

MODENA ECONOMICA

PERIODICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO



Numero 2
marzo
aprile
2017

PREMIO FEDELTA'
AL LA VORO E
PROGRESSO
ECONOMICO

NASCE MUNER MOTOR-
VEICOLE UNIVERSITY
OF EMILIA ROMAGNA

NUOVO RECORD
PER LE ESPORTAZIONI
MODENESI

DISTRETTI
PROTAGONISTI
DELLA RIPRESA



Camera di Commercio
Modena

Numero 2
Marzo-aprile
2017



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

Direttore Responsabile
Stefano Bellei

Caporedattore
Massimiliano Mazzini

Vicecaporedattore
Elisabetta Silvestri

In Redazione
Maura Monari
Marzia Pinelli



Associata USPI
Unione Stampa Periodica
Italiana

EDITORIALE

3 Camera di Commercio di Modena, un Ente per - e delle - imprese

DOSSIER

4 Premio "Fedeltà al lavoro e progresso economico" anno 2017

INIZIATIVE

6 Al via Eccellenze in Digitale 2017

9 Fondo Sicurezza: un nuovo bando per le imprese

10 Una "Estate in alternanza" per gli studenti modenesi

12 Latte: è obbligatoria l'etichetta salva Made in Italy

14 Food Label Check parte bene e rilancia

INNOVAZIONE

15 Nasce MUNER Motorveicole University of Emilia-Romagna

EXPORT

19 Con Promec sui mercati mondiali

21 Nuovo record per le esportazioni modenesi

INDICATORI

28 Positive le previsioni Prometeia per il 2017

30 74mila imprese in provincia di Modena

33 Distretti protagonisti della ripresa

38 2016 positivo per l'occupazione a Modena

40 Investimenti in ripresa in Emilia-Romagna

42 Modena 8^ provincia italiana in base al numero di startup

44 Contratti di rete: assieme per competere sui mercati

TIPICITA'

46 Tradizione e sapori di Modena: 14 anni di storia

NOTIZIE

51

Camera di Commercio di Modena, un Ente per - e delle - imprese

La Camera di Commercio di Modena ha recentemente approvato il proprio bilancio consuntivo relativo all'esercizio 2016.

Lo stesso ha registrato un utile di oltre 400.000 euro.

Non mi piace l'autoreferenzialità, ma in questo caso ritengo che si tratti di un risultato positivo che meriti di essere sottolineato.

Non tanto – e non solo – per evidenziare che l'Ente, nell'arco di pochi mesi, è riuscito a recuperare la perdita di cui al bilancio 2015 che tante polemiche aveva suscitato (sebbene avessimo sin da subito rilevato che la circostanza non doveva destare preoccupazioni, essendo collegata agli investimenti operati per le iniziative di Expo 2015 e dunque il frutto di una precisa scelta strategica).

Ma soprattutto perché ciò denota la capacità della Camera di Modena di razionalizzare costi e procedure con l'obiettivo di recuperare risorse da dedicare ad iniziative a favore del nostro sistema economico (ricordo che Modena è una delle poche Camere italiane che, dopo il "taglio" del diritto annuale, ancora riesce a farlo).

Ed in effetti le somme esposte a titolo di utile di esercizio non debbono essere valutate esclusivamente sotto il profilo contabile, rilevando piuttosto in termini di opportunità per lo sviluppo di progettualità di interesse per le imprese.

In questo senso è mia intenzione sottoporre all'attenzione della Giunta e del Consiglio dell'Ente la necessità di avviare una discussione al riguardo in vista della revisione del preventivo relativo all'anno 2017 prevista nel mese di luglio.

Le Camere sanno vivendo una fase complicata – anche per effetto dello stallo generato dalla mancanza dei decreti attuativi di cui alla recente riforma (DLgs n. 219/2016) – ma Modena cercherà comunque di non far mancare il proprio sostegno alle aziende del territorio.

Giorgio Vecchi

PRESIDENTE

CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA



Premio “Fedeltà al lavoro e progresso economico”

ANNO 2017

4^a edizione per l’iniziativa che celebra le imprese longeve

MARZIA PINELLI

Riparte quest’anno l’iniziativa del premio fedeltà al lavoro con il quale la Camera di commercio intende assegnare un riconoscimento alle imprese e agli imprenditori che da decenni operano in provincia di Modena.

Un’idea, questa, nata alcuni anni fa anche in considerazione delle difficoltà che le imprese devono affrontare per rimanere sul mercato e di come il successo di un’attività economica non sia un fattore scontato ma il risultato di diversi e mutevoli

fattori tra i quali non si possono dimenticare la doti personali, l’impegno e la passione, la capacità di conoscere e comprendere la propria realtà economica.

Le indagini statistiche relative al tasso di sopravvivenza delle imprese indicano che la percentuale, dopo un anno di iscrizione, di un’impresa iscritta a Modena, è dell’81,6% mentre dopo tre anni le imprese ancora in vita sono il 64,1%. Anche se i dati modenesi sono migliori rispetto alla media regionale e nazionale, queste per-



Cerimonia di premiazione della precedente edizione dell’iniziativa tenuta il 13 aprile 2014 al Forum Monzani di Modena



centuali esprimono tutta la difficoltà che le imprese incontrano per affermarsi e rimanere in vita.

Per questo, a partire dall'anno 2010, la Camera di commercio di Modena ha voluto dedicare un premio speciale a tutti coloro che hanno contribuito allo sviluppo e alla crescita economica della nostra provincia.

Le precedenti edizioni si sono svolte negli anni 2010, 2011 e 2013 e hanno sempre dato riscontri positivi: le richieste di partecipazione sono state decisamente numerose e hanno visto la premiazione, nelle tre annualità, rispettivamente di 170, 195 e 236 imprese e imprenditori.

L'iniziativa attuale, nella sua quarta edizione, ripropone il modello già collaudato in precedenza: il regolamento indica i requisiti richiesti per la partecipazione primo fra tutti l'aver maturato 40 anni di lodevole e ininterrotta attività nel medesimo settore (industriale, commerciale, artigiano, agricolo e dei servizi).

Due le categorie per le quali è possibile partecipare: la categoria imprenditori e la categoria imprese. Coloro che intendono partecipare, dopo aver verificato il possesso dei requisiti indicati dal regolamento, potranno compilare l'apposita domanda di partecipazione che dovrà essere presentata esclusivamente via mail tramite invio all'indirizzo PEC cameradi-commercio@mo.legalmail.camcom.

it entro e non oltre il 31/05/2017.

Il regolamento e il modello di domanda sono disponibili sul sito della Camera di commercio di Modena mentre ulteriori informazioni sulla procedura possono essere richieste contat-

tando l'Ufficio Segreteria Direzionale (tel. 059 208800).

Entro fine anno la cerimonia di premiazione con l'assegnazione di riconoscimenti (consistenti in medaglie e/o targhe ed attestati di merito) e la possibilità di richiedere l'utilizzo del logo dell'iniziativa sulla propria carta intestata e/o sito internet.

Il copione della giornata lo scriveranno, come sempre, tutti coloro che parteciperanno a questa edizione, con la loro presenza, la loro storia, le loro emozioni.



Al via Eccellenze in Digitale 2017

ELISABETTA SILVESTRI

“Eccellenze in Digitale” è il progetto promosso da Google in collaborazione con Unioncamere, realizzato dalle camere di commercio per supportare le piccole e medie imprese nello sviluppo di competenze digitali e mirato ad avviare un dialogo sulle opportunità economiche della rete. La Camera di Commercio di Modena aderisce a “Eccellenze in Digitale” e realizzerà nel corso dell’anno 2017 seminari e incontri dedicati alle PMI che intendono scoprire le migliori strategie per promuovere la propria attività on-line attraverso il supporto di un “tutor digitale”.

Lo scorso 23 marzo si è tenuta in Camera di Commercio l’anteprima del progetto alla quale hanno partecipato con interventi via web Domenico Mauriello di Unioncamere e Diego Ciulli di Google Italia. Il primo ha sottolineato l’impegno del sistema camerale per la digitalizzazione delle PMI attraverso questa iniziativa, giunta oramai alla sua terza edizione, che ha visto la realizzazione di 500 eventi che hanno coinvolto nel complesso 8.000 imprese. “Il digitale è la via maestra per la competitività delle PMI – ha aggiunto Mauriello – le aziende oggi sfruttano solo il 10% delle possibilità offerte dalla rete web”.

Ciulli da parte sua ha ribadito che con l’iniziativa Eccellenze in Digitale Google Italia si è messa in campo assieme a Unionca-



L'evento di anteprima di Eccellenze in Digitale tenuto alla Camera di Commercio il 23 marzo 2017

L'Europa in rete

- Il 74% della popolazione ha accesso a Internet
- Media di 1,25 linee mobili pro-capite tra la popolazione adulta
- 1.900 minuti mensili di connessione a Internet
- Oltre 250 miliardi di euro di vendite al dettaglio online stimate nel 2017



mere per offrire agli imprenditori un percorso master totalmente gratuito per informarli e supportarli nel cogliere i vantaggi delle diverse opportunità dell'Industria 4.0. Come l'Internet of things: vincerà chi riesce a fare straordinari prodotti con un'anima digitale, ha detto Ciulli. O come i bigdata: le imprese devono mixare talento e intuito imprenditoriale con una attenta e approfondita analisi dei dati a disposizione migliorare la strategia produttiva. Il progetto si chiama così perché "Il digitale - ha aggiunto Ciulli - è lo strumento per far conoscere al mondo l'eccellenza del Made in Italy"

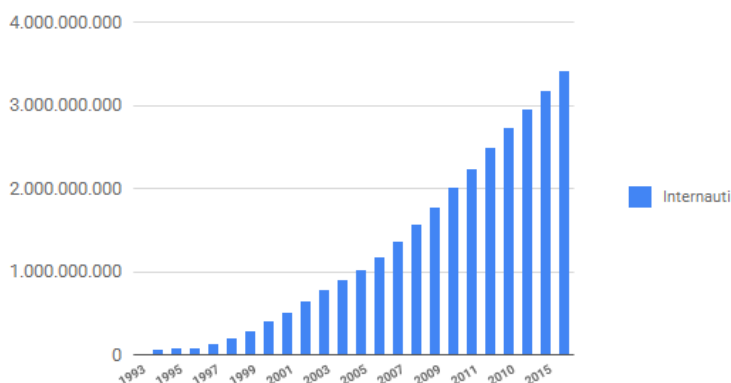
L'incontro è proseguito con un breve ma intenso seminario tenuto dal tutor digitale Salvo Trotta, che ha illustrato ai partecipanti una panoramica delle molteplici possibilità di business offerte dal marketing digitale "Le PMI devono scovare nicchie specifiche di clienti, ridurre costi di marketing, analizzare, comunicare" ha espresso in estrema sintesi, e ha aggiunto: "sul mercato globale il business ha carattere ubiquitario, la nostra vita è sempre più on line; se si pensa che l'80% delle ricerche

sul web è geolocalizzata, e che il 50% si traduce poi in una vendita si comprende quanto importante sia esserci".

L'incontro si è concluso infine con la presentazione del programma "Crescere in digitale" promosso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, da Unioncamere e Google Italia, a cui la Camera di Commercio di Modena ha aderito anche per il 2017, rivolto ai giovani NEET iscritti a Garanzia Giovani. L'iniziativa consente alle aziende di ospitare per sei mesi un giovane tirocinante che ha acquisito competenze digitali grazie a un corso realizzato da Google, per curare e valorizzare la presenza online dell'impresa. Creare o migliorare il sito, attivare l'e-commerce e utilizzare i social media per azioni di marketing migliorando anche la propria visibilità sui principali motori di ricerca, sono alcune delle importanti attività che possono essere sviluppate durante lo stage.

Dal 2016, anno di avvio dell'iniziativa a Modena la Camera di Commercio ha già promosso 7 tirocini formativi che in due casi hanno portato alla stipula di contratti di lavoro a tempo determi-

La digitalizzazione del mondo





La lezione del tutor digitale Salvo Trotta durante l'incontro del 23 marzo 2017

nato.

I SEMINARI PER LE IMPRESE

Il progetto Eccellenze in Digitale si sviluppa nei prossimi mesi con 5 seminari gratuiti nei quali gli imprenditori potranno sviluppare le proprie competenze digitali e approfondire tutte le opportunità del web 2.0 come cloud, e-commerce, analisi dei dati online, tecniche per la promozione digitale tra cui presenza sui social network e pubblicità online, nonché il variegato mondo dell'industria 4.0. Al termine di ciascun incontro, il relatore sarà a disposizione dei partecipanti per sessioni personalizzate e per avviare concretamente il percorso di digitalizzazione dell'azienda.

Il calendario dei seminari è il seguente:

27 aprile 2017: Il mondo mobile e il Cloud, dalle ore 10.30 alle ore 12.30;

5 maggio 2017: La Pubblicità online (SEM), dalle ore 10.30 alle ore 12.30;

15 giugno 2017: Indicizzazione sui motori di ricerca (SEO), dalle ore 10.30 alle ore 12.30;

13 luglio 2017: Analizzare i dati (analytics), dalle ore 10.30 alle ore 12.30;

14 settembre 2017: Social network nel mondo business, dalle ore 10.30 alle ore 12.30.

I partecipanti dovranno utilizzare il proprio PC portatile e verranno suddivisi in gruppi di massimo 8-10 persone.

Nel pomeriggio di ogni giornata di workshop è in programma un follow-up tecnico, di taglio pratico, della durata di circa 90 minuti riservato ad un gruppo ristretto di imprese che ne possono fare richiesta all'atto dell'iscrizione. Condizione indispensabile è avere partecipato alla sessione del mattino.

I posti sono limitati, in caso di esubero di richieste verrà data priorità a chi ha preso parte a più incontri del ciclo "Eccellenze in digitale 2017", considerando anche l'ordine cronologico di arrivo delle iscrizioni.

Maggiori informazioni sul progetto si trovano sul sito www.eccellenzeindigitale.it o all'ufficio Genesi della Camera di Commercio, tel. 059/208816. Gli imprenditori interessati a partecipare possono inviare una mail al seguente indirizzo: genesi@mo.camcom.it.

Fondo Sicurezza: UN NUOVO BANDO PER LE IMPRESE

Previsti contributi per installare impianti antirapina e altri sistemi di tutela contro la microcriminalità

La Camera di Commercio di Modena e 28 Comuni della provincia finanziano anche nel 2017 il "Fondo per la Sicurezza" che da 17 anni interviene a sostegno delle imprese maggiormente esposte a fatti criminosi con contributi per l'installazione di sistemi di sicurezza per prevenire furti, rapine e atti di microcriminalità.

Il bando, concertato con le associazioni di categoria, è pubblicato sul sito della Camera di Commercio www.mo.camcom.it.

I contributi verranno assegnati in via prioritaria alle imprese che installeranno impianti antirapina collegati in video con Carabinieri e Questura; nel caso residuassero risorse, verranno finanziati anche impianti antintrusione, videosorveglianze a circuito chiuso, nebbiogeni e sistemi passivi quali casseforti, blindature, antitaccheggio, inferriate, vetri antisfondamento e sistemi integrati di verifica, contabilizzazione e stoccaggio del denaro.

Per le imprese con sede nei comuni aderenti il sostegno sarà pari al 50% delle spese sostenute, con diversi massimali in base alla tipologia di impianto; nei comuni non aderenti, il contributo coprirà il 40% delle spese ammissibili e anche in questo caso sono previste soglie massime.

Tutte le informazioni operative si possono trovare sul sito della Camera di Commercio alla voce Promozione, Contributi camerali, oppure telefonando all'ufficio Promozione: 059 208816.

Il Fondo per la Sicurezza ha ormai 18 anni di storia. Il primo bando infatti risale al 1999 quando vennero stanziati dalla Camera di Commercio 45 mila euro e finanziate 78 imprese. Nel tempo sia gli stanziamenti che i beneficiari sono aumen-

tati, di pari passo purtroppo con l'aggravarsi del fenomeno della criminalità e dei furti e rapine alle imprese con attività aperte al pubblico e non solo.

Il bilancio di 18 anni di Fondo Sicurezza indica un totale di oltre 2 milioni di euro stanziati dall'Ente Camerale che si sono sommati alle risorse messe a disposizione dalla Provincia di Modena e dai comuni aderenti, per finanziare 3.084 imprese che hanno installato in questi anni sistemi di difesa di diverse tipologie.

Le cronache di ogni giorno ci dicono che l'iniziativa è oggi oltremodo attuale. Per questo la Camera di Commercio di Modena e molti comuni del territorio hanno concordato di sostenerla anche nel 2017, al fine di dare il proprio sostanziale apporto alla legalità e alla sicurezza delle imprese e del territorio.



Una “Estate in alternanza” PER GLI STUDENTI MODENESI

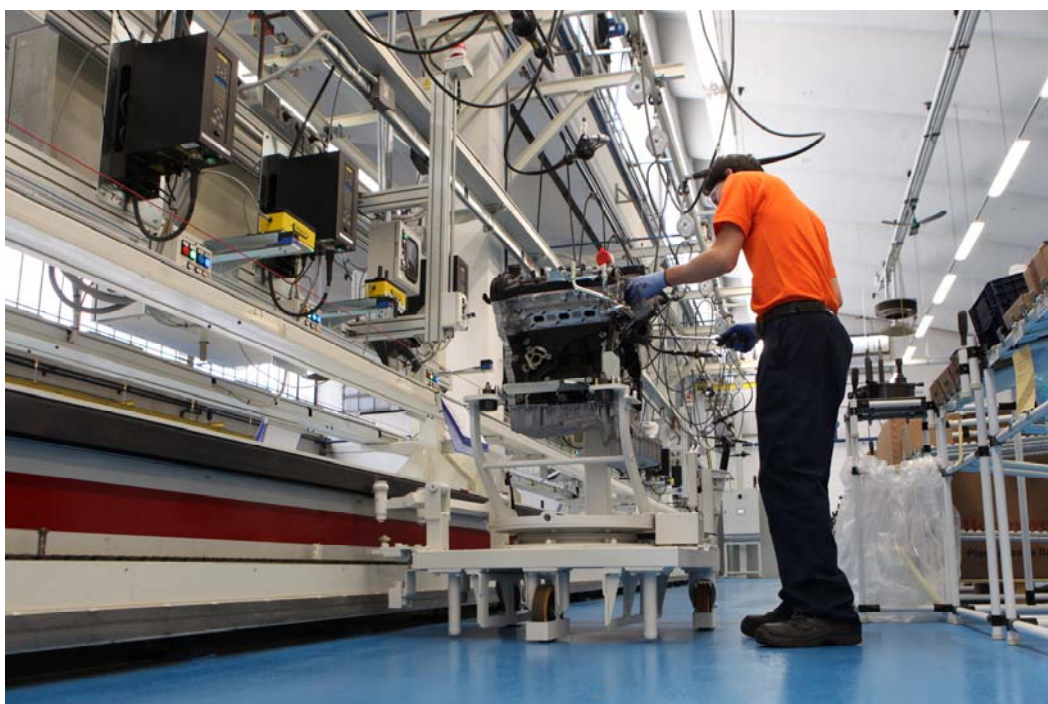
Presentata l’iniziativa che consente agli studenti delle scuole superiori di accedere a stage estivi nelle imprese e enti della provincia

“L’Estate in alternanza” è il nome dell’iniziativa finanziata dalla Camera di Commercio di Modena e svolta in collaborazione con l’Ufficio VIII Ambito territoriale di Modena e le scuole superiori di secondo grado aderenti, che consente il raccordo scuola-lavoro attraverso stages formativi da realizzarsi nel periodo estivo.

Il programma, realizzato in provincia di Modena già da molti anni con il nome “Lavoro Estivo Guidato”, prevede per il 2017 un periodo lavorativo di 4 settimane a cui possono accedere gli studenti di IV superiore da svolgersi nei mesi di chiusura delle scuole ovvero dal 15 giugno al 15 settembre 2017, in diretta continuità con il progetto di alternanza scuola-lavoro rea-

lizzato nel corso dell’anno scolastico 2016-2017, per garantire alle imprese o enti interessati la possibilità di ospitare nel periodo da loro proposto gli stessi studenti che abbiano svolto con profitto lo stage curricolare. Agli studenti verrà erogata, da parte della struttura ospitante, una borsa di studio di € 400.

I nomi delle scuole che partecipano all’iniziativa sono pubblicati sul sito della Camera di Commercio di Modena www.mo.camcom.it. In tutto sono 25 gli istituti superiori che hanno aderito e che entro il 31 maggio dovranno fornire alla CCIAA l’elenco degli stage estivi attivati. Riceveranno un contributo camerale soltanto le scuole che riusciranno ad attivare almeno



5 stage estivi, che potranno essere soltanto la prosecuzione di stage curricolari svolti dagli studenti di IV superiore nell'anno scolastico 2016-2017.

Le imprese verranno contattate direttamente dai tutor scolastici delle scuole aderenti.

datore di lavoro almeno il 30% del monte ore dedicato alle attività di tirocinio curricolare nei percorsi universitari. La stessa condizionalità è prevista poi per i percorsi di istruzione e formazione professionale (IeFP) di competenza delle Regioni e per i percorsi di Istruzione tecnica superiore (ITS).

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO: SGRAVI PREVIDENZIALI PER LE IMPRESE

Con la Legge di Bilancio 2017 si confermano gli sgravi fiscali per le assunzioni con alcune novità: in particolare, dal 1 gennaio 2017 e fino al 31 dicembre 2018 per le assunzioni a tempo indeterminato, anche in apprendistato, di giovani lavoratori entro i sei mesi successivi alla loro acquisizione di tutti i titoli di studio della scuola secondaria di secondo grado e della terziaria (qualifica e diploma professionale, certificato di specializzazione tecnica superiore, diploma di istruzione, diploma ITS, laurea, master, dottorato), è previsto lo sgravio totale dei contributi previdenziali per tre anni, nel limite massimo di 3.250 euro annui. Con il chiaro intento di promuovere i percorsi di integrazione istruzione, formazione e lavoro, l'incentivo spetterà solo a condizione che il giovane lavoratore abbia svolto presso il datore di lavoro che lo assume un periodo di apprendistato duale o almeno il 30% delle ore di alternanza obbligatoria previste dalla cosiddetta "Buona Scuola" (legge 107/2015), nella misura di 400 ore nel triennio finale degli istituti tecnici e professionali e di 200 ore nei licei. Anche nel caso di assunzioni a tempo indeterminato di neo-laureati, il giovane lavoratore dovrà aver svolto presso l'impresa del

ISCRIZIONE SEMPLIFICATA AL REGISTRO NAZIONALE ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO PER LE IMPRESE

A partire dal 15 marzo 2017 le imprese possono iscriversi nel portale <http://scuolalavoro.registroimprese.it/> oltre che con la firma digitale, anche utilizzando solamente la propria PEC istituzionale. L'obiettivo è agevolare l'iscrizione permettendo di completare l'operazione anche a chi non dispone della firma digitale. La modalità operativa, dettagliata nella Guida aggiornata disponibile sul portale, è analoga a quella già in essere per i professionisti e gli enti pubblici.

REGISTRO
Alternanza Scuola-Lavoro

1 ML
di studenti

6 ML
di imprese

APRI LE PORTE AL FUTURO DEL PAESE.

Il portale per l'alternanza scuola-lavoro è il punto d'incontro 'virtuale' tra gli studenti e le imprese italiane disponibili ad offrire loro l'opportunità di apprendere, lavorando, le competenze del futuro.

Il Registro è realizzato dalle Camere di Commercio, una garanzia di trasparenza, affidabilità e semplificazione.

Registra la tua azienda sul portale

<http://scuolalavoro.registroimprese.it>

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

IC UNIONCAMERE

Latte: è obbligatoria l'etichetta SALVA MADE IN ITALY

Consente di conoscere la provenienza della materia prima dei prodotti lattiero caseari

È entrata in vigore il 19 aprile 2017 in via definitiva l'indicazione di origine obbligatoria per il latte e i prodotti lattiero-caseari, essendo trascorsi i 90 giorni dalla pubblicazione in Gazzetta Ufficiale (numero 15 del 19 gennaio 2017) del decreto "Indicazione dell'origine in etichetta della materia prima per il latte e i prodotti lattiero caseari, in attuazione del regolamento (UE) n. 1169/2011" firmato dai ministri delle Politiche Agricole Maurizio Martina e dello Sviluppo Economico Carlo Calenda.

Il provvedimento rappresenta una conquista per i consumatori, che pone finalmente fine all'inganno del falso Made in Italy. Coldiretti ha stimato infatti che tre cartoni di latte a lunga conservazione su quattro venduti in Italia siano stranieri, e che la metà delle mozzarelle vengano fatte con latte o addirittura cagliate provenienti dall'estero, senza

che questo sia stato fino da ora riportato in etichetta.

"Il provvedimento fortemente sostenuto dalla nostra organizzazione – sottolinea il presidente di Coldiretti Modena, Francesco Vincenzi – rappresenta un importante segnale di cambiamento a livello nazionale e comunitario. Difendere il latte italiano – prosegue Vincenzi – significa difendere un sistema che nella nostra provincia conta 700 stalle e 60.000 capi per una produzione di 3.500.000 quintali di latte. In più significa evitare la chiusura delle stalle che spesso si trovano in zone montane e svantaggiate dove svolgono un ruolo insostituibile di presidio del territorio".

La normativa riguarda l'indicazione di origine del latte anche come ingrediente nei prodotti lattiero-caseari e prevede l'utilizzo in etichetta delle seguenti diciture:



Esempi di prodotti "italian sounding" portati da Coldiretti al convegno della Regione Emilia Romagna sull'etichettatura del latte tenuto il 28 aprile 2017 alla Camera di Commercio

- a) "Paese di mungitura": nome del Paese nel quale è stato munto il latte;
 b) "Paese di condizionamento o di trasformazione": nome del Paese nel quale il latte è stato condizionato o trasformato.

Sarà tuttavia possibile, per un periodo non superiore a 180 giorni, trovare sugli scaffali le scorte delle confezioni con il sistema di etichettatura precedente.

La produzione di latte, burro, formaggi e yogurt delle stalle italiane è garantita da livelli di sicurezza e qualità superiori grazie al sistema di controlli realizzato dalla rete di veterinari più estesa d'Europa, ma anche ai primati conquistati a livello comunitario con la leadership mondiale nel settore lattiero caseario con i formaggi più famosi del mondo, come il Parmigiano-Reggiano.

INDICAZIONE DI ORIGINE PRESTO OBBLIGATORIA ANCHE PER IL RISO

Un pacco di riso su quattro venduto in Italia contiene prodotto straniero all'insaputa dei consumatori. Grazie alla mobilitazione di Coldiretti "SosRisoItaliano" il Ministro delle Politiche agricole, Maurizio Martina, ha annunciato la firma assieme con il Ministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, del decreto per sperimentare l'origine dei prodotti a base di riso nell'etichetta. Oltre all'obbligo dell'origine, l'Italia chiederà a Bruxelles l'attivazione della clausola di salvaguardia per bloccare le importazioni di riso dai Paesi che godono del sistema tariffario a dazio zero nonostante utilizzino in maniera intensiva pesticidi vietati da anni nella Ue e sfruttino il lavoro minorile. Inoltre, sarà avviata in via sperimentale l'assicurazione del reddito per i risicoltori sulla falsa riga del settore del grano duro. Al via anche un piano straordinario per la promozione e l'informazione sul riso italiano. Misure necessarie per difendere un settore in cui l'Italia – sottolinea Coldiretti – è primo produttore europeo, grazie alla coltivazione su un territorio di 234.300 ettari, per una produzione di 1,58 milioni di tonnellate (49% dell'intera produzione UE) realizzata grazie a 4.300 aziende risicole e circa 100 industrie risiere per un volume di affari di circa 1 miliardo. A Modena la coltivazione del riso interessa una superficie di 275 ettari per una produzione totale di 16.500 quintali pari al 4,1% della produzione regionale la quale si concentra in tre province con Ferrara a fare la parte del leone (93,7 %) e Bologna in coda (2,1%).

L'etichetta di origine sulla spesa degli italiani

| CIBI CON L'INDICAZIONE ORIGINE | E QUELLI SENZA |
|--------------------------------|--|
| Carne di pollo e derivati | Salumi |
| Carne bovina | Carne di coniglio |
| Frutta e verdura fresche | Carne trasformata |
| Uova | Frutta e verdura trasformata |
| Miele | Derivati del pomodoro diversi da passata |
| Passata di pomodoro | Sughi pronti |
| Pesce | Pane |
| Extravergine di oliva | |
| Latte/Formaggi | |
| Pasta in itinere | |
| Riso in itinere | |

Fonte: elaborazioni Coldiretti

Food Label Check

PARTE BENE E RILANCIA

Online il servizio che consente alle PMI di autoprodurre etichette alimentari con indicazione dei valori nutrizionali. Un convegno di presentazione il 14 giugno alla Camera di Commercio di Modena

Sono già numerose le imprese regionali che si sono registrate al servizio Food Label Check, attivato da Unioncamere Emilia-Romagna, per la realizzazione di bozze di etichette con l'indicazione dei valori nutrizionali come previsto dal Regolamento Europeo 1169/2011 entrato in vigore il 13 dicembre 2016.

È un risultato di rilievo, visto che non è ancora definito compiutamente l'impianto normativo di attuazione. Il servizio non è soltanto un software per stampare etichette, ma soprattutto una piattaforma attraverso la quale anche il più piccolo dei produttori può offrire al cliente, ottemperando alla legge, certezza, sicurezza legale e trasparenza sul contenuto e sulle caratteristiche nutrizionali dei suoi prodotti.

L'applicazione, costruita su una banca dati in costante aggiornamento, contiene circa 4.000 ingredienti e semilavorati con i relativi valori nutrizionali certificati. Consente di effettuare il calcolo automatico del valore nutrizionale del prodotto, l'indicazione degli ingredienti allergenici e di claim nutrizionali e della salute, le percentuali di ogni ingrediente rispetto al peso complessivo della preparazione. Può essere inserito un numero illimitato di ricette e l'etichetta può essere stampata in tre formati diversi e in due lingue, italiano e tedesco. Con l'ausilio di esperti accreditati, è possibile implementare la banca dati con le schede nutrizionali di nuovi ingredienti e

semilavorati.

L'accesso al servizio prevede il pagamento di un canone legato al numero di addetti delle imprese che decidono di utilizzare l'applicazione.

La home page del sito www.foodlabelcheck.eu e nuove modalità di accesso, appena attivate, consentono una notevole semplificazione attraverso la piena integrazione con i dati del Registro Imprese e la sottoscrizione on line delle condizioni della fornitura.

Il servizio Food Label Check e i progetti in campo per sviluppare l'applicazione sarà presentato nell'ambito del convegno promosso dalla Rete Enterprise Europe Network sul tema dell'etichettatura alimentare che si svolgerà il 14 giugno alla Camera di Commercio di Modena.

Unioncamere Emilia-Romagna ha avviato inoltre contatti con associazioni di categoria regionali e provinciali per promuovere incontri sul territorio con le imprese che possono essere interessate all'utilizzo.

Food Label Check sarà anche al centro di un incontro che Unioncamere regionale ha intenzione di promuovere con gli organi ispettivi e di controllo in campo alimentare, per sviluppare indicazioni utili a migliorare il servizio, che può rappresentare un ottimo supporto, soprattutto per piccole e piccolissime imprese, utile a superare le

difficoltà nell'interpretazione e nella corretta attuazione delle norme e quindi come strumento idoneo in una ottica di prevenzione.

Per informazioni: <http://www.ucer.camcom.it>



Nasce MUNER Motorvehicole University OF EMILIA-ROMAGNA

Sarà parte del più ampio progetto dell' "International Academy for Advanced Technologies in high-performance vehicles and engines" di Unimore

I migliori giovani talenti dall'Italia e da tutto il mondo sono chiamati dai principali brand dell'automotive a sviluppare il futuro del settore attraverso nuove lauree magistrali internazionali in un hub per l'alta formazione. E' stata presentata lo scorso 20 marzo la "Motorvehicole University of Emilia-Romagna" in una conferenza stampa nella sede della Regione Emilia-Romagna a Bologna dal presidente Stefano Bonaccini e dall'assessore Patrizio Bianchi. Sono intervenuti inoltre i rettori delle università di Bologna, Modena e Reggio Emilia, Parma e Ferrara, che hanno contribuito alla nascita di questo ateneo d'eccellenza, assieme ai grandi marchi motoristici della Motor Valley emiliana come: Dallara, Ducati, Ferrari, Haas F1 Team, Automobili Lamborghini, Magneti Marelli, Maserati, Toro Rosso. L'iniziativa rilancia l'importanza e la valenza di questo settore per il futuro del nostro territorio e intende portarlo a mantenere il primato e l'avanguardia in ambito mondiale.

"Unimore sarà la sede amministrativa di questo corso in lingua inglese – commenta il Rettore Unimore Angelo O. Andrisano - che ha l'obiettivo di for-



La presentazione di MUNER Motorvehicole University of Emilia-Romagna tenuta il 20 marzo 2017 a Bologna nella sede della Regione Emilia-Romagna

nire a 120 studenti selezionati a livello internazionale conoscenze e competenze relative alla progettazione di autoveicoli e motoveicoli ad alte prestazioni e da competizione, grazie anche all'impiego di docenti provenienti dal mondo dell'impresa. La multidisciplinarietà del profilo professionale del laureato in Advanced Automotive Engineering sarà il suo principale punto di forza".

Un'iniziativa che insieme agli altri due nuovi corsi interateneo in lingua inglese che arricchiranno l'offerta formativa di Unimore dall'A.A. 2017/18 - quello in "Advanced Automotive Electronic Engineering" e quello in "Innovation design for new industries" -, rientra nel progetto dell'"International Academy for Advanced Technologies in high-performance vehicles and engines", che vede protagonista proprio l'Università di Modena e Reggio Emilia.

IL PROGETTO DELL'ACADEMY DI UNIMORE

Il progetto dell'"International Academy for Advanced Technologies in high-performance vehicles and engines" di Unimore è un unicum a livello nazionale ed europeo che integrerà in modo eccezionale didattica, ricerca avanzata e applicazioni pratiche, oltre a prevedere la riorganizzazione dei laboratori esistenti e la creazione di nuove infrastrutture interamente dedicate, come la futura "Automotive Smart Area", in collaborazione con il Comune di Modena e alcune delle maggiori case automobilistiche del territorio. La Fondazione Cassa di Risparmio di Modena contribuirà alla realizzazione del progetto dell'Academy finanziando sei posti di ricercatore. Nel triennio 2016-2018 l'istituzione modenese metterà a disposizione 869 mila euro, 293 mila euro per ogni anno d'attività.

"Quello dell'Academy è un progetto a cui stiamo lavorando incessantemente sin dal 2015 quando fu presentato all'Ateneo lo studio di Confindustria sulle necessità di laureati in ingegneria per il settore auto – commenta il Rettore Unimore Angelo O. Andrisano – e che permetterà a Unimore di consolidare il suo ruolo di Hub del settore automotive. Si collaborerà sempre più a stretto contatto con le maggiori aziende del settore e con le altre università non solo sulla propulsione, sull'elettronica e sul design dei veicoli, ma anche sulla sicurezza: dai sistemi di guida autonoma a quella assistita, dai sistemi di monitoraggio dell'attenzione del guidatore e del traffico fino al rilevamento dei pedoni o degli ostacoli generici. E' anche per questo motivo – continua il Rettore – e soprattutto per il rilevante incremento delle immatricolazioni che l'Università ha avviato oltre alle iniziative interateneo, anche la nuova Laurea in Ingegneria del Veicolo".





L'OFFERTA FORMATIVA DI UNIMORE PER L'AUTOMOTIVE

In termini di offerta formativa saranno proposti dall'A.A. 2017/18 tre nuovi corsi interateneo in lingua inglese che vedranno Unimore come capofila: quello in "Advanced Automotive Engineering" (Unimore sede amministrativa) e quello "Advanced Automotive Electronic Engineering" (Unibo sede amministrativa) in collaborazione con gli atenei di Bologna, Parma e Ferrara e le più prestigiose aziende automotive del mondo (Ferrari, Maserati e Alfa Romeo, Lamborghini, Ducati, Dallara, Scuderia Toro Rosso, Haas e Magneti Marelli) e quello in "Innovation design" in collaborazione con l'Università di Ferrara (sede amministrativa).

In aggiunta alle nuove magistrali dal prossimo anno accademico Unimore, che già si posiziona al vertice assoluto generale per la didattica delle lauree triennali dell'Ingegneria (dall'ultima Guida Università, stilata dal Censis per conto del quotidiano Repubblica), attiverà una nuova Laurea triennale in Ingegneria del Veicolo (in lingua italiana), che si vuole anch'essa caratterizzare per un forte legame con le industrie del settore automobilistico presenti nel territorio. Il Corso offrirà agli studenti la possibilità di partecipare alla realizzazione della Formula Student, prestigiosa competizione aperta agli studenti di Ingegneria di tutto il mondo, dove Unimore nel 2016 ha ricevuto il premio "Most Innovative Powertrain System" in un evento tenutosi al circuito di Hockenheim a confronto con oltre 100 Università di tutto il mondo. Dalla fine dello scorso anno l'Ateneo di Modena e Reggio Emilia si è impegnato con il team "Impulse Modena Racing" anche nella Moto-Student, una competizione motociclistica con motori elettrici aperta a tutte le università del mondo, patrocinata da MEF, Moto Engineering Foundation e da DORNA, società che gesti-

sce i Mondiali MotoGP e SBK.

Infine resta invariata l'offerta dei corsi più tradizionali legati all'automotive, come la Laurea magistrale in Ingegneria del Veicolo, che spicca per l'altissima percentuale di laureati che, a un anno dalla Laurea sono occupati: il dato relativo al 2014 è pari al 97,8 per cento. La possibilità di svolgere tirocini presso le più prestigiose aziende del settore automotive permette infatti agli studenti di entrare con largo anticipo in contatto con problematiche tipiche del mondo del lavoro.

Oltre ai tirocini aziendali però gli studenti del Dipartimento di Ingegneria "Enzo Ferrari" possono scegliere di lavorare nei laboratori di Unimore, nati dalla collaborazione con Ferrari Spa, per attività di formazione e didattica avanzata nel settore automotive: il Laboratorio Millechili, il Laboratorio Millechili Materiali, il Laboratorio Rosso, il Laboratorio "Interazione Uomo/Macchina" e il Laboratorio di Vibrazioni NVH e Powertrain.

Ma Unimore ospita anche un Master in Ingegneria del Veicolo, il primo in Italia dedicato a questo settore. Nato nel 1995 con la denominazione di Master in Car Engineering, ha raggiunto le 20 edizioni totali di cui 14 come Master in Ingegneria del Veicolo. Al conseguimento del titolo ben l'80 per cento degli allievi vengono confermati nelle aziende presso le quali hanno svolto lo stage, mentre il 90 per cento riceve proposte di lavoro presso le aziende partner del Master e del settore automotive. Il corso sarà tenuto in lingua inglese a partire dalla prossima edizione.

Completano l'offerta formativa dell'Academy i corsi di Laurea triennale e magistrale in Ingegneria Meccanica. Il primo conta da anni il maggior numero di iscritti tra tutti i corsi del DIEF e dall'A.A. 2017-2018 prevede due curricula: uno di carattere generale; l'altro dedicato allo studio dei materiali innovativi. La magistratura intende invece approfondire la preparazione

ingegneristica degli studenti, mantenendo quella trasversalità e quella connotazione interdisciplinare che da sempre ha reso il titolo di studio spendibile nei più svariati settori dell'Ingegneria Meccanica e non solo. Infine il Corso di Laurea in Informatica attiverà anch'esso un curriculum specifico sulle tematiche di interesse diretto per le nuove tecnologie del mondo dell'auto.

A rendere ancora più caratterizzante il progetto Academy sarà la realizzazione di un' "Automotive Smart Area", un laboratorio a cielo aperto dove si potranno testare veicoli innovativi a guida assistita, che vede coinvolti Unimore, il Comune di Modena e alcune delle maggiori case automobilistiche del territorio e vedrà convergere tutti gli studenti del secondo anno del corso di laurea magistrale in "Advanced Automotive Electronic Engineering".



Con Promec sui MERCATI MONDIALI

Diverse le iniziative dell'azienda speciale Promec per supportare le imprese nell'internazionalizzazione

INCONTRI D'AFFARI CON OPERATORI UE SUBFORNITURA MECCANICA

PROMECC e la Camera di Commercio di Reggio Emilia ospiteranno a Reggio Emilia nei giorni 20 e 21 giugno, operatori commerciali del settore meccanica e subfornitura interessati ad incontrare potenziali fornitori.

I Paesi coinvolti sono: Austria, Svizzera, Germania, Polonia, Repubblica Ceca, Danimarca e Norvegia. Obiettivo dell'iniziativa è quello di mantenere e rafforzare la presenza della filiera modenese e reggiana della meccanica e subfornitura industriale sui mercati comunitari che continuano a rappresentare i principali destinatari del nostro export.

Per ogni impresa partecipante verrà organizzata un'agenda di incontri individuali sulla base del matching tra le richieste degli operatori esteri e l'offerta delle imprese del territorio.

INCONTRI D'AFFARI PROGETTO CARPI FASHION SYSTEM 2017

PROMECC, in collaborazione con le Associazioni del territorio, organizza una missione incoming di operatori esteri da Germania, Olanda, Regno Unito Spagna, Portogallo, Giappone e Russia nei giorni 30-31 maggio prossimi. L'iniziativa è rivolta alle aziende del distretto del settore maglieria e abbigliamento donna e accessori. La collezione che verrà presentata sarà quella per la stagione primavera/estate 2018 e flash su quella autunno/inverno 2017-18. Per ogni impresa partecipante verrà organizzata un'agenda di incontri individuali sulla base del matching tra le richieste degli operatori esteri e l'offerta

delle imprese del territorio.

Il progetto è rivolto a tutte le aziende del settore tessile – abbigliamento del distretto di Carpi, ed è promosso dalle associazioni imprenditoriali del territorio e dal Comune di Carpi e supportato operativamente da PROMECC per le attività di promozione internazionale.

Il progetto Carpi Fashion System, co-finanziato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Carpi, promosso per il secondo triennio, nasce per supportare le piccole e medie imprese del distretto attraverso interventi ed azioni mirate, sviluppate in stretta sinergia con le associazioni imprenditoriali del territorio.

Il calendario di promozione internazionale dove sono specificate le diverse iniziative per l'anno 2017 è consultabile sul sito di Promec www.promecmodena.it.

PROMOZIONE DEI PRODOTTI TIPICI MODENESI FOOD & WINE SUL MERCATO FRANCESE

PROMECC, in collaborazione con la Camera di commercio italiana di Lione, organizza una missione imprenditoriale a Lione per le aziende modenese del settore agroalimentare a qualità certificata e dei prodotti tipici, con l'obiettivo di sostenere l'avvio e il consolidamento di relazioni commerciali con operatori francesi e di aumentare la visibilità della produzione agroalimentare modenese in particolare nella regione Auvergne-Rhône-Alpes e nella città transalpina. La missione si svolge dal 28 al 30 maggio.

L'iniziativa si prefigge inoltre di far conoscere meglio alcune eccellenze agroalimentari modenese non ancora sufficientemente presenti nel mercato lionesse (come ad esempio il Lambrusco) o che soffrono



PROMECC

AZIENDA SPECIALE PER
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
Camera di Commercio di Modena

della concorrenza sleale di produzioni che, richiamando la stessa denominazione, non rispondono ai requisiti qualitativi del prodotto originale (come nel caso dell'aceto balsamico).

FORMAZIONE SUL NUOVO REGOLAMENTO FSMA PER LE AZIENDE AGROALIMENTARI CHE ESPORTANO NEGLI USA

La legge FSMA (Food Safety Modernization Act), firmata dal Presidente Obama il 4 gennaio 2011, ha lo scopo di migliorare i parametri in base ai quali valutare la sicurezza della salute pubblica nonché quella della catena alimentare.

Kiwa Cermet Idea, in collaborazione con PROMEC, organizza dal 12 al 14 luglio 2017 un corso autorizzato da Food and Drug Administration, prendendo a riferimento il nuovo regolamento definitivo relativo alla legge FDA. La nuova legge FSMA / FDA (Organismo Federale USA per il controllo degli alimenti e dei farmaci) introduce importanti cambiamenti che interessano l'industria nazionale statunitense ed estera nella sua interezza.

Queste modifiche si applicano specificamente alle aziende che producono, trattano, immagazzinano cibi e integratori alimentari per l'uomo, trasformati e confezionati. Le modifiche legislative si concentrano in particolare su questioni relative ai controlli preventivi sulla sicurezza alimentare. In questo senso è la prima volta che la FDA richiede una serie di controlli globali di prevenzione che vanno dal controllo dei fornitori a tutte le fasi della catena alimentare per ridurre al minimo le probabilità che ci siano problemi di sicurezza alimentare e inquinamento nell'industria. Le aziende, secondo le varie dimensioni, fatturato e tipolo-

gia dovranno soddisfare i requisiti della nuova legge FSMA, a partire dal settembre 2016 fino al settembre 2018, ultima data per le imprese molto piccole.

Da questo regolamento sono escluse le aziende che producono carne e le aziende che producono vino o bevande alcoliche.

La legge richiede in particolare agli importatori americani il maggior coinvolgimento nel rispetto di questi requisiti che, in ogni modo, anche le aziende Italiane esportatrici dovranno soddisfare.

Questo corso, essendo tenuto da un lead instructor autorizzato e ufficialmente riconosciuto da FDA, oltre a spiegare nel dettaglio il nuovo regolamento, consentirà inoltre di acquisire la certificazione come PCQI - Preventive Control Qualified Individual.

Durante le giornate di formazione saranno effettuati vari momenti di valutazione dell'apprendimento, il cui insieme costituirà la valutazione complessiva delle conoscenze del partecipante. I partecipanti saranno riconosciuti come PCQI ovvero "persona qualificata a effettuare i controlli" e in grado di gestire un programma di sicurezza alimentare in conformità alla analisi dei rischi e ai controlli preventivi della legge FSMA. Per ulteriori informazioni e per scaricare la scheda di iscrizione consultare il seguente link: www.corsiquality.it

Per informazioni: www.promecmodena.it



Gli incontri internazionali b2b per il settore vinicolo organizzati da Promec a marzo 2017

Nuovo record per le ESPORTAZIONI MODENESI

Nel 2016 superano quota 12 miliardi. L'incremento dell'export più sostenuto di quello dell'import porta il saldo commerciale a 220 milioni di euro

MAURA MONARI

Chiude in positivo l'anno 2016 per l'export modenese, supera infatti per la prima volta la quota di 12.036 milioni di euro, con un incremento tendenziale del 2,2%, mentre le importazioni della provincia aumentano solamente dello 0,8% incrementando così il saldo positivo tra import export di 220 milioni di euro.

Diverso l'andamento dell'Emilia Romagna, dove le esportazioni salgono solamente dell'1,5%, mentre le importazioni hanno un'impennata pari al 3,5%, diminuendo il saldo commerciale di 272 milioni di euro. L'export nazionale mostra l'incremento minore (+1,2%), tuttavia la diminuzione delle importazioni (-0,9%), porta ad un incremento della bilancia commerciale italiana di circa 6 miliardi di euro.

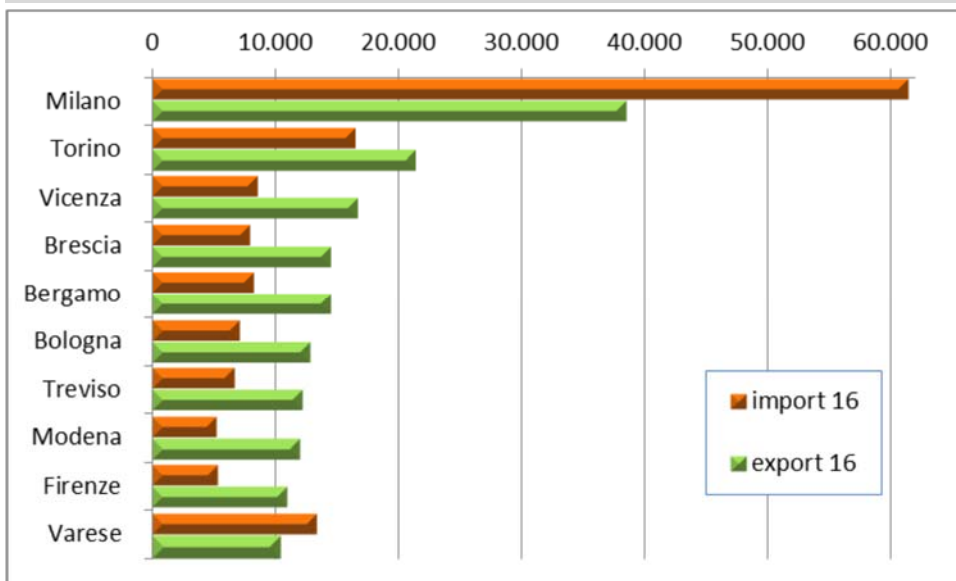
L'economia modenese è caratterizzata da un notevole grado di apertura verso l'estero, lo dimostra il rapporto fra importazioni ed esportazioni, che rimane sempre al disotto del 50% e nel 2016 arriva al 43,2%. Buono anche il rapporto dell'intera regione Emilia Romagna (57,8%), molto vicino a quello provinciale. Totalmente diverse invece le caratteristiche del dato nazionale, dove il saldo commerciale rimane comunque positivo, ma è molto inferiore la differenza fra il valore delle importazioni e delle esportazioni che portano all'87,7% la quota import/export.

Andamento dell'interscambio commerciale di Modena, Emilia-Romagna, Italia – anni 2015/2016

| | | Modena | Emilia Romagna | Italia |
|----------------------------|--------|------------|----------------|-------------|
| 2015 | import | 5.156.420 | 31.354.349 | 368.715.332 |
| | export | 11.774.058 | 55.308.154 | 412.291.286 |
| 2016 | import | 5.198.444 | 32.443.412 | 365.579.042 |
| | export | 12.036.093 | 56.138.252 | 417.076.829 |
| var. % export 15/16 | | 2,2 | 1,5 | 1,2 |
| var. % import 15/16 | | 0,8 | 3,5 | -0,9 |
| quota % import/export 2016 | | 43,2 | 57,8 | 87,7 |
| quota % export/fatturato | | 29,4 | 25,5 | 17,8 |

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Prime dieci province per valore delle esportazioni e corrispondenti valori di import – anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Infine notevole anche la quota di fatturato che deriva dalle esportazioni provinciali: 29,4%.

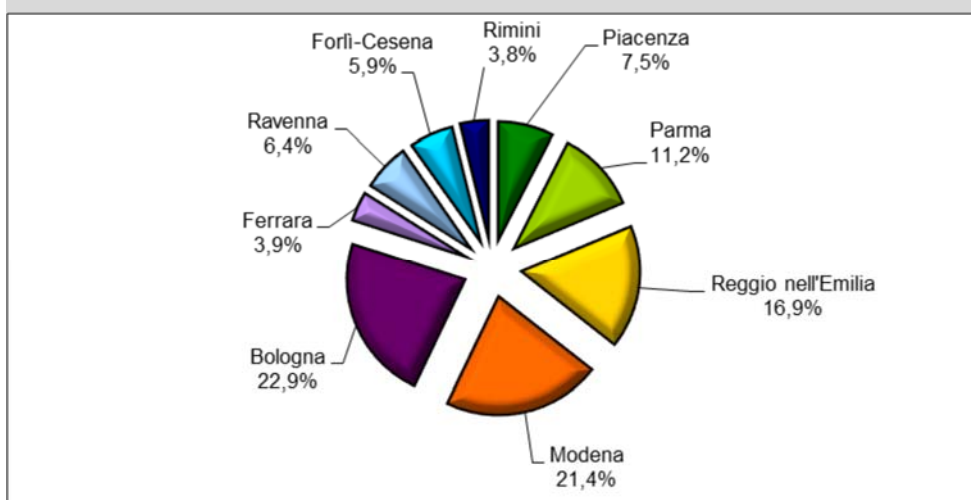
Uno sguardo alle prime dieci province per valore delle esportazioni mostra al primo posto Milano, con 38 miliardi di euro, questa è anche la provincia che presenta il saldo negativo maggiore tra import ed export (-23 miliardi). In tutte le altre province invece il saldo è ampiamente positivo, tranne che per Varese. Modena è in ottava posizione ormai da diversi anni.

Geograficamente la Lombardia si presenta come la regione con i maggiori volumi di esportazioni, infatti nella top ten provinciale sono presenti ben 4 città lombarde, contro due dell'Emilia-Romagna, due del Veneto, una piemontese e una toscana.

All'interno dell'Emilia-Romagna Bologna risulta la prima provincia per quota di export (22,9%) anche se non appare troppo vivace come trend nel 2016 (+0,7%); Modena segue con il 21,4%, infatti le due province insieme rappresentano quasi la metà dell'export regionale (44,3%); Parma e Reggio raggiungono invece un quarto dell'export, mentre residuali sono le altre cinque province che insieme arrivano al 23,6% dell'export regionale. Tuttavia proprio tre di esse sono piuttosto dinamiche nel 2016: Rimini +12,3%, Piacenza +6,9% e Forlì-Cesena +3,3%.

I MERCATI DI DESTINAZIONE DELLE MERCI

Province dell'Emilia Romagna per quote di export - anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Tra le aree economiche verso cui è destinato l'export modenese, il 44,1% di esso, pari a 5.660 milioni di euro, viene acquistato dall'Unione Europea a 15 paesi, seguito dall'Asia (11,5%), dai paesi europei non appartenenti alla UE (7,2%) e solamente per il 7,0% dai 13 paesi entrati nella UE negli ultimi anni.

La tendenza degli ultimi tre anni mostra un ritorno delle esportazioni modenesi verso i paesi vicini dell'Unione Europea, soprattutto il nucleo storico dei quindici paesi, seguito dai nuovi entrati dopo il 2004 e anche dall'Asia (in primis la Cina), d'altro canto diminuiscono le esportazioni nei paesi emergenti come Brasile, Russia e anche Africa del Nord sia a causa di crisi economiche, sia per problemi politici.

Esaminando la classifica dei primi undici paesi per valore dell'export troviamo al primo posto gli Stati Uniti, che registrano incrementi già da parecchi anni, ma nel 2016 per la prima volta sono in calo (-6,2%). Seguono poi diversi paesi europei, tra cui in primo piano Germania (+9,6%) e Francia (+9,3%) partner storici della provincia. Questi tre paesi sono di vitale importanza per la nostra economia, infatti la somma delle loro esportazioni raggiunge il 36,4% del totale modenese. Infine si registrano incrementi a due cifre per Austria (+20,2%), Spagna (+14,1%), Belgio (+14,0%) e Regno Unito (+11,1%).

Il Giappone risulta in calo del 4,7%, mentre la Cina, nonostante l'aumento sensibile nel 2016 (+14,0%) rimane all'undicesimo posto.

Uno sguardo ai saldi commerciali mostra che Modena è ampiamente in attivo verso tutti i paesi in cui esporta, soprattutto verso gli Stati Uniti (dove l'import è solamente il 12,2% dell'export) e verso il Giappone (13,9%). Tale saldo si riduce drasticamente verso l'Austria (71,5%), la Germania (71,7%) e i Paesi Bassi (96,8%), per poi divenire ampiamente negativo con la Cina, dove le importazioni risultano il 228,2% delle esportazioni, per un saldo negativo di 329 milioni di euro.

I SETTORI PRODUTTIVI

Anche i settori che compongono l'export modenese sono piuttosto concentrati: infatti solamente i primi tre, macchine e apparecchi meccanici, mezzi di trasporto e ceramica, coprono più del 70% di tutto l'export modenese, mentre il restante 30% viene suddiviso tra altri cinque settori.

Così più di un quarto del totale risulta ad appannaggio di 'macchine e apparecchi meccanici' (26,9%) che però nel 2016 perdono l'1,7% dopo diversi anni di crescita. È uno dei settori che riesce ad esportare maggiormente al di fuori dell'Unione Europea: il paese di sbocco principale sono gli Stati Uniti, in calo del 5,6%, la Germania è il secondo paese, quest'anno stabile, mentre crescono sensibilmente Spagna (+18,4%), Arabia Saudita (+23,4%) e Cina (+18,6%). Buona la posizione della Turchia al settimo posto, ma in calo dell'8,1%.

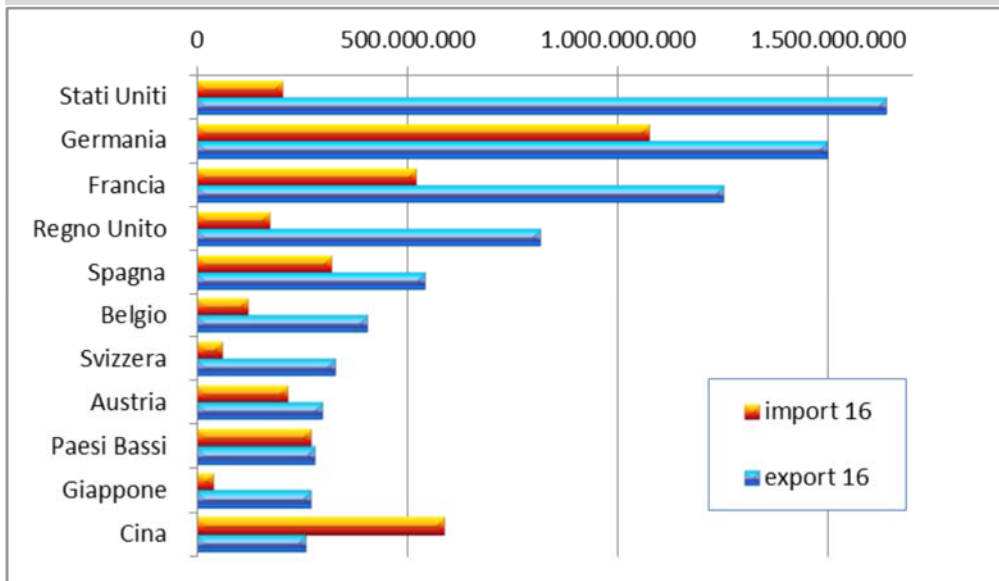
Altro settore fondamentale sono i mezzi di

Esportazioni della provincia di Modena per aree di destinazione

| anno 2016 | | | |
|---|-----------------|--------------------|---------------------------|
| | Milioni di euro | composizio ne % | Variazione % 2015/2016 |
| Africa Centro Sud | 126 | 1,1 | -1,3 |
| Africa Nord | 244 | 2,2 | -5,5 |
| Paesi Europei non UE | 837 | 7,2 | -1,3 |
| America Centro Sud | 413 | 4,2 | -15,7 |
| Asia | 1.352 | 11,5 | 0,0 |
| Canada e Groenlandia | 146 | 1,3 | -6,0 |
| 13 paesi entrati nella UE dal 2004 al 2013 | 872 | 7,0 | 5,2 |
| Medio Oriente | 560 | 5,0 | -5,6 |
| Oceania | 187 | 1,5 | 5,9 |
| Stati Uniti | 1.639 | 14,8 | -6,2 |
| Unione Europea a 15 paesi | 5.660 | 44,1 | 8,9 |
| Totale | 12.036 | 100,0 | 2,2 |

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Esportazioni e importazioni della provincia di Modena per paesi di destinazione e di provenienza – anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

trasporto: anch'essi rappresentano quasi un quarto dell'export e quest'anno guadagnano l'1,5% trainati dalle auto sportive. Anche in questo caso gli Stati Uniti sono il mercato principale di sbocco, ma quest'anno mostrano un calo sensibile (-14,9%). Ottimo l'andamento della Spagna (+34,5%), dell'Austria (+25,4%), della Francia (+19,0%) e della Cina (+16,3%). Negativi invece la Svizzera (-7,1%) e il Giappone (-4,6%). Quest'anno escono dalla classifica gli Emirati Arabi Uniti.

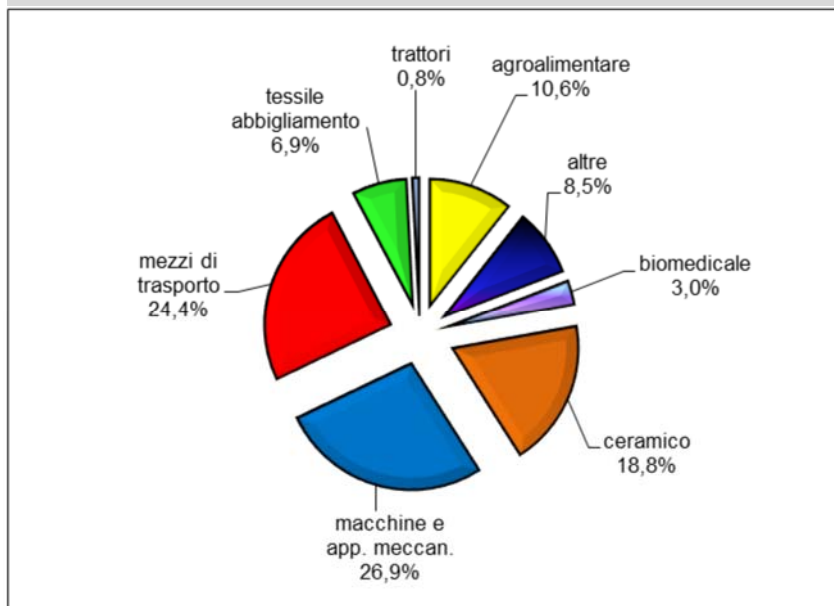
Ulteriore quota importante nell'export provinciale

risulta la ceramica, che arriva al 18,8% del totale e continua l'andamento positivo degli ultimi tre anni con un aumento del 7,9%.

Le esportazioni ceramiche sono molto concentrate, infatti i primi tre paesi assorbono ben il 43% delle esportazioni totali del settore. Gli Stati Uniti sono in testa con 357 milioni di euro, in aumento dell'8,9%. In generale tutti i paesi mostrano incrementi sensibili, ma i trend più positivi sono dati dal Canada (+21,4%), dall'Austria (+16,0%) e dal Regno Unito (+14,3%).

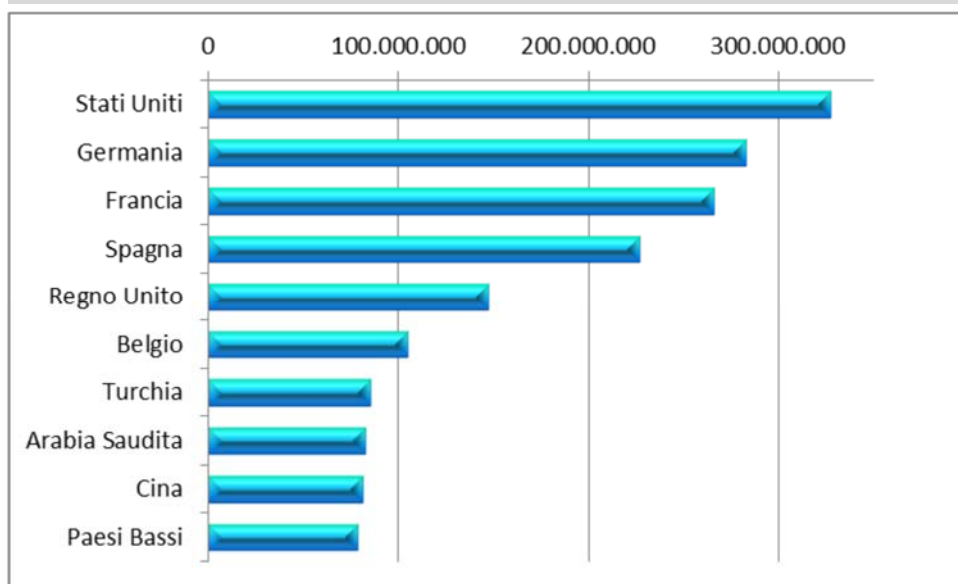
L'agroalimentare è il quarto settore per valore di ven-

Esportazioni della provincia di Modena per settori di attività – anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Esportazioni di macchine e apparecchi meccanici per paese di destinazione, provincia di Modena - anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

dite all'estero, raggiungendo, con i sensibili incrementi degli ultimi sei anni, il 10,6% del totale. Quest'anno viene confermata la crescita del 3,6%, ma con andamenti molto differenti per ogni singolo paese: spicca infatti l'ascesa delle Filippine (+20,0%), che passa così dal sesto al quarto posto, anche l'Austria cresce del 10,5%, mentre tutti gli altri paesi mostrano aumenti inferiori che vanno dall'1% al 4%. Solo la Spagna perde terreno (-5,4%), mentre nuovo entrato nella classifica risulta il Vietnam.

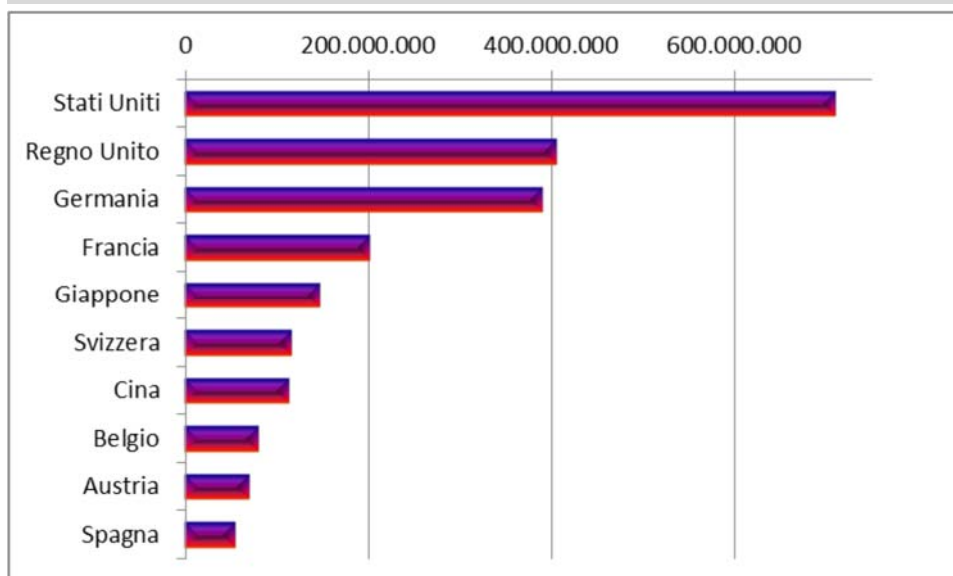
Il tessile abbigliamento si rivela un po' in difficoltà negli ultimi tempi, infatti negli ultimi tre anni

l'export è risultato in diminuzione e ha portato la sua quota dall'8,5% del totale nel 2010 al 6,9% nel 2016, tuttavia proprio quest'anno si è registrata una ripresa del +3,2%.

Tale percentuale tuttavia è la media di andamenti molto differenti fra i diversi paesi, con incrementi a due cifre per Francia, Germania, Spagna e Belgio, mentre crollano mercati come Paesi Bassi, Giappone e Romania. Quest'anno escono dalla classifica gli Stati Uniti, rimpiazzati dalla Russia, che nonostante la crisi, acquista ancora il made in Italy.

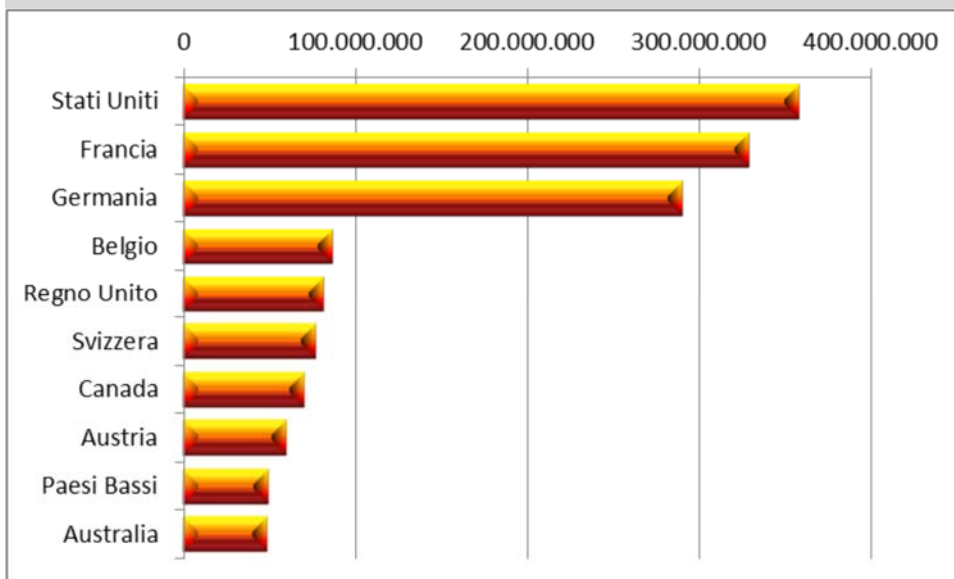
Il biomedicale quest'anno accusa una perdita

Esportazioni di mezzi di trasporto per paese di destinazione, provincia di Modena - anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Esportazioni di piastrelle ceramiche per paese di destinazione, provincia di Modena - anno 2016

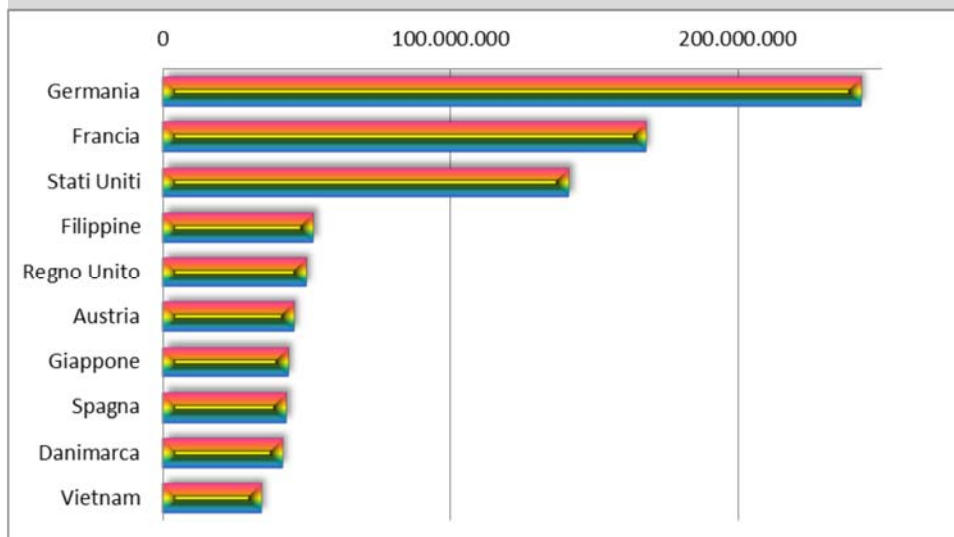


Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

sensibile (-4,4%), ma può essere comprensibile una pausa nella crescita visto che nel 2015 era aumentato del 29,5%; tuttavia, nonostante il trend molto positivo degli ultimi anni, la sua quota sul totale delle esportazioni modenesi rimane abbastanza contenuta (3,0%).

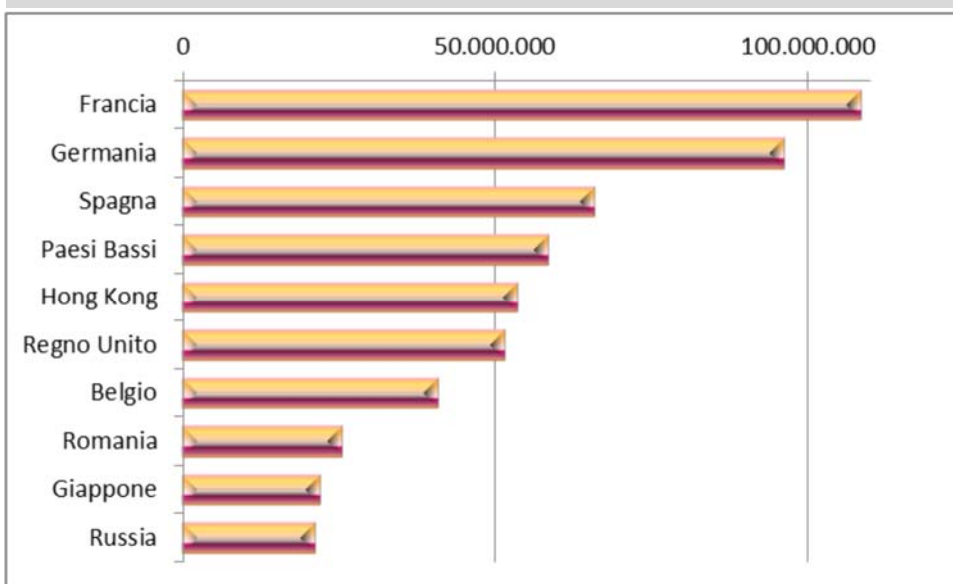
Il primo paese per valore dell'export risulta la Germania, con 66 milioni di euro e in aumento del 3,6%, gli Stati Uniti sono al quarto posto, con un incremento del 18,1% seguono poi diversi paesi dell'Unione Europea e infine la Cina rimane all'ottavo posto come nel 2015.

Esportazioni di generi alimentari per paese di destinazione, provincia di Modena - anno 2016



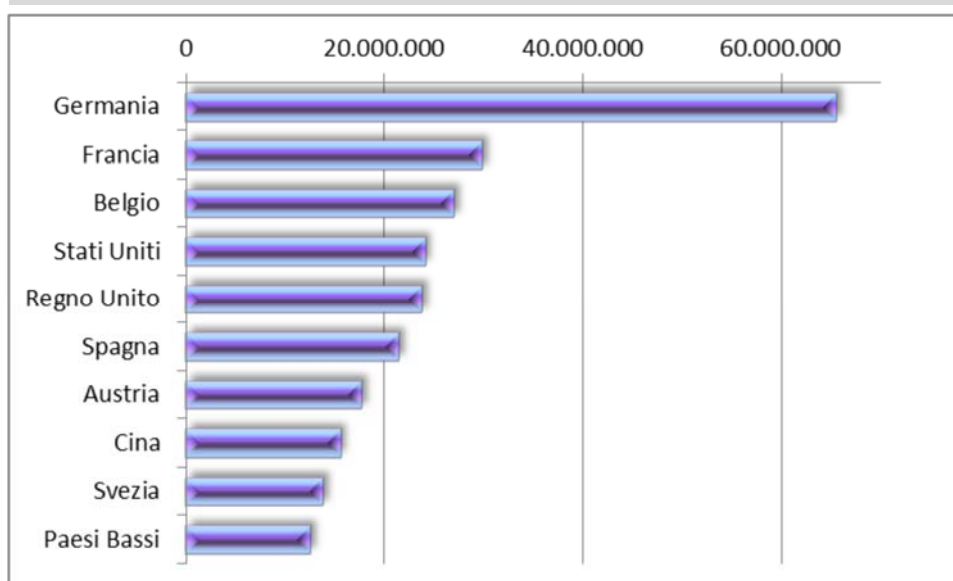
Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Esportazioni di tessile abbigliamento per paese di destinazione, provincia di Modena - anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Esportazioni di prodotti biomedicali per paese di destinazione, provincia di Modena - anno 2016



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Istat

Positive le previsioni Prometeia PER IL 2017

In provincia di Modena nel 2017 si prevedono incrementi nelle esportazioni, nel valore aggiunto e nel reddito pro-capite

Il quadro economico mondiale si presenta in moderata ripresa sia nelle previsioni per il 2017 che in quelle per il 2018. Lo affermano gli 'Scenari di Previsione' redatti da Prometeia per i prossimi due anni.

Il PIL mondiale infatti dovrebbe crescere del 3,2% nel 2017 e del 3,3% nel 2018, gli Stati Uniti sono leggermente al di sotto di questi livelli, l'area Euro prevede un +1,7% nel 2017, anche la Russia è in ripresa dell'1,3% dopo il crollo del 2015, mentre l'America Latina è ancora in difficoltà (+0,4%).

I due paesi che continuano a trainare l'economia mondiale risultano invece l'India

(+7,2%) e la Cina (+6,5%) che mostra però un lieve rallentamento.

All'interno dell'area euro, l'Italia resta sempre in posizione un po' arretrata, con una crescita del PIL dello 0,9% nel 2017, tuttavia la Regione Emilia Romagna segna risultati superiori (+1,3%), raggiungendo così le performance di Francia e Germania.

Esaminando il valore aggiunto (misura calcolabile anche a livello provinciale), l'Emilia Romagna presenta un valore lievemente inferiore per il 2017 (+1,2%), tuttavia la provincia di Modena emerge all'interno della regione in quanto si prevede che avrà

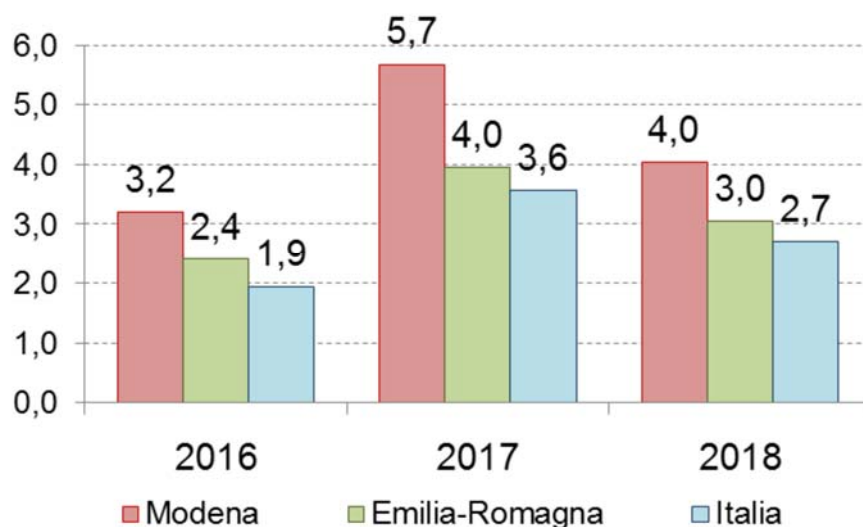
la variazione percentuale maggiore di tutte le altre province (+1,4%).

Il traino più intenso per l'incremento del valore aggiunto modenese è dato dalle esportazioni, che nel 2017 sono previste in ulteriore crescita (+5,7%) rispetto al consuntivo del 2016.

Infatti nel 2017 sarà l'industria che mostrerà la variazione positiva più sensibile (+2,3%), seguita dai servizi (+1,1%), dalle costruzioni (+0,6%) che ritornano positive dopo un anno di diminuzione e infine ultimo settore dall'agricoltura (+0,5%).

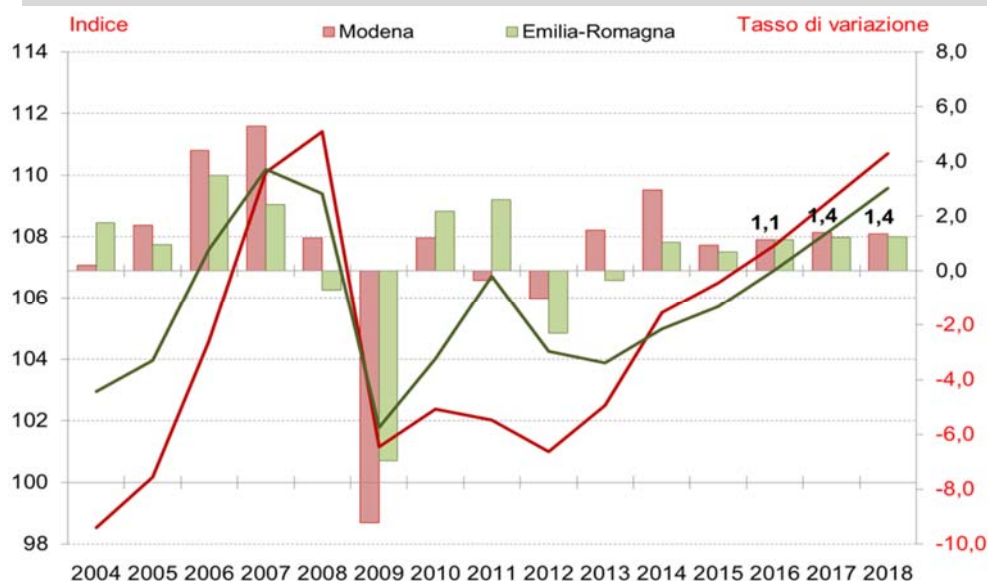
Proprio l'industria inoltre si prevede produrrà maggiori unità di lavoro (+1,4%), seguita

Tasso di variazione delle esportazioni a Modena, Emilia Romagna e Italia



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali

Andamento del valore aggiunto a Modena e in Emilia Romagna – indice e tasso di variazione percentuale



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali

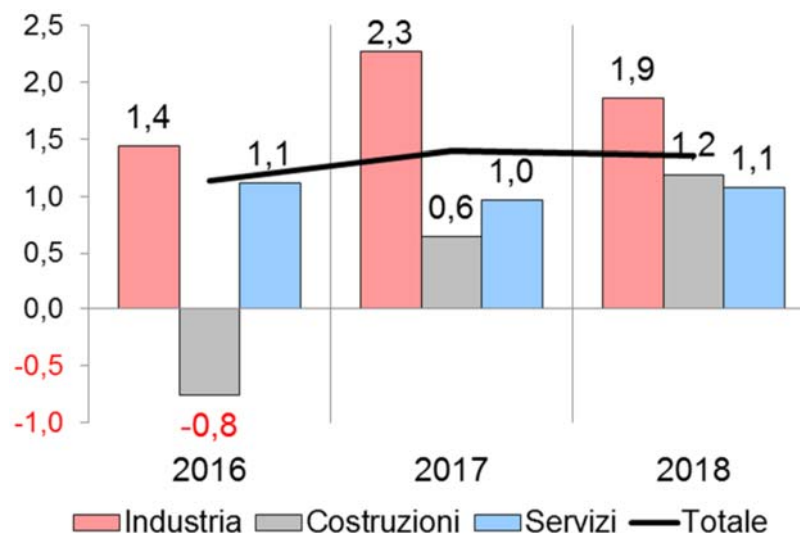
dai servizi (+1,2%); stabili le costruzioni (0,0%), mentre diminuiscono le unità di lavoro in agricoltura (-1,1%).

Uno sguardo particolare sul mercato del lavoro indica poi che nel 2017 aumenteranno sia gli occupati (+1,3%), sia le forze di lavoro (+1,7%), migliorando di conseguenza il tasso di attività che raggiungerà il 49,1% (43,0% il totale Italia). Tuttavia, proprio a causa del ritorno nel mondo del lavoro di molti dipendenti che in precedenza si erano scoraggiati e non erano più in cerca di un'occupazione, nel 2017 non si avrà una diminuzione immediata del tasso di disoccupazione, che anzi salirà al 7,0%, il miglioramento effettivo di tale indice potrà rivelarsi appieno solamente nel 2018 con una sua riduzione al 6,7%.

Infine, la ripresa dell'economia farà aumentare anche le risorse

a disposizione delle famiglie: è previsto un incremento del +2,5% del reddito disponibile modenese, mentre il valore aggiunto per abitante sarà di 31,6 mila euro contro i 31,2 mila del 2016. Invece rimarrà invariato il valore aggiunto per occupato.

Andamento del valore aggiunto per settori di attività in provincia di Modena – base 2000=100



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali

74mila imprese IN PROVINCIA DI MODENA

Lieve flessione della consistenza nel primo trimestre del 2017: in aumento le iscrizioni ma anche le cessazioni

Sono in lieve calo le imprese registrate in provincia di Modena nel primo trimestre del 2017, come confermano i dati di Infocamere elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio.

Le posizioni registrate passano infatti da 74.557 al 31/12/2016 a 74.218 al 31 marzo 2017, con un decremento di 339 unità, pari al -0,5%.

Tuttavia questo andamento è ricorrente nel primo trimestre di ciascun anno, in quanto le iscrizioni e le cessazioni delle imprese sono caratterizzate da una forte stagionalità: proprio nel primo trimestre si concentra infatti un incremento sia delle iscrizioni, ma ancor di più delle cessazioni.

Il trimestre in esame è caratterizzato da una forte movimentazione, infatti da gennaio a marzo le imprese iscritte risultano 1.479, l'8,0% in più rispetto al primo trimestre 2016, mentre le cessate non d'ufficio risultano 1.799, in aumento del 7,8%. Il relativo tasso di sviluppo diviene pari a -0,43%.

Imprese registrate, iscritte e cessate nella provincia di Modena, Emilia Romagna e Italia

| | Modena | | | Emilia Romagna | | | Italia | | |
|-----------------------|--------------|--------------|--------|----------------|--------------|--------|--------------|--------------|--------|
| | I trim. 2017 | I trim. 2016 | var. % | I trim. 2017 | I trim. 2016 | var. % | I trim. 2017 | I trim. 2016 | var. % |
| Registrate | 74.218 | 74.335 | -0,2 | 457.255 | 460.152 | -0,6 | 6.051.290 | 6.038.891 | 0,2 |
| Iscritte | 1.479 | 1.370 | 8,0 | 8.746 | 8.762 | -0,2 | 115.930 | 114.660 | 1,1 |
| Cessate non d'ufficio | 1.799 | 1.669 | 7,8 | 11.429 | 10.927 | 4,6 | 131.835 | 127.341 | 3,5 |
| Saldo | -320 | -299 | | -2.683 | -2.165 | | -15.905 | -12.681 | |

Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, banca dati Stockview

Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

| Classe di Natura Giuridica | Imprese attive al 31/03/2017 | Imprese attive al 31/03/2016 | Saldo | Var. % |
|----------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------|-------------|
| Società di capitale | 16.949 | 16.661 | 288 | 1,7 |
| Società di persone | 12.733 | 13.057 | -324 | -2,5 |
| Imprese individuali | 34.760 | 34.962 | -202 | -0,6 |
| Altre forme giuridiche | 1.410 | 1.402 | 8 | 0,6 |
| Totale | 65.852 | 66.082 | -230 | -0,3 |

Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, banca dati Stockview



migliore di quello regionale (-0,58%), ma inferiore al totale Italia (-0,26%). Modena sale così al cinquantasettesimo posto della classifica provinciale, in cui peraltro prevalgono gli andamenti negativi, con solo 19 province che registrano tassi di sviluppo positivi. Il confronto delle imprese registrate con il primo trimestre del 2016 risulta anch'esso lievemente negativo (-0,2%), il dato regionale è più marcato (-0,6%), mentre il totale Italia vede un incremento dello 0,2%.

PARTICOLARI TIPOLOGIE DI IMPRESE

Analizzando le diverse tipologie di imprese si registrano andamenti differenti: emerge il sensibile incremento annuale per le imprese straniere (+3,6%), buono anche il trend delle imprese femminili (+0,7%), mentre sono in calo sia le imprese giovanili (-2,3%) sia le imprese artigiane (-1,6%), la cui diminuzione prosegue da tanti anni.

LE IMPRESE IN ATTIVITA'

Le imprese attive, cioè quelle che hanno dichiarato l'effettivo inizio dell'attività, calano dello 0,3% rispetto a marzo 2016; l'esame per forma giuridica conferma l'andamento dei trimestri precedenti, con la crescita delle società di capitali (+1,7%), delle 'altre forme giuridiche' (+0,6%), mentre sono in calo le imprese individuali (-0,6%) e le società di persone (-2,5%).

L'ANDAMENTO PER SETTORE ECONOMICO

Infine anche l'esame delle imprese attive per settore economico ricalca gli andamenti registrati in passa-

to: diminuiscono le imprese in agricoltura (-1,9%), nelle costruzioni (-1,1%) e nelle attività manifatturiere (-1,0%), mentre solamente il 'totale servizi' registra una lieve crescita (+0,4%).

Più nel dettaglio i settori manifatturieri che perdono il maggior numero di attività produttive sono la 'fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche' (-3,5%) e l'industria del legno (-3,4%), mentre rimangono positivi la 'riparazione e manutenzione' (+4,5%), settore sempre in aumento dall'inizio della crisi, la 'fabbricazione di prodotti di carta' (+2,3%) e la 'fabbricazione di mezzi di trasporto' (+1,9%).

Tra i servizi emergono l'istruzione privata (+5,6%), il 'noleggio e servizi di supporto alle imprese' (+4,5%) e le 'attività sportive e ricreative' (+2,2%). Calano invece le attività immobiliari (-1,9%), il 'trasporto e magazzinaggio' (-1,3%) e le 'attività finanziarie e assicurative' (-0,6%).

Particolari tipologie di imprese registrate in provincia di Modena

| | Imprese registrate | | |
|-------------------|--------------------|---------------|--------------|
| | I trim. 2016 | I trim. 2017 | variazione % |
| imprese giovanili | 5.214 | 5.094 | -2,3 |
| imprese straniere | 7.850 | 8.135 | 3,6 |
| imprese femminili | 15.149 | 15.252 | 0,7 |
| Imprese artigiane | 21.209 | 20.868 | -1,6 |

Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, banca dati Stockview

Imprese attive per settore di attività in provincia di Modena

| | IMPRESE ATTIVE | | | |
|---|------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------|
| | Totale imprese al 31/03/2017 | Totale imprese al 31/03/2016 | Saldo imprese attive | Variazione % |
| Agricoltura, silvicoltura pesca | 8147 | 8.305 | -158 | -1,9 |
| Estrazione di minerali da cave e miniere | 39 | 40 | -1 | -2,5 |
| Attività manifatturiere | 9614 | 9.708 | -94 | -1,0 |
| Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata | 115 | 113 | 2 | 1,8 |
| Fornitura di acqua; reti fognarie | 87 | 90 | -3 | -3,3 |
| Costruzioni | 10576 | 10.692 | -116 | -1,1 |
| Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli | 14675 | 14.686 | -11 | -0,1 |
| Trasporto e magazzinaggio | 2283 | 2.313 | -30 | -1,3 |
| Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione | 3874 | 3.801 | 73 | 1,9 |
| Servizi di informazione e comunicazione | 1387 | 1.364 | 23 | 1,7 |
| Attività finanziarie e assicurative | 1392 | 1.400 | -8 | -0,6 |
| Attività immobiliari | 5043 | 5.142 | -99 | -1,9 |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche | 2882 | 2.829 | 53 | 1,9 |
| Noleggio e servizi di supporto alle imprese | 1769 | 1.693 | 76 | 4,5 |
| Istruzione | 226 | 214 | 12 | 5,6 |
| Sanità e assistenza sociale | 291 | 292 | -1 | -0,3 |
| Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento | 645 | 631 | 14 | 2,2 |
| Altre attività di servizi | 2782 | 2.751 | 31 | 1,1 |
| Imprese non classificate | 25 | 18 | 7 | 38,9 |
| Totale | 65.852 | 66.082 | -230 | -0,3 |

Fonte: Centro Sudi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, banca dati Stockview

Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

| | IMPRESE ATTIVE | | | |
|--|------------------------------|------------------------------|----------------------|--------------|
| | Totale imprese al 31/03/2017 | Totale imprese al 31/03/2016 | Saldo imprese attive | Variazione % |
| Industria alimentare | 870 | 874 | -4 | -0,5 |
| Tessile abbigliamento | 2.348 | 2.417 | -69 | -2,9 |
| Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero | 337 | 349 | -12 | -3,4 |
| Fabbricazione di carta e di prodotti di carta | 90 | 88 | 2 | 2,3 |
| Stampa e riproduzione di supporti registrati | 252 | 253 | -1 | -0,4 |
| Industria chimica e farmaceutica | 99 | 98 | 1 | 1,0 |
| Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche | 193 | 200 | -7 | -3,5 |
| Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta | 465 | 476 | -11 | -2,3 |
| Metalmeccanico | 3.444 | 3.453 | -9 | -0,3 |
| Fabbricazione mezzi di trasporto | 162 | 159 | 3 | 1,9 |
| Fabbricazione di mobili | 202 | 205 | -3 | -1,5 |
| Altre industrie manifatturiere | 453 | 467 | -14 | -3,0 |
| Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine | 699 | 669 | 30 | 4,5 |
| Totale manifatturiero | 9.614 | 9.708 | -94 | -1,0 |

Fonte: Centro Sudi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, banca dati Stockview

Distretti protagonisti DELLA RIPRESA

Fatturato e margini ai massimi storici per le imprese distrettuali: i dati del nono rapporto annuale di Intesa Sanpaolo

Nel biennio 2015-16 il fatturato e i margini unitari delle imprese operanti all'interno di un distretto produttivo hanno toccato nuovi massimi storici. Al contrario, nelle aree non distrettuali il divario rispetto ai livelli pre-crisi è ancora significativo.

I distretti sono pronti a vincere la sfida del digitale: quasi la metà delle imprese meccaniche distrettuali già produce macchinari 4.0; nel sistema moda il 70% delle imprese capofila distrettuali è attiva nell'e-commerce.

Per il 2017-18, inoltre, si prospetta un'accelerazione della crescita (+4,3% cumulato), trainata nuovamente dai mercati esteri e sostenuta dalla domanda interna, con un maggior ruolo per i beni di investimento.

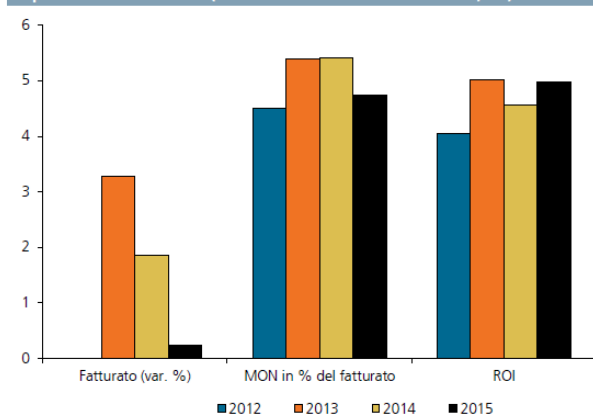
Queste le principali evidenze della nona edizione del Rapporto annuale che la Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo dedica all'evoluzione economica e finanziaria delle imprese distrettuali, presentata a Milano il 16 marzo scorso.

Il Rapporto analizza i bilanci aziendali degli ultimi otto anni (2008-15) di quasi 15.000 imprese appartenenti a 149 distretti industriali e di 45.000 imprese non-distrettuali attive negli stessi settori di specializzazione e presenta le stime sui risultati di bilancio delle imprese nel 2016 e le previsioni per il biennio 2017-18. L'analisi si sofferma, infine, sui cambiamenti che stanno interessando il tessuto produttivo italiano e distrettuale in seguito alla diffusione delle tecnologie digitali.

Nel report vi sono specifiche schede che riportano le performance dei seguenti distretti modenesi: macchine agricole, macchine per ceramica, maglieria e abbigliamento, piastrelle, salumi, nonché dati sui poli tecnologici dell'ICT e del biomedicale.

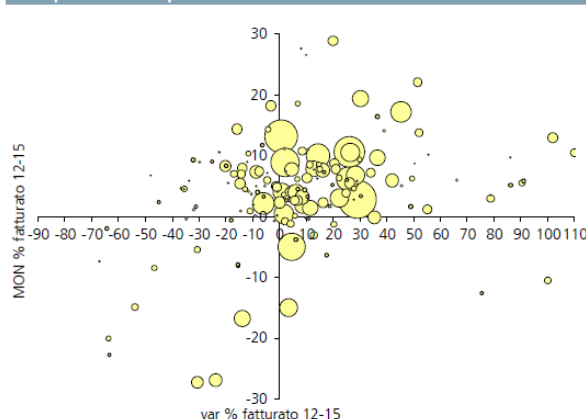
Piastrelle di Sassuolo (campione: 166 aziende; fatturato 2015: 4.330,9 mln €)

Le performance in sintesi (variazione fatturato 2012-2015: 2,1%)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali
Valori medi

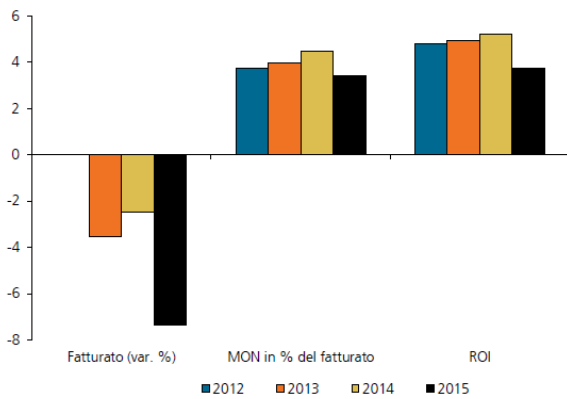
La dispersione delle performance



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali
I cerchi rappresentano le aziende presenti nel distretto indicando, attraverso la dimensione, l'importanza dell'impresa in termini di fatturato nel 2012

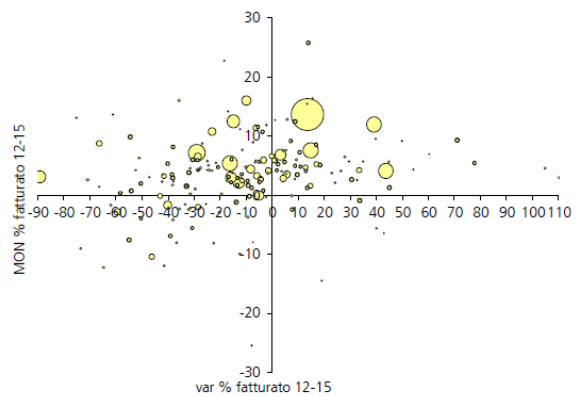
Maglieria e abbigliamento di Carpi (campione: 186 aziende; fatturato 2015: 1.188,4 mln €)

Le performance in sintesi (variazione fatturato 2012-2015: -6,8%)



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali
Valori medi

La dispersione delle performance



Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su bilanci aziendali
I cerchi rappresentano le aziende presenti nel distretto indicando la dimensione, l'importanza dell'impresa in termini di fatturato nel 2012

I FATTORI DI COMPETITIVITÀ DEI DISTRETTI

Il Rapporto si sofferma sui fattori strategici che potranno contribuire al mantenimento strutturale di migliori risultati rispetto alle imprese non distrettuali, individuando i seguenti:

- il patrimonio di tecnologia e conoscenza dei mercati;
- la presenza di capofila consolidate e l'affermazione di nuovi attori;
- la riscoperta dei territori come luogo di produzione. I distretti si confermano luogo privilegiato per la diffusione e l'adozione di comportamenti complessi e catalizzatori di innovazione tecnologica, organizzativa e di mercato. Nei distretti è più alta la quota di imprese che esportano (38,1% vs 27,8% per i non distretti), è più intensa la presenza all'estero con partecipate estere (28,9 imprese partecipate ogni

100 imprese in Italia; nelle aree non distrettuali ci si ferma a 20,1) e maggiore è l'impegno sul fronte dell'innovazione (53 brevetti ogni 100 imprese vs 40).

La competitività dei distretti è influenzata positivamente dalla presenza di grandi imprese consolidate. Si tratta di un nucleo di soggetti con un ruolo molto rilevante all'interno dei distretti: in termini di addetti rappresentano il 41% del totale distrettuale (9 punti percentuali in più rispetto ai territori non distrettuali). Esse sono molto evolute da un punto di vista strategico: mostrano un'elevatissima presenza sui mercati esteri, accompagnata da investimenti nel marchio e in filiali commerciali. Sono poi particolarmente attive sul fronte dell'innovazione, con una propensione a richiedere brevetti di gran lunga superiore alle imprese non distrettuali. Nei distretti si assiste inoltre all'affermazione di una nuova classe di medie imprese. Queste aziende, molto liquide e dotate di un elevato grado di autofinanziamento, hanno puntato con decisione sui mer-



cati esteri, consolidando la presenza in Europa e accrescendo l'impegno negli Stati Uniti e nei mercati emergenti. Alle strategie commerciali hanno affiancato l'attenzione alla qualità del prodotto e alla flessibilità produttiva. Nella gran parte dei casi il successo si basa su un mix articolato di strategie che, opportunamente combinate fra loro, consente alle imprese di essere "veloci" e di rinnovarsi continuamente. Emerge poi con forza il ruolo delle capacità manageriali più sviluppate ed evolute.

La ritrovata centralità dei territori distrettuali trova conferma anche nei cambiamenti che stanno interessando i processi di internazionalizzazione. Si riscopre il ruolo dei distretti come base produttiva, in grado di attrarre il crescente interesse delle multinazionali estere e di spingere le stesse capofila distrettuali a riportare in Italia produzioni precedentemente delocalizzate. Al contempo, sempre le imprese leader distrettuali accrescono l'internazionalizzazione in uscita, cercando di sviluppare la propria rete distributiva estera.

PREVISIONI PER IL BIENNIO 2017-18

La presenza di nuovi attori altamente dinamici e di esternalità positive rappresenteranno fattori di competitività importanti per i distretti industriali. Nel biennio 2017-18 è prevista un'accelerazione della crescita (+4,3% cumulato), trainata nuovamente dai mercati esteri e sostenuta dalla domanda interna, con un maggior ruolo per i beni di investimento. In particolare, un contributo importante potrà venire dalla filiera metalmeccanica, sulla spinta dell'attesa ripartenza del ciclo edilizio e degli investimenti in macchinari, a loro volta supportati dalle misure di incentivazione previste nel Piano

Industria 4.0.

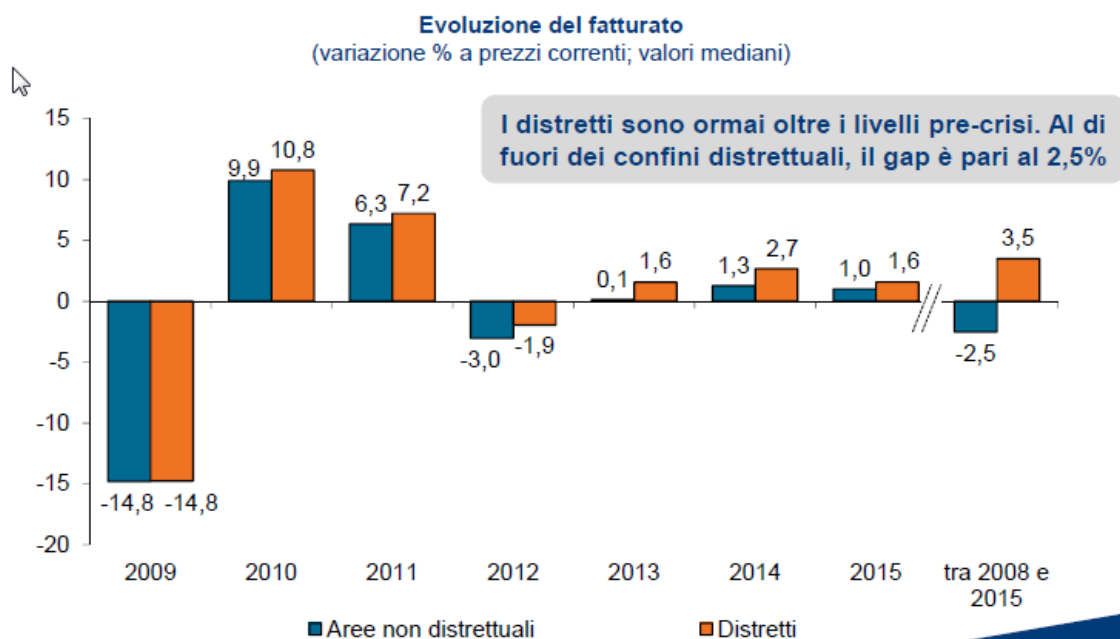
Nel biennio 2017-18 proseguirà la fase di rafforzamento dei margini unitari (diffusa a tutti i settori distrettuali). Il processo sarà, tuttavia, lento e graduale, frenato dalle elevate pressioni competitive presenti sui mercati internazionali.

LA RIVOLUZIONE DIGITALE OFFRE OPPORTUNITÀ ANCHE AI DISTRETTI

La rivoluzione digitale sta modificando l'organizzazione della produzione e della distribuzione nei distretti. Diventa "intelligente" il sistema di produrre, attraverso l'introduzione di macchine interconnesse tra loro e con sistemi esterni; divengono virtuali i luoghi di scambio, con la diffusione dell'e-commerce. La tecnologia sta cambiando il modo di distribuire e vendere i prodotti. Da una ricognizione realizzata su 161 aziende capofila che operano in 36 distretti del sistema moda emerge una buona diffusione dell'utilizzo dell'e-commerce: circa il 70% di queste imprese utilizza il canale delle vendite online.

Un buon numero di imprese dichiara di produrre macchinari 4.0 e di realizzare con questi una quota rilevante di fatturato. Nell'introduzione di innovazione e tecnologia nella loro offerta è stata fondamentale la presenza di un centro di ricerca e sviluppo interno; un contributo rilevante è venuto anche dalla rete di relazioni con i fornitori locali di tecnologia e dall'interazione con la clientela. Un ruolo ancora trascurabile, invece, è attribuito al sistema universitario.

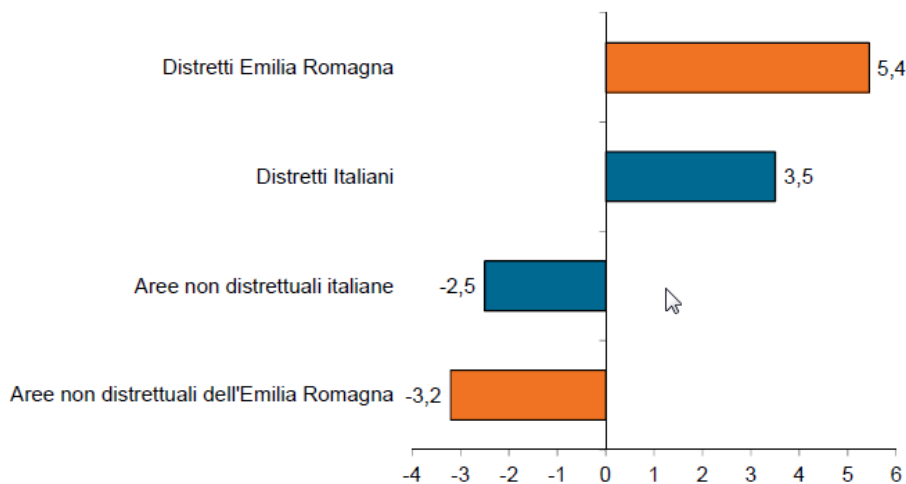
Ciononostante, il tessuto produttivo italiano e distrettuale è in ritardo nell'adozione delle tecnologie di smart manufacturing: solo una minima parte delle imprese ha i principali impianti interconnessi, anche a causa dell'e-



Fonte: *Economia e Finanza dei Distretti Industriali*, n. 9, Intesa Sanpaolo

INTESA  SANPAOLO

Evoluzione del fatturato tra il 2008 e il 2015
(variazione % a prezzi correnti; valori medi)



*Nota: per l'Emilia Romagna 1.144 imprese distrettuali e 5.047 imprese non localizzate nei distretti ma con la stessa specializzazione delle imprese distrettuali.
Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database*

INTESA  SANPAOLO

levata età media dei macchinari. La sfida del digitale può essere vinta solo attraverso un'accelerazione degli investimenti, finora frenati dall'incertezza che domina i mercati.

L'ambiente è certamente favorevole, grazie alla presenza di significative misure governative a sostegno degli investimenti innovativi e alla disponibilità di buone condizioni di finanziamento e di un bacino di risorse interne.

Nei distretti la liquidità in percentuale del totale dell'attivo è cresciuta dal 6% del 2008 all'8% del 2015. Fondamentale per lo sblocco di queste risorse sarà il venir meno del clima di forte incertezza che rappresenta un elemento di cautela nelle decisioni di investimento degli imprenditori italiani.

IL FOCUS SULL'EXPORT DEI DISTRETTI DELL'EMILIA-ROMAGNA

Prosegue il suo percorso di crescita l'export dei distretti dell'Emilia Romagna, con un +1,3% nell'ultimo trimestre del 2016. L'incremento è, come di consueto nell'ultimo biennio, superiore a quello dei distretti italiani (+0,3%) e per lo più in linea con il dato del sistema manifatturiero regionale (+1,5%). Ancora migliore la performance se si considera l'intero 2016, con una crescita del 2,1% (grazie a un ottimo secondo trimestre), ben sopra il complesso distrettuale italiano che ha chiuso leggermente in negativo (-0,4%).

Sono questi i principali dati che emergono dal Monitor dei distretti industriali dell'Emilia Romagna aggiornato al quarto trimestre 2016 curato dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo e presentato il 26 aprile 2017 a Bologna.

"Nel 2016 sono stati trainanti la Germania, la Francia e la Polonia. - commenta Tito Nocentini, direttore regionale di Intesa Sanpaolo - Sul finire d'anno, è tornato in territorio positivo il mercato russo che chiude il quarto trimestre del 2016 con una crescita dell'export dell'8%, portando il dato complessivo annuale quasi in territorio positivo (-0,8%), grazie al traino dell'abbigliamento di Rimini e delle macchine agricole di Modena e Reggio Emilia."

Dall'analisi per singolo distretto emerge un quadro a luci e ombre: hanno chiuso il 2016 positivamente 12 distretti su 19. Per quanto riguarda la provincia di Modena, è proseguito il trend positivo delle piastrelle di Sassuolo che nel complesso del 2016 ha messo a segno una crescita del 7,9%, beneficiando del buon andamento su quasi tutti i mercati esteri, in particolare in Francia, Stati Uniti e Germania. Nel settore della meccanica, ai risultati molto positivi delle macchine per l'industria ceramica di Modena e Reggio Emilia (+4,8% secondo i dati ACIMAC), si è contrapposto il calo delle macchine agricole di

Modena e Reggio Emilia (-3,8%).

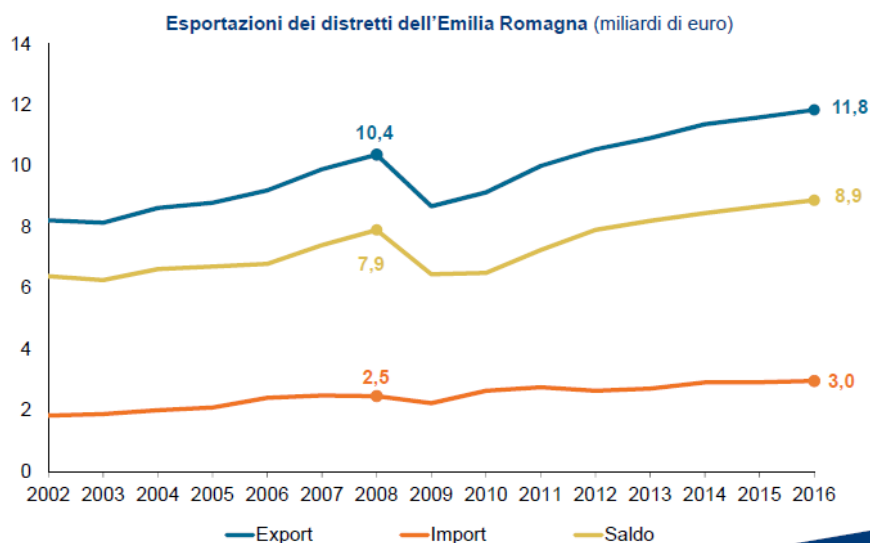
Sostanzialmente positivo nel settore alimentare il trend dei salumi del modenese (+2,6%).

Nel sistema moda sono emersi segnali positivi per la maglieria e abbigliamento di Carpi, che evidenzia una crescita complessiva del 3,3% nel 2016.

Hanno chiuso il 2016 in crescita le esportazioni dei poli tecnologici regionali, con risultati decisamente migliori rispetto alla dinamica nazionale (+2,1% versus -0,7%). Ancora trainante il polo ICT di Bologna e Modena (+4,8%), evidenziando un trend di sviluppo sostenuto su alcuni mercati come Stati Uniti, Cina e Giappone. Ha chiuso invece in negativo il polo biomedicale di Mirandola (-4,6%), a causa soprattutto delle difficoltà incontrate su alcuni mercati come Francia, Svezia, Corea del Sud e Repubblica Ceca; è stato positivo invece l'andamento in Belgio, Stati Uniti e Austria.

Nell'ambito di una più generale analisi sui bilanci 2008-15 di 1.372 aziende appartenenti ai 19 distretti industriali e ai 3 poli tecnologici dell'Emilia Romagna (con fatturato complessivo di 25,3 miliardi di euro), a confronto con quelli delle imprese "non distrettuali", emerge come i punti di forza e i cambiamenti che stanno interessando i distretti dell'Emilia Romagna siano la crescita sui mercati esteri, il posizionamento strategico, il ruolo trainante delle imprese medio-grandi e l'affermazione di una nuova classe di medie imprese vincenti.

Il report ha selezionato 29 medie imprese distrettuali dell'Emilia Romagna campioni di crescita e redditività; in ordine di fatturato le modenesi sono: Laminam spa, Ceramiche Mutina spa, Ceramica Fondovalle spa, Salumificio Mec Palmieri, M.D. Micro Detectors spa, Kronos 2 Ceramiche spa.



Fonte: Monitor dei distretti, Intesa Sanpaolo

INTESA  SANPAOLO

2016 positivo per l'occupazione A MODENA

L'indagine ISTAT sulle forze di lavoro indica per la provincia di Modena un trend in aumento nei diversi settori, dall'agricoltura al manifatturiero, al terziario, unica diminuzione nell'edilizia

Continua l'andamento positivo dell'occupazione in provincia di Modena durante l'intero anno 2016. Lo conferma l'indagine sulle Forze di Lavoro effettuata periodicamente dall'Istat. L'occupazione aumenta di 13.000 unità nel corso del 2016, raggiungendo un totale di 315.000 occupati, con un incremento percentuale del +4,3%. L'Emilia Romagna presenta una crescita inferiore (+2,6%) e raggiunge la quota di 1.967 mila occupati.

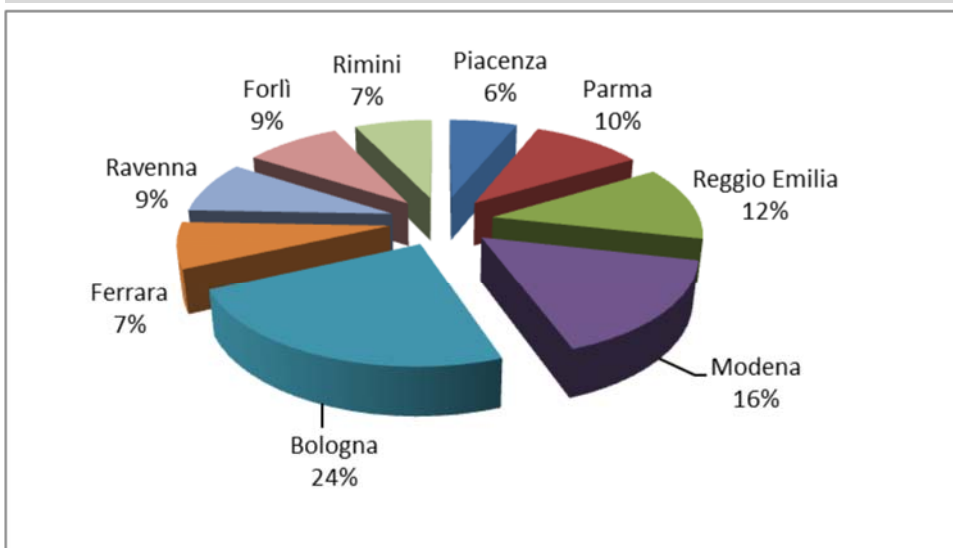
A livello regionale Modena è la seconda provincia dopo Bologna per numero di lavoratori, con una quota pari al 16,0% del totale regionale, mentre la somma degli occupati di Bologna,

Modena e Reggio Emilia copre più della metà dei lavoratori regionali.

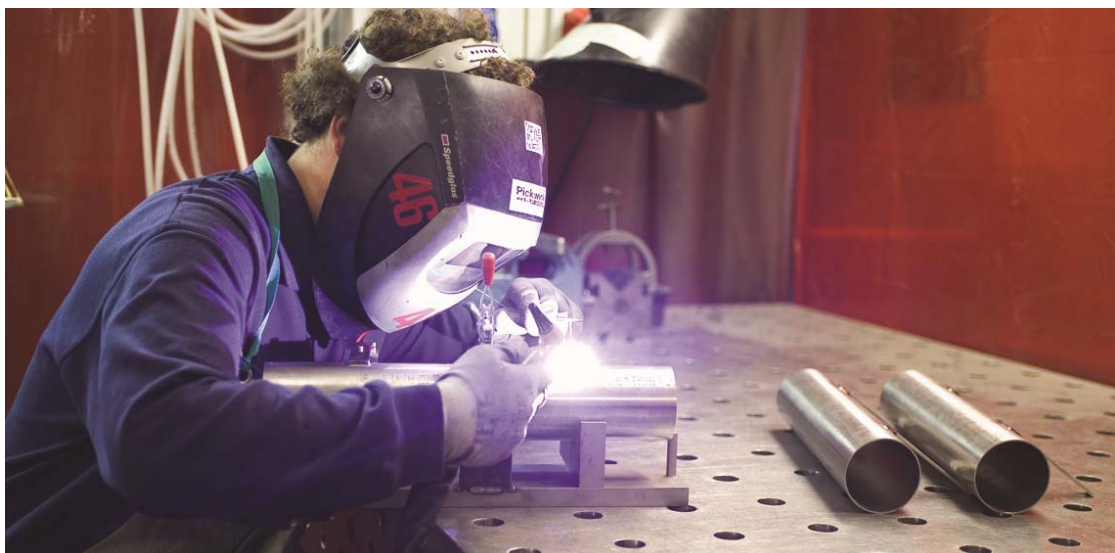
In provincia di Modena la maggioranza degli occupati lavora nel settore dei servizi (40,0%) in aumento del 6,8%, seguita dall'industria (33,7%, quota più alta dell'intera regione) che sale dell'1,9% e dal commercio (16,0%, in crescita del 12,2%). L'agricoltura rappresenta solamente il 3,5% degli occupati, ma nel 2016 ha registrato un picco del +10,0%. Unico settore che perde occupazione risulta l'edilizia, che prosegue il suo andamento negativo perdendo il 15% dei posti di lavoro.

Contestualmente al numero di occupati, aumen-

Numero di occupati per province dell'Emilia-Romagna – media anno 2016



Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, elaborazione dati Istat – indagine sulle Forze di lavoro

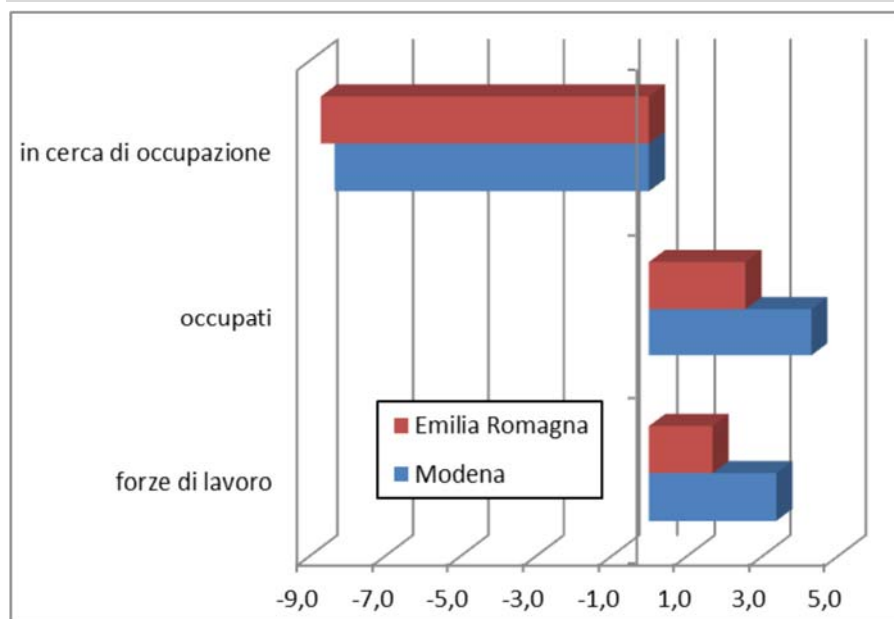


tano anche le forze di lavoro, cioè il totale delle persone che lavora e che è attivamente in cerca di occupazione. A Modena infatti crescono del 3,4%, mentre in Emilia Romagna l'aumento è più contenuto (+1,7%). specularmente invece sono in diminuzione le persone in cerca di occupazione sia a Modena (-8,3%), sia in Emilia Romagna (-8,7%). Parallelamente aumentano anche i relativi tassi riferiti al mondo del lavoro, così migliora il tasso di attività provinciale che passa dal 71,4% al 73,8%, mentre a livello regionale passa dal 72,4% al 73,6%. Stesso andamento per il tasso di occupazione sia in provincia (65,9% nel 2015 e 68,8% nel 2016), sia in regione con valori simili. Infine, il tasso di disoccupazione scende dal 7,4% al 6,6% a Modena e dal 7,7% al 6,9% in Emilia Romagna, mentre il dato italiano risulta molto mag-

giore (11,7%).

Tutte le variazioni tendenziali citate si riferiscono, per ogni indicatore, al confronto tra la media annuale del periodo "gennaio 2016/dicembre 2016" e quella del periodo "gennaio 2015/dicembre 2015".

Variazione percentuale del numero di persone occupate, in cerca di occupazione e forze di lavoro a Modena e in Emilia Romagna – confronto medie annuali gennaio 2015/dicembre 2015 –gennaio 2016/dicembre 2016



Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, elaborazione dati Istat – indagine sulle Forze di lavoro

Investimenti in ripresa IN EMILIA-ROMAGNA

L'indagine congiunturale di Unioncamere ER evidenzia un trend positivo sia in regione che in provincia di Modena

Riprendono gli investimenti nelle imprese della regione nel 2016. Il dato positivo emerge dall'indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna su un campione di imprese di diversi settori.

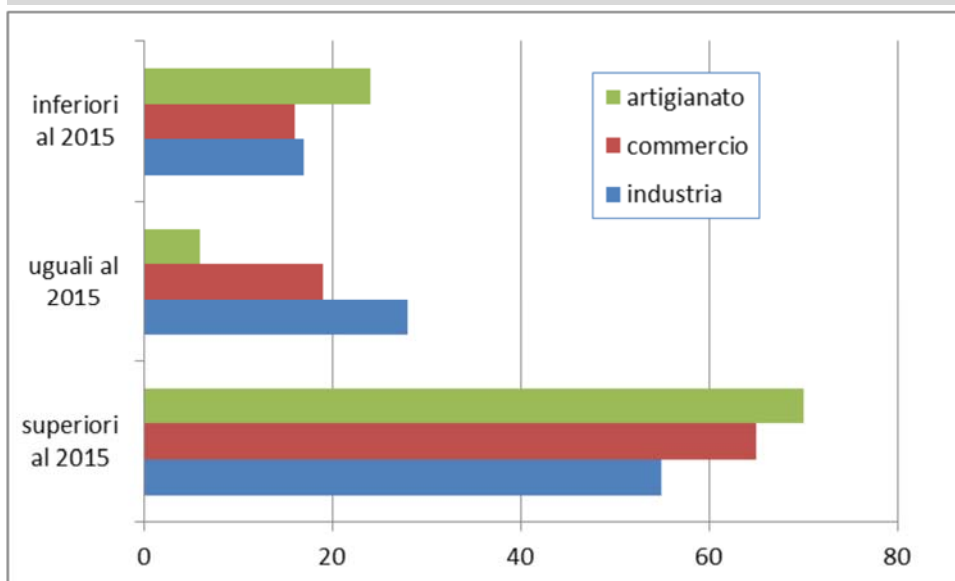
Nel corso del 2016 infatti ben il 61% delle imprese emiliano romagnole ha effettuato investimenti, tale percentuale aumenta nell'industria (66%), ma scende nel commercio al dettaglio (49%) e nell'artigianato (43%). Tra le imprese che hanno realizzato investimenti, la maggioranza di esse (57%) ha dichiarato di averne fatto in misura superiore rispetto al 2015, il 25% di esse in misu-

ra uguale e solamente il 19% ha diminuito la quota di investimenti.

La maggioranza degli impieghi è stata effettuata per l'acquisto di macchinari uguali a quelli presenti in azienda (46%), al secondo posto l'introduzione di macchinari innovativi (40%), mentre un'altra percentuale consistente è destinata all'acquisto di prodotti informatici (37%). Con distacco si trova il miglioramento di prodotti esistenti (25%) e l'introduzione di nuovi prodotti (14%).

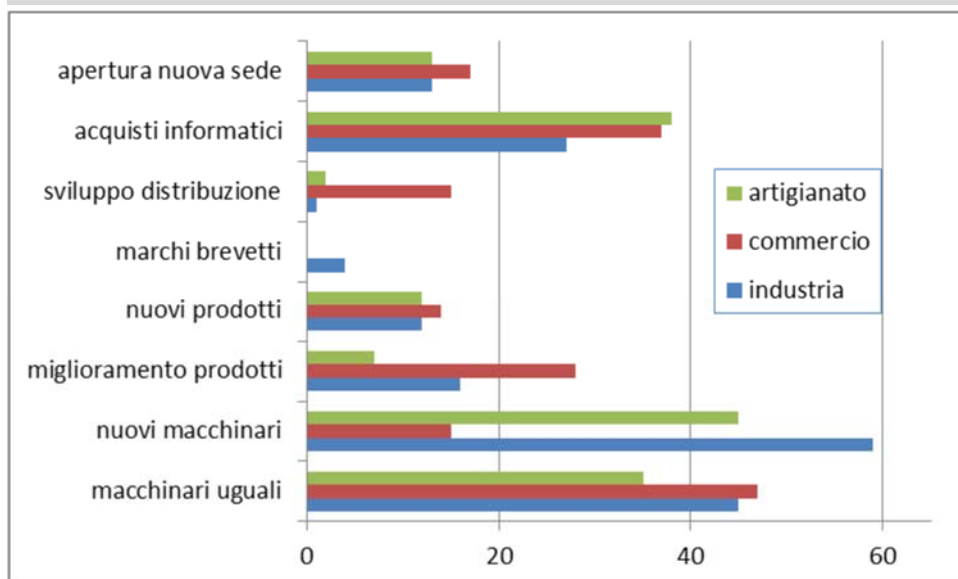
Anche in provincia di Modena tali valori variano sensibilmente a seconda del settore esaminato,

Quota percentuale di imprese della provincia di Modena che dichiarano di avere effettuato investimenti nel 2016



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

Quota percentuale di imprese della provincia di Modena per settore e natura dell'investimento



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

infatti nell'industria ben il 65% delle imprese ha investito nel 2016, nell'artigianato tale valore scende al 48% e ancor meno nel commercio al dettaglio (44%). In questo caso le imprese artigiane modenesi si rivelano più innovative di quelle regionali.

Per le imprese modenesi che hanno investito, i confronti con il 2015 sono simili ai dati regionali, con il 55% delle imprese industriali che hanno aumentato i propri investimenti e il 28% che li ha mantenuti invariati, nel commercio sale la percentuale di chi dichiara investimenti superiori (65%) a scapito di chi dichiara stabilità (19%). Infine l'artigianato è il più dinamico, con ben il 70% delle imprese che ha aumentato gli investimenti rispetto all'anno precedente.

Per ciò che riguarda la destinazione dei nuovi investimenti, le imprese dell'industria modenese si mostrano le più innovative, infatti il 59% di esse ha introdotto nuovi macchinari innovativi (contro il 46% regionale), stesso risultato anche per gli artigiani modenesi (45% di nuovi macchinari contro il 38% regionale).

Il secondo investimento principale per l'industria e il commercio è l'acquisto di macchinari uguali a quelli esistenti (45% industria e 47% commercio), mentre gli artigiani prediligono acquisti informatici (38%).

Infine si nota che la minima parte degli investimenti riguarda l'introduzione di marchi e brevetti, infatti a livello regionale solamente il 5% delle imprese ha investito in questo senso, mentre a livello provinciale tale percentuale scende al 4%

Modena 8[^] provincia italiana

IN BASE AL NUMERO DI STARTUP

La fotografia del mondo delle startup italiane aggiornata al primo trimestre 2017

A fine marzo 2017 il numero di startup innovative iscritte alla sezione speciale del Registro delle Imprese ai sensi del decreto-legge 179/2012 è pari a 6.880, in aumento di 135 unità rispetto alla fine di dicembre (+2%). Le startup rappresentano lo 0,43% delle 1,6 milioni di società di capitali attive in Italia (a fine dicembre l'incidenza del fenomeno era pari allo 0,42%). Queste le prime evidenze riportate nel report pubblicato da Infocamere sul sito ufficiale delle startup italiane <http://startup.registroimprese.it/>.

Il consolidamento della tendenza crescente già rilevata in precedenza è particolarmente significativo se si considera che, con l'entrata nel suo quarto anno di operatività il 18 dicembre 2016, la disciplina sulle startup innovative ha visto la scadenza di un vasto numero d'im-

prese – oltre 800 – per raggiunti limiti di età. Il Decreto Crescita 2.0, infatti, aveva previsto un regime transitorio della durata massima di quattro anni a tutela delle imprese costituite prima della sua entrata in vigore. Solo una piccola parte di esse risultava già fuoriuscita alla fine del precedente trimestre, il 31 dicembre 2016. Ne consegue che gli ultimi dati rilevati, con particolare riferimento ai trend sul valore complessivo dell'occupazione e della produzione, sono influenzati significativamente da questo "esodo", che ha avuto principalmente luogo nei primi tre mesi dell'anno in corso.

Il report di Infocamere evidenzia peraltro che il 18 dicembre 2016 rappresenta una data spartiacque nell'evoluzione dello Startup Act italiano anche per un'altra ragione. Infatti, salvo



Come creare una **startup innovativa**.
Scegli il tuo percorso



Startup innovativa. I vantaggi.

START UP

REQUISITI

I requisiti necessari per la startup



IDEA

Non ho un'impresa ma ho un'idea. Come faccio a creare la mia startup?



DIVENTA STARTUP

Ho già un'impresa e voglio verificare se ho i requisiti per trasformarla in startup



CREA LA TUA STARTUP

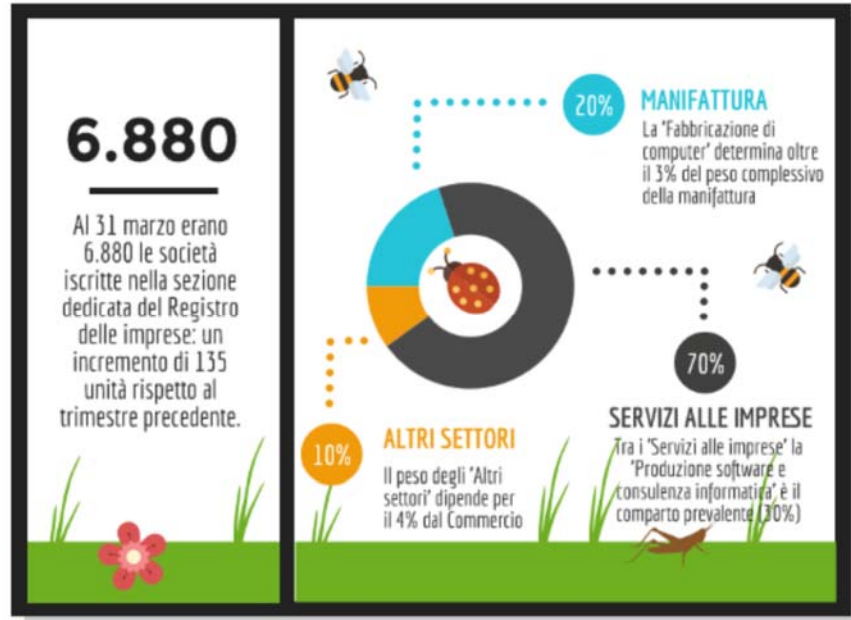
Compila l'atto di costituzione startup con firma digitale



ELENCHI E STATISTICHE

Dove sono e cosa fanno le startup?

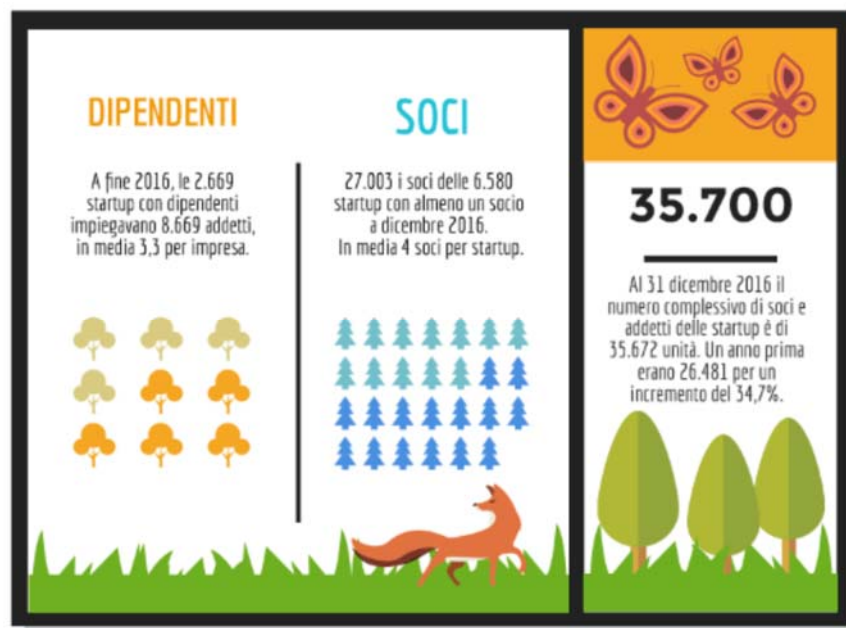
Ultimo report
1° trimestre 2017



una minoranza di imprese ancora tecnicamente non rimosse dalle Camere di Commercio, pari a pochi punti percentuali sul totale registrato a fine trimestre, d'ora in avanti le startup innovative oggi iscritte nella sezione dedicata del Registro delle Imprese possono essere tutte considerate "figlie dello Startup Act italiano", ossia costituite dopo il varo della policy. Sarà dunque interessante osservarne l'evoluzione nel tempo, in quanto le agevolazioni previste nel pacchetto normativo avranno avuto la possibilità di dispiegare i loro effetti con continuità su tutta la fase iniziale del loro ciclo di vita. Analizzando la distribuzione geografica del fenomeno, in valore assoluto l'Emilia

-Romagna è la seconda regione italiana con 764 (11,1% del totale nazionale) dopo la Lombardia che rimane la regione in cui è localizzato il maggior numero di startup innovative: 1.596, pari al 23,2% del totale. Seguono, il Lazio con 655 (9,5%), il Veneto con 600 (8,7%) e la Campania, prima regione del Mezzogiorno con 471 (6,85%). Milano è la provincia in cui è insediato il numero più elevato di startup innovative: a fine marzo 2017 tale numero si assesta a 1.104 (16% del totale nazionale). Seguono Roma con 562 (8,2%), Torino con 260 (3,8%), e Napoli con 230 (3,3%). Modena è nella top ten delle province italiane all'8° posto con 144

startup, ossia il 2% del totale nazionale.



Contratti di rete: ASSIEME PER COMPETERE SUI MERCATI

In crescita i contratti di collaborazione tra imprese che consentono una crescita dimensionale mantenendo l'autonomia

ELISABETTA SILVESTRI

Costituire una rete d'impresa consente di aumentare la crescita dimensionale preservando l'autonomia giuridica ed operativa delle diverse imprese che si aggregano. Attraverso la collaborazione all'interno di una rete d'impresa si può così conseguire un accrescimento delle capacità innovative e competitive delle aziende partecipanti. Ci credono fermamente le oltre 18.556 imprese italiane che si sono alleate costituendo 3.697 reti, in base agli ultimi dati pubblicati da Infocamere sul sito ufficiale <http://contrattidirete.registroimprese.it>, dove è possibile consultare l'elenco dei contratti di rete siglati in Italia alla data del 3 maggio 2017. I dati statistici e gli elenchi sono aggiornati e resi disponibili online nel sito con cadenza mensile.

La normativa prevede e disciplina la rete sotto forma di strumento contrattuale di collaborazione e cooperazione tra imprenditori. La rete nasce quindi come strumento contrattuale, tuttavia qualora le parti contraenti vogliano

creare con la rete una entità autonoma rispetto alle imprese contraenti, possono far acquisire soggettività giuridica alla rete, che verrà appunto definita "rete soggetto", per distinguerla dalla rete puramente contrattuale detta "rete contratto".

In Italia le reti con soggettività giuridica sono 504 e coinvolgono 3.744 imprese. Guardando alla distribuzione territoriale del fenomeno, le regioni con il maggior numero di imprese organizzate in rete sono la Lombardia (2.940), il Lazio (1.787), la Toscana (1.710) e il Veneto (1.704). Segue al quinto posto in graduatoria l'Emilia-Romagna con 1.643 imprese in rete.

In provincia di Modena vi sono 321 imprese aggregate in 122 contratti di rete, che comprendono anche imprese di altre province.

Guardando al trend di Modena degli anni dal 2010 a oggi, si evidenzia una crescita costante delle imprese entrate in rete fino al 2013, anno di boom con 129 imprese che si associano in un contratto di rete. Dal 2014 i numeri

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

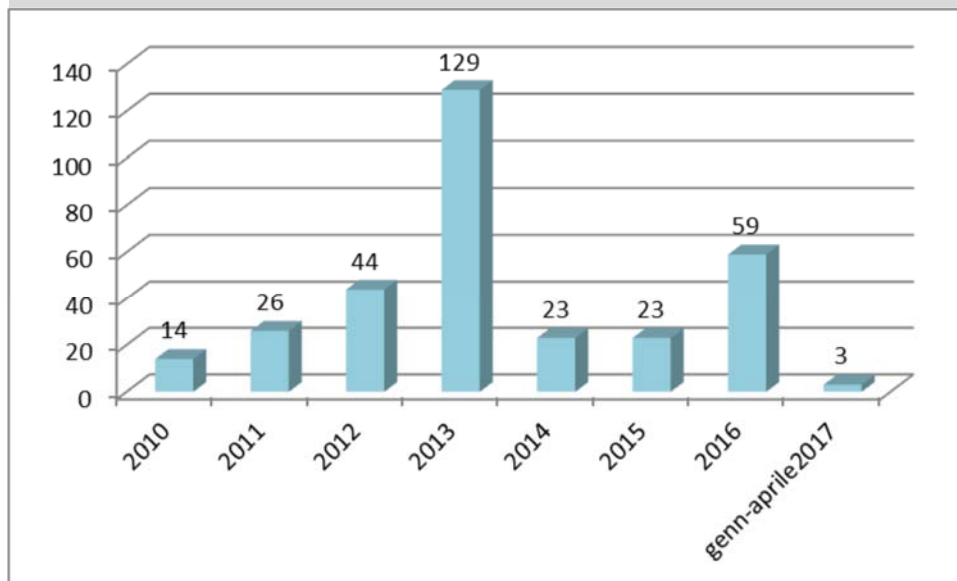


Gli strumenti



Le statistiche

Numero imprese della provincia di Modena entrate in un contratto di rete per data di registrazione del contratto



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Infocamerere

diventano più esigui, con di nuovo un picco nell'anno 2016 quando si registrano 59 imprese che stipulano un contratto di rete.

LE RETI SOGGETTO DI MODENA

Le imprese modenesi che hanno scelto di entrare in una rete "soggetto" sono 22. Le reti con soggettività giuridica iscritte in provincia di Modena sono in tutto 5. Vediamo quali sono e di cosa si occupano.

La prima si chiama TeamReti Italia ed è nata a novembre 2015 dall'aggregazione di 14 imprese italiane di cui tre modenesi. Si può definire una "rete per le reti": ha infatti come obiettivo strategico l'innovazione e innalzamento della capacità competitiva nel settore della costituzione e funzionamento delle reti d'impresa. Le attività che svolge sono di consulenza ed assistenza ad imprese e soggetti interessati a costituire nuove reti o a migliorare le reti d'impresa già costituite.

La seconda, Poly-Shape Mgn Motorsport, è stata costituita a giugno 2016 tra una impresa carpigiana e una di Roma allo scopo di creare "il primo centro di eccellenza di manufacturing di pezzi meccanici finiti in Italia in ambito automotive-motorsport realizzati con la tecnologia di fabbricazione additiva" tramite ottimizzazione della progettazione dei componenti meccanici e semplificazione della supply chain per fornire al cliente finale un alto livello di competitività in tempi di realizzazione rapidi.

La rete Promo Frigo di Campogalliano si è iscritta al Registro Imprese di Modena a giugno 2016 e racchiude sei imprese di cui due modenesi. La rete intende razionalizzare l'offerta a livello nazionale ed internazionale di noleggio di attrezzature per la refrigerazione nel mercato dei punti di vendita, offrendo al contempo una serie di servizi quali la vestizione dei frigoriferi ai fini della comunicazione, il trasporto e la logistica degli stessi, la loro manutenzione e riparazione, la gestione di

eventi, creando nel medio - lungo termine un innovativo approccio all'offerta di attrezzature e servizi per la refrigerazione di alimenti freschi.

La rete d'impresa denominata Seven è stata costituita a Modena nel dicembre 2016 tra una impresa di Carpi e una di Pesaro, le quali si prefiggono lo svolgimento di servizi di controllo delle attività di intrattenimento e di spettacolo, nei luoghi aperti al pubblico.

Infine Operatech, iscritta a gennaio 2017 con sede a Pavullo nel Frignano, associa quattro imprese della provincia di Modena e una della provincia di Reggio Emilia, aventi come obiettivo strategico l'accrescimento individuale e collettivo della capacità innovativa e della competitività sul mercato, perseguiti attraverso il contratto di rete anche tramite l'acquisizione in comune di nuova clientela. Ognuna delle aziende, come recita l'oggetto sociale, si occupa di una produzione parziale nel mondo della fornitura industriale meccanica ed elettronica. Mediante la realizzazione del contratto di rete, grazie alle specifiche competenze di ciascuna impresa, viene creata una filiera completa nel campo della fornitura industriale meccanica ed elettronica.

LE NUOVE RETI CREATE NEL 2017 A MODENA

Nel 2017 in provincia sono state costituite tre nuove reti d'impresa di cui due sotto forma di semplice contratto di rete e una rete con soggettività giuridica, appunto la Operatech appena descritta. Ma chi sono e di cosa si occupano le altre due?

La prima si chiama Tess e riguarda due imprese del settore edile di Cavezzo e Mirandola, il cui contratto è stato registrato a marzo. Obiettivi della rete sono: sviluppare la competitività delle società anche attraverso l'innovazione; promuovere e sostenere i rapporti della rete con le istitu-

zioni comunitarie, nazionali e locali; promuovere forme di cooperazione commerciale tra le imprese appartenenti alla rete riguardanti sia il ciclo attivo che il ciclo passivo e finalizzati allo sviluppo di sinergie ed all'ottenimento di economie di scala; riuscire a far fronte a esigenze o ad imprevisti anche distaccando personale tra le aziende della rete.

Una opportunità interessante, quest'ultima, in termini di flessibilità occupazionale. La neonata è Orto Emilia – Rete di imprese, il cui contratto è stato registrato a Modena il 21 aprile scorso. Si tratta di un sodalizio di tre società di commercio all'ingrosso di Modena, Bologna, Ferrara. Tramite il contratto di rete le aziende dichiarano di perseguire l'obiettivo di coordinare un sistema distributivo orientato alla ricerca di nuovi mercati e all'impiego di nuove strategie di marketing, al fine di accrescere la capacità di penetrazione sul mercato nazionale ed internazionale, anche mediante la certificazione di qualità del prodotto e un'adeguata politica di comunicazione.

La rassegna di questi contratti fornisce un quadro abbastanza esaustivo delle opportunità offerte dall'aggregazione in rete ed un esempio emblematico delle finalità perseguibili al meglio assieme ad altre imprese.

Innovazione, competitività, ottimizzazione, sinergia: sono alcune delle parole più ricorrenti negli oggetti sociali delle reti soggetto o nelle stesure dei contratti di rete, e rappresentano obiettivi di certo sfidanti ma sicuramente più vicini se si collabora e si mettono assieme le competenze e le abilità dei singoli.



18.079

IMPRESE

coinvolte



3.588

CONTRATTI

DI RETE

Tradizione e sapori di Modena

14 ANNI DI STORIA

Il marchio collettivo creato dalla Camera di Commercio rappresenta oggi un ricco e unico paniere di prodotti tipici modenesi

Il marchio "Tradizione e sapori di Modena" è stato creato dalla Camera di Commercio di Modena nel 2003 con l'obiettivo di tutelare i prodotti agroalimentari e gastronomici tipici del territorio, al di là di quelli che già vantano protezioni comunitarie quali DOP o IGP. Nel tempo ha portato a raccogliere in un variegato "paniere" 25 eccellenze che spaziano dai prodotti spontanei della terra e del bosco a quelli coltivati, fino alle produzioni artigianali ed industriali, tutte in ogni caso caratterizzate da tipicità e radicamento nella cultura gastronomica modenese.

Questo paniere è oggi così ampio e ricco che con i suoi prodotti si potrebbe comporre un menù completo della tradizione, dall'antipasto al dolce.

Al marchio collettivo, disciplinato da uno specifico Regolamento, possono aderire tutti i produttori che si impegnano al rispetto di rigorosi disciplinari di produzione ed a sottostare ad un sistema di verifiche di conformità, effettuate da Organismi di controllo indipendenti incaricati dalla Camera di Commercio.

Si tratta di un marchio volto a dare garanzia al consumatore che il prodotto è davvero tradizionale e tipico. Tipicità intesa come antitesi alla genericità ed alla standardizzazione: nella stesura dei disciplinari si è, infatti, cercato il più possibile di rispettare le regole di raccolta o coltivazione, lavorazione e confezione più caratteristiche del nostro territorio, radicate nelle consuetudini delle genti della provincia





La presentazione del marchio Tradizione e sapori di Modena all'interno dello stand della Regione Emilia-Romagna a Expo Milano 2015

e consolidate nel tempo.

Il marchio coniuga pertanto vari elementi: grande rispetto della tradizione e tipicità dei prodotti e, proprio per questo, particolare attenzione alla qualità intrinseca dell'alimento, difesa dalle lavorazioni intensive industriali che possono snaturare i sapori e da ingredienti estranei alle ricette classiche, ma anche salvaguardia della salubrità dei prodotti a vantaggio e tutela della salute del consumatore, oggi più che mai attento a questi aspetti.

IL REGOLAMENTO

Il progetto camerale ha un proprio regolamento generale che definisce le condizioni e le modalità per il rilascio del marchio collettivo "Tradizione e sapori di Modena" e per le applicazioni alle varie produzioni che entrano a far parte del "paniere". In esso vengono individuati i soggetti utilizzatori, le procedure finalizzate alla richiesta, al rilascio e all'uso del marchio, i controlli, i diritti e i doveri delle parti coinvolte.

I DISCIPLINARI

Per ogni eccellenza entrata nel marchio si è proceduto a stilare, con la collaborazione attiva dei produttori coinvolti, uno specifico disciplinare di produzione che individua l'area geografica interessata, le caratteristiche chimico-fisiche ed organolettiche, le modalità di produzione, conservazione, confezionamento ed etichettatura del prodotto. Al momento dell'adesione al marchio ogni produttore si impegna al rispetto delle norme contenute nel disciplinare.

Gli organismi terzi preposti all'attività ispettiva di verifica del rispetto dei disciplinari di produzione, designati dall'Ente camerale, al momento sono Kiwa Cermet ed ICEA.

IL TREND EVOLUTIVO DEL MARCHIO

Il marchio "Tradizione e sapori di Modena" ha riscosso fin da subito interesse ed è stata un'iniziativa in costante espansione ed evoluzione. Il trend delle adesioni al marchio conferma infatti negli anni un continuo aumento dei produttori licenziatari che testimonia il grado di soddisfazione per un riconoscimento che ne valorizza l'impegno.

Riscontrato il coinvolgimento delle aziende ed il loro interesse nei confronti del marchio, la Camera di Commercio ha proseguito anno dopo anno sulla strada dell'ampliamento del paniere, introducendo via via nuovi prodotti da tutelare, spesso su richiesta di gruppi di produttori e sempre avvalendosi della loro fattiva collaborazione nella stesura delle regole e dei requisiti.

Si è partiti nel 2003 con il primo prodotto, la Patata di Montese, che ha visto l'adesione di 31 imprese agricole, oggi salite a 53, appartenenti al territorio montano vocato alla coltivazione, che si trova a cavallo delle provincie di Modena e Bologna. Nello stesso anno si è concluso l'iter di accreditamento di due prodotti tipici molto amati dai modenesi, la Crescentina di Modena e il Nocino di Modena, confezionati e venduti rispettivamente da 5 e 7 imprese industriali ed artigianali.

Il 2004 ha rappresentato un anno di svolta per il marchio, anche per effetto della curiosità e dell'interesse subito riscontrato sul mercato. Ben 7 sono state le nuove eccellenze introdotte: da un lato prodotti trasformati artigianali quali il Sassolino di Modena, gli Amaretti di Modena, i Tortellini di Modena; dall'altro frutti spontanei raccolti in natura quali il Mirtillo nero dell'Appennino Modenese, i Marroni di Zocca e del Frignano e il Tartufo Valli Dolo e Dragone. Nuove referenze che hanno portato il numero di licenziatari del marchio a sfiorare il centinaio (99) in soli 24 mesi. Negli anni successivi, il 2005 e il 2006, si sono registrati nuovi ingressi di produttori (24), ma anche le prime uscite (8).

Il 2007 ha visto l'introduzione di un prodotto completamente naturale quale il miele nelle tre declinazioni:



La tavolata con i prodotti tipici modenesi IGP, DOP e del marchio Tradizione e sapori di Modena allestita in occasione delle riprese della trasmissione di Rete 4 "Ricette di Famiglia" nel giardino storico di Palazzo Molza, sede della Camera di Commercio

Millefiori della Pianura Modenese, Millefiori e Castagno dell'Appennino Modenese, ma anche di un prodotto ricco di storia originario della nostra montagna, ovvero il Croccante artigianale del Frignano; i nuovi ingressi nel paniere hanno fatto salire il numero dei produttori alla ragguardevole soglia dei 190.

Nel 2008 è stata la volta del primo prodotto di salumeria, il Salame di San Felice, seguito nel 2010 dalla Sfogliata di Finale Emilia; assieme al Maccherone al pettine delle Valli Mirandolesi, ultimo ingresso datato 2016, essi rappresentano le tre eccellenze tipiche della Bassa Modenese ricomprese nel marchio.

Tornando al 2011, si registra l'ingresso nel marchio dello Gnocco Fritto di Modena. Nello stesso anno si è formalizzato il primo prodotto caseario, la caciotta dell'Appennino Modenese, subito seguita l'anno successivo dal Caprino dell'Appennino Modenese. Sempre nel 2012 si è concluso il riconoscimento per il Belsone di Nonantola. Il 2013 è stato l'anno della Mela Campanina, altro prodotto storico della tradizione contadina delle nostre campagne. Il Borlengo di Guiglia ha fatto il suo ingresso nel 2014, così come gli Antichi cereali dell'Appennino Modenese. Il 2015 ha visto la certificazione della Coppa di Testa di Modena.

Sul fronte delle aziende licenziatricie del marchio, in 14 anni di operatività si sono registrati nel complesso 318 ingressi e 45 uscite, che hanno portato il numero attuale di aderenti a 273.

Le richieste di adesione al marchio sono prevalentemente motivate dall'intenzione di valorizzare sia a livello qualitativo che economico i prodotti aziendali e di contraddistinguerli grazie ad un contrassegno distintivo che possa certificarne la provenienza e la tipicità, sollecitando l'attenzione e l'interesse del consumatore. Le rinunce al marchio invece risultano in gran parte dovute a cessazioni d'impresa o di parte dell'attività; la maggior parte delle imprese licenziatricie sono di pic-

cola dimensione, spesso ditte individuali, di conseguenza anche il semplice aggiornamento degli appositi registri di carico e scarico degli ingredienti può risultare particolarmente gravoso.

D'altro canto l'adesione è una procedura molto semplice, che si realizza attraverso l'invio di una domanda compilata utilizzando un modulo predisposto; l'ottenimento e il mantenimento del marchio non comportano particolari oneri, eccezion fatta per il corrispettivo correlato alle visite ispettive, che varia da prodotto a prodotto, pur restando piuttosto contenuto.

Una volta ottenuta la concessione del marchio le aziende licenziatricie possono utilizzare ed esporre il relativo logo con le più svariate modalità: sulle confezioni dei prodotti certificati, sul sito aziendale, sulle pubblicità, sui materiali realizzati in occasione di eventi, ecc.

E' altresì possibile ottenere il marchio in caso di produzione per conto terzi; in tal caso l'impresa licenziataria presenta all'Ente camerale una formale richiesta di produrre per conto dell'azienda cliente i prodotti di interesse del cliente stesso, specificando sia i dati dell'azienda cliente sia i prodotti oggetto della richiesta; viceversa l'azienda cliente, che rivende gli articoli prodotti dall'impresa licenziataria, ha l'obbligo di riportare sulle confezioni il nome e la sede del produttore, impegnandosi a mantenere il confezionamento dei prodotti di interesse presso l'impresa licenziataria.

LA PROMOZIONE DEL MARCHIO

La Camera di Commercio di Modena si è fortemente e costantemente impegnata in questi anni nella promozione del marchio in diverse forme e modalità, per aumentarne la conoscenza e l'apprezzamento da parte di un pubblico sempre più vasto di consumatori.

Il mezzo televisivo è stato molto utilizzato, sia a livello nazionale che locale e parimenti ci si è

avvalsi del canale radiofonico.

Innumerevoli sono state le iniziative nell'ambito delle quali il marchio è stato promosso grazie a specifiche azioni ad esso dedicate e sviluppate in tali contesti.

Costante anche la presenza in rete, attraverso l'inserimento di un banner promozionale all'interno di siti e/o portali.

Fin dai primi anni sono stati stampati folder per pubblicizzare i singoli prodotti, brochure di presentazione del marchio e dell'intero paniere con l'indicazione dei produttori, vele e pannelli, cartelli per punti vendita, gadget; è stata perfino realizzata una campagna pubblicitaria dinamica applicata a mezzi di trasporto (autobus e corriere) per linee urbane ed extraurbane.

Inoltre, in collaborazione con le Amministrazioni comunali delle aree interessate, si è attuata una diversa formula pubblicitaria mediante la realizzazione di 26 cartelloni stradali dedicati ai prodotti della natura, che sono stati posizionati sulle principali direttrici di accesso alle aree di produzione del mirtillo, del marrone e della patata.

Altresì, nella galleria centrale della Fiera di Modena è presente da molti anni una vetrina in pianta stabile dedicata al marchio, con cellette per ogni prodotto del paniere, integrata all'esterno da tasche porta-dépliants a disposizione dei passanti. In prossimità del citato spazio espositivo,

per qualche anno è inoltre stato collocato anche un espositore girevole illuminato in cui hanno trovato posto, disposti su tre piani, i vari prodotti del paniere; tale espositore è stato particolarmente utilizzato per far conoscere il progetto camerale di tutela delle tipicità agroalimentari e "portato in tour" in occasione di diversi eventi, anche fuori provincia.

Da qualche anno si è peraltro consolidato un rapporto con la società Palatipico di Modena, che racchiude tutti i Consorzi dei prodotti DOP e IGP della provincia, per la partecipazione del marchio – e delle imprese aderenti – ad eventi ed iniziative di settore.

Dal momento che la carta stampata riveste comunque un ruolo fondamentale nella comunicazione, nel corso degli anni non sono mancati servizi giornalistici redazionali su quotidiani e riviste locali e nazionali.

L'INDAGINE DI MERCATO SUL MARCHIO

L'Ente camerale ha sempre cercato di avere un approccio dinamico e critico rispetto alle azioni promozionali attuate per divulgare il marchio "Tradizione e sapori di Modena"; a tal fine ha intrapreso un'indagine conoscitiva su un campione di 500 soggetti tra consumatori, produttori e



L'allestimento di prodotti tipici modenesi e a marchio Tradizione e sapori realizzato in Piazza della Pomposa a Modena con la famiglia Pavironica per la trasmissione di RAI 1 "Linea Verde"

distributori della provincia finalizzata a rilevare la conoscenza del marchio collettivo sul territorio modenese e il grado di fidelizzazione dei consumatori. L'indagine di tipo qualitativo ha infatti permesso di individuare alcune criticità e di ipotizzare, conseguentemente, le azioni correttive, che poi sono state attuate.

IL PORTALE DEDICATO AL MARCHIO

Nell'ambito dell'attività promozionale, non poteva mancare una vetrina specifica dedicata al marchio sulla rete Internet. Si è quindi creato il portale <http://www.tradizionesaporimodena.it>, una vera e propria miniera di informazioni per chi vuole approfondire la conoscenza dei prodotti del paniere, con notizie storiche e culturali per ricostruirne la nascita e l'evoluzione, le zone di produzione, la stagionalità, le proprietà e l'uso in cucina. Il portale riporta l'elenco dei produttori a cui rivolgersi per l'acquisto ed infine gli eventi quali ad esempio feste e sagre specificamente dedicate a queste produzioni o nelle quali è possibile degustarle.



TRADIZIONE E SAPORI DI MODENA
CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA

IL MARCHIO DELLA CAMERA DI COMMERCIO PER I PRODOTTI DELLA TRADIZIONE AGROALIMENTARE MODENESE

[Il Progetto](#) | [Come aderire](#) | [Eventi](#) | [Contatti](#)

Camera di Commercio Modena

Modena's Traditional Food Products

IL PROGETTO

"Tradizione e sapori di Modena" è il marchio collettivo della Camera di Commercio per i prodotti che, pur essendo caratterizzati da grande tipicità, al momento non beneficiano di protezioni quali DOP o IGP, e che vengono realizzati secondo specifici disciplinari di produzione, con un sistema di controlli mirato al rigoroso rispetto degli stessi.

EVENTI

Nessun evento disponibile . . .

I PRODOTTI

-  **Amaretti di Modena**
-  **Crescentina (tigella) di Modena**
-  **Marrone del Frignano - Marrone di Zocca**
-  **Mirtillo nero dell'Appennino modenese**
-  **Nocino di Modena**
-  **Patata di Montese**
-  **Sassolino di Modena**
-  **Tartufo Valli Dolo e Dragone**
-  **Tortellini di Modena**

LE AZIENDE della TRADIZIONE

Miele di Castagno, Millefiori dell'Appennino e della Pianura Modenese



Il miele è il prodotto naturale per eccellenza che l'Apis mellifera ligustica L., elabora bottinando sui fiori, trasformandone il nettare che

combina con sostanze specifiche proprie e lascia maturare nei favi dell'alveare.

RICETTE

Amaretti di Modena

Il portale dedicato al marchio www.tradizionesaporimodena.it

Nasce Confindustria Emilia

“Il nostro territorio dimostra ancora una volta di essere un laboratorio in cui si può cambiare, dove si possono proporre ed attuare nuove forme organizzative basate sulla razionalizzazione e non sulla negazione di ciò che è stato costruito in molti anni di storia associativa”. Il neopresidente Alberto Vacchi ha tenuto a battesimo con queste parole la nuova associazione che unisce Bologna, Ferrara e Modena. Insieme a Valter Caiumi e Riccardo Maiarelli ha firmato l'atto costitutivo di “Confindustria Emilia Area centro: le imprese di Bologna, Ferrara e Modena”.

Una nutrita rappresentanza di imprenditori delle tre associazioni territoriali, l'ex presidente di Confindustria Luca Cordeiro di Montezemolo e i past president Gaetano Maccaferri (Unindustria Bologna), Riccardo Fava (Unindustria Ferrara) e Pietro Ferrari (Confindustria Modena) hanno preso parte all'evento che si è tenuto il 3 maggio 2017 nella sede di Bologna.

La nuova Associazione riunisce oltre 3.200 imprese, per quasi l'80% manifatturiere, che insieme danno lavoro a più



di 170.000 addetti, e diventa così la prima associazione imprenditoriale emiliano-romagnola per numero di imprese, collocandosi tra le prime associazioni del sistema Confindustria a livello nazionale.

In particolare, Bologna, Ferrara e Modena insieme producono oltre 27 miliardi di esportazioni, che rappresentano il 48% del totale dell'Emilia-Romagna e il 6,5% di quello italiano.

Seminari sulla concorrenza internazionale



Unimore - Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e la Fondazione Marco Biagi, in partnership con BPER Banca e la Camera di Commercio di Modena, organizzano un ciclo di dodici seminari di Alta Formazione sulla legislazione internazionale e sulle implicazioni gestionali per le imprese, le banche e le società di assicurazione che operano nei mercati esteri.

I seminari, che si terranno da maggio al venerdì dalle ore 10.00 alle ore 17.00 presso la Fondazione Marco Biagi a Modena, rappresentano momenti di presentazione, discussione e confronto con esperti sulle novità più recenti nella regolamentazione internazionale. I contenuti dei primi quattro seminari riguardano la regolamentazione: della proprietà intellettuale, della concorrenza a

tutela del consumatore; dell'attività bancaria ed assicurativa. Programma e iscrizioni: www.fmb.unimore.it