

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 3
maggio
giugno
2020



CYBER ATTACCO ALLE
AZIENDE E TRUFFE
INFORMATICHE

L'AUTOMOBILE COME
OGGETTO DI CULTO E
SEGNO DI FUTURO

EXPORT: ULTIMI DATI, UN
PORTALE, SUPPORTO E
CONTRIBUTI

ESTATE 2020: IL "GUSTO"
DELLE VACANZE
IN APPENNINO



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Numero 3 maggio-giugno 2020

DOSSIER

2 Industria 4.0, cyber attacco alle aziende e truffe informatiche

INIZIATIVE

5 L'automobile come oggetto di culto e segno di futuro

8 A settembre torna Modena Motor Gallery

10 Moda Makers si rinnova in versione digital

12 Post Covid: finanziamenti per la liquidità

13 Al via il bando cooperazione 4.0

14 Impresa in azione: IIS Meucci sugli scudi

INNOVAZIONE

15 Al via il premio Top of the Pid 2020 Re-start

18 Una spinta all'e-commerce dall'accordo Pid-eBay

18 Modena Smart Life: come il digitale ci cambia la vita

20 Impresa.Italia.it il cassetto digitale dell'imprenditore

EXPORT

21 Patto per l'export: le linee di intervento

23 Digitexport.it: tutte le info per esportare

24 Effetto Covid: diminuisce l'export di Modena nel 1° trimestre 2020

27 Come esportare verso Stati Uniti e Canada

28 Contributi alle imprese per l'export

INDICATORI

29 Manifattura: gli esiti del lockdown a Modena

31 In sofferenza il commercio modenese

33 Le ripercussioni della pandemia sull'economia regionale

36 Occupazione in aumento a Modena nel 2019

37 Turismo in provincia di Modena: un anno di crescita

TIPICITA'

40 Estate 2020: il "gusto" delle vacanze in Appennino

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

Industria 4.0, cyber attacco alle aziende E TRUFFE INFORMATICHE

Un progetto dedicato alle imprese per promuovere la sicurezza informatica, realizzato dal Punto Impresa Digitale in collaborazione con la Cyber Academy di Unimore

Anche la Camera di Commercio di Modena, in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria "Enzo Ferrari" dell'Università di Modena e Reggio Emilia, organizza un ciclo di incontri dedicati alle imprese sul tema della cyber security, che si tiene nei mesi di giugno e luglio 2020 in modalità webconference. L'iniziativa è finalizzata a fornire strumenti di valutazione del grado di sicurezza informatica e metodi di difesa ed è realizzata nell'ambito delle attività del Punto Impresa Digitale, la struttura di riferimento a supporto della digitalizzazione delle imprese prevista dal Piano Nazionale Impresa 4.0 e operante presso la Camera di Commercio.

IL CONTESTO, LE DINAMICHE

La rivoluzione digitale sta modificando radicalmente i sistemi economici, i modelli di business e le modalità di accesso all'informazione. La crisi delle imprese e del Paese, non va posta solo in relazione alle scelte della finanza, ma

nel più ampio scenario di cambiamento economico e tecnologico indotto dalla rivoluzione digitale che è caratterizzata dallo sviluppo pervasivo della rete, dalla disponibilità illimitata di informazioni digitali, da una riformulazione delle specializzazioni produttive e geografiche della manifattura mondiale. In un simile scenario, per il territorio produttivo emiliano, il piano Impresa 4.0 costituisce un'opportunità di consolidamento e di rilancio, così come la pandemia facilita l'adozione di nuovi modelli di lavoro e di sicurezza.

Rispetto ad altri Paesi che stanno affrontando la trasformazione in atto con un approccio evolutivo, l'Italia ha bisogno di discontinuità per superare gli svantaggi competitivi determinati dalle mancate scelte degli investimenti nazionali e aziendali degli anni passati che hanno creato condizioni non idonee alle sfide attuali. L'essenza del piano Impresa 4.0 prevede il supporto finanziario, tecnologico e formativo alla connessione tra macchine produttive,

INDUSTRIA 4.0
CYBER ATTACCO ALLE AZIENDE
E TRUFFE INFORMATICHE
Strumenti di valutazione sul grado di sicurezza della propria impresa e metodi di difesa

tra macchine e prodotti, tra persone e prodotti e, infine, tra clienti e fornitori. Tutto ciò richiede una digitalizzazione di tutte le operazioni aziendali che si devono espandere:

- sia verticalmente, attraverso una diversa gestione delle relazioni funzionali e informative tra i reparti della struttura organizzativa aziendale;
- sia orizzontalmente, attraverso l'intera filiera che collega fornitori, partner, distributori, tra i quali possono essere trasmesse e condivise informazioni senza soluzione di continuità.

INTERNET, DATI E SICUREZZA

Nelle interazioni avanzate con il cliente si possono sviluppare nuovi processi, prodotti e servizi in cui si crea una catena del valore reattiva e proattiva sia esplicita (il cliente in un'ottica B2B o il consumatore in uno scenario B2C può esprimere opinioni e giudizi) sia implicita autorizzando gli strumenti di tracciamento che consentono di generare procedure di reportistica automatica. L'analisi in tempo reale di enormi quantità di dati, (Big Data) che diventano determinanti per affinare le azioni di marketing e di supporto delle aziende, consente di definire meglio i prodotti e di offrire servizi personalizzati in linea con le

esigenze del cliente-consumatore. In un simile scenario proprio dell'Impresa 4.0, non futuribile in quanto già realizzabile e, in alcuni casi, già realizzato con le tecnologie oggi a disposizione, due fattori diventano fondamentali per il business:

- 1) la continuità operativa dei processi aziendali (produttivi, gestionali e di comunicazione) che spesso devono risultare attivi h24;
- 2) la tutela dei dati digitali che, essendo allineati con le componenti tattiche e strategiche del business, acquisiranno sempre più valore.

Di conseguenza, la sicurezza informatica nel contesto dell'Impresa 4.0 va affrontata con determinazione da parte di tutti i ruoli aziendali interni (manager, tecnici e dipendenti in qualsiasi ruolo) e di tutte le componenti esterne (partner, fornitori, manutentori) tenendo conto che è necessario integrare le soluzioni tecnologiche, quelle politiche e gestionali, e soprattutto quelle relative al fattore umano che sta emergendo come il più vulnerabile.

INIZIATIVE PER LA PROTEZIONE DEI DATI INFORMATICI

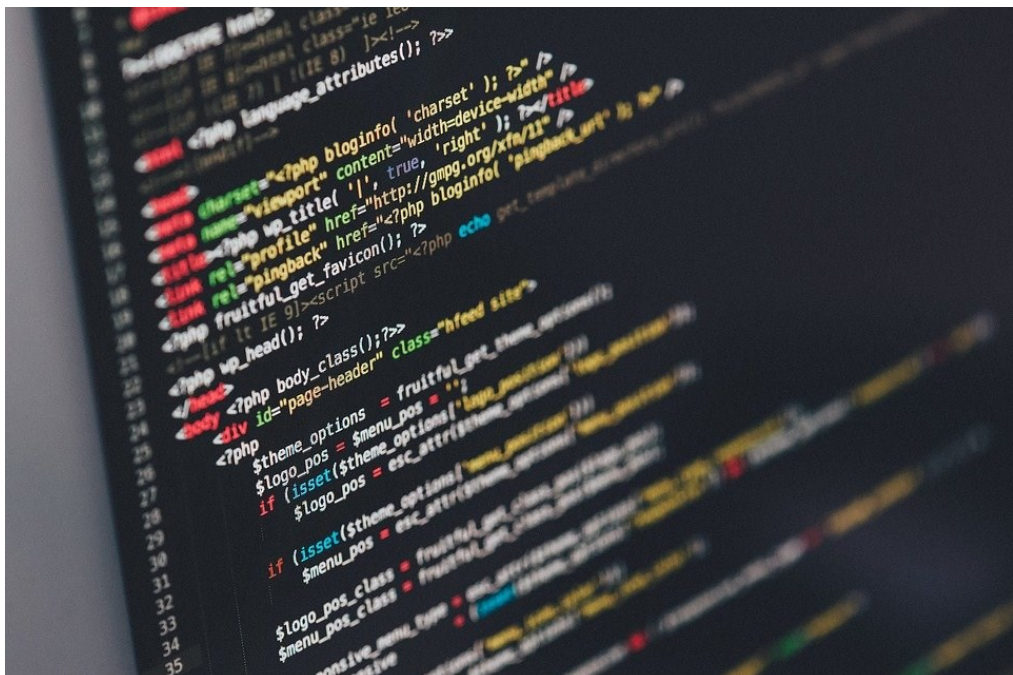
La Camera di Commercio di Modena, in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria Enzo Ferrari di Unimore, intende favorire la transizione

delle imprese verso un'Impresa 4.0 matura che comporti sia la valorizzazione delle opportunità del digitale sia la protezione dai rischi ad esso connessi.

Si propongono due azioni tra loro sinergiche: una prima fase dedicata all'esplorazione del complesso mondo della rete, ai rischi connessi, alla sicurezza dei dati. L'obiettivo è quello di consentire all'interno dell'impresa la nascita di una sensibilità trasversale, che permea le relazioni tra le persone e che rappresenta il massimo livello di sbarramento rispetto alle frodi o truffe informatiche in senso ampio. Dal presidente, all'amministratore delegato, alla direzione aziendale, fino all'ultimo operatore, tutti devono essere coinvolti e addestrati perché - insieme alle dotazioni strumentali hardware di difesa - sia posta la massima protezione ad uno dei fattori produttivi più importanti dell'impresa, il dato. Una seconda fase, tuttora allo studio, sarà dedicata al finanziamento mediante contributi a fondo perduto per l'approntamento delle misure tecniche, formative e strumentali per l'impresa che intende avviare un percorso strutturato di protezione e difesa del dato.

SENSIBILIZZAZIONE E FORMAZIONE

La Camera di Commercio, sulla base



di questi presupposti, ha organizzato un ciclo di sette incontri (Modello 1+2+4) su argomenti di sicurezza nell'Impresa 4.0, in modalità da remoto. Gli incontri partiranno dalla sensibilizzazione sui problemi e sulle soluzioni di massimo livello, presenteranno poi le metodologie di gestione della sicurezza fino ad arrivare a descrivere le principali procedure e tecniche da adottare per migliorare il livello di sicurezza informatica. Il quadro dei relatori è coordinato dal prof. Michele Colajanni, direttore della Cyber Academy dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

Per il vertice aziendale:

- Executive. Il primo incontro, tenuto il 15 giugno 2020, ha avuto come obiettivo il descrivere i principali aspetti del cosiddetto cyberspace e dell'Impresa 4.0, delle minacce che li contraddistinguono, ma anche delle principali vulnerabilità che caratterizzano le aziende del territorio, anche nel nuovo scenario delle opportunità e rischi dello smart working. L'incontro si è concluso con l'analisi degli approcci che si possono e si devono adottare al fine di aumentare il livello di sicurezza con un'ottica orientata alla protezione dell'intero business.

Per la direzione aziendale:

- Manager 1. Analisi di dettaglio delle minacce e delle vulnerabilità, anche a livello di filiera. "Incontra gli hacker".

- Manager 2. Partire dall'analisi dei rischi per motivare i provvedimenti: soluzioni procedurali e tecnologiche. Come organizzare le difese a livello aziendale: analisi delle possibili alternative on premise e in outsourcing. Come scegliere e valutare i fornitori. I pro e i contro del cloud: l'importante è saperlo.

Il ciclo si è tenuto dal 22 al 29 giugno 2020.

Per il personale dedicato:

- Tecnico 1. Gestione delle contromisure preventive per la sicurezza. La separazione, l'autenticazione e la minimizzazione

dei privilegi a tutti i livelli quale approccio, anche cultura-le, alla sicurezza.

- Tecnico 2. Le tecnologie di prevenzione e di riduzione del danno: difendere la rete, i dispositivi fissi e mobili, i dati, il personale.

- Tecnico 3. La sicurezza di filiera: garantire sicurezza e pretendere sicurezza. Utilizzo di canali di comunicazione, di trasmissione e di memorizzazione dati sicuri. La sicurezza nell'ambito industriale: quando la continuità operativa conta più della protezione dei dati.

- Tecnico 4. Le metodologie e le tecnologie per il monitoraggio, per il vulnerability assessment e per la corretta gestione degli incidenti, anche alla luce delle normative vigenti.

I seminari tecnici sono iniziati il 26 giugno e si concluderanno il 17 luglio 2020.

La formazione avviene online sulla piattaforma Google Meet ed è gratuita per le imprese aventi sede o unità locale in provincia di Modena.



L'automobile come oggetto di culto E SEGNO DI FUTURO

Presentata a Torino la Fondazione Gino Macaluso per l'Auto Storica: a 10 anni dalla scomparsa del pilota, imprenditore, designer, inaugurato uno spazio che raccoglie un patrimonio inestimabile

È stata presentata il 16 giugno 2020 la Fondazione Gino Macaluso per l'Auto Storica. Fondata in memoria di Gino Macaluso, per volontà della moglie e della famiglia, la Fondazione ha lo scopo di valorizzare l'automobile come oggetto di culto, capace di coniugare innovazione tecnologica e cultura umanistica, tradizione artigianale e bellezza del design d'avanguardia, influenzando in maniera profonda i costumi e la società del XX Secolo.

La Fondazione è un omaggio a Torino, città natale di Gino Macaluso, che è

stato sportivo e campione Europeo di Rally nel 1972, poi architetto e designer, imprenditore e Cavaliere del Lavoro: pur avendo compiuto la gran parte della carriera e della vita lavorativa in Svizzera e nel mondo, Macaluso era molto legato alla città dell'automobile e dell'innovazione sperimentale. La nascita della Fondazione è segno dell'eredità che Gino Macaluso restituisce alla città, attraverso l'impegno verso i giovani e le nuove generazioni che si avvicinano alla passione per l'automobile, lo sport motoristico, l'innovazione e il car de-

sign.

"L'automobile è stata in tutte le sue declinazioni una grande passione di Gino Macaluso: la missione della Fondazione è rinnovare il suo sentimento per l'automobile, la velocità e la sua bellezza... verso i maggiori musei e istituzioni che rinnoveranno la cultura dell'automobile Made in Italy" ha dichiarato Monica Mailander Macaluso, Presidente della Fondazione Gino Macaluso per l'Auto Storica, che aggiunge "Nel decimo anniversario della scomparsa, Stefano, Massimo, Anna, Margherita ed io





Gino Macaluso

intendiamo realizzare il sogno di Gino e dedicare un tributo alla sua memoria".

La celebre collezione della Fondazione Gino Macaluso è un capitale di storia del rally, che racconta l'epopea delle gare leggendarie, dei grandi piloti, delle automobili più vincenti. La collezione, costruita da Gino Macaluso, è tra le più importanti al mondo ed unica nel suo genere per il palmares delle vetture, il prestigio e l'originalità dei suoi modelli: automobili storiche da gran turismo, da rally, da pista che ripercorrono il periodo dagli anni Sessanta e Novanta del design automobili-

stico e del motorsport, oltre ad aver preso parte ai più importanti eventi mondiali legati alle auto storiche, diventando un punto di riferimento per studiosi, collezionisti e appassionati. Avvalendosi della collezione, la Fondazione intende dare seguito e corpo a quelli che erano il sogno e la passione di Gino Macaluso, che considerava l'automobile "la più intensa delle espressioni della creatività del ventesimo secolo". Partendo dall'esperienza di Gino Macaluso nella professione di designer e della passione per gli oggetti d'arte, la Fondazione intende sviluppare un programma culturale capace

di far dialogare il design automobilistico con le arti moderne e contemporanee.

L'emergenza sanitaria ha imposto una riorganizzazione delle attività per il 2020; annullati gli appuntamenti all'estero e in Italia in primavera-estate, la Fondazione Gino Macaluso parteciperà ad alcuni tra i più importanti eventi automobilistici a partire dall'autunno: il Milano Monza Open Air show, in programma tra l'autodromo di Monza e la metropoli lombarda dal 29 ottobre al 1 novembre, e Goodwood Festival of Speed a luglio 2021. A dicembre 2020, le automobili della Fondazione





Gino Macaluso saranno protagonisti di "The Golden Age of Rally - Le grandi sfide", una grande mostra sulla storia dei campionati mondiali di rally, che inaugurerà a Torino al MAUTO-Museo Nazionale dell'Automobile (3 dicembre 2020 – 9 maggio 2021); a seguire l'esposizione si muoverà per un road show tra l'Europa, gli Stati Uniti e il Giappone. Le prime tappe previste sono al Louwman Museum a L'Aia e Autoworld a Bruxelles. Sempre in autunno, in occasione dei 10 anni della scomparsa di Gino Macaluso, sarà pubblicato il volume "Mac-la Fondazione Gino Macaluso per l'Auto Storica" dedicato all'uomo, al pilota e all'imprenditore, con tante testimonianze, edito da Rizzoli. La Fondazione ha inaugurato il rinno-

vato spazio alle porte di Torino: un'autentica wunderkammer, una "camera delle meraviglie" dedicata alla storia dell'automobile, dove sono conservati i gloriosi esemplari del motorsport, insieme all'officina per il restauro dell'auto storica, l'archivio e la biblioteca dell'automobile.

La cerimonia di inaugurazione è stata celebrata con un dialogo online tra Monica Mailander Macaluso, Presidente della Fondazione, insieme a Stefano, Massimo, Anna e Margherita Macaluso, figli di Gino Macaluso, connessi dalla rinnovata sede della Fondazione, e illustri ospiti del mondo dell'automobile: Lord Charles Richmond, Duca di Richmond e Gordon e promotore dei più importanti eventi di auto d'epoca al mondo, il presidente

dell'ACI-Automobile Club d'Italia Angelo Sticchi Damiani, membro dell'advisory board della Fondazione, come l'Ing. Paolo Cantarella, Presidente Commissione Auto Storiche ACI e FIA, Stefano Domenicali, CEO Lamborghini e il campione del mondo di rally Miki Biasion.



A settembre torna MODENA MOTOR GALLERY

Nel fine settimana del 26-27 settembre 2020 passato e futuro del motorismo si incontrano nel cuore della Motor Valley, con l'obiettivo di creare il giusto mix tra cultura, passione e business nell'ambito dei motori d'epoca

Nel weekend del 26-27 settembre a Modena Fiere si terrà l'ottava mostra mercato di auto e moto d'epoca Modena Motor Gallery, salotto buono per tutti gli appassionati del motorismo d'epoca, dove acquistare memorabilia, editoria, ricambi o incontrare personaggi che hanno fatto la storia del motorismo sportivo.

Dopo il successo della settima edizione che ha visto la partecipazione di 11.000 visitatori, nonostante una stagnazione del mercato a livello europeo e un atteggiamento più "guardingo" da parte dei compratori, la macchina organizzativa per Modena Motor Gallery 2020 si è messa in moto. L'alta qualità delle vetture in esposizione ed il pregio delle mostre realizzate annoverano l'evento come tra i più importanti in

Italia nel settore.

Oltre 360 espositori, 1.200 auto e moto storiche, 18 tra Club, Registri Storici e Musei, una intera corsia di 500 metri con i più autorevoli artigiani sono i numeri della kermesse, che non a caso si tiene a Modena, una terra ricca di passione per i motori, e fucina di meccanici, ingegneri, battilastra e carrozzai. L'identità con il territorio continuerà a trasparire in ogni aspetto dell'esposizione ed in particolare attraverso la presenza dei Musei Ferrari di Modena e Maranello, le collezioni private di Righini, Panini, Pagani il Museo Lamborghini, presenti nell'ultima edizione.

Accanto allo spazio commerciale, verranno allestite le consuete mostre.





ALFA ROMEO – 110 ANNI DI LE AUTO DEL FUTURO STORIA

Il 24 giugno 2020 il marchio Alfa Romeo ha festeggiato 110 anni. Per celebrare l'evento, verranno esposti in galleria alcuni esemplari della Casa milanese insieme a testimonianze, materiale iconografico e video. La mostra è realizzata in collaborazione con il noto collezionista Mario Righini e il Museo Storico Alfa Romeo di Arese.

Oltre alle mostre tradizionali, anche quest'anno Modena Motor Gallery volge lo sguardo al futuro proponendo la seconda edizione di una mostra che nel 2019 ha suscitato grande curiosità e interesse. Si tratta di modelli e prototipi di auto del futuro basati su innovazione e design. Una mostra visionaria e innovativa che anticipa cosa potrà accadere nei prossimi anni.

LE AUTO D'EPOCA DEI PERSONAGGI FAMOSI

Auto e personaggi famosi: un connubio affascinante che prende forma nella mostra dedicata alle auto d'epoca appartenute a grandi personalità del passato. Pezzi unici e di valore, arricchiti dalla storia di chi le ha possedute o guidate, come la Triumph TR 3A guidata da Marcello Mastroianni nel film "La Dolce Vita" di Fellini o la Cisitalia 202 Cabriolet utilizzata dall'attrice Isabella Rossellini.

Moda Makers si rinnova IN VERSIONE DIGITAL

In corso l'edizione 2020 dell'evento di Carpi Fashion System, vetrina delle aziende del distretto moda

L'epidemia di COVID-19 non ferma Moda Makers, la manifestazione delle PMI del tessile-abbigliamento divenuta ormai un appuntamento fisso a Carpi: grazie a un significativo sforzo organizzativo, compiuto dagli enti promotori – Carpi Fashion System e il Consorzio Expo Modena – al fine di poter consentire alle 36 aziende partecipanti di mostrare le proprie collezioni per la Primavera/Estate 2021 nonostante l'epidemia di COVID-19 abbia bloccato i viaggi a livello mondiale, in appena due mesi è stata ideata e creata un'apposita piattaforma web che, a partire dal 18 giugno 2020, ha consentito di avviare la prima edizione di Moda Makers Digital.

Si tratta di una versione completamente digitale della manifestazione, che consentirà ai compratori di tutto il mondo, che nelle otto edizioni passate convergevano fisicamente a Carpi per la tre giorni di esposizione, di prendere

visione dei campionari – che comprendono articoli di confezione, maglieria, tagliato, camiceria e capispalla – senza spostarsi dai propri Paesi, perché potranno accedere, con un sistema che garantisce la sicurezza sia dell'espositore che dell'acquirente, a un portale online concepito per consentire alle aziende di mostrare le proprie creazioni, entrare in contatto con i clienti e ricevere ordini.

Per garantire la massima sicurezza possibile per le aziende, l'ente organizzatore si riserva di verificare la natura dei visitatori, per sincerarsi che realmente si tratti di attività rivolte all'acquisto di abbigliamento quali grossisti, diffusioni moda, agenti di commercio, negozi o catene di negozi specializzati.

Ulteriore caratteristica di Moda Makers Digital, è quella di prevedere diversi livelli di visibilità del campionario di ogni azienda: saranno infatti le stesse

imprese a decidere quanti elementi del proprio campionario mostrare a ogni singolo visitatore e potenziale cliente. Il portale è inoltre concepito per agevolare il rapporto diretto tra azienda espositrice e compratore, i quali, dopo un primo contatto, potranno, se lo riterranno opportuno, interagire senza intermediari. In tal modo prezzi, quantità minime di produzioni e personalizzazione dei singoli capi potranno essere oggetto di trattativa riservata fra acquirente e produttore. In ogni caso, per tutti i mesi di durata della manifestazione, che si concluderà a novembre 2020, quando si svolgerà la prossima edizione di Moda Makers, lo staff organizzativo sarà sempre a disposizione delle aziende e dei clienti.

Le aziende partecipanti sono: Amor, Angela F, Brillante, Cocoba Fashion House, Confezioni Gigi's, Creazioni Graziella, Creazioni Nigi's, Creazioni



MODA MAKERS⁹
DIGITAL

Spring
Summer 2021



In alto e sotto immagini della ottava edizione di Moda Makers

Rosanna & co, Dani Confezioni, Donne da sogno, Emmegi 2, Etc 2.0, Famar, Gi&Di, Gil, Giovani Idee, Il Trifoglio, Incontro, Lea Bruni, Mabal, Maglificio Sofia (Alexander), Make For, Mori Castello, Officina Italia, Paola Davoli, Pioneer, Pour Moi, Roberta Neri, Settepuntozero, Settimocielo, Sorriso, Tabula Rasa, Vezzo, Wal-mode, Yulkis, Zanetti Moda.

Moda Makers Digital è organizzata dal Consorzio Expo Modena per conto di Carpi Fashion System, il progetto di sostegno alle aziende del Distretto promosso anche da CNA, LAPAM-Confartigianato, Confindustria Emilia e Camera di Commercio di Modena, con il determinante contributo di Fondazione CR Carpi.

Carpi Fashion System è il progetto di sostegno alle aziende del Distretto promosso anche da

CNA, LAPAM-Confartigianato, Confindustria Emilia e Camera di Commercio di Modena, con il determinante contributo di Fondazione CR Carpi.

Per ulteriori informazioni consultare il sito internet www.modamakers.it e la pagina Facebook Moda Makers.



Post Covid: FINANZIAMENTI PER LA LIQUIDITA'

Le Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna hanno creato un fondo di 6.500.000 euro per abbattere i costi di accesso al credito a seguito dell'emergenza sanitaria

Le Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna hanno creato un fondo di 6.500.000 euro da destinare, attraverso i Confidi, alle imprese della regione come sostegno immediato alle esigenze di liquidità legate all'impatto delle disposizioni per l'emergenza Covid.

Il Fondo si affianca alle analoghe iniziative promosse dalla Regione Emilia-Romagna, con la quale sono stati sottoscritti, a tale fine, appositi protocolli operativi che sanciscono anche una stretta collaborazione tra i due sistemi nella gestione delle azioni e nella esecuzione dei controlli.

Il Fondo camerale regionale è dedicato per 5.850.000 euro (che si aggiungono ai 10 milioni già stanziati dalla Regione) alle imprese di tutti i settori, con esclusione di quelle agricole per le quali è previsto un ulteriore intervento ad hoc, che abbiano una delibera di concessione di un finanziamento, successiva al 23 marzo 2020, fino ad un massimo di 150 mila euro con concessione di una garanzia fino al 90% del finanziamento stesso.

E' prevista una durata massima del finanziamento, di cui una parte in ammortamento, ed il regime di aiuto è quello previsto di maggior favore per le imprese come riportato dal Quadro Temporaneo.

Il contributo massimo, che si prefigura in ultima istanza come un rimborso ex ante del TAEG, è previsto in 15 mila euro ed ha l'obiettivo di dotare l'impresa di liquidità immediata.

Le risorse stanziati da ciascuna Camera di commercio saranno destinate alle imprese del territorio di competenza della Camera stessa.

La Camera di Modena ha stanziato per tale fondo la somma di 900 mila euro (oltre a 100 mila per il settore agricolo). Sul sito www.mo.camcom.it alla voce Promozione – Incentivi pubblici è presente il bando e l'elenco dei Confidi ammessi ai quali le imprese possono presentare le domande di contributo.



Al via il bando

COOPERAZIONE 4.0

Prevede contributi alle società cooperative di Modena per favorire l'adozione e lo sviluppo di tecnologie digitali e innovazioni tecnologiche, organizzative e sociali per proiettare l'impresa verso la digital transformation

Anche nel 2020 la Camera di Commercio ha voluto continuare nell'azione di supporto alla digitalizzazione del mondo cooperativo modenese con un bando che eroga contributi alle società cooperative di qualunque tipologia aventi sede legale nella provincia di Modena finalizzati a favorire l'adozione e lo sviluppo di tecnologie digitali e la creazione di competenze necessarie ad avvicinare sempre più le cooperative a percorsi di trasformazione digitale, che introducano innovazioni tecnologiche, organizzative e sociali in ottica di Impresa 4.0.

Il contributo è fissato nella misura del 50% delle spese ammissibili, fino ad un massimo di 3.500 € per ciascuna società cooperativa. Sono comprese le spese sostenute da gennaio a ottobre 2020, con la novità di quest'anno che riguarda l'ammissione a contributo dei costi per l'introduzione dello smart

working. Le domande telematiche possono essere inviate sino al 31 luglio 2020.

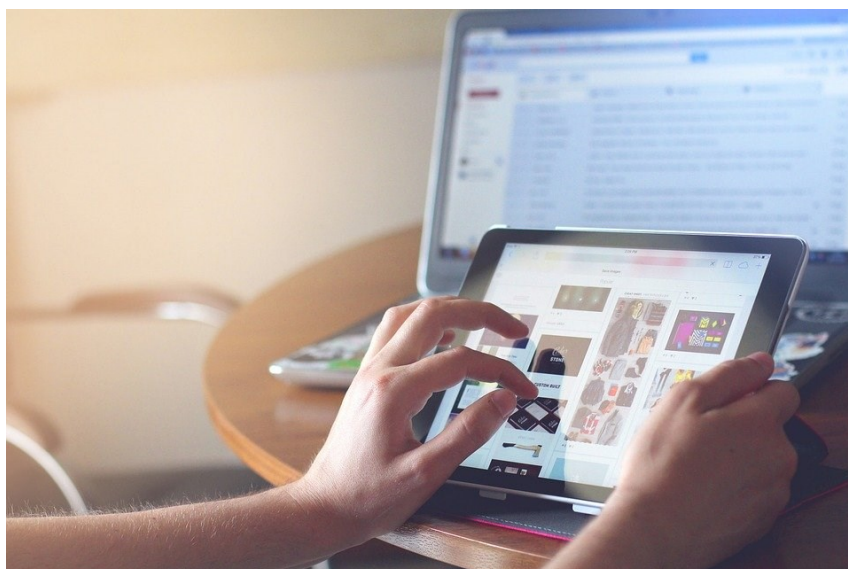
INTERVENTI AMMESSI

- a) Soluzioni informatiche per la digitalizzazione e introduzione di nuovi applicativi gestionali;
- b) introduzione di sistemi di controllo di gestione e implementazione di modelli organizzativi adeguati;
- c) misure di innovazione digitale I4.0 previste negli allegati A e B della legge 11 dicembre 2016, n. 232 e s.m.i., inclusa la pianificazione o progettazione dei relativi interventi;
- d) servizi di consulenza e/o formazione destinate a dipendenti e soci della cooperativa focalizzati sulle nuove competenze e tecnologie digitali di cui ai punti a), b) e c);
- e) servizi di consulenza relativi

all'assessment iniziale dei processi produttivi/organizzativi dell'azienda in chiave Impresa 4.0;

f) strumenti e piattaforme (inclusa la consulenza di tipo organizzativo e tecnologico) per abilitare il lavoro da remoto e lo smart working in azienda oltre ad incentivare e promuovere le buone prassi per limitare il contagio.

Vi è la possibilità di rendicontare spese che riguardino più tipologie di interventi.



Impresa in azione: IIS MEUCCI SUGLI SCUDI

Menzione speciale a Ekological JA nella selezione regionale della competizione promossa da Junior Achievement Italia

Ancora una menzione speciale per una scuola le giovani generazioni.

modenese nel premio nazionale di "Impresa in azione": il merito va alla Ekological JA, la mini-impresa della classe 3K dell'Iis Meucci di Carpi che commercializza borracce di alluminio ecosostenibili con l'intento di abbattere il consumo di plastica nella scuola e non solo. Animati da valori etici, hanno puntato sulla sostenibilità ambientale, uno dei driver dello sviluppo attuale e futuro. Per questo il gruppo di studenti è stato premiato con la "menzione speciale" nella selezione regionale del 20 maggio 2020.

"Impresa in azione" è il più diffuso programma di educazione imprenditoriale realizzato in Italia per gli studenti delle scuole secondarie di II grado, promosso da Junior Achievement, al quale ogni anno aderisce la Camera di Commercio di Modena promuovendo la partecipazione degli Istituti modenesi per diffondere lo sviluppo della cultura imprenditoriale tra

JA è una associazione non profit dedicata all'educazione economico-imprenditoriale nella scuola. Da più di 16 anni attraverso "Impresa in azione" aiuta i giovani a sviluppare quel mix di abilità trasversali quali spirito d'iniziativa, assunzione di responsabilità, teamworking, perseveranza, creatività, negoziazione, fiducia in sé stessi che, uniti a competenze di tipo economico-finanziario, costituiscono le basi per affacciarsi all'attività imprenditoriale.



Al via il premio

TOP OF THE PID 2020

RE-START

Seconda edizione dell'iniziativa promossa dalla rete dei Punti Impresa Digitale delle camere di commercio italiane per conferire un riconoscimento a progetti innovativi d'eccellenza in ambito digitale

Riparte Top of the PID, l'iniziativa organizzata e promossa da Unioncamere nell'ambito delle attività realizzate e dei servizi offerti alle imprese dai "PID - Punti Impresa Digitale" delle camere di commercio. Considerato il periodo di post-emergenza sanitaria legato alla diffusione del Covid-19 e al conseguente "lockdown" imposto a livello nazionale, questa edizione del Premio si pone l'obiettivo di individuare progetti di innovazione digitale che possano aiutare le imprese nella ripartenza economica e di favorirne la diffusione creando nuove opportunità di sviluppo

imprenditoriale.

GLI OBIETTIVI DEL PREMIO

Il Premio ha l'obiettivo di individuare e valorizzare le MPMI - Micro, Piccole e Medie imprese italiane (di seguito imprese) che hanno realizzato, o stanno realizzando, progetti di innovazione digitale che possano agevolare le imprese a garantire la continuità operativa nel nuovo scenario produttivo che si è venuto a creare a seguito della diffusione del Covid-19 e che possano essere adattabili e trasver-



sali ai diversi settori produttivi. In particolare, saranno premiate le singole imprese o i gruppi di imprese, che hanno realizzato o stanno realizzando progetti di innovazione digitale in uno dei seguenti ambiti:

Circular economy (progetti capaci di traguardare modelli produttivi sostenibili es. energia sostenibile, economia circolare, prodotti sostenibili);

Manifattura Intelligente e Avanzata (soluzioni per garantire la continuità operativa, il distanziamento e la sicurezza dei lavoratori nelle fabbriche e negli ambienti di lavoro artigianali e industriali attraverso le tecnologie 4.0);

Sociale (progetti relativi agli ambiti della salute, del biomedicale, dei servizi e della cultura prodotti a sostegno dello sviluppo di smart cities, sicurezza e inclusione, ecc.);

Servizi, Commercio, Distribuzione e Turismo (soluzioni digitali per favorire l'erogazione dei servizi a distanza, l'e-commerce, il delivery, la gestione del turismo nella fase post emergenziale attraverso l'utilizzo delle tecnologie 4.0 ecc.);

Nuovi modelli di business 4.0 (riprogettazione dei processi organizzativi dell'impresa per garantire la continuità operativa e la sicurezza dei lavoratori nell'ambito delle nuove disposizioni legate all'emergenza sanitaria);

Competenze digitali (progetti e/o iniziative per favorire l'aggiornamento o la riqualificazione dei lavoratori su tematiche connesse al

digitale al fine di facilitare l'introduzione di nuove tecnologie o prassi operative nelle imprese.

LE NOVITA' DELL'EDIZIONE 2020

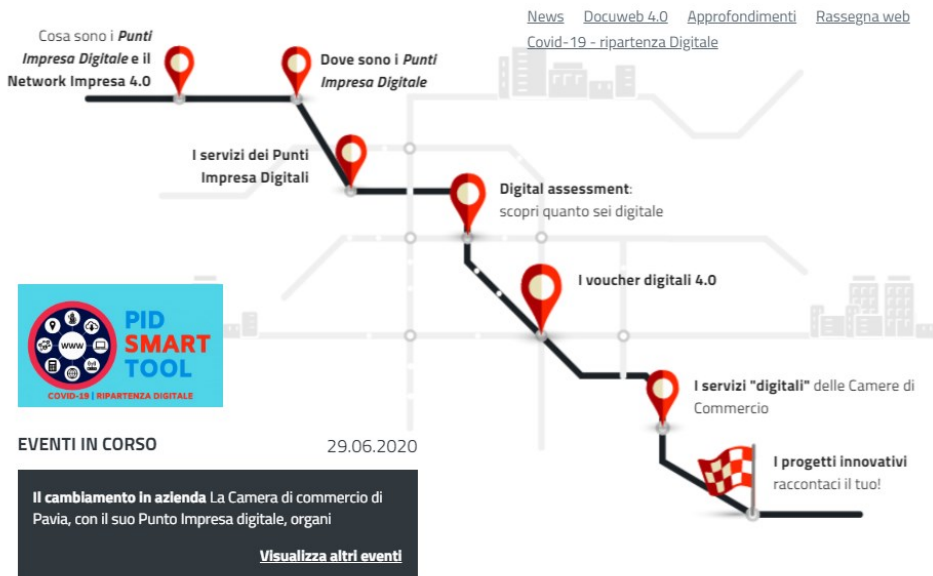
Rispetto alla precedente edizione sono da evidenziare le seguenti novità:

- estensione degli ambiti di candidatura dei progetti al tema delle competenze digitali (progetti e/o iniziative per favorire l'aggiornamento o la ri-qualificazione dei lavoratori su tematiche connesse al digitale al fine di facilitare l'introduzione di nuove tecnologie o prassi operative nelle imprese);
- possibilità di allegare un video di descrizione del progetto, purché corrispondente nei contenuti e nelle specifiche a quanto riportato nel Regolamento;
- possibilità nel corso della valutazione delle candidature di individuare progetti di innovazione ai quali dare immediata visibilità, anche prima del termine delle valutazioni, attraverso i social media nazionali al fine di favorire la loro diffusione e applicazione tra le imprese nella fase di ripartenza.

LE OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE VINCITRICI

Partecipare all'iniziativa offre alle imprese vincitrici di beneficiare delle seguenti opportunità:

- una consulenza personalizzata sui temi relativi alla digitalizzazione della propria





impresa (o del proprio progetto in caso di gruppi di imprese), avvalendosi dei professionisti e dei servizi messi a disposizione dalla rete dei PID - Punti Impresa Digitale delle Camere di commercio;

- partecipare alle attività di media relation dedicate a "Top of the PID" per ottenere l'attenzione dei media sul proprio progetto innovativo;
- pubblicare un video o una video-intervista sui canali social nazionali del progetto (Facebook: @PuntoImpresaDigitale; Twitter: @PID_CamCom), sul portale dei PID - Punti Impresa Digitale www.puntoimpresadigitale.camcom.it e sui canali di comunicazione della Camera di commercio locale;
- partecipare alla cerimonia di premiazione e alla consegna della targa-premio che avverrà nell'ambito di una manifestazione nazionale dedicata ai temi dell'innovazione e del digitale alla presenza di giornalisti e esperti del settore; la cerimonia di premiazione potrà avvenire in presenza o, in caso di impossibilità, da remoto tramite webinar o streaming.

COME PARTECIPARE

Sul sito della Camera di Commercio di Modena alla voce Promozione, Punto Impresa Digitale è possibile prendere visione del Regolamento del premio - Edizione 2020 e scaricare la domanda di adesione. Le candidature potranno essere inviate alla mail dedicata premio-pid@unioncamere.it entro il 4 settembre 2020. L'individuazione delle imprese vincitrici avverrà entro il 19 ottobre 2020.

PID SMART TOOL

Sul portale nazionale dei PID <https://www.puntoimpresadigitale.camcom.it/> sono raccolte le iniziative realizzate per favorire la continuità operativa delle imprese durante l'emergenza sanitaria e quelle che si stanno realizzando per supportare le imprese ad affrontare al meglio le nuove modalità di gestione del lavoro e favorire la ripartenza dopo il lockdown.

Una spinta all'e-commerce

DALL'ACCORDO PID- EBAY

Siglato un protocollo d'intesa tra il marketplace e il sistema camerale per promuovere l'accesso delle PMI al commercio elettronico

EMILIO BENASSATI
ELISA DELLAMARIA

La Camera di Commercio di Modena, al fine di favorire l'attivazione di sistemi di e-commerce per le micro e piccole imprese, aderisce all'iniziativa curata da eBay: un percorso che include attività di formazione, assistenza e condizioni agevolate per le imprese nella commercializzazione online dei prodotti.

Questa iniziativa di supporto fa parte delle attività del Punto Impresa Digitale di Modena, impegnato a promuovere e agevolare il percorso di digitalizzazione delle MPMI di Modena e provincia.

L'e-commerce, affiancato alle forme di vendita tradizionali, può rappresentare un'opportunità concreta di innovazione per le imprese del comparto manifatturiero, del commercio e dei servizi.

Per quanto riguarda la formazione alle imprese, eBay metterà a disposizione delle aderenti al progetto attività formative e assistenza specifica al fine di favorire l'apertura e la gestione dei negozi sulla piattaforma, fruibili attraverso webinar e documenti messi a disposizione a tal scopo.

Oltre a offerte commerciali vantaggiose e alla possibilità di partecipazione ad eventi di promozione per gli aderenti all'iniziativa eBay-Camere di Commercio, sarà messo a disposizione un supporto tecnico attraverso un esperto di eBay con casella mail dedicata. Per maggiori informazioni sull'iniziativa è possibile consultare il sito della Camera di Commercio (www.mo.camcom.it) e del Punto Impresa Digitale (<https://www.mo.camcom.it/promozione/punto-impresa-digitale>). Per essere sempre aggiornati sulle iniziative della Camera di Commercio di Modena si consiglia l'iscrizione alle newsletter al seguente link: <https://www.mo.camcom.it/newsletter/iscrizione-newsletter>

Modena Smart Life

COME IL DIGITALE CI CAMBIA LA VITA

Confermata l'edizione 2020 che si terrà a settembre. La Camera di Commercio è tra i promotori

Modena Smart Life rinnova l'appuntamento per una edizione, la quinta, del tutto speciale: sperimenta infatti una formula completamente digitale con eventi online.

Il 25 e il 26 settembre saranno due giorni caratterizzati da interventi, contributi, collegamenti ed esperienze non stop e online, preceduti nell'arco della settimana da laboratori, dimostrazioni, letture per avvicinare ai temi scelti nel programma.

Un evento quindi caratterizzato da iniziative, conferenze e installazioni per comprendere i cambiamenti che le tecnologie digitali portano nei vari ambiti di attività del genere umano.

In particolare quest'anno il festival

della cultura digitale farà il punto su come la Rete e le tecnologie hanno trasformato, aiutato, supportato il periodo di forzato distanziamento fisico legato alla pandemia.

Sarà occasione di confronto su come le città, i territori, le istituzioni hanno saputo rispondere, grazie alle capacità di innovazione, a una situazione inedita e complicata come quella che stiamo vivendo in questi mesi.

La Camera di Commercio di Modena, tra i promotori della manifestazione, propone due appuntamenti. Il primo, realizzato in collaborazione con Forum PA e il Comune di Modena è una tavola rotonda sul tema dei nuovi modelli di lavoro agile nella PA, che sarà analiz-

zato attraverso un confronto fra esperienze. Parteciperanno, oltre agli enti organizzatori, esponenti della Provincia autonoma di Trento e della Regione Veneto.

Il secondo evento è uno speech di Guido Caselli, vicesegretario di Unioncamere Emilia-Romagna, sul futuro del mondo economico partendo dall'analisi dei trend attuali.

Informazioni e programma su: www.modenasmartlife.it



quinta edizione

IL FESTIVAL DELLA CULTURA DIGITALE 2020

Modena 25/26/27 settembre

NETWORK
vivere
connessi

www.modenasmartlife.it

Impresa.Italia.it

IL CASSETTO DIGITALE DELL'IMPRESINDITORE

In provincia di Modena sono oltre 6 mila le adesioni al servizio delle Camere di Commercio che consente ai legali rappresentanti di accedere alle informazioni ed ai documenti ufficiali della propria impresa

Impresa.Italia.it è il servizio digitale gratuito delle Camere di Commercio che consente di avere a portata di clic, anche in versione mobile, tutti i documenti della propria impresa come visure, atti, bilanci, stato delle proprie pratiche e molte altre informazioni. Tra queste, si segnala la possibilità di accesso alle proprie fatture elettroniche, per coloro che hanno aderito al servizio gratuito di fatturazione elettronica offerto dal sistema camerale attraverso il portale fatturaelettronica.infocamere.it.

Impresa.Italia.it è un servizio diffuso e apprezzato. In provincia di Modena quasi una impresa su dieci ha già aperto il proprio Cassetto digitale, infatti le adesioni al 20 maggio 2020 hanno raggiunto la quota

di 6.643 imprese. In Italia si sono superate le 624 mila adesioni.

La Camera di Commercio invita tutti gli imprenditori che non hanno ancora aderito a scoprire le funzionalità del servizio sul portale dedicato.

Il legale rappresentante di ogni impresa può accedere a Impresa.Italia.it con SPID o CNS. Chi ne fosse sprovvisto può richiedere un appuntamento all'Ufficio Firma Digitale tel. 059 208340.

impresa·italia·it

il cassetto digitale dell'imprenditore

ACCEDI



I DOCUMENTI UFFICIALI DELLA TUA IMPRESA A PORTATA DI TOUCH

Patto per l'export: LE LINEE DI INTERVENTO

Il Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione Internazionale individua le linee strategiche per il rilancio delle esportazioni

MARZIA PINELLI

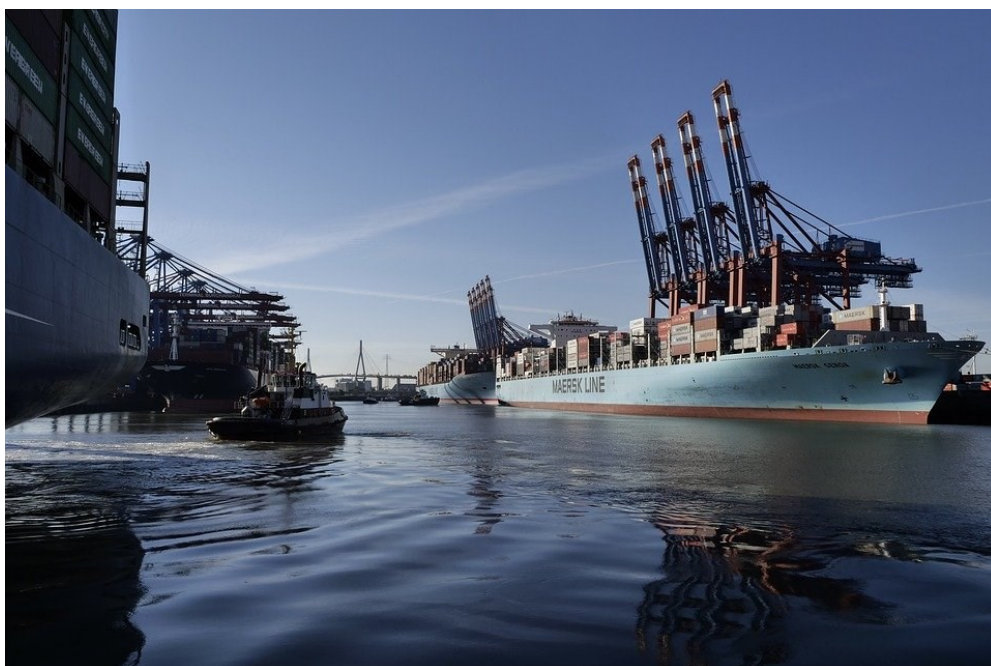
In data 8 giugno 2020 è stato firmato alla Farnesina il “Patto per l'Export”, un documento strategico del Maeci contenente le linee di intervento in materia di promozione del “Made in Italy” e di rilancio delle nostre esportazioni sui mercati esteri, alla luce dell'attuale contingenza economica e sanitaria.

Il Piano è stato sottoscritto dai Ministri che fanno parte della Cabina di Regia, dalle Regioni, dalle associazioni di categoria e dalle rappresentanze del mondo imprenditoriale, dalle Banche, dalla Cassa Depositi e Prestiti, da Sace e Simest, dall'Ice, oltre che dall'Unioncamere.

Attraverso un dialogo con i 12 Tavoli settoriali, uno per ciascuna categoria economica significativa dell'export italiano, è stato messo in luce un quadro di criticità variegato ed è emersa una comune richiesta di coordinamento, trasparenza, chiarezza d'intenti e tempestività.

Il rilancio economico del paese e la sua rinnovata affermazione sui mercati internazionali passano attraverso l'adozione di strategie commerciali e modelli innovativi; il patto per l'export individua sei pilastri strategici sui quali costruire nei prossimi mesi le azioni necessarie:

Comunicazione, con la realizzazione di campa-



gne di comunicazione strategica e integrata a favore del made in Italy e di tutte le nostre filiere, della loro qualità e sicurezza, promuovendo la conoscenza estesa dell'Italia, del suo territorio e delle sue eccellenze in tutti i settori;

Promozione integrata, per coniugare in una logica di sistema le eccellenze del made in Italy nei diversi profili, economico, culturale, scientifico e tecnologico, per massimizzare l'impatto dell'azione promozionale e contribuire a veicolare un'idea di Italia i cui punti di forza tradizionali si affianchino all'innovazione, alla tecnologia, alla bellezza e alla qualità;

Formazione/informazione, per facilitare e incentivare l'accesso della più ampia platea di PMI, anche non ancora esportatrici, all'intera gamma di strumenti pubblici a sostegno dell'internazionalizzazione;

E-commerce, per sfruttare a pieno le opportunità che la rivoluzione digitale offre, aumentando le intese con le piattaforme internazionali di commercio elettronico e facilitando l'accesso delle PMI alle piattaforme medesime;

Sistema fieristico, rafforzando la partecipazione delle PMI alle Fiere internazionali in calendario in Italia, l'ammodernamento del sistema fieristico tradizione favorendone la digitalizzazione;

Finanza, con il potenziamento delle risorse pubbliche destinate all'offerta di finanziamenti a tassi agevolati e sistemi di garanzia, assicurandone il completo ed efficiente utilizzo da parte del sistema imprenditoriale.

Al sistema camerale italiano e alla rete delle Ca-

mere di commercio Italiane all'Estero è riconosciuto un richiamo specifico insieme alla rete diplomatico-consolare e a quella degli uffici di ICE-Agenzia per mettere in campo le diverse azioni previste per le imprese.

In occasione della firma del Patto per l'export è stato presentato l'e-book "Export: una guida per partire", che è possibile consultare sul sito della Farnesina. Si tratta di uno strumento volto a favorire in maniera semplice e immediata l'accesso alle informazioni sui servizi che il sistema pubblico offre alle imprese, una sorta di "istruzioni per l'uso" verso i mercati esteri.

In particolare, sono illustrati, per ogni fase, i principali strumenti, le iniziative e i servizi reali a cui può accedere l'impresa, sia a livello centrale sia a livello territoriale, in termini di formazione, informazione, orientamento e supporto finanziario. Tra questi, è stato dato spazio alle iniziative camerale di dimensione nazionale (a partire dal Progetto SEI), alla presenza delle CCIAA e delle Unioni regionali a livello territoriale, alla rete delle Camere di commercio Italiane all'Estero.



Digitexport.it:

TUTTE LE INFO PER ESPORTARE

Un portale informativo dedicato alle imprese esportatrici e a quelle che intendono avviare un percorso di internazionalizzazione

ELISABETTA SILVESTRI

DigiT Export è un progetto realizzato dalla Camera di commercio di Milano, Monza Brianza, Lodi e Promos Italia, la struttura nazionale del sistema camerale a supporto dell'internazionalizzazione, per fornire alle imprese strumenti innovativi per accrescere la competitività sui mercati internazionali sfruttando le potenzialità della digitalizzazione.

Il portale offre gratuitamente informazioni e servizi utili a un'internazionalizzazione digitale di successo. In primis, si può trovare un'ampia mappatura dei marketplace b2b e b2c di tutto il mondo, suddivisa per settori merceologici e per mercati di interesse, che permette ad ogni operatore di individuare e selezionare la piattaforma e-commerce più adatta su cui commercializzare il proprio prodotto.

Sul portale si possono anche consultare articoli dei più autorevoli esperti e dei principali player internazionali del web, caricati quotidianamente, per un aggiornamento tempestivo sulle ultime novità provenienti dall'universo 4.0. Tra i contenuti di questa sezione si possono trovare ad esempio nozioni su

come comunicare al meglio i propri prodotti o su come affermarsi sul mercato facendo attività di branding.

Quando si esporta è indispensabile conoscere a fondo i mercati di riferimento: il motore di ricerca di Digitexport consente di ottenere tutte le informazioni necessarie, aggiornate periodicamente, soltanto scrivendo il nome di un prodotto o di un paese.

Il progetto offre inoltre un ampio programma di webinar informativi integrato con servizi che garantiscono alle imprese un supporto personalizzato in tutte le fasi del processo di internazionalizzazione digitale.

Per consentire agli imprenditori di farsi una idea più precisa rispetto al focus della propria attività di export, è in fase di sviluppo il servizio Digit Expert che dà la possibilità di fissare un appuntamento con un esperto ed avere una consulenza personalizzata online di mezz'ora.

I partner dell'iniziativa sono: l'Osseatorio Digitale del Politecnico di Milano, Netcomm, Dintec, Sace Simest, Aice Associazione Italiana Commercio Estero. Tra i partner tecnici anche Google

che ha realizzato una versione di Google Market Finder ad hoc per la piattaforma di Promos Italia.

Il Covid ha accentuato nelle imprese l'interesse per il digitale. In questo periodo in cui sono state annullate fiere e manifestazioni internazionali, con forti limitazioni ai viaggi, le imprese hanno compreso subito la necessità di trovare nuovi strumenti per avviare, mantenere e consolidare rapporti con controparti estere. Mai come ora ai promotori è apparso opportuno investire su questo programma.

Effetto Covid:

DIMINUISCE L'EXPORT DI MODENA NEL 1° TRIMESTRE 2020

Maggiormente penalizzate le esportazioni di mezzi di trasporto e apparecchi meccanici che insieme rappresentano più della metà delle vendite estere provinciali

Sono già evidenti le ripercussioni della pandemia sulle esportazioni modenesi: lo attestano i dati Istat sul primo trimestre 2020, elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena.

Le esportazioni provinciali da gennaio a marzo ammontano a 3.111 milioni di euro, con una diminuzione congiunturale pari al -7,1% che corrisponde a 238 milioni in meno rispetto a quanto esportato nel quarto trimestre 2019. Di solito si rileva un andamento simile nel terzo trimestre dell'anno per la chiusura estiva degli stabilimenti produttivi.

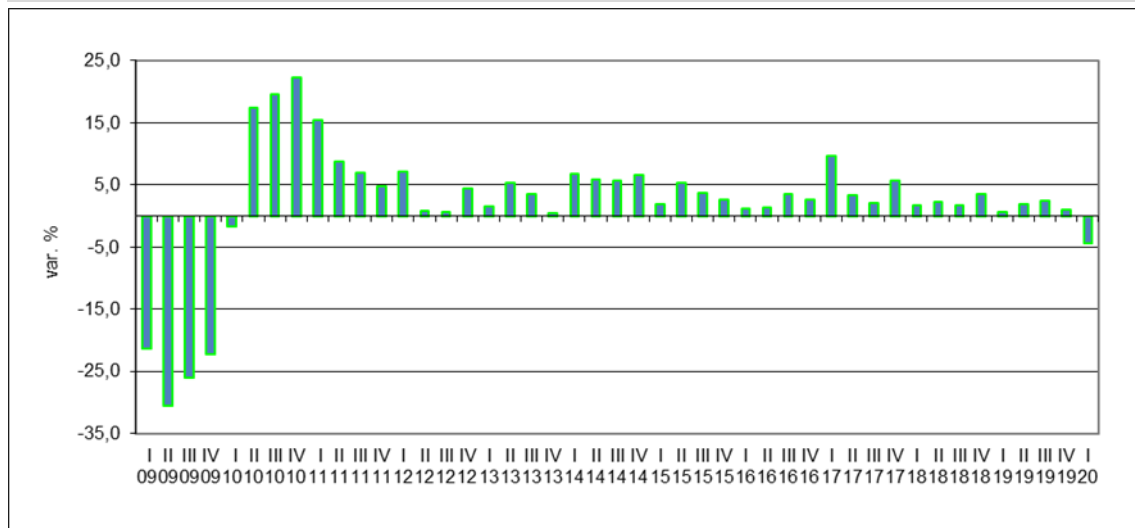
Meno negativo il calo tendenziale (-4,4% rispetto al primo trimestre del 2019), che tuttavia risulta più

pesante sia dell'andamento regionale (-2,4%), sia di quello nazionale (-1,9%), risultato spiegato dalla notevole vocazione all'export della provincia di Modena che basa più del 50% del suo valore aggiunto sulle vendite all'estero.

A livello regionale solamente tre province mantengono un trend positivo: Parma (+9,2%), Ravenna (+1,5%) e Bologna (+1,1%). Tutte le altre risultano in calo, con diminuzioni anche sensibili come Ferrara (-13,7%), Reggio Emilia e Rimini, con un calo del 9,9% per entrambe.

La top ten delle province italiane per valore dell'export vede Milano sempre al primo posto, con un incremen-

Variations % tendenziali dell'export modenese per trimestri dal 2009 al primo trimestre 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat

Esportazioni in provincia di Modena, Emilia-Romagna e Italia

	migliaia di euro		
	I trim. 2019	I trim. 2020	var. %
Modena	3.254.114	3.111.722	-4,4
Emilia-Romagna	16.027.304	15.643.081	-2,4
Italia	114.738.258	112.592.837	-1,9

Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat

to dell'1,3%, unica provincia positiva insieme a Bologna (+1,1%), mentre tutte le altre presentano andamenti tendenziali negativi, in particolare Brescia (-7,5%) e Bergamo (-6,4%). In questo quadro di cali generalizzati, Modena mantiene la nona posizione.

Tuttavia non tutti i settori merceologici risultano in diminuzione, infatti crescono a livello tendenziale le esportazioni del settore agroalimentare (+2,7%) la cui produzione non è stata interessata dal lockdown; in aumento anche il "tessile abbigliamento" (+1,6%) e la ceramica (+1,0%). Tuttavia sono in sensibile calo le "macchine e apparecchi meccanici" (-9,1%) e i "mezzi di trasporto" (-7,1%), che insieme rappresentano più della metà dell'export provinciale. Infine, anche il settore biomedicale presenta una forte diminuzione tendenziale delle vendite estere (-12,8%), che in

questo caso non è dovuta ad una chiusura degli stabilimenti, bensì ad un consistente incremento della domanda nazionale di prodotti biomedicali che ne ha deviato le vendite verso il mercato interno.

L'andamento dell'export modenese per aree geografiche mostra una inusuale variabilità, con incrementi sensibili di vendite verso alcune zone, come il Medio Oriente (+27,0%), i paesi europei non appartenenti alla UE (+14,8%) e l'Africa Centro Sud (+14,7%), mentre risultano in forte calo l'Africa del Nord (-30,8%), l'Asia (-20,6%) interessata per prima dalla pandemia, l'America Centro Sud (-18,2%).

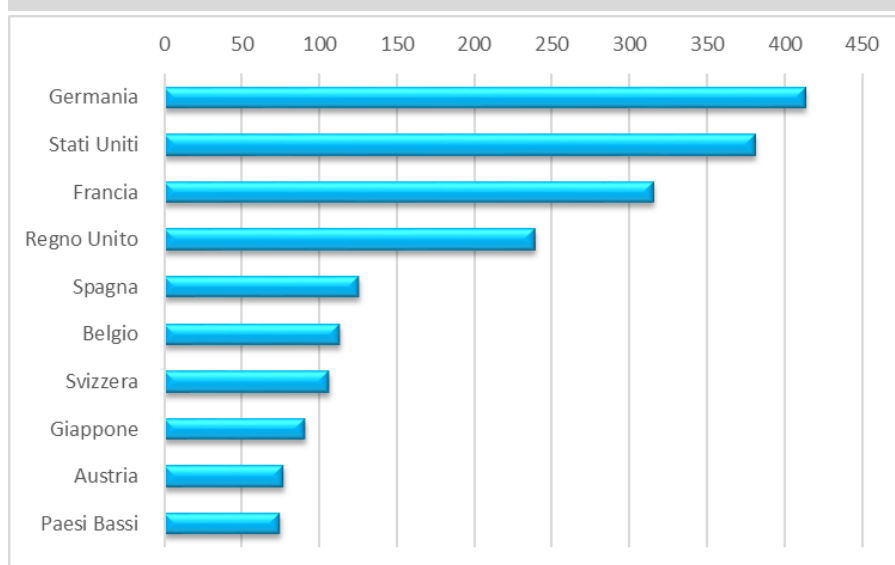
Il mercato più importante, l'Unione Europea a 15, vede le prime diminuzioni (-3,8%), mentre vanno ancora bene le esportazioni nei paesi

Esportazioni della provincia di Modena per attività economica

I trim. 2020			
	Milioni di euro	Composizione %	Variazione % I trim. 19/20
macchine e apparecchi meccanici	857	27,5	-9,1
mezzi di trasporto	830	26,7	-7,1
agroalimentare	309	9,9	2,7
tessile abbigliamento	180	5,8	1,6
biomedicale	86	2,8	-12,8
ceramico	567	18,2	1,0
altri settori	282	9,1	1,2
totale Modena	3.112	100,0	-4,4

Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat

Primi dieci paesi per valore delle esportazioni della provincia di Modena – I trimestre 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat

dell'Est Europa che si sono uniti successivamente alla UE (+3,7%).

Nella classifica dei primi dieci paesi di sbocco, gli Stati Uniti perdono il podio dopo anni di permanenza al primo posto (-5,0%), superati dalla Germania (+3,1%).

L'andamento degli altri paesi è molto differenziato: accanto a diminuzioni decise, come Francia (-6,3%), Regno Unito (-7,9%), Spagna (-7,4%) e Austria (-7,0%), si rilevano incrementi importanti, in particolare per la Svizzera (+28,9%) e il Giap-

pone (+25,0%), mentre restano più stabili i Paesi Bassi (+1,2%) e il Belgio (+1,8%).

Degno di nota, inoltre, il forte calo della Cina (-50,7%) dovuto alla pandemia, che la fa uscire dalla top ten.

Esportazioni della provincia di Modena per aree di destinazione

I trim. 2020

	Milioni di euro	composizione %	Var. % I trim. 19/20
Africa Centro Sud	29	0,9	14,7
Africa Nord	55	1,8	-30,8
Paesi Europei non UE	241	7,8	14,8
America Centro Sud	89	2,8	-18,2
Asia	344	11,1	-20,6
Canada e Groenlandia	39	1,2	-3,0
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	243	7,8	3,7
Medio Oriente	130	4,2	27,0
Oceania	44	1,4	0,9
Stati Uniti	381	12,3	-5,0
Unione Europea a 15 paesi	1.517	48,8	-3,8
Totale	3.112	100,0	-4,4

Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat

Come esportare VERSO STATI UNITI E CANADA

Scouting commerciale e B2B virtuali per le imprese esportatrici modenesi

Promos Italia ha avviato un progetto dedicato al mercato nordamericano per le aziende della provincia di Modena mirato a creare opportunità di business, in particolare negli Stati Uniti (Texas e Est Coast) e in Canada (Québec e Ontario). Il programma prevede la ricerca di potenziali controparti commerciali, l'organizzazione di incontri virtuali con operatori che hanno dimostrato interesse nei confronti dei prodotti o servizi delle aziende aderenti, nonché una specifica attività di follow-up personalizzato. Questo servizio di sviluppo commerciale è rivolto a tutte le imprese della provincia di Modena. Non vi sono limitazioni di prodotto/servizio anche se i settori che offrono maggiori opportunità per le imprese italiane sono filiera moda e filiera abitare, agroindustria, meccanica e mecatronica, high tech (ICT e greentech).

A seguito dell'adesione all'iniziativa, si svolge una verifica di pre-fattibilità sulla base del profilo aziendale; in caso di verifica positiva, si accede a un incontro da remoto con l'esperto paese per approfondire gli obiettivi strategici sul mercato target e i relativi fabbisogni; si procede quindi alla ricerca e selezione di potenziali controparti commerciali nel settore di riferimento nel mercato prescelto e

alla verifica di interesse ad un incontro virtuale con l'impresa italiana.

Il progetto prosegue quindi con la realizzazione di incontri B2B virtuali, attraverso specifiche piattaforme digitali, con le controparti nordamericane individuate (buyers, distributori, ecc.). Viene successivamente stilato un report conclusivo sull'attività svolta, con suggerimenti per il consolidamento delle relazioni avviate e indicazione delle criticità riscontrate. Previste inoltre azioni di monitoraggio e follow-up.

Gli incontri d'affari "e-B2B" con le controparti individuate si terranno in lingua inglese o francese. Le agende di appuntamenti verranno concordate sulla base delle reciproche disponibilità cercando di concentrare il maggior numero di incontri in una/due settimane lavorative. L'attività può essere richiesta per uno solo dei due mercati target. Il progetto si concluderà a dicembre 2020.



Contributi alle imprese PER L'EXPORT

Con il bando Digit Export le camere di commercio dell'Emilia-Romagna e la Regione sostengono la proiezione delle imprese sui mercati esteri

Il Sistema Camerale emiliano-romagnolo e la Regione Emilia-Romagna confermano per il 2020 le azioni di sostegno a percorsi di internazionalizzazione per le imprese del territorio con l'obiettivo di rafforzare le capacità organizzative e manageriali sui mercati esteri, anche con il supporto ad attività di promozione. Prende così il via il Bando "Digital Export - anno 2020" che prevede la concessione di contributi a fondo perduto alle imprese emiliano-romagnole.

Sono finanziabili i progetti presentati da singole imprese di promozione su uno o più mercati esteri, da identificare chiaramente nella domanda di contributo, attraverso servizi di consulenza esterna, supportando in maniera prioritaria le imprese che già esportano abitualmente o occasionalmente.

Le risorse stanziate provengono

dall'aumento del +20% del diritto annuale.

Sono considerate ammissibili le seguenti tipologie di spese: formazione, assessment, TEM Temporary Export Manager e DEM Digital Export Manager, marchio, certificazioni, incontri B2B, fiere e convegni, marketing digitale, business online, sito web aziendale, materiale promozionale. Il contributo sarà concesso, a saldo, a fondo perduto nella misura del 50% delle spese ammissibili. Il contributo minimo è fissato in 3 mila euro, a fronte di spese complessive pari a 6 mila, mentre il contributo massimo sarà di 20 mila euro a fronte di spese complessive pari a 40 mila euro.

L'arco temporale per la realizzazione delle iniziative va dal 1 gennaio al 31 dicembre 2020.

Destinatari degli interventi sono le

PMI manifatturiere o attive nei servizi di informazione e comunicazione e in attività professionali, scientifiche e tecniche, aventi sede nella regione e un fatturato minimo di 300 mila euro. La domanda deve essere presentata online con firma digitale entro il 13 luglio 2020 (ore 16.00). Per ricevere informazioni è possibile inviare una email ad Unioncamere Emilia-Romagna, all'indirizzo: supporto.bandit@rer.camcom.it.



Manifattura: gli esiti DEL LOCKDOWN A MODENA

I primi risultati dell'andamento congiunturale rilevati da Unioncamere Emilia-Romagna

L'epidemia di Covid ha inciso pesantemente sulle imprese dell'Emilia-Romagna e della provincia di Modena, lo evidenziano i risultati dell'indagine congiunturale di Unioncamere regionale, con il focus proprio su questo periodo difficile per la nostra economia.

In complesso, le imprese manifatturiere modenesi intervistate tra la fine di aprile e metà maggio hanno dichiarato di essere attive nel 90% dei casi ed il risultato regionale risulta analogo (91%), tuttavia nonostante l'apertura si sono avute notevoli ripercussioni sia sugli ordinativi che sul fatturato.

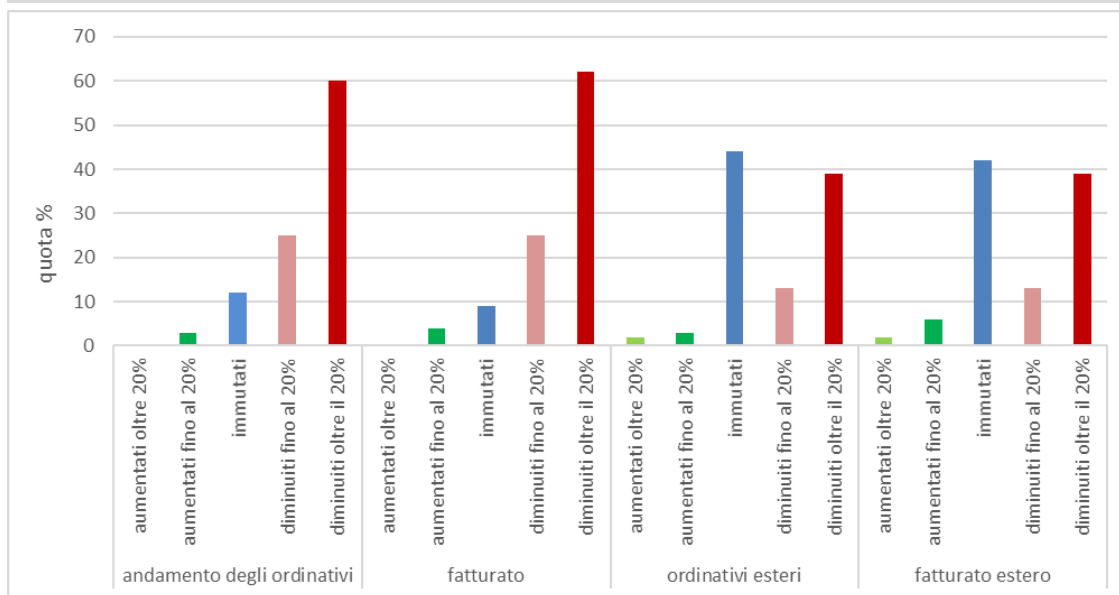
Infatti ben il 60% delle imprese rimaste aperte ha

dichiarato una diminuzione degli ordini maggiore del 20% dall'inizio del lockdown, mentre il 25% di esse ha denunciato un calo fino al 20%, solamente il 12% ha riscontrato ordinativi stabili. Quasi lo stesso andamento si riscontra per il fatturato, dove il 62% di imprese perde più di un 20% delle vendite, mentre il 25 perde fino al 20%.

Vanno molto meglio le imprese esportatrici, infatti tra di esse solamente il 39% denuncia diminuzioni di ordini esteri maggiori al 20%, stessa percentuale per il fatturato estero, mentre la maggioranza (44%) dichiara un ammontare di ordini immutato, che scende al 42% per la variabile del fatturato.



Quota di imprese manifatturiere modenesi suddivise in base all'andamento degli ordinativi e del fatturato nel periodo del lockdown



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

A fronte di questo cambiamento repentino dell'andamento economico ben il 58% delle imprese manifatturiere ha cambiato la struttura organizzativa e il 44% ha apportato delle modifiche nelle modalità di approvvigionamento, produzione e distribuzione dei prodotti. Nonostante siano rimaste aperte, la maggioranza delle imprese ha ridotto la produzione (91%), il 7% l'ha incrementata, mentre solamente il 3% si è convertito a produrre altri manufatti. La riduzione generalizzata delle produ-

zioni ha ovviamente creato problemi anche nelle forniture, che nel 57% sono state rallentate e nel 56% addirittura interrotte. A fronte di un tale impatto il 66% delle imprese è ricorsa alla cassa integrazione per i suoi dipendenti, il 31% ha attivato lo smart working, mentre il 12% ha ridotto il numero degli occupati, inoltre il 16% non ha realizzato le assunzioni previste e non ha rinnovato i contratti in scadenza. Infine per affrontare il futuro il 45% è

alla ricerca di nuovi clienti e mercati, il 19% cambierà l'organizzazione del lavoro e il 16% progetterà nuovi prodotti.

Alcune domande sono a risposta multipla, pertanto la somma delle quote può non risultare pari a 100.



In sofferenza il commercio MODENESE

Rilevanti le ricadute sulle attività nel periodo di chiusura forzata

L'indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna sull'impatto dell'epidemia sull'economia modenese si è concentrata anche sul settore del commercio. Le imprese appartenenti a questo settore, intervistate tra fine aprile e metà di maggio, hanno dichiarato di essere in attività per il 91% dei casi, mentre a livello regionale tale quota risultava inferiore (85%). Nonostante tutte le imprese con attività di vendita di generi alimentari e di prima necessità fossero aperte per tutto il periodo, si sono registrate in media sensibili ripercussioni dovute soprattutto all'impatto sulla vendita dei generi non alimentari.

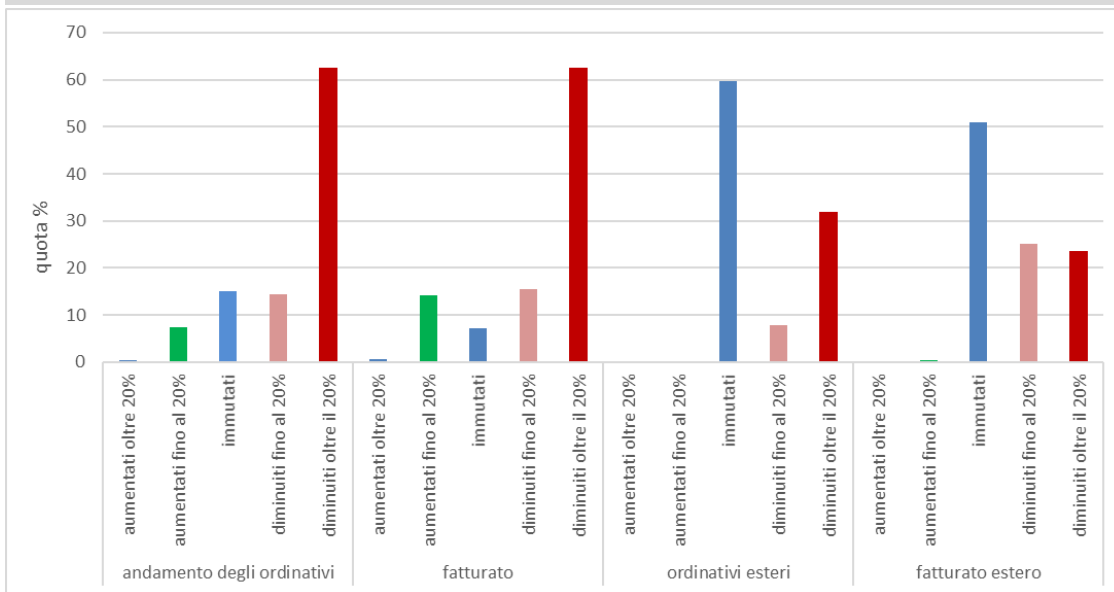
Confrontando l'andamento dell'attività nel periodo del lockdown con i risultati registrati a febbraio, solamente il 15% delle imprese commerciali ha

dichiarato di avere avuto ordini immutati, mentre nel 63% dei casi sono calati oltre il 20% e nel 14% fino al 20%. Il fatturato segue un andamento analogo, con il 62% che dichiara una diminuzione di oltre il 20%, il 15% un calo fino al 20%, mentre c'è una quota pari al 14% del totale che ha incrementato le vendite fino al 20%, probabilmente per l'acquisto di dispositivi medico chirurgici e generi alimentari.

Come per il manifatturiero, anche nel commercio hanno un andamento migliore le imprese che vendono all'estero: solamente il 32% di esse dichiara un calo degli ordini superiore al 20%, mentre nel 60% dei casi l'ammontare degli ordini è immutato. Il fatturato verso i paesi esteri è ancor meno negativo, con il 24% delle imprese che dichiara cali mag-



Quota di imprese del commercio modenese suddivise in base all'andamento degli ordinativi e del fatturato nel periodo del lockdown



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

giori del 20% e il 25% con diminuzioni fino al 20%.

Nel commercio si ferma al 38% la quota di imprese che ha cambiato la struttura organizzativa e del personale, al 31% la percentuale che ha dovuto cambiare le modalità di approvvigionamento e distribuzione, infine per ben il 36% non c'è stato nessun impatto. Comunque l'85% di imprese ha subito una riduzione dell'attività, il 9% ha visto un incremento, mentre solamente il 6% ha convertito la propria attività.

Vi sono state minori ripercussioni anche sulle forniture rispetto al settore manifatturiero, con il 43% delle aziende che ha subito interruzioni, il 44% un rallentamento, mentre un 20% non ha riscontrato differenze.

L'impatto sull'occupazione ha portato all'utilizzo della cassa integrazione nel 49% dei casi, nel 16% si è ridotto l'organico, un quarto di imprese non ha apportato modifiche, mentre molto basso è stato il ricorso allo smart working (6%). Infine per affrontare la riapertura il

33% di negozi è alla ricerca di nuovi clienti e il 23% cambierà l'organizzazione dell'attività, mentre solamente l'11% inserirà nuovi prodotti.

Alcune domande sono a risposta multipla, pertanto la somma delle quote può non risultare pari a 100.



Le ripercussioni della pandemia SULL'ECONOMIA REGIONALE

Presentato il Rapporto annuale della Banca d'Italia che analizza diversi aspetti della situazione economica dell'Emilia-Romagna

IL QUADRO MACROECONOMICO

La crisi innescata dalla diffusione della pandemia ha colpito l'economia dell'Emilia-Romagna in una fase di pronunciato rallentamento: il PIL in termini reali è aumentato nel 2019 dello 0,4 per cento, in base alle stime di Prometeia, a fronte di una crescita media di circa il due per cento nel triennio precedente. La decelerazione ha riguardato tutti i settori, ma è stata più accentuata per il comparto manifatturiero che ha pressoché interrotto la sua crescita.

Le misure di distanziamento sociale e la chiusura parziale delle attività nei mesi di marzo e aprile hanno avuto pesanti ripercussioni sull'attività economica nazionale e

regionale. Le stime più recenti fornite dall'indicatore ITER (indicatore trimestrale dell'economia regionale) della Banca d'Italia segnalerebbero per il primo trimestre dell'anno in corso una forte diminuzione del PIL nelle regioni del Nord Est (circa il 5 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente), sostanzialmente in linea con la media italiana. Nel secondo trimestre la flessione dovrebbe accentuarsi per poi lasciare spazio a una ripresa nella seconda parte dell'anno; l'intensità di quest'ultima dipenderà da diversi fattori fra cui l'evoluzione del contagio, i suoi impatti sul sistema economico e l'efficacia delle politiche economiche nazionali e comunitarie.





LE IMPRESE

Le disposizioni dirette al contenimento del contagio hanno avuto una ricaduta rilevante su molti settori economici. Secondo nostre stime la quota di valore aggiunto regionale delle attività non essenziali interessate dal blocco della produzione del 25 marzo è stata pari al 30 per cento. Nell'industria e in alcuni comparti del terziario, quali il commercio non alimentare e i servizi di alloggio e ristorazione, la quota di valore aggiunto delle attività interrotte è stata più alta.

L'indagine straordinaria condotta dalla Banca d'Italia sugli effetti dell'emergenza sanitaria indica un ampio calo del fatturato nel primo semestre dell'anno: il 69 per cento delle imprese stima una riduzione delle vendite di almeno il 15 per cento. È inoltre emersa una significativa revisione al ribasso dei piani di investimento, che potrebbe accentuarsi a causa dell'elevata incertezza sull'evoluzione della pandemia e sui suoi effetti di medio e lungo periodo sul sistema economico. Anche le vendite all'estero, ancora in aumento nel 2019 per il decimo anno consecutivo, sono previste in forte flessione. Nei primi tre mesi del 2020 il calo è stato pari al 2,4 per cento, con una diminuzione più pronunciata in alcuni comparti di specializzazione regionale come la meccanica e i mezzi di trasporto. Secondo nostre stime l'interru-

zione dell'attività produttiva disposta dalla fine di marzo avrebbe coinvolto una quota rilevante di export, lasciando così prefigurare un ulteriore peggioramento nel secondo trimestre.

Il sistema produttivo regionale sta affrontando la crisi attuale in condizioni economiche e finanziarie migliori rispetto agli anni che hanno preceduto l'inizio della doppia recessione del 2008-2013, anche per l'uscita dal mercato delle imprese più deboli. La redditività operativa è tornata su livelli soddisfacenti. La leva finanziaria si è abbassata nell'ultimo decennio di nove punti percentuali e vi è stata una ricomposizione delle passività in favore della componente a media e a lunga scadenza; la percentuale di imprese finanziariamente vulnerabili è diminuita sensibilmente. I provvedimenti di blocco delle attività adottati a fine marzo scorso hanno tuttavia aumentato il fabbisogno di liquidità, soltanto in parte coperto da un maggior utilizzo delle linee di credito a breve termine. Secondo nostre stime, a quella data un quinto delle imprese appartenenti ai settori sottoposti a chiusura non disponeva di liquidità per un periodo superiore a un mese; si tratta prevalentemente di imprese più piccole, più rischiose e operanti nei servizi di alloggio e ristorazione. La maggiore domanda di credito per esigenze di liquidità e le misure di moratoria hanno dato luogo a una risalita dei prestiti

bancari al settore produttivo nel secondo bimestre.

IL MERCATO DEL LAVORO E LE FAMIGLIE

L'emergenza sanitaria ha colpito il mercato del lavoro regionale in una fase positiva che durava da circa sei anni. Nel 2019 l'occupazione, pur mostrando segnali di indebolimento nel secondo semestre, è aumentata. Il tasso di occupazione e quello di attività hanno raggiunto livelli fra i più elevati in Italia; il tasso di disoccupazione è sceso al 5,5 per cento, un valore storicamente contenuto. Nel primo trimestre del 2020 il numero di occupati si è ridotto in misura marginale; il calo è stato contenuto dai provvedimenti governativi di sospensione dei licenziamenti e di estensione della Cassa integrazione guadagni. I dati sulle Comunicazioni obbligatorie mostrano tuttavia una significativa riduzione delle nuove assunzioni nel periodo successivo allo scoppio della pandemia. L'emergenza sanitaria ha inoltre scoraggiato la partecipazione al mercato del lavoro aumentando il numero di inattivi.

Le famiglie emiliano-romagnole affrontano la crisi economica con una ricchezza netta complessiva pari a 9 volte il reddito disponibile, un valore più alto rispetto alla media italiana ma in leggero calo negli ultimi anni per

effetto della flessione dei prezzi delle abitazioni. La quota di famiglie in povertà assoluta è fra le più contenute del Paese; la distribuzione dei redditi in regione si caratterizza per un livello di disuguaglianza relativamente basso. L'indebitamento delle famiglie, in costante aumento nell'ultimo quinquennio, ha rallentato nel primo trimestre dell'anno in corso. Le nuove erogazioni di mutui hanno registrato un significativo calo, in concomitanza con la riduzione delle compravendite immobiliari in marzo; anche il flusso di nuovi crediti al consumo è diminuito in misura consistente, riflettendo il deterioramento delle condizioni reddituali e il calo della spesa. I debiti complessivi rappresentano meno della metà del reddito disponibile, un'incidenza inferiore alla media italiana e largamente al di sotto di quella dei paesi dell'area dell'euro.

IL MERCATO DEL CREDITO

È proseguito il ridimensionamento della rete tradizionale degli sportelli bancari; gli intermediari operano in modo sempre più diffuso attraverso il canale telematico. Le analisi di Bankitalia mostrano che nell'ultimo decennio la distanza geografica fra la banca che concede il prestito e l'impresa che lo riceve è leggermente aumentata. Nel 2019 il credito al settore privato non finanziario ha continuato a crescere a ritmi modesti, in presenza di una minore propensione delle imprese a con-

trarre debito e di un'offerta concentrata sui prenditori meno rischiosi. La qualità dei prestiti ha continuato a migliorare, con un tasso di deterioramento che si colloca su livelli bassi in prospettiva storica; vi ha contribuito un significativo mutamento della composizione degli affidati verso imprese di maggiore dimensione e con bilanci più solidi. Anche il tasso di copertura dei crediti deteriorati è rimasto su livelli elevati, permettendo alle banche di affrontare la crisi in atto in condizioni rafforzate rispetto al passato. Nel primo trimestre dell'anno in corso il tasso di deterioramento del credito è rimasto stabile; in prospettiva il forte peggioramento delle condizioni economiche potrebbe avere ripercussioni sulla capacità di rimborso di famiglie e imprese.

LA FINANZA PUBBLICA DE-CENTRATA

Nel 2019 la spesa degli enti territoriali è aumentata sia nella componente corrente sia in quella in conto capitale. Il superamento dei vincoli alla spesa degli enti, introdotti in passato per contenere i disavanzi a livello nazionale, ha favorito una ripresa del turnover della compagine lavorativa e degli investimenti, soprattutto in opere pubbliche. Le entrate correnti sono leggermente diminuite ed è proseguito il calo del debito delle Amministrazioni locali, la cui incidenza rispetto alla popolazione è rimasta inferiore alla media delle

altre regioni.

Alla vigilia dello scoppio dell'epidemia in Emilia-Romagna il personale sanitario e il numero di posti letto, in rapporto alla popolazione, erano superiori alla media sia delle Regioni a statuto ordinario sia delle sole regioni del Nord, l'area del Paese dove si sono concentrati i casi di contagio. Tra marzo e maggio la dotazione di personale è stata significativamente potenziata e i posti letto in terapia intensiva sono stati pressoché raddoppiati. I bilanci degli enti territoriali del 2020 risentiranno negativamente degli effetti diretti e indiretti della pandemia sulle spese e sulle entrate. Per i Comuni la perdita di gettito potrebbe arrivare, secondo nostre stime, fino al 14 per cento delle entrate correnti dell'anno; l'impatto sui bilanci degli enti sarà attenuato dalle misure adottate dal Governo.



Occupazione in aumento A MODENA NEL 2019

Istat ha diffuso a giugno i dati annuali sulla situazione occupazionale dell'anno 2019: in aumento forze di lavoro e occupati

Risulta in aumento l'occupazione in provincia di Modena nell'ultima rilevazione dell'indagine sulle forze di lavoro effettuata dall'Istat riferita all'anno 2019, infatti il confronto tendenziale mostra un incremento di 4.000 occupati rispetto al 2018, pari ad una percentuale dell'1,3%. Il totale occupati modenesi arriva così a 320.000, rimanendo, a livello regionale, la seconda provincia per numero di occupati dopo Bologna. Anche il relativo tasso di occupazione risulta in miglioramento, passando dal 69,0% del 2018 al 69,8% del 2019, sostenuto soprattutto dall'incremento dell'occupazione femminile (+3,6%).

Le forze di lavoro aumentano anch'esse, ma in misura maggiore rispetto agli occupati: crescono di 5.000 unità, pari al +1,5%; cioè le persone che sono disposte a lavorare sono di più rispetto ai posti di lavoro che si sono creati.

Così, nonostante l'incremento degli occupati, cresce anche il numero di persone in cerca di occupazione (+10,0%), facendo aumentare il tasso di disoccupazione dal 6,0% del 2018 al 6,5% del 2019. Tuttavia tale fenomeno non è propriamente negativo, perché

essendo accompagnato da un aumento dell'occupazione, mostra come vi sia più ottimismo tra la popolazione, che torna in campo alla ricerca di posto di lavoro.

Specularmente all'aumento delle forze di lavoro, diminuiscono gli inattivi (-4,3%) ed il corrispondente tasso di inattività che passa dal 26,5% al 25,2%.

In regione invece l'aumento di 28.000 occupati va a coprire sia l'incremento delle forze di lavoro totali (+1,1%), sia a sfoltire il totale delle persone in cerca di occupazione (-4,8%), facendo quindi diminuire il corrispondente tasso di disoccupazione che scende al 5,5%.

La suddivisione degli occupati modenesi per settori di attività mostra l'industria come quota principale (38,6%) e in sensibile aumento (+9,7%). Supera così la quota dei servizi che fino al 2018 rappresentavano la maggioranza degli occupati, ma che ora rimangono al 37,7% del totale e sono in calo del 4,7%. Aumenta così il divario fra Modena, l'Emilia-Romagna e l'Italia, zone in cui i servizi sono di gran lunga il settore principale, mentre si consolida la forte componente manifatturiera dell'econo-

mia modenese.

Terzo settore per numero di occupati in provincia è il commercio (18,4% del totale), in aumento del 7,3% rispetto al 2018, le costruzioni invece sono in calo (-7,1%) e si fermano al 4,0% del totale, infine l'agricoltura rimane sempre il settore meno rappresentato, con 11.000 addetti, pari all'1,2% del totale, in calo anche quest'anno.

Continua a risalire la disoccupazione giovanile (cioè dei ragazzi dai 15 ai 24 anni), infatti nel 2019 raggiunge il 18,8%, in linea con la media regionale (18,5%), ma sempre molto più bassa della media italiana (29,2%). Tale fenomeno si verifica in quasi tutte le province emiliane, tranne che a Reggio Emilia che registra il valore più basso in regione (12,0%).

Tutte le variazioni tendenziali citate si riferiscono, per ogni indicatore, al confronto tra la media annuale del periodo "gennaio 2019/dicembre 2019" e quella del periodo "gennaio 2018/dicembre 2018".



Turismo in provincia di Modena: UN ANNO DI CRESCITA

Il bilancio del 2019 diffuso recentemente da Regione Emilia-Romagna evidenzia un boom di presenze in Appennino. Gli alberghi di lusso i più richiesti dagli stranieri

MAURA MONARI

L'anno 2019 si è rivelato molto positivo per il turismo modenese, lo confermano gli ultimi dati rilasciati dalla Regione Emilia-Romagna, grazie alla rilevazione presso le strutture ricettive. Infatti nel 2019 la provincia di Modena ha ospitato 721.217 turisti, pari a 41.001 presenze in più rispetto all'anno precedente, che corrispondono ad un incremento tendenziale del +6,0%, maggiore rispetto all'anno precedente ed il più alto tra le province della regio-

ne. Seguono infatti per incremento percentuale Reggio Emilia (+3,7%) e Rimini (+2,2%); nonostante ciò Modena rimane quinta in regione per valore assoluto di turisti, non riesce infatti a competere con le mete più famose dell'Emilia-Romagna come Rimini che attira il 32,7% dei turisti in regione, Bologna (20,8% del totale) e Ravenna (13,4%). Nel 2019 è in aumento anche il numero delle strutture ricettive che accolgo-

no i turisti: diventano infatti 838, cioè 25 in più rispetto all'anno precedente, pari ad un incremento del 3,1%.

La maggior parte di esse è costituita da "altre strutture ricettive" diverse dagli alberghi; in totale sono 616, pari al 73,5% del totale ed in aumento del 4,6% rispetto al 2018. Sono rappresentate soprattutto da bed & breakfast (47,1% delle altre strutture), alloggi in affitto (31,7%) e agriturismi (13,8%), mentre i campeggi, gli ostelli e i rifugi



alpini sono poco presenti.

Il restante 26,5% è costituito da alberghi, ammontano a 222 in totale, ma sono in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente (-0,9%). Si tratta di strutture di buona qualità, infatti più del 60% di esse ha una categoria uguale o superiore alle 3 stelle.

Benché gli alberghi siano numericamente minori, detengono il maggior numero di stanze (il 64,1% del totale); sono infatti mediamente molto più grandi dei bed & breakfast e degli affittacamere, con un numero medio di 27 camere contro le 6 delle "altre strutture".

In effetti sono proprio gli alberghi che ospitano la maggioranza dei turisti che visitano la nostra provincia: presso di loro nel 2019 si sono recati più di 622 mila visitatori, pari all'86,3% del totale ed in aumento del 5,2%. Una curiosità interessante: i turisti stranieri preferiscono gli alberghi più lussuosi, infatti ben il 52,0% di essi soggiorna in alberghi a 4 e 5 stelle, mentre gli italiani preferiscono risparmiare un po', preferendo nel 44,5% dei casi alberghi a 3 stelle.

Le "altre strutture ricettive" registrano un incremento più sensibile delle presenze (+11,6%), tuttavia in valore assoluto raggiungono quasi le 99.000 unità, pari al 13,5% dei turisti totali.

Nonostante l'ottimo andamento degli arrivi, i pernottamenti sono cresciuti in maniera più moderata, arrivando ad un totale di 1.665 mila notti, pari al +2,9%; diminuisce così in maniera lieve la durata dei soggiorni in provincia di Modena attestandosi a 2,3 giorni di presenza media.

I turisti che visitano le diverse zone della provincia di Modena ricercano una vacanza differente a seconda dei comuni raggiunti: il

comune capoluogo e quelli limitrofi attirano visitatori interessati alla cultura, alla gastronomia e anche imprenditori che viaggiano per affari; questi ultimi si recano nei distretti industriali di Mirandola, Carpi, Sassuolo e Castelnuovo, mentre l'Appennino modenese richiama i vacanzieri propriamente detti, sia d'estate che d'inverno. Un caso particolare risulta Maranello, che richiama tifosi della Ferrari da tutto il mondo.

Queste diverse destinazioni influenzano sia la durata media del soggiorno, ma anche le strutture residenziali scelte e la nazionalità prevalente dei turisti.

Così risulta che in Appennino, dove la vacanza è di svago e riposo, la permanenza è mediamente più lunga, arrivando ad un massimo di 4,5 giorni a Pavullo, 3,4 giorni a Sestola e 3 giorni nel resto dell'Appennino, mentre si riduce a 1,8 notti la permanenza a Carpi e a 2 a Campogalliano, dove prevalgono i viaggi d'affari.

La distribuzione dei visitatori per comune, mostra come il comune di Modena attragga la maggior parte dei turisti, con il 40,7% delle presenze pari a più di 293 mila turisti, seguono a distanza Maranello (9,5%), Formigine (7,8%), Carpi (5,2%) e Sassuolo (4,1%). In Appennino si concentra l'11,5% delle presenze, mentre i comuni rimanenti vengono raggiunti dal 21,2% dei visitatori.

Il confronto con il 2018 appare molto diversificato tra le varie zone della provincia, ad esempio l'Appennino (forse complice l'estate particolarmente afosa) ha avuto una performance particolarmente positiva, con Sestola che vede un +7,3% di presenze e i restanti comuni montani un +14,6%. Molto buono anche l'andamento di Modena (+8,5%), Ma-



ranello (+7,0%) e Formigine (+6,5%) grazie alle numerose iniziative culturali e a quelle legate ai motori sportivi. Unici comuni in controtendenza sono Sassuolo (-2,1%) e Carpi (-1,5%).

Riguardo la provenienza del turismo diretto a Modena, emerge come questa sia abbastanza costante nel tempo, mantenendo all'incirca le stesse quote. Ad esempio la maggioranza dei visitatori proviene dall'Italia (69,5%), nel 2019 in aumento del 6%; dall'Unione Europea arriva il 19,0% (in crescita del 6,2%), il 3,9% dagli altri stati europei non appartenenti alla UE e per finire il 7,5% del totale arriva dal "resto del mondo".

Più nel dettaglio, tra i turisti italiani prevalgono quelli provenienti dalla regione, con 84.257 presenze pari al 16,8% del totale italiano, seguono a ruota i lombardi (16,6%) e i toscani (10,8%). Tra i paesi europei invece spiccano i partner commerciali della provincia come Germania (23,8% del totale UE), Francia (16,7%) e Regno Unito (9,8%). Gli svizzeri hanno la netta preponderanza fra i paesi europei non appartenenti alla UE (43,8%), mentre seguono a distanza i russi (18,1%). Infine al primo posto dei paesi extraeuropei rimangono gli Stati Uniti (26,8%), seguiti dalla Cina (11,7%) e dal Brasile (8,3%). Tutte le percentuali sono calcolate sul totale del gruppo dei paesi.

Le diverse motivazioni per visitare la provincia attirano anche turisti provenienti da aree differenti, ad esempio i villeggianti dell'Appennino arrivano soprattutto dall'Emilia-Romagna e

dalla confinante Toscana, ma vi sono anche alcuni gruppi da Svizzera, Stati Uniti e Germania.

Il comune di Modena richiama sia un turismo culturale, legato anche a diverse manifestazioni organizzate, sia un circuito legato alla motoristica sportiva, insieme a Maranello. Dall'Italia arrivano quindi in prevalenza lombardi e piemontesi, mentre tra i paesi esteri maggiori sono gli afflussi da Germania, Francia, Regno Unito, Stati Uniti e Cina.

Maranello ha la particolarità di essere l'unico comune modenese ad avere un'affluenza di turisti stranieri prevalente (52,6%) rispetto agli italiani (47,3%), mentre all'opposto Sestola registra il 96,1% degli italiani.

Grazie all'industria della moda Carpi attrae molti lombardi (20,2%), tedeschi (28,1%) e francesi (14,4%), mentre da oltreoceano arrivano soprattutto cinesi (28,6%). Sassuolo mostra risultati molto simili a Carpi, tuttavia tra i paesi europei spiccano la Spagna, con il polo ceramico di Valencia, mentre tra quelli extraeuropei la Turchia (13,0%) e la Cina (24,7%), entrambi con una fiorente industria ceramica. Infine gli altri comuni della provincia rispecchiano gli stessi risultati della media provinciale.



Estate 2020: il “gusto” delle vacanze IN APPENNINO

La Camera di Commercio invita a riscoprire le bellezze paesaggistiche, la storia e le tipicità gastronomiche tradizionali del nostro Appennino tutelate dal marchio Tradizione e sapori di Modena

ELISABETTA SILVESTRI

“Vacanze in Italia” sembra essere il leit motiv del momento, per sostenere il rilancio dell’economia del Bel Paese, che al di là di tutto vanta un patrimonio di eccellenze naturalistiche, artistiche e storiche unico al mondo. Considerata questa tendenza, l’Appennino Modenese ha tutte le carte in regola per diventare meta di grande richiamo in questa estate post-Covid.

D’altronde la provincia modenese viene da un anno, il 2019, che ha visto numeri in crescita sul fronte

turistico, in particolare per le presenze nelle località montane, numeri che rappresentano una buona base di partenza per affrontare una stagione turistica che a livello nazionale si annuncia complicata.

Se paesaggi incontaminati d’alta montagna, piccoli borghi e antichi cammini da riscoprire rappresentano un richiamo per molti, l’enogastronomia e le tipicità agroalimentari del territorio stanno assumendo sempre più un ruolo di vera e propria attrattiva per la grande maggio-

ranza dei vacanzieri, alla ricerca di prodotti del territorio genuini e naturali.

Il nostro Appennino è infatti ricchissimo di eccellenze, e la Camera di Commercio, da sempre attenta alla tutela e promozione dei prodotti del territorio, ne ha ricomprese una buona parte nel paniere del marchio Tradizione e sapori di Modena per garantire la loro raccolta e lavorazione secondo specifici e rigorosi disciplinari di produzione.

Ed è proprio l’estate il momento in



I prodotti tipici tutelati dal marchio Tradizione e sapori di Modena



I Sassi di Roccamalatina e, a destra, il Ponte del Diavolo



cui entra nel vivo la stagione di raccolta di tipicità quali gli Antichi Cereali, il Mirtillo, la Patata, il Tartufo estivo, per proseguire a ottobre con i Marroni e il Tartufo autunnale. Sempre disponibili tutto l'anno sono invece i prodotti trasformati come Borlenghi e Crescentine, Caciotta e Caprino, il Miele Millefiori e di Castagno, le confetture di mirtillo o i mirtilli sciropati, il Croccante Artigianale del Frignano.

In Appennino queste specialità possono essere degustate nei punti di ristorazione ma anche acquistate direttamente nelle aziende agricole e dai produttori del posto, soffermandosi con loro alla riscoperta delle tradizioni locali. Una ghiotta occasione, è il caso di dire, per i consumatori ma anche per il rilancio delle imprese del territorio montano.

Ecco in una rapida rassegna quali sono le tipicità montane tutelate dal marchio Tradizione e sapori di Modena.

ANTICHI CEREALI DELL'APPENNINO MODENESE

Varietà autoctone di cereali tradizionalmente coltivate nell'area montana modenese, in grado di svilupparsi al meglio senza pesanti interventi esterni, fornendo un prodotto di alta qualità con scarso tenore in glutine. Di grande valore nutrizionale oltreché culturale e storico, si tratta di cultivar di grano coltivate prima del 1940, oltre a orzo e farro.

MIRTILLO NERO DELL'APPENNINO MODENESE

Per le sue particolari proprietà benefiche è molto apprezzato e richiesto anche dall'industria farmaceutica, oltre che utilizzato fresco come alimento del tutto naturale. Beneficiano del marchio anche i derivati (confettura extra, mirtilli sciropati, succo, sciroppo, nettare, composta e liquore mirtillino) ottenuti esclusivamente da Mirtillo Nero dell'Appennino modenese.

PATATA DI MONTESE

Particolarmente apprezzata dai cultori della gastronomia, è coltivata in una ristretta area dell'Appennino. Il disciplinare di produzione prevede massimo rigore nelle tecniche di produzione, pienamente rispettose della tradizione ed esclusione totale di trattamenti chimici; le cultivar tradizionalmente impiegate sono quelle tardive e medio-tardive e precisamente Spunta (a pasta gialla), Kennebec (a pasta bianca), Desirée (a buccia rossa e pasta gialla). La produzione di questo prezioso tubero, presente sul territorio da tempo immemorabile, sta assumendo sempre maggior importanza, consolidandosi negli anni recenti come attività redditizia nel contesto dell'economia locale.



A sinistra, castagno; sopra, Mirtillo Nero dell'Appennino Modenese

TARTUFO VALLI DOLO E DRAGONE

Anche Modena vanta un tartufo pregiatissimo, caratterizzato da ottime qualità organolettiche, raccolto nelle vallate appenniniche solcate dai torrenti Dolo e Dragone. Le specie individuate dal disciplinare sono: Tartufo bianco pregiato, Scorzone autunnale, Tartufo nero liscio, Bianchetto o Marzuolo.

MARRONE DI ZOCCA - MARRONE DEL FRIGNANO

Particolarmente dolce e gustoso, frutto di specifiche cultivar, il marrone delle nostre montagne con il marchio è stato valorizzato ed individuato nelle sue due principali aree di produzione. I disciplinari dei due marchi assicurano qualità, provenienza del prodotto ed assenza di trattamenti chimici.

BORLENGO DI GUIGLIA

Una sottile sfoglia croccante ripiegata e condita sapientemente con un pesto saporito e aromatico. Questa l'originale foggia del "cibo per burla" come veniva definito nel tardo Medioevo, quando scarseggiava la farina e si usava aggiungere più acqua per allungare l'impasto.

CRESCENTINA (TIGELLA) DI MODENA

Un vanto della tradizione gastronomica dell'Appennino modenese, validissima alternativa al pane di tutti i giorni. Il disciplinare di produzione definisce rigorosamente dimensioni, ingredienti, sistemi di cottura e di conservazione.

CACIOTTA E CAPRINO DELL'APPENNINO MODENESE

Formaggi freschi a pasta molle ottenuti rispettivamente da latte di vacca e di capra trattato termicamente, con la sola aggiunta di caglio e fermenti, ricchi di proprietà armoniche uniformemente distribuite. La zona di produzione e confezionamento è rappresentata dai comuni montani della provincia di Modena.

MIELE DI CASTAGNO E MILLEFIORI DELL'APPENNINO MODENESE

Il miele è un prodotto totalmente naturale, frutto del lavoro delle api in aree vocate dove prevalgono fioriture di piante spontanee, lontane da fonti di inquinamento. Il miele di Castagno,

dal caratteristico colore scuro, è contraddistinto dal retrogusto amaro; il Miele Millefiori dell'Appennino si caratterizza anche per la presenza del marcatore fiore di castagno.

CROCCANTE ARTIGIANALE DEL FRIGNANO

La ricetta è ancora quella tradizionale del croccante che veniva servito alla mensa del Governatore dell'antica Provincia del Frignano tramandata nel tempo e arrivata fino ad oggi grazie alla sapiente lavorazione degli artigiani pasticceri locali. Nella versione "artistica" dà vita a creazioni degne dei migliori cesellatori. Il prodotto però può essere acquistato anche sotto forma di semplici e pratiche barrette.