

MODENA

ECONOMICA

PERIODICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Numero 1
gennaio
febbraio
2016



FINANZA A MISURA DI
PICCOLE E MEDIE
IMPRESE

"BOTTEGHE DI MESTIERE
E DELL'INNOVAZIONE"

MODENA, POLO
INNOVATIVO DI UNA
REGIONE TRA LE PIU'
DINAMICHE

BORSA MERCI DI
MODENA
L'ANDAMENTO DEL 2015



Camera di Commercio
Modena

Numero 1 gennaio-febbraio 2016



Modena Economica

Bimestrale della Camera di
Commercio di Modena

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

Editore

Camera di Commercio Industria
Artigianato Agricoltura

Via Ganaceto 134

41121 Modena

Tel. 059/208259

ufficio.stampa@mo.camcom.it

Direttore Responsabile
Stefano Bellei

Caporedattore
Massimiliano Mazzini

Vicecaporedattore
Elisabetta Silvestri

In Redazione
Marzia Pinelli



Associata USPI
Unione Stampa Periodica
Italiana

EDITORIALE

3 Quale Modena Economica in futuro?

DOSSIER

4 Finanza a misura di PMI

INIZIATIVE

7 "Botteghe di mestiere e dell'innovazione"

8 L'Orienta Medie continua

9 "Pillole d'impresa" per promuovere le start up

INNOVAZIONE

10 Identità... matematiche. La start up Mailcoding

12 Fabele, le etichette intelligenti RFID a basso costo

14 Pan Reale, la bontà per passione

16 Modena, polo innovativo di una regione tra le più dinamiche

EXPORT

20 Da Promec un supporto per meccanica e agroalimentare

22 Boom di richieste per il bando internazionalizzazione

INDICATORI

24 In ripresa l'industria manifatturiera della provincia di Modena

28 Saldo positivo per le imprese nel 2015

31 Sempre più rosa l'imprenditoria di Modena

35 Un anno in discesa per i prezzi modenesi

INDICATORI FLASH

37 Protesti in calo nel 2015 in provincia di Modena

38 Positive le previsioni di assunzione in provincia

39 Resistere alle avversità nel primo anno d'impresa

TIPICITA'

40 Borsa Merci della Camera di Commercio: l'andamento del 2015

NOTIZIE

46

Quale Modena Economica in futuro?

Sono ormai molti decenni che la Camera di Commercio pubblica Modena Economica, rivista che nasce in un'epoca in cui l'unico modo per informare era avvalersi dei canali "tradizionali", giornali, riviste, radio e televisioni.

Per lungo tempo Modena Economica ha dunque rappresentato il solo strumento di comunicazione dell'Ente, veicolando notizie circa le iniziative e le attività camerali verso imprese e cittadini.

L'avvento di Internet ha imposto di rivedere le strategie sotto tale profilo, assegnando in particolare ai siti la funzione di interfaccia tra la Pubblica Amministrazione e gli stakeholders di riferimento.

Il sito, e le newsletter con specifiche news, notizie, sono diventati ben presto un - ma si potrebbe dire "il" - canale comunicativo privilegiato, in grado di raggiungere un vastissimo pubblico e imponendo la redazione di testi sintetici, ma al contempo esaustivi, essendo indispensabile raccogliere in poche righe tutti gli elementi utili a far conoscere e comprendere il contenuto della notizia.

Ciò è avvenuto anche per quando riguarda la Camera di Commercio di Modena.

In questo diverso contesto Modena Economica si è trasformata, iniziando a dare spazio ad approfondimenti e ricerche maggiormente strutturate, senza tuttavia perdere quelle caratteristiche di flessibilità e di immediatezza che da sempre l'avevano contraddistinta, anche grazie alla versione on-line che nel frattempo aveva affiancato quella cartacea, sino a sostituirla per essere più fruibile e tempestiva.

Si tratta di un assetto che oggi ha segnato il passo.

I social networks hanno chiaramente introdotto nuove dinamiche relazionali, interessando pure il modo in cui le Istituzioni debbono rapportarsi con il mondo che le circonda.

E' questa la ragione per cui stiamo conducendo attente riflessioni circa le strategie comunicative dell'Ente, strategie che coinvolgono anche la pubblicazione della rivista digitale e che hanno sempre e comunque l'obiettivo di qualificare il rapporto tra la Camera di Modena e le imprese del territorio.

Maurizio Torreggiani

PRESIDENTE

CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA

Finanza a misura di PMI

Dai mini-bond alle cambiali finanziarie: due concreti strumenti finanziari per le piccole e medie imprese

VALENTINA MORELLI

Ufficio Studi

Consorzio Camerale per il Credito e la Finanza

“Mini-bond”: cosa sono? Quali le principali caratteristiche? Quali differenze rispetto alle cambiali finanziarie e perché ricorrere a questi innovativi e “misteriosi” strumenti finanziari? Sono alcuni degli interrogativi emersi durante il seminario “Gli strumenti innovativi di finanziamento. Dai mini-bond alle cambiali finanziarie”, che si è tenuto lo scorso 28 gennaio presso la Camera di Commercio di Modena.

L'incontro, organizzato dalla Camera di Commercio di Modena in stretta collaborazione con il Consorzio Camerale per il credito e la finanza di Milano, ha visto la partecipazione di una vasta e variegata platea: commercialisti, avvocati, consulenti e imprese.

Il seminario ha approfondito le tematiche oggetto di trattazione grazie al prezioso contributo dei relatori intervenuti, principali attori finanziari operanti sul mercato di riferimento.

È stata, peraltro, l'occasione per ribadire l'importante “principio” alla base della “rivoluzione finanziaria” in atto da alcuni anni: la necessità di un cambiamento di tipo culturale da parte delle imprese. L'approccio al mercato dei capitali richiede, infatti, alle aziende di uniformarsi a maggiori criteri di trasparenza, informazione e programmazione strategica, ma, al contempo,



Il seminario “Gli strumenti innovativi di finanziamento. Dai mini-bond alle cambiali finanziarie” tenuto il 28 gennaio 2016 alla Camera di Commercio di Modena

comporta benefici di tangibile evidenza, tra cui, in particolare, un importante miglioramento nella gestione finanziaria grazie ad una più elevata diversificazione del debito.

Come è stato evidenziato nel corso degli interventi susseguiti, la possibilità di accedere alle diverse fonti di approvvigionamento consente alle imprese di dimensioni medio-piccole di ridimensionare i rischi connessi alla forte dipendenza dal sistema bancario, peculiarità che contraddistingue la struttura finanziaria del nostro sistema produttivo, nonché di "slegarsi" dalle incerte dinamiche del mercato del credito, di accreditarsi presso gli investitori professionali, con un notevole ritorno di immagine e di pubblicità.

Nei focus tematici si è sottolineata, in primis, la riforma della disciplina dei titoli obbligazionari che ha esteso i benefici fiscali e civilistici previsti per le società quotate anche alle società non quotate, ampliando la platea dei possibili emittenti, per poi procedere alla disamina del ruolo dello sponsor e dell'investitore professionale, figure chiave nel processo di emissione di obbligazioni e di cambiali.

Di grande interesse è stata la testimonianza di due PMI, "ETT" e "IT WAY", società di capitali emittenti rispettivamente un mini-bond short term e una cambiale finanziaria, che hanno messo in luce, da un lato, le criticità riscontrate nel percorso di emissione dei nuovi strumenti finanziari, quali l'interlocuzione con molteplici attori, la sottoposizione ad un'approfondita due diligence, l'accurata documentazione da redigere, mentre, dall'altro, i vantaggi dell'operazione, come ad esempio una diversa e più capillare capacità di analisi dello sponsor rispetto a quella del sistema bancario, perché non basata esclusivamente su indicatori economico-finanziari nonché la possibilità di coinvolgere gli investitori nei propri progetti aziendali, trasmettendo la passione e la serietà che caratterizzano la maggior parte delle imprese italiane.

Sorge, quindi, un'ulteriore domanda: è un mercato sviluppato? Di certo è un mercato in espansione: secondo i recenti dati del Barometro Mini-bond di Epic, a fine 2015 il mercato dei mini-bond e delle cambiali finanziarie ha superato i 5,5 miliardi di euro, sfiorando le 150 emissioni: di queste, 126 hanno un taglio inferiore ai 50 milioni di euro, trattandosi, dunque, di veri e propri mini-bond.

Grazie alle misure regolamentari introdotte negli ultimi quattro anni, sono sempre più numerose le PMI che hanno fatto ricorso agli strumenti obbligazionari per finanziare i propri progetti di sviluppo e internazionalizzazione.

È stato fatto tanto ma molto è ancora da fare. È questa la ragione di simili iniziative di promozione e diffusione della conoscenza di nuovi strumenti finanziari.

In tale contesto, il sistema camerale può giocare un ruolo di primo piano nel processo di disseminazione di cultura finanziaria, grazie in particolare alla conoscenza delle realtà imprenditoriali più interessanti



e alla prossimità territoriale.



Un intervento al seminario “Gli strumenti innovativi di finanziamento. Dai mini-bond alle cambiali finanziarie”

“Botteghe di Mestiere E DELL’INNOVAZIONE”

Opportunità per i giovani: al via il nuovo bando di Italia Lavoro

DANIELA PIOGGIA

Il 15/1/2016, nell'ambito del programma SPA-Sperimentazioni di Politiche Attive (Botteghe), si è aperta la prima fase del bando di Italia Lavoro rivolta alle imprese che intendono attivare al loro interno dei tirocini. L'avviso promuove un sistema di botteghe di mestiere, finanziando progetti che prevedono l'attivazione di 934 tirocini della durata di sei mesi su tutto il territorio nazionale.

Le botteghe di mestiere, questo il nome del progetto, rifacendosi alla lunga tradizione italiana di artigianato, si confermano pertanto come uno dei fondamentali strumenti per favorire la formazione on the job e l'inserimento occupazionale dei giovani disoccupati o inoccupati tra i 18 ed i 35 anni.

Fino al 8 marzo 2016 le imprese hanno l'opportunità di presentare la domanda ad Italia Lavoro S.P.A, l'ente strumentale del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, al fine di attivare i tirocini rivolti a giovani disoccupati o inoccupati.

La finalità dell'avviso pubblico è di favorire la trasmissione di competenze specialistiche ed il ricambio generazionale nei mestieri artigianali, favorendo l'inserimento occupazionale dei giovani ed i processi di innovazione e sviluppo di reti su base locale.

I progetti di Bottega possono essere presentati da raggruppamenti di imprese formati da un soggetto promotore dei tirocini e da una o più aziende ospitanti i tirocini stessi.

I raggruppamenti possono essere costituiti in forma di consorzio, associazione temporanea di imprese o di scopo, contratto di rete e partnership.

Sono ammesse alla selezione le botteghe “settoriali”, ovvero attivate in una logica di settore, coinvolgendo aziende integrate in senso orizzontale che operano allo stesso stadio di un ciclo produttivo e le botteghe “di filiera”, attivate in una logica di filiera coinvolgendo, cioè, aziende integrate in senso verticale.

Il tratto caratteristico del nuovo avviso è quello di coinvolgere aziende operanti nell'artigianato digitale, che impiegano tec-

nologie digitali per la fabbricazione di nuovi prodotti o per lo sviluppo di processi produttivi non convenzionali, con particolare riferimento a:

modellizzazione e stampa 3D;
strumenti di prototipazione elettronica avanzata e software dinamici;
tecnologie di “open hardware”;
lavorazioni digitali quali il taglio laser e la fresatura a controllo numerico.

Ogni Bottega dovrà prevedere l'inserimento di un numero di tirocinanti compreso tra un minimo di sette e un massimo di dieci. I beneficiari del bando sono giovani, disoccupati o inoccupati, tra i 18 e i 35 anni. Alle aziende ospitanti sarà riconosciuto un contributo mensile di 250 euro per ogni tirocinante ospitato, ai tirocinanti una borsa di 500 euro lordi al mese interamente erogata da Italia Lavoro. Ulteriori informazioni sono reperibili sul sito dedicato all'indirizzo:

<http://www.italialavoro.it/wps/portal/homepage/bandi/Opportunita>



L'“Orienta Medie” CONTINUA

Premiate 13 scuole medie modenesi con visite aziendali mirate a favorire una scelta più consapevole del percorso formativo

D. P.

La Camera di commercio di Modena, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale Ambito Territoriale di Modena, organizza ormai da anni nel mese di novembre tre incontri di orientamento rivolti ai genitori dei ragazzi di III Media, con l'obiettivo di illustrare l'offerta formativa degli Istituti tecnici e professionali e di esaminare quali siano le reali esigenze formative delle imprese e le opportunità offerte dal mondo del lavoro locale.

Anche quest'anno la Camera di commercio ha deciso di premiare le tredici scuole medie che hanno fatto registrare il maggior numero di presenze ai tre incontri di orientamento scolastico del 12, 19 e 26 novembre 2015 svoltisi a Pavullo N/F, Mirandola e Modena.

Grazie alla disponibilità di altrettante imprese del territorio sensibili al tema dell'orientamento, l'Ente camerale è riuscito ad organizzare, accollandosi le spese di trasporto, le visite aziendali rivolte alle classi terze, che si sono svolte tra fine gennaio e la prima quindicina di febbraio, per favorire una scelta più consapevole della scuola superiore da parte degli studenti ancora indecisi. Di seguito le scuole premiate e l'impresa presso la quale è stata organizzata la visita aziendale:

Ferraris-Marconi di Modena – Tetrapak, Montecucoli di Pavullo - Forgia del Frignano spa; Montanari di Mirandola – Bella Emilia srl; Carducci-Sola, Cavour e Lanfranco Guidotti di Modena - Grandi Salumifici Italiani spa, Fiori di Formigine - Tellure Rota spa, Cavani di Serramazzoni - TMP srl, Sassi di Soliera – Duna Corradini spa, Istituto Comprensivo Sestola – TMP srl, Masi di Cavezzo – Angelo Po Grandi Cucine spa, San Giovanni Bosco di Campogalliano – Tetrapak e infine Pascoli di San Felice – Menù srl. Le visite sono sempre molto apprezzate dai dirigenti scolastici, dai docenti referenti per l'orientamento, dagli studenti e anche dalle imprese ospitanti. Un sentito ringraziamento va alle aziende che hanno spalancato le porte agli studenti, cioè al nostro futuro...



“Pillole d’impresa”

PER PROMUOVERE LE START UP

Un ciclo di incontri della Fondazione Democenter aperti a tutti e su tutto il territorio provinciale

“Pillole d’impresa” è il titolo di un ciclo di incontri promosso dalla Fondazione Democenter per approfondire tematiche di natura amministrativa, finanziaria, fiscale e di disciplina del lavoro di interesse per PMI e start up innovative. “Pillole d’impresa” si pone il duplice obiettivo di far emergere nuove idee imprenditoriali e offrire le prime nozioni e i primi strumenti per valutarne le potenzialità.

L’iniziativa ha preso il via il 22 gennaio scorso a Spilamberto, presso la nuova sede del Tecnopolo Terre di Castelli, e sta proseguendo con eventi a Modena, Mirandola, Carpi, Sassuolo e Pavullo per raggiungere tutte le nuove imprese o i potenziali neoimprenditori che, in tal modo, potranno valutare direttamente e in prima persona, i contenuti e le proposte del nuovo Bando Start up e dei Bandi per la valorizzazione della proprietà intellettuale promossi dalla Regione Emilia-Romagna.

Le informazioni sui bandi regionali hanno aperto la stagione delle attività della Fondazione Democenter rivolte a start up e imprese innovative. Ma nei diversi incontri si parlerà anche di come finanziare un’impresa, di proprietà intellettuale, della gestione del personale, di innovazione e promozione di nuove imprese.

Una modalità di lavoro, eventi e iniziative sul territorio, che quest’anno presenta due novità importanti: la prima è rappresentata dalla capillarità dell’intervento sul territorio, con una ventina di incontri distribuiti in tutta la provincia; la seconda, forse ancora più interessante, è che gli incontri saranno aperti a tutti. Non solo start up, quindi, ma imprenditori, amministratori e cittadini potranno seguire le relazioni degli esperti di volta in volta presenti e partecipare direttamente alle attività pratiche previste.



La sede della Fondazione Democenter presso il polo universitario di Ingegneria a Modena

Identità... matematiche

LA START UP MAILCODING

Un sistema per racchiudere tutti i propri riferimenti di contatto in un numero

ERMES FERRARI

Supponete di essere in una fiera e di intercettare un potenziale acquirente, che so, giapponese (la nazionalità la potete scegliere voi). A un certo punto arriva il momento di scambiarsi il numero di telefono, e sin qui nulla di difficile. Il problema nasce quando si arriva alla mail, o al sito internet. Ecco che a quel punto la lingua, in qualche occasione i diversi caratteri utilizzati nei rispettivi alfabeti complicano la questione. Come risolvere la faccenda?

La risposta arriva da Mailcoding, un sistema che permette a chiunque di associare i propri dati identitari (telefono, email, profili social network e chi più ne ha, più ne metta) a un codice numerico. Per ottenere questa serie di cifre, chiamata mailcode, è sufficiente iscriversi al servizio www.mailcoding.com, sia da pc che da smartphone, e il numero è subito pronto per essere condiviso con gli altri velocizzando e semplificando la trasmissione dei dati personali. Una soluzione sviluppata nel giro di un paio di anni da un team condotto da Alessandro Salsi e Raffaele Poli e che ha portato alla costituzione della start

Mailcode: 10.000.004

✉ raffaele.poli@mailcoding.com

☎ 3271821656

🐦 Twitter

🌐 LinkedIn

Raffaele
Poli

get your mailcode!

Un esempio di mailcode creato dalla start up

up innovativa che sta implementando e commercializzando questo prodotto. “Un sistema a prova di errore – raccontano i due – che stiamo sviluppando sia in termini informatici che da un punto di vista commerciale, grazie ad alcune risorse umane che stiamo selezionando a questo scopo. Uno sviluppo reso possibile dall’apporto di alcuni investitori che hanno trovato interessante questa nostra idea”. Investitori del territorio, ma individuati a Milano grazie al circuito Backto-work ideato dal Gruppo 24 Ore. Manager che, peraltro, che non si limitano a conferire risorse finanziarie, ma anche a mettere a disposizione del progetto contatti ed esperienze manageriali.

Insomma, il 2016 pare essere l’anno nuovo per la commercializzazione e il definitivo consolidamento di questa start up. “E’ questo il nostro obiettivo – conferma Alessandro Salsi - anche perché, partecipando ad eventi come il Dublin Web Summit di Dublino, abbiamo capito che il nostro prodotto ha le potenzialità per incontrare l’attenzione di molte imprese, anche all’estero, come in Oriente, dove le differenze linguistiche rendono il nostro sistema ancora più utile”.

Di prezzi ancora non se ne parla. “Saranno in linea con il mercato del web, quindi estremamente accessibili – precisa Raffaele Poli – e comunque in una prima fase contiamo di sviluppare colla-

borazioni del tutto gratuite per testare sul campo le potenzialità di Mailcoding, che si propone come strumento sia per le grandi imprese, ma anche di figure come gli agenti commerciali e i rappresentanti”.



Da sinistra: Raffaele Poli e Alessandro Salsi, fondatori della start up Mailcoding

Fabele, le etichette intelligenti RFID

A BASSO COSTO

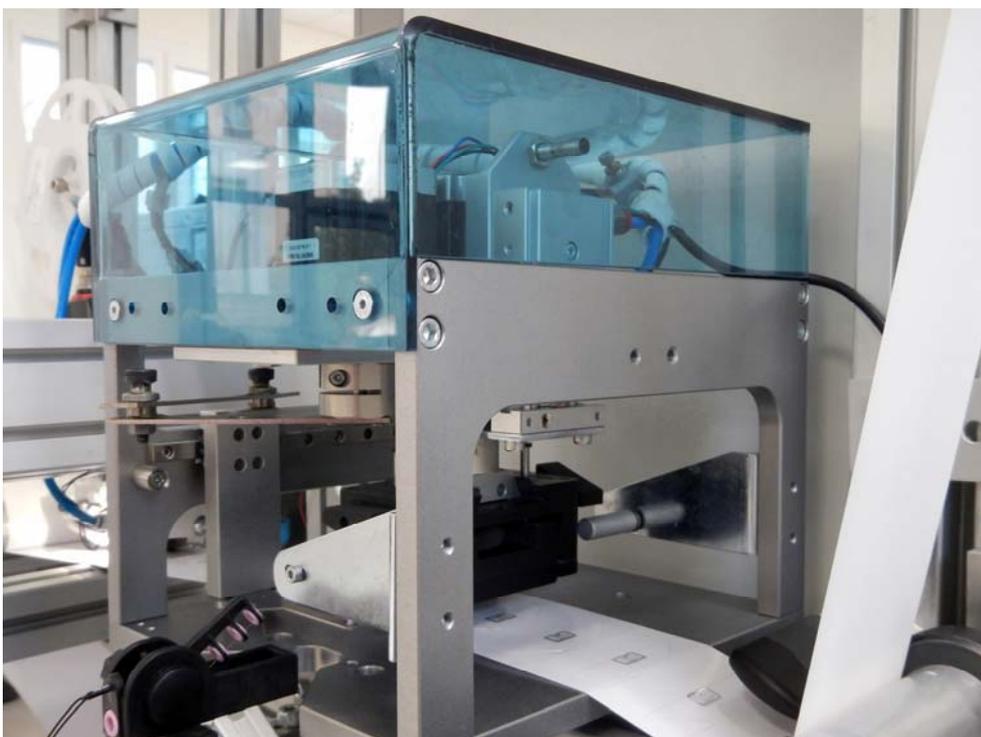
E' già sul mercato la nuova idea della start up modenese

E. F.

Etichette che non si limitano a dare informazioni sul prodotto a cui si riferiscono, oppure a impreziosirlo esteticamente, ma che consentono di rintracciare un capo, di avere la situazione di magazzino in tempo reale, di ripercorrere tutto il percorso di tracciabilità di un prodotto. E parliamo di prodotto, non solo di capi di abbigliamento, perché queste etichette possono essere posizionate dovunque, anche se hanno nel tessile il loro primo mercato. Tutto questo reso possibile dalla tecnologia RFID ovvero l'identificazione basata sulla radiofrequenza la cui diffusione è limitata dal costo elevato

delle etichette.

Una nuova messa a punto da due modenesi, Marcello e Claudio Lolli, gli "inventori" di una start up innovativa che ha sviluppato questo prodotto. "Dall'idea - una etichetta con uno spessore appena più grande di quello delle etichette normali - al prodotto, per arrivare sino alla realizzazione della macchina necessaria per realizzarlo", racconta Marcello Lolli, fondatore, assieme ai figli Claudio e Silvio, di Fabele, l'azienda nata per sostenere questo progetto. Che è diventato qualcosa di più di un progetto, a dire il vero. "L'etichetta è pronta e la macchina





per realizzarla pure. Una macchina sviluppata integralmente all'interno, proprio per arrivare senza compromessi al prodotto che avevamo in mente: trasformare una normale etichetta autoadesiva in un'etichetta intelligente aggiungendo semplicemente 5 milligrammi di materiale abbattendo i costi di produzione e semplificando il processo produttivo".

Una realizzazione che ha chiesto tempo, trattandosi di una vera e propria novità. "Abbiamo dovuto cercare a lungo le soluzioni giuste, anche muovendoci al di fuori del nostro territorio. Ma ora che abbiamo trovato il processo adatto, per l'industrializzazione della macchina ci rivolgeremo a fornitori locali. Che, peraltro, abbiamo già individuato".

Le etichette "parlanti" hanno già raccolto l'interesse di molte imprese - "Soprattutto nel tessile-abbigliamento, che rimane il settore più interessato da questo prodotto. E in particolare i grandi marchi, che con questi etichette possono risparmiare tempo nella logistica. Ad esempio, non devono riaprire i cartoni per controllarli e riescono a tenere in ordini i magazzini in tempo reale. Non a caso, stiamo cercando di certificarlo negli Usa attraverso un'università americana. E' proprio per questo abbiamo partecipato alla fiera del tessile di Milano. E' in questo contesto che contiamo di trovare i migliori clienti, ed è in questo stesso ambito che abbiamo venduto le prime macchine", spiega Marcello Lolli.

Sull'utilità di questi sistemi di tracciamento parlano i numeri: "Una famosa catena di abbigliamento sportivo ha dichiarato di aver incrementato del 13% le vendite, grazie ai servizi che si possono attivare con l'utilizzazione di etichette intelligenti. Quali? L'individuazione a distanza dei capi, il fatto di poter evitare la fila alle casse, perché il nostro carello è monitorato in tempo reale, il risparmio di tempo legato al fatto che si evita la lettura del codice a barre e quindi risulta più facile e veloce, ad esempio programmare i riassortimenti".

A dimostrazione del fatto che i distretti produttivi - che rappresentano probabilmente la caratteristica economica del nostro territorio - sono utili non solo in quanto tali, ma per l'indotto che sanno coinvolgere.

Pan Reale, la bontà PER PASSIONE

Quando la necessità diventa impresa

E. F.

Come si coniuga la passione con una necessità? Ad esempio, impegnandosi a fare ciò di cui si ha bisogno. In altre parole, correndo il rischio di essere sacrileghi, facendo per altri ciò che vorresti fosse fatto per te. Nasce così Pan Reale, una giovane ma dinamica realtà imprenditoriale di successo che lavora in un mercato molto particolare dell'enogastronomia: quello del senza glutine.

A raccontarci la storia di questa modenese impresa è Livia Villani, 24 anni, un po' il deus ex machina di Pan Reale, e non solo perché, una volta ottenuta la laurea in Economia d'Impresa, a Milano, è tornata all'ombra della Ghirlandina "ammalandosi" della sua azienda. "Come spesso succede, – racconta – quest'impresa è nata da alcuni "destini incrociati", quando mia madre, assieme ad un'amica che aveva già un negozio di prodotti per celiaci, cercava di mettere a punto ricette che mi facessero tornare la passione per il cibo, incrinata dalla scoperta di essere celiaca e dall'esigenza di dover mangiare cibi particolari, non proprio appetitosi. Da qui la nascita – siamo a fine 2013 – di un vero e proprio laboratorio alimentare, per rimediare a quello che era un problema molto sentito".

Perché, diciamoci la verità, a volte i prodotti per celiaci non sono né belli e né buoni, e sicuramente non sono adatti sempre a tutti. "Soprattutto – fa notare Livia con un entusia-



Livia Villani, titolare di Pan Reale



Brioches, lasagne, pizza e baguette: alcuni tra i prodotti senza glutine dell'azienda Pan Reale

smo contagioso – non è giusto che celiaci e no, debbano andare in locali diversi, quasi ghettizzandosi per mangiare secondo le proprie esigenze. Ecco perché Pan Reale realizza cibo di qualità, in modo tale da essere proposto a locali, bar e ristoranti”.

E di prodotti Pan Reale ne sforna tantissimi: dai primi piatti (già pronti: parliamo di rosette, lasagne, cannelloni, tortellini e tortelloni fatti a mano) al pane, alla pizza, alle fragranti brioche. “Poi torte, bigné e tutto quello che ci viene chiesto, visto che siamo disponibili anche a personalizzare le nostre produzioni. Perché il gusto è un diritto di tutti”.

Tutti prodotti realizzati in modo artigianale e con materie prime provenienti dal territorio, a cominciare dal Parmigiano Reggiano.

Una strategia vincente, quella portata avanti da Pan Reale. “Il nostro mercato di riferimento è in Emilia Romagna, poi spaziamo un po’ in tutta Italia. I nostri prodotti erano proposti in molti ristoranti dell’Expo di Milano e tutt’ora si possono gustare in giro per il mondo su alcune delle più importanti navi da crociera. Stiamo chiudendo un importante contratto con un distributore a carattere nazionale specializzato in negozi e farmacie. Anche dall’estero cominciano ad arrivare richieste e contatti. Ci stiamo impegnando moltissimo, perché tutto possa andare come speriamo.

“Di sicuro – conclude Livia – continueremo ad applicare la nostra filosofia, che si basa sulla volontà di realizzare cibi buoni, sani, sicuri e prodotti artigianalmente. L’ingrediente alla base del nostro successo, che vogliamo continuare a rispettare, è la volontà di portare, con serietà e passione, la cultura gastronomica emiliana “gluten free” su tutte le buone tavole, dove sedersi per star bene insieme”.

Modena, polo innovativo DI UNA REGIONE TRA LE PIÙ DINAMICHE

Una analisi del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio sui dati di proprietà industriale conferma la capacità innovativa espressa dal sistema produttivo provinciale

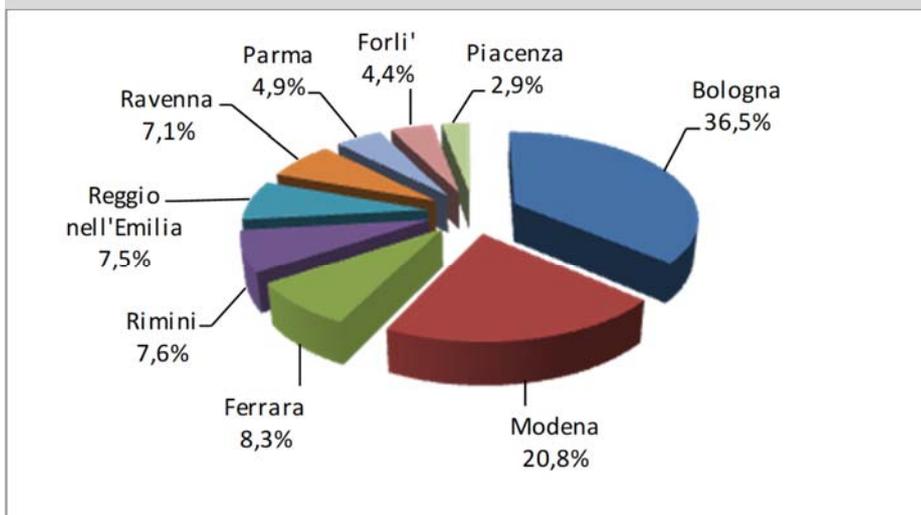
MAURA MONARI
MARCO TADDIA

Italiani popolo di inventori? Dall'elaborazione dei dati dell'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi pare proprio di sì, risultano infatti 67.953 i diritti di proprietà industriale depositati in tutta Italia, cioè le domande per tutelare un marchio, un'invenzione, un modello/disegno ornamentale o un modello di utilità.

Le Camere di Commercio sono parte attiva di questo processo, in quanto tra le loro funzioni c'è quella di deposito delle domande di proprietà industriale; infatti gli uffici Brevetti delle Camere di Commercio inviano le richieste ricevute all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi che ne esamina tutte le caratteristiche ed approva o meno la richiesta.

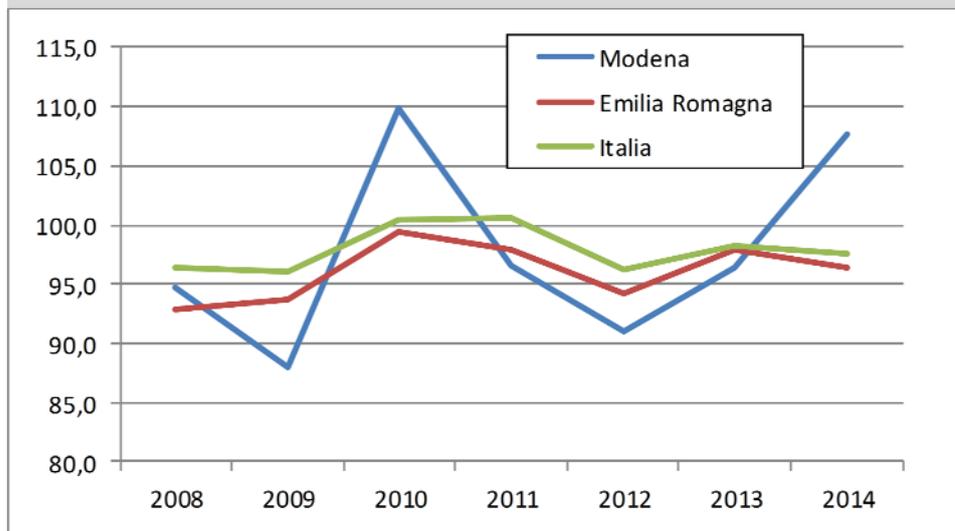
Tuttavia a partire da aprile 2015 sono cambiate le modalità di deposito e l'Ufficio Brevetti della Camera di Commercio funge da intermediario solamente per le pratiche cartacee, mentre le pratiche telematiche vanno inviate direttamente all'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. Tutto ciò ha portato ad una perdita di preziose informazioni, così gli ultimi dati significativi risalgono

Domande di tutela di proprietà industriale depositate in Emilia Romagna



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

Serie storiche delle domande di proprietà industriale depositate a Modena, Emilia Romagna e Italia



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

all'anno 2014. Risulta pertanto interessante un approfondimento su questo tema prima che la banca dati risulti totalmente modificata.

Ad esempio, uno sguardo globale mostra che in Italia non risulta omogenea la distribuzione delle domande depositate tra le varie regioni italiane, infatti la presentazione di domande per tutela dei diritti di proprietà è concentrata soprattutto nelle regioni con un tessuto industriale più attivo. Così le prime tre regioni, Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna, raggruppano più della metà delle domande depositate in Italia (51,1%). In particolare al primo posto risulta la Lombardia, che con 18.197 domande assorbe più di un quarto di tutte le domande italiane (26,8%). Occorre precisare però che all'interno della regione la provincia di Milano è senz'altro la più attiva, con 14.820 domande depositate pari all'81,4% regionale. Seconda regione è il Lazio, con il 13,7% del totale e in terza posizione l'Emilia Romagna (10,6%).

All'interno di quest'ultima, la Camera di Commercio di Bologna risulta avere ricevuto più depositi di tutte, con 2.626 domande presentate pari al 36,5% del totale. Modena è però al secondo posto, con 1.497 domande pari al 20,8% del totale regionale. Le altre province sono molto distaccate con percentuali molto inferiori, fanalino di coda risulta Piacenza (2,9%).

Particolare risulta anche l'andamento delle serie storiche dei diritti di proprietà industriale depositati dal 2008 ad oggi, da cui si può notare che gli 'inventori'

della provincia di Modena sono più sensibili al ciclo economico rispetto a quelli regionali o italiani. Così il numero delle domande depositate in provincia di Modena cala sensibilmente nell'anno della prima crisi (dal 2008 al 2009), mentre diminuiscono solo leggermente nel totale Italia (-0,3%). In seguito si registra una netta ripresa per Modena (+25,0%), mentre l'Emilia Romagna e l'Italia aumentano rispettivamente del +6,0% e del +4,5%.

Risulta più diffuso il secondo crollo, in corrispondenza con la crisi del debito pubblico italiano alla fine del 2011: l'incertezza ha frenato il deposito di titoli di proprietà industriale del -5,9% a Modena, del -3,8% in Emilia Romagna e del -4,2% nel totale Italia. In seguito la provincia di Modena appare più reattiva, con una nuova impennata dell'11,6% nel 2014, mentre Emilia Romagna e Italia ripiegano (-1,5% e -0,7% rispettivamente).

Per un'analisi più completa occorre tuttavia distinguere i differenti tipi di proprietà industriale: infatti questa dicitura racchiude la tutela dei brevetti, dei marchi e dei disegni e modelli di utilità. I brevetti sono le vere e proprie invenzioni, cioè le innovazioni tecniche sia di prodotto che di processo produttivo, i marchi sono un particolare segno che permette di distinguere i prodotti o i servizi realizzati da un'impresa, infine i disegni e i modelli di utilità sono impiegati per indicare l'aspetto esteriore di un determinato prodotto.

Pertanto solamente i brevetti costituiscono vere e proprie innovazioni che per-

mettono di creare un nuovo prodotto o un nuovo processo produttivo. In questo ambito la provincia di Modena si mostra molto più innovativa sia della regione Emilia Romagna che del totale Italia, in quanto la quota dei brevetti sul totale dei diritti di proprietà è sensibilmente più alta. Infatti a Modena i brevetti sono il 24,6% del totale, mentre tale proporzione scende al 19,8% in Emilia Romagna e al 13,8% nel totale Italia. L'andamento dei marchi è speculare, con la maggioranza nel totale Italia (80,5%) e la quota più bassa a Modena (71,2%). I disegni e i modelli di utilità hanno percentuali molto più basse che vanno dal 4,2% di Modena al 6,1% dell'Emilia Romagna, mentre è intermedio il valore nazionale (5,7%).

Come visto in precedenza, è stato molto positivo l'andamento nell'ultimo anno dei depositi di diritti di proprietà industriale a Modena, passando da 1.340 a 1.496 domande (+11,6%). Tuttavia i brevetti sono la categoria che aumenta di meno (+3,1%), mentre sono in netta ripresa i modelli ornamentali (+21,4%), seguiti dai marchi (+14,8%) e dai modelli di utilità (+12,2%).

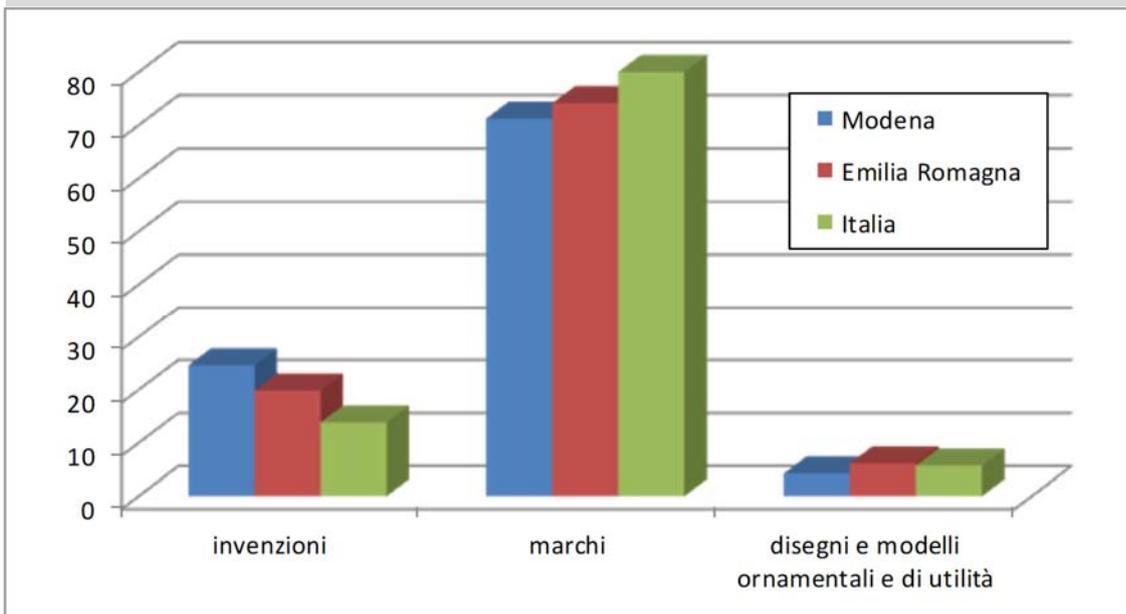
Ma che caratteristiche hanno le 368 invenzioni depositate a Modena? Per rispondere a questa domanda si sono esaminate tutte le singole domande di brevetto depositate in Camera di Commercio per capire se si tratta di innovazioni che hanno un'immediata ricaduta produttiva nelle imprese della provincia oppure se sono prodotti che non hanno alcuna applicazione pratica, ma debbono trovare un eventuale acquirente che le possa realizzare.

Innanzitutto occorre precisare che non tutti i diritti di proprietà depositati presso la Camera di Commercio di Modena sono di imprese modenesi. Riguardo i brevetti, solamente il 46,6% di quelli depositati appartengono ad imprese modenesi, gli altri provengono da tutta Italia e a volte anche dall'estero. Tuttavia il polo innovativo rimane la provincia di Modena e i suoi immediati dintorni in quanto la maggioranza dei brevetti deriva comunque da tre province confinanti, Modena, Reggio e Bologna, che insieme rappresentano il 74,4% di tutte le domande presentate in provincia.

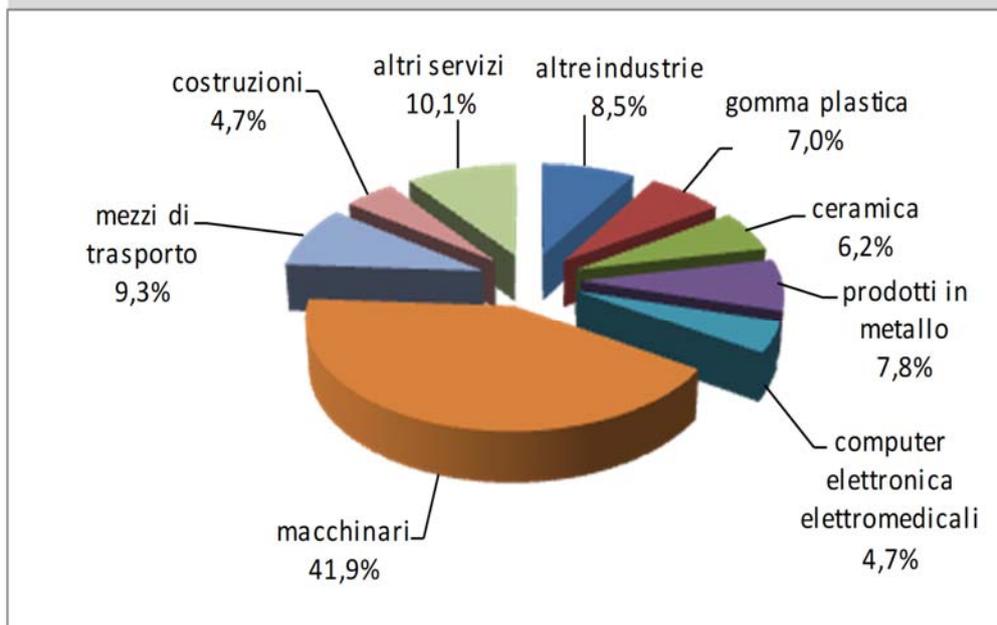
Si sono quindi selezionati solamente i brevetti della provincia di Modena e si è confrontata la descrizione del brevetto con l'attività principale dell'impresa che lo ha presentato. In questo modo si è potuto accertare l'immediata applicazione della nuova invenzione nell'azienda: sono ben 129 le invenzioni utilizzabili tempestivamente.

Si sono così potuti ricavare i settori merceologici più dinamici dal punto di

Quote percentuali di brevetti, marchi e disegni/modelli depositati a Modena, Emilia Romagna e Italia



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

Brevetti presentati dalle imprese modenesi per settori di attività

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

vista innovativo: la maggior quota di brevetti prodotti appartiene alla produzione di macchinari, che con 54 invenzioni depositate detiene il 41,9% del totale. La seconda quota è ad appannaggio dei mezzi di trasporto, che hanno presentato 12 invenzioni pari al 9,3% del totale, seguono i prodotti in metallo (7,8%), la gomma-plastica (7,0%) e la ceramica (6,2%). Infine la quota 'altri servizi' include settori molto eterogenei, come il commercio all'ingrosso, la produzione di software e gli studi di ingegneria.

Da Promec un supporto PER MECCANICA E AGROALIMENTARE

Iniziative 2016 per favorire l'internazionalizzazione delle imprese modenesi

L'azienda speciale della Camera di Commercio PROMEC, nell'ambito del programma promozionale predisposto per l'anno 2016, organizza per la primavera iniziative dedicate ai settori agroalimentare e meccanico.

FIERA CIBUS - PARMA

PROMEC promuove la partecipazione, in forma collettiva, di aziende modenesi alla fiera internazionale food&beverage Cibus, che si terrà a Parma dal 9 al 12 maggio 2016. Cibus, il Salone Internazionale dell'alimentazione, che si tiene ogni due anni, è l'evento di riferimento dell'agroalimentare italiano,

una grande vetrina di visibilità internazionale con convegni e tavole rotonde su temi di attualità in ambito Food and Retail. La notevole rilevanza dell'evento si è confermata anche nel 2014: i dati finali rivelano la grande crescita di Cibus, registrando un +12% di pubblico, toccando la cifra record di 67.000 visitatori qualificati, 12.000 esteri di cui oltre 1.000 top buyers da 50 paesi. Per il 2016 l'obiettivo è confermare il successo di contenuti e di visitatori raggiunto nel corso dell'ultima edizione, offrendo ai professionisti del settore agroalimentare nuovi spunti di riflessione e confronto sul comparto.

FIERA DI HANNOVER (GERMANIA)

PROMEC organizza la partecipazione, in forma collettiva, di aziende modenesi alla fiera internazionale della subfornitura



meccanica di Hannover, che si terrà dal 25 al 9 aprile 2016. La fiera di Hannover si tiene ogni anno ed è la più grande fiera al mondo dedicata all'industria e alla tecnologia e rappresenta una tendenza nel panorama delle esposizioni di questi settori. Comprensivo di 11 fiere leader parallele in un unico parco espositivo, l'evento conta di attrarre oltre 5.000 espositori e più di 300.000 visitatori provenienti da diversi paesi, includendo un'alta percentuale di professionisti del settore, top buyer e decision makers.

MISSIONE COMMERCIALE NEGLI STATI UNITI (TEXAS)

PROMEC assieme a PIACEREMODENA, brand della società Palatipico Modena Srl a cui aderiscono tutti i consorzi di tutela dei prodotti tipici provinciali, ha organizzato la partecipazione collettiva di aziende modenesi a "Taste of Italy" evento internazionale dedicato all'agroalimentare, che si è tenuto a Houston, il 2 e 3 marzo, all'interno del quale sono stati organizzati incontri commerciali mirati con operatori americani (Ho.Re.Ca., GDO, importatori/distributori) selezionati dalla Camera di Commercio Italiana del Texas. L'evento ha rappresentato una importante opportunità per i produttori o distributori di specialità Italiane Food&Wine di affacciarsi su un mercato frizzante e dinamico come quello del Texas, dove i prodotti tipici italiani sono particolarmente ricercati.

MISSIONE IMPRENDITORIALE IN VIETNAM (HO CHI MINH CITY ED HANOI)

Iniziativa programmata nell'ambito del progetto "Destinazione Vietnam II per le imprese emiliano-romagnole: Foodfactory" dedicato alle aziende della filiera dell'agroindustria. Il progetto, a com-

pletamento delle attività promozionali, ha visto la realizzazione di una missione outgoing dal 29 febbraio al 4 marzo 2016 rivolta alle imprese del territorio operanti nel settore agroindustria e packaging (macchinari ed attrezzature per l'agricoltura, macchine per il confezionamento, la lavorazione e la conservazione degli alimenti) interessate a sviluppare nuove partnership commerciali e/o produttive nel mercato vietnamita. La missione prevedeva un'agenda personalizzata di incontri B2B e/o visite d'affari con operatori vietnamiti selezionati sulla base delle esigenze delle imprese partecipanti. Oltre agli incontri si è realizzata una visita alla fiera dedicata al settore del confezionamento ed imballaggio "ProPak Vietnam", presso cui ICE organizza una collettiva italiana.

Per informazioni: www.promecmodena.it



La sede di Promec in via Ganaceto 113 a Modena

Boom di richieste per il bando

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Esaurite il primo giorno le risorse messe a disposizione dalla Camera di Commercio per la partecipazione a fiere e missioni all'estero

ELENA SACCHI

La Camera di Commercio di Modena nonostante il taglio del diritto annuale, disposto dal Governo col D.l. 90/2014, ha deciso di riproporre anche quest'anno il bando per l'internazionalizzazione delle imprese modenesi, con una dotazione di 150.000 €, seppur ridotta rispetto ai 500.000 € del 2014 e ai 200.000 del 2015.

In palio un contributo pari al 50% delle spese ammissibili, fino ad un massimo di 2.000 € a supporto della partecipazione a fiere internazionali in Italia o all'estero o a missioni economiche all'estero.

Il bando aperto dal 10 al 28 gennaio si è

tradotto in un click day, anzi in click minute, essendosi esaurite le risorse dopo pochissimi minuti dall'apertura, prevista per le ore 10,00 del 10 gennaio. Questo a riprova di quanto il bando sia "ambito" dalle PMI modenesi di tutti i settori. Quest'anno ben 239 imprese hanno inviato la domanda telematica, per un totale di 462.047,52 € di contributi richiesti; anche se, viste le risorse a disposizione, la Camera di commercio riuscirà a finanziarne soltanto 75-78.

Delle 239 imprese richiedenti, 131 sono industriali, 48 commerciali, 37 artigiane, 16 di servizi e 7 agricole.

INTELLIGENT EXPORT REPORT - IER

IER - Intelligent Export Report è un nuovo servizio realizzato dal Centro studi e ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna, in collaborazione con il sistema delle Camere di commercio della regione, per fornire alle PMI uno strumento strategico per l'internazionalizzazione. IER analizza i dati relativi alle esportazioni delle singole imprese incrociati con i flussi commerciali mondiali (Fonte Istat) e i dati di bilancio depositati da tutte le imprese del mondo (oltre 150 milioni) (Fonte Trade Catalyst Bureau Van Dijk). In questo modo il servizio consente di misurare l'esportabilità dei prodotti aziendali, fino a un dettaglio di 5mila prodotti a livello mondiale e 8mila a livello nazionale. Si tratta di uno strumento innovativo, rispetto a quelli disponibili sul mercato, impostati per macrocategorie; è infatti un servizio su misura, perfettamente ritagliato sulle caratteristiche distintive dell'impresa, finalizzato ad offrire una mappatura puntuale delle opportunità di business sui mercati target. Informazioni: Paolo Montesi, Unioncamere Emilia-Romagna www.ucer.camcom.it, paolo.montesi@rer.camcom.it - ier@rer.camcom.it.



"GLI STRUMENTI DI SUPPORTO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE"

La Camera di Commercio di Modena, in collaborazione con la Regione Emilia-Romagna e Unioncamere regionale, ha organizzato il 29 febbraio scorso un seminario dal titolo "Gli strumenti di supporto per l'internazionalizzazione" che ha avuto luogo nella sede camerale di Via Ganaceto 134 a Modena riscontrando un buon interesse da parte del pubblico partecipante.

L'iniziativa era finalizzata a presentare un quadro complessivo dell'impegno della Regione sul fronte internazionalizzazione attraverso l'illustrazione del bando pubblicato a valere sul POR FESR 2014-2020, rivolto alle imprese non esportatrici o esportatrici non abituali (media export degli ultimi due anni <10% del fatturato totale o un anno con nessuna esportazione negli ultimi due), oltre che alle reti informali di imprese aventi queste stesse caratteristiche. Le imprese aspiranti dovranno avere un fatturato complessivo superiore a 700 mila euro.

Il bando regionale supporta progetti tesi a realizzare un percorso strutturato, nell'arco massimo di due annualità, costruito a partire da un piano export, su un massimo di due paesi esteri

scelti dall'impresa, con un contributo a fondo perduto nella misura massima del 50% delle spese ammissibili, fino ad un importo massimo di 100.000 euro. Per le reti di impresa il contributo massimo concedibile è calcolato nella misura di € 100.000 per ogni impresa della rete, fino a un massimo di € 400.000 per progetto. Nel corso dell'incontro sono stati altresì illustrati i servizi di PROMEC, Azienda Speciale per l'estero della Camera di Commercio di Modena, e si è potuto assistere alla testimonianza aziendale sull'internazionalizzazione della società VEP 87 dell'indotto ceramico, che produce espositori per piastrelle su misura con materiali a richiesta del cliente.

La maggior parte delle richieste riguardano la partecipazione a fiere internazionali e soltanto 15 la partecipazione a missioni economiche (Usa, Russia, Germania, Cipro, Dubai e Algeria le missioni in programma per il settore industriale, Usa, Russia e Cina per il commercio, Regno Unito per l'artigianato, Polonia, India, Dubai e Francia per i servizi; nessuna missione all'estero per l'agricoltura).

Le restanti 224 domande riguardano la partecipazione ad eventi fieristici; le iniziative più gettonate sono fiere internazionali in Italia quali Cibus a Parma (9-12/5) e Mecspe a Parma (17-19/3), seguiti da Tecnoargilla (Rimini 26-30/09), EIMA International (Bologna 9-13/11), Moda Prima (Firenze 20-25/5), Cersaie (Bologna 26-30/9), White (Milano 27-29/02) e Pitti Immagine Uomo (Firenze 12-15/01).

Le fiere estere più richieste sono Première Vision di Parigi (16-18/02) e Bauma di Monaco (11-17/4).



In ripresa l'industria manifatturiera

DELLA PROVINCIA DI MODENA

L'indagine congiunturale sul quarto trimestre 2015 evidenzia segnali positivi, come il trend sostenuto degli ordini esteri

ELISABETTA SILVESTRI

Le imprese manifatturiere della provincia di Modena hanno chiuso l'anno 2015 con una produzione in crescita: la variazione percentuale registrata nel quarto trimestre rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente è stata del +3,1% confermando l'andamento positivo che già si era manifestato nel trimestre estivo; anche il fatturato è in aumento: +4,3%. La raccolta ordini ha dinamiche diverse in base ai mercati: sull'interno è pressoché stazionaria sui livelli di fine anno 2014 (+0,7%), mentre gli ordini dai paesi stranieri mantengono un trend piuttosto sostenuto: +10,6%.

Questo in estrema sintesi il quadro congiunturale che emerge dalla rilevazione sui mesi da ottobre a dicembre 2015 effettuata dalla Camera di Commercio intervistando un campione di imprese della provincia di Modena, in collaborazione con Cna e Confindustria provinciali.

Il bilancio complessivo dell'anno 2015 evidenzia un incremento produttivo medio del +1,3%, da considerarsi incoraggiante in quanto segue il debole +0,6% registrato nel 2014. Anche il fatturato è cresciuto: +2,7% nel 2015 rispetto all'anno precedente. Stabili sui livelli del 2014 sono invece rimasti gli ordini interni, mentre quelli esteri hanno conseguito una crescita a due cifre: +11,5%, ben più dinamica del +3,3% registrato l'anno precedente.



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

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

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

Non pare arrestarsi per le imprese modenesi l'attività esportativa, fondamentale per il nostro territorio che ha da sempre una spiccata propensione ai mercati esteri, dato confermato anche nel 2015 dalla consistente quota di fatturato proveniente dalle vendite oltre confine, che in media si è attestata sul 38%, mentre per alcuni settori ha raggiunto e superato il 60%.

L'indagine contempla anche quesiti sulle previsioni a breve termine formulate dagli imprenditori. La quota percentuale di imprese che si attende un incremento di produzione è scesa dal 23,8% del terzo trimestre 2015 al 10,2% del quarto. Il 52,4% prospetta una situazione di stabilità, mentre il 37,4% indica un probabile calo dei livelli produttivi nei primi mesi del 2016.

Riguardo agli ordini interni in portafoglio nel quarto trimestre 2015, il 49,5% degli intervistati indica di ritenerli nella norma, mentre il 49,2% li giudica bassi; soltanto per l'1,3% delle aziende sono alti rispetto al livello di normalità. Leggermente migliore la situazione del portafoglio ordini esteri con il 6,1% delle imprese che li ritiene alti, il 64,9% normali e il 29% bassi.

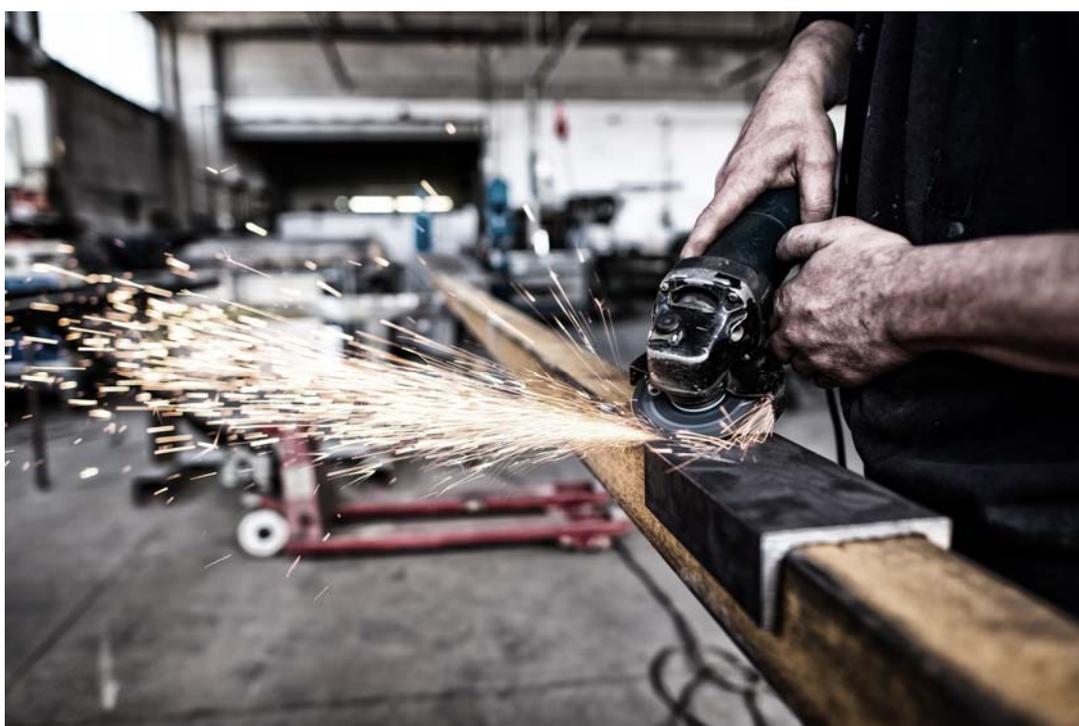
Anche i giudizi sulle scorte di magazzino ricalcano questa riparti-

zione: l'8,8% delle imprese le giudica alte, il 65,5% indica scorte nella norma, mentre il 25,7% le ritiene basse.

Un dato confortante è la tenuta occupazionale: l'86,7% delle interviste prevede stabilità per i mesi a venire, mentre il 5,6% degli intervistati ha indicato un aumento; soltanto il 7,7% ha prospettive di riduzione del personale.

L'ANDAMENTO DEI SETTORI MANIFATTURIERI NELL'ANNO 2015

L'industria alimentare ha mostrato un 2015 altalenante con produzione in lieve aumento (+1,4%), fatturato e ordini interni in calo (rispettivamente -1,5% e -4,6%); sostenuta invece la dinamica degli ordini dall'estero aumentati del +8,9% in media d'anno. La quota di fatturato proveniente dall'estero sfiora in media il 20%.



La maglieria ha vissuto un anno difficile con cali di produzione (-7,9%), fatturato (-2,4%) e soprattutto per gli ordini interni (-14%). In crescita soltanto i mercati stranieri (+3,7%). La quota export si è attestata in media sul 33,7%.

Il settore delle confezioni di abbigliamento ha registrato un andamento contraddittorio conseguendo un'ottima crescita della produzione (+17,1%) ed un contemporaneo calo del fatturato (-3,5%). La raccolta ordini si è rivelata sostenuta sui mercati esteri (+14%) mentre su quello domestico si è palesata una battuta d'arresto (-9,2%). La quota di fatturato derivante dall'export per l'abbigliamento è risultata pari al 18,7%.

Nel settore ceramico, invece, la produzione ha subito una flessione del -3,3%, mentre il fatturato ha mostrato un incremento del +6,5%. La raccolta ordini è apparsa sostenuta sui mercati esteri (+12,5%) dove viene realizzato ben il 54% del fatturato. Il mercato domestico si è mostrato stazionario (-0,1%), anche se in risalita rispetto ai cali dei tre anni precedenti.

Per quanto concerne il settore dei prodotti in metallo, produzione, fatturato e ordini interni hanno evidenziato nel 2015 leggeri incrementi rispetto all'anno precedente (rispettivamente +1,7%, +1,2% e +0,9%). Soltanto il mercato estero si è rivelato particolarmente dinamico riportando una crescita degli ordini pari al +19,8%, e una quota di esportazioni che supera di poco il 20%.

Positiva è apparsa la situazione del settore macchine e apparecchi meccanici dove la produzione si è incrementata del +6,3% e il fatturato del +6,9%. Gli ordini dall'interno sono cresciuti del +4,2% mentre quelli dall'estero del +12,5%. La quota di fatturato realizzata sui mercati internazionali è stata in media del 56,5%.

Buona anche la congiuntura del settore macchine e apparecchiature elettriche e elettroniche: la produzione è aumentata del +5,2% e il fatturato del +7,3%. La raccolta ordini ha mostrato incrementi del +7,5% nel mercato italiano e del +8,6% in quelli stranieri, dai quali proviene oltre il 30% del fatturato totale.

Il comparto che produce mezzi di trasporto e relativi componenti

ha evidenziato un aumento dei volumi prodotti del +2,3% ed un contemporaneo calo del fatturato nell'ordine del -7,9%. Stabili gli ordinativi. La quota export è consistente e sfiora la metà del fatturato.

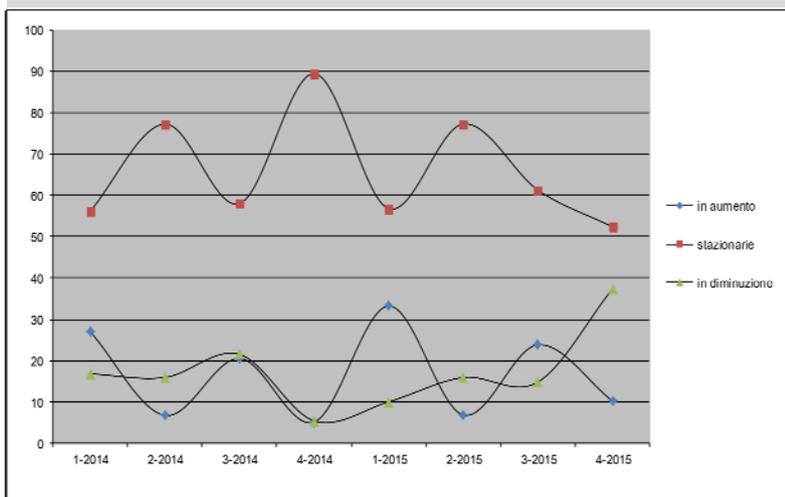
Il biomedicale, infine, ha mostrato una contrazione della produzione del -1,4% mentre il fatturato è cresciuto del +7,6%. La raccolta ordini tuttavia è rimasta positiva, con aumenti del +7,4% per il mercato domestico, e del +11,1% sui mercati internazionali, che assorbono oltre il 67% delle vendite.

Modena, dinamica settoriale della produzione (variazioni % tendenziali)

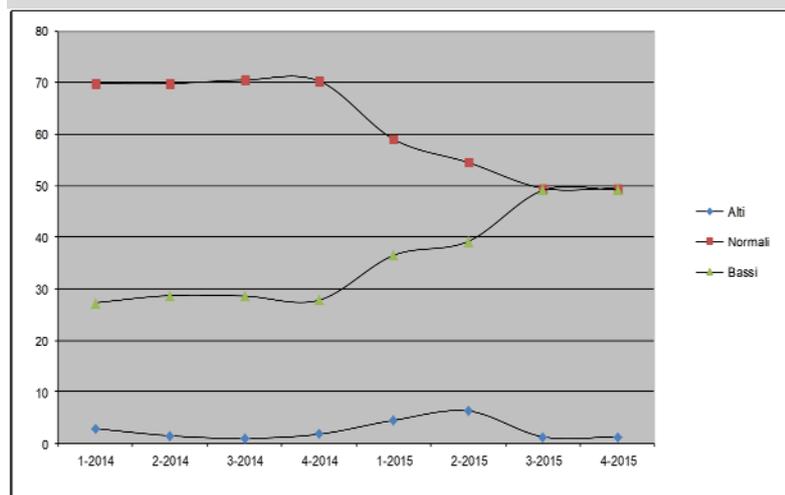
settori	Media 2015	1° trim. 2015	2° trim. 2015	3° trim. 2015	4° trim. 2015
Alimentare	1,4	1,7	-0,7	2,1	2,5
Maglieria	-7,9	-15,0	-2,0	1,9	-16,3
Abbigliamento	17,1	25,5	30,9	16,6	-4,8
Piastrelle e lastre in ceramica	-3,3	-14,4	-8,8	3,4	6,6
Lavorazioni meccaniche e prodotti in metallo	1,7	2,5	2,0	-1,1	3,3
Macchine ed apparecchi meccanici	6,3	4,7	4,8	5,2	10,4
Macchine e apparecchiature elettriche ed elettroniche	5,2	6,0	7,2	0,6	6,8
Biomedicale	1,4	-2,7	-5,4	1,0	1,4
Mezzi di trasporto	2,3	0,1	1,2	3,0	5,0
Altre industrie manifatturiere	-2,5	-3,5	-5,8	0,1	-0,7

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

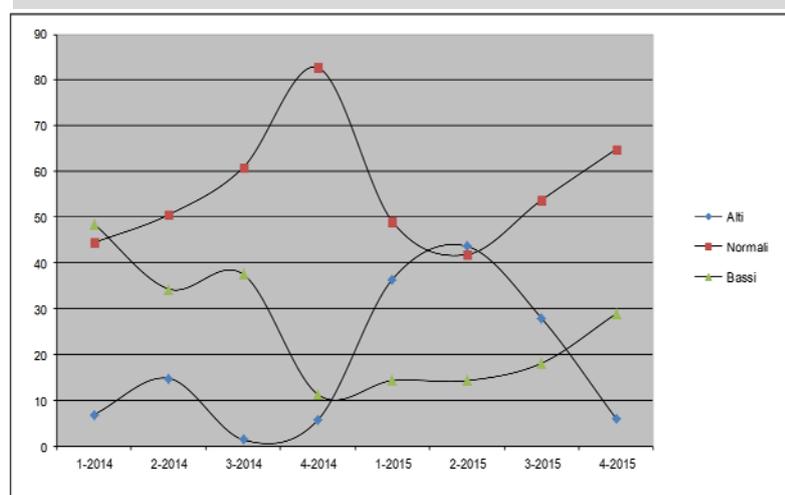
Prospettive a breve sulla produzione (frequenze percentuali)



Giudizi sugli ordini interni (frequenze percentuali)



Giudizi sugli ordini esteri (frequenze percentuali)



Fonte dei grafici: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena

Saldo positivo per LE IMPRESE NEL 2015

Per la prima volta dopo due anni sono in aumento le imprese registrate alla Camera di Commercio di Modena

M.MO.

L'elaborazione dei dati sulla movimentazione delle imprese modenesi da parte del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio evidenzia che il saldo annuale è tornato in positivo dopo due anni di diminuzioni e risulta pari a +215 unità. Tale risultato deriva da 4.510 imprese iscritte e da 4.295 imprese cessate (non d'ufficio). Rispetto al 2014 le iscrizioni di nuove attività sono aumentate del +2,6% mentre le cessazioni sono diminuite del -5,6%.

Il tasso di sviluppo del 2015 è pari a +0,29% e colloca Modena al quarantunesimo posto della classifica delle provincie italiane. Le imprese della regione sono pressoché stabili (+0,06%), mentre il totale Italia aumenta in maniera più marcata (+0,75%).

Analizzando solamente il quarto trimestre 2015, le imprese risultano tuttavia in leggera diminuzione passando da 74.845 al 30 set-

tembre a 74.644 imprese al 31 dicembre dell'anno. Il saldo, pari a -73 imprese, deriva da 1.031 iscrizioni e da 1.104 cessazioni non d'ufficio ed è il più favorevole esaminando il quarto trimestre degli ultimi sei anni. Infatti le iscrizioni e le cessazioni delle imprese hanno un carattere stagionale e tale diminuzione è fisiologica e tipica del quarto trimestre di ciascun anno. La rispettiva variazione congiunturale risulta pari a -0,27%.

Il saldo tra le iscritte e cessate delle imprese artigiane risulta negativo anche nel 2015: -410 aziende. Le imprese artigiane diventano così 21.543 mostrando una diminuzione tendenziale del -1,9%.

Andamento migliore per le imprese a conduzione femminile che aumentano dell'1,3% e ancor più sostenuto per quelle a conduzione straniera (+5,3%), mentre sono in calo quelle giovanili (-3,6%).



Analizzando la forma giuridica, sono in aumento le società di capitale (+2,4%) proseguendo un trend che dura ormai da anni; anche le 'altre forme' crescono (+1,3%), mentre sempre meno preferite dagli imprenditori sono le società di persone (-2,6%) e le imprese individuali (-0,8%).

Nonostante la crescita delle imprese registrate, sono in lieve diminuzione nel 2015 le imprese attive, cioè quelle registrate che hanno dichiarato l'effettivo inizio di attività alla Camera di Commercio. Tra i macrosettori economici continua la discesa delle imprese di costruzioni (-1,6%), del manifatturiero (-1,3%) e dell'agricoltura (-1,1%). Solamente i servizi mostrano un lieve incremento (+0,5%).

Più nel dettaglio, le uniche attività manifatturiere in crescita sono la 'riparazione e

manutenzione' (+4,8%) e la 'fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche' (+4,2%). Tutte le altre industrie registrano cali di aziende, i più sensibili nella ceramica (-5,3%), e nella 'fabbricazione di mobili' (-5,1%), mentre stabili sono l'industria alimentare (-0,1%) e la 'fabbricazione di carta' (0,0%).

Più dinamico è il trend del terziario, dove quasi tutti i settori mostrano un numero di imprese in crescita. In particolare la 'sanità e assistenza sociale' cresce del +7,4%, il 'noleggio e servizi di supporto alle imprese' del +6,3% e l'istruzione del +4,4%. Trend negativo già da alcuni trimestri per i 'trasporti e magazzinaggio' (-1,6%) e il commercio (-0,7%).

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

	Modena			Emilia Romagna			Italia		
	anno 2015	anno 2014	var. %	anno 2015	anno 2014	var. %	anno 2015	anno 2014	var. %
Registrate	74.644	74.543	0,1	462.625	463.897	-0,3	6.057.647	6.041.187	0,3
Iscritte	4.510	4.395	2,6	27.292	26.886	1,5	371.705	370.979	0,2
Cessate non d'ufficio	4.295	4.550	-5,6	27.018	27.883	-3,1	326.524	340.261	-4,0
Saldo	215	-155		274	-997		45.181	30.718	

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

Imprese registrate a conduzione prevalente giovanile, femminile e straniera in provincia di Modena

	2014	2015	variazione %
imprese giovanili	6.117	5.897	-3,6
imprese straniere	7.416	7.812	5,3
imprese femminili	15.012	15.210	1,3

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

Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

Classe di Natura Giuridica	Imprese attive al 31/12/2015	Imprese attive al 31/12/2014	Saldo	Var. %
Società di capitale	16.479	16.085	394	2,4
Società di persone	13.095	13.438	-343	-2,6
Imprese individuali	35.376	35.673	-297	-0,8
Altre forme giuridiche	1.398	1.380	18	1,3
Totale	66.348	66.576	-228	-0,3

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

Imprese attive per settore in provincia di Modena

	Totale imprese al 31/12/2015	Totale imprese al 31/12/2014	Saldo imprese attive	Variazio ne %
Agricoltura, silvicoltura pesca	8.371	8.468	-97	-1,1
Estrazione di minerali da cave e miniere	39	42	-3	-7,1
Attività manifatturiere	9.784	9.917	-133	-1,3
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	111	102	9	8,8
Fornitura di acqua; reti fognarie	92	88	4	4,5
Costruzioni	10.769	10.941	-172	-1,6
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	14.739	14.849	-110	-0,7
Trasporto e magazzinaggio	2.335	2.373	-38	-1,6
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.807	3.764	43	1,1
Servizi di informazione e comunicazione	1.354	1.333	21	1,6
Attività finanziarie e assicurative	1.405	1.386	19	1,4
Attività immobiliari	5.126	5.100	26	0,5
Attività professionali, scientifiche e tecniche	2.834	2.797	37	1,3
Noleggio e servizi di supporto alle imprese	1.677	1.578	99	6,3
Istruzione	213	204	9	4,4
Sanità e assistenza sociale	289	269	20	7,4
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	636	611	25	4,1
Altre attività di servizi	2.747	2.725	22	0,8
Imprese non classificate	20	29	-9	-31,0
Totale	66.348	66.576	-228	-0,3

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

Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/12/2015	Totale imprese al 31/12/2014	Saldo imprese attive	Variazio ne %
Industria alimentare	871	872	-1	-0,1
Tessile abbigliamento	2.459	2.505	-46	-1,8
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	356	363	-7	-1,9
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	87	87	0	0,0
Stampa e riproduzione di supporti registrati	255	257	-2	-0,8
Industria chimica e farmaceutica	95	97	-2	-2,1
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	199	191	8	4,2
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	486	513	-27	-5,3
Metalmeccanico	3.465	3.542	-77	-2,2
Fabbricazione mezzi di trasporto	154	156	-2	-1,3
Fabbricazione di mobili	206	217	-11	-5,1
Altre industrie manifatturiere	472	469	3	0,6
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	679	648	31	4,8
Totale manifatturiero	9.784	9.917	-133	-1,3

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

Sempre più rosa l'imprenditoria DI MODENA

In provincia aumentano le imprese a conduzione femminile. Commercio, agricoltura e manifatturiero i settori con la maggiore concentrazione

MAURA MONARI

Nel 2015, in provincia di Modena, sono in aumento le imprese registrate a conduzione femminile, cioè quelle imprese in cui le donne sono titolari o sono la maggioranza dei soci. Passano infatti da 15.012 al 31/12/2014 a 15.210 alla fine del 2015, con un tasso di incremento pari all'1,3%, mentre le imprese totali sono pressoché stabili (+0,1%). Le imprese femminili attive (cioè che hanno dichiarato l'inizio effettivo dell'attività) sono 13.914, anch'esse in aumento dello 0,9%.

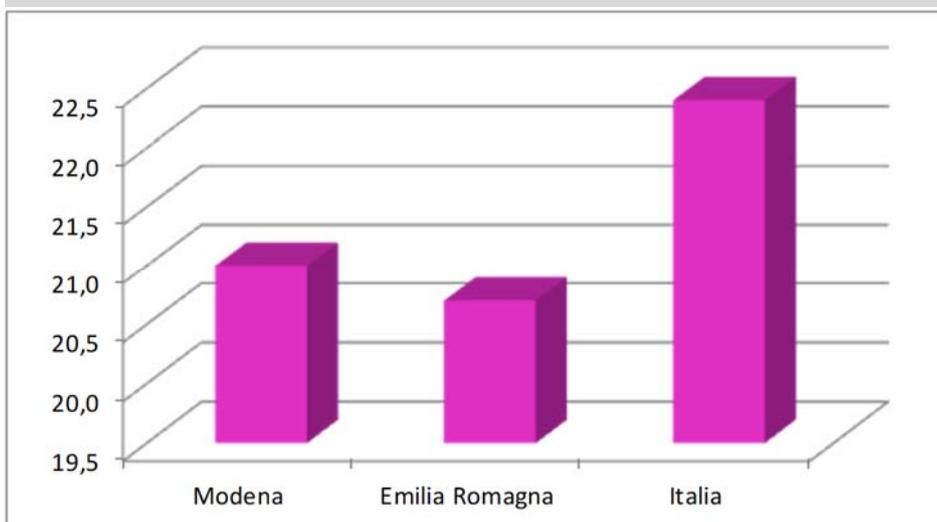
La provincia di Modena è caratterizzata da un tasso di femminilità (cioè imprese a conduzione femminile confrontate con il numero di imprese totali) pari al 21,0%, inferiore a quello italiano (22,4%), ma supe-

riore a quello regionale (20,7%).

A livello regionale sono presenti 85.009 imprese attive condotte da donne e la provincia con il maggior numero di imprese femminili risulta Bologna, con 17.727 imprese, pari al 20,9% del totale. Modena è la seconda per numerosità con il 16,4% del totale, seguita da Reggio Emilia (10,5%). In ultima posizione si trova Piacenza, con 5.943 imprese, pari al 7,0% del totale.

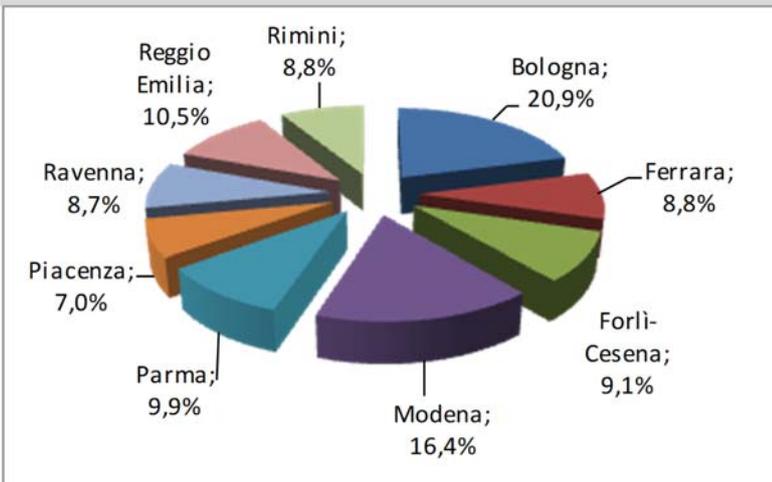
In termini di tassi di femminilità però questa classifica viene capovolta: in proporzione vi sono più imprese femminili a Ferrara (22,8% del totale) probabilmente grazie alla sua vocazione agricola, seguita da Piacenza (22,0%) e da Rimini (21,7%) grazie al

Tasso di femminilità delle imprese attive in provincia di Modena, Emilia Romagna e Italia - 2015



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

Imprese a conduzione femminile nelle province dell'Emilia Romagna - 2015



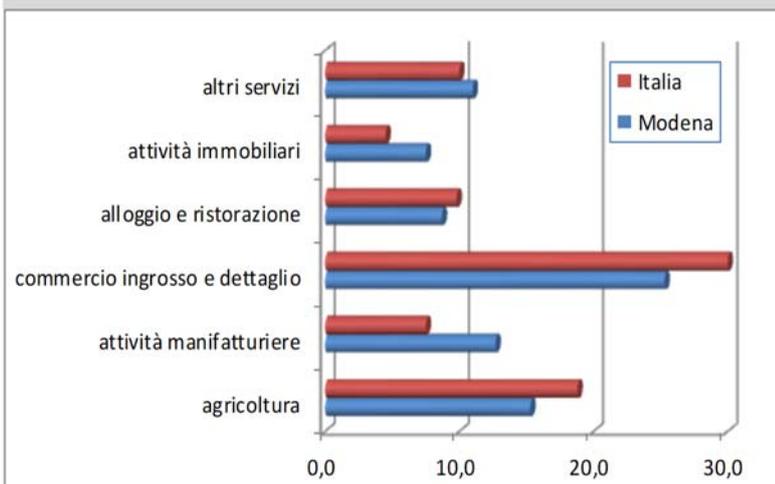
Fonte: Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena, elaborazione dati Registro Imprese

tessuto produttivo imperniato sul turismo. Modena rimane al quarto posto (21,0%).

Tuttavia oltre al numero totale di imprese femminili, è importante conoscere l'attività che svolgono, in quanto può essere molto differente a seconda della specializzazione economica dei diversi territori. Infatti vi è una concentrazione molto differente tra la provincia di Modena ed il totale Italia nei vari settori di attività. Così, in Italia il maggior numero di imprese femminili opera nel commercio all'ingrosso e al dettaglio (30,0%), seguito dall'agricoltura (18,0), dalle 'altre attività dei servizi' (10,0%) e dai servizi di alloggio e ristorazione (9,8%), mentre l'industria è al quinto posto con solamente il 7,5% delle imprese. Nella provincia di Modena, invece, la componente manifatturiera è molto più marcata: il primo settore rimane sempre il commercio con il 25,3%, seguito dall'agricoltura (15,3%), ma al terzo posto vi è l'industria manifatturiera, con il 12,7% delle imprese. Più bassa è la quota delle imprese di alloggio e ristorazione (8,7%), e delle attività immobiliari (7,5%).

In generale in tutta l'industria manifatturiera modenese vi sono più imprese femminili rispetto alla media nazionale, ma la quota maggiore è concentrata nel

Imprese a conduzione femminile per macrosettori di attività, provincia di Modena e Italia, valori percentuali - 2015



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

settore tessile-abbigliamento, che con 991 imprese raggiunge una percentuale pari al 6,8% del totale ed un tasso di femminilizzazione pari al 40,3%, mentre a livello nazionale sono solamente il 2,8%. Più sviluppate anche le 'altre industrie manifatturiere' (2,7%) e il settore metalmeccanico (275 imprese, pari al 2,0% del totale) in genere ad appannaggio maschile. Nel totale Italia queste percentuali scendono rispettivamente al 2,1% e all'1,3%. Le imprese femminili nell'industria alimentare hanno lo stesso peso sia a livello provinciale che nazionale (1,2%).

Per completare l'analisi per settore occorre esaminare più nel dettaglio le 'altre attività dei servizi' molto diffuse tra le imprese femminili: l'attività principale è costituita dalle parrucchiere (1.183 pari al 77,6%), seguita dalle lavanderie (12,3%) e dalle 'agenzie matrimoniali e tatuaggi' (4,7%). Tali proporzioni sono simili anche per l'intero territorio nazionale.

Il trend tendenziale vede le imprese attive femminili in aumento (+0,9%) in maggior misura di quelle femminili italiane (+0,4%) e ancor di più del totale provinciale, addirittura in lieve calo (-0,3%).

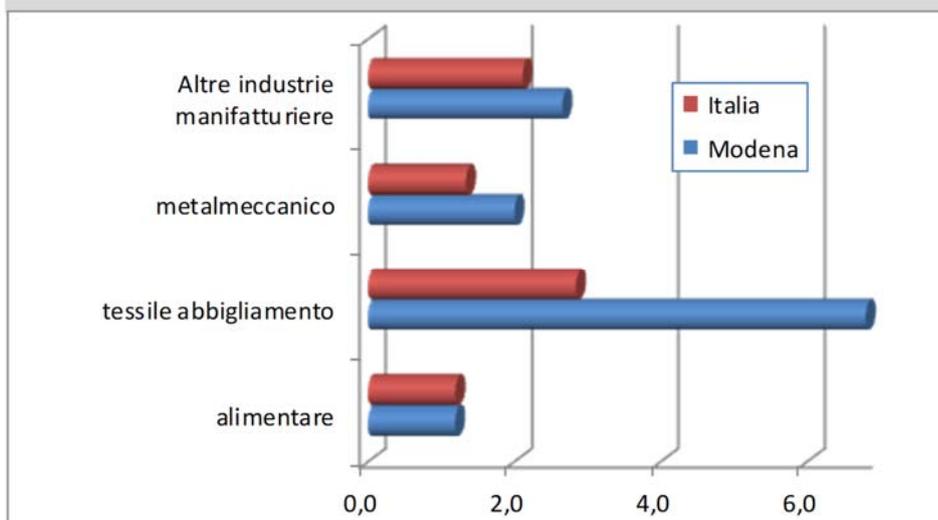
Inoltre l'esame per settori mostra che a Modena sono in calo i settori più tradizionali come le imprese del 'trasporto e magazzinaggio' (-4,6%), manifatturiere (-2,4%) e agricole (-0,7%), mentre crescono sensibilmente le

imprese più innovative, come le 'attività professionali, scientifiche e tecniche' (+7,0%) e il 'noleggio e servizi di supporto alle imprese' (+6,4%) che offrono servizi avanzati come consulenza amministrativo-gestionale, studi di architettura e ingegneria, collaudi ed analisi tecniche e attività di moda e design. E' in aumento anche la 'sanità e assistenza sociale' (+5,4%), attività sempre più necessaria a causa dell'invecchiamento della popolazione. Infine uno sguardo alla distribuzione nei comuni della provincia evidenzia che la maggior concentrazione di imprese femminili si trova nei comuni di Modena (25,3%) e Carpi (11,7%) che sommati raggiungono quasi il 40% delle imprese guidate da donne della provincia. Tuttavia i comuni con il maggior tasso di femminilizzazione sono concentrati in montagna, forse per la prevalenza agricola della zona, con Riolunato (26,1%), Prignano sulla Secchia (24,8%) e Fiumalbo (24,3%) in testa. Fiorano invece detiene il record come maggior comune 'maschile' con solamente il 15,8% di imprese condotte da donne.

La crescita nel 2015 per comune è molto varia, si va da un massimo del +15% di Camposanto e Riolunato, fino a diminuzioni sensibili come Frassinoro (-10,0%) e Fiumalbo (-8,2%).



Imprese a conduzione femminile nelle industrie manifatturiere della provincia di Modena e totale Italia, valori percentuali - 2015



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

Attività svolte dalle imprese a conduzione femminile nell'ambito dei servizi alla persona in provincia di Modena - 2015



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

Un anno in discesa per i prezzi MODENESI

La deflazione nel 2015 ha toccato anche Modena, con una flessione del -0,2% rilevata a fine anno

M.MO.

Risultano in diminuzione i prezzi al consumo in provincia di Modena, lo attesta la rilevazione dei prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati (FOI) effettuata mensilmente da tutti i capoluoghi di provincia per conto dell'Istat.

Infatti a dicembre 2015 la variazione tendenziale dell'indice FOI senza tabacchi, utilizzato per l'aggiornamento dei canoni di locazione e degli assegni di mantenimento, è stata del -0,2%, mentre il dato nazionale rimane costante (0,0%).

Le diminuzioni maggiori sono date, sia a Modena che nel totale Italia, dal calo della voce 'trasporti' (-2,8% Modena e -3,1% nazionale) e 'abitazione, acqua, elettricità e combustibili' (-0,8% Modena e -0,2% nazionale), entrambe dovute al calo sensibile del costo del petrolio, giunto ai valori minimi.

Solamente nell'estate del 2009, in piena crisi economica mondiale, si è avuto un altro andamento tendenziale negativo dei prezzi nei mesi di luglio e agosto per la provincia di Modena (-0,2% e -0,1% rispettivamente). Nel 2015 invece tutti i mesi risultano negativi, con valori che vanno dal -0,2% al -0,7%.

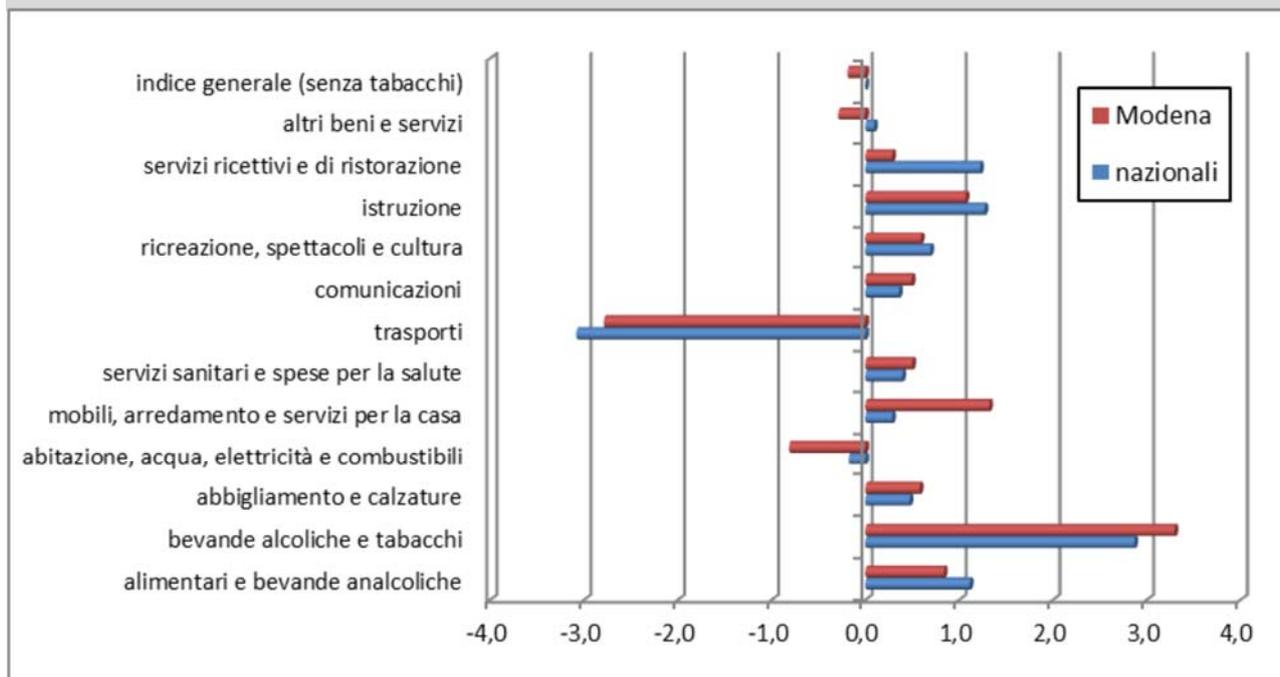
Il confronto congiunturale dei prezzi tra novembre 2015 e dicembre 2015, mostra ancora stabilità su base nazionale (0,0%), mentre Modena è in leggero rialzo (+0,1%). In quest'ultimo caso gli aumenti sono dati dalle voci 'comunicazioni' (+1,4%) e 'ricreazione spettacoli e cultura' (+1,1%), probabilmente legati alle festività natalizie. D'altro canto sono in diminuzione i 'beni alimentari' (-0,8%), i 'trasporti' (-0,3%) e le 'bevande alcoliche e tabacchi' (-0,2%).

Analizzando l'andamento dei prezzi dal 2008 ad oggi, si rileva comunque un aumento medio del +9,6% in campo nazionale e del +7,8% per Modena. Nel dettaglio tale crescita scaturisce da incrementi sensibili nelle 'bevande alcoliche e tabacchi' (+22,5% nazionale e +23,3% Modena), 'istruzione' (+15,8% nazionale e +19,9% Modena) e 'trasporti' (+14,2% nazionale e +14,6% Modena), controbilanciati dal calo diffuso delle 'comunicazioni' (-19,0% nazionale e -22,3% Mode-

na).

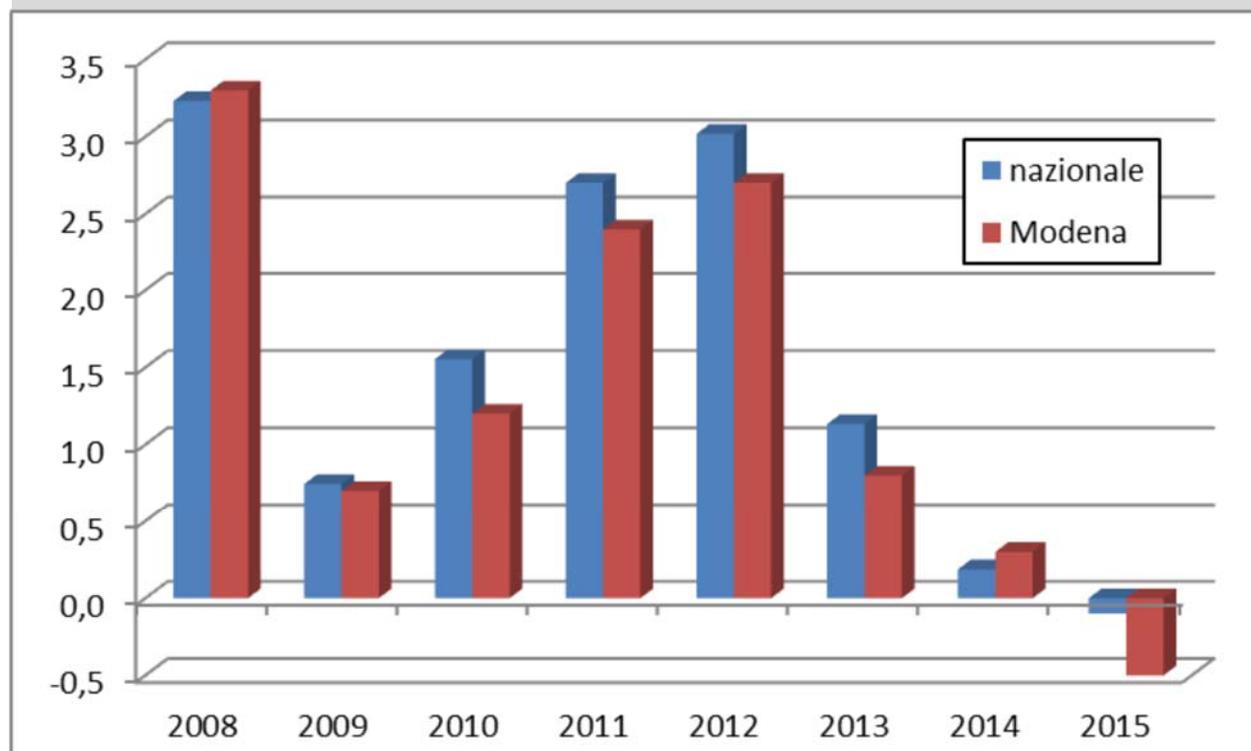
In generale, analizzando le medie annuali dal 2008 ad oggi, si può notare come le variazioni dei prezzi di Modena rimangano sempre al disotto di quelli nazionali tranne che nell'anno 2014; in particolare nel 2015 mentre Modena diminuisce del -0,5%, il totale nazionale cala del -0,1%.

Prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati senza tabacchi (FOI) – andamento tendenziale dicembre 2004 – 2015



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

Prezzi al consumo per le famiglie di operai e impiegati senza tabacchi (FOI) – variazioni medie annue 2008 - 2015



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

Protesti in calo nel 2015

IN PROVINCIA DI MODENA

Prosegue la contrazione degli effetti protestati in provincia di Modena già registrata negli scorsi anni

E. S.

In base ai dati elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio, nell'anno 2015 sono stati levati 6.163 protesti in provincia di Modena, il 16,8% in meno rispetto all'anno precedente quando gli effetti protestati raggiunsero quota 7.408 unità. L'importo complessivo dei protesti 2015 ammonta a 10 milioni 177 mila euro, contro i 12,782 milioni del 2014, con una diminuzione ancora più evidente -20,4%.

Riguardo alle diverse tipologie di effetti che sono incorsi in un protesto, la maggior parte riguarda le cambiali: 5.233 unità nel 2015 per un importo di 4,954 milioni. Il numero di cambiali protestate rappresenta l'85% del totale protesti mentre l'importo sfiora il 50% del totale complessivo. Rispetto all'anno precedente in questa tipologia si riscontra un calo più sostenuto della media sia nel numero dei protesti (-19,1%) sia nell'importo (-39,3%).

Per quanto concerne gli assegni, si registrano 677 effetti protestati nel 2015 contro i 736 del 2014 (-8%) per un importo di 3,235 milioni di euro rispetto ai 3,908 milioni del 2014 (-17,2%).

Residuali le altre due tipologie di effetti, ovvero le tratte sia accettate che non accettate, con numeri e importi che tuttavia evidenziano un consistente aumento, sempre su base annua.

PROTESTI LEVATI IN PROVINCIA DI MODENA PER TIPOLOGIA DI EFFETTO				
ANNI 2015-2014				
	NUMERO		IMPORTO in migliaia di euro	
	2015	2014	2015	2014
ASSEGNI	677	736	3.235	3.908
CAMBIALI	5.233	6.470	4.954	8.160
TRATTE ACCETTATE	29	17	18	12
TRATTE NON ACCETTATE	224	185	1.970	703
TOTALE	6.163	7.408	10.177	12.782

Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena

Positive le previsioni di assunzione

NEL PRIMO TRIMESTRE 2016

Diffusi i dati di Unioncamere e Ministero del Lavoro sulle prospettive occupazionali delle imprese raccolte nell'ambito dell'indagine Excelsior

E. S.

In base ai dati dell'indagine trimestrale Excelsior, svolta da Unioncamere e Ministero del Lavoro, in provincia di Modena è previsto un incremento tendenziale dei contratti attivati nel 1° trimestre dell'anno, con una variazione percentuale nettamente superiore a quella nazionale.

Nella provincia i nuovi contratti saranno infatti 4.090, il 50% in più rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente. Questo andamento tendenziale positivo è il risultato di un aumento del 31% delle assunzioni direttamente effettuate dalle imprese e di un incremento dell'88% dei contratti atipici.

In termini assoluti, in questo trimestre le assunzioni effettuate dalle imprese saranno pari a 2.330 unità (57% dei contratti totali), mentre i contratti atipici dovrebbero attestarsi a circa 1.770 unità (43%).

In base alle previsioni delle imprese intervistate il 47% delle 2.330 assunzioni di lavoratori dipendenti programmate nella provincia sarà a tempo indeterminato; le assunzioni si concentreranno per il 67% nel settore dei servizi e per il 55% nelle imprese con meno di 50 dipendenti; nel 57% dei casi saranno rivol-

te a candidati in possesso di un'esperienza lavorativa nella professione o almeno nello stesso settore; per una quota pari al 40% interesseranno giovani con meno di 30 anni; infine, in 21 casi su 100 le imprese prevedono di avere difficoltà a trovare i profili desiderati. Ulteriori approfondimenti sul sito: <http://excelsior.unioncamere.net>, nel quale sono disponibili dati e analisi riferiti a tutte le regioni e le province italiane.



Sistema Informativo Excelsior

Le opportunità di lavoro in provincia previste nel 1° trimestre 2016

Assunzioni di dipendenti

2.330

Contratti in somministrazione (interinali)

740

Contratti di collaborazione e altre modalità di lavoro indipendente (prestazioni occasionali e incarichi a professionisti)

1.030

Valori assoluti arrotondati alle decine

Borsa Merci della Camera di Commercio: L'ANDAMENTO DEL 2015

In un contesto economico segnato da diverse criticità, come si sono evoluti i prezzi dei principali prodotti trattati a Modena

GORETTA ROMAGNOLI

Da decenni, ogni lunedì, la Borsa Merci di Modena è luogo di incontro della domanda e dell'offerta delle merci agricole e dei prodotti trasformati più rappresentativi del sistema agroalimentare modenese.

Nell'ambito della Borsa Merci, inoltre, sono attive Commissioni partecipate da coltivatori, allevatori, produttori, mediatori, trasformatori, commercianti, e preposte alla rilevazione dei prezzi alla produzione e all'ingrosso di un ampio ventaglio di prodotti legati alle produzioni agroalimentari.

Al termine di ogni giornata di borsa, la Camera di Commercio di Modena predispone e rende disponibile agli operatori il Listino dei prezzi all'ingrosso, la raccolta delle quotazioni determinate nel corso dei lavori delle Commissioni.

Prima di esaminare gli andamenti dei prezzi rilevati nel 2015, è utile delineare sinteticamente le criticità del contesto economico in cui gli operatori del settore agroalimentare hanno agito nel corso dell'ultimo anno.

Da tempo la globalizzazione dei sistemi economici espone le imprese alla concorrenza internazionale che, normalmente, può vantare un importante vantaggio competitivo in termini di costi di produzione.

I mercati internazionali delle commodities agricole hanno acquisito sempre più carattere speculativo: le quotazioni delle materie prime sono determinate da sofisticate e rischiose logiche di previsione di eventi futuri (andamento dei prezzi a termine) e non più dalla legge della domanda e dell'offerta propria del mondo



La sede della Borsa Merci della Camera di Commercio in Via Virgilio a Modena



della produzione.

Il prolungamento dell'embargo russo verso le produzioni agroalimentari europee ha comportato pesanti eccedenze di offerta, solo parzialmente ricollocate su nuovi mercati. A ciò è seguito un inevitabile riallineamento verso il basso dei prezzi riconosciuti alla produzione.

Sul versante dei consumi, la perdurante crisi economica ha fortemente ridimensionato gli acquisti interni, anche quelli alimentari. A questo si aggiunge lo sviluppo di modelli di consumo volti a ridurre o ad eliminare la carne dalla dieta. Va inoltre ricordato l'allarme lanciato dall'OMS negli ultimi mesi del 2015 rispetto all'ipotesi di rischio di insorgenza di cancro legato al consumo di carne rossa fresca e trasformata; le vendite di carni ed insaccati ne sono risultate pesantemente penalizzate.

Tra le note positive si segnala il calo dei costi per i consumi intermedi sostenuti dagli agricoltori, segnatamente la riduzione dei costi energetici dovuta al crollo del prezzo del petrolio e il ridimensiona-

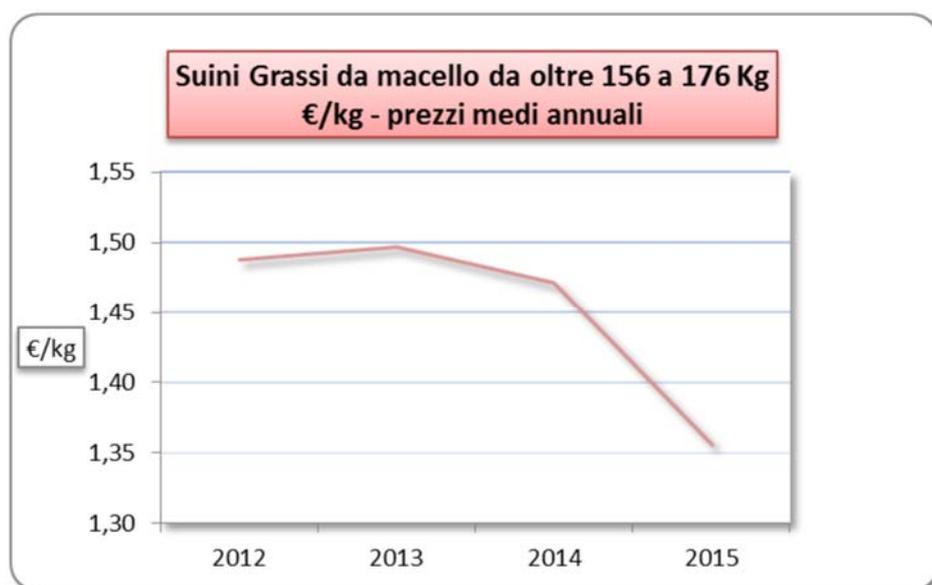
mento del costo dei mangimi.

Date queste premesse, l'analisi degli andamenti dei prezzi nel corso del 2015 delle più significative categorie merceologiche quotate alla Borsa Merci di Modena, mette in luce un generale ribasso delle quotazioni trasversale a molti comparti.

La figura 1 ben rappresenta la crisi dei prezzi che ha colpito il comparto suinicolo: le quotazioni registrate nel 2015 rappresentano i valori più bassi raggiunti negli ultimi quattro anni. Inoltre nelle prime settimane del 2016 le quotazioni dei suini grassi da macello 156-176 kg hanno già toccato l'ulteriore punto minimo di 1,20 €/kg.

Per quanto attiene ai tagli di carne suina, nell'anno 2015 il segno è stato pesantemente negativo per tutte le voci quotate alla Borsa Merci, con punte di variazioni al ribasso del 20% ed oltre, come nel caso delle pancette e del lardello. Per coppe, spalle, gole, lombi, lonze e trito le flessioni hanno oscillato tra il 3% e il 13%. Rimangono su terreno positi-

Figura 1



Fonte: Borsa Merci – Camera di Commercio di Modena

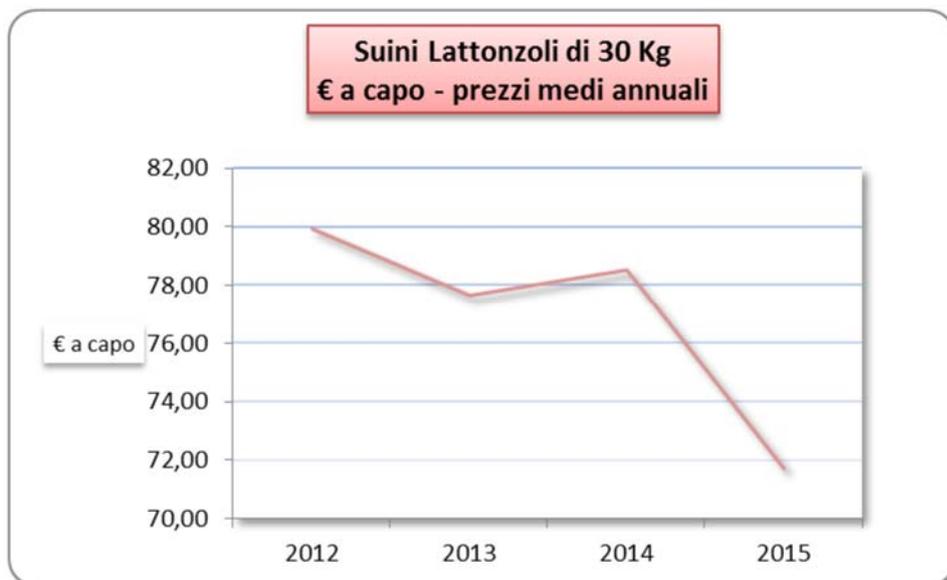
vo solo le quotazioni delle cosce fresche destinate alla stagionatura per le produzioni di prosciutti sia DOP che non. Tale andamento è da ricondurre alla debolezza dei consumi domestici e alla eccedenza di carne suina sui mercati europei offerta ai trasformatori Italiani a prezzi di molto inferiori rispetto alle produzioni nazionali. Più stabile, invece, il listino dei salumi stagionati; le transazioni da trasformatore a dettagliante registrano prezzi in calo del 2% circa per le pancette e quotazioni sostanzialmente stazionare per tutte le altre voci di listino. Uniche eccezioni sono le bresaole che segnano aumenti vicini al 2% e il Prosciutto San Daniele che supera un +3%.

Migliore la tenuta dei prezzi nel settore bovini da carne: l'anno 2015 si chiude con una lieve tendenza al rialzo della media delle quotazioni rilevate (figure 3 e 4). Infatti risulta positivo il trend delle quotazioni di vitelli e vitelloni maschi da macello, con variazione del 2% circa rispetto all'anno precedente. Per vitelloni femmine e vacche i prezzi medi del 2015 sono rimasti praticamente stazionari rispetto al 2014. Analoga tendenza anche per le quotazioni delle carni bovine: mezzene e tagli posteriori di 1^ qualità segnano un lieve aumento del livello dei prezzi, più accentuato per le carni di vacca. In prospettiva il settore dovrà fare i conti con la riduzione delle misure di sostegno previste dalla nuova Pac, la crescente concorrenza internazionale e la volatilità dei prezzi, con particolare riferimento agli input produttivi mangimi e prodotti energetici.

Inoltre i consumi saranno influenzati dai comportamenti alimentari dei consumatori, da anni orientati sempre più verso la riduzione o totale esclusione delle carni dalla dieta.

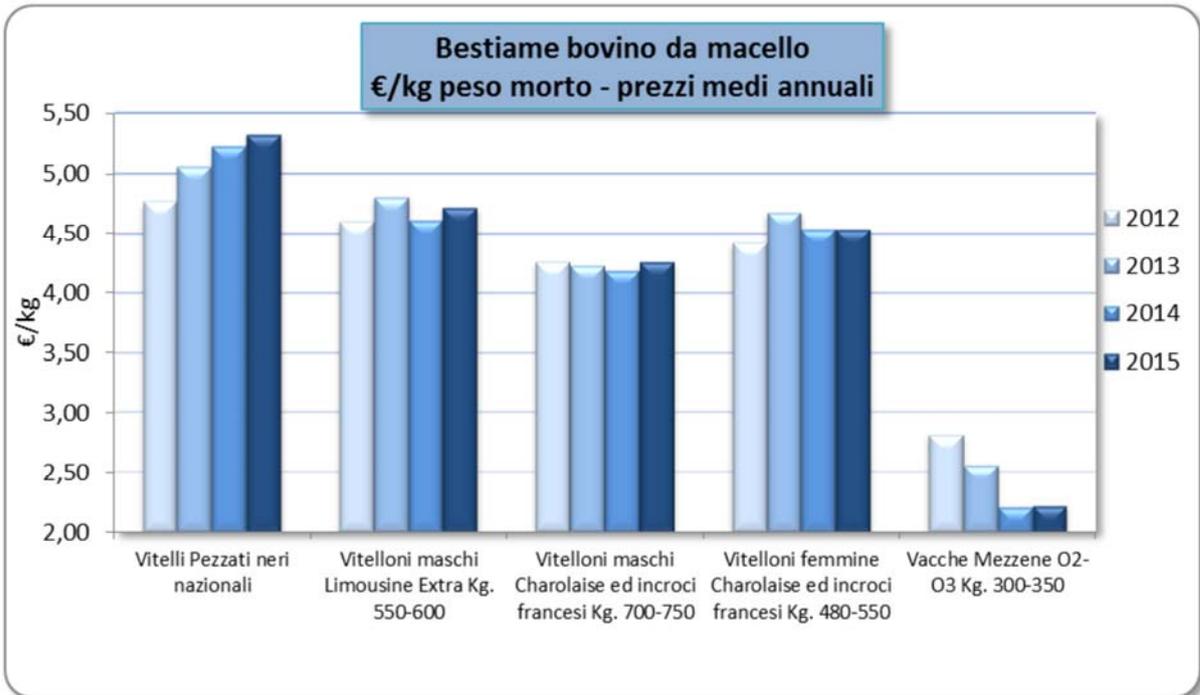
Per il settore del formaggio Parmigiano Reggiano l'analisi non è positiva: nell'ultimo triennio la discesa ininterrotta delle quotazioni ha messo a dura prova il sistema (fig. 5). Anche in questo caso consumi interni deboli e la mancanza di mercati esteri di sbocco supplementari hanno innescato la spirale discendente dei prezzi. Rimane l'incapacità degli operatori del settore di

Figura 2



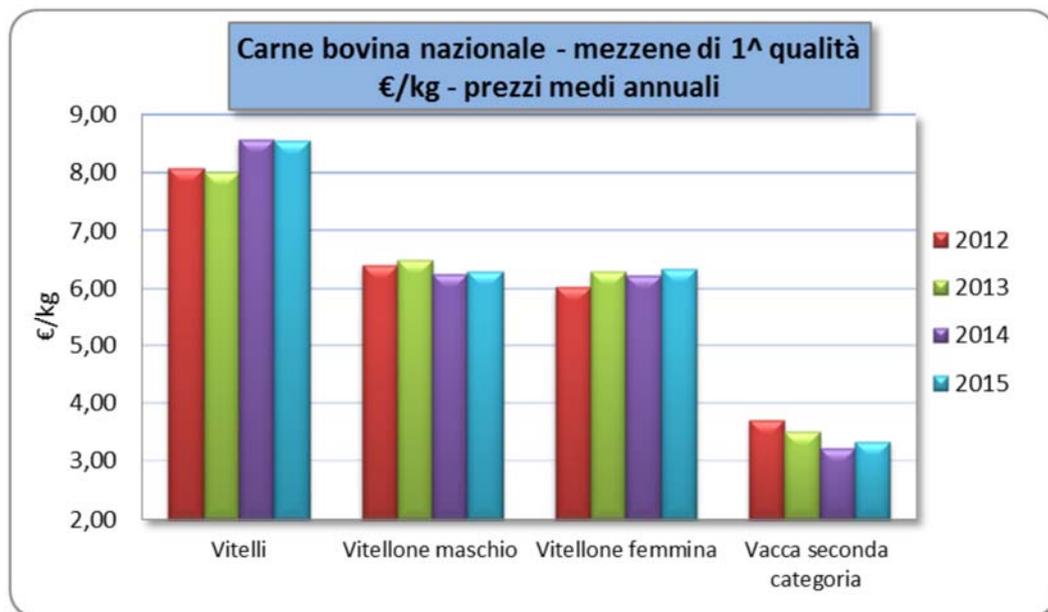
Fonte: Borsa Merci – Camera di Commercio di Modena

Figura 3



Fonte: Borsa Merci – Camera di Commercio di Modena

Figura 4



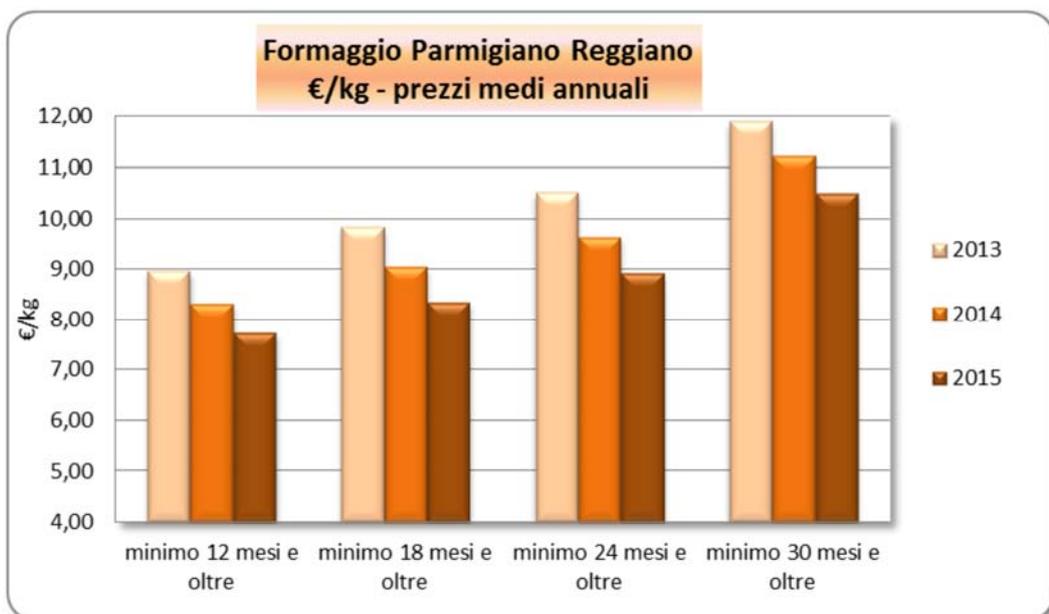
Fonte: Borsa Merci – Camera di Commercio di Modena

autoregolare la produzione a livelli adeguati alle vendite, al fine di favorire quotazioni che tutelino i redditi dei produttori.

Neppure i produttori di pere possono ritenersi soddisfatti. Negli ultimi quattro anni le quotazioni della pera Abate Fetel calibro 65+, sono state piuttosto deludenti sia con riferimento al prezzo "in campagna" riconosciuto alla produzione che al successivo prezzo all'ingrosso rilevato nelle transazioni da magazzino di refrigerazione a commerciante (figura 6). In particolare dopo la disastrosa esperienza del 2014, il recupero delle quotazioni alla produzione del 2015 non è stato seguito da soddisfacenti performance di prezzo nella successiva campagna commerciale. Il settore ha sofferto sia la chiusura del mercato russo che la difficoltà di conservare le relazioni commerciali con i paesi del Nord Africa, toccati da tempo da gravi tensioni geopolitiche.

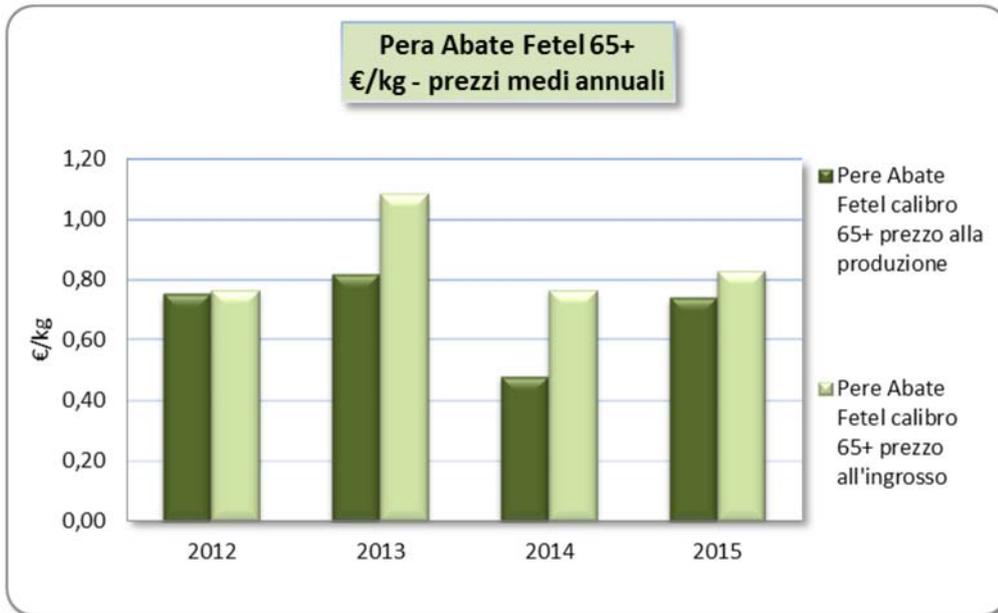
Infine, anche il settore dei cereali e dei prodotti mangimistici, il più esposto alle tensioni speculative dei mercati internazionali, ha registrato consistenti e diffuse flessioni delle quotazioni. Tra queste spiccano, nel 2015, il -8,3% del mais e il -7,3% dell'orzo nazionali. Dal 2012, per molte voci di listino il deprezzamento ha raggiunto percentuali a due cifre, in alcuni casi superiori al 25% (tritello di grano tenero, mais e sorgo nazionali, crusca di grano tenero). Nel corso degli ultimi quattro anni, solo il riso e i frumenti di grano duro hanno conservato un buon trend positivo delle quotazioni.

Figura 5



Fonte: Borsa Merci – Camera di Commercio di Modena

Figura 6



Fonte: Borsa Merci – Camera di Commercio di Modena



Lavoro Estivo Guidato: una opportunità per 250 studenti modenesi

Dopo la positiva esperienza del 2015 l'Ente camerale ha deciso di finanziare anche per il 2016 il Lavoro Estivo Guidato, con l'obiettivo di collocare in stage nel periodo di luglio e agosto almeno 250 studenti di IV superiore, 100 in più rispetto allo scorso anno. L'iniziativa verrà gestita in collaborazione con IFOA, gli Istituti scolastici del territorio provinciale e le Associazioni di categoria. Gli Istituti scolastici, dopo aver raccolto le adesioni degli studenti, che dovranno iscriversi presso le rispettive segreterie entro il 7 maggio 2016, forniranno alla Camera di Commercio mini-graduatorie di max 20 studenti, selezionati in base a criteri meritocratici e attitudinali. Le imprese e altri soggetti interessati potranno dare la propria disponibilità ad accogliere in stage uno o più studenti nel periodo estivo, inviando la scheda di adesione alla Camera entro il 20 maggio 2016. Gli studenti ammessi all'iniziativa, dopo alcuni giorni di formazione teorica, saranno chiamati a prestare per quattro settimane la propria attività presso un'impresa, uno studio professionale o un ente pubblico. I partecipanti al Lavoro Estivo Guidato riceveranno da parte della struttura ospitante una borsa di studio di euro 400. Per ulteriori dettagli si veda il sito camerale www.mo.camcom.it alla voce Promozione/Orientamento al Lavoro/Lavoro Estivo Guidato.



Contributi per l'installazione di sistemi di sicurezza

La Camera di Commercio di Modena, in collaborazione con il Comune di Modena e altri 25 Comuni del territorio, ha deciso di riproporre anche nel 2016 il Fondo Sicurezza come strumento di politica attiva per collaborare ad arginare il fenomeno della microcriminalità. Il Fondo eroga contributi a fondo perduto alle imprese che intendono dotarsi di sistemi di sicurezza, coprendo una percentuale delle spese di acquisto e installazione. Il bando, che resterà aperto dal 4 al 22 aprile 2016, come sempre concertato con le Associazioni di categoria rappresentative dei settori interessati, conferma la priorità a favore delle imprese che installano sistemi di videoallarme antirapina collegati alle Forze dell'Ordine, al fine di assicurare il contributo a chi acquista un sistema di sicurezza in grado di interagire con gli apparati in essere presso le

centrali operative della Polizia e dell'Arma dei Carabinieri, sulla base di quanto previsto dal Protocollo vigente tra Ministero dell'Interno e Associazioni di categoria. Per ampliare la platea delle imprese messe in sicurezza, potranno fare domanda soltanto le piccole imprese che non abbiano già ottenuto, nelle tre annualità precedenti, un qualsivoglia contributo nell'ambito del Fondo Sicurezza.

Sviluppare le competenze digitali, due seminari per le imprese

Nel corso del progetto "Le CCIAA dell'Emilia-Romagna per lo sviluppo delle competenze digitali nei sistemi produttivi territoriali" - 2016 di Unioncamere regionale, la Camera di Commercio di Modena organizza due seminari gratuiti per le imprese e i professionisti interessati ad incrementare le

competenze in questo ambito. Verranno inoltre presentati in sintesi i servizi digitali offerti dal sistema camerale quali SUAP, fattura elettronica e altri. Gli incontri si terranno nei giovedì 7 aprile e 21 aprile in orario pomeridiano. Il programma con l'indicazione dei docenti e degli argomenti

trattati verrà pubblicato sul sito camerale www.mo.camcom.it.