

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 6
novembre
dicembre
2020



BILANCIO PREVENTIVO
DELLA CAMERA
DI COMMERCIO

ALLUVIONE:
UN AIUTO IMMEDIATO
ALLE IMPRESE COLPITE

LA MATURITA' DIGITALE
DELLE IMPRESE IN
EMILIA-ROMAGNA

INIZIATIVE PER
CATALIZZARE EXPORT
E INTERNAZIONALIZZA-
ZIONE



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Numero 6 novembre-dicembre 2020

DOSSIER

- 1 Bilancio preventivo: gli interventi della Camera di Commercio per l'anno 2021

INIZIATIVE

- 3 Alluvione: un aiuto immediato alle imprese colpite
- 4 Imprese green più resilienti e innovative
- 9 Sostenibilità ambientale: Emilia-Romagna ai vertici
- 11 Negoziare i crediti d'imposta con SiBonus
- 12 Premio storie di alternanza: proclamati i vincitori
- 13 Spazio CDP alla Camera di Commercio

INNOVAZIONE

- 15 La maturità digitale delle imprese in Emilia-Romagna
- 18 Riparte Eccellenze in digitale
- 20 Modena terra di inventori

EXPORT

- 21 Iniziative per catalizzare export e internazionalizzazione
- 24 Rimbalzo dell'export nel 3° trimestre 2020

INDICATORI

- 28 Modena, fatturato e produzione in ripresa nel trimestre estivo
- 33 Una crisi senza precedenti
- 34 Ai minimi le assunzioni previste a dicembre 2020
- 36 Come è cambiato il turismo nell'estate della pandemia

TIPICITA'

- 40 Lambrusco: piani e strategie del nuovo consorzio unitario

NOTIZIE

- 45

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

Bilancio preventivo: gli interventi della CAMERA DI COMMERCIO PER L'ANNO 2021

Programmazione in continuità rispetto agli obiettivi strategici delineati nel Piano Pluriennale 2019-2023 riguardanti la competitività delle imprese, del territorio e dell'ente

MARZIA PINELLI

Il Consiglio della Camera di Commercio ha approvato a fine novembre il bilancio preventivo per l'anno 2021 che individua le principali azioni e gli interventi cui l'ente camerale intende dare attuazione il prossimo anno.

La programmazione camerale si pone in un'ottica di continuità rispetto agli obiettivi strategici già indicati nel programma pluriennale 2019-2023 e sviluppati nella relazione previsionale e programmatica

2021.

Tali obiettivi sono correlati alla mappa dei processi camerali e sviluppati ed aggregati in 3 macro Aree Strategiche (competitività delle imprese, del territorio e dell'ente) che costituiscono l'articolazione della attività che la Camera di commercio di Modena intende realizzare sia nell'ambito più propriamente individuato degli interventi economici, sia nell'ambito dei processi di supporto e dei servizi ero-



gati a favore del sistema delle imprese del territorio.

Per quanto riguarda gli interventi economici per l'anno 2021 viene prospettata la disponibilità di una somma pari a 2.260.000 euro derivante dal saldo di una stima prudenziale delle previsioni sui proventi correnti, in particolare per quanto riguarda il diritto annuale, e gli oneri di struttura che, pur stimati in un'ottica di contenimento, risultano in via generale incrementati per quanto attiene ai costi non discrezionali compresi quelli necessari alla prevenzione della pandemia Covid-19 e allo svolgimento del lavoro a distanza.

Tale somma si prevede verrà così utilizzata: 1.407.952,49, euro per la competitività delle imprese (Internazionalizzazione, digitalizzazione, sviluppo e qualificazione aziendale e dei prodotti, orientamento al lavoro), 797.047,52 euro per la competitività del territorio (promozione infrastrutture, marketing territoriale, ambiente, tutela della legalità), 55.000,00 euro per la competitività dell'ente (semplificazione processi, efficienza e qualità dei servizi).

All'interno di tali interventi si collocano i cinque progetti autorizzati a livello nazionale per il triennio 2020-2022 e finanziati dall'incremento del 20% del diritto annuale; si tratta più precisamente dei progetti relativi a Punto impresa digitale, Preparazione delle PMI ad affrontare i mercati internazionali, Formazione Lavoro, Turismo, Prevenzione crisi d'impresa e supporto finanziario. Tali progetti, 4 dei quali già introdotti nel triennio 2017-2020, stanno consolidando e

implementando le loro attività, anche grazie al coordinamento nazionale o regionale, e utilizzeranno complessivamente poco più di 1 milione delle risorse previste per gli interventi economici.

Nel 2021 gli organi dell'Ente potranno eventualmente essere chiamati a valutare interventi di tipo "strutturale", quindi non tanto - e non solo - rivolti alla singola impresa ma finalizzati a rafforzare e ad aumentare la competitività del sistema economico nel suo complesso, eventualmente in collaborazione con altri Enti ed Organismi del territorio. Ciò anche in considerazione dell'evoluzione della grave crisi in atto correlata all'emergenza sanitaria di cui alla diffusione del virus Covid-19.

Al riguardo si ricorda che nel 2020 la Camera di Commercio ha destinato 5 milioni di euro per sostenere la ripartenza delle imprese mediante contributi volti ad incentivare gli investimenti aziendali su impresa 4.0, internazionalizzazione, commercio/servizi e turismo.



Alluvione: un aiuto immediato

ALLE IMPRESE COLPITE

Al via un bando per imprese commerciali e dei servizi. Confluiranno in questa iniziativa ulteriori 2 milioni di euro erogati dalla Regione Emilia-Romagna. Procedure semplificate per dare un supporto rapido alla ripartenza

Al fine di supportare le imprese colpite dall'alluvione avvenuta in data 6 dicembre 2020 che ha coinvolto i comuni di Modena, Nonantola, Castelfranco Emilia e Campogalliano, la Giunta camerale nella seduta del 16 dicembre ha deliberato uno stanziamento di 600.000 euro per favorire la ripresa delle attività dei settori commercio e servizi delle aree interessate.

A questo stanziamento si aggiungeranno 2 milioni di euro messi a disposizione dalla Regione Emilia-Romagna, rispetto ai quali si stanno valutando le modalità di impiego.

Il bando prevede contributi a fondo perduto alle imprese ubicate nei comuni sopraindicati per spese di bonifica

per i danni subiti dall'alluvione quali il ripristino del funzionamento dei macchinari, la sostituzione di macchine, arredi o attrezzature danneggiate.

L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto pari al 50% della spesa sostenuta, purché ammissibile, con un massimale di 5.000 euro.

Le domande di contributo possono essere inviate da lunedì 21 dicembre 2020 fino a lunedì 1 febbraio 2021, esclusivamente in modalità telematica.

Le domande ammissibili verranno finanziate in base all'ordine cronologico di ricezione della pratica telematica, fino ad esaurimento dei fondi disponibili.

Al fine di consentire alle imprese bene-

ficiarie di poter disporre celermente del contributo camerale, tenuto conto dell'attuale situazione di difficoltà, la somma di spettanza verrà erogata tempestivamente rispetto al completamento dell'istruttoria.

L'impresa dovrà successivamente inviare la rendicontazione entro e non oltre 90 giorni dalla data di comunicazione della liquidazione del contributo.



Imprese green

PIU' RESILIENTI E INNOVATIVE

Presentato l'undicesimo rapporto Greenitaly di Fondazione Symbola e Unioncamere. Negli ultimi 5 anni 432 mila imprese italiane hanno investito su green economy e sostenibilità per affrontare il futuro

“Peggior di questa crisi c'è solo il dramma di sprecarla”. Ha ragione Papa Francesco. Oltre a gestire al meglio l'emergenza limitando i danni sanitari e sociali dobbiamo lavorare da subito per un futuro migliore. L'Europa in questa drammatica crisi ha saputo guardare oltre superando rigidità ed egoismi, ritrovando la sua anima e rinnovando la sua missione. La sfida che ci attende richiede che vengano mobilitate energie economiche, tecnologiche, istituzionali, politiche, sociali. E culturali: in questa direzione va anche il progetto della presidente della Commissione Ursula Von Der Leyen di dare vita ad una nuova Bauhaus europea per affrontare la crisi climatica. Un progetto su cui l'Italia, col suo primato nel design, ha molto da dire. L'Europa si è mossa e l'Italia deve fare la sua parte. Non è fuori luogo, di fronte ai 209 miliardi (80 per affrontare la crisi climatica) che il Recovery Fund assegna all'Italia (e più in generale al Next Generation EU), ricordare il Piano Marshall: un riferimento che mette in evidenza l'entità della crisi in corso e che può essere di buon auspicio perché a quel piano oggi colleghiamo l'orgoglio di aver saputo mostrare al mondo di che pasta siamo fatti, quali sono i nostri punti di forza. Punti di forza che vediamo dai dati di Greenitaly 2020 che mai come ora possono essere utili al Paese. L'undicesimo rapporto Greenitaly della Fondazione Symbola e di Unioncamere – promosso in collaborazione con Conai, Ecopneus e Novamont, con la partnership di Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne srl ed Ecocerved, con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare – misura e pesa la forza della green economy nazionale. Il rapporto è stato presentato il 29 ottobre 2020 da Er-

Greenitaly 2020

**Il Rapporto sulla green economy
in Italia è scaricabile in versione digitale**

www.unioncamere.gov.it www.symbola.net



Con il patrocinio di



In collaborazione con



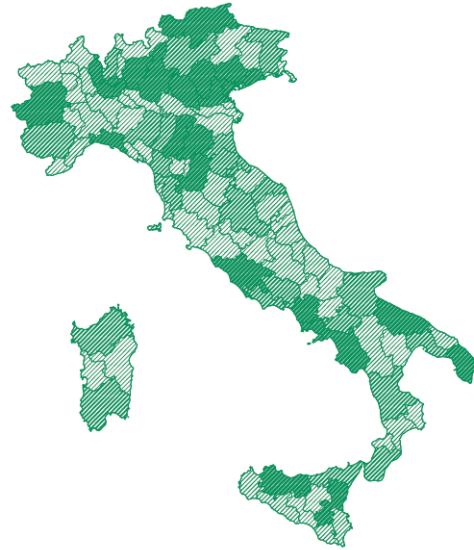
Partner



Distribuzione secondo la numerosità assoluta delle imprese che hanno effettuato eco-investimenti negli ultimi 5 anni (2015-2019) sul territorio nazionale, per provincia. (Classi di quote percentuali delle imprese che investono nel green sul corrispondente totale nazionale)
Fonte: Unioncamere

Quote %
su totale Italia

1.1 – 7.1
0.6 – 1.1
0.4 – 0.6
0.2 – 0.4



mete Realacci, Presidente della Fondazione Symbola e da Giuseppe Tripoli, Segretario Generale Unioncamere, alla presenza di Paolo Gentiloni, Commissario Europeo per l'Economia e Vincenzo Amendola, Ministro per gli Affari Esteri Europei. Sono intervenuti Catia Bastioli, Amministratore Delegato Novamont, Luca Ruini, Presidente Conai. Ha moderato la conferenza Giuseppina Paterniti Martello, giornalista e Direttore Rai. Sono oltre 432 mila le imprese italiane dell'industria e dei servizi con dipendenti che hanno investito negli ultimi 5 anni (2015-2019) in prodotti

e tecnologie green. In pratica quasi una su tre: il 31,2% dell'intera imprenditoria extra-agricola. Valore in crescita rispetto al quinquennio precedente, quando erano state 345 mila (il 24% del totale). Nel manifatturiero sono più di una su tre (35,8%). Il 2019 ha fatto registrare un picco con quasi 300 mila aziende hanno investito sulla sostenibilità e l'efficienza (il dato più alto registrato da quando Symbola e Unioncamere hanno iniziato a misurare gli investimenti per la sostenibilità). In questi investimenti fanno la parte del leone l'efficienza energetica e le fonti rinnovabili insie-

me al taglio dei consumi di acqua e rifiuti, seguono la riduzione delle sostanze inquinanti e l'aumento dell'utilizzo delle materie seconde. Tutto questo prima dello shock della pandemia, a cui hanno reagito meglio proprio le imprese più votate al green.

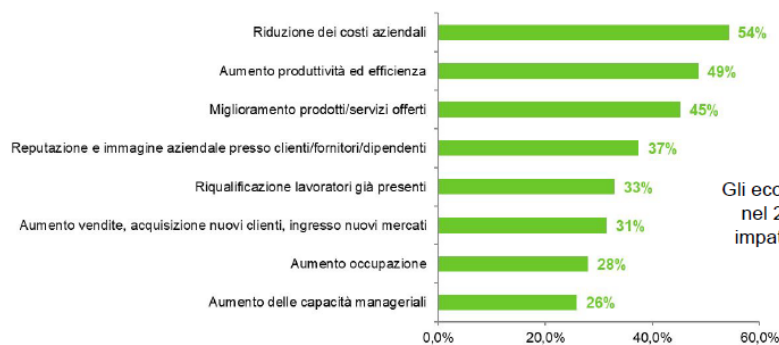
LE IMPRESE GREEN STANNO CONTRASTANDO LA CRISI

Secondo un'indagine svolta da Symbola e Unioncamere nel mese di ottobre 2020 (1.000 imprese manufattu-



LE RAGIONI: IMPRESE PIU' DINAMICHE...

Gli investimenti green hanno generato effetti positivi

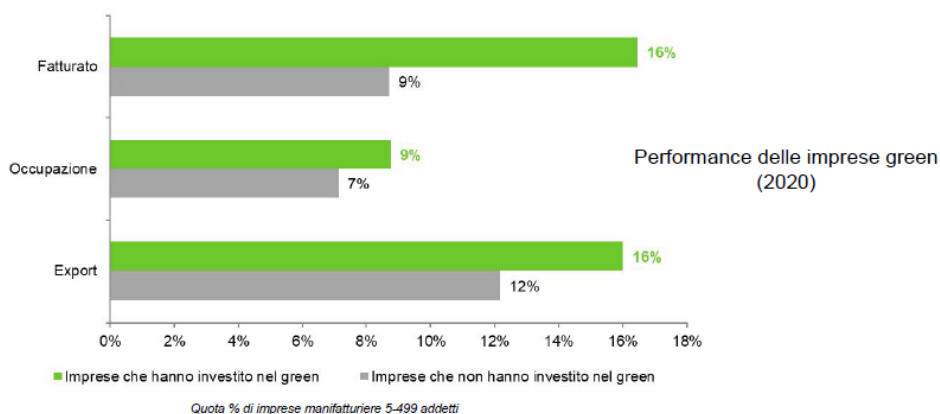


Gli eco-investimenti effettuati nel 2017-2019 hanno un impatto sulle performance aziendali

Quota % di imprese manifatturiere 5-499 addetti 2017-2019



...PIU' REATTIVE



Unioncamere - Fondazione Symbola - GreenItaly Rapporto 2020

riere, 5-499 addetti) chi è green è più resiliente. Tra le imprese che hanno effettuato investimenti per la sostenibilità il 16% è riuscito ad aumentare il proprio fatturato, contro il 9% delle imprese non green. Ciò non significa che la crisi non si sia fatta sentire, ma comunque in misura più contenuta: la quota di imprese manifatturiere il cui fatturato è sceso nel 2020 di oltre il 15% è dell'8,2%, mentre è stata quasi il doppio (14,5%) tra le imprese non eco-investigatrici. Il vantaggio competitivo delle imprese eco-investigatrici si conferma in un periodo così complesso anche in termini occupazionali (assume il 9% delle green contro 7% delle altre) e di export (aumenta per il 16% contro il 12%). Questo anche perché le aziende eco-investigatrici innovano di più (73% contro 46%), investono maggiormente in R&S (33% contro

12%) e utilizzano o hanno in programma di utilizzare in misura maggiore tecnologie 4.0. Nonostante l'incertezza del quadro futuro, le imprese dimostrano di credere nella sostenibilità ambientale: quasi un quarto del totale (24%) conferma ecoinvestimenti per il periodo 2021-2023.

Dall'indagine emerge chiaramente anche che green e digitale insieme rafforzano la capacità competitiva delle nostre aziende. Le imprese eco-investigatrici orientate al 4.0 nel 2020 hanno visto un incremento di fatturato nel 20% dei casi, quota più elevata del citato 16% del totale delle imprese green e più che doppia rispetto al 9% delle imprese non green.

“Dal Rapporto emergono quattro punti fondamentali - ha sottolineato il segretario generale di Unioncamere, Giuseppe Tripoli:

1. la transizione verde è un percorso su cui le imprese italiane si sono già avviate: un quarto di esse, malgrado le avversità di questo periodo, intende investire nella sostenibilità anche nel prossimo triennio;

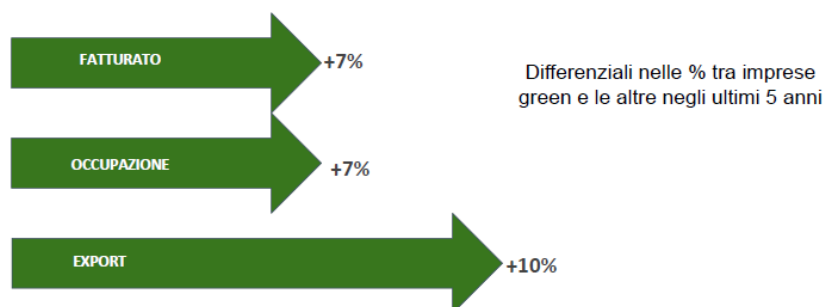
2. le imprese della green economy sono più resilienti: nel 2020, hanno registrato perdite di fatturato inferiori alle altre, sono ottimiste più delle altre e ritengono di recuperare entro 1-2 anni i livelli di attività precedenti alla crisi;

3. le imprese green innovano di più, investono maggiormente in R&S, utilizzano di più le tecnologie 4.0 e privilegiano le competenze 4.0.

4. le imprese giovanili guardano di più al green: il 47% delle imprese di under 35 ha investito nella green economy nel passato triennio contro il 23% delle altre imprese”.



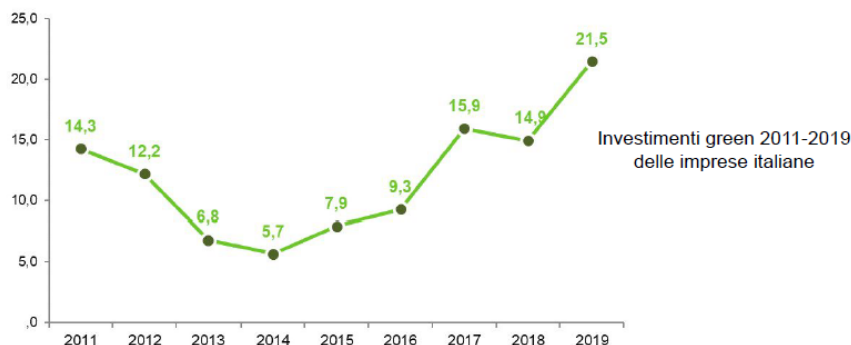
LE IMPRESE GREEN SONO PIU' PERFORMANTI



Unioncamere - Fondazione Symbola - GreenItaly Rapporto 2020



CRESCE IL NUMERO DELLE IMPRESE GREEN



Quota % imprese italiane extra-agricole con dipendenti

Unioncamere - Fondazione Symbola - GreenItaly Rapporto 2020

Molte delle imprese italiane, nonostante la crisi prodotta dal Covid-19, non hanno rinunciato a innovare e scommettere sulla sostenibilità ambientale, anzi, alcune hanno deciso di alzare la posta per essere ancora più competitive e resilienti. Il lavoro di queste imprese spinge il Paese verso le frontiere avanzate della sostenibilità.

ITALIA LEADER UE NELLA SOSTENIBILITÀ

Siamo infatti il campione europeo nell'economia circolare e nell'efficienza dell'uso delle risorse. L'Italia, ci dice Eurostat, è in assoluto il Paese europeo con la più alta percentuale di riciclo sulla totalità dei rifiuti: 79%, il doppio rispetto alla media europea (solo il 39%) e ben superiore rispetto a tutti gli altri grandi Paesi europei (la Francia è al 56%, il Regno Unito al 50%, la Germania al 43%). Non solo. Complessivamente, la sostituzione di materia seconda nell'economia italiana comporta un risparmio potenziale pari a 23 milioni di tonnellate equivalenti di petrolio e a 63 milioni di tonnellate di CO₂. Si tratta di valori equivalenti al 14,6% della domanda interna di energia e al 14,8% delle emissioni climalteranti (2018).

Per ogni chilogrammo di risorsa consumata, l'Italia genera – a parità di potere d'acquisto (PPS) – 3,6 € di PIL, contro una media europea di 2,3 € e valori di 2,5 della Germania o di 2,9 della Francia (mentre la produttività è più elevata nel Regno Unito, 3,9 €/kg, per ragioni anche connesse alla struttura economica meno industriale). Produciamo meno rifiuti: 42,3 milioni di tonnellate per ogni milione di euro, contro il 58,9 della media dei grandi Paesi Ue (e i 59,5 della Germania). L'economia circolare diventa mainstream e tutti i settori ricorrono

no in maniera più consistente a materiale di recupero, anche nelle produzioni di fascia alta (ad esempio gli agglomerati di quarzite o l'arredamento di design). L'industria italiana del legno arredo è infatti prima in Europa in economia circolare: il 93% dei pannelli truciolari prodotti in Italia è fatto di legno riciclato.

Con il taglio record del 20% sull'uso dei pesticidi (2011-2018) l'agricoltura italiana si conferma la più green d'Europa, a fronte di un trend opposto in Francia e Germania (forse anche per questo, pur essendo la meno sussidiata, occupa il primo posto in UE per valore aggiunto con 31,8 miliardi di euro). Siamo il primo Paese europeo per numero di aziende agricole impegnate nel biologico dove sono saliti a ben a 80.643 gli operatori coinvolti (2019). Crescita trainata anche dal mercato interno, che persino durante il lockdown ha mostrato un incremento dell'11% delle vendite di prodotti bio nei supermercati.

L'Italia ha poi il primato comunitario di giovani (gli under 35 alla guida di un'impresa agricola sono oltre 56 mila) e donne in agricoltura (un'azienda agricola su quattro – 28% – è guidata da donne: quasi 210mila imprenditrici).

L'Italia è uno dei campioni mondiali nel campo della chimica verde e sostenibile e delle bioplastiche, soprattutto per quanto riguarda la ricerca e l'innovazione, grazie ad alcuni tra i leader globali che guidano i progressi del settore (come Novamont). E i prodotti di questa nuova chimica sono utilizzati dalle imprese di filiera sempre più numerose, dall'agroalimentare al tessile. Proprio il nostro settore tessile guida la conversione sostenibile della moda: nelle fibre e, appunto, nell'uso di prodotti chimici più sostenibili.

GREEN JOBS: OCCUPAZIONE E INNOVAZIONE

Nel 2018 il numero dei green jobs in Italia ha superato la soglia dei 3 milioni: 3.100.000 unità, il 13,4% del totale dell'occupazione complessiva (nel 2017 era il 13,0%). L'occupazione green nel 2018 è cresciuta rispetto al 2017 di oltre 100 mila unità, con un incremento del +3,4% rispetto al +0,5% delle altre figure professionali.

La green economy è anche una questione anagrafica. Una importante spinta al nostro sistema manifatturiero verso la sostenibilità ambientale, infatti, è impressa dai giovani imprenditori: tra le imprese guidate da under 35, il 47% ha fatto eco-investimenti, contro il 23 delle over 35. Green economy significa anche cura sociale: il 56% delle imprese green sono imprese coesive, che investono cioè nel benessere economico e sociale dei propri lavoratori e della comunità di appartenenza relazionandosi con gli attori del territorio (altre imprese, stakeholder, organizzazioni non profit, ecc.); tra le imprese che non fanno investimenti green, invece, le coesive sono il 48%.

COME SI COLLOCA MODENA NEL PANORAMA NAZIONALE

La nostra provincia ben risulta nel report Symbola-Unioncamere. Con oltre 5.800 imprese che hanno effettuato eco-investimenti negli ultimi 5 anni (2015-2019) Modena è infatti undicesima nella graduatoria delle province italiane per incidenza percentuale delle imprese green sul totale delle imprese della provincia e diciannovesima nella graduatoria per valore assoluto.

Nel capitolo che illustra le eccellenze italiane a livello di aziende con tecnologie e materiali

green, è citato il caso di Kerakoll che si distingue per i prodotti di GreenBuilding. L'azienda è impegnata nella ricerca scientifica nel campo della salute e del benessere anche con un laboratorio dedicato, il Kerakoll GreenLab, un centro tecnologico sito a Sassuolo dedicato allo studio e sviluppo di nuovi materiali per l'edilizia green. Si tratta di un edificio progettato e costruito integralmente con soluzioni ecosostenibili: un ecosistema in equilibrio con l'ambiente circostante e in grado di autoprodurre energia, recuperare l'acqua piovana per depurarla naturalmente e garantire i più alti livelli di qualità dell'aria indoor e di benessere. In questo laboratorio ci sono più di 1.100 strumentazioni all'avanguardia con alcune eccellenze come: il laboratorio Indoor Air Quality (IAQ) Lab per la ricerca sulle emissioni e analisi sui VOC con 12 camere VOC gestite via software, costantemente operative e parametrize all'Indoortron del Joint Research Center di Ispra (VA), centro di ricerca della Commissione europea; la KlimaRoom, la prima camera climatica in Europa, sviluppata in collaborazione con la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Modena e Reggio Emilia (EELab, Energy Efficiency Laboratory), in grado di determinare le reali performance energetiche di un muro correttamente isolato. Più della metà del fatturato dell'azienda oggi è investito in ricerca e sviluppo per soluzioni green.

L'Università di Modena e Reggio Emilia, tra l'altro, è citata nel report come una delle università italiane coinvolte in progetti di ricerca sulla bioeconomia circolare e la chimica verde.



LA DOMANDA DI LAVORO VIRA VERSO IL GREEN

2019

35% del totale delle entrate ha riguardato Green Jobs

2020
-
2024

38% del fabbisogno di professioni richiederà competenze green (circa 1 milione)

Sostenibilità ambientale: EMILIA-ROMAGNA AI VERTICI

Una panoramica sugli esiti del rapporto annuale di ART-ER sulla diffusione degli strumenti volontari per la gestione della sostenibilità in regione

ELISABETTA SILVESTRI



Newsletter Sostenibilità 2020 contiene gli esiti del monitoraggio annuale effettuato da ART-ER Attrattività Ricerca Territorio sulla diffusione delle certificazioni volontarie per la gestione della sostenibilità in Emilia-Romagna, nell'ambito delle attività regolate dal programma annuale 2020 concordato con la Regione Emilia-Romagna. ART-ER infatti rappresenta la società consortile nata per favorire la crescita sostenibile della regione attraverso lo sviluppo dell'innovazione e della conoscenza, l'attrattività e l'internazionalizzazione del sistema territoriale.

Il documento descrive gli andamenti evolutivi 2019-2020 delle certificazioni in Emilia-Romagna confrontati nel panorama nazionale. In dettaglio, vengono analizzati i dati e gli indicatori, nazionali e regionali, delle certificazioni di processo e di prodotto più diffuse nel nostro Paese e le dinamiche settoriali in Emilia-Romagna. Attraverso il monitoraggio continuo delle certificazioni viene restituita un'analisi che consente di misurare il grado di dinamicità delle imprese operanti nei vari settori produttivi e dei servizi, anche in un'ottica di green economy.

Gli strumenti analizzati sono:

strumenti di qualificazione ambientale di processo, quali il regolamento europeo EMAS lo standard internazionale UNI EN ISO 14001;

strumenti di qualificazione ambientale dei prodotti, quali il marchio europeo Ecolabel; la Dichiarazione Ambientale di Prodotto DAP/EPD e le certificazioni forestali PEFC e FSC;

altri strumenti di qualificazione, quali gli standard internazionali: UNI EN ISO 50001 per la gestione degli aspetti energetici; BS OHSAS 18001/UNI EN ISO

45001, per la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro; SA 8000 e Bcorp per la responsabilità sociale d'impresa; UNI EN ISO 9001, per la qualità.

Questa edizione della Newsletter è dedicata ad approfondimenti tematici sulle principali novità di natura normativa e tecnica riguardanti le certificazioni ambientali e in particolare:

Claim ed etichette ambientali: il punto di vista dei consumatori europei secondo uno studio condotto dall'Università Sant'Anna di Pisa;

Made Green in Italy: i risultati del bando che dà avvio alle prime regole di categoria di prodotto e lancia il nuovo schema per la valutazione ambientale dei prodotti;

Green economy: le dinamiche di sviluppo delle imprese emiliano-romagnole.

LE CERTIFICAZIONI IN EMILIA-ROMAGNA E IN PROVINCIA DI MODENA

Ecco un focus territoriale sui principali strumenti di qualificazione ambientale delle organizzazioni e dei prodotti.

Per quanto riguarda l'EPD Environment product declaration, ovvero lo strumento che certifica l'impatto ambientale dei prodotti, il numero di registrazioni presenti in Italia al 2020 sale a 389 certificati, + 7% sul 2019. Le imprese dell'Emilia-Romagna detengono in tutto 145 certificati di ovvero circa il 37% del totale nazionale. Un risultato che mantiene la nostra regione al primo posto della classifica, seguita da Lombardia (77 Epd prodotti/servizi rappresentanti il 20% del totale) e dal Veneto (60 prodotti/servizi rappresentanti il 15% del totale).

In linea alla tendenza nazionale, i maggiori tassi di crescita al 2020 in Emilia-Romagna si sono stati registrati nel settore delle costruzioni e materiali (+17% sul 2019). Il settore agroalimentare si conferma quello prevalente con 109 Epd di prodotti che rappresentano il 75% del totale regionale e l'82% del totale raggiunto dal comparto su scala nazionale. Dati positivi, nonostante una leggera battuta d'arresto sulla diffusione delle certificazioni rispetto al 2019 (-8%). Per l'EPD nel report non vi sono dati a livello provinciale.

Restando nel campo delle certificazioni di prodotto, i dati rilevati a luglio 2020 per l'Ecolabel europeo in Italia mostrano una crescita del 40% rispetto alla rilevazione del 2019, per un totale di 247 licenze rilasciate a prodotti e servizi. La nostra regione registra passi avanti importanti raggiungendo il secondo posto nazionale, con una crescita del 38% sul 2019 e con 24 imprese detentrici di 36 licenze: 28 assegnate a prodotti e 8 a servizi.

A livello territoriale la diffusione per l'Ecolabel vede al primo posto la provincia di Bologna (7 licenze), seguita dalle province di Modena e di Ravenna rispettivamente con 4

licenze.

La diffusione di EMAS in Italia conta 991 registrazioni a luglio 2020 (+2% rispetto al 2019). Nella classifica europea il nostro Paese occupa il primo posto per numero di siti registrati (4.912 siti EMAS) e il secondo posto per numero di organizzazioni, dopo la Germania (1.134 organizzazioni EMAS).

L'Emilia-Romagna è tra le regioni con più alti tassi di certificazione (terza con 0,36 registrazioni EMAS ogni 1.000 imprese attive) ed è cresciuta in un anno del 3%.

In Emilia-Romagna i settori trainanti per Emas si confermano i servizi (in prevalenza per la gestione dei rifiuti) – che rappresentano il 44% del totale delle registrazioni Emas regionali – insieme al comparto agroalimentare (30%). Molto positivi i risultati per il settore delle costruzioni (+67%).

Modena con 15 certificazioni Emas è la quarta provincia in regione.

La ISO 14001, con più di 21.000 siti certificati, è il sistema di gestione ambientale più diffuso in Italia. Nell'ultimo anno lo strumento è rimasto sostanzialmente stabile (+2% sul 2019). La regione Emilia Romagna, con 5,30 siti certificati ogni 1.000 imprese, sale dal nono al settimo posto e mostra un indice superiore al dato nazionale (4,21). Nel periodo 2019-2020 l'Emilia Romagna è cresciuta di un +5%

totalizzando 2.113 siti certificati ISO 14001. Per i sistemi di gestione ambientale certificati con la norma Iso 14001 i settori più rilevanti sono il metalmeccanico e le costruzioni che insieme coprono una quota del 60%, con un incremento rispettivamente del 9% sullo scorso anno. Nel campo della sicurezza, particolarmente positiva la performance di commercio all'ingrosso e altri servizi sociali che sale al 27%, mentre per la responsabilità sociale troviamo la fornitura di alimenti e servizi di ristorazione (22%) e le costruzioni (18%).

Nella classifica regionale le province più rappresentate restano Bologna (25% del totale regionale) e Modena (15%).



EMAS

GESTIONE AMBIENTALE
VERIFICATA
Reg.n.IT - 00XXXX



Negoziare i crediti d'imposta CON SIBONUS

InfoCamere vara la piattaforma web che agevola imprese e cittadini nell'ottenimento delle risorse del Superbonus e Sismabonus

Favorire la circolazione di liquidità nel mercato per stimolare e supportare la ripresa; promuovere la diffusione della cessione del credito, mettendo a disposizione di imprese e cittadini una piattaforma online semplice, sicura e trasparente con la garanzia dell'esperienza in digitale di uno dei principali player pubblici del Paese.

Questi gli obiettivi di SiBonus (sibonus.infocamere.it), l'iniziativa con cui InfoCamere – la società delle Camere di commercio per l'innovazione digitale – consente alle PMI e ai titolari di crediti fiscali di cederli per ricavare liquidità immediata e, ai soggetti interessati al loro acquisto, di valutare le diverse opportunità e completare la transazione in modo sicuro, semplice e affidabile. L'iniziativa ha preso avvio a inizio novembre dal Nord-Est del Paese, in collaborazione con Unioncamere Veneto in veste di promotrice delle opportunità offerte dalla piattaforma alle PMI, ed è ora estesa a tutto il territorio nazionale.

“Forte della sua esperienza nel campo della digitalizzazione di processi e servizi per le imprese” ha detto il Pre-

sidente Lorenzo Tagliavanti, “InfoCamere punta a dare un sostegno concreto alle imprese di una filiera strategica in questa difficile fase di ripresa delle attività, e ad aumentare le opportunità per i cittadini contribuenti di sfruttare con fiducia le agevolazioni varate dal governo. I dati elaborati dai bilanci depositati nel 2019 presso il Registro delle Imprese - ha aggiunto Tagliavanti – evidenziano da parte delle società di capitale italiane una capacità di compensazione di crediti tributari superiore ai 50 miliardi di Euro. Un'enorme potenziale leva economica che, se rapidamente attivata, potrà contribuire a rilanciare i consumi delle famiglie e il fatturato delle imprese. In uno scenario in cui hanno già iniziato a muoversi realtà di mediograndi dimensioni, il nostro obiettivo - come società al servizio del sistema camerale - è di rendere più accessibile questo mercato alle piccole realtà imprenditoriali, creando le condizioni perché queste possano recuperare l'operatività a lungo frenata dall'emergenza sanitaria”.

L'iniziativa prevede il supporto della

controllata Iconto srl in veste di istituto di pagamento per la gestione dei flussi finanziari e si realizza in partnership con Sinloc S.p.A. (società di consulenza e investimento che ha nel proprio azionariato dieci fondazioni bancarie).

Il credito d'imposta è un qualsiasi credito che il contribuente vanta nei confronti dello Stato. Può essere utilizzato per compensare eventuali debiti nei confronti dell'erario, per il pagamento dei tributi e, quando ammesso, se ne può chiedere il rimborso nella dichiarazione dei redditi. In particolare, con il Decreto Rilancio, il governo ha introdotto un'importante novità, consentendo ai soggetti fisici o giuridici la possibilità di cedere a terzi il credito d'imposta maturato a seguito di interventi di ristrutturazione, riqualificazione energetica e messa in sicurezza sismica (i.c.d. Superbonus 110%, Ecobonus, Sismabonus, bonus ristrutturazione e bonus facciate).

SiBonus

Vendi e compri in sicurezza



Premio Storie di alternanza: PROCLAMATI I VINCITORI

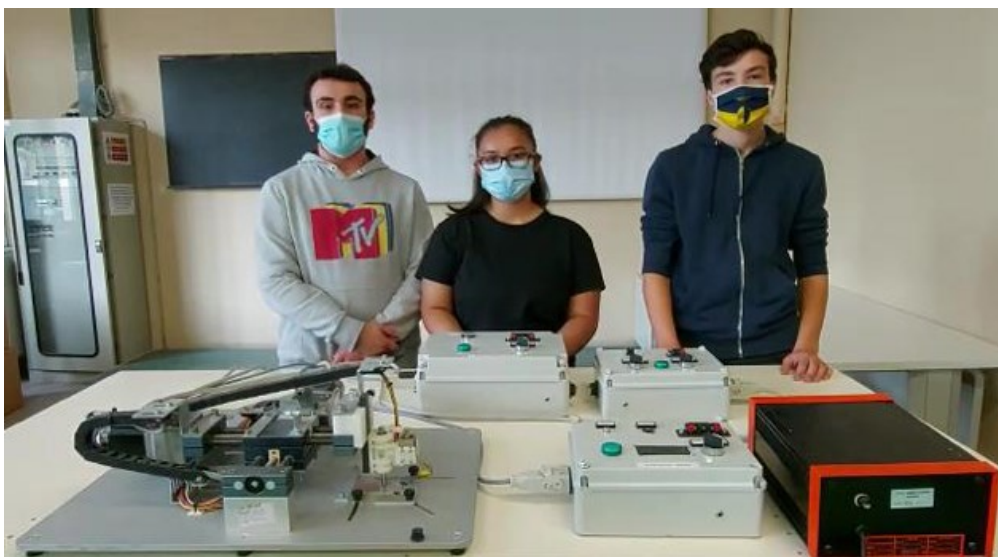
Conferiti i riconoscimenti ai migliori video-racconti delle esperienze di alternanza inviati dagli studenti degli Istituti superiori di Modena nell'ambito della sessione autunnale 2020 della III edizione del Premio

"Storie di alternanza" è un'iniziativa promossa da Unioncamere e dalle Camere di commercio italiane con l'obiettivo di valorizzare e premiare i racconti audiovisivi dei percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento ideati, elaborati e realizzati dagli studenti e dai tutor degli Istituti scolastici di secondo grado italiani. L'iniziativa vuole accrescere la qualità e l'efficacia dei percorsi scuola-lavoro, attivare una proficua collaborazione tra le scuole, le imprese e gli Enti coinvolti, rendere significativa l'esperienza attraverso il "racconto" delle attività svolte e delle competenze maturate.

Il Premio prevede due livelli di partecipazione: il primo locale, promosso e gestito dalle Camere di commercio aderenti, il secondo nazionale,

gestito da Unioncamere, cui si accede solo se si supera la selezione locale.

Nell'ultima sessione del Premio, che corrisponde a quella di aprile 2020 rinviata ad ottobre 2020 a causa della pandemia, la Commissione di valutazione della Camera di Commercio di Modena ha designato come vincitori per la nostra provincia, nella categoria licei il Fanti di Carpi a cui è stato assegnato un premio di 1.200,00 €, nella categoria istituti tecnici e professionali l'ITI Fermi di Modena (1.200,00 €) e secondo classificato l'IPSIA Vallauri di Carpi (800,00 €).



Gli studenti dell'ITS Enrico Fermi di Modena che hanno programmato e implementato il software di funzionamento di un plotter industriale in collaborazione con tutor esterni della Grafspa di Nonantola

Spazio CDP

ALLA CAMERA DI COMMERCIO

Inaugurato il primo punto informativo di Cassa Depositi e Prestiti in Emilia-Romagna, dedicato a imprese e pubbliche amministrazioni. Presentato anche il Fondo “Mobility & Digital Acceleration” e l’Acceleratore Motor Valley per lo sviluppo di start-up innovative nel settore automotive e mobility

Cassa Depositi e Prestiti ha aperto un punto informativo presso la sede della Camera di Commercio di Modena - il primo in Emilia-Romagna - dove soggetti pubblici e privati potranno incontrare i referenti CDP e ricevere un supporto integrato, tecnico e finanziario, su progetti locali di sviluppo e rilancio economico facendo sistema delle diverse esigenze e aumentando la coesione con il territorio.

L’apertura è frutto dell’accordo di collaborazione territoriale tra Cassa Depositi e Prestiti, Fondazione di Modena, Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì e Fondazione Cassa di Risparmio di Parma,

che si inserisce nell’ambito della collaborazione tra ACRI (Associazione di Fondazioni e Casse di Risparmio Spa) e Cassa Depositi e Prestiti, con l’obiettivo di rafforzare ulteriormente la presenza di CDP sul territorio e la cooperazione con le singole Fondazioni per lo sviluppo di progetti congiunti a beneficio delle comunità locali.

Il progetto rientra nel nuovo approccio di Cassa Depositi e Prestiti focalizzato sullo sviluppo sostenibile dei territori – oggi più che mai da affiancare nella ripartenza economica – attraverso un rinnovato supporto a tutti gli stakeholders e con una particolare attenzione alle imprese di piccola e



Lo Spazio CDP presso la sede della Camera di Commercio di via Ganaceto 113



Gian Carlo Muzzarelli
Sindaco di Modena



L'evento di presentazione tenuto in streaming dal Teatro Comunale di Modena

media dimensione.

L'apertura dello "Spazio CDP" di Modena al quale seguiranno i punti informativi di Forlì e Parma, rappresenta una delle tappe del più ampio programma di apertura delle nuove sedi di CDP in Italia, che ha già visto l'avviamento degli uffici di Firenze, Genova, Napoli, Torino e Verona, degli "Spazio CDP" di Cagliari, Perugia, Sassari, Trento e Rovereto e che, nel massimo rispetto delle norme anti Covid, proseguirà nei prossimi mesi con le inaugurazioni delle sedi di Ancona, Bari, Milano e Roma e di ulteriori punti informativi nel territorio nazionale.

Il coinvolgimento delle Fondazioni nelle iniziative che CDP porta avanti di concerto con le Regioni e le Province autonome, consente di aumentare la leva finanziaria e l'efficacia degli interventi a supporto della crescita del tessuto economico-sociale.

Con lo stesso obiettivo, è stato firmato da CDP, Fondazione di Modena, Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì e Fondazione Cassa di Risparmio di Parma un protocollo d'intesa per la promozione di iniziative di potenziamento del sistema infrastrutturale, di sviluppo urbano sostenibile e di rilancio economico del territorio. In base a quest'intesa, le parti collaboreranno per individuare azioni di sviluppo nelle seguenti aree: supporto tecnico e finanziario verso le imprese e gli Enti Pubblici per la realizzazione, ad esempio, di progetti infrastrutturali, percorsi di formazione manageriale, progetti di innovazione e filiera, eventuale coinvolgimento nelle iniziative che CDP porta avanti con le Regioni a supporto della crescita del tessuto imprenditoriale locale.

L'inaugurazione dello "Spazio CDP" a Mo-

dena, avvenuta con un evento in streaming il 4 novembre 2020, è stata anche l'occasione per annunciare l'avvio del Fondo "Mobility & Digital Acceleration" e dell'acceleratore Motor Valley Accelerator. Il progetto, compreso tra le iniziative del "Fondo Acceleratori" gestito da CDP Venture Capital SGR e realizzato grazie alla sinergia con Fondazione di Modena e UniCredit, si propone di favorire lo sviluppo di start-up innovative nel settore automotive e mobility, nonché la creazione e lo sviluppo di ulteriori programmi di accelerazione in ambiti sinergici e complementari collegati alla mobilità. Con particolare attenzione ai temi dell'innovazione e della sostenibilità.

La maturità digitale delle imprese

IN EMILIA-ROMAGNA

Presentati i risultati dell'indagine sui dati rilevati dai Punti Impresa Digitale, curata da Regione, Unioncamere ER e Università di Modena e Reggio Emilia. Il 65% delle imprese adotta almeno una delle tecnologie abilitanti 4.0. Una su cinque ha raggiunto un buon grado di maturità digitale. L'Emilia-Romagna a livello nazionale si colloca al terzo posto tra le regioni per livelli di digitalizzazione delle aziende

L'impresa che vuole essere competitiva deve essere digitale. Soprattutto in una fase come l'attuale in cui il processo di diffusione delle tecnologie digitali è stato forzatamente accelerato dalle misure di contenimento del contagio da Covid 19. E' questo lo scenario in cui è stata presentata la prima indagine sui processi di trasformazione e maturità digitale delle imprese, promossa da Regione Emilia-Romagna, Unioncamere regionale, Università di Modena e Reggio Emilia, in un partecipato seminario on line il 19 novembre 2020, organizzato in collaborazione con la rete dei PID (Punti impresa digitale) delle Camere di commercio, che hanno raccolto i questionari di assessment (valutazione) compilati da oltre

1600 imprese regionali.

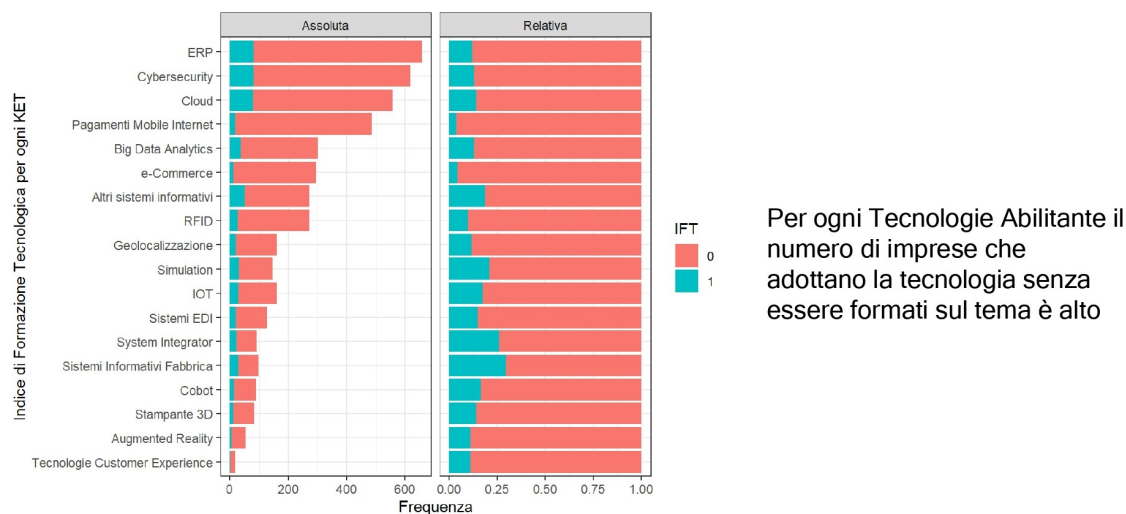
Dallo studio, che esamina la digitalizzazione e la gestione dei flussi informativi in rapporto a ogni singola funzione aziendale, emerge come in Emilia-Romagna il grado di maturità digitale cresca all'aumentare delle dimensioni, tra i 250 e i 499 addetti. Il mercato B2B è quello più digitalizzato.

“Il dato che la ricerca mette in luce - sostiene Giovanni Solinas docente di Economia industriale del dipartimento di Economia 'Marco Biagi' dell'Ateneo di Modena e Reggio Emilia - è che un nucleo consistente di imprese - una su cinque - ha raggiunto un buon grado di maturità digitale. Il processo è trasversale: riguarda la manifattura e i servizi, grandi,



La formazione e la consapevolezza digitale delle imprese

Consapevolezza digitale per ogni tecnologia abilitante



piccole e medie imprese”.

Il settore informazione e comunicazione è il più aperto al digitale, ma c'è varietà elevata nella manifattura, dove più avanti sono macchinari-apparecchiature, gomma, metallurgia e autoveicoli.

Un altro dato rilevante è che il 65% delle imprese adotta almeno una delle tecnologie abilitanti 4.0. Dalla ricerca, riguardo l'aspetto della consapevolezza digitale, emerge però l'alto numero di imprese che utilizzano tecnologia senza essere formate e di qui la necessità di investire sotto questo profilo, per rispondere all'evoluzione della domanda di professioni e competenze.

La seconda parte dell'indagine è rivolta a fornire una misura di questi aspetti. Si guarda alla adeguatezza dei processi formativi all'interno delle imprese e all'andamento della domanda di lavoro.

“L'analisi di oltre tre milioni di rapporti di lavoro attivati dalle imprese nelle principali filiere produttive negli ultimi 10 anni – aggiunge Solinas – evidenzia un dato di straordinaria rilevanza: un assunto su due ha un profilo professionale che richiede competenze digitali”.

La prospettiva digitale è necessaria per le imprese e infatti sia la nuova Strategia industriale europea che il Recovery Plan mettono la digitalizzazione tra le priorità.

“Nella indagine che sottolinea il ruolo della filiera produttiva, c'è una lettura attenta di tutti i fattori e delle tecnologie, della formazione e capacità di utilizzare quanto si sta realizzando dentro le nostre imprese – precisa Morena Diazi, direttore generale Economia della conoscenza, del lavoro e dell'impresa Regione Emilia-Romagna – La trasformazione digitale è parte di un processo più complessivo. L'investimento sul digitale, nell'innestare processo di appropriazione di competenze e conoscenze va nella direzione del piano per lo sviluppo digitale della Regio-

ne, del data valley come bene comune. Un filone a cui si collegano la costruzione della S3 smart specialization strategy e la nuova programmazione europea Fesr-Fse di sostegno alle imprese. Occorre insistere in uno sforzo di sistema tra Regione, Università, Camere di commercio. La maturità digitale è chiaramente una condizione fondamentale per l'economia post Covid”

E' quindi un percorso avviato, in cui c'è bisogno di costruire competenze in uno sforzo comune. La sfida è creare una rete di innovazione tra diversi attori che devono dialogare con le aziende per favorire diffusione conoscenze, creare consapevolezza, sostenere investimenti tecnologici per il decisivo cambio di passo, accompagnare ed aiutare le imprese.

L'ultima indagine Excelsior di Unioncamere Italiana evidenzia come il 60,4% della futura forza lavoro deve possedere competenze digitali di base (utilizzo di internet, strumenti di comunicazione digitale, ecc.) e il 36,2% dei nuovi occupati abilità «avanzate» (utilizzo delle tecnologie 4.0, ecc.).

“Se in generale il Sistema Camerale nel periodo 2017-2019 e fino al 2020 ha stanziato oltre 110 milioni di euro, per sostenere la trasformazione digitale tramite acquisto di tecnologia ma soprattutto di formazione e consulenze – spiega Antonio Romeo, responsabile del coordinamento della rete nazionale PID-Punto impresa digitale -c'è ancora molto lavoro all'orizzonte. In base agli ultimi dati di settembre in Italia sono oltre 250.000 le imprese che hanno usufruito di servizi Pid”.

In Emilia-Romagna, tra le imprese, si riscontra un numero più basso di esordienti e apprendisti digitali, pari al 45% rispetto al 55% a livello nazionale del numero delle imprese che si collocano nei primi due step della digitalizzazione, anche se emerge un 15%, quindi qualche punto

in più rispetto alla media nazionale, di imprese più performanti.

L'Emilia-Romagna si colloca tra le prime tre regioni a livello nazionale per digitalizzazione delle imprese, con un trend simile a quello della Lombardia, che è seconda, e a poca distanza dall'Alto Adige, primo sul podio. Se l'Emilia-Romagna risulta anche più avanti in questo campo, seppur non di molto, di regioni come Piemonte e Veneto, è anche vero che il digitale non è per tutti. Solo le imprese che operano in filiera, infatti registrano livelli di digitalizzazione più alti. Le imprese investono di più, infatti, se sono inserite in una filiera produttiva, logistica e clienti a valle e a monte, al cui interno c'è maggiore necessità di dialogo 'smart' e scambio di informazioni. Quando si tratta di digitalizzare i processi interni, a partire dalle risorse umane, ci sono maggiori difficoltà, anche in Emilia-Romagna: ci riescono meglio solo le medie e grandi.

La sfida, quindi, è di rafforzare una rete di innovazione e i diversi attori devono dialogare sempre più con le imprese.

"La digitalizzazione delle imprese è una priorità e si collega strettamente al livello di competitività nel mercato nazionale e nei mercati esteri, ma il lavoro da fare è ancora molto - conferma il segretario generale di Unioncamere Emilia-Romagna, Claudio Pasini - L'ultimo censimento Istat, del 2019, dice che le imprese italiane non sembrano pronte a raggiungere la maturità digitale. Ben tre quarti di imprese con almeno 10 addetti, pur effettuando investimenti digitali, non riescono a essere caratterizzate da

un utilizzo davvero integrato delle tecnologie disponibili. La maggior parte - nota Pasini - è riuscita ad avviare un percorso grazie agli incentivi statali e regionali ultimi anni. Ma gli imprenditori sono concentrati sugli investimenti infrastrutturali, come le soluzioni Cloud o la fibra ottica, lasciando spesso a un'eventuale fase successiva l'adozione di tecnologie applicative più complesse, che però sono quelle che avvicinano alla maturità digitale. Si tratta di un processo velocizzato negli ultimi mesi dalla pandemia. Il percorso è ancora lungo: occorre garantire supporto e accompagnamento alle imprese per aiutarle a compiere il decisivo salto di qualità nell'acquisizione di cultura digitale. In tale direzione - conclude Pasini - opera il "network nazionale Industria 4.0" che attraverso i Punti Impresa Digitale (PID) delle Camere di commercio, i digital innovation hub e i competence center accompagna e supporta le imprese nella trasformazione digitale 4.0".



Riparte Eccellenze in Digitale

Al via la nuova edizione del progetto di Unioncamere-Google per la crescita delle competenze digitali delle imprese. I Punti Impresa Digitale delle Camere di commercio italiane organizzeranno webinar nel corso del 2021

Formare gratuitamente almeno 30mila persone, tra imprenditori, dipendenti, collaboratori e tirocinanti, sulle competenze digitali di base e sull'uso di strumenti sempre più essenziali per superare la seconda ondata di una pandemia che ha colpito con forza le aziende italiane. È l'obiettivo di Eccellenze in Digitale 2020-2021, la nuova edizione del progetto di Unioncamere supportato da Google, il cui obiettivo è aiutare le imprese italiane a far crescere le competenze dei propri lavoratori. Grazie al finanziamento di 1 milione di euro da parte di Google.org, la nuova edizione del progetto prende il via da lunedì 23 con oltre 30 webinar organizzati dai Punti Impresa Digitale delle Camere di Commercio italiane.

La crisi causata dal Covid-19 ha evidenziato ancor di più l'importanza delle competenze digitali come risorsa indispensabile per restare in contatto con i propri utenti e colleghi e per portare avanti la propria attività e il proprio lavoro. Recenti analisi di Unioncamere mostrano che nelle imprese italiane le competenze digitali sono richieste per 7 assunti su 10, pari a 3,2 milioni di lavoratori. Ma il 28,9% di que-

sti profili, vale a dire circa 940 mila posizioni lavorative, è difficile da trovare per inadeguatezza o ridotto numero di candidati. Il risultato è spesso una carenza tanto più grave in un momento in cui proprio Internet può offrire strategie di visibilità e di vendita determinanti per superare i limiti imposti dall'emergenza sanitaria.

Da anni, Unioncamere e le Camere di commercio investono nello sviluppo di competenze che consentano alle micro, piccole e medie imprese di rimanere aggiornate e per questo già dal 2013 hanno avviato la partnership con Google per la sensibilizzazione, istruzione e potenziamento della presenza online delle imprese, realizzando progetti di successo e di forte impatto (Distretti sul Web, Eccellenze in Digitale, Digital Training) e attivando, all'interno del Piano impresa 4.0, i Punti Impresa Digitale ormai presenti su tutto il territorio nazionale.

È proprio partendo dal successo di queste esperienze che Google, come parte del suo nuovo programma di investimento Italia in Digitale (g.co/ItaliaInDigitale), ha deciso di rinnovare la storica iniziativa di Eccellenze in





Affrontare la crisi aiutando le Aziende a partire dalle Competenze dei Lavoratori!

Fino ad oggi abbiamo aiutato le imprese a scoprire il web e gli strumenti digitali. Ora vogliamo andare oltre e formare non solo gli imprenditori, ma anche tutto il personale aziendale e i loro collaboratori sulle competenze indispensabili per sostenere l'impresa a superare la crisi della prima pandemia dell'era del digitale e non solo.



digitale, portando l'attenzione sulla formazione dei lavoratori, sulle aree e sui settori più colpiti dalla crisi. L'edizione 2020-21 servirà a raggiungere in particolare le aziende legate al turismo, alla ristorazione e alle filiere del made in Italy.

Scopo degli incontri formativi che si succederanno per tutto il 2021, è aiutare da un lato le imprese a potenziare le competenze digitali dal proprio interno, dall'altro fornire ai lavoratori strumenti in grado di accrescere o trasformare le proprie abilità mantenendo o migliorando la propria situazione occupazionale. In quest'ottica, con il supporto degli oltre 150 digitalizzatori e digital promoter presenti nei PiD delle Camere di commercio, in oltre 2000 ore di formazione si affronteranno temi e strumenti divenuti fondamentali in questa fase di crisi legata al Covid-19: dalla presenza online a tutto tondo (sito, social, email), alle

dinamiche di promozione, vendita e gestione del cliente e delle transazioni anche in ambito locale e di vicinato; dagli strumenti di autoformazione gratuiti a quelli di verifica delle performance dei propri canali, fino ai mezzi di gestione delle attività in remoto. Particolare attenzione verrà posta, inoltre, a temi specifici legati alle restrizioni introdotte per contrastare il diffondersi della pandemia, come la comunicazione della qualità e la sicurezza di prodotto e di servizio.

PiD: I RISULTATI AD OGGI RAGGIUNTI



Modena terra DI INVENTORI

Siamo la sesta provincia italiana per brevetti depositati all'EPO. Unioncamere e Dintec pubblicano uno studio sulla tutela della proprietà industriale negli ultimi dieci anni in Italia

L'Italia ha pubblicato all'European Patent Office (EPO) 4.242 invenzioni nel 2019 classificandosi al quarto posto tra le nazioni europee alle spalle di Germania, Francia e Paesi Bassi.

E' quanto emerge dallo studio effettuato da Unioncamere e Dintec sulla base dei brevetti pubblicati dall'European Patent Office (EPO) tra il 2008 e il 2019.

Modena è tra le prime sei province italiane per numero di invenzioni depositate con 155 registrazioni all'EPO nel 2019 e un balzo del +34% rispetto ai numeri del 2018 e 2017, anni in cui i depositi si sono fermati a quota 116. Nel periodo 2008-2019 i soggetti modenesi hanno pubblicato 1.513 brevetti.

Nella graduatoria provinciale sul 2019 Modena è preceduta da Milano (703), Bologna (300), Torino (271), Roma (174) e Vicenza (165).

L'Emilia-Romagna, con 741 brevetti nel 2019, risulta la seconda regione italiana dopo la Lombardia (1.382) e prima del Veneto (574). Nel

2019 la crescita dei depositi regionali si è attestata sul +4,4% contro una flessione a livello nazionale del -0,4%.

Per quanto riguarda la tipologia del richiedente, emerge che a Modena per il 93,2% si tratta di imprese, mentre la restante quota è relativa a privati cittadini. A livello nazionale la quota delle imprese è nettamente inferiore (86,6%) mentre è più elevata quella dei privati (9,0%) e vi è una parte attribuibile a Enti di ricerca (4,4%).



Iniziative per catalizzare

EXPORT E INTERNAZIONALIZZAZIONE

L'azienda speciale Promos Italia presenta i programmi 2021 per incentivare la proiezione internazionale delle imprese modenesi

Promos Italia è la struttura nazionale del Sistema camerale che supporta le piccole e medie imprese nei processi di internazionalizzazione e affianca le istituzioni italiane per far crescere il Made in Italy nel mondo.

Oltre che dalla Camera di commercio di Modena, Promos Italia è partecipata dalle camere di commercio di Caserta, Catanzaro, Cosenza, Genova, Milano Monza Brianza Lodi, Modena, Perugia, Pisa, Salerno, Pordenone - Udine e da Unioncamere, Unioncamere Emilia-

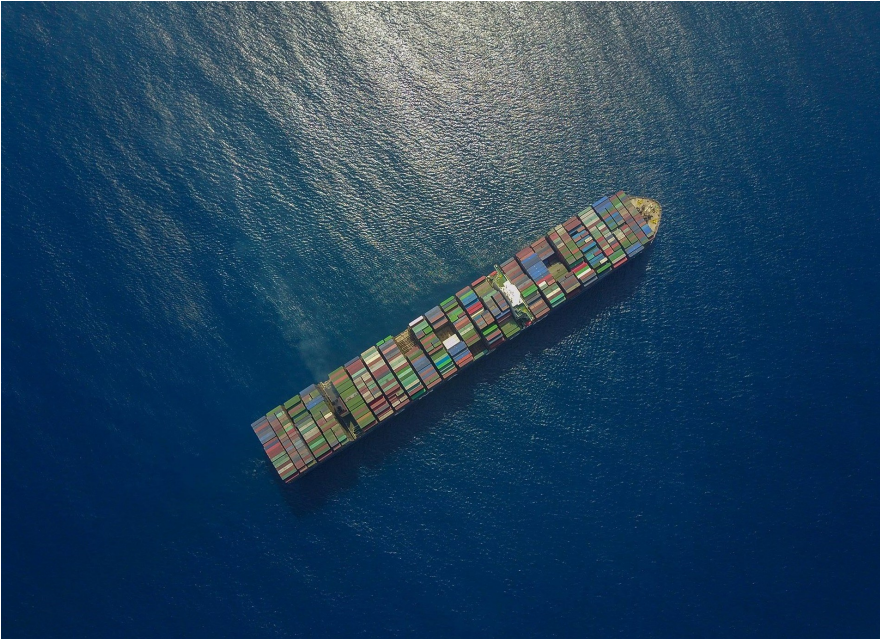
Romagna e Unioncamere Lombardia.

La struttura nazionale per l'internazionalizzazione del sistema camerale ha l'esperienza, il know how e la presenza sul territorio per intercettare le necessità delle imprese e fornire un supporto concreto allo sviluppo commerciale sui mercati esteri, direttamente o attraverso una rete consolidata di relazioni. Inoltre, è il partner di riferimento per le istituzioni locali che intendono ideare e realizzare progettualità a favore dello sviluppo internazionale delle

loro imprese.

A imprenditrici e imprenditori che vogliono internazionalizzare il loro business, Promos Italia offre servizi di informazione, formazione e primo orientamento, garantendo la possibilità di intraprendere un percorso completo: dalla strategia per un export efficace fino all'incontro con controparti estere ad alto potenziale attraverso incontri di business matching. Inoltre, offre un'ampia proposta di servizi dedicati allo sviluppo internazionale at-





traverso canali digitali (social network, motori di ricerca, marketplace ecc.)

Promos Italia ha inoltre sviluppato best practice e modelli che mette a disposizione delle principali istituzioni italiane, fornendo formazione, assistenza e servizi a supporto dell'export e del marketing territoriale.

Nel corso del 2021 l'agenzia per l'internazionalizzazione delle camere di commercio italiane implementerà l'offerta di servizi per favorire lo sviluppo estero delle Pmi italiane, attraverso servizi dedicati con focus sia su mercati tradizionali per le esportazioni del Made in Italy sia su mercati emergenti. Verrà rafforzata l'attività di formazione e primo orientamento, che verterà sia su temi dell'export tradizionale: contrattualistica internazionale, pagamenti e trasporti, dogane e intrastat, fiscalità internazionale e marketing internazionale, sia su temi relativi al digitale, sempre più importanti per le imprese. L'attività di business matching continuerà con modalità innovative e coinvolgendo buyers di tutto il mondo.

A causa del persistere della pandemia, almeno nella prima parte dell'anno verrà confermata l'erogazione di servizi attraverso piattaforme online e canali digitali, che si sono rivelati strumenti efficaci per mantenere le relazioni di business già in essere e per svilupparne di nuove, con la speranza comune di poter tornare presto a viaggiare portando i prodotti d'eccellenza del Made in Italy in tutto il mondo.

LE ATTIVITA' DI PROMOS ITALIA DEDICATE ALLE IMPRESE

DELLA PROVINCIA DI MODENA

Per il 2021, le attività dedicate alle aziende modenesi sono le seguenti.

Informazione, Comunicazione e prima assistenza: attraverso il servizio Obiettivo Estero Modena si garantisce assistenza e consulenza individuale sui temi dell'export ad aziende del territorio. Inoltre, attraverso la piattaforma ExpoMo si assicura alle imprese del territorio una visibilità nazionale e internazionale attraverso un canale privilegiato di promozione di prodotti e servizi.

B2B virtuali e Inbuyer: attivazione di sessioni di matching con qualificati buyer internazionali dedicate a numerose filiere produttive rappresentative del territorio, tra le quali il turismo. Considerato il perdurare della crisi, sarà proposta prevalentemente la realizzazione di incontri "da remoto".

Progetti Digitali: si propongono servizi personalizzati per favorire l'implementazione del digitale nelle imprese. I servizi sono strutturati per tutte le tipologie di imprese e sono pensati per soddisfare la richiesta delle aziende rispetto al piazzamento dei propri servizi e prodotti sui principali marketplace internazionali (es. social commerce, LinkedIn, Amazon). Inoltre è prevista la realizzazione di un progetto per prodotti tipici (vino) per la vendita B2C nel mercato Asean e un bando dedicato per favorire lo sviluppo delle imprese attraverso strumenti digitali.

Servizi Collettivi: percorsi articolati per l'approccio ai mercati esteri con ricerche di partner mirate sulla base dei profili

aziendali, con il progetto MatchIt Extra UE (modello delle missioni virtuali). Nel secondo semestre l'offerta si arricchirà dei percorsi di avvicinamento tramite modelli diversificati di approccio alle fiere, come NextFair (nuova formula di scouting per gruppi omogenei di impresa per la visita a fiere all'estero) o il Progetto «Outgoing Light» (nei Paesi emergenti esposizione in area collettiva alle fiere «nuove», ritenute di interesse).

Servizi individuali: al fine di rendere più incisive le attività legate allo scouting di nuovi contatti e al presidio commerciale, si ipotizzano percorsi ad hoc per alcuni comparti settoriali in aree e paesi che hanno registrato un interesse specifico, come il progetto Bio Green in area scandinava e TECH Africa. Le imprese inoltre avranno modo di accedere ai servizi di presidio commerciale in mercati strategici, o di orientamento tramite la prefattibilità sui mercati di loro interesse.

Progetti di Formazione: Percorsi specialistici intensivi in materia di internazionalizzazione (Short Master e Digital Export) e Corsi Executive in materia di commercio estero (Progettazione Europea, Trade finance, Supply Chain, Marketing).

DigIT Export: la realizzazione di seminari/webinar sui temi dell'export digitale e l'erogazione di servizi individuali di consulenza sui temi digital

Attrazione investimenti/Turismo: l'obiettivo è narrare le eccellenze dei singoli territori (imprese, know-how, collaborazioni di successo tra imprese, capitale umano radicato sul territorio, etc.) per valorizzare e raccontare ad un pubblico nazionale ed internazionale le specificità e le vocazioni attrattive.

Programmi nazionali: Modena aderirà alla III edizione del Progetto SEI sviluppando servizi di assistenza, orientamento, formazione e business planning per le imprese del territo-

rio. Tra i programmi internazionali ed europa-progettazione si evidenzia il progetto EUMatch, l'edizione del programma per l'accompagnamento delle imprese del settore agro-food e beni di consumo nei mercati europei attraverso un percorso formativo-informativo, di orientamento e di ricerca partner nei mercati obiettivo. Il progetto sarà dedicato ad un massimo di 15 aziende.

Infine, il progetto Ready2Expo si propone di accompagnare le imprese di quattro filiere target (food, cosmetica, arredo e design, ambiente e sostenibilità) sul mercato emiratino e della regione del Golfo, sfruttando la vetrina di Expo Dubai 2021 che avrà luogo da Ottobre 2021 a Marzo 2022.

Progetto SEI

Sostegno all'Export dell'Italia



Supporto all'Export delle imprese

Piano formativo e di sviluppo per il potenziamento delle professionalità camerali



Rimbando

dell'export

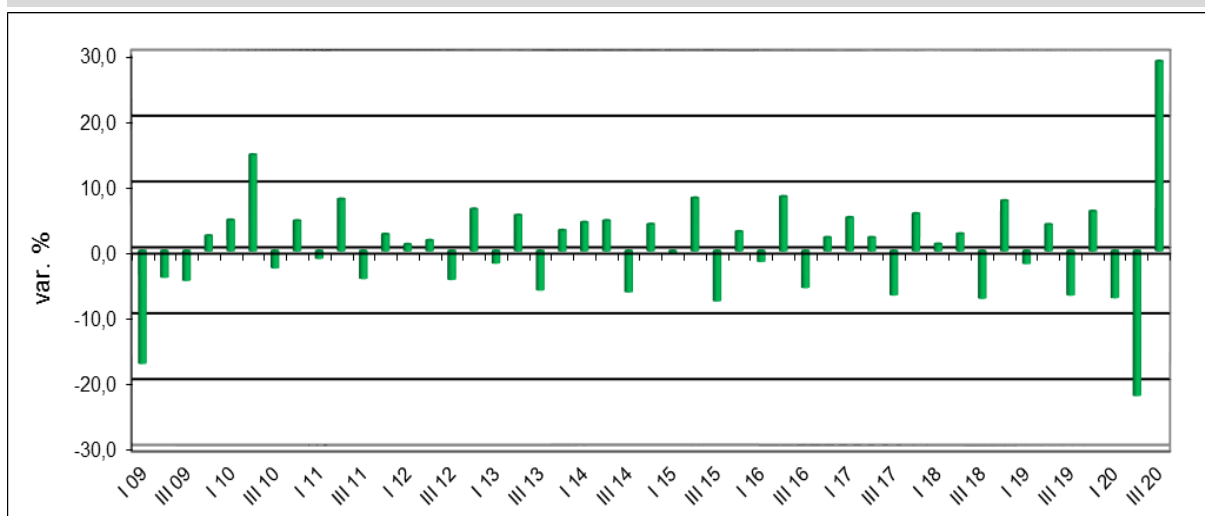
NEL 3° TRIMESTRE 2020

L'incremento non compensa il crollo del secondo trimestre. Nei primi nove mesi del 2020 le vendite all'estero calano dell'11,6% rispetto allo stesso periodo del 2019

MAURA MONARI

Sono stati divulgati da Istat i dati relativi al commercio con l'estero delle province italiane relativi al terzo trimestre del 2020. L'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena evidenzia un deciso incremento dell'export provinciale che si avvicina molto ai valori esistenti prima della pandemia. Infatti l'export totale ammonta a 3.128 milioni di euro pari ad un incremento congiunturale del +28,8% rispetto al secondo trimestre dell'anno (2.429 milioni). Tuttavia tale incremento non riesce a compensare la sensibile perdita avutasi nel secondo trimestre, in pieno

Variazioni percentuali delle esportazioni modenesi – confronto congiunturale rispetto al trimestre precedente



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

Esportazioni in provincia di Modena, Emilia-Romagna e Italia

	milioni di euro		
	genn. sett. 2019	genn. sett. 2020	var. %
Modena	9.798	8.663	-11,6
Emilia-Romagna	49.364	44.145	-10,6
Italia	355.971	311.405	-12,5

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

lockdown, pertanto l'andamento dei primi nove mesi del 2020 rimane negativo rispetto allo stesso periodo del 2019, con 1.135 euro in meno di export pari ad una diminuzione dell'11,6%.

Anche l'Emilia-Romagna perde il 10,6%, mentre a livello nazionale il calo risulta superiore (-12,5%).

IL TREND SETTORIALE

L'andamento congiunturale dei settori economici nel terzo trimestre 2020 rispetto al secondo trimestre evidenzia notevoli incrementi in diversi comparti, in primis il tessile-abbigliamento (+162,0%), i mezzi di trasporto (+47,7%), la ceramica (+21,0%) e le macchine e apparecchi meccanici (+17,3%), solamente il biomedicale rimane pressoché stabile (+1,9%) in quanto nel secondo trimestre non aveva registrato i crolli degli altri settori.

Ciò nonostante il confronto tendenziale dei primi nove mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2019 rimane negativo: tutti i settori risultano in perdita, soprattutto il tessile-abbigliamento (-23,5%), le macchine e apparecchi meccanici (-16,6%) e i mezzi di trasporto (-12,6%). La pandemia ha

Esportazioni della provincia di Modena per attività economica

genn. sett. 2020			
	Milioni di euro	Composizione %	Variazione % genn. sett. 19/20
macchine e apparecchi meccanici	2.370	27,4	-16,6
mezzi di trasporto	2.257	26,1	-12,6
agroalimentare	930	10,7	-3,2
tessile abbigliamento	444	5,1	-23,5
biomedicale	262	3,0	-3,2
ceramico	1.614	18,6	-6,1
altri settori	786	9,1	-6,9
totale Modena	8.663	100,0	-11,6

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



avuto minore impatto per la ceramica (-6,1%), l'agrolimentare e il biomedicale (-3,2% per entrambi).

LE DESTINAZIONI DELL'EXPORT

L'export per aree geografiche vede sensibili incrementi congiunturali a due cifre nel terzo trimestre verso tutte le zone del mondo, in particolare i più evidenti sono verso l'Africa del Nord (+45,2%), il Cana-

da (+34,2%), l'Unione Europea e l'Oceania (entrambi +32,5%).

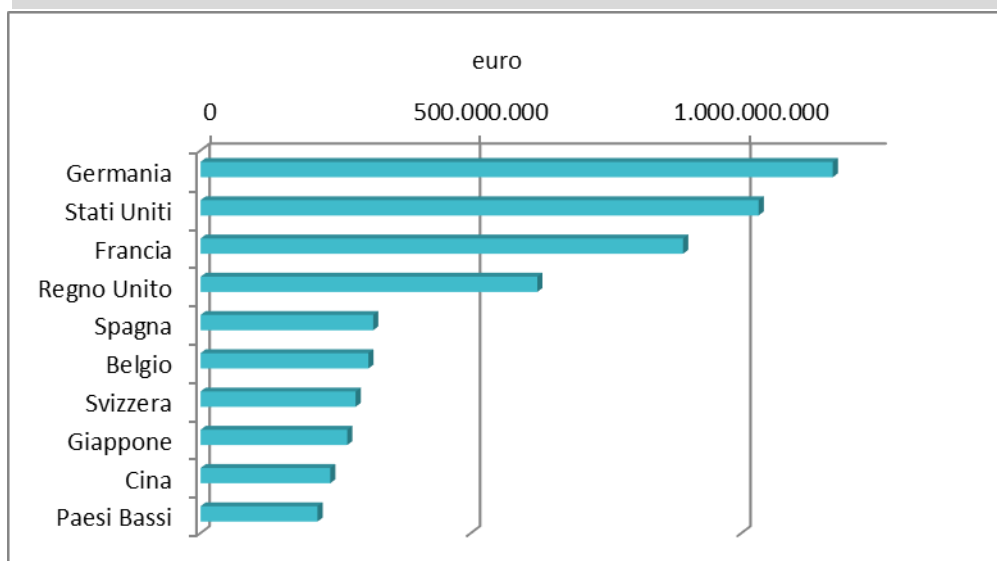
Il confronto tendenziale dei primi nove mesi invece risente profondamente dell'effetto della pandemia: i cali più sensibili si sono registrati verso l'Africa del Nord (-28,5%) e l'America Centro Sud (-20,5%), diminuzioni meno marcate ma sempre a due cifre verso la UE a 15 paesi (-10,5%), l'Asia (-13,8%) e l'Africa Centro Sud (-12,1%), mentre si rilevano decrementi più moderati verso l'Oceania (-9,8%), il Cana-

Esportazioni della provincia di Modena per aree di destinazione

genn. sett. 2020

	Milioni di euro	composizione %	Var. % genn. sett. 19/20
Africa Centro Sud	74	0,9	-12,1
Africa Nord	153	1,8	-28,5
Paesi Europei non UE	651	7,5	-2,9
America Centro Sud	248	2,9	-20,5
Asia	1.030	11,9	-13,8
Canada e Groenlandia	104	1,2	-9,4
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	719	8,3	-5,7
Medio Oriente	338	3,9	-0,3
Oceania	142	1,6	-9,8
Stati Uniti	1.032	11,9	-20,0
Unione Europea a 15 paesi	4.171	48,2	-10,5
Totale	8.663	100,0	-11,6

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

Primi dieci paesi per valore delle esportazioni di Modena nel periodo gennaio-settembre 2020


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

da (-9,4%), i 13 paesi della UE entrati dal 2004 in poi (-5,7%) e gli 'altri paesi europei' (-2,9%).

Solamente il Medio Oriente risulta pressoché stabile (-0,3%).

Nonostante lo shock subito dall'economia mondiale, non viene comunque stravolta la classifica dei primi dieci paesi esteri verso cui è diretto l'export modenese: solamente gli Stati Uniti, primo partner economico della provincia da molti anni, sono scesi in seconda posizione già nel trimestre precedente e ora registrano un altro -20,0%. Gli altri paesi mantengono all'incirca le stesse posizioni, con diminuzioni importanti di export verso la Spagna (-22,8%), il Regno Unito (-16,0%), la Francia (-10,9%)

e la Cina (-10,6%).

Si rilevano invece cali più contenuti verso il Belgio (-3,4%) e la Germania (-3,1%) che conquista così il primo posto della classifica, mentre risultano in crescita ben tre paesi: il Giappone (+6,8%), la Svizzera (+5,2%) e i Paesi Bassi (+1,9%).

OPERATORI CON L'ESTERO: NECESSARIO CONVALIDARE IL NUMERO MECCANOGRAFICO ENTRO FINE ANNO

Le aziende che operano abitualmente con l'estero sono tenute a presentare la convalida del numero meccanografico entro il 31 dicembre dell'anno in corso. La richiesta di convalida deve essere inoltrata per via telematica utilizzando la piattaforma Registroimprese.it - servizi e-gov - operatori con l'estero o tramite collegamento diretto "icom - Imprese Operanti con l'Estero". È previsto un diritto di segreteria di 3 euro da versare online tramite la piattaforma di 3 euro. Come ausilio per la compilazione è possibile consultare il manuale predisposto da Infocamere ed il corso e-learning.

Modena, fatturato e produzione

IN RIPRESA NEL TRIMESTRE ESTIVO

Unioncamere Emilia-Romagna ha pubblicato i dati dell'indagine congiunturale su un campione di imprese industriali e del commercio

M. M.

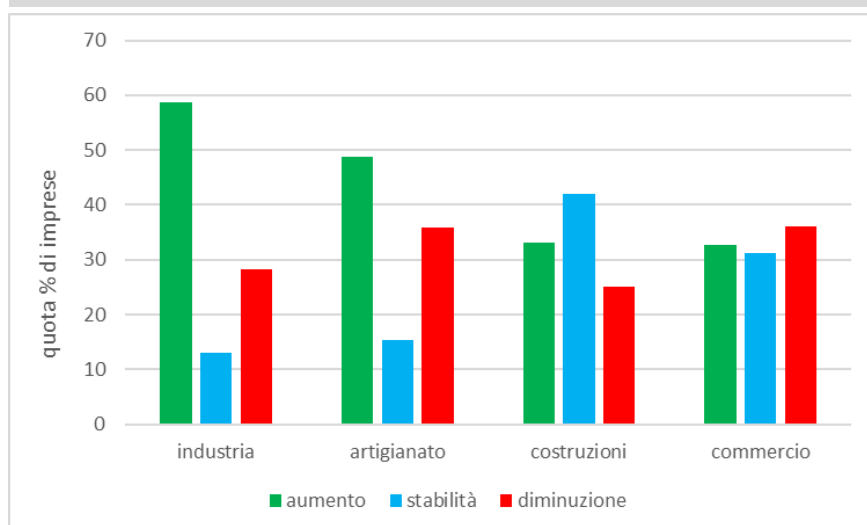
L'indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna ha fotografato l'andamento delle imprese modenesi nel terzo trimestre del 2020, mostrando gli effetti a lungo termine dell'epidemia di Covid sull'economia provinciale. Si precisa che la rilevazione è stata effettuata nel corso del mese di ottobre, ancora all'inizio della seconda

ondata di contagi.

Tutti i settori dell'economia provinciale hanno accusato forti perdite di fatturato e di produzione, che la ripresa estiva ha compensato solo parzialmente. Ad esempio da marzo a settembre il 60% delle imprese del commercio denuncia una diminuzione del fatturato, quota che sale al 70% se si prendo-

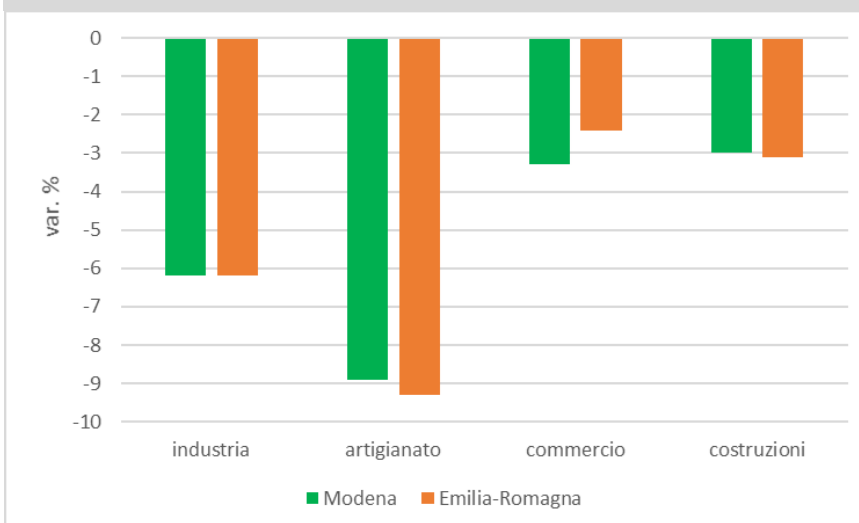
no in esame le imprese manifatturiere. Una conseguenza di questo andamento è stata la riduzione del personale nel 10% delle imprese manifatturiere e nel 7% di quelle commerciali, dovuta soprattutto al mancato rinnovo dei contratti in scadenza e all'impossibilità di fare nuove assunzioni per il 30% delle imprese dell'industria e per il 21%

Quota % di imprese che nel terzo trimestre 2020 dichiarano aumento, stabilità o diminuzione di fatturato rispetto al secondo trimestre 2020 – provincia di Modena



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena sui dati dell'Indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna

Variatione % del fatturato del terzo trimestre 2020 rispetto al terzo trimestre 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena sui dati dell'Indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna

delle imprese del commercio. Non si sono persi ulteriori posti di lavoro soprattutto grazie al ricorso alla cassa integrazione, che è stata utilizzata dal 41% delle imprese manifatturiere e dal 39% delle imprese del commercio, infine lavoratori interinali continuano ad essere utilizzati dal 29% delle imprese manifatturiere e dal 6% delle imprese commerciali. Le azioni intraprese per fronteggiare questa emergenza sono state sostanzialmente tre: una di tipo organizzativo con l'introduzione dello smart working già attuato dal 54% delle impre-

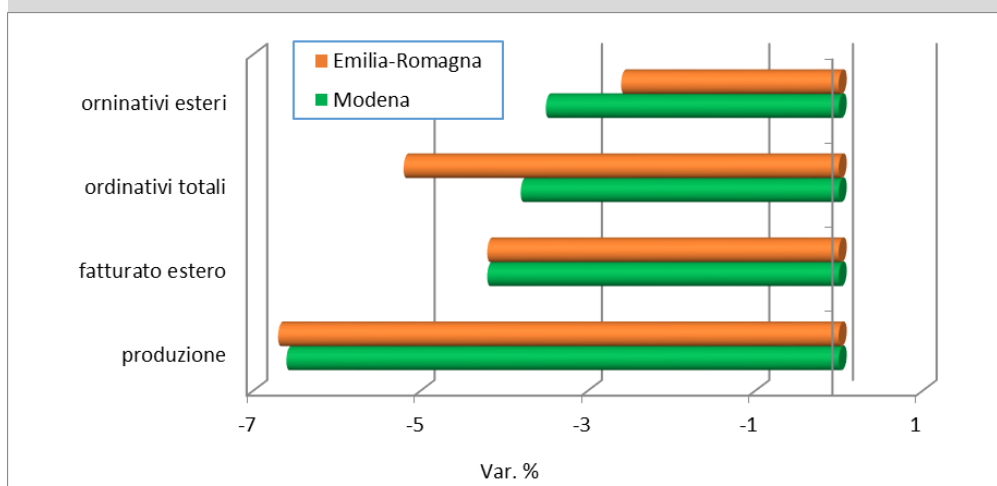
se manifatturiere e dal 35% delle imprese del commercio, l'altra è la ricerca di nuovi clienti e mercati avviata dalla metà delle imprese manifatturiere e dal 30% di quelle commerciali, infine queste ultime si concentrano maggiormente sulla ricerca di nuovi prodotti/servizi (51%), quota che si abbassa notevolmente tra le imprese manifatturiere (22%).

L'ANDAMENTO DEL TERZO TRIMESTRE 2020

Il terzo trimestre di quest'anno è stato caratterizzato dalla riapertura di tutte le attività dopo il lockdown primaverile, pertanto si è registrata una ripresa sia della produzione che del fatturato rispetto ai trimestri precedenti: la maggior parte delle imprese dell'industria e dell'artigianato dichiarano incrementi di fatturato rispetto al trimestre precedente, mentre tale quota si riduce nel commercio e nelle costruzioni.

Più nel dettaglio, ben il 59% delle imprese manifatturiere afferma che il proprio fatturato è aumentato rispetto

Variatione % tendenziale della produzione, degli ordinativi totali e esteri e del fatturato estero - 3° trim. 2020 - imprese manifatturiere



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena sui dati dell'Indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna

al secondo trimestre del 2020, tuttavia vi è anche una quota pari al 28% che risulta in diminuzione. Per quanto riguarda le imprese artigiane, la quota con fatturato in aumento risulta un po' inferiore (49%), mentre risultano in diminuzione le vendite nel 36% delle imprese.

Le costruzioni sono un settore soggetto a variazioni meno repentine, infatti prevale la stabilità, con il 42% delle imprese che non vedono modifiche sostanziali al loro fatturato, mentre la quota di quelle con fatturato in aumento (33%) è superiore a quelle in diminuzione.

Infine le imprese del commercio sono suddivise quasi equamente fra le tre opzioni, con il 33% di imprese che incrementa il fatturato e il 36% che lo vede diminuire. Infatti una parte delle imprese commerciali (alimentari e farmacie) sono rimaste aperte durante tutto il lockdown, pertanto la media del settore non ha presentato il crollo che nel secondo trimestre si è verificato nel manifatturiero.

IL CONFRONTO ANNUALE

Tuttavia la ripresa economica estiva non è riuscita a compensare le perdite verificatesi in primavera e il confronto tendenziale del fatturato con lo stesso trimestre dell'anno precedente appare negativo.

Le imprese artigiane mostrano l'andamento peggiore, perdendo l'8,9% di fatturato rispetto al terzo trimestre del 2019, nel totale regione si arriva a -9,3%. Segue l'industria manifatturiera, che scende del 6,2% sia a Modena che in Emilia-Romagna, mentre il commercio e le costruzioni diminuiscono in modo meno deciso: il commercio perde il 3,3% e le costruzioni il 3,0%. Nell'intera regione il commercio ha un trend meno negativo (-2,4%).

LE IMPRESE MANIFATTURIERE

Nel dettaglio dell'industria manifatturiera l'andamento tendenziale della produzione è molto simile a quello del fatturato, con le imprese modenesi che perdono il 6,6% e il totale emiliano-romagnolo il 6,7%. Più della metà delle aziende provinciali registra un calo di produzione (54%), il 29% risulta in aumento mentre solamente il 19 rimane stabile. I dati regionali risultano pressoché simili.

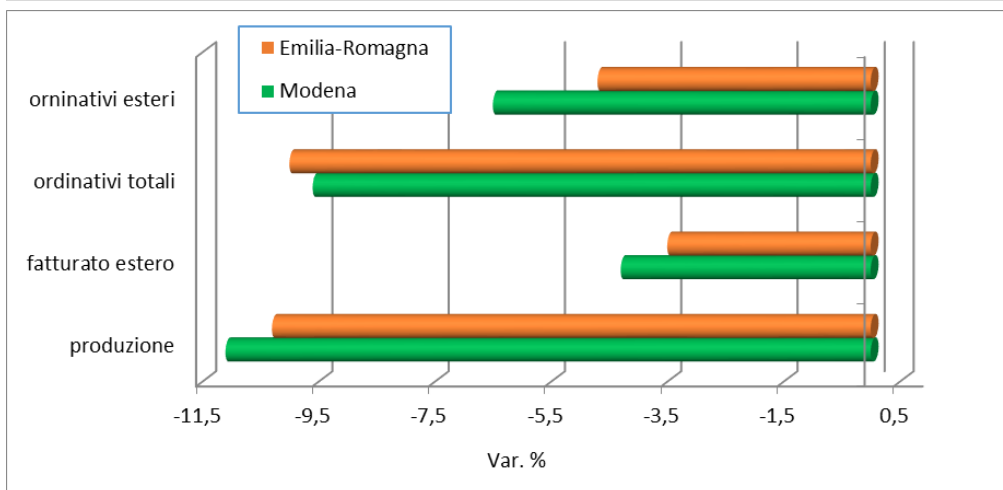
D'altro canto risulta buono il grado di utilizzo degli impianti, intorno al 70% sia a Modena che in Emilia Romagna e le settimane di produzione assicurata dal portafoglio ordini sono quasi 11 per le imprese modenesi e 9 per quelle regionali.

In questo clima incerto le imprese non si sbilanciano per il futuro e quasi la metà di esse prevede stabilità di quantitativi prodotti nel trimestre successivo, il 29% diminuzione e il 23% aumento.

Le imprese esportatrici continuano ad avere performance migliori di quelle che si rivolgono solamente al mercato interno, infatti il fatturato estero diminuisce solamente del 4,2% sia tra le imprese modenesi che regionali; inoltre mentre gli ordinativi totali scendono del 3,8%, quelli esteri si fermano al -3,5%, in regione tale differenza risulta più marcata.

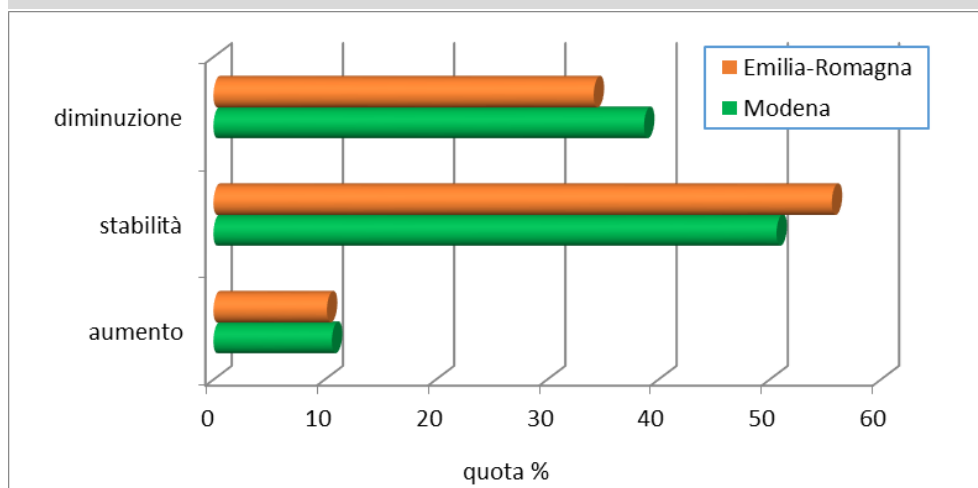
Infine le imprese intervistate rimangono prudenti anche nelle previsioni sugli ordinativi: quasi la metà di esse dichiarano stabilità, mentre il 26% prevede un aumento. Negli ordinativi esteri tale quota sale leggermente arrivando al 29%.

Variatione % tendenziale della produzione, degli ordinativi totali e esteri e del fatturato estero – 3° trim. 2020 – imprese artigiane



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena sui dati dell'Indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna

Quota % di imprese edili che nel terzo trimestre 2020 dichiarano aumento, stabilità o diminuzione di fatturato rispetto al terzo trimestre 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena sui dati dell'Indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna

LE IMPRESE ARTIGIANE

Il sottoinsieme delle imprese artigiane sta affrontando più difficoltà rispetto al totale manifatturiero, infatti nel confronto con il terzo trimestre del 2019 accusa una diminuzione di produzione più marcata a Modena (-11,1%), dove la quota di imprese con produzione in calo arriva al 63%. Anche il grado di utilizzo degli impianti risulta inferiore al totale imprese manifatturiere (66,6%) e le settimane di produzione assicurata si fermano a 6 settimane e mezzo. La variazione tendenziale regionale della produzione si ferma al -10,3%, men-

tre inferiore è sia il grado di utilizzo degli impianti (65,5%), sia le settimane di produzione assicurata (6,1).

Le previsioni delle imprese artigiane sono leggermente più sfiduciate rispetto alle imprese manifatturiere totali, infatti sia a Modena che nel totale regionale più del 40% prevede produzione stabile e il 43% in diminuzione, lasciando una quota minima alle imprese che sperano in un incremento produttivo (15%).

Tuttavia anche nel caso delle imprese artigiane chi esporta presenta meno problemi: il fatturato diminuisce solamente del 4,3%, e gli ordinativi esteri

del 6,5% a fronte di una diminuzione degli ordinativi totali pari al -9,6%.

LE IMPRESE EDILI

L'andamento delle costruzioni appare più stabile rispetto agli altri settori, il fatturato non cambia per il 39% delle imprese edili e il 51% mostra produzione invariata rispetto all'anno precedente, ma solamente l'11% dichiara un aumento di produzione, mentre il fatturato va meglio (25% di imprese in crescita). Le imprese regionali registrano pressoché lo stesso andamento di quelle provinciali.



IL COMMERCIO

Con una perdita di fatturato pari al del 3,3% rispetto allo stesso periodo del 2019, il commercio sembra il settore che ha attuito meglio la crisi della prima ondata di Covid. Tuttavia occorre ricordare che vi sono andamenti molto diversi all'interno del settore, infatti durante il lockdown le vendite al dettaglio di beni alimentari e farmaceutici non sono state chiuse, quindi hanno subito perdite inferiori, mentre altri comparti hanno visto diminuire il loro volume di affari. Inoltre, si precisa che i dati non tengono conto della seconda ondata verificatasi a partire da ottobre che ha chiuso di nuovo alcuni esercizi commerciali.

Nel trimestre estivo sono ben 37 su cento le imprese del commercio che dichiarano un incremento delle vendite rispetto all'anno precedente, la minoranza manifesta stabilità (23%), tuttavia vi è anche una grossa parte che risulta in perdita (40%).

Le previsioni per il trimestre successivo sono sempre prudenti, con il 51% che si aspetta vendite stabili, così come gli ordinativi ai fornitori (55%).

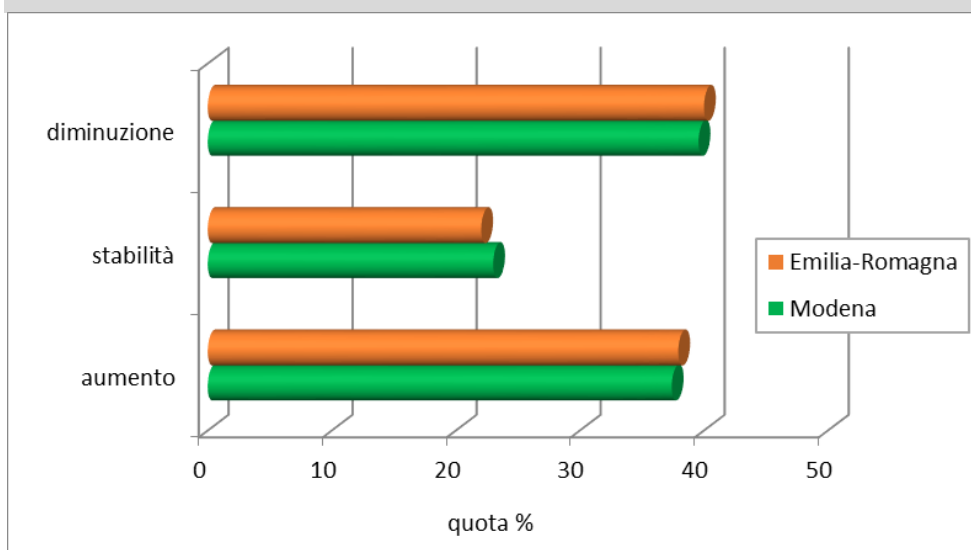
Infine in un orizzonte temporale più ampio, pari ad un anno, quasi la metà delle imprese si aspetta un andamento stabile, il 34% spera in sviluppi positivi e solamente il 13% vede l'attività in diminuzione. Infine una minima parte prevede che si ritirerà dal mercato (7%).

Anche a livello regionale il terzo trimestre è risultato positivo per il commercio, con il

41% di imprese che dichiara fatturato in aumento rispetto al trimestre precedente. Il dato per comparti, non disponibile a livello provinciale, mostra come il commercio di prodotti alimentari risulti più stabile, mentre nei prodotti non alimentari si sono potute recuperare le vendite che non sono state possibili in precedenza: il 55% del commercio di abbigliamento registra un aumento, così come i prodotti per la casa ed elettrodomestici (51%) e il 45% degli altri prodotti non alimentari.

Nonostante questo picco estivo, i fatturati del commercio risultano ancora in calo rispetto al terzo trimestre del 2019, soprattutto per il tessile abbigliamento (-12,4%) e gli 'altri prodotti non alimentari' (-2,3%), anche i prodotti alimentari scendono dell'1,1 mentre aumentano lievemente solamente i 'prodotti per la casa ed elettrodomestici' (+0,6%).

Quota % di imprese del commercio che nel terzo trimestre 2020 dichiarano aumento, stabilità o diminuzione di vendite rispetto al terzo trimestre 2019



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena sui dati dell'Indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna

Una crisi senza precedenti

Lo certifica Banca d'Italia - sede dell'Emilia-Romagna – nel rapporto congiunturale di novembre 2020

La sede regionale di Bankitalia ha presentato l'11 novembre scorso il consueto studio congiunturale sull'andamento dell'economia dell'Emilia-Romagna.

Nel primo semestre dell'anno in corso la diffusione della pandemia di Covid-19 ha avuto pesanti ripercussioni sull'attività economica in Emilia-Romagna. L'indicatore trimestrale dell'economia regionale (ITER) elaborato dalla Banca d'Italia ha evidenziato una forte contrazione nei primi due trimestri, in misura analoga alla media nazionale; la flessione è stata molto più accentuata fra aprile e giugno.

La riduzione dei livelli di attività ha coinvolto tutti i settori.

Nell'industria la flessione ha interessato i principali comparti di specializzazione regionale e ha riguardato sia le vendite interne sia quelle sui mercati esteri; soltanto le imprese alimentari e farmaceutiche hanno registrato una dinamica migliore, sostenuta anche dalle esportazioni.

Nel terziario la diminuzione dei volumi

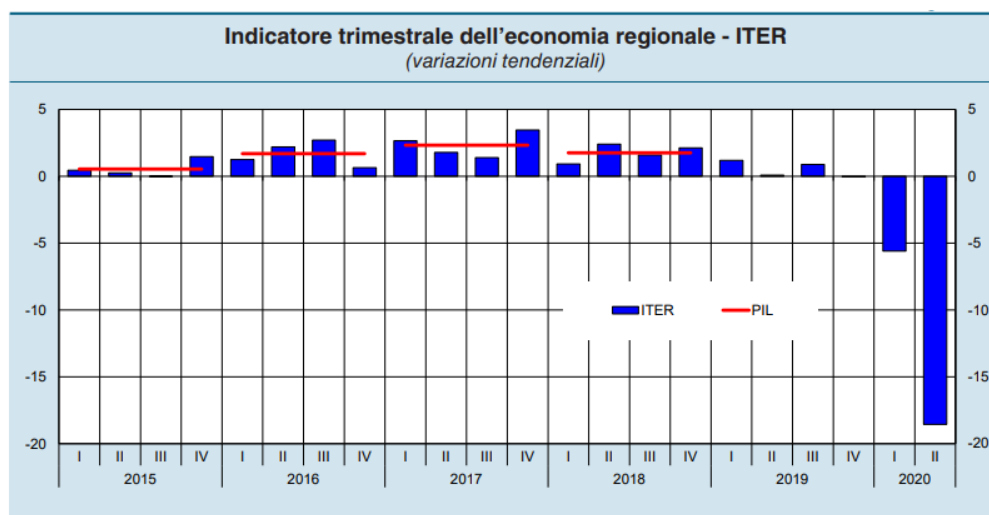
di attività è stata più marcata per il commercio di beni non alimentari e per i servizi di alloggio e ristorazione; questi ultimi hanno risentito della forte riduzione delle presenze turistiche. Il deterioramento del quadro congiunturale si è riflesso in una minore spesa per investimenti.

L'occupazione è diminuita, dopo una prolungata fase espansiva. Il calo si è concentrato nel secondo trimestre dell'anno ed è riconducibile soprattutto al mancato rinnovo dei contratti a termine giunti a scadenza. Gli effetti della crisi in atto sui livelli occupazionali sono stati attenuati dalle misure pubbliche di sostegno al reddito e dal blocco dei licenziamenti. La fase congiunturale avversa ha scoraggiato la ricerca attiva di un'occupazione, traducendosi in una flessione dei tassi di partecipazione e di disoccupazione. Il fabbisogno finanziario delle imprese, aumentato fortemente nei mesi successivi allo scoppio della pandemia, è stato gradualmente soddisfatto dai finanziamenti bancari; questi ultimi

sono tornati a crescere dal mese di marzo e hanno accelerato nel periodo successivo, sospinti soprattutto dall'introduzione di garanzie pubbliche.

I prestiti alle famiglie hanno rallentato sia nella componente del credito al consumo sia in quella dei mutui per l'acquisto di abitazioni. L'incertezza sulle prospettive ha indotto famiglie e imprese ad accrescere il risparmio a fini precauzionali e ciò si è riflesso in un marcato aumento dei depositi.

Gli indicatori disponibili per i mesi estivi mostrano una ripresa delle attività, sebbene i livelli rimangano al di sotto di quelli dell'anno precedente. In prospettiva i rischi al ribasso appaiono ancora rilevanti e legati prevalentemente agli sviluppi della pandemia e alle conseguenti scelte di consumo e investimento da parte di famiglie e imprese.



Fonte: stime Banca d'Italia su dati Istat.

Ai minimi le assunzioni previste A DICEMBRE 2020

L'ingresso nella seconda ondata pandemica riduce fortemente le opportunità di lavoro in provincia di Modena già nel mese di dicembre, i numeri relativi alle previsioni di assunzione per le imprese modenesi sono in forte calo rispetto all'anno precedente

Il Sistema Informativo Excelsior, promosso da Unioncamere in collaborazione con l'Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro e le Camere di Commercio italiane, ha pubblicato il bollettino previsionale relativo al mese di dicembre 2020.

La pandemia continua ad imperversare sull'economia modenese generando segnali fortemente negativi sulle previsioni di assunzione delle imprese che riportano infatti per dicembre una diminuzione sia rispetto allo stesso periodo del 2019, sia rispetto al mese precedente.

Si limitano infatti a 2.360 gli ingressi previsti nel mondo del lavoro a Modena, in calo del 35,7% rispetto a novembre 2020.

Anche il confronto tendenziale risulta molto negativo, sia a livello nazionale con delle previsioni di assunzione per dicembre 2020 che si fermano a 192.000 unità (in calo del 36,2%), sia in Emilia-Romagna dove il dato raggiunge 13.500 previsioni di entrate (-34,1%); nella provincia di Modena il confronto annuale risulta simile al dato nazionale (-36,4%).

Purtroppo anche le prospettive per il trimestre dicembre 2020-febbraio 2021 mostrano segnali sfavorevoli per le nuove assunzioni: la variazione rispetto al trimestre precedente risulta meno negativa (-5,9%) raggiungendo le 11.390 assunzioni, mentre il confronto con lo stesso trimestre dell'anno precedente risulta più marcato (-

30,7%).

La tipologia occupazionale rimane pressoché in linea con il mese precedente, infatti aumentano di tre punti percentuali i contratti a tempo determinato, i quali raggiungono il 47% del totale, come anche i contratti a tempo indeterminato che arrivano a rappresentare il 31% del totale, seguiti dagli interinali in forte calo (8%). Rappresentati sempre con percentuali più contenute rimangono gli altri tipi di contratto, come gli apprendisti (7%), i co.co.co (1%) e "gli altri contratti non dipendenti" stabili con un 4% sul totale.

Gli ingressi per settori economici vedono al primo posto sempre l'industria, che con 780 ingressi rappresenta un

Le opportunità di lavoro in provincia nel mese:

Entrate complessive previste nel mese di dicembre:

2.360

di cui:

Entrate previste di lavoratori dipendenti

87%

Entrate previste di lavoratori non alle dipendenze

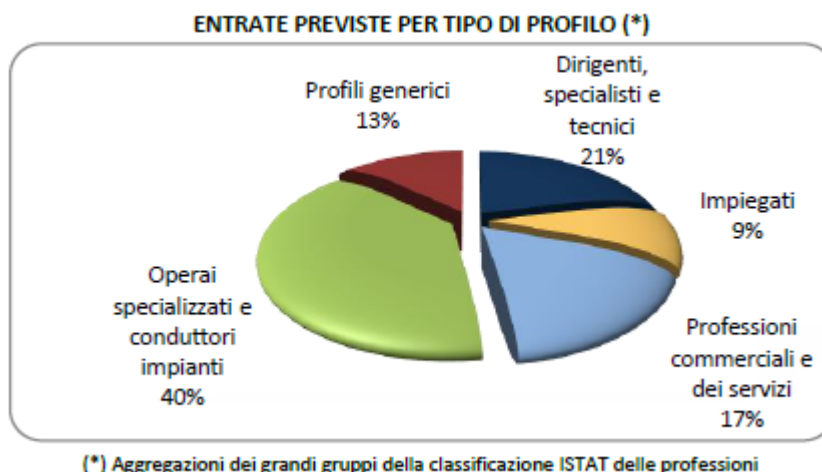
13%

Entrate previste nel periodo dicembre 2020 - febbraio 2021

11.390

Valori assoluti arrotondati alle decine

Fonte: Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere-ANPAL



Fonte: Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere-ANPAL

terzo del totale (33,1%); in leggero calo i settori del commercio e delle costruzioni, i quali rappresentano rispettivamente l'11,9% ed il 10,6% del totale. Mostrano, invece, una forte contrazione il settore dei "servizi alle persone" e quello dei servizi di "alloggio e ristorazione", i quali si riducono a rappresentare rispettivamente l'11,4% ed il 7,6% delle entrate totali. Infine i "servizi alle imprese", che nei mesi precedenti avevano presentato segnali di stabilità, raggiungono nel mese di novembre una consistenza di oltre un quarto del totale, con una quota pari al 25,4%.

La distribuzione dei gruppi professionali ha subito un cambiamento, e vede quello degli operai specializzati come il gruppo più richiesto, rappresentando ormai oltre un quinto del totale (22%). A seguire troviamo i conduttori di impianti e macchinari con una quota in aumento sul totale (18%); mentre le

professioni tecniche rimangono pressoché stabili (15%).

Continuano poi a diminuire le richieste delle "professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi" (17%) e la domanda di professioni intellettuali (6%); mentre il gruppo degli impiegati si mostra tutto sommato costante (9%), come quello delle professioni non qualificate (13% sul totale).

Il titolo di studio più ricercato rimane il diploma (35%), seguito dalla qualifica professionale (27%) e dalla laurea (14%). Infine quasi un quarto di nuovi lavoratori sono ricercati senza alcun titolo di studio (23%).

Una prima analisi dell'impatto che la seconda ondata pandemica del Covid-19 sta avendo sulle attività rileva che le imprese della provincia di Modena riescono ad avere regimi simili a quelli pre-emergenziali di inizio d'anno per il 50,6%; mentre nei mesi di ottobre e novembre ben il 53,3% delle imprese

modenesi aveva raggiunto l'operatività pre-lockdown di marzo 2020. A livello regionale il dato di ripresa dei regimi pre-emergenza si attesta per il mese di dicembre al 48,3% delle imprese, mentre quello nazionale risulta fortemente negativo (41,6%).

Analizzando poi il bacino delle imprese ancora in fase di recupero si è rilevato che solamente il 10,4% degli intervistati sostiene di riprendere l'attività in maniera accettabile entro la fine dell'anno, mentre la maggior parte (61,1%) necessiterebbe anche di tutto il 2021; in ultimo il restante 28,5% dichiara di raggiungere il regime ordinario entro il primo semestre del prossimo anno.



Come è cambiato il turismo NELL'ESTATE DELLA PANDEMIA

Situazione e trend del turismo nazionale e locale nel secondo report 2020 di ISNART. Destinazioni, prezzi, digitalizzazione delle imprese

ISNART, società del sistema camerale dedicata al settore turismo, svolge attività di studio e di qualificazione e sviluppo delle imprese dell'intera filiera turistica italiana. Per conto delle Camere di Commercio socie realizza periodicamente sondaggi e report al fine di monitorare la situazione e le tendenze emergenti nel settore.

A novembre è stato elaborato il II Report su turismo per l'anno 2020, volto in particolare a quantificare gli effetti dell'emergenza COVID-19 sull'economia turistica. Questo studio presenta un quadro introduttivo con i principali risultati delle indagini svolte da Isnart sulle imprese ricettive e la popolazione italiana nel mese di settembre 2020. Riporta inoltre un'analisi dello scenario turistico locale che presenta una descrizione dell'andamento dei prezzi

nelle strutture ricettive, del processo di digitalizzazione delle imprese e del mercato alternativo degli affitti brevi.

ANDAMENTO DELLE VENDITE NELLE IMPRESSE RICETTIVE ITALIANE

La vendita di camere in Italia è stata particolarmente contenuta nei mesi di giugno (appena il 18% il tasso di occupazione) e luglio (47%), mentre nel mese di agosto l'acquisto di camere si è fatto più sostenuto, occupando il 70% di quelle disponibili (73% nell'alberghiero) e dunque collocandosi leggermente al di sotto della media degli anni passati, con esiti relativamente migliori per destinazioni marine e rurali (72%) ma anche mon-





tane (67%). Con riferimento alle destinazioni urbane l'indagine ha consentito di distinguere tra le tradizionali grandi mete di vacanza italiane (con tassi di occupazione fermi al 54% nel mese di agosto, anche a causa della sostanziale assenza dei flussi internazionali che di norma in queste realtà assorbono circa due terzi delle presenze) e le altre città italiane che hanno invece sfiorato il 78% di occupazione ed hanno registrato un risultato molto positivo anche nel mese di settembre.

Le strutture ricettive dell'Emilia Romagna vendono in media solo il 18% delle camere disponibili a giugno, ma salgono fino ad una media di circa il 54% a luglio e al 76% ad agosto, per poi scendere nuovamente nel mese di settembre, con tassi di occupazione medi pari al 31%.

Una clientela formata da una quota consistente di domanda italiana per le imprese ricettive, sia in Italia (73%) che nelle imprese dell'Emilia-Romagna (76%), dove il 45% della clientela estiva proviene da altre regioni, mentre il 31% è emiliano-romagnolo. Il turista che viene dall'estero pesa in media sul 24% della clientela complessiva nella regione (poco meno del 26,9% della media del periodo nelle strutture ricettive italiane).

Alla luce dei costi sostenuti e dell'andamento della stagione estiva, appena il 15% delle imprese italiane intervistate prevede di presentare bilanci in pareggio per il 2020, una quota che in Emilia-Romagna è poco più bassa, pari al 13,7%. La maggioranza delle imprese segnala, al contrario, la concreta possibilità di dover fronteggiare perdite di fatturato: è il 74,1% delle strutture ricettive italiane, quota analoga a quella della media delle imprese dell'Emilia-Romagna (74,3%), regione dove però un esiguo 5,7% delle strutture prevede dei ricavi aggiuntivi rispetto al 2019.

LE VACANZE ESTIVE DEGLI ITALIANI IN TEMPI DI COVID

Gli italiani che hanno svolto vacanze tra luglio e settembre 2020 sono stati, complessivamente, poco più di 27 milioni, circa il 20% in meno rispetto allo stesso periodo del 2019. Di questi, la quasi totalità (96%) si è rivolta esclusivamente a destinazioni italiane, che hanno visto aumentare i propri visitatori di quasi il 5% rispetto all'estate 2019. Questo quadro va integrato con almeno due osservazioni: il buon risultato del turismo domestico ha solo marginalmente compensato il pressoché totale venir meno degli arrivi internazionali e, in secondo luogo, ben oltre la metà dei villeggianti, nella scelta dell'alloggio, si è indirizzata verso abitazioni (seconde case, appartamenti di proprietà o in affitto, ospite di parenti/amici) e campeggi, a svantaggio delle strutture alberghiere.

VACANZE IN ITALIA: LA PANDEMIA CAMBIA LA MAPPA DELLE DESTINAZIONI

L'audacia verso Covid-19 esibita dai vacanzieri italiani prima dell'estate si è notevolmente ridimensionata all'atto della scelta di vacanza (appena il 15% degli intervistati si è dichiarato indifferente al virus). Oltre alla scelta di fondo di non varcare i confini nazionali, sono state diverse le modalità con cui gli italiani hanno fatto fronte al bisogno di sicurezza: quasi il 40% dei turisti ha individuato una destinazione di vacanza diversa da quella tradizionale o programmata, spesso accompagnandola ad una scelta dell'alloggio ritenuta più rassicurante e limitando alla propria famiglia la compagnia di viaggio. Le principali regioni di destinazione degli italiani restano sostanzialmente invariate (Puglia, Campania, Sicilia, Calabria hanno accolto l'estate

scorsa quasi 10 milioni di turisti italiani, pari al 40% del totale). Ciò che invece è mutato in maniera significativa è il peso relativo di alcune località di vacanza: si tratta in alcuni casi di regioni (Abruzzo, Molise e Umbria) con modeste dimensioni demografiche ma fortemente caratterizzate in termini territoriali, ambientali e naturalistici, la cui rilevanza turistica è più che raddoppiata nell'estate 2020 (per esempio, il notevole incremento dei flussi in Abruzzo ha fatto aumentare il peso di questa regione dal 2,6% del 2019 al 5,5%).

L'Emilia Romagna è, invece, nel gruppo che registra un calo di quote di mercato, con circa 1 milione e 641 mila turisti italiani, circa il 14% in meno rispetto all'estate 2019.

LA FILIERA TURISTICA DELL'EMILIA-ROMAGNA E DI MODENA

La filiera turistica allargata della regione conta quasi 47,9 mila imprese (il 7,6% delle imprese turistiche sul territorio nazionale) e 627,6 mila addetti (9,2% degli addetti impiegati in queste imprese in Italia). Il settore alloggio (strutture ricettive alberghiere e complementari) e ristorazione (bar, ristoranti, pizzerie, ecc.) costituisce il 74,3% dell'offerta complessiva di filiera, mentre le imprese legate alle attività ricreative sono il 13,4%, quelle di trasporto e magazzinaggio il 7,2% e le imprese di viaggio e noleggi il 3,9%.

La provincia di Modena è terza, dopo quelle di Bologna e Rimini, per numero di addetti legati alla filiera turistica: oltre 30,3 mila addetti impiegati in circa 6 mila imprese, delle quali il 77% sono strutture di alloggio

e imprese di ristorazione (ristoranti, pizzerie, bar, caffè, pasticcerie, ecc.), il 12% attività ricreative, il 6,5% attività di trasporto e magazzinaggio e il 3,5% viaggi e noleggi.

ANALISI DELL'ANDAMENTO DEI PREZZI

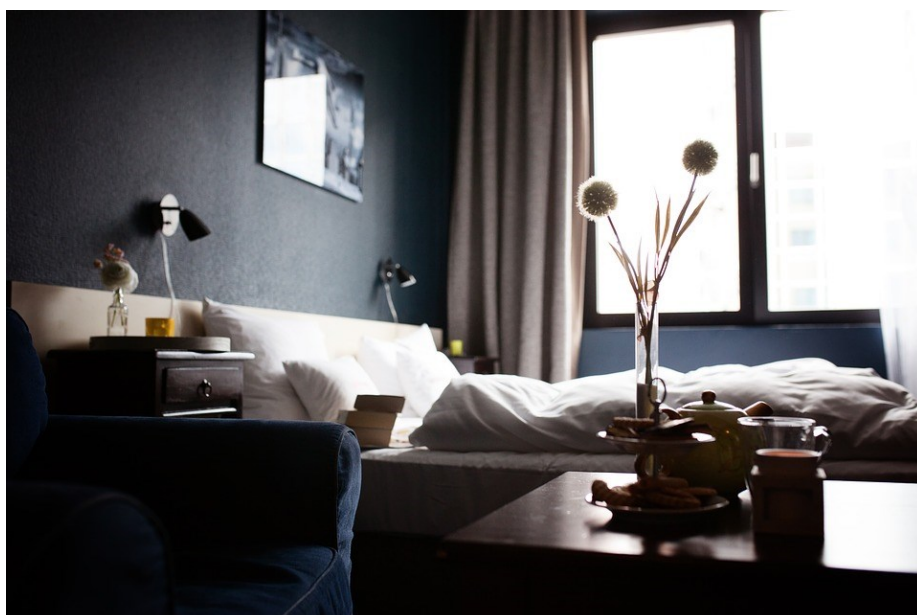
I prezzi medi applicati sui grandi portali on line per gli hotel della regione sono pari a 82 euro per una camera doppia negli hotel 1 stella (75 euro la media Italia), 74 euro per i 2 stelle (84 euro la media Italia), 85 euro per i 3 stelle (96 euro la media Italia), 105 euro per i 4 stelle (129 euro la media Italia), 238 euro per i 5 stelle (310 euro la media Italia), con un trend del numero di offerte disponibili on line in progressivo calo fino al periodo di maggio-giugno ed una ripresa delle disponibilità di luglio-agosto.

LA DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE MODENESI

Sul mercato on line dei grandi portali di vendite del settore le strutture ricettive della provincia di Modena sono proposte in prevalenza su Booking (28,5% delle offerte) con un prezzo medio di 86 euro circa per una camera doppia.

Il secondo portale OTA è Expedia (13,2%) con un prezzo medio di 96 euro, seguito da Hotels (12,4% delle offerte on line della provincia) che propone camere con un prezzo medio di 98 euro. Segue FindHotel (10% delle offerte) con prezzi più bassi, pari in media a 76 euro per la camera doppia in provincia.

Sono poco più di mille le imprese turistiche





della provincia con una pagina dedicata su Facebook, una presenza sui social network che conta 8,9 mila like in media ricevuti nel 2020 e 7,6 mila check in (valori medi per ogni pagina-impresa).

Il sito web per proporre offerte e promozioni o anche solo per presentare le facilities della propria struttura è uno strumento adottato da tutte le imprese ricettive della provincia di Modena. Sul territorio la diffusione della banda larga ha una velocità di connessione elevata, arrivando a superare in media i 30 Mbt/s.

Tra i grandi portali di recensione on line, Booking è primo per visibilità: ha quasi 40 mila recensioni delle strutture ricettive della provincia di Modena (6,5% delle recensioni dell'Emilia Romagna), con una valutazione media pari a 4,3 (in una scala da 1 a 5). Secondo si colloca Google che ospita circa 37 mila recensioni delle strutture ricettive della provincia (7% del totale regionale) e la valutazione media di 4,2 per i vari post rilasciati dalla clientela. Terzo è Trip Advisor, con 23,2 mila recensioni (il 4,2% di quelle della regione) e una valutazione media per le strutture della provincia presenti pari a 4.

IL MERCATO ALTERNATIVO DEGLI ALLOGGI IN PROVINCIA

Per quanto riguarda le prenotazioni sul mercato degli affitti brevi dei privati (intera casa/ appartamento, stanze private, stanze condivise) offerti sul portale Airbnb, la provincia di Modena registra un andamento tipico stagionale, con un calo ad inizio anno che per questo 2020 è proseguito e si è ampliato in seguito alle misure di restrizione indotte dal Covid-19. Scendono dunque le prenotazioni a

partire dai mesi di lockdown e per tutto il resto dell'anno (negli appartamenti affittati per intero in marzo -60%, in aprile -70,7%, a maggio -63,5%, a giugno -52,5%), con un timido miglioramento a 1,5 mila ad agosto), rimanendo comunque nettamente al di sotto di quelle dell'estate 2019 (-39,8% luglio, -40,7% agosto).

Per il mese di agosto il tasso di occupazione degli appartamenti privati dati in locazione per intero nella provincia di Modena è mediamente pari al 18,6% (più basso del 23,3% dell'agosto 2019), con un ricavo medio per il gestore pari a 25 euro (31 euro nel 2019). Per le stanze private il tasso di occupazione nell'agosto del 2020 è pari ad 11,3% (16,7% nello stesso periodo del 2019), con un ricavo medio di 21 euro (26 euro nel 2019).

L'andamento delle entrate complessive delle strutture presenti su Airbnb registra una tipica flessione nei primi mesi dell'anno, ampliata successivamente dall'effetto lockdown (in marzo -49,1% le entrate degli appartamenti per intero, in aprile -58,7%, a maggio -58%) e un trend al di sotto di quello del 2019 che prosegue per il resto dell'anno, nonostante i segnali di ripresa in estate, con entrate più elevate dei mesi precedenti ma sempre più basse di quelle del 2019 (-44,2% giugno, -33,3% luglio, -19,8% agosto).

Lambrusco: piani e strategie del nuovo CONSORZIO UNITARIO

Un esempio concreto di come fare sistema al di là di campanilismi e differenze: il Presidente del Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena, Claudio Biondi fa il punto sulla fusione e sulla situazione del settore

E. S.

1,3 milioni di quintali d'uva, 16.600 ettari vitati e una produzione che nel 2019 ha superato la soglia di 42 milioni di bottiglie: questi i numeri di una delle eccellenze della provincia di Modena e del made in Italy, il Lambrusco DOC nelle 6 denominazioni da oggi tutelate da un nuovo consorzio nel quale sono confluiti i 3 precedenti organismi di tutela.

Il "Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena", il "Consorzio per la Tutela e la Promozione dei Vini DOP Reggiano e Colli di Scandiano e Canossa" e il "Consorzio di Tutela Vini del

Reno D.O.C" con voto unanime di CDA e dell'Assemblea dei Soci hanno infatti deciso di unirsi in un'unica entità in grado di catalizzare in modo sinergico l'attività strategica di tutela e promozione.

Modena Economica ha intervistato il presidente del Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena, Claudio Biondi, per capire la genesi, gli scopi del progetto e quali questioni e opportunità animano il mondo del Lambrusco oggi.

Presidente, come è nata l'idea e quali sono le



Il presidente del Consorzio Tutela del Lambrusco di Modena, Claudio Biondi



finalità che hanno portato all'iniziativa?

Il percorso che abbiamo intrapreso parte da lontano: i tre consorzi condividevano da tempo la direzione amministrativa e finanziaria, le strutture tecniche, l'ente di certificazione – Valoritalia e l'agente vigilatore, ma il motore di questa unione viene dalla consapevolezza che questo territorio rappresenta il 95% del Lambrusco prodotto in Italia e che coincide esattamente con ciò che i consumatori di tutto il mondo chiamano Lambrusco. L'esigenza principale di tutte le aziende del territorio è quella di presentarsi sui mercati sotto l'egida di un'unica bandiera. In realtà sia al Vinitaly che al ProWein, ma anche in tutte le altre iniziative nel mondo, siamo sempre stati presenti tutti insieme: l'unione, quindi, c'era già. Era arrivato il momento di sancirla istituzionalmente.

Quale percorso ha portato a questa fusione, vi sono state criticità da superare?

La fusione è stata votata all'unanimità sia dal CDA dei Consorzi che dall'assemblea plenaria, quindi di criticità interne non ne abbiamo dovute affrontare. Tuttavia per arrivare a questo punto, è stato necessario un lavoro di coesione e di costruzione certamente impegnativo. Abbiamo superato localismi e divisioni dimostrando quanto l'unione potesse essere potenzialmente vantaggiosa per tutti, a partire dalle tecnostutture fino alla promozione.

Quando sarà effettivamente operativo il nuovo consorzio e quali saranno le prime attività in cantiere?

Il Consorzio sarà operativo dal 1° gennaio

2021. Il passo avanti che dobbiamo fare sarà completamente rivolto a mettere in campo strategie di comunicazione e a progetti di promozione internazionale. Il nuovo CDA sarà operativo dal 25 gennaio 2021, giorno in cui verrà presentato sia il nuovo bilancio preventivo che il nuovo marchio del consorzio. Il nostro primo obiettivo è quello di condividere con i consorziati il nuovo marchio e le nuove strategie di comunicazione. Inoltre, sicuramente riprenderemo il discorso riguardante le attività dei Giovani del Lambrusco, che nel 2020 hanno apportato elementi di innovazione e di cambiamento molto significativi, per cui abbiamo grandi aspettative.

Una buona annata? Com'è andata la vendemmia 2020 a livello quantitativo e qualitativo?

Dal punto di vista quantitativo abbiamo visto scendere leggermente la produzione rispetto alle prime stime, ma per quanto riguarda la qualità complessiva siamo molto soddisfatti. Qualche bizza del meteo ha fatto tenere il fiato sospeso ai produttori, ma le uve sono arrivate in cantina sanissime e le piante non hanno presentato malattie durante il periodo di maturazione. Il Lambrusco 2020 che raggiungerà le tavole dei consumatori sarà un prodotto eccellente, ben rappresentativo di un territorio che punta sempre di più sulla qualità e sulla sua unicità.

La pandemia: il momento è difficile per tutti, come stanno reagendo i produttori di lambrusco? come vanno i consumi?

Il dato complessivo sul consumo mondiale di Lambrusco è tutto sommato buono. Tuttavia il

Covid ha causato un importante shock nei mercati e ancora sta interessando il nostro settore. Analizzando i dati del primo semestre, possiamo dire che a livello nazionale la Gdo, all'interno della quale il Lambrusco è leader, ha garantito una buona stabilità, facendo segnare anche un leggero segno positivo sui quantitativi venduti. Il segmento Horeca, invece, è quello che ha sofferto di più e ad oggi non si è ancora ripreso. All'estero la situazione è molto incerta: i nuovi lockdown hanno provocato un'ulteriore contrazione delle vendite nel settore Horeca, già provato dopo la prima ondata, al tempo stesso si registra l'incremento dell'e-commerce, cresciuto in alcuni casi anche del 30%. Chiaramente questa crisi sta impattando fortemente i piccoli produttori, sicuramente i più disorientati. L'obiettivo del Consorzio, in questo momento, è proprio quello di mettere a disposizione strumenti e piattaforme per sostenere i piccoli produttori e dare loro possibilità di avvicinarsi anche ad altri Paesi.

L'export: come si posiziona oggi il lambrusco nei mercati mondiali e quali sono le opportunità da cogliere per incrementare il business all'estero?

Il Lambrusco esprime volumi importanti e quindi ha bisogno di poter approcciare tutti i canali distributivi: questa trasversalità è stata una ancora di salvezza importante durante il primo lockdown e poi durante il prosieguo di questo travagliato e complicato anno. Scendendo nel dettaglio di alcuni Paesi, la Germania, ad esempio, rappresenta un mercato dai volumi importanti, ma dalla bassa marginalità, aspetto positivo solo a metà, quindi. Se ci

spostiamo in Sudamerica, la situazione è problematica e non solo a causa del Covid: il Messico è un mercato straordinario, il Brasile lo è stato fino a qualche anno fa ma ora è entrato in una crisi paurosa, lo stesso dicasi per la Russia e la Cina, che sembrava dovesse esplodere, ma nei fatti non è stato così. Gli Stati Uniti sono in costante evoluzione e il Lambrusco continua a trovare nuovi consumatori, sia attraverso le versioni classiche che quelle più raffinate: è fondamentale continuare a investire nella promozione, nonostante le incertezze dell'Ocm su questo fronte.

L'innovazione: vi sono margini e come si sta lavorando per rinnovare l'immagine del prodotto e incrementarne la competitività?

Il nuovo consorzio, come abbiamo più volte sottolineato, consente ad un distretto che ha numeri importanti, di poter decidere insieme le strategie di comunicazione e condividere progetti di promozione internazionale, pur lasciando l'assoluta indipendenza decisionale delle singole denominazioni. Sempre più il Lambrusco sarà legato ad un'immagine giovane e fresca, proprio perché si sta imponendo come prodotto di prima scelta per una fascia di consumatori più giovani. Inoltre questa fusione consentirà al Consorzio di essere ancor più presente e più pronto nel raccogliere e rilanciare le iniziative dei singoli consorziati, al fine di mettere in moto un volano di promozione unico ed efficace.

Il miglioramento qualitativo del prodotto Lambrusco, a che punto siamo e cosa si può ancora fare?





Per parlare di miglioramento qualitativo non possiamo esimerci dall'analizzare l'annata 2020 che è stata estremamente positiva da un punto di vista qualitativo, presentando un'uva sana e di ottima qualità. Questo dipende anche dagli sforzi fatti dai produttori nell'adeguarsi ai nostri disciplinari di produzione integrata, che hanno portato a risultati eccellenti durante quest'ultima vendemmia. Innegabile, inoltre, anche il continuo miglioramento delle tecnologie di cantina e gli sforzi del Consorzio e dei viticoltori stessi nel promuovere al meglio un vino che ha grandi potenzialità.

te dai Paesi nei quali viene scoperta una contraffazione, poiché spesso vi è discrepanza tra due legislazioni.

L'enoturismo può rappresentare una nuova frontiera anche per il Lambrusco?

Certamente, e va implementato con un movimento che parta dalle singole cantine e si rivolga a tutto il territorio. L'Emilia del resto è terra di cibo, vino e cultura, dunque abbiamo tutti gli elementi per diventare una delle mete enoturistiche più attraenti. Con Expo 2015 avevamo già iniziato un percorso di turismo enogastronomico che ha prodotto risultati soddisfacenti: non possiamo che continuare su questa strada continuando a valorizzare il territorio, l'arte e l'ambiente.

La lotta alla contraffazione: vi sono questioni aperte e come state reagendo per rafforzare la tutela?

Il Lambrusco non è più il vino più esportato al mondo, ma sicuramente è il più diffuso. Questa diffusione capillare ha sì grandissimi vantaggi, ma può creare anche difficoltà. Ci sono parecchi casi di tentativi di registrazione di marchi che sfruttano assonanze e similitudini al nome del vino originale, piuttosto che altri vini rossi frizzanti generici spacciati per Lambrusco. L'importanza delle Denominazioni di Origine sta proprio nel garantire l'unicità delle uve e dei vini, coltivati, vinificati e imbottigliati esclusivamente nei nostri territori, Modena e Reggio Emilia, con rigorosi controlli e certificazioni. Noi come Consorzio continuiamo a tenere monitorata la situazione nel mondo, grazie allo studio legale cui ci appoggiamo e all'agente vigilatore unico – così come unica la struttura deputata alla vigilanza e alla segnalazione delle frodi sul mercato, in capo al nostro Consorzio –, tuttavia non sempre le nostre richieste vengono accol-

Accordo commerciale UE-Cina

PER LA DIFESA DELLE TIPICITA' ALIMENTARI

Il Parlamento Europeo ha approvato l'intesa per tutelare 100 Indicazioni geografiche, tra cui l'Aceto Balsamico di Modena IGP e il Parmigiano Reggiano DOP. Un passo importante per la tutela del Made in Italy

L'11 novembre 2020 il Parlamento europeo ha ratificato l'accordo commerciale tra UE e Cina firmato a settembre, per la tutela di 100 prodotti a Indicazione Geografica europei e altrettanti provenienti dal Paese del Dragone, nei rispettivi mercati. L'intesa mira a salvaguardare dalle contraffazioni e dall'uso improprio del nome dei prodotti, e riguarda in particolare 26 eccellenze food & wine italiane tra le quali l'Aceto Balsamico di Modena IGP e il Parmigiano Reggiano DOP, solo per citare quelle che riguardano la nostra provincia.

Le altre Indicazioni geografiche italiane protette dall'accordo sono: Asiago DOP, Asti DOP, Barbaresco DOP, Bardolino superiore DOP, Barolo DOP, Brachetto d'Acqui DOP, Bresaola della Valtellina IGP, Brunello di Montalcino DOP, Chianti DOP, Conegliano-Valdobbiadene Prosecco DOP, Dolcetto d'Alba DOP, Franciacorta DOP, Gorgonzola DOP, Grana Padano DOP, Grappa IG, Montepulciano d'Abruzzo DOP, Mozzarella di Bufala Campana DOP, Pecorino Romano DOP, Prosciutto di Parma DOP, Prosciutto di San Daniele DOP, Soave DOP, Taleggio

DOP, Toscano IGP, Vino Nobile di Montepulciano DOP.

Il Parlamento UE, inoltre, ha accettato di estendere l'alleanza commerciale anche ad altri 175 prodotti europei e cinesi entro quattro anni dall'entrata in vigore di questo protocollo.

Ora il Consiglio europeo dovrà convalidare l'accordo per consentirne l'entrata in vigore, prevedibilmente all'inizio del 2021.



#comprasottocasa



Con l'hashtag #comprasottocasa è stata lanciata da diverse Camere di Commercio tra cui quella di Modena, una campagna per promuovere gli acquisti negli esercizi di vicinato della propria città, anche in vista degli acquisti natalizi. Un modo per supportare negozi, bar e ristoranti che tanto hanno subito la crisi indotta dalla pandemia. Un appello alla solidarietà che fa bene a tutta la comunità, perché sono proprio queste imprese che rendono le strade che percorriamo ogni giorno più sicure, piacevoli e vivibili.

Attenzione a richieste ingannevoli!

La Camera di Commercio raccomanda massima attenzione riguardo a tentativi di truffe telefoniche e richieste di pagamento per iscrizione a registri e repertori falsamente inviate a nome dell'ente camerale, da parte di soggetti che nulla hanno a che vedere con la Camera stessa.

In particolare, queste ultime richieste non riguardano in alcun modo l'esazione del diritto annuale, che le aziende devono corrispondere per l'iscrizione al Registro Imprese, che può essere pagato unicamente con il Modello F24.

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, per informare le imprese e renderle in grado proteggersi dai sempre più ricorrenti raggiri commerciali posti in essere ai loro danni.

Si prega quindi di valutare attentamente tutto quanto si riceve in proposito, con ogni mezzo (fax, email, posta, telefonate) e si ricorda che gli uffici della Camera di Commercio sono a disposizione per ogni eventuale chiarimento (Segreteria Direzionale 059 208800).

Conversione marchi collettivi

Si avvicina la scadenza per la conversione dei marchi collettivi: entro il 31 dicembre 2020 i titolari di tali marchi già registrati in base alla vecchia disciplina potranno presentare domanda per la conversione dei propri segni in marchi collettivi o di certificazione, così come previsto dalla nuova normativa. Una novità di rilievo introdotta nel Codice della proprietà industriale è infatti costituita dalla netta distinzione tra marchi collettivi e marchi di certificazione, sia sotto il profilo della legittimazione attiva dei richiedenti sia sotto il profilo oggettivo.

Un marchio collettivo consente di distinguere i prodotti e i servizi dei membri dell'associazione di categoria che detiene il marchio da quelli di altre imprese che non appartengono a tale associazione. I marchi collettivi informano pertanto i consumatori che il produttore dei beni o il fornitore di servizi appartiene a una determinata associazione di categoria e che ha il diritto di utilizzare il marchio.

I marchi di garanzia o certificazione sono un nuovo tipo di marchi, il cui scopo è certificare determinate caratteristiche dei prodotti e dei servizi (ad esempio la qualità), secondo un regolamento d'uso specifico, che deve essere depositato insieme alla domanda di marchio.