia - Unità Locale di Modena in favore dell'export e dell'internazionalizzazione delle imprese

## FIERA CIBUS - COLLETTIVA REGIONALE

CIBUS è il Salone Internazionale dell'Alimentazione che si conferma come evento di riferimento per le aziende dell'agroalimentare italiano. L'edizione 2020 si tiene a Parma. Inizialmente programmata per i giorni dall'11 al 14 maggio verrà rimandata a nuova data. Promos Italia Scrl - Agenzia italiana per l'internazionalizzazione del sistema camerale nazionale, partecipa con una collettiva di aziende modenesi produttrici di generi alimentari, bevande e produzioni vitivinicole nello spazio che verrà allestito nel Padiglione 7 della fiera, dedicato alle aziende emiliano-romagnole.

## PROGETTO CANADA 2020

Promos Italia Scrl - Agenzia italiana per

l'internazionalizzazione del sistema camerale nazionale, promuove la partecipazione delle aziende modenesi al progetto Canada "Food is an art form: l'Emilia-Romagna si gusta in Canada" che si realizzerà nel corso del 2020 nelle province del Québec e British Columbia.

Il progetto, coordinato da Unioncamere regionale e co-finanziato dalla Regione Emilia-Romagna, è rivolto alle aziende del settore agroalimentare e prevede azioni diversificate per supportare sia quelle che sono già presenti in Canada con un proprio importatore sia quelle non ancora presenti sul mercato canadese. Un focus particolare sarà dedicato alle produzioni ottenute da agricoltura biologica, ai prodotti per celiaci, ai prodotti vegani e ai prodotti lattiero-caseari.

## ITALIAN FASHION VERSO DUBAI 2020

Promos Italia, nell'ambito delle attività di sistema, partecipa con aziende del settore tessile - abbigliamento al progetto Italian Fashion verso Dubai 2020, promosso da Unioncamere Emilia-Romagna con il co-finanziamento della Regione. Focus Country del progetto sono gli Emirati Arabi Uniti e in particolare il mercato di Dubai che nel 2020 ospiterà l'Expo.

Attraverso percorsi personalizzati e infolab formativi sui marketplace e comunicazione del brand, le aziende verranno accompagnate a Dubai per incontrare operatori dell'area mediorientale e per identificare nuove modalità di commercializzazione dei prodotti verso un'area di consumatori multietnica.



**PROMOS  
ITALIA**  
BE GLOBAL

Vancouver, British Columbia



Dubai, Emirati Arabi Uniti

### DIGITAL EXPORT IN USA

Progettualità innovativa di export digitale che le Camere di Commercio di Modena, Ravenna e Reggio Emilia propongono alle imprese del territorio interessate e pronte a misurarsi con il mercato del food on-line statunitense in forte crescita. Il progetto è co-finanziato dalla Regione Emilia-Romagna ed è rivolto alla filiera agroindustriale regionale con l'obiettivo di collocare i prodotti sul marketplace Amazon.com attraverso lo store del fornitore specializzato Italia Regina.

### WEBINAR PER SOSTENERE L'EXPORT

I prossimi appuntamenti di ABC Export, il servizio di Promos Italia di prima assisten-

za e orientamento per l'internazionalizzazione delle PMI prevedono l'organizzazione di 4 seminari online dedicati alle imprese esportatrici.

L'Ufficio Estero: nuove configurazioni, nuovi strumenti e nuove figure professionali — Strategie, modelli organizzativi e innovazioni per gestire il tuo ufficio dedicato all'export

1a parte - Venerdì 13 marzo, ore 10.00 - 12.00

2a parte - Lunedì 23 marzo, ore 14.30 - 16.30

Sviluppare il proprio business all'estero: come prepararsi per entrare in nuovi mercati

Vademecum per prepararsi all'export, con focus sulle dinamiche culturali e negoziali  
Giovedì 26 marzo, ore 10.00 - 12.00

Business coaching con focus sull'estero - Le competenze professionali per affrontare in maniera efficace i mercati internazio-

nali

Giovedì 30 aprile, ore 10.00 - 12.00

Per maggiori informazioni:

retepromos@promositalia.camcom.it

### BANDO CONTRIBUTI PER LA PROMOZIONE DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI

La Camera di Commercio, anche nel 2020, ha messo a disposizione delle imprese contributi a fondo perduto per promuovere la proiezione sui mercati internazionali delle PMI modenesi. Il bando prevedeva incentivi pari al 50% della spesa sostenuta per l'acquisizione di servizi relativi allo svolgimento di una missione economica all'estero o alla partecipazione ad una fiera internazionale in Italia (inserita nel catalogo ufficiale pubblicato sul sito [www.calendariofiereinternazionali.it](http://www.calendariofiereinternazionali.it)) o all'estero, iniziative da realizzare nel corso del 2020. Come negli anni precedenti il bando ha riscosso molto interesse: le domande di contributo, che dovevano essere presentate entro il 28 febbraio 2020, sono state 207.

# Crescita moderata PER L'EMILIA- ROMAGNA

Presentato a Bologna il consuntivo 2019 realizzato da Unioncamere e Regione con le stime di Prometeia

Un altro anno di crescita seppur moderata: il 2019 ha visto un incremento del Pil stimato a +0,5% a fine anno e un calo della disoccupazione, arrivata al 5,4%. Oltre 2 milioni gli occupati: il tasso di occupazione al 70,4%, quello femminile al 64%. Nei primi nove mesi è calata la produzione industriale (-1,1%), ma l'export manifatturiero continua la sua progressione (+4,8%) mentre registra un altro incremento il turismo che si attesta intorno ai 57,4 milioni di presenze annue. Variazione positiva per gli investimenti dall'estero. Sono questi i principali dati del Rapporto 2019 sull'economia regionale dell'Emilia-Romagna, realizzato in collaborazione da Unioncamere e Regione, con

le stime di Prometeia, presentato il 17 dicembre 2019 a Bologna.

Per l'Emilia-Romagna, seconda regione italiana per valore delle esportazioni e tra le prime regioni d'Europa per export per abitante, nonostante uno scenario con incognite a livello internazionale e interno, il 2019 si chiude positivamente e si avvia a essere archiviato come un altro anno di espansione. La crescita del Pil a fine anno dovrebbe risultare pari allo 0,5%.

Continua la crescita dunque, seppur a ritmo non sostenuto e con alcuni segnali di rallentamento, tuttavia sufficiente per confermare nelle previsioni l'Emilia-Romagna al vertice delle regioni italiane per incremento del Pil nel 2019

e per il 2020. Come era avvenuto nel 2018, la regione si conferma locomotiva di un ben più lento "treno Italia".

Sempre secondo le previsioni di Prometeia è il settore delle costruzioni a contribuire maggiormente alla crescita del valore aggiunto regionale con una variazione nel 2019 rispetto al 2018 che dovrebbe attestarsi attorno al 3,9%, mentre per industria e servizi si prevede un aumento dello 0,3%. A sostenere il manifatturiero sono, ancora una volta, le esportazioni previste in crescita del 5%. Variazione positiva anche per gli investimenti (+2,9%), la domanda interna segnerà a fine anno un +1,1%.

Buone notizie sul fronte occupazionale, si rafforza la dinamica evidenziata negli





ultimi anni, nel 2019 il numero degli occupati è stimato in aumento di un ulteriore 2%. Contestualmente il tasso di disoccupazione si ridurrà al 5,2% nel 2019 e al 5,0% nel 2020.

Dopo 16 trimestri di crescita ininterrotta, la produzione industriale segna una battuta di arresto, tale che i primi nove mesi del 2019 chiudono con un calo dell'1,1%, una frenata che ha interessato tutte le classi dimensionali e colpito quasi tutti i settori. Solo l'alimentare e l'industria del legno e del mobile mostrano una variazione positiva. Per la meccanica la contrazione della produzione è pari all'1,3%, percentuale che si appesantisce per la lavorazione dei metalli (-2,3%) e per il sistema moda (-4,7%).

Tengono le costruzioni, in particolare le imprese più strutturate, e i trasporti.

I dati congiunturali confermano le difficoltà che caratterizzano da oltre un decennio il settore del commercio, stretto tra una mancata ripresa della domanda interna e la crescita dell'e-commerce, con maggiore affanno per alcuni ambiti.

L'industria turistica regionale chiude i primi 10 mesi del 2019 superando i 57,4 milioni di presenze (+1,8%) rispetto al 2018. Gli arrivi turistici salgono a 12,8 milioni (+3%).

Per quel che riguarda la qualità del credito, nei primi nove mesi del 2019 è proseguito il graduale miglioramento del credito erogato all'economia regionale, anche se la marcia sembra in frenata per quel che riguarda i parametri di costo del finanziamento.

Nei primi nove mesi dell'anno, le esportazioni dell'Emilia-Romagna hanno superato i 49 miliardi di euro, consolidando la seconda posizione nella graduatoria delle regioni esportatrici, alle spalle della sola Lombardia. Per l'Emilia-Romagna la crescita nel 2019 rispetto all'anno precedente è stata del 4,8%, variazione superiore al dato nazionale (+2,5%) così come a Lombardia (+0,4%) e Veneto (+1,1%).

Secondo l'indagine Istat sulla forza lavoro, gli occupati sono oltre quota 2 milioni, pari a 26mila unità in più nel terzo trimestre dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2018, con un

tasso di occupazione che è pari al 70,4% e quello femminile quasi al 64%, tra i più elevati in Italia. Risultano in aumento le ore di cassa autorizzata nei primi dieci mesi del 2019 rispetto allo stesso periodo del 2018 (27 per cento in più).

Il Rapporto 2019, quest'anno, dedica anche un focus specifico, a cura delle Università di Bologna (Unibo) e Modena-Reggio Emilia (Unimore) ai temi, cruciali per le imprese, della sostenibilità e della maturità digitale, strumenti per affrontare nuovi percorsi che derivano dai grandi cambiamenti e dalle sfide sociali emergenti.



# Economia modenese

## SEGNALI

## CONTRASTANTI

**Gli esiti dell'indagine congiunturale sul secondo semestre 2019: andamento contraddittorio per l'industria, in crescita il terziario ma prosegue la crisi del commercio**

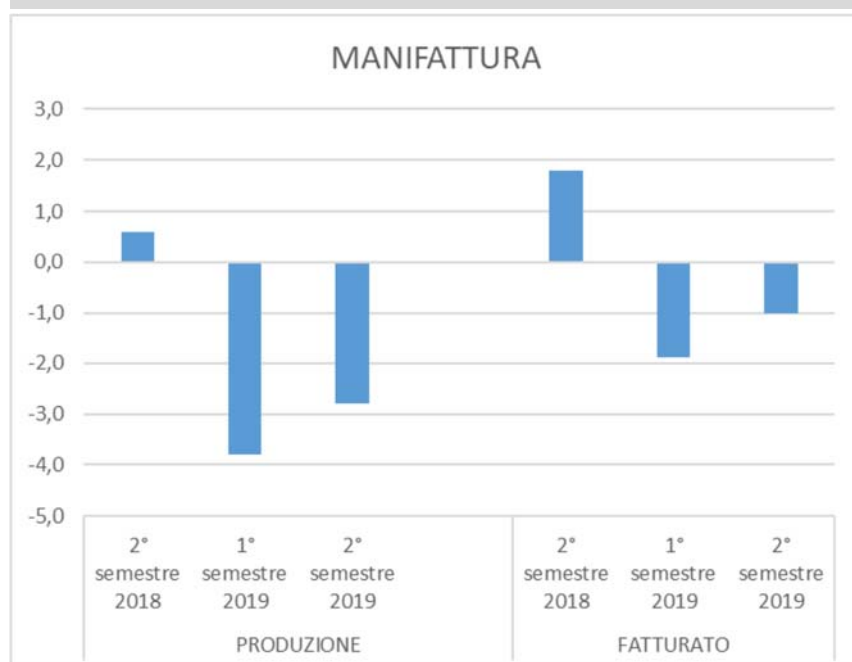
ELISABETTA SILVESTRI

Nel secondo semestre 2019 l'economia della provincia di Modena ha segnato il passo anche se emergono andamenti discordanti nei diversi comparti di attività. Peggiorano gli indicatori del manifatturiero trascinato al ribasso dal tessile-abbigliamento e da alcuni comparti del metalmeccanico. In contrazione il settore edile dopo due semestri di crescita. Nel

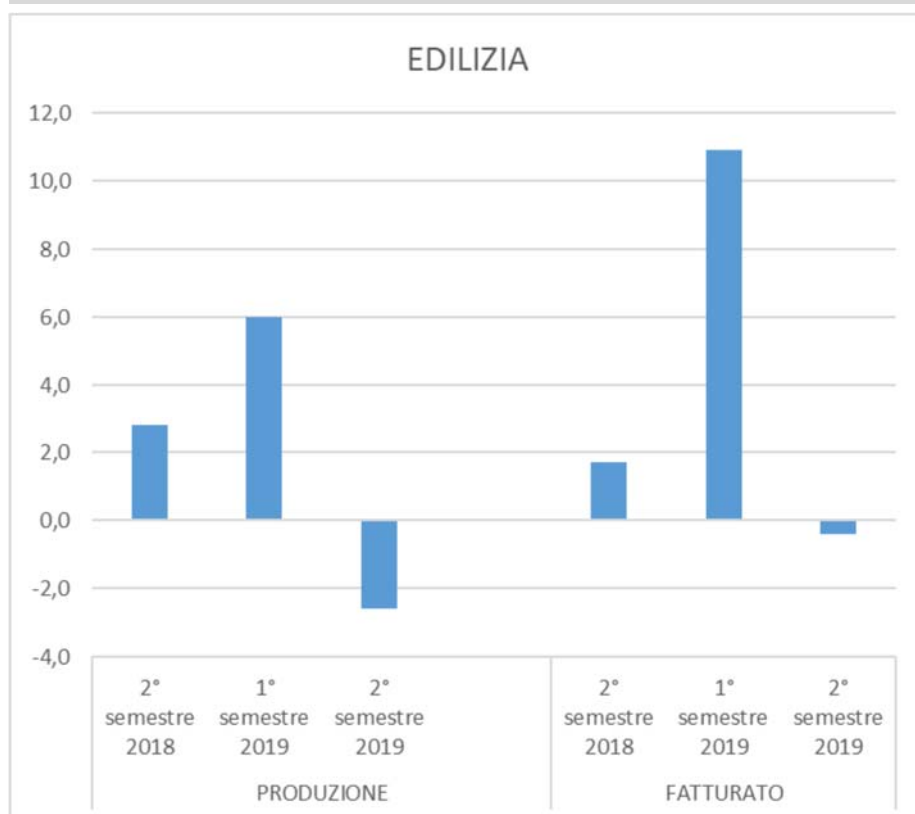
complesso invece appare buona la congiuntura del terziario dove la sostenuta espansione dei servizi alle imprese fa da contraltare alla crisi del commercio al dettaglio che conferma le difficoltà già evidenziate da tempo.

Questi in sintesi gli esiti dell'indagine congiunturale sull'andamento dell'economia della provincia di Modena, realizzata dal

**Indagine congiunturale sulle imprese della provincia di Modena: variazioni % tendenziali della produzione e del fatturato**



## Indagine congiunturale sulle imprese della provincia di Modena: variazioni % tendenziali della produzione e del fatturato



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena

Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio in collaborazione con le associazioni imprenditoriali Confindustria Emilia, CNA Modena, Legacoop Estense, Ascom Concommercio e FAM Modena.

### CONGIUNTURA DEL SETTORE MANIFATTURIERO

Produzione e ordinativi denotano un deterioramento del trend rispetto a quanto rilevato nell'indagine relativa al primo semestre 2019, mentre il fatturato presenta un miglioramento della dinamica che rimane comunque negativa.

Le imprese manifatturiere della provincia di Modena hanno infatti evidenziato nel secondo semestre 2019 una flessione della produzione stimata sul -2,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Anche il fatturato ha mostrato un decremento tendenziale seppur meno marcato: -1%.

Le imprese esportatrici hanno dichiarato lievi cali sia per il fatturato estero, -0,1%, sia per quello interno, -0,4%. La quota percentuale di fatturato realizzata sui mercati esteri si attesta sul 44%.

La raccolta ordini presenta nel complesso un calo tendenziale del -4,1%, mentre l'occupazione si contrae del -0,4%. Il tempo di incasso medio delle fatture attive è stimato sui tre mesi.

Le prospettive degli imprenditori riguardanti l'andamento della produzione nel primo semestre 2020 sono di stabilità per il 50% degli intervistati, di aumento per il 27%, di flessione per il 23%. Quelle per il fatturato e gli ordini ricalcano sostanzialmente queste quote percentuali.

Tra le novità dell'indagine, le previsioni sugli investimenti, che sono stabili per il 61% delle imprese, in aumento per il 22% e in calo per il 17%.

Uno sguardo ai principali settori di attività evidenzia nel secondo semestre 2019 una congiuntura favorevole per l'alimentare che presenta produzione, fatturato e ordini in aumento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Si aggrava invece la congiuntura dei comparti maglieria e abbigliamento: tutti gli indicatori sono in flessione e denotano un ulteriore peggioramento rispetto a quanto registrato nel primo semestre dell'anno.

Il ceramico mostra una tenuta della produzione oltre a fatturato e ordini in crescita, in particolare sul mercato interno, mentre l'estero è fermo.

Il settore biomedicale evidenzia un andamento brillante con aumenti a due cifre per produzione e fatturato. Anche ordini e occupazione sono in crescita.

Il settore metalmeccanico è disaggregato in comparti: quelli trainanti sono i mezzi di

trasporto e le apparecchiature elettriche/elettroniche, mentre macchine e apparecchi meccanici e lavorazioni meccaniche di base presentano un andamento negativo.

### CONGIUNTURA DEL SETTORE EDILE

I dati congiunturali sul secondo semestre 2019 purtroppo non confermano le positive evidenze del primo semestre: si registra infatti una battuta d'arresto con produzione in calo del -2,6%, fatturato in lieve diminuzione (-0,4%) e ordini a -1%. Soltanto l'occupazione continua ad aumentare: +12,5% è la variazione degli addetti da luglio a dicembre 2019.

### CONGIUNTURA DEL SETTORE TERZIARIO

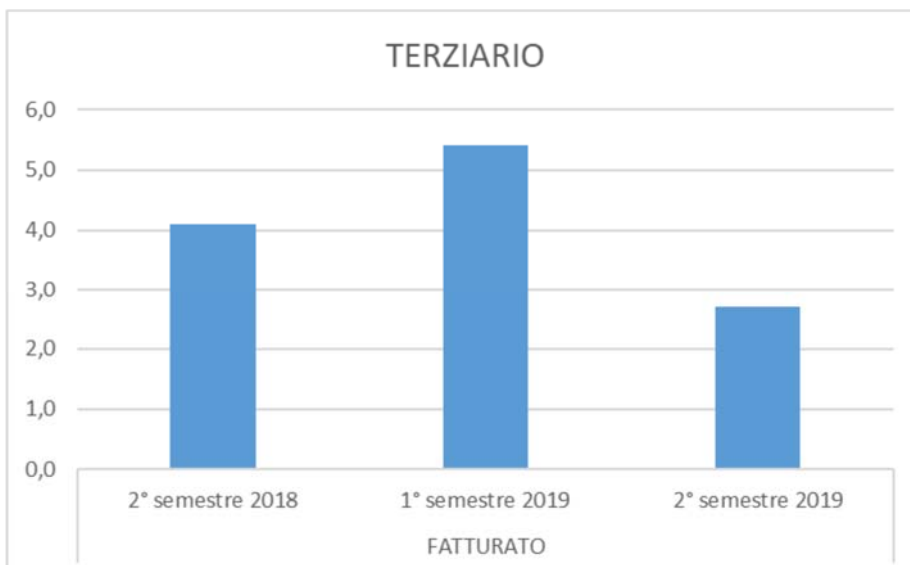
Il terziario nel suo complesso ha riportato nel secondo semestre 2019 un trend positivo, con una variazione tendenziale del fatturato che si attesta sul 2,7%. Le giacenze di magazzino sono leggermente aumentate (+0,6%), e l'utile netto presenta una variazione del +3,7%. Per quanto concerne l'occupazione, la variazione degli addetti nel semestre risulta del +4,5% mentre il costo del lavoro è incrementato del +2,4%.

Al suo interno i diversi comparti presentano tuttavia andamenti differenziati: il comparto trainante è indubbiamente quello dei servizi alle imprese (+7,9% la variazione del fatturato). Vendite in aumento anche nei servizi alle persone (+2,2%), nel commercio all'in-

grosso (+1,4%) e nel comparto che comprende alloggio, ristorazione e altri servizi turistici (+0,6%). Si aggrava invece la situazione del commercio al dettaglio che riporta un calo di vendite pari al -5,4%.

Riguardo alle previsioni sull'andamento del fatturato, il terziario nel suo complesso ha indicato stazionarietà per il 58% degli intervistati. Le probabilità di aumento sono date al 22%, quelle di decremento al 20%.

#### Indagine congiunturale sulle imprese della provincia di Modena: variazioni % tendenziali della produzione e del fatturato



# Nel 2019 si contrae la base imprenditoriale A MODENA

Perdono imprese gran parte dei settori manifatturieri, mentre tra i servizi il calo è concentrato solamente nel commercio e nei trasporti

Il Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena ha elaborato i dati rilasciati da Infocamere sulla natalità delle imprese relative al quarto trimestre del 2019. In quest'ultimo trimestre dell'anno le imprese registrate modenesi ammontano a 72.761 con un calo congiunturale dello 0,5%, pari a 398 imprese in meno rispetto a settembre 2019.

L'esame dell'intero anno mostra un risultato meno negativo, con 4.270 imprese iscritte nel 2019 a fronte di 4.397 imprese cessate non d'ufficio, in leggero aumento rispetto al 2018, tutto ciò dà origine a un saldo di -127 imprese. Il relativo tasso di sviluppo è pari al -0,17%, più elevato della media regionale (-0,31%), ma inferiore al totale nazionale che risulta posi-

vo (+0,44%) grazie alla crescita del numero delle imprese nelle regioni del Centro-Sud. Con questo risultato Modena rimane settantunesima nella classifica generale delle province italiane.

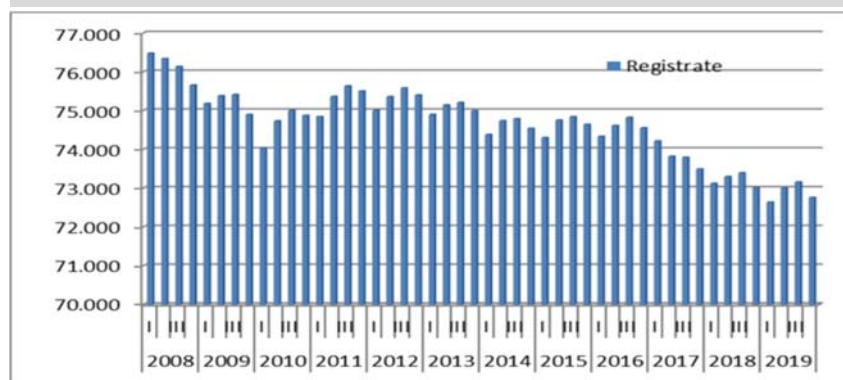
Anche il confronto annuale delle imprese registrate è lievemente negativo, con una diminuzione tendenziale pari al -0,3%, passando da 73.016 imprese nel dicem-

## Imprese registrate, iscritte e cessate non d'ufficio nella provincia di Modena, Emilia Romagna e Italia

	Modena			Emilia-Romagna			Italia		
	anno 2019	anno 2018	var. %	anno 2019	anno 2018	var. %	anno 2019	anno 2018	var. %
Registrate	72.761	73.016	-0,3	451.976	454.338	-0,5	6.091.971	6.099.672	-0,1
Iscritte	4.270	4.261	0,2	25.414	25.172	1,0	353.052	348.492	1,3
Cessate non d'ufficio	4.397	4.295	2,4	26.845	26.097	2,9	326.423	317.570	2,8
Saldo	-127	-34		-1.431	-925		26.629	30.922	

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

## Andamento delle imprese registrate in provincia di Modena dal 2008 al 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

## Imprese attive per settore di attività in provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/12/2019	Totale imprese al 31/12/2018	Saldo imprese attive	Variazione %
Agricoltura, silvicoltura pesca	7.804	7.983	-179	-2,2
Estrazione di minerali da cave e miniere	31	34	-3	-8,8
Attività manifatturiere	9.007	9.144	-137	-1,5
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	107	115	-8	-7,0
Fornitura di acqua; reti fognarie	83	86	-3	-3,5
Costruzioni	10.401	10.437	-36	-0,3
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	14.059	14.312	-253	-1,8
Trasporto e magazzinaggio	2.229	2.296	-67	-2,9
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.917	3.918	-1	0,0
Servizi di informazione e comunicazione	1.447	1.434	13	0,9
Attività finanziarie e assicurative	1.460	1.419	41	2,9
Attività immobiliari	5.038	4.988	50	1,0
Attività professionali, scientifiche e tecniche	2.994	2.950	44	1,5
Noleggio e servizi di supporto alle imprese	1.927	1.862	65	3,5
Istruzione	257	251	6	2,4
Sanità e assistenza sociale	316	307	9	2,9
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	663	664	-1	-0,2
Altre attività di servizi	2.857	2.802	55	2,0
Imprese non classificate	14	12	2	16,7
<b>Totale</b>	<b>64.611</b>	<b>65.014</b>	<b>-403</b>	<b>-0,6</b>

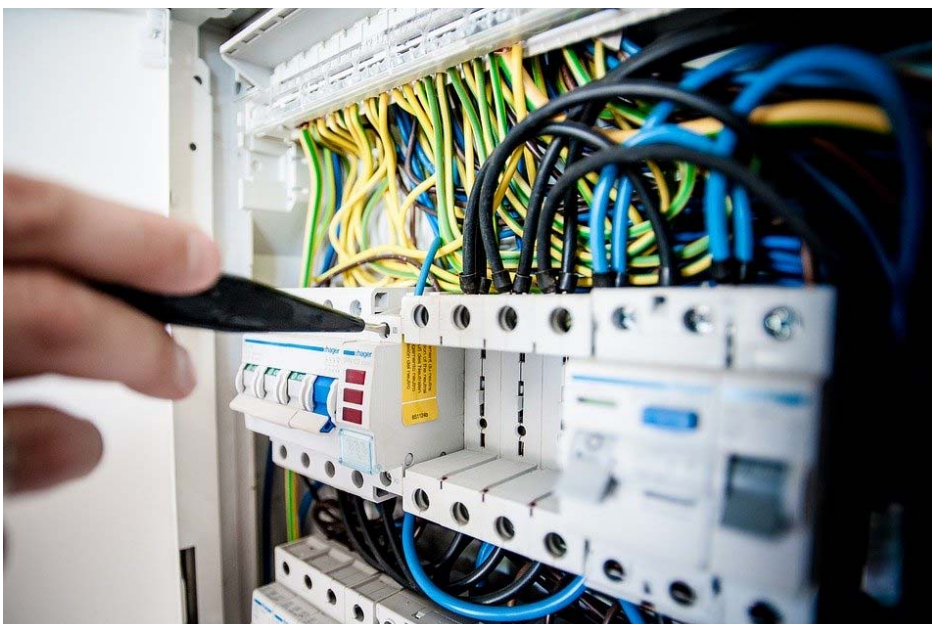
Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

bre del 2018 a 72.761 nel dicembre del 2019. Con 146 cessazioni, quest'anno rimane più marginale l'effetto delle cancellazioni di ufficio (cioè dell'eliminazione delle imprese non più operanti ma ancora iscritte al Registro Imprese).

L'esame delle imprese attive per forma giuridica mostra come le società di capitale siano le uniche che continuano ad aumentare (+2,8%), mentre scendono inesorabilmente le società di persone (-3,3%), seguite dalle "altre forme giuri-

diche" (-2,6%), mentre resistono maggiormente le imprese individuali (-1,3%).

La diminuzione delle imprese che hanno dichiarato l'effettivo inizio di attività, cioè delle imprese attive, è più marcata di quelle registrate, scende infatti al -0,6% la variazione tendenziale e tutti i macrosettori risultano negativi, a partire dall'agricoltura (-2,2%), seguita dall'industria manifatturiera (-1,5%), dalle costruzioni (-0,3%), mentre pressoché stabili risultano i servizi (-0,1%).



## Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/12/2019	Totale imprese al 31/12/2018	Saldo imprese attive	Variazione %
Industria alimentare	870	868	2	0,2
Tessile abbigliamento	2.061	2.111	-50	-2,4
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	304	318	-14	-4,4
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	78	80	-2	-2,5
Stampa e riproduzione di supporti registrati	235	245	-10	-4,1
Industria chimica e farmaceutica	100	100	0	0,0
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	184	180	4	2,2
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	406	420	-14	-3,3
Metalmecchanico	3.255	3.302	-47	-1,4
Fabbricazione mezzi di trasporto	155	157	-2	-1,3
Fabbricazione di mobili	190	191	-1	-0,5
Altre industrie manifatturiere	426	442	-16	-3,6
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	743	730	13	1,8
<b>Totale manifatturiero</b>	<b>9.007</b>	<b>9.144</b>	<b>-137</b>	<b>-1,5</b>

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

Il dettaglio dell'industria manifatturiera indica solamente tre settori che registrano un incremento di imprese attive: la fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche (+2,2%), la "riparazione e manutenzione" (+1,8%) e l'industria alimentare (+0,2%). Tutti gli altri settori perdono imprese, soprattutto l'industria del legno (-4,4%), la "stampa e supporti registrati" (-4,1%), le "altre industrie manifatturiere" (-3,6%) e la ceramica (-3,3%).

Va meglio nel terziario, dove alcuni comparti ottengono ottimi risultati, come i "servizi di supporto alle imprese" (+3,5%), le "attività finanziarie e assicurative" e l'assistenza sociale entrambe al +2,9% e l'istruzione (+2,4%).

Solamente due settori confermano una perdita di imprese: il "trasporto e magazzino" (-2,9%) e il commercio (-1,8%).

## Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

Classe di Natura Giuridica	Imprese attive al 31/12/2019	Imprese attive al 31/12/2018	Saldo	Var. %
Società di capitale	17.616	17.142	474	2,8
Società di persone	11.716	12.114	-398	-3,3
Imprese individuali	33.912	34.355	-443	-1,3
Altre forme giuridiche	1.367	1.403	-36	-2,6
<b>Totale</b>	<b>64.611</b>	<b>65.014</b>	<b>-403</b>	<b>-0,6</b>

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

# Crescono le imprese

## GUIDATE DA STRANIERI

**Rallenta ma rimane positiva la dinamica dell'imprenditoria estera. I dati per stato di nascita evidenziano un forte incremento negli ultimi dieci anni a fronte di un calo degli imprenditori italiani**

Crescono le imprese guidate da stranieri

Rallenta ma rimane positiva la dinamica dell'imprenditoria estera. I dati per stato di nascita evidenziano un forte incremento negli ultimi dieci anni a fronte di un calo degli imprenditori italiani. Diminuiscono le imprese in provincia di Modena nel quarto trimestre 2019, ma non si arresta la crescita di quelle guidate in maggioranza da persone con nazionalità estera, anche se è meno dinamica rispetto al passato. Lo attestano i dati Infocamere elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio. Così, a fine dicembre 2019 risultano 7.943 le imprese con titolari stranieri, 6 in più di quelle rilevate a fine settembre, pari ad un incremento congiunturale dello 0,1%.

Bologna presenta un quinto di tutte le imprese straniere in regione, Modena rimane sempre al secondo posto, con una quota pari al 16,1%, seguita a ruota da Reggio Emilia (15,8%). Il tasso di imprese straniere di Modena è pari al 12,3%, mentre la media regionale è del 14,1%.

Ritornando alle imprese modenesi, il confronto tendenziale delle imprese straniere risulta ancor

più performante: salgono del 2,3% rispetto al 31 dicembre 2018, pari a +176 in valore assoluto. Nessun settore risulta in calo, anzi alcuni registrano incrementi piuttosto consistenti, come i "servizi alle persone" (+9,0%), i "servizi alle imprese" (+3,6%).

Risulta buono anche l'andamento dell'"alloggio e ristorazione" (+1,6%), dell'industria manifatturiera (+1,8%) e delle costruzioni (+1,8%).

Queste variazioni non hanno cambiato sostanzialmente la distribuzione delle imprese straniere per settori di attività: rimangono infatti concentrate nelle costruzioni con una quota doppia (30,5%) rispetto al totale imprese della provincia, nel commercio (22,0%) e nell'industria manifatturiera (17,4%), mentre risultano molto inferiori rispetto alla media provinciale nei servizi alle imprese (13,7%) e nell'agricoltura (1,4%).

Anche il trend delle forme giuridiche rimane invariato evidenziando come gli imprenditori stranieri preferiscano operare sotto forma di ditta individuale che è la forma giuridica di gran lunga prevalente (77,1% del totale). Seguono le società di capitali con una quota del 14,1%, che comunque



continuano a registrare un aumento notevole (+11,8%), mentre le società di persone sono impiegate in misura minore (5,9%), e risultano l'unica categoria in calo (-4,5%), mentre le "altre forme" conservano la loro quota pari al 2,9% del totale.

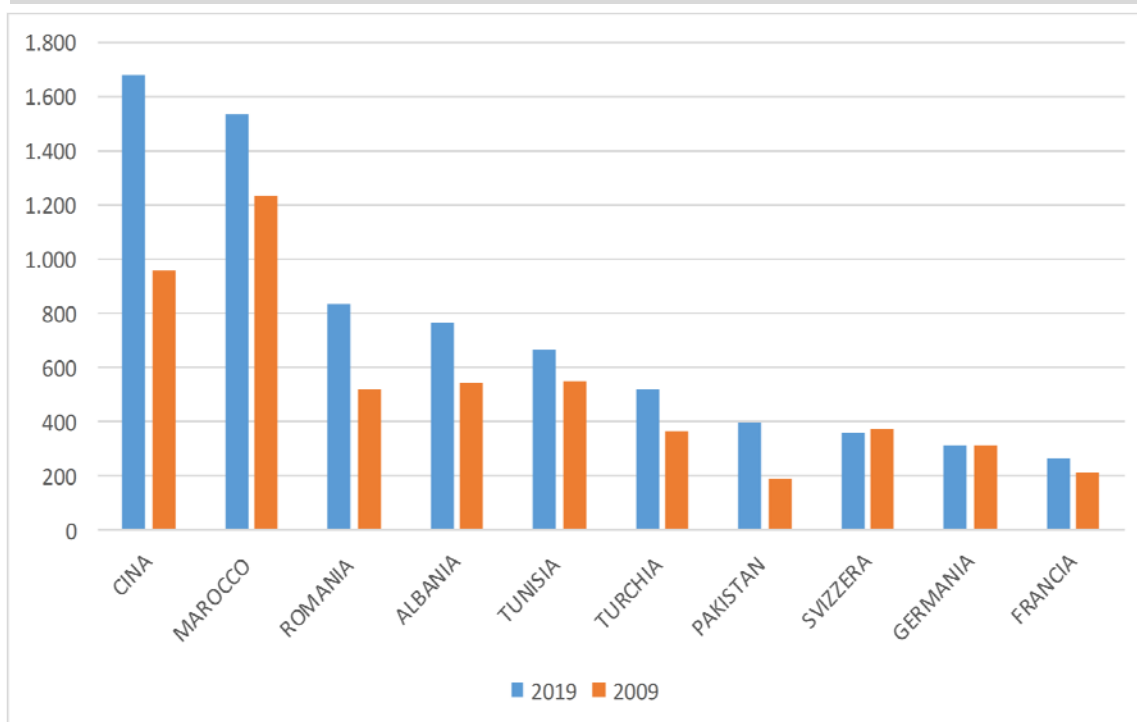
L'ascesa degli stranieri è confermata anche dai dati sul numero di persone che detengono cariche al Registro Imprese di Modena che al 31/12/2019 risultano essere nel complesso 104.522. Per dare maggiore evidenza della dinamica si è considerato il confronto con la stessa data di dieci anni prima (31/12/2009). Il risultato è un netto aumento della componente straniera nell'imprenditoria modenese (che passa dal 7 al 10% del totale), e della concentrazione nei principali paesi di provenienza.

L'incremento decennale degli stranieri con cariche è infatti del +31,3% mentre gli italiani diminuiscono del -14,6%. Nel complesso il numero di persone con cariche al Registro Imprese diminuisce del -11,4%.

Cambia la nazione più rappresentata: nel 2009 era il Marocco con 1.238 imprenditori, che oggi sono 1.537 con un aumento del +24,2%. Prima nazionalità è attualmente quella cinese, con 1.686 imprenditori, in aumento di ben il 76% negli ultimi dieci anni. Gli unici settori dove si concentrano gli imprenditori cinesi sono le confezioni di articoli di abbigliamento e maglieria, bar e ristorazione, commercio al dettaglio e servizi alla persona.

Nella graduatoria degli stranieri per nazione di nascita figurano dal terzo posto in avanti: Romania (839 persone con cariche), Albania (768) e Tunisia (665), Turchia (523) e Pakistan (401). Dall'ottavo al decimo posto in graduatoria emergono paesi europei come Svizzera (360), Germania (313) e Francia (265).

**Persone straniere con cariche nelle imprese della provincia di Modena per stato di nascita - confronto 31 dicembre 2009 — 31 dicembre 2019**



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere



# In diminuzione le imprese giovanili IN PROVINCIA

**Alla fine del 2019 sono 4.657 le imprese guidate in maggioranza da under 35 in provincia di Modena, 170 in meno in un anno**

Diminuiscono le imprese giovanili nel 2019: i dati diffusi da Infocamere ed elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio indicano una consistenza di 4.657 imprese guidate da under 35 in provincia di Modena al 31 dicembre 2019, contro le 4.827 attive alla stessa data dell'anno precedente, con un decremento in valore assoluto di 170 imprese, pari al -3,5%.

Nonostante ciò, Modena rimane la seconda provincia in Emilia-Romagna per numero di imprese gestite prevalentemente da giovani: la quota provinciale sul totale regionale è pari al 15,8%, mentre al primo posto rimane Bologna con il 20,6% del totale regionale e al terzo posto si piazza Reggio Emilia (14,7%).

Per quanto riguarda il tasso di imprese giovanili sul totale imprese, Reggio Emilia risulta la provincia più "giovane" con una quota di imprese giovanili pari al 8,9% del totale, mentre la provincia con imprese più "vecchie" risulta Forlì-Cesena con un

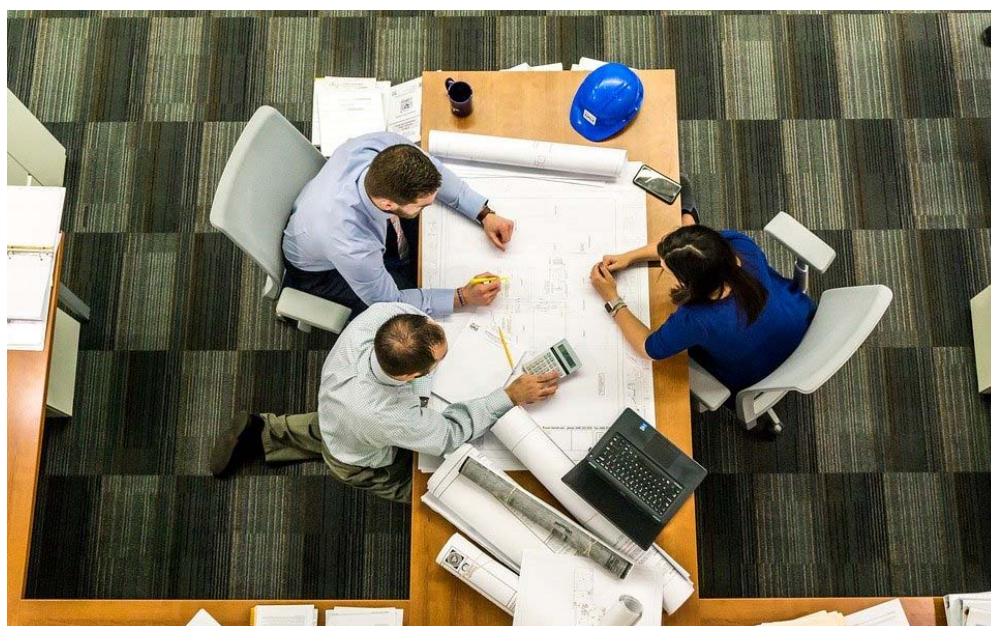
tasso pari al 6,5%. Modena si colloca in terzultima posizione con un tasso di imprese giovanili pari al 7,2%.

La distribuzione settoriale delle imprese giovanili modenesi vede una concentrazione nel commercio con il 24,8% di imprese, seguito dai servizi alle imprese (22,4%) e dalle costruzioni (18,2%). All'interno dell'industria manifatturiera i comparti con più imprese giovanili sono quelli della fabbricazione di prodotti in metallo in cui opera il 23% del totale manifatturiero, il tessile abbigliamento (19,3%) e la "riparazione e manutenzione" (15,1%).

Nel corso del 2019 sono molti i settori che perdono un numero considerevole di imprese: calano l'industria (-9%), le costruzioni (-7,2%), l'alloggio e ristorazione (-5,7%), il commercio (-3,8%), i servizi alle persone (-2,7%) e l'agricoltura (-0,7%). In controtendenza solo i servizi alle imprese (+2,7%).

Per quanto riguarda la suddivisione per

forma giuridica, si evidenzia che le aziende giovanili sono in netta maggioranza imprese individuali (73,1%). Le società di capitali sono il 19,9% del totale mentre le società di persone rappresentano il 5,7% del totale. Le "altre forme" rappresentano una quota del 1,3%.



# Imprenditrici modenesi

## VERSO I SERVIZI E LA RISTORAZIONE

**Nel 2019 restano invariate ma cambia la composizione settoriale delle 14 mila imprese gestite da donne in provincia: sono meno in agricoltura, commercio, manifattura, di più nei servizi**

Sono in leggero calo le imprese femminili nel 2019: i dati diffusi da Infocamere ed elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena indicano una consistenza di 14.007 imprese attive guidate da donne in provincia di Modena al 31 dicembre, contro le 14.066 imprese attive alla stessa data dell'anno precedente, con una diminuzione in valore assoluto di 59 imprese, pari al -0,4%. La percentuale di imprese femminili sul totale imprese diviene quindi pari al 21,7%. Per impresa femminile si intende una azienda in cui la titolare o la maggioranza dei soci è rappresentata da donne imprenditrici.

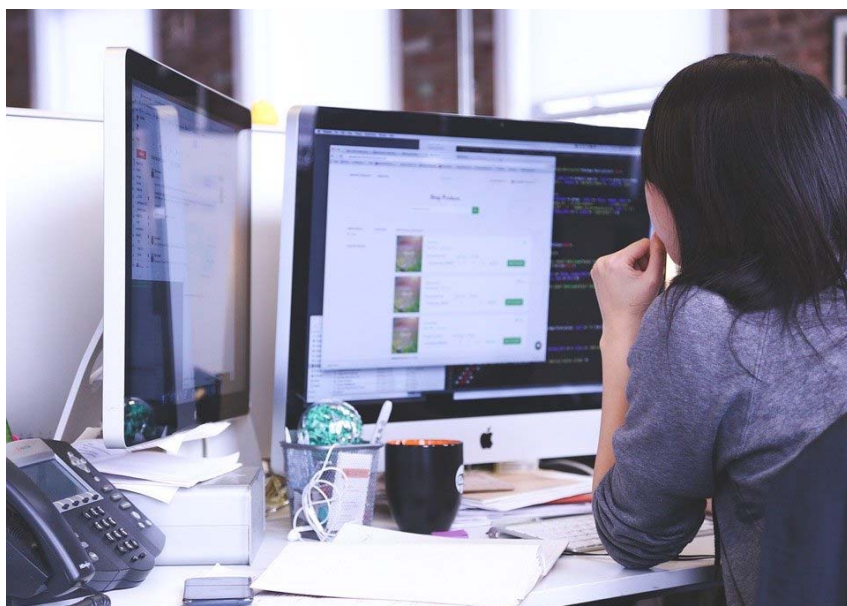
A livello regionale la provincia di Modena risulta seconda dopo Bologna (21,1%) per consistenza di imprese in rosa, con una

quota del 16,5% sul totale dell'Emilia-Romagna.

La distribuzione settoriale delle aziende femminili modenesi vede una concentrazione nel commercio (24% del totale), seguito dai servizi alle imprese (22%) e dall'agricoltura (14,4%). All'interno dell'industria manifatturiera i comparti con maggiore presenza sono il tessile abbigliamento (51,7%), l'alimentare (11,0%) e la produzione di prodotti in metallo (9,3%).

Nel corso del 2019 vi sono settori che perdono imprese ed altri in aumento, ad esempio cala il commercio (-2,9%), l'agricoltura (-2,6%), l'industria manifatturiera (-1,3%), mentre aumentano i servizi alle persone (+2,9%), i servizi alle imprese (+1,3%) e l'alloggio e ristorazione (+1,2%).

Per quanto riguarda la suddivisione per forma giuridica, si evidenzia che tra le aziende femminili sono in netta maggioranza le imprese individuali (63,1%). Le società di capitali sono il 21,2% del totale mentre le società di persone rimangono al 14,1% del totale. Le "altre forme" rappresentano una quota dell'1,5%.



# Focus sulle imprese: LE TENDENZE DEGLI ULTIMI DIECI ANNI

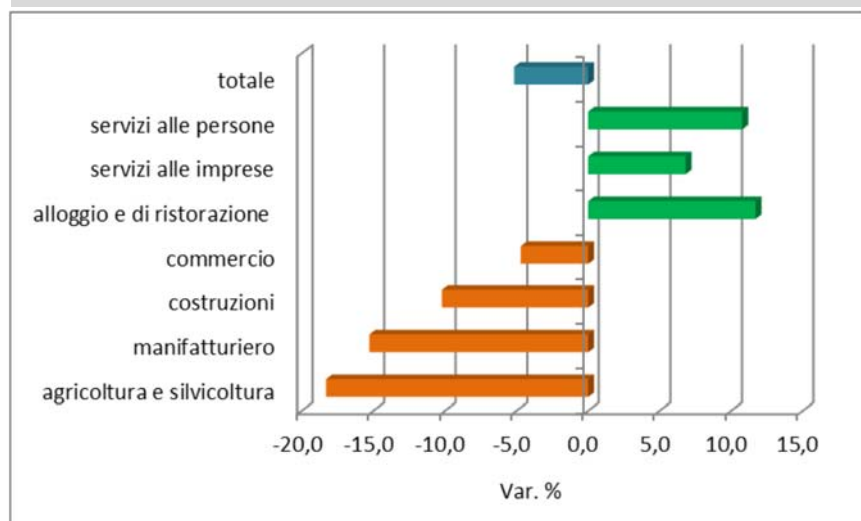
L'evoluzione delle imprese nell'ultimo decennio mostra una sensibile trasformazione nel tessuto imprenditoriale modenese: accanto all'invecchiamento delle imprese e degli imprenditori, si denota un travaso della consistenza imprenditoriale dai settori manifatturieri e dall'agricoltura verso il terziario

MAURA MONARI

La banca dati del Registro Imprese permette di confrontare l'evoluzione del tessuto imprenditoriale modenese negli ultimi dieci anni esaminando diversi aspetti. La demografia imprenditoriale di solito non registra sensibili cambiamenti nel breve periodo, in quanto l'apertura o la chiusura di un'impresa non è così immediata come le misure congiunturali di produzione e fatturato. Tuttavia un'analisi decennale, svolta dal

Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio ha mostrato molti cambiamenti nella struttura delle imprese della provincia. Infatti sia la crisi economica, ma anche le mutate condizioni sociali hanno inciso profondamente sui vari aspetti dell'imprenditoria modenese aprendo nuove opportunità ma anche nuove perplessità. Innanzitutto le difficoltà del mercato dell'ultimo decennio hanno portato ad una selezio-

**Variazione % del numero di imprese attive per settori economici in provincia di Modena dal 2009 al 2019**



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere



ne tra le imprese della provincia, causando la chiusura quelle che non erano abbastanza produttive per affrontare le difficoltà di questi anni. Così in un decennio si sono perse 3.521 imprese attive in provincia di Modena, pari al -5,2%, un dato abbastanza nuovo per questo territorio, che invece dal 2000 al 2009 aveva guadagnato 4.472 imprese con una crescita del +7,0%.

### L'EVOLUZIONE SETTORIALE

Tuttavia questo calo non è stato omogeneo, anzi ha toccato maggiormente alcuni settori a discapito di altri. Ad esempio nel decennio 2009-2019 si sono visti cali sensibili nelle imprese agricole, passate da 9.553 a 7.804, con una diminuzione pari al -18,3%.

Molto penalizzato anche il manifatturiero, che perde 1.665 imprese pari al -15,3%. Tali diminuzioni sono distribuite un po' in tutti distretti industriali che hanno reso famosa la provincia. Innanzitutto risulta evidente la ristrutturazione del tessile-abbigliamento, che con il rafforzarsi della globalizzazione e della conseguente concorrenza internazionale, la-

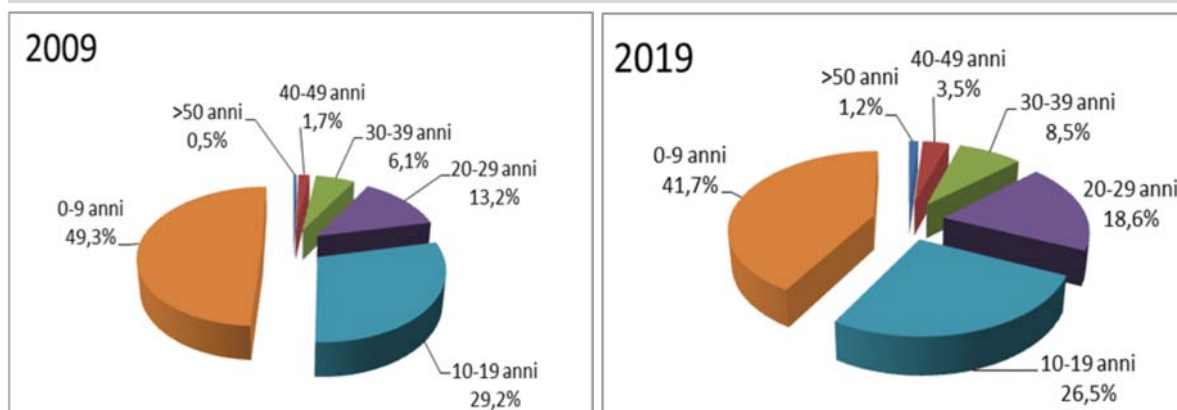
scia sul terreno 758 imprese, pari al -26,9%. Ancor peggio per la ceramica, il cui numero di imprese attive cala del -32,0%. Infine nonostante l'export metalmeccanico non sia stato interessato dalla crisi, calano anche le imprese di questo settore, con una perdita netta del -17,5%.

L'unico comparto manifatturiero rimasto indenne in questi anni risulta l'industria alimentare, le cui imprese attive rimangono pressoché costanti (+0,6%), mentre la "riparazione e manutenzione" è il solo settore manifatturiero in netta crescita e guadagna 289 imprese pari ad un incremento del 63,7%.

Nel terziario solamente il commercio è in difficoltà, perdendo 694 imprese pari al -4,7%, mentre tutti gli altri settori vedono aumentare il numero delle imprese attive, soprattutto l'alloggio e ristorazione (+11,7%), i "servizi alle persone" (+10,8%) e i "servizi alle imprese" (+6,8%), tra cui i "servizi per edifici e paesaggio e attività di supporto delle funzioni imprenditoriali" in testa.

### L'ANDAMENTO ANTITETICO DELLE UNI-

**Composizione delle imprese attive per anni di iscrizione al Registro Imprese in provincia di Modena – anni 2009 e 2019**





### TA' LOCALI

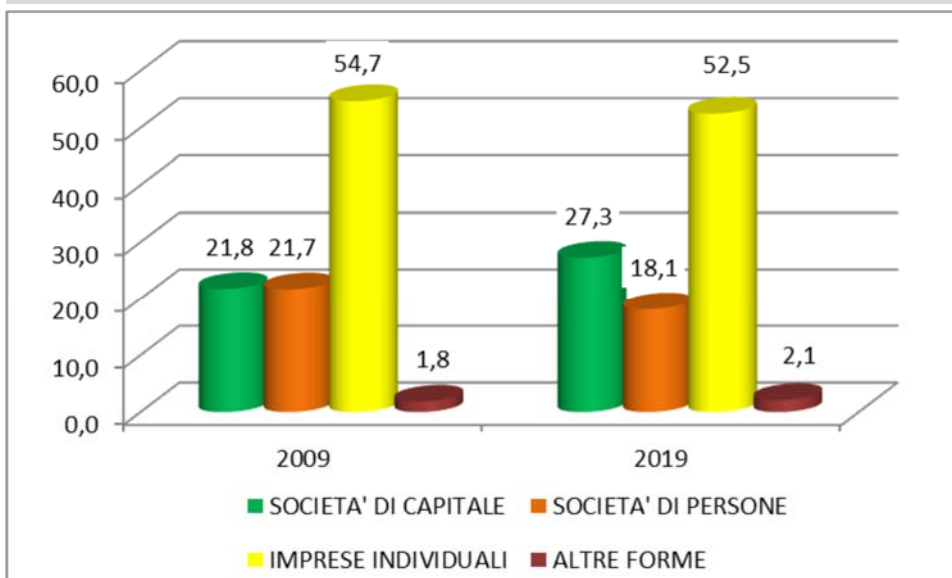
Tuttavia, l'esame delle localizzazioni attive, cioè di tutte le varie unità locali (capannoni, uffici, magazzini) appartenenti alla stessa impresa escludendo le sedi, mostra un andamento differente: infatti si può vedere come registrino un incremento sensibile: +18,0% dal 2009 al 2019, pari ad una differenza positiva di 2.305 unità locali. Emerge pertanto una tendenza all'accorpamento delle imprese, con una conseguente diminuzione delle sedi mentre le rispettive localizzazioni aumentano.

Più nel dettaglio, se si analizzano le localizzazioni rispetto all'ubicazione delle sedi, si nota che

gli incrementi più sostanziosi riguardano le unità locali di imprese che hanno la sede fuori della provincia di Modena, che salgono del 29,9%, mentre le localizzazioni delle imprese modenesi si fermano ad una crescita del 12,8%. Emerge pertanto una tendenza alla perdita della governance all'interno della provincia, che viene trasferita altrove. Tale fenomeno si verifica in quasi tutti i settori, eccetto le costruzioni, le attività finanziarie e assicurative e le attività immobiliari, in tali settori il numero delle localizzazioni è in calo.

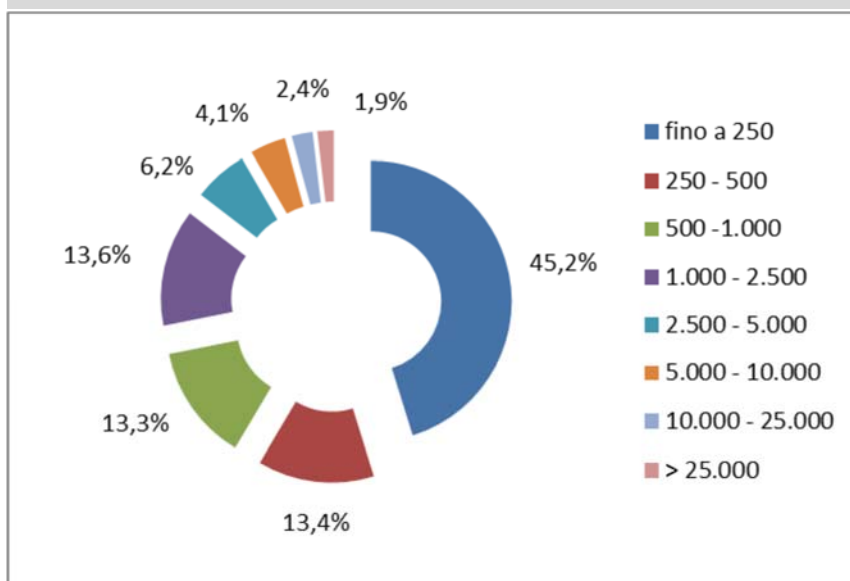
### LA COMPOSIZIONE DELLE IMPRESE PER ANNO DI ISCRIZIONE

**Composizione % delle imprese attive per forma giuridica in provincia di Modena – anni 2009 2019**



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

### Variatione % delle unità locali e delle sedi attive in provincia di Modena dal 2009 al 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

Un altro cambiamento rilevante avvenuto in questi dieci anni è la composizione delle imprese per anno di iscrizione al Registro Imprese. Si può notare un notevole consolidamento delle imprese più anziane, dove la fascia di età delle imprese maggiore di 50 anni è più che raddoppiata, con un aumento del 149,0% dal 2009 al 2019. Anche la fascia dai 40 ai 49 anni è cresciuta sensibilmente (+93,1%), infine molto buono anche l'andamento per la fascia 20-29 anni (+33,2%) e 30-39 anni (+32,1%). D'altro canto pare che negli ultimi anni sia molto più difficile creare nuove imprese, infatti rispetto al 2009 cala nettamente la numerosità delle imprese che hanno da 0 a 9 anni (-19,8%) e da 10 a 19 anni (-13,9%), ponendo dei dubbi sulla possibilità del tessuto imprenditoriale modenese di mantenere le numerosità raggiunte alla fine del secolo scorso mediante sostituzione delle imprese più datate.

#### IL RICAMBIO GENERAZIONALE

L'analisi dell'età degli imprenditori modenesi che hanno cariche all'interno delle imprese conferma la mancanza di un ricambio generazionale con le persone fino a 29 anni che hanno delle cariche all'interno delle imprese in diminuzione del 30,4% pari solamente al 3,7% del totale. Netto calo anche dai 30 ai 49 anni (-35,2%) diventando il 35,3% del totale, mentre sale il numero di cariche dai 50 ai 69 anni (+10,2%) che diviene la fascia di età più numerosa (47,8%), tuttavia l'incremento più sensibile viene registrato dalle persone con più di 70 anni (+36,9%).

#### L'ANALISI DELLE FORME

#### GIURIDICHE

Di pari passo con l'invecchiamento delle imprese si fa strada un altro fenomeno: grazie anche alla semplificazione delle norme per costituire le società a responsabilità limitata, si è avuto uno spostamento da forme giuridiche più semplici, come le ditte individuali o le società di persone, verso le società di capitali, che permettono, tra le altre cose, di salvaguardare il capitale personale dell'imprenditore in caso di fallimento.

Così, dal 2009 ad oggi, si è avuto un incremento sensibile nelle società di capitali (+18,7%), che passano da una quota del 21,8% del totale al 27,3%. D'altro canto calano in maniera quasi speculare le società di persone (-20,8%) che diventano il 18,1% del totale. Infine perdono più di tremila imprese anche le ditte individuali (-9,0%) rimanendo tuttavia ancora la forma giuridica preferita tra gli imprenditori modenesi (52,5%). Le altre forme, come le cooperative e i consorzi, rimangono residuali (2,1% del totale), ma sono anch'esse in aumento (+8,8%).

#### IL VALORE DELLA PRODUZIONE

Grazie all'espansione delle società di capitali, aumenta anche la possibilità di avere informazioni sul valore della produzione delle imprese, in quanto sono in crescita quelle obbligate a depositare il bilancio presso le Camere di Commercio. Infatti la distribuzione per classi di valore di produzione vede una diminuzione delle imprese con valore della produzione assente (cioè le società che non depositano il bilancio), mentre aumenta il numero delle imprese



nelle fasce di valore della produzione inferiori, cioè da 0 a 1 milione di euro. Più precisamente sale del 37,8% il numero di imprese con valore della produzione da 0 a 250 mila euro, che rimangono la maggioranza (45,2%), del 17,4% da 250 a 500 mila euro (13,4% del totale) e del +10,8% da 500 mila a 1 milione di euro (13,4% del totale). Per valori della produzione maggiori invece il numero di imprese già esiguo risulta in diminuzione, tranne che per le imprese molto grandi, con un fatturato superiore a 25 milioni, che segnano un +12,7%.

### IL DECLINO DELL'ARTIGIANATO

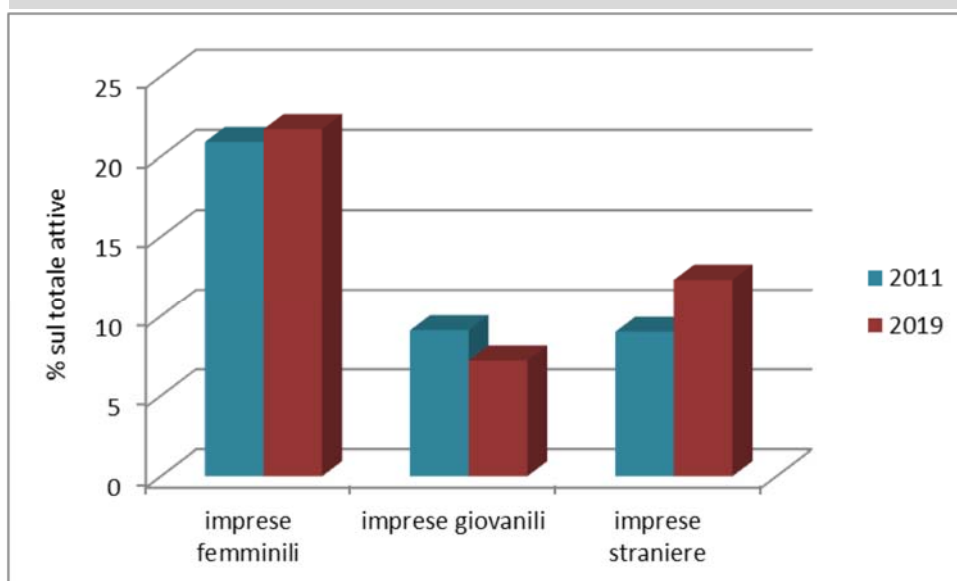
Uno sguardo alle imprese iscritte all'albo artigiani mostra come ci sia un notevole declino di questa

categoria, infatti dal 2009 al 2019 si sono perse 3.171 imprese, pari ad una diminuzione del 13,5%, concentrata soprattutto nei settori artigianali tipici, manifatturiero (-19,8%) e costruzioni (-16,0%).

### LE CARATTERISTICHE DEGLI IMPRENDITORI

Inoltre dalla banca dati del Registro Imprese si possono ricavare informazioni anche sugli imprenditori modenesi, sulla loro nazionalità, genere e altre informazioni, in questo modo è possibile capire da chi sono capitanate le imprese e chi ne detiene la maggioranza. Tali dati sono disponibili a partire dal 2011, ma le informazioni fornite sono ugualmente molto interessanti.

**Tasso di incidenza delle imprese attive a maggioranza femminile, giovanile e straniera sul totale imprese in provincia di Modena – anni 2011/2019**



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

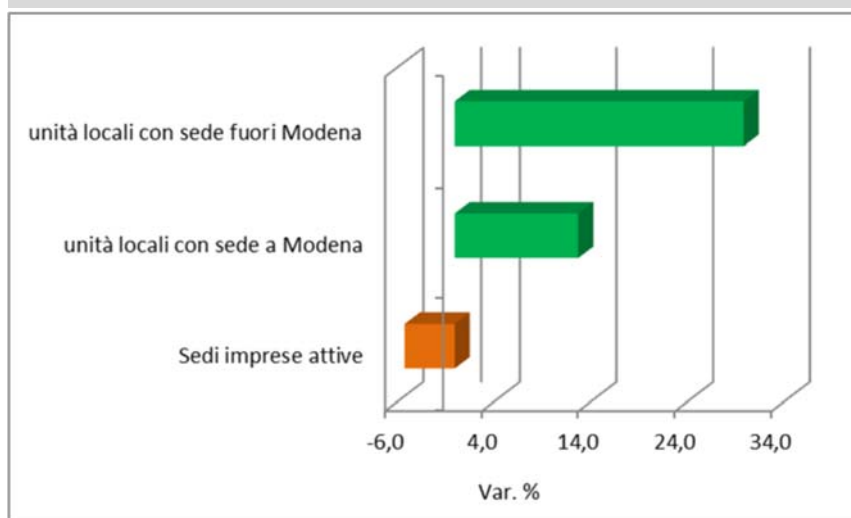
Innanzitutto l'andamento delle imprese attive che hanno la maggioranza dei soci costituiti da giovani (con meno di 35 anni) conferma l'invecchiamento progressivo del tessuto imprenditoriale modenese, con una diminuzione di 1.554 imprese dal 2011 ad oggi, pari ad una percentuale del -25,0%. Tale calo porta il tasso di imprese giovanili sul totale imprese dal 9,1% del 2011 al 7,2% odierno.

D'altro canto è quasi speculare l'andamento delle imprese costituite a maggioranza da stranieri: dal 2011 al 2019 sono aumentate di 1.822 unità, pari al +29,8%, portando il tasso di imprenditorialità straniera dal 9,0% al 12,3%.

Infine risultano quasi stabili le imprese gestite a maggioranza da donne, che nello stesso lasso di tempo perdono solamente 246 imprese (-1,7%), con il tasso di femminilità che però aumenta leggermente: dal 20,9% nel 2011 al 21,7% nel 2019.

Infine un focus sulla provenienza degli imprenditori rivela che, tra gli imprenditori stranieri, sono in notevole incremento le imprese capitanate da imprenditori extraeuropei (+31,9%), ma anche la crescita degli imprenditori esteri provenienti dall'Unione Europea è molto marcata (+19,9%), mentre sono in netto calo le imprese gestite a maggioranza da italiani (-9,2%).

#### Variazione % delle unità locali e delle sedi attive in provincia di Modena dal 2009 al 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere



# Reti d'impresa: l'innovazione E' MOTORE DI AGGREGAZIONE

RetImpresa, InfoCamere e Università Ca' Foscari hanno presentato il primo Rapporto dell'Osservatorio sulle Reti d'impresa

Migliorare la competitività e accrescere la capacità innovativa senza rinunciare all'autonomia gestionale e strategica. Questa la ricetta alla base del successo dei Contratti di Rete fotografata dall'Osservatorio Nazionale sulle Reti d'Impresa – realizzato da InfoCamere, RetImpresa e Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari – in occasione del decimo anniversario dall'introduzione del contratto di rete sullo scenario normativo italiano.

Dalla tipologia di obiettivi ai modelli organizzativi, dalle strategie di marketing alle metodologie di rendicontazione, dai livelli di performance alla capacità innovativa, il Rapporto dell'Osservatorio, presentato il 18 dicembre in Confindustria, propone una lettura a più dimensioni di un fenomeno che ha rappresentato un approccio vincente alla grande crisi del 2008-2009.

Secondo i dati di InfoCamere, a dicembre 2019 i contratti di rete sono 5.863 e coinvolgono 34.766 imprese su tutto il territorio nazionale, evidenziando una crescita costante nel tempo.

Il campione di imprese in rete che ha partecipato all'indagine ha evidenziato che il princi-

pale motore di aggregazione è l'innovazione (16%), confermando l'efficacia degli investimenti in R&S. Inoltre, si fa rete per aumentare il potere contrattuale nei confronti degli stakeholder (14%), partecipare a bandi di gara e appalti (11%), attivare strategie di marketing (10%), condividere acquisti, forniture e tecnologie (9%) e potenziare il brand di rete (7%).

## INCENTIVI E BENEFICI PER LE IMPRESE IN RETE

Le imprese che aderiscono a un Contratto di Rete (CdR) possono accedere a una serie di incentivi e agevolazioni, sia nazionali sia regionali, tra cui: accordi di innovazione, contratti di sviluppo, programmi di investimento nelle aree di crisi, credito d'imposta del 50% delle spese incrementalmente in Ricerca e Sviluppo sostenute nel periodo 2017-2020, contratti di ricerca con università, enti di ricerca, altre imprese, start up e PMI innovative, quote di ammortamento di tecnologie 4.0, strumenti e attrezzature industriali e di laboratorio. In alcune regioni, l'interesse verso i contratti di rete è inoltre legato ai benefici che iniziano a

## Contratti di rete

Le imprese che collaborano per innovare e competere sul mercato

 registroimprese.it  
I dati ufficiali delle Camere di Commercio



Il contratto



La legge



L'iter



Gli strumenti



Le statistiche

proiettarsi anche direttamente a favore dei lavoratori coinvolti, sulla base di politiche congiunte di welfare. Si supera, così, il concetto di rete quale mera aggregazione intesa alla massimizzazione dei benefici per le imprese aderenti, valorizzando il miglioramento del clima aziendale, del benessere e della professionalità dei lavoratori quali fattori in grado di aumentare la competitività delle aziende che fanno parte della rete.

### LE SPECIALIZZAZIONI SETTORIALI

Tra le imprese in rete, il settore più rappresentato è quello dell'agricoltura: 5.577 unità a fine dicembre 2018 (il 17,8% del totale). A seguire il commercio al dettaglio (3.548 imprese retiste, l'11,3% del totale). Oltre la soglia delle 1.000 imprese si trovano solo altre tre divisioni: i servizi di ristorazione (1.855 unità), i lavori di costruzione specializzati (1.630) e il commercio all'ingrosso (1.245). La manifattura occupa la settima e ottava posizione, dove si trovano la fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi i macchinari), con 886 imprese e le industrie alimentari con 885 (ex-aequo con il 2,8% del totale). Analizzando invece il rapporto tra imprese retiste per 10.000 imprese registrate, il valore più elevato si rileva nella produzione di bevande (382 imprese ogni 10.000 registrate) seguito dai servizi sanitari (378) e la raccolta, trattamento e fornitura di acqua (345) e servizi di ricerca scientifica e sviluppo (315).

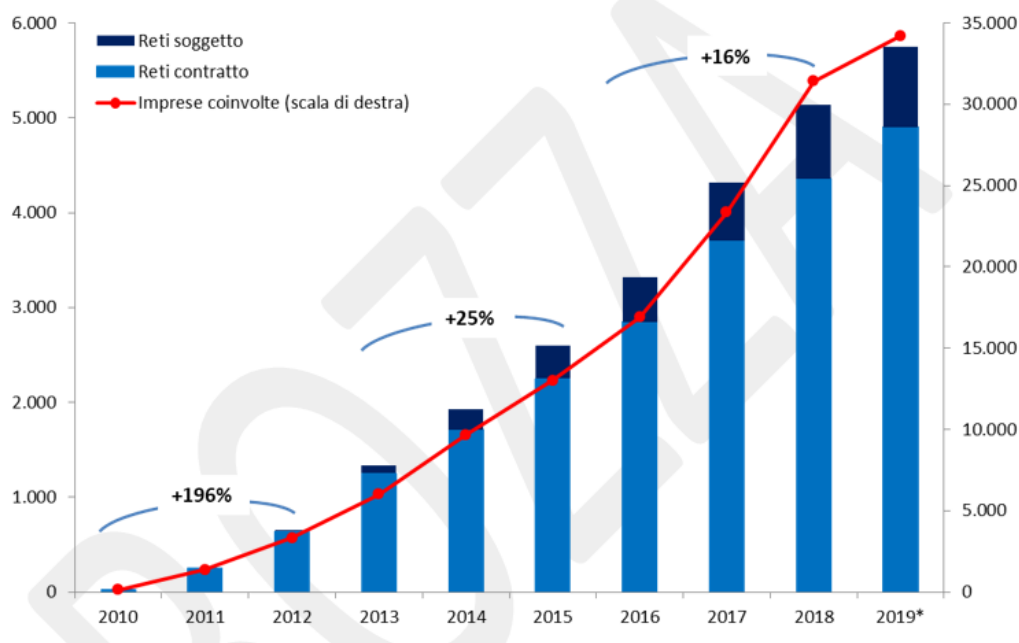
### LE RETI ANALIZZATE: CARATTERISTICHE

Dall'indagine condotta dall'Osservatorio su un campione di 327 reti di imprese emerge che la tipologia di rete maggiormente diffusa è quella verticale (60%), che dà vita ad accordi tra imprese all'interno della stessa filiera produttiva o nella medesima value chain. Nel campione prevalgono le reti partecipate da 2 a 5 imprese che operano nella filiera agroalimentare (14%), delle costruzioni (12%) e della meccanica (11%). Una parte minoritaria delle reti intervistate (79), inoltre, si è dotata di un fondo patrimoniale e, tra queste, solo il 28% di un piano di contribuzione predefinito, a riprova della preferenza degli imprenditori a sfruttare appieno la flessibilità organizzativa e operativa concessa dalla legge.

### LA GENESI E L'ORGANIZZAZIONE DELLE RETI

I risultati dell'indagine mostrano come le reti originano spesso da rapporti di lunga data, preesistenti alla costituzione della rete. Inoltre le reti privilegiano confini chiusi e una compagine stabile che cementa rapporti fiduciari e rinforza la condivisione di conoscenza, valori e obiettivi. Dal lato del modello organizzativo adottato, le reti combinano modelli decisionali di natura gerarchica, come la nomina di un presidente, a soluzioni di natura democratica come l'assemblea dei partecipanti. Il ricorso al manager di rete, che potrebbe rafforzare il coordinamento

**Contratti di rete e imprese coinvolte per tipologia di contratto - Dati cumulati al 30 settembre anni 2010-2019**



Fonte: elaborazione Infocamere su dati Registro Imprese



tra imprese retiste e la loro efficacia, è invece ancora poco diffuso, soprattutto nelle reti piccole.

### **LA PERFORMANCE DEI CONTRATTI DI RETE**

L'Osservatorio offre un'importante opportunità per approfondire il tema della performance della rete nel suo complesso e sulla sua capacità di raggiungere gli obiettivi per cui è stata costituita. I risultati fin qui ottenuti suggeriscono che la capacità della rete di raggiungere i propri obiettivi (efficacia), la forza competitiva e organizzativa della rete (coesione), e i risultati economici della rete (performance di mercato) sono raggiunti in quelle reti dove è stimolato lo scambio di conoscenza, effetto amplificato dall'esistenza di regole chiare per l'entrata e uscita dei membri, e la ripartizione dei benefici. Inoltre, le reti che abbiano avviato un'attività di monitoraggio strutturata, ottengono performance migliori rispetto alle altre. In particolare, emerge come all'aumentare del numero di imprese aderenti alla rete, il monitoraggio sia una pratica organizzativa necessaria per sostenere la performance delle attività collettive, richiamando ancora una volta la rilevanza del controllo per contrastare comportamenti opportunistici e come occasione di apprendimento.

### **L'INNOVAZIONE, IL MARKETING, E IL RAPPORTO CON LE BANCHE**

I risultati confermano la rilevanza della condivisione di conoscenze e del monitoraggio anche per l'innovazione. La presenza di strutture organizzative congiunte, come un organo comune, task force o altri, hanno un impatto positivo: rapporti informali, flessibili, strutture organizzative congiunte e relazioni sociali sono più adatti a sostenere progetti di innovazione. I risultati dello studio confermano infine che anche gli investimenti in R&S della rete

sono efficaci.

Per quanto riguarda la capacità della rete di migliorare il rapporto delle imprese con le banche e l'accesso al credito, i dati mostrano che solo il 12,2% delle reti intervistate ha registrato un miglioramento nell'accesso al credito. È interessante però notare che tutte le reti nate con l'obiettivo di migliorare l'accesso al credito (maggiore disponibilità di credito, applicazione di condizioni economiche più convenienti e miglioramento del rating) si sono dimostrate efficaci.

Circa il 75% delle reti osservate hanno dichiarato almeno un obiettivo di marketing. Più di un terzo di queste reti ha dichiarato di dare visibilità esterna alla rete dando un peso rilevante ai mezzi di comunicazione digitale la cui (scarsa) frequenza di utilizzo suggerisce però la mancanza di visione strategica nell'uso di questi strumenti e un ritardo nella comprensione dell'utilizzo dello strumento, tipico della situazione delle PMI italiane.

### **INDICAZIONI DI POLICY**

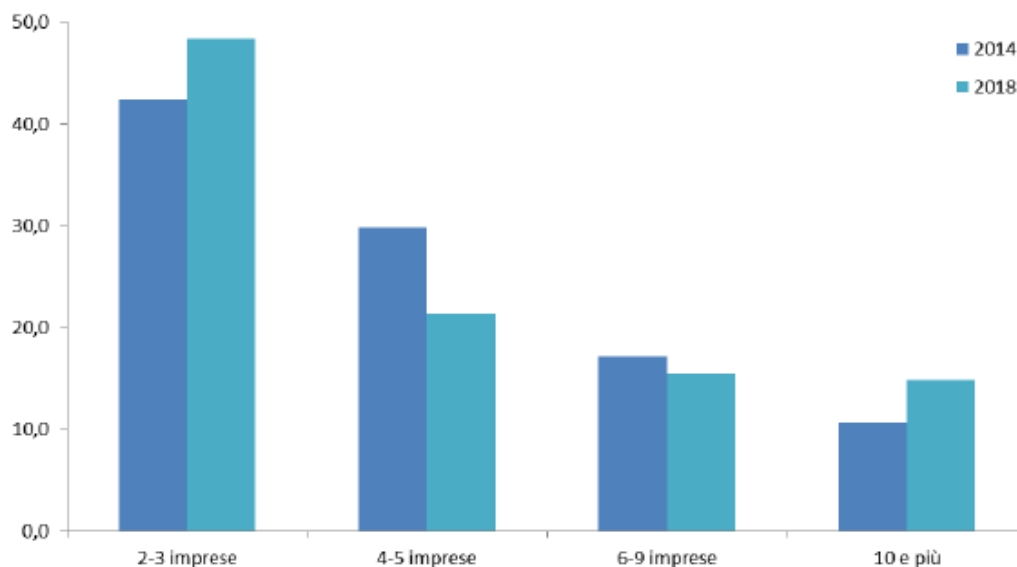
Al fine di rafforzare la conoscenza e l'utilizzo dello strumento rete e delle sue potenzialità, occorre affermare una strategia nazionale per le aggregazioni, che punti a inserire stabilmente il contratto di rete tra gli strumenti da promuovere nelle scelte di programmazione economica a livello europeo, nazionale e regionale. Inoltre, una efficace strategia nazionale dovrebbe puntare a: sostenere le reti nel sistema pubblico di procurement, specie come leva per aggregare la domanda innovativa da parte delle micro, piccole e medie imprese, e nei bandi (nazionali e regionali) attraverso il riconoscimento di premialità e/o di riserve dedicate; incentivare le reti per l'economia circolare e la simbiosi industriale nelle aree e nei processi produttivi; sostenere i fabbisogni finanziari delle imprese in rete per gli investimenti e la realizzazione dei progetti comuni di attività; rifinanziare e potenziare misure come il voucher per l'Innovation Manager e i voucher per

l'internazionalizzazione delle imprese; favorire la partecipazione congiunta delle imprese ai tender internazionali nonché promuovere il coinvolgimento delle imprese aggregate in rete a progetti di cooperazione internazionale e sviluppo sostenibile.

### **CONTRATTI DI RETE, IL PORTALE DOVE TROVARE TUTTE LE IMPRESE IN RETE**

<http://contrattidirete.registroimprese.it/reti/> è il portale ufficiale delle Camere di Commercio dove si trovano tutte le indicazioni informative sui contratti, la normativa, l'iter per la stipula, le statistiche e l'elenco nominativo delle reti presenti in Italia, con indicazione delle singole imprese aderenti.

**Contratti di rete per numero di imprese coinvolte (% sul totale). Anni 2014 e 2018**



Fonte: elaborazione Infocamere su dati Registro Imprese

# A Modena investimenti PER META' DELLE IMPRESE

Publicato il consuntivo 2019 del monitoraggio di Unioncamere Emilia-Romagna

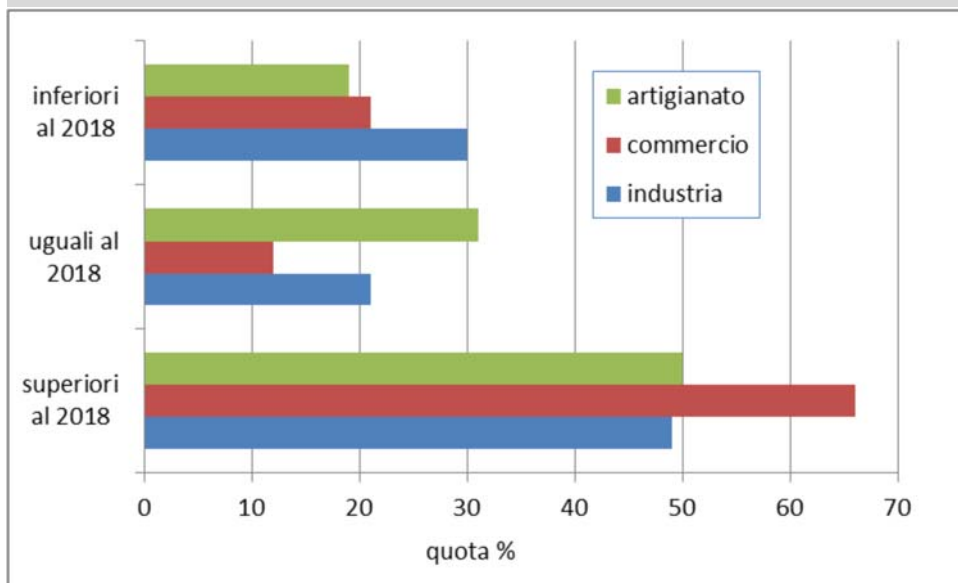
Nel 2019 è stabile in regione l'andamento degli investimenti: infatti l'indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna su un campione di imprese convalida i risultati ottenuti nell'anno precedente.

Rimane al 58% la quota delle imprese emiliano romagnole che dichiarano di aver effettuato investimenti in azienda, tale percentuale aumenta nell'industria (64%), ma scende nel commercio al dettaglio (44%) e ancor di più nell'artigianato (38%). Tra le imprese che hanno realizzato

investimenti, la maggioranza di esse (46%) ha dichiarato avere investito in misura superiore rispetto al 2018, il 29% di esse in misura uguale e il 24% ha diminuito la quota di investimenti.

In provincia di Modena i risultati complessivi sono leggermente diversi rispetto al totale regionale: la percentuale di imprese che ha investito è pari al 50%; di esse il 55% ha impiegato risorse in misura maggiore rispetto al 2018, il 21% le ha mantenute invariate e il 23% ha ridotto gli sforzi innovativi.

Percentuale di imprese della provincia di Modena che dichiarano di avere effettuato investimenti nel 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Unioncamere Emilia-Romagna

Tuttavia tali quote variano anche a seconda del settore esaminato, infatti nell'industria la proporzione di aziende che nel 2019 hanno investito sale al 66%, nel commercio tale valore è molto più basso (39%), mentre va meglio nell'artigianato (44%).

Il confronto settoriale rispetto all'anno precedente mostra che il commercio ha la quota maggiore di imprese che hanno investito di più rispetto al 2018 (66%), seguito dagli artigiani (50%) e dall'industria (49%). D'altro canto quest'ultima rivela la quota maggiore di imprese che hanno diminuito gli investimenti rispetto all'anno precedente (30%), tale percentuale scende al 21% nel commercio e al 19% nell'artigianato.

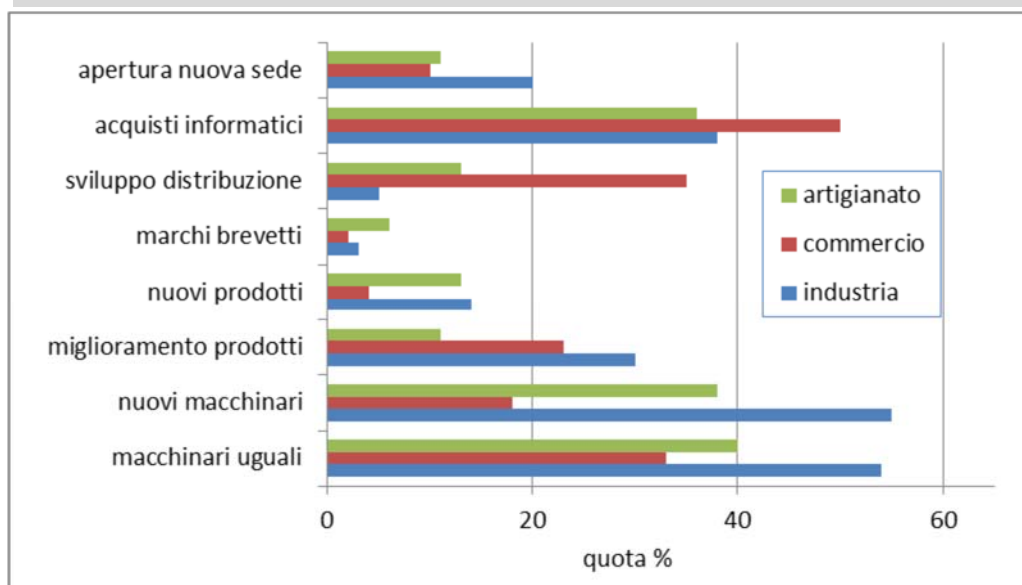
Per quanto riguarda la destinazione degli investimenti, i diversi settori hanno prerogative differenti: più della metà delle imprese industriali investe nell'acquisto di macchinari nuovi o innovativi (55%), oppure in macchinari uguali a quelli esistenti (54%), buono risulta anche l'acquisto di computer e software (38%).

Per il commercio invece gli investimenti in informatica hanno la prevalenza (50%), seguiti dallo sviluppo della distribuzione (35%), ma vengono anche acquistati macchinari per sostituirne quelli esistenti (33%).

Infine l'artigianato investe soprattutto nell'acquisto di macchinari esistenti (40%), di impianti innovativi (38%) e di materiale informatico (36%).

Poco sviluppata nel complesso l'introduzione di nuovi prodotti o di marchi e brevetti sia nel totale regionale che in provincia di Modena.

**Percentuale di imprese della provincia di Modena che hanno effettuato investimenti nell'anno 2019 per settore e natura dell'investimento**



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Unioncamere Emilia-Romagna

# I giovani preferiscono LE STARTUP INNOVATIVE

A marzo 2020 se ne registrano 138 in provincia di Modena, in aumento dell'1,5% rispetto al marzo 2019. Una su cinque è guidata da under 35

Sono 138 le startup innovative in provincia di Modena a marzo 2020, in aumento dell'1,5% rispetto a marzo 2019. Questo dato porta la provincia tra le prime venti in Italia per numero di startup innovative con una quota pari al 14,5% del totale regionale. In regione sono presenti 939 startup, con un incremento del 5,4% e rappresentano l'8,5% del totale nazionale (11.089).

Le startup innovative hanno tutte caratteristiche abbastanza simili, infatti per ottenere tale requisito devono avere meno di tre anni di vita e dimostrare di essere innovative mediante più del 15% del valore della

produzione in attività di ricerca e sviluppo, oppure due terzi del personale con laurea magistrale, oppure essere depositari di brevetti o software registrati. Pertanto sono tutte imprese nuove e abbastanza piccole.

Per quanto riguarda la forma giuridica si tratta in maggioranza di società a responsabilità limitata (86,2%) o s.r.l. semplificate (10,1%), mentre le altre forme societarie sono pochissimo rappresentate.

Geograficamente sono concentrate nel comune capoluogo, che ne ospita 73, pari al 52,9% del totale. Altri comuni con una discreta densità sono Carpi (7,2%), Fiora-



no e Sassuolo (5,1% entrambi).

Riguardo al settore economico di appartenenza, più della metà (65,2%) appartengono ai servizi, con in testa la "ricerca scientifica e sviluppo" e la "produzione di software e consulenza informatica".

L'altra quota consistente lavora nell'industria (31,9%), ma a differenza dei servizi, le imprese non sono concentrate in un settore particolare e si distribuiscono un po' in tutti i comparti. Le startup rimangono residuali nel commercio (2,2%) e nell'agricoltura (0,7%).

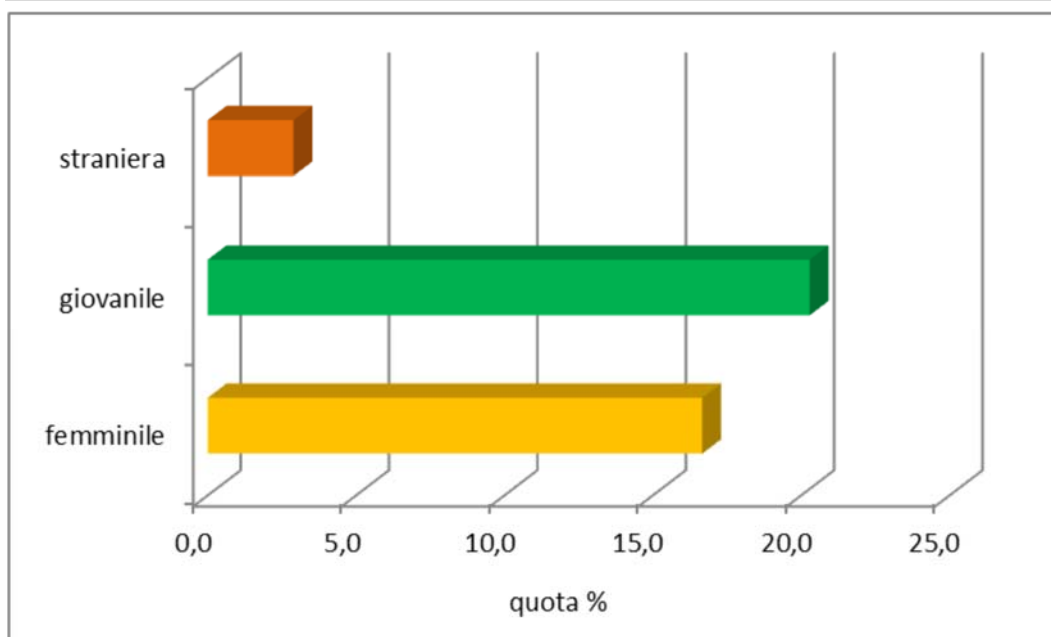
Per ciò che riguarda la classe di valore della produzione, essendo tutte imprese appena costituite non hanno un grosso volume di affari; pertanto la maggioranza di esse appartiene alle classi più basse, da 0 a 100.000 euro (58,2%) e da 100.000 a 500.000 euro (26,4%).

Le caratteristiche degli imprenditori nelle startup innovative sono molto differenti da quelle dell'imprenditoria totale modenese; infatti in questo tipo particolare di imprese sono molto più rappresentati i giovani rispetto alle donne o agli stranieri. Così risulta che le startup innovative capitanate da giovani di età inferiore ai 35 anni sono il 20,3%, mentre la media modenese di imprese giovanili è pari al 7,1%. Quelle femminili sono piuttosto diffuse, infatti ricoprono il 16,7% del totale, ma inferiori alla media modenese (21,2%). Infine, tra le startup sono pochissimo rappresentate le imprese straniere, che risultano solamente il 2,9%, contro il 12,2% delle imprese straniere complessive sul totale imprese modenesi.

Infine, riguardo al requisito per ottenere lo status di startup innovativa, la maggioranza di esse (60,9%) dimostra di avere più del 15% del valore della produzione che riguarda attività di ricerca e sviluppo, il 28,3% ha almeno due terzi del personale con laurea magistrale e il 21,7% possiede un brevetto depositato

o un software registrato. Si precisa che una startup può possedere anche più di un requisito contemporaneamente, pertanto la sommatoria delle quote citate è maggiore di 100.

#### Quota di startup innovative sul totale a maggioranza femminile, straniera e giovanile - marzo 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione dati Registro Imprese



# Turismo: trend positivo nel 2019

## MA TIMORI PER IL 2020

L'emergenza Coronavirus imporrà una forte correzione della tendenza espansiva del turismo internazionale in Italia

I dati provinciali elaborati da Isnart evidenziano per Modena vendite al di sopra delle medie regionali e nazionali. I turisti, in prevalenza business, si affidano sempre più alle prenotazioni online sui grandi portali di settore. Queste le principali evidenze del secondo report 2019 redatto da Isnart, la società del sistema camerale che realizza periodicamente indagini, studi e pubblicazioni sul turismo.

### IL TURISMO IN ITALIA

Le località turistiche italiane hanno accolto nell'estate 2019 (luglio-settembre) più di 546 milioni di presenze turistiche, italiane ed internazionali, considerando sia i pernottamenti in strutture ricettive che quelli relativi al cosiddetto "mercato alternativo" in abitazioni private. L'andamento complessivo indica un calo del 5% rispetto allo stesso periodo del 2018 legato esclusivamente al turismo italiano, -8,7%. Sul fronte internazionale si registra al contrario una leggera crescita del +2,6% delle presenze turistiche sia nelle strutture ricettive

ufficiali sia nell'offerta alternativa. Le spese per beni e servizi acquistati dai turisti in vacanza in Italia nell'estate 2019 hanno generato un impatto economico stimato in oltre 51 miliardi di euro, concentrando in questo periodo oltre il 60% dei ricavi annui del turismo. Un impatto che coinvolge il settore dell'alloggio e della ristorazione per il 46% della spesa turistica mentre il restante 54% ricade su tutti gli altri settori, sull'agroalimentare dove i turisti spendono in estate 8,4 miliardi di euro e subito dopo sulle attività ricreative e culturali (7,6 miliardi di euro pari al 14,7% del totale). Rispetto allo stesso periodo del 2018 in linea con il saldo delle presenze turistiche, si registra un calo generale del 4,9% legato esclusivamente al mercato interno mentre rimangono quasi invariati i consumi dei turisti internazionali +0,3%.

Da gennaio a settembre le imprese ricettive italiane alberghiere ed extralberghiere, hanno occupato in media il 47% delle camere sul totale di quelle disponibili sostanzialmente in linea con quanto registrato l'anno precedente





con andamenti diversi per trimestre. Si evidenzia infatti una diminuzione delle vendite durante l'inverno, una stabilità in primavera ed una ripresa nei mesi estivi. Il mercato turistico italiano regge e cresce soprattutto grazie alle presenze straniere. Rispetto al 2008 infatti la configurazione dei flussi turistici è cambiata: le presenze domestiche che rappresentavano il 56,7% oggi si sono ridotte al 49,5% mentre i turisti internazionali passano dal 43,3% al 50,5% grazie ad una crescita delle presenze del +33,8% (dati ISTAT). Da sottolineare che si prevede a consuntivo del 2019 un ulteriore slancio del turismo internazionale e un sorpasso più evidente rispetto al domestico.

### IL TURISMO IN PROVINCIA DI MODENA

Venendo ai dati provinciali, il sistema ricettivo di Modena registra vendite al di sopra della media regionale e nazionale: sul nostro territorio risultano occupate in

media il 44,5% delle camere disponibili nel I trimestre del 2019, il 53,4% nel II trimestre (con un picco del 63,8% nel mese di giugno) ed il 64,6% nel III trimestre dell'anno (con le vendite più consistenti nel mese di agosto, 73,6%).

Tra la clientela assume un ruolo fondamentale il turismo business che raggiunge in media il 29,8% della domanda, quota nettamente più elevata della media regionale (16,4%) e nazionale (8,6%). Per la componente leisure emerge una prevalenza di coppie e famiglie in vacanza: sono rispettivamente il 28% ed il 25,9% della clientela complessiva degli esercizi ricettivi della provincia.

Tra le strategie competitive delle imprese turistiche modenesi emerge un'offerta legata all'ubicazione in cui si trova la struttura (es. centro città, vicinanza a musei, ecc.) per il 40,9% delle imprese, seguita dalla vicinanza a percorsi naturalistici o sportivi (14,8% delle imprese) e da offerte legate all'enogastronomia locale (12,6%). Solo il 7,7% delle imprese dichiara una

totale assenza di specializzazione (su una media regionale in cui questa assenza coinvolge il 28,2% delle imprese).

Il booking on line è utilizzato dall' 88,7% delle imprese del territorio come strumento di intermediazione, tra queste l'11,1% vi associa l'intermediazione tradizionale (accordi con tour operator, agenzie di viaggi, ecc.) quota più bassa rispetto a quella del contesto regionale (19,9%) e nazionale (21,9%).

Più della metà della clientela che arriva nelle strutture ricettive di Modena proviene dal booking online (54,3%), mentre appena il 4,1% prenota attraverso il Tour Operator, l'agenzia di viaggi o l'associazione sportiva/culturale di fiducia (meno dell'11,6% della media regionale e del 7% di quella nazionale). Tra coloro che prenotano on line la scelta ricade in prevalenza sui grandi portali di settore (47,7%), seguiti da email (26,4%) e siti web ufficiali della struttura (25,9%).

### LA STRUTTURA RICETTIVA

## MODENESE

In base ai dati sulla ricettività turistica diffusi dalla Regione Emilia Romagna, la provincia di Modena è caratterizzata da 813 strutture, di cui il 27,6% è rappresentato da alberghi e il 72,4% da altre strutture, costituite sostanzialmente da bed & breakfast, che sono quasi la metà, da alloggi in affitto (29,5% delle "altre strutture") e in misura minore da agriturismi (13,6%). Residuale la presenza di campeggi, ostelli e rifugi alpini.

Tuttavia, nonostante la minor quota, sono gli alberghi ad offrire il maggior numero di camere (6.216 camere, il 65,6% del totale); si tratta in gran parte di alberghi di buona qualità, infatti ben il 48,2% di essi ha tre stelle.

Sempre secondo le stime della Regione, la maggioranza dei 663.295 turisti che da gennaio a novembre 2019 si sono recati a Modena ha alloggiato in alberghi (86,2%), mentre solamente il 13,8% si è rivolto alle altre strutture ricettive.

Fino a novembre 2019 gli arrivi sono aumentati del 5,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e i pernottamenti sono cresciuti in misura maggiore: ammontano a 1.634 mila, con una variazione percentuale pari all'8,9%. Sale così la permanenza media che diviene 2,5 giorni.

Riguardo alle motivazioni del soggiorno, il comune capoluogo e quelli limitrofi attirano visitatori interessati agli eventi culturali e alla gastronomia (oltre che al business), l'Appennino richiama il turismo vacanziero propriamente detto, sia durante la stagione sciistica che d'estate, mentre i distretti produttivi sono meta di viaggi d'affari.

Analizzando più nel dettaglio le diverse zone della provincia, si può notare che il comune capoluogo è comunque quello più visitato, con 266.433 presenze turistiche pari al 40,2% delle

presenze totali, seguito da Maranello (9,6%) e da Formigine (8,1%) entrambi poli turistici che fanno parte della Motor Valley.

La maggioranza dei turisti che arrivano in provincia di Modena proviene dall'Italia (68,6%), in crescita del 5,3%, mentre il restante 31,4% proviene dall'estero, principalmente dall'Unione Europea, e in totale è in aumento del 5,1%.



# Bando per contributi ALLE IMPRESE CERASICOLE

La Camera di Commercio mette a disposizione 100 mila euro per tutelare la produzione tipica della Ciliegia di Vignola IGP

La Camera di Commercio di Modena HA pubblicato un bando con incentivi alle imprese cerasicole aderenti al Consorzio di tutela della Ciliegia di Vignola IGP per contribuire all'installazione di impianti di copertura dei ceraseti.

L'intervento ha l'obiettivo di tutelare la produzione tipica delle ciliegie di Vignola, sostenendo i produttori soci del Consorzio di tutela, che si occupa principalmente di promuovere, tutelare e valorizzare la produzione e la commercializzazione delle ciliegie.

Il bando mette in campo risorse per 100.000 euro finalizzate all'acquisto di impianti di protezione dagli agenti atmosferici e dagli insetti nocivi, per assicurare al consumatore un prodotto di elevata qualità sotto il profilo organolettico e sotto quello, non meno importante, della salubrità.

Il regolamento prevede un contributo a fondo perduto fissato nella misura del 40% della spesa ammissibile, fino ad un importo massimo di 15.000 mila euro rapportati ad un ettaro di superficie. Il contributo minimo sarà pari a 4.500 euro.

Il bando rimarrà aperto fino al 16 marzo 2020.



# La #dopeconomy TRAINA I DISTRETTI AGROALIMENTARI

**Nel XVII Rapporto Ismea-Qualivita Modena conferma i suoi primati che la collocano tra le capitali dell'agroalimentare italiano**

La #DopEconomy italiana si conferma driver fondamentale e indiscusso dei distretti agroalimentari del nostro Paese. Lo certifica il XVII Rapporto Ismea-Qualivita che nella sua analisi sui dati produttivi 2018 registra una ulteriore crescita che si inserisce nel trend degli ultimi dieci anni per il settore Food e Wine DOP IGP, con un valore alla produzione delle oltre 800 Indicazioni Geografiche che per la prima volta supera i 16,2 miliardi di euro (+6,0% in un anno) e con l'export che scavalca la soglia dei 9 miliardi di euro (+2,5%), grazie al lavoro di oltre 180.000 operatori e l'impegno dei 285 Consorzi di tutela riconosciuti.

## **#DOPECONOMY: IL PESO NELL'ECONOMIA AGRICOLA ITALIANA**

Il valore di 16,2 miliardi di euro della produzione certificata DOP e IGP agroalimentare e vinicola nel 2018 mette a segno un +6,0% rispetto all'anno precedente e conferma un trend di crescita ininterrotto negli ultimi dieci anni per il comparto. Un incremento di un miliardo in un solo anno del valore alla produzione per il Food e Wine DOP IGP italiano, con la #DopEconomy che arriva a fornire un contributo del 20% al fatturato complessivo del settore agroalimentare nazionale. Crescita trainata dalle performance del comparto vino (+7,9% valore alla produzione dell'imbottigliato), ma ottima è anche la tendenza dell'agroalimentare (+3,8% valore alla produzione).

## **EXPORT DOP IGP: RUOLO GUIDA**

## **PER IL MADE IN ITALY DI QUALITÀ**

Le DOP e IGP agroalimentari e vitivinicole consolidano il loro ruolo guida della qualità agroalimentare "made in Italy" all'estero, con un export di settore che per la prima volta raggiunge e supera i 9 miliardi di euro nel 2018. Una crescita che vale il +2,5% in un anno, mantenendo stabile la quota del 21% nell'export agroalimentare italiano. Il contributo maggiore a questo risultato è fornito dal comparto dei vini con un valore di oltre 5,4 miliardi mentre più stabile è il valore delle DOP e IGP agroalimentari che si attesta sui 3,6 miliardi per un +1,2% annuo.

## **IMPATTO TERRITORIALE: VALORE DIFFUSO FRA PICCOLE REALTÀ PRODUTTIVE E GRANDI DISTRETTI**

L'analisi degli impatti economici territoriali elaborata nel Rapporto Ismea-Qualivita 2019, mostra come tutte le province in Italia hanno una ricaduta economica dovuta alle filiere IG agroalimentari e/o vitivinicole, un sistema che caratterizza tutto il Paese anche se la concentrazione del valore è forte in alcune realtà. Le prime quattro regioni per impatto si trovano al Nord Italia e concentrano il 65% del valore produttivo IG, mentre le prime cinque province superano la metà del valore complessivo generato a livello nazionale dalle filiere Food e Wine DOP IGP: Treviso (1.763 mln €), Parma (1.389 mln €), Verona (1.155 mln €), Modena (782 mln €), Cuneo (686 mln €). L'Emilia

**RAPPORTO 2019  
ISMEA - QUALIVITA**





Romagna è la seconda regione dopo il Veneto per impatto economico delle IG con 3,41 miliardi di euro e un incremento del +2,4% in un anno.

### IL POSIZIONAMENTO DELLA PROVINCIA DI MODENA

Modena risulta dunque quarta tra le province italiane per valore complessivo delle produzioni a indicazione geografica protetta e riporta un incremento del +1,5% dal 2017 al 2018. Il valore complessivo di 782 milioni di euro deriva per 681 milioni dal comparto food e per 101 dal wine.

Considerando solo il comparto food Modena è la seconda provincia italiana, superata solo da Parma che sviluppa più del doppio in quanto a valore della produzione (1.383 milioni di euro). Il trend modenese tuttavia registra un calo del -1% mentre Parma è stabile (-0,1%).

Nella graduatoria nazionale dei prodotti food DOP e IGP per valore produzione al primo posto si trova il Parmigiano Reggiano DOP, nella cui zona di produzione rientra la nostra provincia, con un valore di 1.434 milioni di euro (dato 2018) in aumento del +6,8% in un anno. Al quinto posto si colloca l'Aceto Balsamico di Modena IGP, con un ammontare prodotto di 363 milioni di euro, che risulta tuttavia in contrazione (-7%). L'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP invece mostra una produzione annuale di nicchia ma in netto aumento: 5,1 milioni di euro, +9,5%.

### DOP IGP STG NEL MONDO: OLTRE UN PRODOTTO SU

### QUATTRO È ITALIANO

A fine 2019 l'Italia conferma il primato mondiale per numero di prodotti certificati con 824 DOP, IGP, STG nei comparti Food e Wine su 3.071 totali: oltre un prodotto su quattro registrato come DOP, IGP, STG nel mondo è italiano. Nel 2019 sono state registrate 32 nuove IG nel mondo, 24 Food (fra cui l'Olio di Puglia IGP in Italia) e 8 Wine (fra cui il Nizza DOP in Italia), con i numeri maggiori in Spagna (+7), Croazia (+4), Regno Unito, Italia, Francia, Grecia, Austria, Romania (+2). Nel 2019 l'Italia raggiunge la soglia dei 300 prodotti Food DOP, IGP, STG: anche questo un primato mondiale (il secondo Paese è la Francia con 251 prodotti Food IG).

# Contributi per la sicurezza delle imprese

Fino al 17 aprile è possibile inviare alla Camera di Commercio le richieste di contributi per dotare le imprese con meno di 50 addetti, di qualsiasi settore di attività, di sistemi di sicurezza contro la criminalità. Il Fondo per la Sicurezza è cofinanziato da Camera di Commercio e da 31 Comuni del territorio provinciale. Le risorse camerale a disposizione dell'intervento sono di 100 mila euro e coprono spese sostenute a partire dal 1 ottobre 2019.

Sono ammissibili al contributo con priorità le spese di acquisto e di installazione di sistemi di videoallarme anti-rapina conformi ai requisiti previsti dal Protocollo d'Intesa rinnovato il 12/12/2019, collegati in video alla Questura e ai Carabinieri; sono altresì finanziabili sistemi di videosorveglianza a circuito chiuso, sistemi antintrusione con allarme acustico e nebbiogeni, oppure sistemi passivi quali casseforti, blindature, antitaccheggio, inferriate, vetri antisfondamento e sistemi integrati di verifica, contabilizzazione e stoccaggio del denaro.



**LA PREVENZIONE RENDE SICURI**

**FONDO per la SICUREZZA**

**A beneficio delle imprese maggiormente esposte a fatti criminosi**

## In partenza il progetto "Dipende da me!"

"Dipende da me!" è il progetto realizzato da Fondazione CEIS in collaborazione con la Camera di Commercio di Modena, per la prevenzione delle "dipendenze" di varia natura. L'iniziativa coinvolgerà gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado della provincia di Modena, con particolare riferimento alle classi III, ed avrà l'obiettivo di favorire la riflessione sull'argomento dipendenza tra i giovani, attivando processi che possano prevenire la manifestazione di situazioni di disagio. Il progetto, che prevede moduli formativi di 2 o 4 ore, sarà incentrato sul racconto di come si costruisce un progetto di vita, sollecitando l'apprendimento di competenze sociali e proponendo una riflessione sulla conoscenza di sé stessi, per rendere possibile una crescita personale anche attraverso l'accettazione delle proprie responsabilità. Accanto alla presa di coscienza dei propri bisogni reali, punto di partenza per sfuggire dalle dipendenze, potranno essere fatti conoscere i presidi territoriali in grado di accogliere i bisogni ed i disagi dei ragazzi.

## Cciaa: estensione apertura sportelli

La Camera di Commercio, per venire incontro alle esigenze di utenti e imprenditori, amplia l'orario di apertura degli sportelli al pubblico. Dal 3 febbraio 2020 infatti gli uffici dell'ente sono aperti tutti i pomeriggi dal lunedì al venerdì. Rimane confermata l'apertura tutti i giorni la mattina. Si riepilogano di seguito gli orari: da lunedì a venerdì dalle ore 8.30 alle 12.45, e dalle ore 14.30 alle 15.30. Per ogni altra informazione si rimanda al sito camerale [www.mo.camcom.it](http://www.mo.camcom.it).

# Tornano i Giovedì Gastronomici

Considerato il successo conseguito nelle precedenti edizioni, Confesercenti ripropone l'iniziativa di valorizzazione della tradizione enogastronomica locale e dei prodotti tipici del territorio denominata "Giovedì gastronomici". Dal 1° marzo al 30 aprile 2020 i ristoratori aderenti propongono alla clientela un menù rigorosamente tipico ad un prezzo promozionale. Come sempre sono partner dell'iniziativa i Consorzi di tutela dei prodotti tipici locali: Prosciutto di Modena, Parmigiano Reggiano, Aceto Balsamico e Aceto Balsamico Tradizionale, Lambrusco di Modena, Zampone e Cotechino; la Camera di Commercio ha concesso il proprio patrocinio.

In distribuzione guide tascabili con luoghi e menu, rivolte ai consumatori sempre più attenti alla cultura dell'enogastronomia e quindi alla ricerca di proposte che, restando nel solco della tradizione, aggiungano quel contenuto di creatività alla cucina modenese che i ristoratori selezionati possono offrire.



## Concorso Bella Coopia: via alla 14<sup>a</sup> edizione

BellaCoopia (premio Liana Stradi), è il concorso per la diffusione della cultura d'impresa cooperativa nelle scuole secondarie superiori promosso da LegaCoop Estense e giunto alla quattordicesima edizione.

I principali obiettivi dell'iniziativa sono: contribuire ad una sempre maggiore e proficua integrazione tra il sistema scolastico e quello imprenditoriale; sviluppare lo spirito imprenditoriale nei giovani come potenzialità dell'individuo in termini di autonomia e capacità di autogestione delle proprie scelte di vita e di lavoro, anche in una dimensione di genere; diffondere, anche nella scuola, i principi, i valori e l'etica del lavoro cooperativo. L'iniziativa, svolta con il patrocinio della Camera di Commercio, si concluderà a fine anno scolastico 2019-2020 con premiazione prevista per maggio 2020, a cui seguirà un'ulteriore selezione dei tre migliori progetti che parteciperanno al Concorso regionale, con premiazione prevista per novembre 2020.

