

MODENA ECONOMICA

PERIODICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Numero 3
maggio
giugno
2016



L'EMILIA DEI MOTORI
UN MODELLO PER LA
CRESCITA

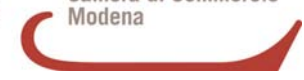
PAESAGGI
INDUSTRIALI
A MODENA

INDUSTRIA MODENESE
PRODUZIONE E
FATTURATO IN RIPRESA

POSITIVO L'ANNO 2015
DELL'AGROALIMENTARE
EMILIANO ROMAGNOLO



Camera di Commercio
Modena



Numero 3 maggio-giugno 2016



Camera di Commercio
Modena

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
Marzia Pinelli

DOSSIER

2 L'Emilia dei motori: un modello per la crescita

INIZIATIVE

5 Paesaggi industriali a Modena

8 Data big and open: come tradurre i dati in business

10 Il Centro Ceramico festeggia 40 anni di attività

11 Fondo Sicurezza: i sistemi di difesa per le imprese

INNOVAZIONE

13 E-commerce: raddoppiate in 4 anni le aziende modenesi

EXPORT

15 Con Promec sui mercati esteri

16 Rallenta la corsa dell'export modenese

INDICATORI

19 Industria modenese: produzione e fatturato in ripresa

23 Investimenti da record per l'industria ceramica

26 Le medie imprese italiane crescono

INDICATORI FLASH

28 Migliora l'andamento dell'occupazione in provincia

30 L'imprenditoria under 35 a Modena

TIPICITA'

31 Il sole splende sull'agricoltura emiliano-romagnola

NOTIZIE

35



Associata USPI
Unione Stampa Periodica
Italiana

L'Emilia dei motori: UN MODELLO PER LA CRESCITA

L'eccellenza del territorio in una ricerca realizzata da Democenter per conto di Confindustria e Camera di Commercio di Modena

MARZIA PINELLI

Non si può immaginare Modena senza il suo settore automobilistico, è parte di noi, del nostro essere, ce lo sentiamo dentro, fa parte del nostro DNA, della nostra storia e del nostro presente.

La Motor Valley che si stende in Emilia Romagna rappresenta una peculiarità tutta emiliana, è un connotato essenziale del nostro territorio, uno dei punti chiave della crescita di quest'area e del suo sviluppo.

L'industria italiana nel 2015, ha registrato una crescita annua del fatturato superiore al 2,5%, e vede quale principale settore di traino quello della produzione di automobili e motocicli con un aumento della domanda, sia interna che estera, del settore stesso.

Oltre ad essere uno dei punti di forza della manifattura italiana e parte essenziale del nostro manifatturiero provinciale e regionale, il settore automobilistico rappresenta anche uno dei fattori del turismo locale che alimenta il flusso delle presenze, soprattutto straniere, a Modena.

Siamo eredi di una ricchezza unica e inimitabile, di una specializzazione apprezzata in tutto il mondo; e di questa ricchezza dobbiamo essere grati sia ai grandi personaggi che hanno radicato la cultura dei motori in questa terra, sia alla dedizione e laboriosità, alla creatività e alla passione dei tanti che sono gli artefici del



I marchi della Motor Valley emiliana



Fonte: studio di Alix Partners su dati Camera di Commercio di Modena

distretto della meccanica.

Anche da queste considerazioni è nato il progetto di uno studio sul settore finanziato da Confindustria Modena, Camera di Commercio di Modena, Fondazione Cassa di Risparmio di Modena e realizzato dalla Fondazione Democenter-Sipe in collaborazione con Alix Partners.

Tale ricerca, presentata nel corso di un convegno svoltosi il 23 maggio scorso presso il Tecnopolo, ha evidenziato come il polo modenese, con 5 costruttori, un fatturato di 6,6 miliardi di euro e 7.500 addetti, rientri tra i sei principali poli di eccellenza europei.

Attorno ad esso lavorano 190 fornitori automotive della provincia di Modena (per un totale di 3.200 addetti), un indotto che si caratterizza per flessibilità, competenze tecnologiche e qualità.

Tale indotto comprende prevalentemente attività manifatturiere i cui clienti principali sono i costruttori del distretto, con una ridotta quota di export sul fatturato totale e una bassa percentuale di personale R&S rispetto all'organico totale.

Importanti informazioni sono giunte sul tema della formazione: i progetti di ricerca congiunti, tra Università e produttori riguardano principalmente tesi di laurea, dottorati industriali e tirocini mentre, anche rispetto all'estero, mancano attività di ricerca strutturate e interdipartimentali a completa-

mento dei progetti già attivi presso l'Università. Dalle interviste realizzate è stata evidenziata una frattura tra il fabbisogno di risorse richieste dalla filiera automotive e il numero di laureati, gap misurabile in una carenza di 250 figure comprendenti profili diversi.

Sulla base dei trend tecnologici dell'industria automotive è destinato ad aumentare il fabbisogno di ingegneri elettrici, informatici ed elettronici.

L'indagine si è anche soffermata su un ulteriore aspetto, quello dell'accesso ai finanziamenti, sottolineando la necessità di attrarre capitali, pubblici e privati, a supporto delle aziende dell'indotto e della ricerca "industrializzabile".

Sono questi, in sintesi, i punti di forza e le criticità, le necessità, le richieste, le opportunità di crescita e di sviluppo del settore automotive modenese. Spunti di riflessione e di azioni che, come sempre, necessitano della capacità del nostro territorio di fare sistema, di condividere obiettivi e progetti in funzione delle nostre imprese.

Il report scaturito dal progetto di studio è consultabile sul sito della Camera di Commercio di Modena www.mo.camcom.it alla voce Multimedia.

I 6 poli di eccellenza dell'automotive in Europa



Fonte: studio di Alix Partners



Paesaggi industriali a Modena

Il volto della città industriale contemporanea

M.P.

È una prospettiva insolita quella di guardare la nostra città prestando attenzione a quelle aree nelle quali si sono sviluppate nel tempo le attività manifatturiere; può essere veramente fonte di informazioni e di riflessioni osservare come sono nate, si sono evolute, cosa rappresentano per tutta la città e cosa sono destinate a divenire.

Testimone dell'evoluzione della città, della sua crescita economica, del suo sviluppo, l'architettura industriale rappresenta il frutto di precise scelte che ne hanno disegnato il volto. Un volto che ha a Modena caratteri del tutto particolari, che si sono venuti a delineare negli anni del primo dopoguerra quando è stato intrapreso il percorso della ricostruzione post bellica.

L'aspetto saliente che la nostra storia ci mostra è quello di una città che si è sviluppata, in concomitanza con l'avvio del boom economico dell'Italia, attraverso i villaggi artigiani. È questa la storia che viene raccontata nel volume "Città e architetture industriali. Il Novecento a Modena", curato dall'Ufficio ricerche e documentazione sulla storia urbana del Comune di Modena, pubblicato in concomitanza dei 40 anni di attività del CAP (1975-2015) il Consorzio Attività Produttive Aree e Servizi che di quello sviluppo è stato il principale artefice.

È qui, nei villaggi artigiani di Modena e del resto della provincia, che ha trovato casa il "saper fare" delle piccole imprese, quelle che rappresentano tuttora il 99% della base imprenditoriale. È qui che è avvenuto quel tipo di sviluppo che ha trasformato Modena da una realtà prevalentemente agricola in una realtà industriale e terziaria che, nel corso di questi decenni, è emersa e si è imposta anche a livello nazionale.

Sono tanti, e diversi, i caratteri che hanno contribuito al successo dell'economia provinciale e all'elaborazione di quello che può essere definito il "modello Modena"; lo spirito di iniziativa e il potenziale creativo dato dalle relazioni intercorrenti tra queste imprese si è dimostrato negli anni estremamente elevato.

Nel corso degli anni un numero sempre maggiore di



piccole imprese si è imposto sul mercato per rifornire di componenti la grande industria o come evoluzione di forme di attività artigianali preesistenti; la struttura industriale si è gradualmente evoluta verso forme e modelli specifici in cui le imprese locali si sono affermate come entità autonome capaci di affrontare la competizione globale.

La forza competitiva dell'economia provinciale non ha trovato la sua origine solo all'interno delle aziende, ma anche in un complesso di risorse radicate sul territorio, organizzate all'interno di un sistema. Risorse che possono essere individuate nel patrimonio delle conoscenze accumulate nel tempo e nella loro reciproca trasmissione tra le aziende e la popolazione; nella rete dei rapporti di subfornitura che ottimizza la divisione del lavoro tra le imprese; nel clima di fiducia tra i vari soggetti economici, dalla condivisione di valori comuni e dal rispetto delle regole di comportamento.

Una organizzazione che nel tempo si è mostrata vincente, che ha creato un vero e proprio modello di crescita, che ha determinato un paesaggio caratteristico. Il territorio, nella sua organizzazione, nei suoi spazi, nel suo paesaggio, riflette in

maniera precisa le caratteristiche salienti del nostro sistema economico.

E in quel susseguirsi di capannoni correddati dalla relativa abitazione, di interi quartieri comprensivi delle realtà produttive, abitative e di servizi troviamo un mondo intero, comprensivo di tutto ciò di cui c'era bisogno. E in quel mondo era espresso il modo di vivere, il lavoro, la famiglia, i rapporti sociali; in questo modello viene manifestata anche quella scala di valori che ne costituisce il fondamento.

Un modello, questo, che ha funzionato per diverso tempo ma che non è evidentemente più attuale. Nel corso degli anni la nostra realtà locale è cresciuta, si è modificata, ha conosciuto crisi e difficoltà, ha presentato nuove esigenze; oggi forse in modo ancora più forte il cambiamento viene avvertito in maniera vistosa.

Il paesaggio è davvero un importante informatore, un testimone fedele della nostra storia, il luogo in cui si esprimono fattori di continuità e la necessità di cambiamento e innovazione, di creare nuove soluzioni.

Il futuro delle nostre fabbriche si gioca, oggi, sulla loro capacità di unirsi al digitale, all'innovazione, alla ricerca, alle Smart Manufacturing Technologies. E' senza





dubbio questa la svolta di cui l'industria ha bisogno per rafforzare la propria competitività.

La sfida, già in essere nella nostra città, è una sfida importante che richiede la capacità di cucire insieme passato e futuro, di conservare i punti di forza che già hanno sostenuto la nostra crescita ma di rinnovarli e di renderli capaci di accogliere nuovi fattori di sviluppo. L'organizzazione del territorio, il disegno e il recupero degli spazi deve continuare a rappresentare l'evoluzione delle nostre attività produttive.

Senza però dimenticare che la nostra realtà è sì espressione delle sue peculiarità, dei suoi punti di forza ma anche dei valori che l'hanno sostenuta, valori di laboriosità, di dedizione e sacrificio, di legame alla famiglia, di coesione sociale, di reti a protezione di tutta la comunità.

Se quelli erano i valori che hanno sostenuto un tempo comunque trascorso, forse vale la pena interrogarsi su quelli che sono i nostri valori, oggi, o su quali crediamo debbano essere i principi su cui si possa basare la nostra città, i valori dei quali può e deve divenire la manifestazione.

Data: big and open

COME TRADURRE I DATI IN BUSINESS

In un seminario le istruzioni per raccogliere, leggere e interpretare in modo intelligente questi dati per tradurli in un vantaggio competitivo per l'azienda

LUCA ZANETTA (UNIONTRASPORTI)

Il sistema camerale dell'Emilia-Romagna, in collaborazione con Uniontrasporti, ha promosso il progetto "Il digitale, la chiave del business" per favorire la diffusione della conoscenza delle tecnologie e delle applicazioni/servizi digitali quali strumenti indispensabili per lo sviluppo del business, attraverso incontri di sensibilizzazione rivolti alle imprese. All'iniziativa ha aderito anche la Camera di Commercio di Modena realizzando due seminari sui temi della sicurezza nel web e della elaborazione dei dati. "Data: big and open – come tradurre i dati in business" è infatti il titolo del secondo seminario tenuto il 21 aprile scorso nella sede camerale.

Il mondo delle imprese sta vivendo un periodo caratterizzato da forte volatilità, complessità e ambiguità dovute principalmente alla globalizzazione e alla nascita di tecnologie e modelli di business che stanno avendo effetti dirompenti.

Parallelamente ogni giorno cresce la mole di dati disponibili generata da persone, processi produttivi, transazioni economiche e macchine: ogni 2 anni al mondo si generano tanti dati quanti se ne sono prodotti nella precedente storia umana.

Nel seminario, l'ing. Roberto Piuca, AD di Way srl, società di consulenza di business intelligence, ci ha spiegato cosa sono i Big Data e come raccogliere, leggere e interpretare in modo "smart" di questi dati per tradurli in un vantaggio competitivo per l'azienda riducendo gli elementi d'incertezza nelle scelte che deve operare sia su base quotidiana sia strategica.

Non esiste una definizione univoca di Big Data, ma sono definite alcune loro caratteristiche le cosiddette 5 "V", Volume, Velocità, Varietà, Veracità, Valore. In particolare è la Varietà, intesa come eterogeneità di sorgenti di dati coinvolte quella che caratterizza maggiormente i Big Data con cui le PMI si devono confrontare: mail, telefonate, sistemi ERP, contabilità, fogli di calcolo, file di testo, CRM, per non parlare di dati esterni come rating aziende, valute, costi materie prime, sono tutte sorgenti di dati che con una buona strategia si possono far "parlare tra loro", generando uno strato informativo utile a chi deve prendere decisioni per migliorare o controllare le performance.

Quale imprenditore non vorrebbe essere capace di sapere se un cliente sta smettendo di comprare un prodotto o quali sono i clienti che probabilmente non pagheranno?

Praticamente tutte le aziende hanno in casa queste risposte, nascoste in quella "materia prima" non sfruttata che i propri impiegati generano su base quotidiana: i dati.

Occorre però procedere per passi per estrarre valore da "queste miniere".

Il primo è quello della Data Integration, ovvero la pratica di scegliere dalle varie sorgenti i dati "interessanti", pulirli e allinearli qualora abbiano codifiche o formati differenti. Quando si parla di Big Data, tuttavia, gli strumenti classici per maneggiare i dati spesso non sono sufficienti per scarsità di potenza o capacità: per questo motivo si sta diffondendo il modello Map-Reduce ben espresso nel framework "Hadoop" che consente la parallelizzazione dei calcoli.



E' poi necessario definire uno strato semantico detto "metadato" che renda comprensibile in linguaggio umano ciò che è stato prodotto raccogliendo i dati. Questa fase è fondamentale per evitare incomprensioni nella comunicazione interna, in sostanza, per evitare che alla domanda "quanto abbiamo venduto?", l'AD e i responsabili amministrativo e commerciale diano risposte diverse a seconda del significato di "venduto" che ognuno di loro vede per la funzione che ricopre.

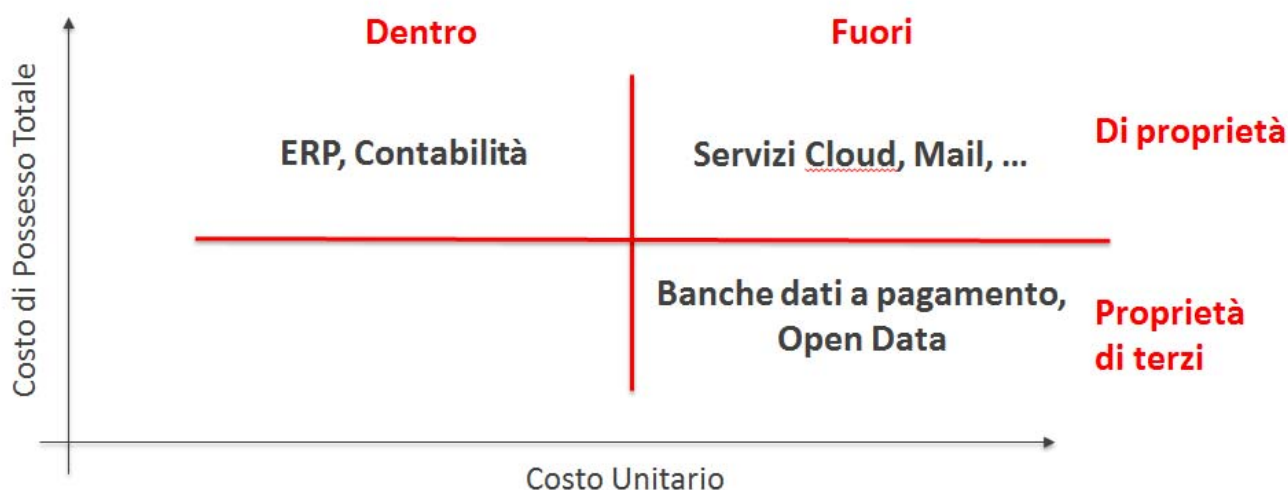
Infine, bisogna decidere come e cosa visualizzare: indipendentemente dagli strumenti utilizzati, è fondamentale sfruttare le best practices di Data Visualization in modo da mettere in evidenza ciò che deve essere comunicato, senza perdere tempo in ciò che non è fondamentale.

Poiché molto spesso la visualizzazione non è sufficiente per estrarre valore da grosse moli di dati, occorre ricorrere ad algoritmi di Machine Learning che sono in grado, talvolta ragionando come il cervello umano, di trovare raggruppamenti o correlazioni che non sarebbero mai stati percepiti visivamente.

Lateralmente a quanto detto, si sta diffondendo il movimento degli Open Data che, nato come risposta alla domanda di trasparenza dell'operato della classe politica e dirigente in generale da parte dei contribuenti, oggi si propone la diffusione gratuita e trasparente di dati sugli argomenti più disparati: non solo quindi i costi della politica ma anche meteo, geografia, demografia, economia, statistica e ambiente. Quindi, oltre alla pubblica amministrazione, anche soggetti privati hanno deciso di mettere a disposizione in modalità open le

informazioni di cui dispongono, estendendo quindi le finalità per cui il movimento Open Data è nato: da strumento di controllo della politica a promozione indiretta alla creazione di startup o progetti in grado di generare business dall'analisi di questi dati.

Dove sono i dati utili all'azienda?



Il Centro Ceramico

FESTECCIA 40 ANNI DI ATTIVITÀ

Struttura di riferimento per l'industria delle piastrelle, svolge attività di ricerca e trasferimento tecnologico

Il Centro Ceramico di Bologna ha festeggiato i 40 anni di attività il 21 giugno scorso con un evento pubblico alla Palazzina della Casiglia, sede sassolese di Confindustria Ceramica. Il centro di ricerca e sperimentazione di riferimento per l'industria ceramica fu infatti fondato nel lontano 1976 dal professor Carlo Palmonari dell'Università di Bologna, ente che risulta a tutt'oggi tra i componenti del Consorzio Universitario di gestione, assieme a Confindustria Ceramica e ANCPL Emilia Romagna. L'ente svolge oggi la sua attività su due sedi, quella storica di Bologna in Via Martelli e la sede di Sassuolo in Via Valle D'Aosta nel cuore del distretto ceramico, che occupano complessivamente una superficie di 8300 mq e dispongono di laboratori e strumentazioni per eseguire prove di certificazione e marcatura, analisi e caratterizzazione di materiali ceramici tradizionali e avanzati, dove lavorano una trentina di persone tra ricercatori e tecnici oltre agli amministrativi.

Il Centro Ceramico rappresenta dunque da 40 anni il punto di riferimento per la ricerca e prove sui materiali ceramici, funzionale all'obiettivo di rafforzare la collaborazione tra imprese, territorio e università. Dal giugno 2011, inoltre è ufficialmente accreditato come Laboratorio di Ricerca Industriale della Rete Alta Tecnologia dell'Emilia Romagna ed afferisce alla Piattaforma Costruzioni.

Le competenze tecnico-scientifiche presenti permettono un approccio integrato ed efficace alla risoluzione di problemi tecnici e tecnologici legati alla piccola, media e grande scala. Al contempo, la ricchezza di competenze diversificate e strumentazioni sofisticate permette di sviluppare ricerche scientifiche in diversi ambiti, sebbene il settore ceramico rimanga il core business.

L'attività nel dettaglio si articola in: ricerca e trasferimento tecnologico, servizi e assistenza tecnica alle imprese; analisi e prove su materie prime, semilavorati e prodotti finiti; supporto allo sviluppo di normative nazionali e internazionali; formazione. La direzione del Centro affidata all'Università di Bologna crea una sinergia con la ricerca scientifica

universitaria, così da garantire un approccio innovativo alla soluzione dei problemi tecnologici propri del mondo aziendale, una conoscenza di alto livello a forte connotazione applicativa per la partecipazione a bandi regionali/nazionali/europei, trasparenza e rigore nel condurre prove e analisi per certificazioni e conto terzi.



Fondo Sicurezza: I SISTEMI DI DIFESA PER LE IMPRESE

Una analisi di efficacia dell'intervento pubblico sul territorio contro la microcriminalità

A distanza di anni dall'istituzione del "Fondo Sicurezza", destinato ad erogare contributi a beneficio di attività economiche (piccole e medie imprese con apertura al pubblico) che si dotano di sistemi di sicurezza "passiva", il Comune di Modena, in collaborazione con la Camera di Commercio, ha realizzato un'indagine qualitativa, al fine di valutare l'impatto che l'intervento ha prodotto nel tempo, in termini di efficacia, oltre che raccogliere proposte per meglio orientare le politiche di sicurezza sul territorio a favore delle imprese.

La ricerca qualitativa, realizzata tra dicembre 2015 e gennaio 2016 è stata sviluppata attraverso interviste semi strutturate fatte ad un campione statisticamente rappresentativo di 15 imprese che dal 2007 al 2015 hanno ricevuto contributi, con lo scopo di far emergere gli aspetti motivazionali delle aziende in merito ai benefici ottenuti dalla partecipazione al bando, e le eventuali criticità emerse durante questi anni di applicazione di questo strumento.

Gli impianti complessivi finanziati dal 2007 ad oggi sono stati circa 470 tra sistemi di videoallarme antirapina, sistemi di videosorveglianza a circuito chiuso, sistemi antintrusione con allarme acustico e nebbiogeno, sistemi passivi quali casseforti, blindature, antitaccheggio, inferriate, vetri antisfondamento.

A partire dal 2015 sono stati finanziati prioritariamente, rispetto agli altri, i sistemi di videoallarme antirapina collegati con le sale operative della Questura e dell'Arma dei Carabinieri, conformi ai requisiti previsti dal



Protocollo d'Intesa tra il Ministero dell'Interno e le Associazioni imprenditoriali di categoria del 2009 rinnovato nel 2013.

Complessivamente, a partire dal 2007 hanno beneficiato del contributo per l'installazione di impianti di videoallarme antirapina collegati in video alle Forze dell'Ordine n. 94 piccole imprese, di cui 12 nel 2015 e 2016.

GLI ESITI DELLA RICERCA

La prevenzione di reati quali furti e rapine, è stata la motivazione principale che ha spinto la metà degli intervistati di dotarsi di sistemi di difesa passiva, al fine di creare un ambiente più sicuro nei confronti dei fruitori dei servizi dell'attività e dei propri dipendenti. L'altro 50% invece ha dichiarato di aver voluto accedere al fondo dopo aver subito un furto/tentato furto o una rapina, oppure per implementare il sistema già esistente con ulteriori elementi di difesa passiva o per rimodernare gli impianti preesistenti ormai obsoleti.

I sistemi di difesa passiva maggiormente adottati dai beneficiari, perché considerati utili per il loro effetto deterrente, sono stati gli impianti di allarme volumetrici rafforzati con altri sensori di rilevamento, e sistemi di videosorveglianza caratterizzati da telecamere installate sia all'interno che all'esterno delle attività commerciali a volte implementando o apportando delle migliorie ad un sistema di difesa passiva già presente all'interno dell'attività. Le attività hanno fatto ricorso a ditte specializzate in tema di sicurezza per la realizzazione detti impianti.

Dal punto di vista dell'efficacia, per la maggior parte degli intervistati l'aver adottato sistemi di difesa passiva ha migliorato la sicurezza dell'esercizio commerciale in termini di prevenzione, in quanto successivamente non si sono verificati altri furti o rapine. Per gli intervistati quindi il fattore deterrenza determinato dall'installazione di questi sistemi ha prodotto buoni frutti.

Dall'indagine condotta emerge, che non tutti si avvalgono del servizio di vigilanza privata e del collegamento dell'impianto di allarme all'Istituto, a alle sale operative delle le Forze dell'Ordine in quanto i costi sono ritenuti troppo alti per i servizi.

Gli impianti finanziati dal Fondo risultano essere ancora funzionanti presso tutte le attività commerciali. Questo dato indica che gli impianti, anche quelli installati in anni non recenti, sono stati mantenuti e in diversi casi ammodernati e rispondono ad una esigenza reale e sempre più avvertita. La

totalità del campione pertanto auspica che l'iniziativa prosegua e consenta anche di ammodernare gli impianti esistenti per adeguarli con nuove tecnologie. Parallelamente viene confermata e richiamata l'utilità anche di altri interventi quali ad esempio quelli di vigilanza privata. Emerge quindi l'idea da parte degli intervistati che occorre integrare diversi strumenti per garantire la sicurezza delle attività anche se spesso viene sottolineato il carico aggiuntivo di costi a carico delle aziende.

Informazioni sul fondo nel sito della Camera di Commercio www.mo.camcom.it

Per richiedere la ricerca contattare: Comune di Modena - Ufficio Politiche per la Legalità e le Sicurezze mosicura@comune.modena.it, <http://www.comune.modena.it/politichedellesicurezze>.



E-commerce: raddoppiate in 4 anni LE AZIENDE MODENESI

Le imprese del commercio on line attive in provincia di Modena sono 200 a fine anno 2015, in gran parte ditte individuali di recentissima costituzione

ELISABETTA SILVESTRI

Modena si colloca al diciassettesimo posto nella graduatoria delle provincie italiane per numerosità delle imprese di commercio elettronico, stilata di recente da Infocamere. Il contesto regionale è parimenti virtuoso in questo ambito: con 1.178 imprese registrate l'Emilia-Romagna è la quarta regione in Italia dopo Lombardia, Lazio e Campania.

Nel territorio modenese, in base ai dati del Registro Imprese della Camera di Commercio, operano 200 imprese di e-commerce (dato del 31/12/2015). Negli 6 ultimi anni si è registrato un vero e proprio boom: con una crescita media annua del 20% si è passati dalle 67 imprese del 2009 alle 200 del 2015, un ammontare che è quindi triplicato. Anche se, va detto che le percentuali di aumento annuali risultano progressivamente decrescenti.

Le aziende sono pertanto in gran parte molto "giovani": su un totale di 200 imprese, sono 155 quelle nate dal 2010 a oggi e soltanto 45 quelle nate dagli anni '80 al 2009.



Imprese esercenti l'attività di commercio elettronico in provincia di Modena al 31 dicembre di ogni anno

Anni	Imprese registrate Consistenza al 31/12	Imprese attive Consistenza al 31/12	Imprese attive Variazione annua in valore assoluto	Imprese attive Variazione annua in percentuale
2009	68	67	-	-
2010	91	86	+19	+28,4%
2011	119	109	+23	+26,7%
2012	143	136	+27	+24,8%
2013	168	163	+27	+19,9%
2014	194	186	+23	+14,1%
2015	207	200	+14	+7,5%

Variazione % 2009/2015 delle imprese attive: +198,5%

Nota: le imprese registrate comprendono, oltre alle attive, le inattive, sospese, in fase di liquidazione o con procedure concorsuali in atto.

Fonte: Infocamere, banca dati Stockview

Riguardo alla forma giuridica, si tratta in massima parte di imprese individuali (145). A queste si aggiungono aziende più strutturate, come le 39 società a responsabilità limitata, 8 società in accomandita semplice, 7 società in nome collettivo e soltanto 1 società per azioni.

Si tratta tuttavia di un insieme di imprese che non crea purtroppo occupazione: gli addetti dichiarati sono nel complesso 222 ovvero una media di poco superiore a 1 addetto per ogni impresa.

L'E-COMMERCE IN ITALIA

Uno sguardo alla situazione nazionale ci fa scoprire come siano ben 15 mila le aziende operanti nel settore delle vendite online che, a fine 2015, risultavano iscritte al Registro delle imprese delle Camere di commercio. Abbigliamento, accessori, cosmetici, ma anche auto e moto, casalinghi, libri e alimentari: ogni cosa ormai si può comprare su Internet: il fenomeno è ritratto nei dati diffusi a inizio giugno da InfoCamere per Unioncamere, secondo i quali il 'boom' delle imprese di e-commerce (circa 9mila imprese in più) corrisponde quasi all'intero saldo del settore commerciale degli ultimi sei anni. Confrontando il segmento delle vendite web con l'intero mondo del commercio, emerge infatti che tra il 2009 e il 2015 le imprese di vendita su internet sono aumentate di 8.994 unità, pari ad una crescita del 151,6% (in media il 25,3% all'anno). Nello stesso periodo, il settore del commercio al dettaglio nel suo complesso – circa 870 mila aziende – ha guadagnato in

valore assoluto solo 7.170 imprese, pari ad una crescita dello 0,83% nell'arco dei sei anni. Addirittura, considerando anche chi vende all'ingrosso, l'intero comparto del commercio (costituito da 1,5 milioni di imprese) ha fatto un passo praticamente impercettibile: 1.876 aziende in più, lo 0,12%.

La geografia dell'e-commerce italiano ci consegna un Paese variegato, dove una volta tanto vi sono anche regioni del centro-sud a primeggiare. A guidare la corsa del commercio virtuale sono gli imprenditori abruzzesi (+260% le imprese con sede nella regione adriatica, negli ultimi sei anni +258%), seguiti da quelli pugliesi (+218%) e da quelli campani (+202%). In termini assoluti, la crescita più consistente si registra invece in Lombardia (1.694 imprese in più nei sei anni), in Campania (+1.069) e nel Lazio (+983). La classifica delle province per numerosità imprese vede al vertice Roma (1.384), seconda è Milano (1.260) e terza Napoli (897).

Con PROMEC

SUI MERCATI ESTERI

Programmate in autunno due importanti iniziative promozionali mirate ai mercati del Nord Africa e Paesi Arabi

PROMEC, nell'ambito del programma promozionale predisposto per l'anno 2016, ha in programma le seguenti iniziative:

MISSIONE COMMERCIALE PLURISETTORIALE IN MAROCCO

PROMEC, in collaborazione con il Desk Marocco, organizza nei giorni 7 - 10 novembre 2016 una missione imprenditoriale plurisettoriale a Casablanca volta a sostenere le imprese modenesi nel loro processo di internazionalizzazione attraverso l'organizzazione di incontri d'affari/visite aziendali con selezionate controparti marocchine, individuate sulla base delle specifiche esigenze di ogni singola azienda partecipante.

Il quadro macro-economico del Marocco, nonostante la crisi economica globale, appare solido e continua ad essere caratterizzato da indicatori positivi: il PIL infatti ha sempre registrato indici positivi e crescenti così come il potere di acquisto della popolazione (pari a circa 33 milioni di abitanti) che ha mostrato negli ultimi 5 anni un grande dinamismo. Il valore totale delle importazioni marocchine dei beni di consumo europei è di 17 miliardi di euro e, rispetto agli altri paesi dell'area nordafricana.

Il governo marocchino sembra essere stato in grado di mantenere un certo livello di stabilità politico-istituzionale e di attuare quelle riforme utili a mantenere un clima ideale per gli investimenti ed il commercio di piccole e medie imprese.

Il programma della missione si svolgerà nel seguente modo: lunedì 7 novembre partenza dall'Italia, arrivo e sistemazione in hotel a Casablanca; martedì 8 novembre incontri commerciali e visite aziendali presso operatori locali (con auto a disposizione); mercoledì 9 novembre incontri commerciali e visite aziendali presso operatori locali (con auto a disposizione); giovedì 10 novembre rientro in Italia.



PROGETTO "VERSO EXPO 2020 DUBAI"

PROMEC, in collaborazione con l'Azienda Speciale SIDI-Eurospostello della C.C.I.A.A. di Ravenna come capofila, il sistema camerale regionale, e con il co-finanziamento della Regione Emilia Romagna, promuove il progetto "Verso EXPO 2020 Dubai: innovazione dell'Abitare/Costruire e del settore wellness nei Paesi del Golfo Arabico". Dedicato alla filiera dell'edilizia/sistema casa/costruzioni nell'area della Penisola del Golfo Arabico, il progetto si pone l'obiettivo di sostenere un percorso di internazionalizzazione per le PMI della regione E.R. attraverso una serie di azioni di informazione, di accompagnamento e di promozione finalizzate a sviluppare opportunità d'affari e relazioni economiche in un'area mercato interessante per lo sbocco dei nostri prodotti, soprattutto in previsione di due eventi di portata mondiale: Expo Dubai 2020 e Mondiali Fifa Doha 2022.

In particolare, tra le azioni di promozione del progetto, si organizza la partecipazione di una collettiva di 9 aziende emiliano-romagnole alla prossima edizione di "The Big 5 Show" - www.thebig5.ae, - che si svolgerà a Dubai dal 21 al 24 novembre 2016. Settori interessati: MEP services Building Interiors & Finishes Building Envelope & Special Construction, Construction Tools & Building Materials Smart Building and Design Technologies General Construction.

Per informazioni: www.promecmodena.it



Rallenta la corsa DELL'EXPORT MODENESE

Le vendite all'estero della provincia di Modena nel primo trimestre 2016 sono trainate dai paesi UE. In flessione Stati Uniti e Asia, importanti bacini di sbocco

M. M.

Nel primo trimestre del 2016 prosegue l'andamento positivo dell'export modenese: si passa infatti da un valore di 2.867 milioni del periodo gennaio-marzo 2015 a 2.901 milioni negli stessi mesi del 2016, con una variazione tendenziale pari a +1,2%. In flessione invece la variazione congiunturale (-1,6%) rispetto al quarto trimestre del 2015.

Queste le prime evidenze che emergono dall'elaborazione provinciale dei dati Istat sull'interscambio commerciale con i paesi esteri effettuata dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena.

Per quanto riguarda il confronto territoriale, Modena rivela la miglior performance sia rispetto all'Emilia Romagna (0,0%), sia rispetto al totale nazionale (-0,4%).

In Emilia Romagna l'export è incrementato da Piacenza (+16,5%), Rimini (+12,6%) e Reggio Emilia (+2,4%), mentre le province di Ferrara e Ravenna subiscono una diminuzione sensibile (-17,1% e -10,5% rispettivamente). Modena incrementa lievemente la sua quota e, considerando il valore assoluto di export, si avvicina a Bologna che registra 3.021 milioni di vendite estere.

In questo primo trimestre dell'anno sono cambiati i settori trainanti dell'export modenese: tra questi, si registra il favorevole andamento della ceramica (+10,8%) e del biomedicale (+5,0%), tornano positivi i trattori (+3,4%), e consistente è l'incremento dell'insieme eterogeneo degli 'altri settori' quali chimica, gomma e mobili (+16,6%). In calo, invece, risultano i 'mezzi di trasporto' (-7,5%), che per tanti trimestri hanno invece mostrato crescite significative, il

Importazioni ed esportazioni di Modena, Emilia Romagna e Italia

	migliaia di euro			var. %
	I trim. 2015	I trim. 2016		
Modena	2.867.490	2.901.081		1,2
Emilia Romagna	13.389.931	13.394.177		0,0
Italia	99.455.009	99.074.889		-0,4

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

'tessile abbigliamento' (-4,1%) e le 'macchine e apparecchi meccanici' (-0,6%). Circa le aree di destinazione, è aumentata la quota di export diretta verso l'Unione Europea, arrivando al 55,6% del totale; di questa, la maggior parte è assorbita dai 15 paesi storici dell'Unione (49,0%). Questa è l'unica area in crescita nel primo trimestre (+11,1%), oltre a Canada e Groenlandia (+2,9%). Infatti, a causa del rallentamento delle economie dei paesi in via di sviluppo e dei Brics, calano vistosamente le esportazioni

modenesi in America Centro Sud (-30,1%) soprattutto a causa del crollo brasiliano, in Oceania (-10,5%) e in Asia (-4,8%). Diminuzioni meno importanti nelle altre aree mondiali.

Al primo posto della graduatoria dei principali dieci paesi per valore di export rimangono sempre gli Stati Uniti, tuttavia registrano anche loro una importante diminuzione dopo anni di notevoli incrementi (-15,2%). Altro evidente calo si rileva per il Giappone (-18,6%).

Solamente i paesi europei sono in aumento,

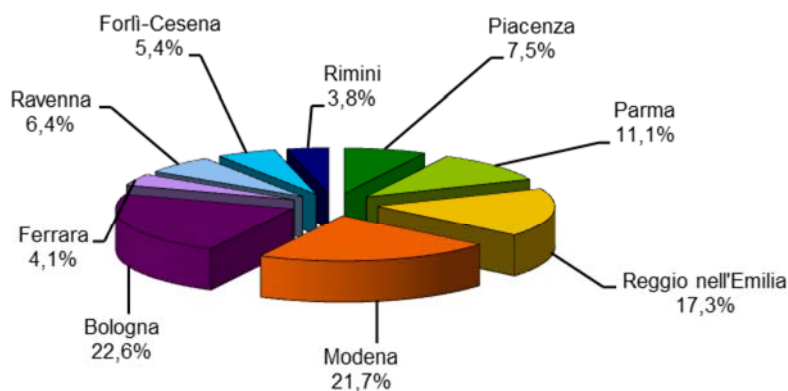
Esportazioni della provincia di Modena per settori di attività

I trim. 2016

	Milioni di euro	Composizione %	Variazione % I trim. 15/16
trattori	26	0,9	3,4
macchine e apparecchi meccanici	759	26,2	-0,6
mezzi di trasporto	690	23,8	-7,5
agroalimentare	280	9,7	2,0
tessile abbigliamento	226	7,8	-4,1
biomedicale	101	3,5	5,0
ceramico	539	18,6	10,8
altri settori	281	9,7	16,6
totale Modena	2.901	100,0	1,2

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

Le province dell'Emilia Romagna per quota di export – I trimestre 2016



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



come la Spagna (+22,1%), il Regno Unito (+20,2%), e l'Austria (+12,5%). Pertanto una eventuale uscita del Regno Unito dall'Unione Europea potrebbe avere ripercussioni negative anche per la nostra provincia, visto che è il quarto partner per valore di export. Bene anche i nostri due partner maggiori, Germania e Francia (+9,1% e +7,8% rispettivamente). Da notare i sensibili cali nei paesi appena usciti dalla classifica: Brasile -38,2%, Russia -9,6%, Emirati Arabi -8,4% e Cina -7,1.

Esportazioni della provincia di Modena per aree di destinazione

I trim. 2016

	Milioni di euro	composizio ne %	Var. % I trim. 15/16
Africa Centro Sud	27	0,9	-2,9
Africa Nord	59	2,0	-1,0
Paesi Europei non UE	188	6,5	-0,2
America Centro Sud	80	2,7	-30,1
Asia	335	11,5	-4,8
Canada e Groenlandia	40	1,4	2,9
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	192	6,6	11,4
Medio Oriente	148	5,1	-0,8
Oceania	37	1,3	-10,5
Stati Uniti	373	12,9	-15,7
Unione Europea a 15 paesi	1.422	49,0	11,0
Totale	2.901	100,0	1,2

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

Industria modenese: PRODUZIONE E FATTURATO IN RIPRESA

Elaborati i dati dell'indagine congiunturale sull'andamento del settore manifatturiero nel primo trimestre 2016

ELISABETTA SILVESTRI

L'indagine congiunturale effettuata dalla Camera di Commercio, in collaborazione con Cna e Confindustria provinciali, ha evidenziato un incremento di produzione del +4,2% ed un analogo aumento del fatturato, +4,5%, nel periodo gennaio-marzo 2016 rispetto allo stesso trimestre del 2015.

La rilevazione, effettuata su un campione di imprese del settore manifatturiero modenese, ha confermato il perdurare di una situazione stagnante del mercato interno, registrando una flessione del -3,2% degli ordini dall'Italia, mentre continua l'espansione della domanda dall'estero, con un aumento degli ordini del +7,1% sempre nel primo trimestre 2016 rispetto al corrispondente periodo del 2015. Le esportazioni hanno raggiunto in media il 40% delle vendite complessive, confermando la

spiccata propensione ai mercati mondiali che caratterizza le nostre imprese.

L'indagine contempla anche quesiti sulle previsioni a breve termine formulate dagli imprenditori. La quota percentuale di imprese che si attende un incremento di produzione è salita dal 10,7% del quarto trimestre 2015 al 14,2% del primo trimestre 2016. La maggioranza degli intervistati tuttavia prospetta una situazione di stabilità (65,5%), mentre il 20,3% indica un possibile calo dei livelli produttivi nei prossimi mesi.

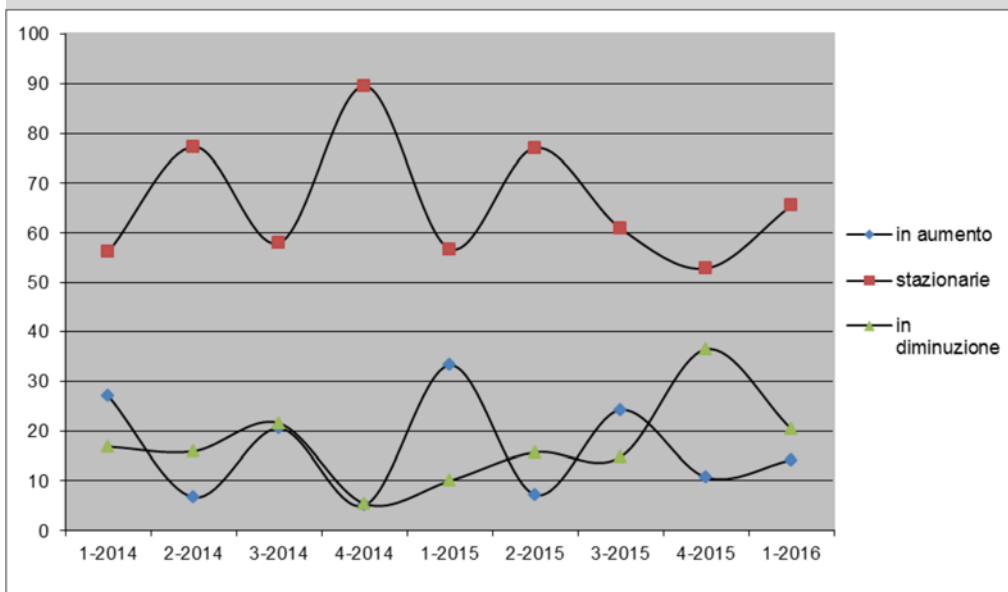
Riguardo agli ordini interni in portafoglio nel primo trimestre 2016, il 68,5% degli intervistati indica di ritenerli nella norma, mentre il 25,8% li giudica bassi; soltanto per il 5,7% delle aziende sono alti rispetto al livello di normalità. Similare la situazione del portafoglio

Produzione, fatturato, ordini interni e esteri dell'industria manifatturiera in provincia di Modena (variazioni % tendenziali)

	Produzione	Fatturato	Ordini Interni	Ordini esteri
Media anno 2013	-1,7	1,6	-2,0	5,8
Media anno 2014	0,6	3,2	-0,4	3,3
Media anno 2015	0,9	2,2	-0,2	11,4
1° trimestre 2015	-1,2	2,3	4,0	17,8
2° trimestre 2015	0,3	1,7	-0,5	4,5
3° trimestre 2015	3,0	2,7	-4,0	13,2
4° trimestre 2015	1,3	1,9	-0,2	10,2
1° trimestre 2016	4,2	4,5	-3,2	7,1

Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena

Prospettive a breve sulla produzione (frequenze percentuali)



Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena

glio ordini esteri con il 3,5% delle imprese che li ritiene alti, il 69,4% normali e il 27% bassi.

I giudizi sulle scorte di magazzino indicano un 4,6% di imprese con un livello alto, un 84,8% che le ritiene nella norma, mentre un 10,6% le valuta basse.

Un dato confortante è la tenuta occupazionale: l'85,3% degli intervistati ha indicato stabilità nel numero dei lavoratori dell'azienda, mentre il 3,7% ha prospettato un aumento; l'11% tuttavia ha in previsione una riduzione del personale.

L'ANDAMENTO SETTORIALE

L'industria alimentare ha mostrato un incremento tendenziale di produzione del +1,3%, mentre il fatturato è leggermente arretrato (-0,6%). Difficoltà si registrano nella raccolta ordini, in calo del -4,7% nel mercato interno e del -10,2% in quelli esteri.

La maglieria ha purtroppo confermato, anche in questo primo trimestre, il trend negativo degli anni precedenti, con decrementi generalizzati nei principali indicatori considerati: produzione (-5,7%), fatturato (-5,2%), ordini interni (-6,2%) e esteri (-3,5%).



Anche nel settore delle confezioni di abbigliamento si registrano segnali negativi, con preoccupanti flessioni di produzione (-9,8%) e fatturato (-8,8%); anche la raccolta ordini sul mercato domestico è inferiore a quella del corrispondente trimestre dello scorso anno, nell'ordine del -14,7%. Unica nota positiva il lieve aumento riportato dagli ordinativi dall'estero (+2,4%).

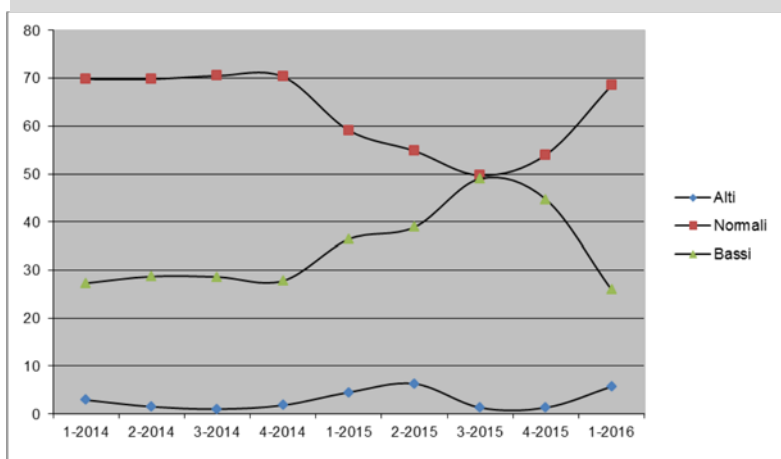
Nel settore ceramico, invece, gli indicatori sono positivi e mostrano una decisa crescita a livello tendenziale: +13,3% la produzione, +7,2% il fatturato, +19,4% gli ordini interni e +5% quelli esteri. Le imprese del settore sono tra le più internazionalizzate, la quota di fatturato proveniente dai mercati esteri ha sfiorato nel trimestre il 60%.

Per quanto concerne il settore dei prodotti in metallo, produzione e fatturato hanno evidenziato solo leggeri incrementi (rispettivamente +1,3%, e +1,4%). Il mercato estero si è rivelato dinamico riportando una crescita degli ordini pari al +7,9%, così come quello interno (+5,6%).

Positiva è apparsa anche la situazione del settore macchine e apparecchi meccanici dove la produzione si è incrementata del +5,8% e il fatturato ha conseguito un aumento a due cifre, +13,1%. Gli ordini dall'interno sono cresciuti del +3% mentre quelli dall'estero solo del +0,4%. La quota di fatturato realizzata sui mercati internazionali è stata in media del 58,7%.

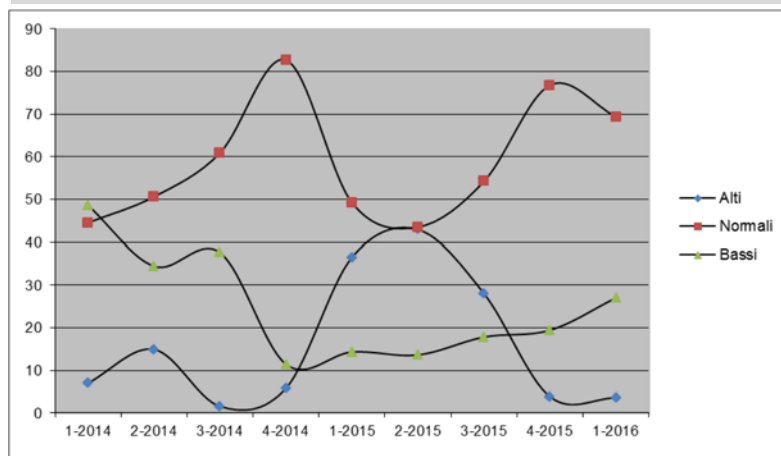
Incerta, invece, la congiuntura del settore macchine e apparecchiature elettriche e elettroniche: la produzione è aumentata del +2,1% mentre il fatturato è diminui-

Giudizi sugli ordini interni (frequenze percentuali)



Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena

Giudizi sugli ordini esteri (frequenze percentuali)



Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena

to del -0,8%. La raccolta ordini ha mostrato un incremento sul mercato interno (+2,3%) ed un contemporaneo calo sui mercati stranieri (-3,8%).

Il comparto che produce mezzi di trasporto e relativi componenti ha evidenziato una caduta dei volumi prodotti (-20,9%) ed un contemporaneo calo del fatturato nell'ordine del -4,9%. Stabili gli ordinativi.

Il biomedicale, infine, ha mostrato una situazione favorevole con un incremento di produzione del +7,5% mentre il fatturato è cresciuto del +12,1%. La raccolta ordini è stata particolarmente dinamica, con aumenti del +15,8% per il mercato domestico, e del +17,2% sui mercati internazionali, che assorbono oltre il 54% delle vendite.

Modena, dinamica settoriale della produzione (variazioni % tendenziali)

settori	Media 2015	1° trim. 2015	2° trim. 2015	3° trim. 2015	4° trim. 2015	1° trim. 2016
Alimentare	1,0	1,7	-1,0	2,1	1,3	1,3
Maglieria	-7,9	-15,0	-2,0	1,9	-16,3	-5,7
Abbigliamento	17,5	25,5	30,9	16,6	-3,0	-9,8
Piastrelle e lastre in ceramica	-3,2	-14,4	-8,8	3,4	7,1	13,3
Lavorazioni meccaniche e prodotti in metallo	1,7	2,5	2,0	-1,1	3,3	1,3
Macchine ed apparecchi meccanici	4,6	4,7	4,8	5,2	3,7	5,8
Macchine e apparecchiature elettriche ed elettroniche	5,2	6,0	7,2	0,6	6,8	2,1
Biomedicale	-1,7	-2,7	-5,4	1,0	0,5	7,5
Mezzi di trasporto	2,3	0,1	1,2	3,0	5,0	-20,9
Altre industrie manifatturiere	-3,2	-3,5	-5,8	0,1	-3,4	7,3

Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena

Investimenti da record PER L'INDUSTRIA CERAMICA

Il comparto delle piastrelle prodotte in Italia supera i 5,1 miliardi di euro di fatturato con una quota export senza precedenti

In occasione dell'assemblea 2016 tenuta a giugno, Confindustria Ceramica ha presentato le indagini statistiche relative ai diversi comparti che compongono l'industria ceramica italiana. Sono 228 le industrie italiane di piastrelle di ceramica, ceramica sanitaria, stoviglie e materiali refrattari attive nel 2015, che occupano 25.152 addetti e che hanno fatturato 5,8 miliardi di euro complessivi, grazie a vendite oltre confine per l'78,9%.

LE PIASTRELLE DI CERAMICA PRODOTTE IN ITALIA

Sono 150 le aziende a fine 2015 (stabili rispetto al 2014) presenti sul suolo italiano, dove sono occupati 19.143 addetti (-1,5%), che nel corso dell'anno hanno prodotto 394,8 milioni di metri quadrati (+3,4%), tali da consentire vendite per 396,9 milioni di metri

quadrati (+0,6%). Le vendite in Italia si consolidano a 80,3 milioni di metri quadrati (erano 80,8 nel 2014), come anche i volumi esportati, ora pari a 316,6 milioni di metri quadrati (+0,90%). Il fatturato totale, 5,1 miliardi di euro (+4,1%) deriva per 4,3 miliardi dalle esportazioni (+5,1%), con una quota record dell'84,4%, e da 799 milioni di euro da vendite sul territorio nazionale (-0,6%).

Gli investimenti segnano il nuovo record assoluto, dall'anno 2000. Lo scorso anno gli investimenti realizzati sono stati 351,3 milioni di euro (+22,7% sul 2014), dopo che erano cresciuti del +27% rispetto al 2013, con un valore prossimo al 6,9% del fatturato annuale.

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE PRODUTTIVA





Sono 16 le società di diritto estero – stesso numero dello scorso anno -, controllate da nove gruppi ceramici italiani, che nel 2015 hanno occupato 3.091 addetti (-3,0%), in fabbriche che hanno prodotto 82,3 milioni di metri quadrati di piastrelle (+6,6%). Le vendite totali hanno generato un fatturato di 792,2 milioni di euro (+9,8%), frutto di vendite per 462,3 milioni di euro (+2,7%; quota del 58,4%) da attività in Europa e per la restante parte da vendite in Nord America (+21,5%). Il fatturato americano, seppur in espansione sulle quantità, risente in modo significativo dell'apprezzamento del dollaro. Il 78,7% del fatturato (-1,4 punti percentuali) totale deriva da vendite nel medesimo mercato sede della fabbrica.

LA CERAMICA SANITARIA

Sono 33 le aziende industriali produttrici di ceramica sanitaria in Italia, trenta delle quali localizzate nel distretto di Civita Castellana (Viterbo). L'occupazione a livello nazionale è pari a 3.204 dipendenti, che hanno realizzato una produzione pari a 3,77 milioni di pezzi (+1,4%). Il fatturato è di 294,9 milioni di euro (+1,95%), con una percentuale venduta sui diversi mercati esteri pari a 132,7 milioni di euro (45% del totale, in crescita costante rispetto agli ultimi anni).

L'INDUSTRIA DEI MATERIALI REFRAATTARI

Le 35 aziende attive nella produzione di materiali refrattari presenti sul territorio nazionale occupano 2.085 addetti (-2,1% rispetto al 2014), per una produzione pari a 372.935 tonnellate (-11,9%) e vendite a 387.040 (-10,8%). Le vendite in Italia sono state di 244.381 tonnellate (-13,9%), pari al 63,1% dei volumi complessivi venduti. Il fatturato totale, ora pari a 379,4 milioni di euro (-7,8%) deriva da vendite sul territorio nazionale per 240,9 milioni di euro (-9,7%) e da 77,2 milioni di euro da esportazioni comunitarie (-3,6%) e da 61,3 milioni di euro da esportazioni extracomunitarie (-4,0%).

LE STOVIGLIE IN CERAMICA

Le 10 aziende industriali italiane (+1 sul 2014) che occupano 720 dipendenti (+8,8%) per una produzione 11.200 tonnellate e vendite per 10.700 tonnellate di prodotto finito. Le vendite sul mercato domestico rappresentano oltre il 75% vendite totali. Il fatturato 2015 è stato superiore a 47,7 milioni di euro (+6%), di cui il 71% realizzato in Italia. Di particolare rilievo è l'adozione, da maggio 2013, di misure antidumping sulle importazioni di stoviglie cinesi in Europa, con valori di dazi per i prossimi 5 anni compresi tra il 13,1% ed il 36,1% a seconda dei diversi esportatori cinesi. Tale misura ha determinato nel 2015 un calo del 3% nel 2015, dopo che l'anno precedente erano calate di oltre il 28,8%, che a sua volta seguiva un crollo del 40% registrato nel 2012.

CONCLUSIONI

“Lo scenario internazionale sembra tendere ad un lieve peggioramento nelle sue principali variabili – ha affermato durante la presentazione dei dati Vittorio Borelli, presidente di Confindustria Ceramica –, a causa dell'indebolimento del dollaro, del maggior costo del petrolio, di un Pil mondiale in rallentamento e dell'annunciato rialzo dei tassi di interesse negli Stati Uniti. Il principale tema nella nostra agenda internazionale è l'azione antidumping sulle importazioni cinesi in Europa, di cui la recente votazione plebiscitaria del Parlamento Europeo contro il MES alla Cina è cosa che abbiamo accolto con grande favore, per il quale non dobbiamo abbassare la guardia in attesa che della decisione finale dell'Unione Europea, attesa per fine anno”.

Altro tema centrale è quello dell'energia. “Sul tema degli oneri generali di sistema dell'energia elettrica siamo fermi a 12 mesi fa – prosegue Vittorio Borelli –: l'Italia non è riuscita a sbloccare gli sgravi già previsti per le imprese energivore, mentre la Germania ha fatto precise scelte allocative. La nostra posizione – in linea con quanto recentemente affermato dal Ministro Carlo Calenda – è che nella riparametrizzazione degli sgravi si debba tenere conto anche della propensione al commercio internazionale. Auspichiamo che il Ministro intervenga anche sulla cogenerazione, tecnologia per noi fondamentale dalle chiare valenze ambientali e di competitività, che è stata purtroppo in questo ultimo periodo oggetto di interventi normativi confusi, che mettono in seria difficoltà gli impianti già in esercizio e, di fatto, bloccano tutti gli investimenti futuri”.



Le medie imprese ITALIANE CRESCONO

Mediobanca e Unioncamere hanno pubblicato la quindicesima edizione dell'indagine annuale sulle medie imprese italiane nel periodo 2005-2014

Crescono a ritmo più sostenuto rispetto alla manifattura, competono ad armi pari con la concorrenza tedesca e rappresentano un segmento in cui finalmente il Sud va alla stessa velocità del resto d'Italia. Non ultimo, rappresentano una forma di capitalismo inclusivo, in cui vi è un'equilibrata distribuzione della ricchezza tra capitale e lavoro. Questi alcuni degli elementi che emergono dall'Indagine annuale sulle Medie imprese industriali italiane, realizzata da Mediobanca e Unioncamere. Indagine che fa luce sulla ripresa e sulla competitività di 3.283 medie imprese manifatturiere italiane che assicurano il 16% circa del valore aggiunto e delle esportazioni dell'industria manifatturiera italiana.

IL POST-CRISI: SI PUNTA ALL'ESTERO, MA SI CRESCE ANCHE IN ITALIA

Le medie imprese hanno chiuso il decennio 2005-2014 con una crescita del fatturato pari al 35%, più del doppio rispetto alla manifattura (+14%). Neanche nell'acme della crisi (2009) il fatturato è sceso sotto i livelli iniziali (+9% sul 2005). Risultati possibili grazie al forte presidio dei mercati esteri, dove le medie imprese hanno realizzato nel decennio una progressione del 63% contro il 42% della manifattura. Ma appare encomiabile anche la tenuta sul mercato domestico (+20% sul 2005).

Cresce anche la base occupazionale, +11% dal 2005, quando la manifattura ha dovuto invece ridurre gli organici del 6,5% sostenuta dalla forte espansione della ricchezza generata: +36% il valore aggiunto delle medie imprese sul 2005. Dal 2009 la struttura finanziaria si è inoltre irrobustita, con debiti finanziari in calo dal 93% dei mezzi propri al 69% nel 2014.

L'attuale clima congiunturale internazionale, non particolarmente stimolante, non consen-

te un'ampia diffusione dei segnali di ripresa anche per quest'anno: così, dopo un 2015 brillante, per il 2016 le medie imprese industriali mostrano un atteggiamento più attendista. In base ai risultati della consueta indagine su un campione rappresentativo di medie imprese industriali italiane, il 2015 si è chiuso con una fascia di società dal fatturato in crescita che supera nettamente la quota di quelle che segnalano difficoltà (46,1% contro 20,2%). All'insegna dell'ottimismo, anche se più moderato, restano comunque le previsioni per il 2016, con il 35,6% di tali società che prevede un aumento del fatturato, mentre sono prevalenti le segnalazioni di stazionarietà (54,1%).

LA PROPENSIONE ALL'EXPORT

La propensione all'export delle medie imprese si conferma decisamente elevata, tanto che la quota di aziende esportatrici supera il 92% e, nel 2015, il 55% del loro fatturato complessivo ha avuto origine dalle vendite sui mercati esteri. Per l'anno in corso, una domanda mondiale non sufficientemente sostenuta potrebbe, tuttavia, costituire un freno alla dinamica delle esportazioni, tanto che solo il 28% delle medie imprese si attende di poter espandere il proprio posizionamento di mercato all'estero, rispetto a un 65,8% che punta a riconfermare i risultati del 2015. Particolarmente incoraggianti sono le previsioni delle medie imprese del settore agroalimentare, sia in termini di fatturato complessivo (con una quota di quasi 3 punti superiore alla media di imprese che prevedono di vendite crescenti nel 2016) sia, soprattutto, sui mercati internazionali (dove la quota di quante si attendono di poter migliorare le proprie vendite nel 2016 sale al 40,1%, quasi 12 punti in più rispetto alla media). Tra i mercati esteri che dovrebbero garantire maggior slancio alle medie impre-

se dell'agroalimentare nel 2016, un ruolo di primo piano viene svolto dagli Stati Uniti e dalla Cina.

GLI INVESTIMENTI PROGRAMMATI

Per il 2016, quasi il 68% delle medie imprese dichiara di aver messo in programma degli investimenti, che saranno superiori a quelli effettuati nel 2015 nel 27,5% dei casi.

Di rilievo anche l'impegno sui temi dell'eco-compatibilità e della sostenibilità ambientale: ammonta, infatti, a circa il 55% del totale la quota di medie imprese che sono impegnate in produzioni più rispettose dell'ecosistema e che adottano tecnologie energy saving. Il 60% di questi investimenti ha interessato il processo produttivo, quasi un terzo è intervenuto sul prodotto e il 10% ha riguardato l'abbattimento del consumo di energia e materie prime o il riutilizzo degli scarti.

IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO

Si conferma, infine, un saldo radicamento al territorio da parte delle medie imprese: quasi il 77% non ha mai considerato di spostare le proprie produzioni all'estero e solo circa il 14% ha effettuato investimenti all'estero nell'ultimo triennio, anche in ragione del fatto che poco più di un terzo dei più importanti fornitori sono collocati all'interno della regione di appartenenza della media impresa, con punte intorno o addirittura superiori al 40% nel caso dei settori meccanico e alimentare.

LA DIFFUSIONE DELLE TECNOLOGIE DIGITALI

Forte anche l'attenzione alle tecnologie digitali poste al servizio del business aziendale, tanto che tre quarti delle medie imprese utilizza il web per sostenere i risultati d'impresa. Lo strumento più diffuso è la vetrina del sito aziendale (adottata nella quasi totalità dei casi), mentre molto meno intenso è l'utilizzo di sistemi come le campagne di marketing on line ed e-commerce (utilizzati, rispettivamente, dal 35 e dal 16% delle medie imprese). L'indagine completa è disponibile nell'apposita sezione dei siti dei Centri Studi di Unioncamere e Mediobanca.



Migliora l'andamento dell'occupazione IN PROVINCIA

Nel 2015 aumentano di 2000 unità gli occupati e scende il tasso di disoccupazione

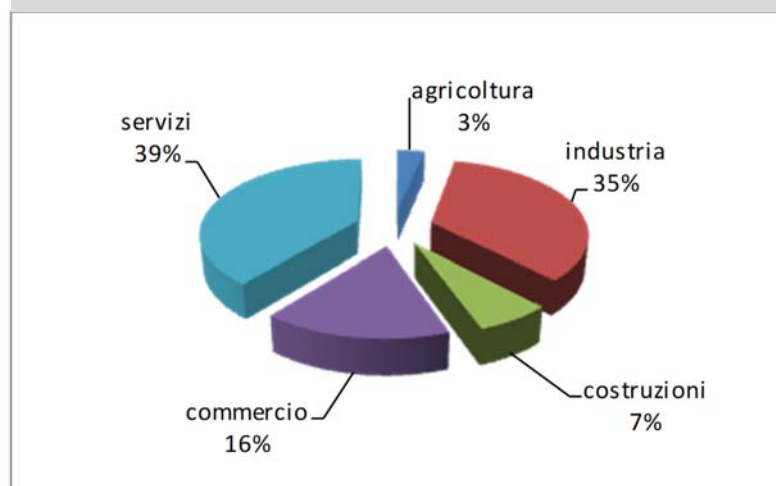
M.M.

L'Istat ha rilasciato i risultati dell'indagine campionaria sulle forze di lavoro relativi all'anno 2015. Dall'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio risulta che nel 2015 ci sono 302 mila occupati in provincia di Modena, in aumento dello 0,7% rispetto al 2014. In Emilia Romagna si contano 1.911 mila occupati con un incremento più lieve (+0,4%).

I settori che impiegano più lavoratori sono i servizi con il 39,2% del totale, seguiti dall'industria (34,6%) e dal commercio (16,0%). In regione le proporzioni sono differenti, in particolare è inferiore la quota degli occupati nell'industria (27,2%), compensati dal maggior numero dei servizi (44,7%). Tuttavia nel 2015 è proprio l'industria l'unico settore modenese con un andamento negativo nell'occupazione (-2,8%), mentre sono in aumento tutti gli altri settori: agricoltura +11,1%, costruzioni +5,3%, commercio +4,3% e servizi +0,9%.

Inoltre, tutti gli altri indicatori relativi al lavoro appaiono positi-

Occupati per settori di attività in provincia di Modena – anno 2015



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena su dati Istat – Indagine sulle forze di lavoro

L'imprenditoria

UNDER 35 A MODENA

Le imprese condotte da giovani imprenditori rappresentano il 7,8% del tessuto imprenditoriale della provincia

E. S.

Le imprese guidate da giovani in provincia di Modena sono 5.621, ovvero il 7,8% del totale imprese registrate; tale quota risulta simile a quella regionale che si attesta sul 7,9% ma inferiore alla media nazionale del 10% (dati di fine anno 2015). Si definiscono imprese giovanili quelle in cui partecipazione di persone 'under 35' risulta complessivamente superiore al 50% mediando le composizioni di quote di partecipazione e cariche attribuite.

Guardando alla distribuzione settoriale emerge che i comparti con la maggiore numerosità in valore assoluto di imprese giovanili nel modenese sono il commercio (con 1.366 aziende) e le costruzioni (1.304), seguiti a distanza dai servizi alle imprese (706 unità) e dalle attività legate al turismo (alloggi, pubblici esercizi) con 661 imprese.

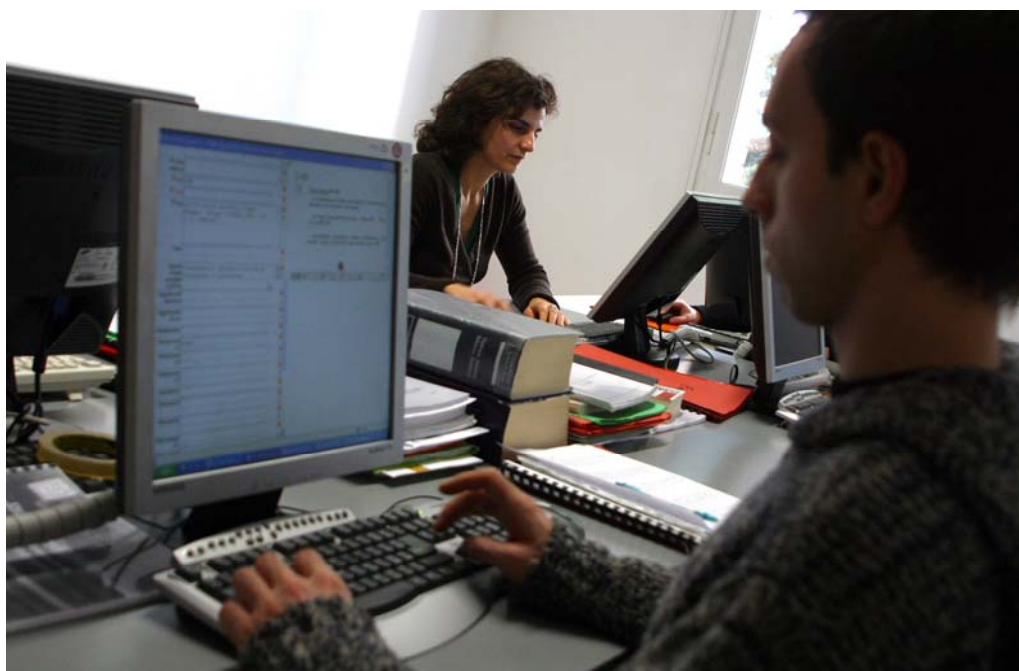
La dinamicità di questa importante porzione di tessuto imprenditoriale è in lieve flessione: nel corso dell'anno 2015 si sono riscontrate in provincia di Modena 1.092 nuove iscrizioni con un calo rispetto all'anno precedente del -5,9%. Il settore maggiormente colpito dalla contrazione è l'edilizia (-26,6%), mentre in aumento sono risultate le iscrizioni in agricoltura e nelle attività finanziarie e assicurative.

Anche in Italia d'altronde nel 2015 si è registrato un

decremento della natalità, di poco superiore a quello provinciale: -6,9%.

Nel primo trimestre del 2016 è proseguita la tendenza negativa con un valore assoluto di 290 iscrizioni in provincia e una diminuzione del -10,8%, superiore a quella riportata dalla media nazionale: -5,9%.

E' da rilevare, tuttavia, che mentre lo stock delle imprese giovanili presenti in provincia rappresenta il 7,8% del totale imprese registrate, le iscrizioni di imprese giovanili sono il 24,2% del totale iscrizioni annue nel 2015; una impresa ogni quattro nuove nate dunque è condotta da giovani, il che lascia supporre una tendenza al progressivo rafforzamento della loro quota.



Positivo l'anno 2015

DELL'AGROALIMENTARE EMILIANO ROMAGNOLO

Secondo l'Osservatorio Unioncamere-Regione sono in recupero produzione, export e occupazione nei campi

GORETTA ROMAGNOLI

Valore della produzione agricola in aumento del 2%, export in crescita del 6,2%, occupazione a +1,5%: sono gli indicatori della ripresa messa a segno dalla filiera agroalimentare dell'Emilia Romagna nel 2015 e contenuti, nel Rapporto pubblicato dall'Osservatorio Agroalimentare promosso dall'Assessorato regionale all'Agricoltura e da Unioncamere Emilia-Romagna.

Nel comparto agricolo torna a crescere la Plv: il dato complessivo dell'anno 2015 tocca i 4,2 miliardi di euro, in aumento del 2% rispetto all'anno precedente. Il buon andamento della Plv è riconducibile ai risultati positivi registrati dalle produzioni vegetali, la cui plv sfiora i 2,3 miliardi di euro (+5.6%). In particolare sono risultati in forte ripresa, rispetto alla campagna precedente, i comparti degli ortaggi e patate: plv pari a 470 milioni (+23%) grazie soprattutto al buon andamento registrato da patate e pomodori. Bilancio positivo anche per le coltivazioni arboree con una plv superiore a 1 miliardo (+10%) favorite dalla ripresa dei prezzi alla produzione per pere, mele, pesche e nettarine. In flessione, invece, la plv dei cereali (-4.3%); tra questi, in controtendenza, spicca la forte espansione della produzione di grano duro con un incremento di oltre un terzo del proprio valore





della produzione e nonostante un calo dei prezzi alla produzione pari al 16%. Ancora penalizzate, come da anni, le colture industriali: in calo per oltre un quarto la plv delle barbabietole.

Rimangono in terreno negativo, invece, le produzioni zootecniche: il loro valore complessivo rimane al di sotto di 1,9 miliardi di euro, in diminuzione del 2,2%. In particolare sofferenza sono risultati i comparti delle carni suine (-7%) e delle uova (-7,8%) per motivi legati alla perdurante flessione dei prezzi riconosciuti agli allevatori. In calo anche il valore della produzione del latte, nonostante la tenuta dei prezzi (+1.4%).

Nel 2015 quasi il 40% della plv regionale risulta generata da soli due settori: la produzione del latte e derivati incide per il 20,5% sul totale, le produzioni arboree per il 17,2%. Il 45% di queste ultime, inol-

tre, è da attribuire alla sola coltivazione di pere.

Molto positivi, come anticipato, anche i dati degli scambi con l'estero che hanno controbilanciato la stabilità dei consumi interni. Nel 2015 la variazione annuale dell'export risulta pari a +6,2% a fronte della flessione del 6% delle importazioni. Il saldo commerciale rimane negativo (-264 milioni di euro) ma ridotto a valori che non si registravano dalla fine degli anni '90. Il valore complessivo delle esportazioni della filiera agroalimentare raggiunge quota 5,7 miliardi, di cui quasi 900 milioni di prodotti agricoli e 4,9 miliardi di prodotti alimentari. I migliori risultati sono stati realizzati dai prodotti di cereali trasformati (+12%, in valore assoluto 696 milioni), dai prodotti lattiero-caseari (+7.1%, 653 milioni), dai salumi (+3.6%, 663 milioni) e dalla frutta fresca (+1.4%,

Produzione Lorda Vendibile (PLV) in Emilia Romagna nel 2015 (milioni di euro)

	anno 2014	anno 2015	var %
produzioni vegetali	2.152	2.274	5,6
produzioni zootecniche	1.930	1.888	-2,2
totale	4.082	4.162	2,0

Fonte: Il sistema agroalimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2015

LA PRODUZIONE LORDA VENDIBILE DELL'AGRICOLTURA DELLA PROVINCIA DI MODENA

Al contrario di quanto rilevato a livello regionale, la Plv della provincia di Modena, appena sopra ai 547 milioni di euro, risulta complessivamente in calo dello 0,7%. Le produzioni agricole vegetali, pari a 275 milioni di euro, registrano un incremento di appena lo 0,9%. Il bilancio è in rosso per la coltivazione dei cereali (eccetto il frumento duro) e le piante industriali (la barbabietola

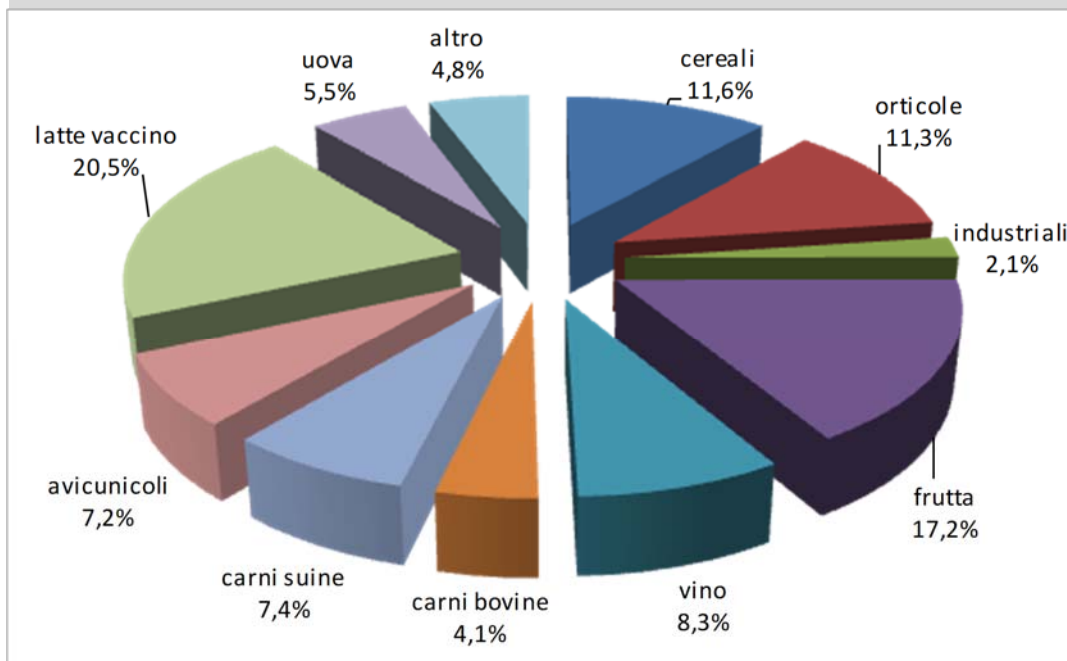
dimezza la propria plv), mentre risultano buoni i risultati ottenuti dalla produzione di frutta e dalla coltivazione di ortaggi e patate. Confermato anche in ambito provinciale il trend negativo delle produzioni zootecniche, la cui plv si ferma a 272 milioni di euro, in calo del 2,3%.

460 milioni). Le voci di prodotto più esportate risultano le carni fresche, congelate e lavorate, che pesano per circa il 20% sul totale export, pasta e prodotti da forno (12%), prodotti lattiero-caseari (11,3%), ortaggi trasformati (8,2%) e frutta fresca (7,9%). Infine dal rapporto emerge che quasi il 70% dei prodotti agroalimentari dell'Emilia Romagna è destinato al consumo sui mercati dei paesi europei e la Germania è il primo paese per valore esportato (1,1 miliardi, +1,2%). Seguono, in ordine di importanza, la Francia, Regno Unito, Spagna, Paesi Bassi, Austria e Belgio.

Gli Usa si collocano al terzo posto nella graduatoria dei paesi di destinazione dei prodotti regionali e primo nell'ambito dei soli mercati extra-europei: il valore delle merci esportate raggiunge i 409 milioni di euro, in aumento del 28,5% rispetto al 2014 e dell'81% rispetto al 2010. Va inoltre ricordato che dal 2014 l'embargo russo contro i prodotti alimentari europei ha provocato il crollo dei flussi di esportazioni regionali per un valore stimato annuo pari ad almeno 80 milioni di euro.

Infine in controtendenza rispetto all'andamento generale, sul versante occupazionale il settore agricolo regionale può vantare per il secondo anno consecutivo un aumento degli addetti dell'1,5%. In particolare tra i lavoratori dipendenti l'incremento è pari al +3,6% rispetto al 2014. Nel rapporto non mancano le note negative: la redditività delle aziende agricole si conferma fortemente penalizzata da più fattori: dall'instabilità e dalla volatilità dei prezzi dovute alle spe-



Composizione % per comparti della PLV agricola dell'Emilia-Romagna nel 2015


Fonte: Il sistema agroalimentare dell'Emilia-Romagna. Rapporto 2015

culazioni sui mercati mondiali delle commodities agricole, dalla concorrenza di altri paesi, anche europei, spesso agevolata da tipologie di produzione di minor pregio qualitativo e da norme meno stringenti rispetto a quelle italiane, dalla struttura del sistema agricolo ancora troppo parcellizzato nonostante sia in atto da anni un processo di consolidamento dei centri aziendali e di integrazione delle filiere.

Il rapporto integrale è consultabile gratuitamente nel sito di Unioncamere Emilia Romagna www.ucer.camcom.it.



Massimo Bottura e la Francescana al top nel mondo

Il miglior ristorante del mondo: questo il verdetto del World' 50 Best Restaurant pronunciato a New York nella notte del 14 giugno scorso. Ennesimo riconoscimento per lo chef modenese, tre stelle Michelin, e per la sua Osteria Francescana, da anni tempio dei gourmet che da tutto il globo approdano in via Stella, nel cuore di Modena, per gustare l'inimitabile mix di sperimentazione e tipicità del territorio che lo chef modenese ha portato a livelli eccelsi. Ricevuto a Palazzo Chigi dal Presidente del Consiglio Matteo Renzi e dal Ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina, Massimo Bottura non ha mancato di tributare un ringraziamento ai suoi collaboratori, una squadra di 43 persone, che ha un ruolo straordinario, e di affermare che "questo riconoscimento è di tutta l'Italia. Non si è mai mangiato così bene in Italia come in questo momento".

"Siamo come delle botteghe rinascimentali

— ha aggiunto — perché nei nostri ristoranti facciamo formazione, arrivano ragazzi da tutto il mondo che vogliono venire a imparare da noi, diventeranno ambasciatori dei nostri prodotti.

Noi siamo al fianco dei contadini, dei pescatori, dei casari che sono i veri eroi italiani che ci mettono a disposizione delle materie prime uniche al mondo, che ci permettono di trasmettere queste emozioni attraverso i nostri piatti.

Non c'è turismo migliore del turismo enogastronomico, tanti paesi stanno investendo su questo. E poi la cultura perché i nostri piatti guardano al passato in chiave critica e non nostalgica.

Prendiamo il meglio dal passato lo ricostruiamo in chiave contemporanea e lo portiamo nel futuro.

Parte tutto dalla cultura, che genera conoscenza e senso di responsabilità, e noi stiamo creando cultura".

E il pensiero va al prossimo appuntamento vip: Bottura sarà lo chef del ricevimento che si terrà il 31 agosto in occasione della visita alla Ferrari di Maranello di Angela Merkel, per l'incontro bilaterale Italia Germania, alla presenza di Renzi e Marchionne, per il quale ha già promesso un menu dedicato ai prodotti tipici emiliani.



Alberto Zambianchi al vertice di Unioncamere ER

L'Unione Regionale delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna ha un nuovo presidente, Alberto Zambianchi, che è stato eletto nell'ultimo consiglio del 20 giugno scorso. Zambianchi è presidente della Camera di Commercio di Forlì-Cesena dal 2010, dove è stato confermato per il secondo mandato nel 2013. E' stato, inoltre, vicepresidente vicario di Unioncamere Emilia-Romagna. Zambianchi prende quindi il timone dell'associazione che cura e rappresenta gli interessi delle nove Camere di Commercio del territorio regionale promuovendo l'esercizio associato di funzioni, servizi e competenze per gli obiettivi comuni oltre ad assicurare il coordinamento dei rapporti con la Regione. La Giunta di Unioncamere ER ha nominato come vice presidenti Giorgio Tabellini (vicario) presidente della Camera di commercio di Bologna e Andrea Zanlari, numero uno della Camera di commercio di Parma già presidente dell'Unioncamere regionale dal 2003 al 2011.



"La composizione della crisi da sovraindebitamento"

Le Camere di Commercio di Modena, Piacenza, Reggio Emilia, Ferrara e Ravenna, nell'ambito del progetto sul sovraindebitamento coordinato da Unioncamere Emilia Romagna, hanno organizzato una serie di eventi divulgativi e informativi sugli istituti previsti dalla Legge 3/2012 in materia di "composizione delle crisi da sovraindebita-

mento" e di "liquidazione del patrimonio" dei debitori non soggetti a fallimento. L'evento formativo è previsto per il giorno 28 giugno 2016 presso la Camera di Commercio di Modena dalle ore 10.00 alle ore 13.00 (inizio delle registrazioni dei partecipanti a partire dalle ore 9,30). La partecipazione al convegno è gratuita, previa iscri-

zione sul sito della Camera di Commercio www.mo.camcom.it.

CCIAA: attivato il servizio di pagamento on line



Per agevolare la fruizione dei servizi camerali dal 1 giugno 2016 è disponibile sul sito della Camera di Commercio il servizio per i pagamenti on line mediante l'utilizzo di carte di credito (American Express, Mastercard e Visa), anche prepagate. Tale procedura è consentita per tutte le tariffe e i diritti camerali (quali ad es. Copie bilanci, Elenchi merceologici, Servizi di firma digitale, dispositivi Sistri, certificati di origine, verifiche metriche ecc.). Sono esclusi dai pagamenti on-line i diritti di segreteria e bolli per l'invio di pratiche telematiche di competenza del

Registro delle imprese o dell'Albo imprese artigiane, l'inserimento prepagato Telemaco-pay, le tasse di concessione governativa, il versamento del diritto annuale.

DOP e IGP: un patrimonio IN COSTANTE CRESCITA

Lo conferma l'ultimo Rapporto Qualivita-Ismea con i trend dei prodotti di qualità certificata food&wine. Modena seconda provincia in Italia per impatto economico delle indicazioni geografiche

Si rafforza il primato mondiale dell'Italia per numero di prodotti DOP IGP con 818 Indicazioni Geografiche registrate a livello europeo. Il comparto esprime i risultati più alti di sempre anche sui valori produttivi con 14,8 miliardi di valore alla produzione e 8,4 miliardi di valore all'export. Dati che testimoniano una crescita del +6% su base annua e un aumento dei consumi nella GDO del +5,6% per le vendite Food a peso fisso e del +1,8% per il Vino. Anche il trend degli ultimi 10 anni mostra una crescita continua del sistema DOP IGP che ha così affermato il proprio peso economico nel Paese fino a rappresentare l'11% dell'industria alimentare e il 22% dell'export agroalimentare nazionale. Questi in sintesi i risultati dell'ultimo Rapporto Qualivita-Ismea presentato a Roma lo scorso 23 gennaio. Il volume contiene l'analisi e l'interpretazione dei più significativi fenomeni socio-economici del comparto food&wine italiano dei prodotti di qualità certificata DOP, IGP e STG. Nato dall'integrazione delle competenze sviluppate dall'Osservatorio



Qualivita e dall'Osservatorio Ismea e dalla collaborazione con AICIG e Federdoc, l'importante novità del Rapporto 2017 è la presenza di una sezione dedicata ai valori e agli impatti economici a livello regionale, oltre ad una scheda sintetica che analizza l'evoluzione degli ultimi 10 anni delle DOP, IGP e STG italiane. La raccolta dei dati, relativi all'anno 2016, è stata condotta presso i Consorzi di tutela e gli organismi di certificazione ed ha portato all'elaborazione di un'analisi del comparto approfondita e di scenari di mercato che possono fornire utili spunti di riflessione e di confronto per tutti gli attori coinvolti nel sistema della produzione di qualità certificata, dalle imprese ai Consorzi, dalla distribuzione alle istituzioni pubbliche competenti.

Il settore Food, che conta 83.695 operatori (+5% sul 2015), vale 6,6 miliardi di euro alla produzione e 13,6 miliardi al consumo, con una crescita del +3% sul 2015, con l'export che continua a crescere (+4,4%) e un trend che nella Grande Distribuzione supera il +5,6% per il secondo anno consecutivo. Il comparto Wine – oltre 3 miliardi di bottiglie – vale 8,2 miliardi di euro alla produzione con una crescita del +7,8% e sfiora i 5 miliardi di valore all'export (su un totale di 5,6 miliardi del settore).

Il Sistema delle DOP IGP in Italia garantisce qualità e sicurezza anche attraverso una rete che, alla fine del 2017, conta 264 Consorzi di tutela riconosciuti dal Mipaaf e oltre 10mila interventi annui effettuati dagli Organismi di controllo pubblici.

LA DISTRIBUZIONE TERRITORIALE

Un sistema diffuso, quello delle IG italiane, che coinvolge capillarmente tutto il Paese ed esprime il valore dei territori: da un punto di vista economico tuttavia è forte la concentrazione con il 20% delle province che copre oltre l'84% del totale. La gran parte dei distretti produttivi più rilevanti economicamente si concentra nei territori del nord Italia e su tutti spicca la Food Valley emiliana; l'Emilia-Romagna è infatti la prima regione italiana per impatto economico nel settore food con un valore di 2.751 milioni di euro, che rappresenta una quota pari al 42% sul totale delle indi-

cazioni geografiche nazionali, e un numero di 43 IG (tra DOP e IGP). Nel settore wine la nostra regione si classifica all'ottavo posto con un valore di vino sfuso pari a 111 milioni di euro (il 3,5% del totale nazionale) e 30 indicazioni geografiche. Tra le province italiane, nel comparto food Modena con 15 eccellenze è seconda dopo Parma a contribuire al valore della produzione nazionale con 583,4 milioni di euro, ma evidenzia una variazione annuale del -6% nel 2016 rispetto all'anno precedente. In forte crescita (+28%) appare invece la capofila Parma con 1.451,5 milioni di euro e 12 prodotti DOP+IGP. Nel comparto wine Modena è la prima provincia in Emilia-Romagna con i tre lambruschi DOP (Grasparossa di Castelvetro, Sorbara, e Salamino di Santa Croce) che raggiungono un valore prodotto di 26,4 milioni di euro.

LE FILIERE DI PRODUZIONE

Nel report Qualivita-Ismea sono presenti focus sulle principali filiere del comparto food come i formaggi, i prodotti a base di carne, le carni fresche, i prodotti ortofrutticoli, gli aceti balsamici, l'olio d'oliva e naturalmente i vini (comparto wine). La filiera degli aceti balsamici DOP e IGP rappresentano un patrimonio da un miliardo di euro al consumo che risiede tutto nelle tradizioni di un territorio compreso fra Modena e Reggio Emilia. È l'Aceto Balsamico di Modena IGP a caratterizzarla, rappresentando circa il 99% dei volumi certificati dei valori alla produzione e dell'export. La filiera nel complesso può contare su 650 operatori e mostra nel 2016 dinamiche positive, sia in volume sia in valore. In particolare, il valore della produzione è pari a circa 385 milioni di euro (+1,8% sul 2015) per un'incidenza del 5,8% sul totale del comparto food certificato DOP IGP; risultano in aumento anche i quantitativi certificati che arrivano a 95mila litri (+2,0%). In continua crescita il valore all'export – che assorbe circa il 90% dei volumi prodotti – che, con poco più di 881 milioni di euro (+1,8%), esprime circa il 26% del totale delle esportazioni del comparto food a indicazione geografica.

Un'altra filiera dove Modena eccelle è quella dei for-





maggi, con la produzione di Parmigiano Reggiano DOP. Modena è la quinta provincia italiana con un impatto economico di oltre 200 milioni di euro. Modena è al quinto posto anche nella graduatoria provinciale della filiera dei prodotti a base di carne, con un valore di produzione di 64,7 milioni di euro e 7 indicazioni geografiche tra DOP e IGP.

Il nuovo Rapporto Qualivita-Ismea disegna uno scenario di crescita sia dell'agroalimentare sia del vino, dove trova conferma il successo di un modello produttivo che scommette sulla qualità, rispondendo a una domanda che sempre più riconosce e apprezza l'origine come elemento di distintività.

Le opportunità da cogliere? In primo luogo, il rafforzamento delle funzioni assolute dalle produzioni DOP e IGP relativamente alla governance del territorio, anche attraverso il potenziamento della tutela del paesaggio rurale. In secondo luogo, le potenzialità delle produzioni a IG di trainare l'intera agricoltura italiana verso l'innovazione della "qualità" nella tradizione e la capacità di rispondere ai nuovi trend e stili di consumo anticipando allo stesso tempo la risposta a futuri processi socio-economici e ambientali che non potranno prescindere dai cambiamenti climatici, da sviluppo tecnologico, necessità di valorizzazione degli scarti ed economia circolare, riposizionamento dinamico sui mercati mondiali.

Econerre è online



La pubblicazione di cronaca e analisi sull'economia regionale Econerre, promossa da Unione regionale delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna e Regione Emilia-Romagna, è da qualche giorno disponibile on line, grazie ad un progetto finanziato con i fondi POR FESR Emilia-Romagna 2014-2020. Dopo l'esperienza di 22 anni maturata dalla testata diffusa su tutto il territorio regionale, il passaggio dalla carta al digitale dà vita a una piattaforma informativo-economica che punta a un sempre maggiore coinvolgimento da parte degli utenti e delle imprese. L'obiettivo è di fornire un servizio e di entrare in relazione con i lettori attraverso uno strumento caratterizzato da immediata fruibilità e aggiornamento in tempo reale, che consentirà anche la condivisione di contenuti sui social media, favorendo l'interazione.

Il sito web all'indirizzo www.econerre.it è accessibile da qualsiasi device (pc, smartphone e tablet) per garantire una migliore e quindi maggiore fruizione dei contenuti dedicati in modo veloce, intuitivo e utile.

E' anche possibile, su richiesta, ricevere sulla propria e-mail la newsletter quindicinale di Econerre con aggiornamenti sulle principali notizie pubblicate.

Medolla 2020: un quartiere industriale all'avanguardia

Dopo due anni di progettazione, raccolta fondi e lavori lo scorso 3 febbraio è stato inaugurato il nuovo quartiere industriale realizzato grazie al progetto di connessione in fibra ottica e videosorveglianza per le aziende "Medolla 2020".

L'opera, concepita per rispondere alla necessità delle aziende di avere una maggiore velocità di connessione ad internet ed una maggiore sicurezza del comparto, al momento dell'inaugurazione collegava 29 aziende attraverso più di 6 chilometri di cavi completamente interrati, contenenti a loro volta circa 146 km di fibra ottica capaci di garantire una velocità potenziale di connessione fino a 1000 Mb/sec. I lavori hanno anche reso possibile un sistema di sorveglianza collegabile alla rete in progetto nell'Area Nord.

Una realizzazione che nel complesso ha comportato un costo complessivo di quasi 300.000 euro, alla quale ha contribuito anche la Camera di Commercio di Modena con il "Bando per la concessione di contributi a fondo perduto alle imprese dell'area artigianale-industriale del comune di Medolla per l'attivazione di una connettività in fibra ottica a banda ultralarga". Il Comune di Medolla ha sostenuto più di metà del costo, inoltre hanno collaborato AIMAG e NETandWORK, la società che si è occupata della cablatura e fornisce connessione ed altri servizi.

Attenzione ai bollettini ingannevoli

Si informa che si sono riscontrati frequenti casi di ricezione da parte delle imprese di bollettini di pagamento o richieste di iscrizione a registri, portali o piattaforme su Internet inviate da soggetti che nulla hanno a che vedere con la Camera di Commercio.

Queste richieste non riguardano in alcun modo l'esazione del diritto annuale, che le aziende devono corrispondere all'ente camerale per l'iscrizione al Registro Imprese, che rappresenta l'unico registro pubblico informatico ufficiale delle imprese italiane, archivio istituzionale istituito dalla legge presso le Camere di commercio.

Il diritto annuale può essere pagato unicamente con il Modello F24. La Camera di Commercio pertanto non spedisce bollettini di pagamento alle imprese e raccomanda quindi di prestare la massima attenzione a tutto ciò che esse ricevono in proposito, con ogni mezzo (fax, email, posta, telefonate ecc.).

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha stabilito che tali comportamenti costituiscono pratiche commerciali scorrette e ha diffuso online un Vademecum anti-inganni. Informazioni: tel. 059 208 800.

Al via un progetto per la mobilità sostenibile

E' on line il sito del progetto MO.SSA. dedicato ad aziende e amministrazioni pubbliche che vogliono candidarsi ad ottenere l'accreditamento attraverso la promozione di iniziative per la mobilità sostenibile nei tragitti casa-lavoro. MO.SSA - Mobilità Sistemica Sostenibile Aziendale - è un progetto ideato da aMo in collaborazione con Camera di Commercio di Modena, Legacoop Estense, Confcooperative Modena, CNA Modena,

FIAB e Legambiente Modena. Il progetto inoltre è patrocinato da Comune di Modena, Unione Terre D'Argine, Unione Comuni Area Nord e Comuni del Distretto Ceramico.



La certificazione biologica approda nel Registro Imprese

Più trasparenza per conoscere meglio un universo in forte espansione. A oggi sono circa 60mila le aziende italiane con certificazione biologica, 24mila delle quali (quasi il 40% del totale) accreditate dal sistema di certificazione nazionale solo negli ultimi tre anni. Da pochi giorni – a seguito dell'intesa tra ACCREDIA, Unioncamere e InfoCamere - la 'mappa' aggiornata degli operatori con certificazione Bio è ancora più accessibile grazie all'inserimento delle informazioni nelle visure rilasciate dalle Camere di Commercio.

La novità rientra nel processo di continuo miglioramento di qualità, completezza e trasparenza delle informazioni presenti nelle banche dati delle Camere di Commercio, perseguito attraverso l'integrazione di informazioni sulle imprese gestite da altre Pubbliche Amministrazioni.

L'Emilia-Romagna è la quinta regione nel panorama nazionale per diffusione di imprese con certificazione bio, ovvero 4.567, una ogni cento, il 7,7% del totale nazionale. Con 584 imprese biologiche Modena è la quarta provincia in regione, dopo Parma, Bologna e Forlì-Cesena. L'incidenza nel modenese è di 7,9 aziende ogni 1000 contro le 9,8 della media nazionale e le 10 su mille della media regionale.

