

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 1
gennaio
febbraio
2021



IL TURISMO RIPARTE DA
ZERO: PROGETTARE IL
RILANCIO

IMPRESSE PROTETTE
GRAZIE AL FONDO PER
LA SICUREZZA

AL VIA IL BANDO
DIGITAL
EXPORT 2021

IMPRESSE IN RETE
PIU' COMPETITIVE



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Numero 1 gennaio-febbraio 2021

DOSSIER

- 1 Turismo: big data e mappa delle opportunità
- 3 Welcome to Modena: progettare il rilancio
- 5 Il turismo riparte da zero. I dati 2020: annata da dimenticare

INIZIATIVE

- 9 Studenti al lavoro con l'Estate in alternanza
- 11 #Failasceltagiusta, online la nuova guida per l'orientamento
- 12 Nasce la Scuola Politecnica ITS
- 13 Imprese più protette grazie al Fondo per la Sicurezza
- 14 Progetto Carpi: uno studio per il rilancio del distretto

INNOVAZIONE

- 15 Meccatronica osservatorio per la doppia frontiera innovativa
- 18 E-commerce: come vendere online con successo
- 20 Digital Skill Voyager: metti alla prova

EXPORT

- 21 Dal Dottorato E4E gli specialisti della trasformazione digitale
- 22 Internazionalizzazione: come affrontare al meglio i mercati esteri
- 25 Al via il Bando Digital Export 2021

INDICATORI

- 27 Modena, riviste al ribasso le previsioni di prossimi anni
- 30 Nel II semestre 2020 si attenua il trend negativo
- 33 L'epidemia ha congelato il tessuto imprenditoriale
- 36 In calo le imprese giovanili in provincia di Modena
- 38 Le imprese femminili risentono della crisi
- 40 Prosegue l'avanzata delle imprese guidate da stranieri
- 41 Occupazione in flessione nel 2020 ma non per tutti
- 42 2020: crollano le assunzioni in provincia di Modena
- 45 Segnali di tenuta del tessuto imprenditoriale
- 46 Imprese in rete più competitive

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

Turismo: big data e MAPPA DELLE OPPORTUNITA'

Osservatorio ISNART: nel 2020 persi 53 miliardi di euro, per il rilancio occorrono nuovi modelli di governance a livello territoriale, analisi predittive e capacità di intercettare le nuove tendenze turistiche

Il turismo è il comparto più colpito dalla crisi pandemica che ha investito il mondo. La fotografia di ISNART-Unioncamere è eloquente: il 2020 chiude con 53 miliardi di euro in meno rispetto al 2019 e per i primi tre mesi del 2021 si stima una perdita di ricavi di 7,9 miliardi di euro. Queste le prime evidenze del nuovo Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio realizzato con il contributo tecnico scientifico di ISNART e presentato il 16 dicembre scorso durante il webinar "Turismo prossimo venturo: il rilancio riparte dai territori".

"In un contesto così complesso – ha sottolineato Roberto Di Vincenzo, Presidente di ISNART - Istituto di

Ricerche Turistiche di Unioncamere - è fondamentale ripensare il modello organizzativo del settore, per sviluppare forme di turismo orientate alla produzione di valore, migliorando la qualità dell'offerta e aumentando i servizi forniti dai singoli operatori e dai territori: una scelta che presuppone anche nuovi modelli di analisi. L'Osservatorio utilizza tecnologie avanzate per fornire dati e indicazioni che aiutano a comprendere in profondità la crisi, a studiarla, ad analizzarla e soprattutto ad anticiparne gli effetti e le ripercussioni sugli anni a venire. Risultati che le Camere di commercio mettono a disposizione delle imprese e dei decisori pubblici e privati."

L'Osservatorio si basa su due pilastri: Turismo Big Data, un archivio nazionale di Data Intelligence capace di integrare dati strutturati con open e big data, e la piattaforma Mappa delle opportunità, un sistema intelligente che consente la rappresentazione dei livelli di interconnessione tra destinazioni, prodotti, attrattori e i loro territori.

Turismo Big Data è una piattaforma digitale dedicata alla lettura, anche previsionale, dei fenomeni turistici di livello nazionale e locale che le Camere di commercio mettono a disposizione delle istituzioni e degli operatori economici. La piattaforma raccoglie oltre 600 milioni di microdati acquisiti da fonti ufficiali, da open e big data,



UNIONCAMERE



ISNART



**ROMA
UNIONCAMERE
16 DICEMBRE
2020
ORE 10-12**

**TURISMO PROSSIMO VENTURO:
IL RILANCIO RIPARTE DAI TERRITORI**

dall'interrogazione della rete e dei social network, consentendo analisi comparative su scala nazionale e locale fino alle singole destinazioni turistiche. I dati vengono elaborati e restituiti attraverso cruscotti interattivi per rispondere a 4 esigenze fondamentali: 1) analisi della domanda: per sapere chi sono, da dove vengono e cosa cercano i turisti e costruire offerte mirate; 2) analisi dell'offerta: per conoscere composizione, tipologia e occupati delle imprese turistiche 3) analisi della competitività: per valutare l'attrattiva delle imprese e delle destinazioni turistiche; 4) analisi predittiva: per individuare in anticipo come evolveranno i flussi turistici, in base al loro andamento storico e a fenomeni emergenti.

La Mappa delle Opportunità, sviluppata per pianificare il futuro delle singole destinazioni turistiche, grazie ad algoritmi creati allo scopo, aggrega in modo originale le variabili strutturali della destinazione turistica (caratteristiche, servizi e infrastrutture) con le informazioni della rete (reputazione, recensioni social e web). Per la prima volta si può così valutare il grado di adeguatezza di una destinazione turistica ricavando informazioni fondamentali per il suo sviluppo e per la pianificazione dei territori ad essa collegati. Una puntuale analisi del territorio che permette di individuarne i punti di forza e di debolezza, ciò che esiste e ciò che manca, per svilupparne il potenziale. Un modo innovativo ed efficace per progettare le politiche di marketing territoriale e per intercettare le diverse tipologie di domanda turistica come quella culturale,

sportiva, enogastronomica, spirituale e naturalistica.

L'Osservatorio Turismo Big Data e la Mappa delle Opportunità sono due piattaforme digitali nate per fornire nuove risposte a nuove domande, dando un supporto tecnologicamente avanzato ai decisori istituzionali, ai sistemi d'impresa locali e ai diversi portatori di interesse, per individuare le direttrici su cui basare la ripartenza e il rilancio di uno tra i principali settori produttivi del Paese.

I RISULTATI DELLE ANALISI DI ISNART

La forte contrazione del fatturato del settore turistico subita nel 2020 è dovuta principalmente alla riduzione di turisti internazionali in tutto l'arco dell'anno e che nei mesi estivi ha superato il 60%. L'analisi predittiva di ISNART dei primi tre mesi del 2021, basata su scenari Covid a forte restrizione sociale, indica, rispetto al 2019, una perdita stimata di 7,9 miliardi di euro a fronte di una riduzione del 60% dei flussi italiani e dell'85% di quelli internazionali.

Ma come sono cambiati i comportamenti dei viaggiatori? Tra luglio e ottobre 2020, un quinto di consumatori a livello mondiale ha dichiarato di voler rinunciare ai viaggi internazionali, citando tra le motivazioni quella di voler ridurre l'impatto ambientale. La scorsa estate ben l'81% dei turisti italiani ha scelto mete in base a criteri di sicurezza e l'attività sportiva è stata la principale motivazione di vacanza. Tali com-

portamenti sono destinati a perdurare nel tempo, condizionando fortemente le scelte di destinazione.

Nelle imprese turistiche italiane è aumentata la consapevolezza di dover puntare sempre più sulla digitalizzazione. Dall'inizio dell'anno la quota di mercato delle soluzioni offerte dalle grandi OTA (Online Travel Agency) è calata dall'80 al 70%.

Attualmente il 74% delle imprese ricettive non crede di ritornare ai livelli occupazionali del 2019. Una forza lavoro che potrebbe essere riconvertita e ricollocata verso le nuove forme di offerta innovativa, anche e soprattutto nel binomio cultura-turismo.

“La situazione è veramente drammatica e occorre fare ogni sforzo per far ripartire un comparto così decisivo per il nostro Paese – ha sottolineato il presidente di Unioncamere, Carlo Sangalli.

Le Camere di commercio sono rimaste accanto alle imprese turistiche. Abbiamo investito per mettere in atto azioni tempestive, tagliate a misura di impresa: dal sostegno alla liquidità ai contributi per garantire la sicurezza dell'ospitalità sino agli interventi per la digitalizzazione”. Per Sangalli “il sistema camerale può contribuire alla ripartenza in collaborazione con le Regioni e il Governo. Il rilancio non può che passare dalle grandi priorità: innovazione e digitale, green e giovani anzitutto”.



Welcome to Modena

PROGETTARE IL RILANCIO

Gli operatori turistici guardano già alla stagione estiva. Un progetto della Camera di Commercio per intercettare i turisti e rilanciare il settore e webinar formativi per imprese del turismo enogastronomico. Il punto sui ristori a bar e ristoranti

Dopo lo stop imposto agli impianti sciistici, duro colpo per il turismo invernale, in Appennino si guarda già all'estate.

Cominciano infatti ad arrivare le prime richieste di case vacanza per l'estate, dopo il boom registrato lo scorso anno.

La pandemia ha fatto emergere una chiara tendenza alla ricerca del contatto con la natura, in luoghi poco affollati dove coniugare relax e attività all'aria aperta. Il nostro Appennino in questo senso rappresenta una grande risorsa, ma occorre organizzarsi al meglio per farsi trovare pronti a ricevere un turismo che necessariamente è cambiato, con nuovi desideri e esigenze.

WELCOME TO MODENA

La Camera di Commercio, da parte sua, ha strutturato già nel 2020 il progetto "Welcome

to Modena", iniziativa per il rilancio del settore turismo che prevede un'offerta di 2 pernottamenti in strutture ricettive con emissione di voucher da spendere presso le imprese aderenti al progetto.

Attualmente è stato realizzato il sito, e la piattaforma per le adesioni delle imprese e di gestione delle prenotazioni nonché individuato le modalità di comunicazione ai turisti e di rendicontazione dei voucher.

Sta altresì proseguendo l'attività di promozione presso le imprese modenesi, sia ricettive che accettanti i voucher, per l'adesione all'iniziativa.

E' stata prevista una tempistica di almeno 1 mese, dopo avere definito la data di partenza, per programmare il lancio dell'iniziativa. A tal fine è in corso il monitoraggio dei provvedimenti di gestione dell'emergenza da parte del governo al fine di ipotizzare un percorso che



Modena, Piazza Roma, Palazzo Ducale e monumento a Giacomo Leopardi



possa, dopo aver individuato una data di partenza dell'iniziativa, definire il piano di comunicazione e media rivolto ai turisti.

Nel momento in cui si registreranno dei miglioramenti della situazione sanitaria ed un conseguente allentamento delle restrizioni occorre farsi trovare pronti per intercettare il turismo, anche in vista dell'arrivo della stagione estiva. Questa iniziativa potrà rappresentare un importante volano per il rilancio del settore turistico-ricettivo.

WEBINAR PER LE IMPRESE DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO

Unioncamere Emilia-Romagna, in collaborazione con le Camere di commercio della regione, APT regionale e le tre Destinazioni turistiche, ha organizzato dal 27 novembre al 21 dicembre 2020 una serie di webinar indirizzati alle attività ricettive, ristorative e di produzione food e wine interessate al turismo enogastronomico.

L'obiettivo è stato quello di accompagnare le imprese turistiche attraverso strumenti concreti utili a poter affrontare, con maggiore consapevolezza e con soluzioni utilizzabili, alcuni aspetti della crisi che sta subendo il comparto.

Le imprese della filiera turistica enogastronomica interessate possono anco-

ra fruire in differita delle lezioni.

Le videoregistrazioni dei webinar, suddivise per destinazione turistica e target di destinatari, sono infatti disponibili online, assieme ai materiali formativi, sul sito della Camera di Commercio www.mo.camcom.it alla voce Promozione/Formazione.

IL PUNTO SUI RISTORI PER BAR E RISTORANTI

Circa la metà delle imprese aventi diritto con sede in provincia di Modena (55%) ha inoltrato la propria domanda per ottenere i ristori previsti dal bando finanziato dalla Regione Emilia-Romagna per bar e ristoranti, attività tra le più colpite dall'emergenza Covid. Sono infatti 1.569 le istanze presentate dalle aziende modenesi sulla piattaforma Restart, realizzata da hoc per questo bando da Infocamere per Unioncamere Emilia-Romagna.

La Regione ha stanziato per questo intervento oltre 21 milioni di euro che saranno equamente suddivisi per i quasi 11 mila gestori di attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande dell'Emilia-Romagna che hanno risposto al bando a livello regionale.

La Camera di Commercio di Modena sta già procedendo con le verifiche sui requisiti di ammissibilità e sulla regolarità del Durc, al termine delle quali potranno essere liquidati i ristori diret-

tamente sui conti correnti dei gestori, prevedibilmente a partire da metà marzo.

Riguardo al Documento Unico di Regolarità Contributiva, per consentire alle imprese di non perdere il ristoro, d'accordo con la Regione, le imprese inadempienti avranno tempo fino alla fine di maggio per mettersi in regola concordando con gli istituti preposti eventuali rateizzazioni. E per velocizzare al massimo i tempi di verifica, Unioncamere sta concordando con Inail forme di interrogazione massiva.

A livello regionale, delle 10.747 domande arrivate, 2.218 riguardano il territorio di Bologna, poi Modena con 1.569 domande inoltrate, quindi Reggio Emilia con 1.258 e Parma con 1.082. Seguono Rimini con 999 domande presentate, Piacenza con 995, Forlì-Cesena con 927, Ravenna con 864 e infine Ferrara con 835.

Il turismo riparte da zero

I DATI 2020: ANNATA DA DIMENTICARE

Crollo delle presenze turistiche sia in Emilia-Romagna che in provincia di Modena, particolarmente penalizzati gli arrivi degli stranieri

MAURA MONARI

Dai dati preliminari della Regione Emilia-Romagna, il 2020 si presenta come l'anno più negativo per il turismo. Infatti nell'intero territorio regionale ammontano a 5.734.234 i turisti arrivati, quasi la metà rispetto al 2019, con un calo tendenziale del 50,6%. Le province più colpite sono quelle centrali, con un turismo prevalentemente commerciale e culturale, ad esempio Bologna perde il 64,3%, seguita da Reggio Emilia (-58,9%) e Parma (-56,8%); vanno meglio le province della riviera romagnola che hanno in parte recuperato con la stagione estiva; infatti le diminuzioni si

fermano al -41,2% per Ravenna, -41,7% per Forlì-Cesena e -45,9% per Rimini.

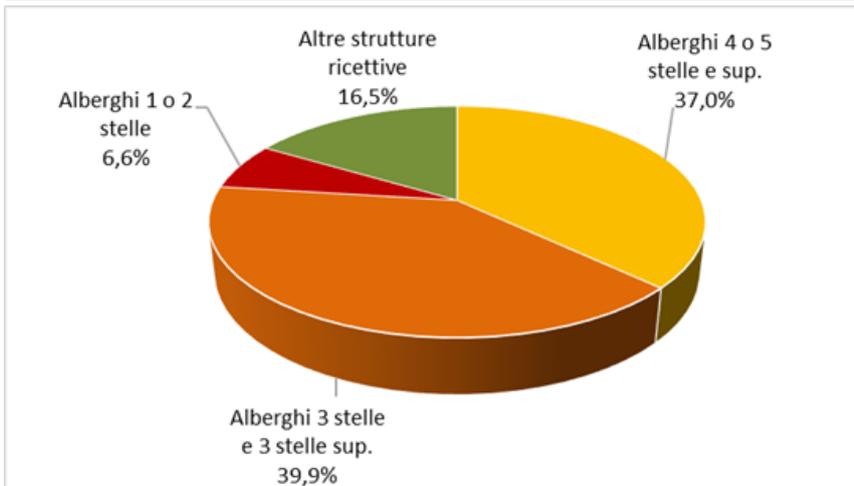
La provincia di Modena raggiunge la quota di 325.142 turisti nel 2020 meno della metà delle 721.217 presenze del 2019, con un calo del 54,9%. Gli esercizi alberghieri hanno risentito maggiormente della diminuzione, perdendo il 56,4% degli arrivi, con gli alberghi di categorie superiori che hanno accusato le maggiori perdite. Va meglio per gli esercizi extralberghieri, dove il decremento si ferma al 45,9%; sono stati meno penalizzati gli agriturismi che hanno ospitato

Numero di arrivi di turisti nelle diverse zone della provincia di Modena - 2020

comuni e ripartizioni territoriali	2020	quota %	var. %
Modena	116.435	35,8	-60,3
Carpi	16.133	5,0	-57,2
Pavullo nel Frignano	3.742	1,2	-45,3
Altri comuni Appennino modenese	53.674	16,5	-29,3
Maranello	22.559	6,9	-66,9
Vignola	4.070	1,3	-51,4
Altri comuni collinari modenesi	22.529	6,9	-49,5
Formigine	31.475	9,7	-44,0
Altri comuni modenesi	54.525	16,8	-58,0
TOTALE PROVINCIA	721.217	100,0	-54,9

Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della Regione Emilia-Romagna

Numero di presenze turistiche in provincia di Modena per tipo di alloggio – 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della Regione Emilia-Romagna

solamente il 34,1% di visitatori in meno.

Nonostante il minor flusso turistico, il soggiorno dei visitatori è stato più stanziale, con un incremento del numero delle notti medie di permanenza che passano da 2,3 nel 2019 a 2,8 nel 2020. Infatti il numero dei pernottamenti è diminuito in misura minore rispetto agli arrivi, si ferma infatti al -46,3%, raggiungendo la quota di 894.610 notti contro le 1.665.434 del 2019. Anche in questo caso le struttu-

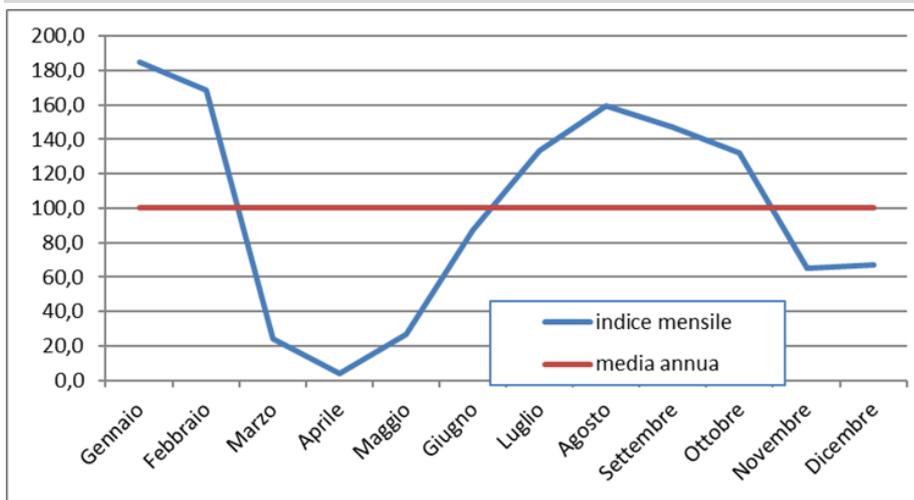
re extralberghiere hanno giovato di soggiorni in media più lunghi, con una punta di 7,1 notti nelle 'altre tipologie di esercizi' e di 4,3 notti negli alloggi in affitto.

Osservando l'andamento mensile, emerge chiaramente l'andamento negativo dovuto al primo lockdown. I mesi primaverili sono stati i peggiori, con cali intorno al 90% in marzo, aprile e maggio; durante l'estate sono ripresi gradualmente gli arrivi, fino alle nuove contrazioni di novembre (-

71,5%) e dicembre (-69,3%).

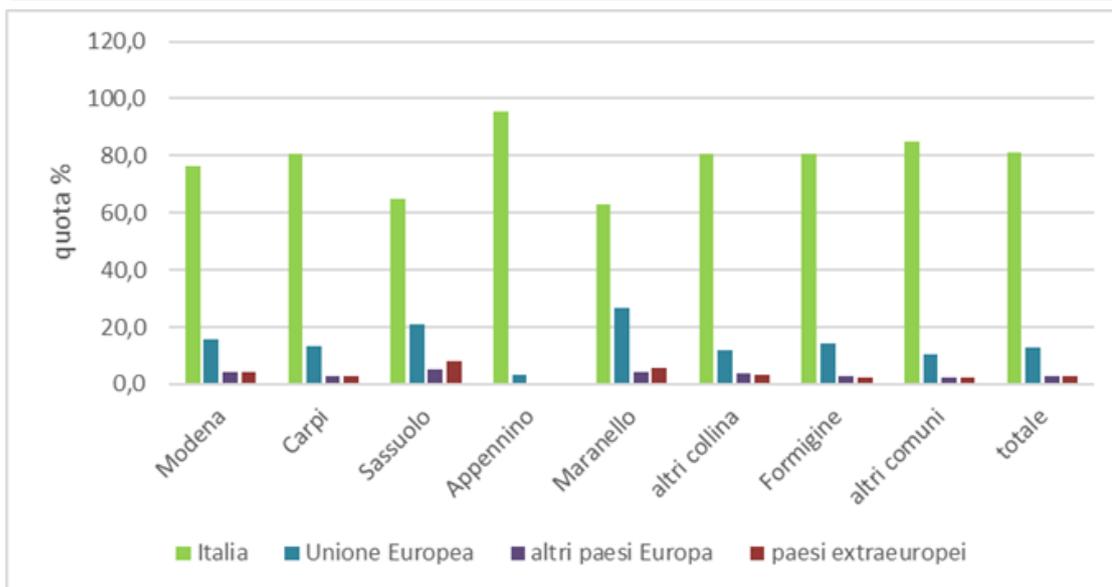
Il blocco della mobilità mondiale ha influito parecchio anche sulla provenienza dei viaggiatori ospitati nella nostra provincia, infatti sono diminuiti in maggior misura i visitatori provenienti dai paesi esteri, soprattutto dai paesi extraeuropei (-82,1%); scendono in misura minore gli ospiti originari dell'Unione Europea (-69,7%) e degli altri paesi europei non appartenenti all'Unione (-65,6%), mentre i turisti italiani subiscono un calo più ridotto (-

Indice delle presenze turistiche in provincia di Modena nei diversi mesi del 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della Regione Emilia-Romagna

Quota percentuale di turisti per provenienza e area di destinazione - 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della Regione Emilia-Romagna

47,3%). In questo modo sono molto cambiate le proporzioni dei visitatori: quelli italiani passano dal 69,5% del totale all'81,3%, quelli provenienti dalla UE dal 19,0% al 12,8%, mentre si dimezza la quota dei turisti extraeuropei che si riduce al 3,0%.

Più nel dettaglio, i turisti italiani provengono soprattutto da tre regioni: Emilia-Romagna (22,0% del totale italiano), Lombardia (15,3%) e Toscana (12,2%) e la diminuzione minore si è registrata proprio nei visitatori emiliano-romagnoli (-30,9%).

All'interno dell'Unione Europea invece i paesi dai quali proviene il maggior afflusso sono la Germania (26,8% del totale UE) e la Francia (17,3%), ma il paese con il calo minore nel 2020 è stata la Romania (-50,5%). Gli altri paesi europei sono rappresentati soprattutto da visitatori svizzeri (55,4%); infine tra i paesi extraeuropei che prediligono la nostra provincia prevalgono gli Stati Uniti (20,8%), il Brasile (9,5%) e la Cina (7,6%), tutti e tre con diminuzioni superiori all'80% nel 2020.

Esaminando le diverse zone della provin-



Il Museo Enzo Ferrari di Modena



Il circuito di Fiorano Modenese

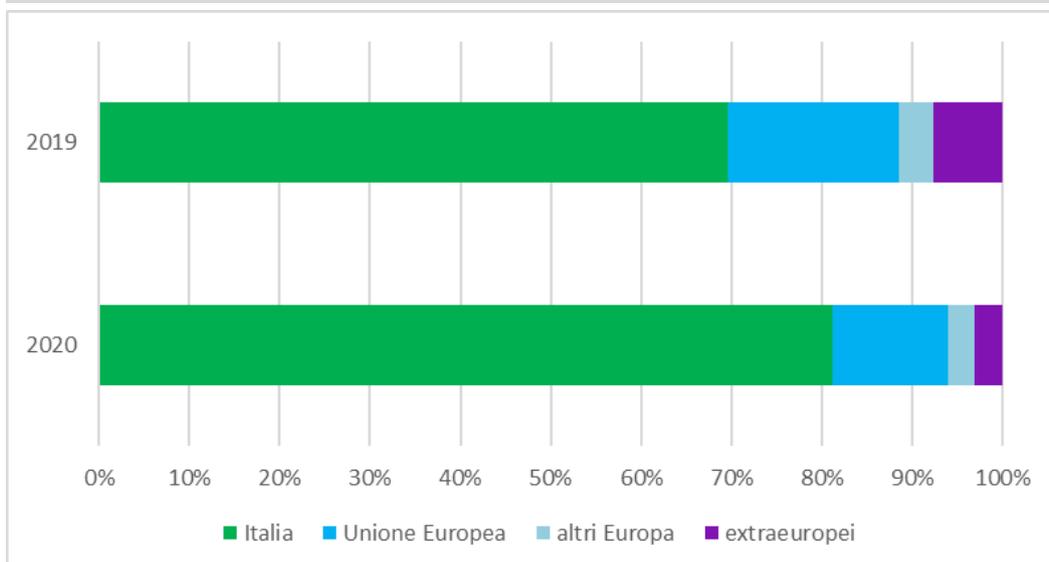
cia, si registrano andamenti molto differenti fra i diversi comuni a seconda del tipo di turismo che li caratterizza. Ad esempio il comune maggiormente penalizzato risulta Maranello (-66,9%), in quanto richiama soprattutto visitatori esteri, sia europei, ma anche extraeuropei, che sono stati quelli più bloccati dalla pandemia. Non è andata molto bene anche per il comune di Modena (-60,3%), i cui ospiti sono attratti soprattutto dai monumenti, ma anche dalle numerose manifestazioni culturali e, proprio

queste ultime, sono state quasi tutte annullate nel 2020. Inoltre perdono molti arrivi anche gli altri comuni modenesi (-58,0%) e il comune di Carpi (-57,2%) meta di un turismo molto legato alle attività produttive e commerciali.

La zona che ha sofferto meno di tutti è stata la montagna, con Pavullo nel Frignano che segna un -45,3% e gli altri comuni dell'Appennino che si fermano a -29,3%. Infatti nell'estate 2020 ha prevalso la prudenza: molti italiani non sono andati all'estero e per

rilassarsi hanno preferito zone tranquille e vicine a casa come il nostro Appennino, con vacanze anche più lunghe del solito. In questo modo la quota di turisti che si è recata in Appennino rispetto al totale modenese passa dall'11,4% del 2019 al 17,7% nel 2020.

Quota percentuale di turisti italiani, europei ed extraeuropei in provincia di Modena nel 2019 e nel 2020



Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della Regione Emilia-Romagna

Studenti al lavoro

CON L'ESTATE IN ALTERNANZA

Prosegue nel 2021 l'iniziativa che consente agli studenti degli Istituti d'istruzione superiore di effettuare uno stage retribuito in azienda nei mesi estivi, rientrando nel monte ore previste per i Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento

Dopo gli ottimi risultati conseguiti nel 2017, 2018 e 2019, con un numero sempre crescente di studenti coinvolti, anche nel 2020 l'iniziativa "Estate in alternanza", nonostante la chiusura delle scuole a causa della pandemia, ha visto comunque 97 studenti collocati in stage estivo e 7 Istituti superiori aderenti, con l'erogazione da parte della Camera di Commercio di oltre 10 mila euro di contributi alle scuole, per coprire in parte le spese sostenute per le ore eccedenti svolte dei tutor scola-

stici referenti per lo svolgimento dell'iniziativa.

Sentiti i partner del progetto, l'Ufficio VIII (ex Provveditorato) e i dirigenti delle scuole capofila dei 3 ambiti territoriali (9, 10 e 11), si è concordato di rinnovare anche per il 2021 il Protocollo d'intesa che regola l'iniziativa, confermando l'impianto precedente, ad eccezione del vincolo della continuità tra stage curricolare e stage estivo, che si ritiene di non dover inserire, stante le attuali difficoltà per le scuole ad

organizzare PCTO curricolari in azienda, a causa della presenza al 50% degli studenti.

Si sottolinea il fatto che le ore di stage estivo vanno ad aggiungersi al monte ore obbligatorio dei Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento (PCTO) e che pertanto lo svolgimento di tale esperienza oltre ad accrescere le competenze degli studenti coinvolti avrà un peso anche sul voto in uscita degli stessi.

Per il 2021 si conferma di estendere





l'opportunità anche ai ragazzi delle classi terze, oltre che a quelli di quarta.

Le scuole interessate dovranno inviare la propria adesione alla Camera di Commercio tramite pec entro il 31 marzo 2021.

Gli studenti dovranno rendere nota entro il 30 aprile la propria disponibilità ai tutor scolastici, i quali a loro volta dovranno verificare la disponibilità dei soggetti ospitanti a ricevere in stage nel periodo estivo gli studenti interessati.

I soggetti ospitanti dovranno comunicare entro il 31 maggio ai tutor scolastici le 4 settimane, anche non consecutive, in cui intendono accogliere gli studenti, a fronte di una borsa di 400 € da liquidare entro 30 gg dal termine dello stage.

Le scuole dovranno poi comunicare alla Camera l'elenco degli stage attivati entro il 12 giugno, mentre l'Ente camerale comunicherà alle scuole i contributi concessi entro il 10 luglio, in base al numero di stage estivi attivati.

La somma prevista a bilancio alla voce "Iniziative di collegamento con il mondo del lavoro e stage aziendali" è pari a 15 mila euro. Il contributo camerale non potrà superare il 50% delle spese effettivamente sostenute dalle scuole, secondo i seguenti 4 scaglioni:

da 1 a 5 stage attivati, il contributo del 50% non potrà superare i 1.000 €

da 6 a 19 stage attivati, il contributo del 50% non potrà superare i 2.500 €

da 20 a 49 stage attivati, il contributo del 50% non potrà superare i 3.500 €

oltre 50 stage attivati, il contributo del 50% non potrà superare i 5.000 €.

Per ogni studente con disabilità, certificato ai sensi della legge 104/92, collocato in un percorso estivo, è prevista inoltre

una premialità pari ad € 100, che andrà ad aggiungersi ai massimali sopra esposti.

In fase di rendicontazione le scuole dovranno utilizzare la modulistica pubblica sul sito camerale per dichiarare il n. di tutor coinvolti, il totale delle ore di straordinario effettuate dagli stessi, il numero di studenti con disabilità collocati in stage e il n. totale dei percorsi estivi positivamente conclusi, inclusa la borsa di studio erogata dal soggetto ospitante.

Il testo del protocollo d'intesa "L'Estate in alternanza" 2021 è disponibile sul sito della Camera di Commercio.

Le imprese e gli altri soggetti interessati ad accogliere studenti in stage possono iscriversi nel Registro Nazionale per l'Alternanza Scuola Lavoro <https://scuolalavoro.registroimprese.it/rasl/home>. In provincia di Modena sono già 1.376 le imprese, enti, associazioni e altre entità che hanno dato questa disponibilità.

L'alternanza scuola-lavoro (diventata "Percorsi per le competenze trasversali e per l'orientamento") ha la funzione di vera e propria strategia educativa dove l'impresa e l'ente pubblico o privato sono invitati ad assumere un ruolo complementare all'aula e al laboratorio scolastico nel percorso di istruzione degli studenti, in modo da contribuire alla realizzazione di un collegamento organico tra istituzioni scolastiche e formative e il mondo del lavoro.

#failasceltagiusta

ONLINE LA NUOVA GUIDA PER L'ORIENTAMENTO

La Camera di Commercio pubblica un volume dedicato agli studenti delle classi terze delle scuole medie alle prese con l'importante scelta del percorso formativo da intraprendere, anche alla luce degli sbocchi occupazionali previsti nei prossimi anni

La Camera di Commercio di Modena oltre agli incontri Camera Orienta, che si sono svolti online nello scorso mese di novembre 2020, mette a disposizione dei giovani studenti modenesi e delle loro famiglie un ulteriore strumento di orientamento di facile fruizione. Nasce così a gennaio 2021 #failasceltagiusta la guida on line per aiutarli ad effettuare una scelta consapevole della scuola superiore, alla luce degli sbocchi occupazionali previsti nei prossimi 5 anni.

La guida offre infatti uno sguardo sintetico e aggiornato sui fabbisogni di personale qualificato da parte delle imprese della provincia ed è stata realizzata con l'obiettivo di informare i giovani in merito ai profili e alle competenze più richieste dal mondo del lavoro, in base ai dati emersi dall'indagine Excelsior, gestita direttamente dalla Camera di Commercio.

ORIENTAMENTO



#FAILASCELTAGIUSTA 2020:
quale scuola per quale lavoro
in provincia di Modena

CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



Nasce la Scuola Politecnica ITS DELL'EMILIA-ROMAGNA

Riunisce le sette Fondazioni ITS operative in regione con 27 percorsi biennali post diploma

È stata fondata il 14 gennaio 2021 l'Associazione "Scuola Politecnica Its dell'Emilia-Romagna", strumento di sviluppo e azione condivisa da parte delle sette Fondazioni ITS operative sul territorio e interlocutore di riferimento per la Regione, gli enti locali, le Università, il sistema scolastico e formativo, le imprese, i centri di innovazione, gli attori sociali territoriali. La nuova associazione si impegnerà inoltre nel seguire le fondazioni nell'evoluzione normativa e organizzativa a cui è chiamata da tempo la filiera della formazione professionalizzante post-secondaria e terziaria e nell'utilizzo delle possibilità che nuove risorse a livello nazionale e comunitario, anche per effetto del Recovery Fund, consentiranno di sviluppare in questa filiera. Tra gli obiettivi su cui l'associazione sarà impegnata, vi è anche la ricerca di sedi fisiche appropriate, in particolare per quanto riguarda i laboratori tecnologici avanzati, autonome o da

condividere con altri organismi impegnati nella formazione e nella ricerca. Anche la continua necessità di aggiornare e qualificare l'offerta didattica a quella tecnologica e allo sviluppo degli ambienti digitali, sarà una delle finalità del nuovo soggetto, insieme al potenziamento del rapporto con il sistema produttivo e le imprese, per favorire in modo particolare l'internazionalizzazione dell'offerta formativa, creando opportunità di stage presso imprese straniere e rafforzando le competenze di lingua straniera tecnica. Allo stesso modo, anche incrementare la collaborazione con le Università e con il sistema della ricerca applicata e del trasferimento tecnologico, il rapporto con i soggetti del territorio, il sostegno al placement lavorativo e alla capacità auto imprenditoriale degli allievi, viene individuato come obiettivo prioritario. Unico segmento formativo post diploma non universitario previsto dall'ordi-

namento educativo italiano, gli Istituti tecnici superiori in Emilia-Romagna ogni anno coinvolgono circa 1.200 studenti nei corsi realizzati nei settori produttivi più vocati del territorio, e cioè meccatronica, informatica e del digitale, biomedicale, logistica, alimentare, turismo e benessere, efficienza energetica nell'edilizia. Socie delle Fondazioni Its, e principali partner della formazione, sono le imprese. Oltre l'80% dei diplomati trova così una occupazione immediata alla fine del percorso formativo.

I 27 corsi Its sono programmati e finanziati dalla Regione Emilia-Romagna con più di 8 milioni di euro l'anno con risorse del Ministero dell'Istruzione, del Fondo sociale europeo e regionali.



BOLOGNA
CESENA
RIMINI

TECNOLOGIE INNOVATIVE PER I
BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI,
TURISMO E BENESSERE



BOLOGNA
PIACENZA

MOBILITÀ SOSTENIBILE, LOGISTICA
E MOBILITÀ DELLE PERSONE E
DELLE MERCI



BOLOGNA FORLÌ
MODENA PARMA
REGGIO EMILIA
RIMINI

ITS MAKER PER MECCANICA,
MECCATRONICA, MOTORISTICA E
PACKAGING



PARMA
REGGIO EMILIA

NUOVE TECNOLOGIE PER IL MADE
IN ITALY - AMBITO SETTORIALE
REGIONALE AGROALIMENTARE



BOLOGNA CARPI
CESENA MODENA

ITS E TECNOLOGIE INDUSTRIE
CREATIVE



MIRANDOLA

NUOVE TECNOLOGIE DELLA VITA



FERRARA
RAVENNA

TERRITORIO, ENERGIA, COSTRUIRE

Imprese più protette GRAZIE AL FONDO PER LA SICUREZZA

Dalla Camera di Commercio e dai Comuni della provincia di Modena contribuiti alle attività economiche che si dotano di sistemi di protezione contro la criminalità

La Camera di Commercio ha previsto nel bilancio preventivo 2021 uno stanziamento pari a 45.000 euro a favore del Fondo per la Sicurezza. Nel 2021 verrà pertanto riproposto un bando del tutto simile a quello adottato nel 2020, mantenendo la priorità per gli impianti antirapina collegati in video con le Forze dell'Ordine, come richiesto dalla Prefettura. Aderiscono all'iniziativa il Comune di Modena e altri 31 comuni della provincia.

Le percentuali di contributo sono invariate, ovvero pari al 50% della spesa ammissibile nel caso di impianti realizzati da imprese con sede presso i Comuni aderenti e del 40% (totalmente a carico della Camera di Commercio) nel caso di imprese con sede nei comuni non aderenti all'iniziativa, con i seguenti massimali:

-3.000/2.400 euro per i sistemi antirapina collegati con le Forze dell'Ordine a seconda che ci sia o meno la quota del comune – tipologia a);

-1.200/960 euro per videosorveglianze a circuito chiuso, antifurti e nebbiogeni – tipologia b) e per

per i sistemi passivi – tipologia c).

Il bando, pubblicato online sul sito della Camera di Commercio, sarà aperto dal 1 al 30 aprile 2021, con possibilità di precompilazione a partire dal 15 marzo 2021.



Progetto Carpi:

UNO STUDIO PER IL RILANCIO DEL DISTRETTO

Economisti e sociologi tracciano una attenta analisi e avanzano proposte per la ripartenza

Quattro economisti e sociologi di fama nazionale per un'analisi della situazione e relative proposte di ripartenza in un'unica opera dalla prospettiva multidisciplinare: è l'obiettivo di "Progetto Carpi", un corposo studio commissionato dal Comune di Carpi per affrontare con la città l'uscita dalla crisi. Il tutto seguendo quattro chiavi di lettura: economico-industriale, seguita da Franco Mosconi, professore ordinario di Economia e Politica Industriale all'Università di Parma ed editorialista per il Corriere di Bologna; economico-finanziaria, affidata a Paola Ruggiero, laureata in Economia e commercio alla Luiss, per trent'anni ha lavorato in istituti di credito di differenti dimensioni, occupandosi sempre di credito e imprese del territorio; sociologica, seguita da Giovanni Carrosio, dell'Università di Trieste, ricercatore del forum "Disuguaglianze Diversità"; e

comunicativa, di cui si è occupato Massimiliano Panarari, docente di Comunicazione a Roma ("Mercatorum" e Luiss "Guido Carli") e di Informazione e potere alla "Bocconi" di Milano, oltre che editorialista e collaboratore di varie testate del Gruppo Gedi.

Franco Mosconi ha fornito un contributo per rispondere alla domanda: quali azioni è possibile progettare e condurre in porto per sostenere l'evoluzione della manifattura e dei distretti? Per un'economia evoluta – come sono quelle emiliano-romagnola, italiana, europea – la risposta, secondo Mosconi, risiede nell'aumento degli "investimenti in conoscenza" (in primis, R&S e capitale umano), investimenti che rappresentano l'unica ragionevole garanzia per aumentare la qualità e il contenuto tecnologico dei prodotti. La proposta avanzata in estrema sintesi si rifà al "modello tedesco" per la for-





mazione tecnica superiore e la ricerca applicata.

Ruggiero è intervenuta su “Banche ed imprese nel distretto di Carpi: scenari in movimento”, sostenendo che le banche non devono soltanto essere iniettori di liquidità ma farsi parte attiva per la rinascita del distretto, come operatori del sistema economico, ponendo le basi per relazioni nuove con le imprese. Queste dovranno, attraverso specifica formazione, migliorare la propria preparazione su temi come capitalizzazione, rating, gestione della tesoreria, gestione dei processi aziendali, analisi della filiera, non solo per interfacciarsi al meglio con il mondo del credito, ma anche per essere più competitive nei confronti delle sfide future.

Carrosio ha analizzato quale è oggi il rapporto tra distretto e città e come il distretto si è evoluto nel tempo trasformando la condizione economica e sociale dei cittadini. Le disuguaglianze a Carpi precedono questa pandemia, che sta impattando su una società che ha quasi raddoppiato il numero di nuclei in difficoltà. Le povertà prodotte dalla crisi del 2008 si sono in parte cronicizzate e non sono più rientrate. Vanno intercettate subito le situazioni non certificabili, quella ampia zona grigia a rischio povertà, lavorando sulla accessibilità alle politiche. Il terzo settore deve dare il suo contributo alla progettazione del sistema di welfare. Occorre dare spazio, sostiene infine Carrosio, a modi di fare impresa e welfare che socializzino la ricchezza e il benessere ancora prima di accumularla per redistribuirla, ovvero modi di contrastare la povertà lavorando

sull’empowerment delle persone.

Panarari ha evidenziato l’assenza da lungo tempo di un preciso e percepito posizionamento comunicativo del distretto tessile/abbigliamento di Carpi a livello nazionale. Per la definizione di politiche pubbliche di comunicazione finalizzate al suo riposizionamento occorre sciogliere alcuni nodi di fondo, come la relazione tra il distretto e l’identità e auto-percezione della comunità carpigiana o l’identificazione della collocazione di immagine delle imprese provando a far emergere le potenzialità inesprese. Il docente avanza quindi la proposta di realizzazione di un Progetto “Brand Carpi-Città creativa dei tessuti e della moda”, con una “cabina di regia” avente funzione operativa al fine di mettere in atto una sequenza di azioni promozionali.

Gli esperti che hanno curato la ricerca hanno sottolineato sia la gravità della situazione sia le opportunità e le condizioni per ben sperare: «A Carpi la creatività è sempre stata fondante – ha ricordato Paola Ruggiero – come la fiducia nelle istituzioni» E ha citato la celebre frase di Churchill “mai sprecare una crisi”.

Meccatronica osservatorio PER LA DOPPIA FRONTIERA INNOVATIVA

Elevata propensione all'export e forte capacità di sintonizzarsi con la trasformazione digitale in atto. In una analisi dell'Osservatorio Innovazione Emilia-Romagna utili spunti per accompagnare la ripartenza delle filiere regionali

Cosa succederà all'economia dell'Emilia-Romagna nel 2021 dopo la dura contrazione dovuta alla pandemia? Per rispondere, è fondamentale conoscere il potenziale di innovazione di ciascun settore e filiera e valutare azioni mirate di accompagnamento verso la ripresa. Ecco perché è di notevole utilità la fotografia del fenomeno scattata dall'Osservatorio Innovazione Emilia-Romagna che offre dati tra i più aggiornati sulle trasformazioni in atto nei comparti e settori dell'economia.

Curato da CISE – Centro per l'innovazione e lo sviluppo economico, sostenuto dalla Camera di Commercio della Romagna, co-finanziato dalla Regione Emilia-Romagna e realizzato in collaborazione con Unioncamere Emilia-Romagna e ART-ER, l'Osservatorio monitora, fin dal 2012, l'evoluzione del fenomeno innovazione nelle sue declinazioni tecnologica, organizzativa, di mercato.

L'edizione 2020 è basata su una analisi rappresentativa di oltre 5.000 imprese emiliano-

romagnole con più di un milione di euro di fatturato, stratificate per dimensione e localizzazione territoriale (provincia).

Dopo due open talk nel 2020 (a luglio, sull'open innovation; a novembre sulle competenze per governare la relazione tra uomo e macchina), l'Osservatorio propone un nuovo strumento di comprensione dell'innovazione: gli "speciali" sulle principali filiere dell'economia regionale, curati in collaborazione con il research partner Antares.

Il primo "speciale" un cruscotto di lettura per prodotto e territorio, è dedicato alle filiere della «meccanica intelligente» dell'Emilia-Romagna, ovvero le imprese e i settori che adottano una fusione di tecnologie meccaniche, elettroniche, oleodinamiche e digitali che siamo abituati a ricomprendere nel termine «meccatronica».

Si delinea una «doppia frontiera» innovativa della «meccanica intelligente». Innanzitutto, l'elevata propensione ai mercati esteri: il 75% circa delle imprese dichiara attività di export. Più di un terzo

#InnoER
Osservatorio
Innovazione
Emilia-Romagna



I numeri dell'innovazione in Emilia-Romagna—anno 2020



Fonte: Osservatorio Innovazione Emilia-Romagna 2020

delle imprese meccaniche esporta oltre il 50%. Ancora, quasi il 60% delle imprese ha almeno un cliente internazionale fra i primi 3 in ordine di importanza.

In secondo luogo, una maggiore propensione all'innovazione e alla trasformazione digitale: oltre il 40% delle imprese meccaniche dichiara di affrontare un percorso di questo tipo, contro appena un terzo delle imprese di altro tipo. Le principali tecnologie 4.0 impiegate sono MES, COBOT, BIG DATA, SIMULATION, IOT, IA.

Un esame per origine e destinazione dei prodotti meccanici permette di comprendere come la caratteristica di esposizione su mercati globali contenga, al contempo, elementi di vulnerabilità e di resilienza. Una valutazione di questi fattori appare cruciale nella fase di ripartenza dopo il 2020 e dopo lo shock provocato da Covid-19.

Circa 300 milioni di euro di export (il 40% del totale export della meccanica strumentale) sono vulnerabili a rotture della supply chain a causa di eventi

estremi.

L'analisi evidenzia poi come la migliore capacità di ripresa non dipenda soltanto da una diversificazione del portafoglio prodotti/mercati, quanto dal grado di dipendenza da filiere di sbocco meno esposte alla crisi globale.

La meccanica regionale che confluisce nelle costruzioni, infrastrutture e macchine presenta una maggiore vulnerabilità in termini di estensione della supply chain; mentre quella meno vulnerabile è legata al packaging e all'agroalimentare.

Per Alberto Zambianchi, presidente di Unioncamere Emilia-Romagna "La meccanica è di fatto più di una singola filiera di specializzazione e ricomprende, in regione, meccanica strumentale, macchine per l'agricoltura, mezzi di trasporto. Le imprese della meccanica rappresentano, perciò, un osservatorio privilegiato per la 'doppia frontiera' innovativa: elevata propensione all'export e forte capacità di sintonizzarsi con la trasformazione digitale in atto. Dal report, inoltre, emerge chiaramente

come la migliore capacità di ripresa dipenda, non solo da una diversificazione del portafoglio prodotti/mercati, ma anche dal grado di dipendenza da filiere di sbocco meno esposte alla crisi globale".

I dettagli dell'Osservatorio Innovazione Emilia-Romagna 2020 sono consultabili al sito <https://www.ciseonweb.it/osservatorio/2020>.

E-commerce: COME VENDERE ONLINE CON SUCCESSO

“Scopriamo se il digitale è un concorrente o una opportunità e impariamo a vendere su eBay” è la mission del nuovo corso online promosso dal Comitato Imprenditoria Femminile di Modena

In continuità con la formazione rivolta alle imprese femminili svolta negli anni precedenti, il Comitato Imprenditoria Femminile di Modena si pone come obiettivo in questo 2021 quello di dare un sostegno concreto alle attività economiche messe in difficoltà dalla crisi scaturita dall'emergenza sanitaria.

“Scopriamo se il digitale è un concorrente o una opportunità e impariamo a vendere su eBay” è il nuovo percorso formativo proposto a tutte le donne imprenditrici che desiderano appro-
fondire come funziona il mondo dell'e-

-commerce, un tema di grande attualità soprattutto in questo momento storico in cui le vendite online stanno registrando un vero e proprio boom. Anche le PMI possono avere agevolmente accesso a questo sistema commerciale e sfruttarne a pieno le opportunità offerte.

L'esperta individuata dal Comitato farà Orienteering Digitale il 5 marzo 2021, ovvero un webinar di 3 ore in cui viene analizzato il mercato del digitale, e-commerce e marketplace e vengono individuate le alternative e le possibili soluzioni operative.



Nei giorni 12 e 19 marzo 2021 si terrà un approfondimento di 6 ore, complementari all'orienteeering digitale dove vengono approfonditi aspetti specifici quali: conto economico, software per il sito, integratori marketplace, creazione del catalogo, scelta delle foto, strategie e soluzioni per le spedizioni.

Per chi vuole passare dalla teoria alla pratica è stato predisposto un successivo modulo pratico di quattro lezioni per iniziare a vendere online su eBay, piattaforma con la quale le imprese possono creare un negozio virtuale valorizzando i propri prodotti e migliorare il brand. Si tratta di 12 ore di webinar operativo per chi ha già frequentato uno dei corsi precedenti, in date che saranno definite dopo gli incontri preliminari.

Il Comitato per la promozione dell'Imprenditoria Femminile di Modena, la cui costituzione è stabilita dal Protocollo di

Intesa tra Ministero per lo Sviluppo Economico, Unione Italiana delle Camere di Commercio e Dipartimento Pari Opportunità, è nato nell'anno 2000. Composto da rappresentanti del Consiglio camerale, delle associazioni imprenditoriali modenesi e organizzazioni sindacali, opera sul territorio provinciale ed è diventato un punto di riferimento e confronto per le donne che si accingono a realizzare nuove attività imprenditoriali o a rafforzare quelle esistenti.



Scopriamo se il digitale è un concorrente o una opportunità e impariamo a vendere su



Corso online del Comitato Imprenditoria Femminile di Modena
Dedicato a chi vuole capire e conoscere come funziona il mondo dell'e-commerce

UNA VETRINA SU EBAY: AGEVOLAZIONI 2021

Per tutte le imprese interessate ad entrare nel mondo dell'e-commerce il Punto Impresa Digitale di Modena segnala un'importante opportunità offerta da eBay. Grazie alla positiva esperienza di partnership realizzata l'anno scorso con diverse Camere di Commercio del territorio italiano, tra cui quella di Modena, in soli 6 mesi più di 1.000 imprese hanno deciso di aprire per la prima volta un nuovo negozio virtuale, con un giro di affari totale di circa 5 milioni di euro, in assenza di commissioni e di spese di attivazione del negozio on-line. Alla luce di questi dati, eBay ha deciso non solo di confermare le promozioni, ma di estenderle a chiunque intenda beneficiarne per l'anno in corso. In particolare si segnalano queste vantaggi: negozio online su eBay gratuito fino al 31 dicembre 2021; nessuna commissione sul valore finale del venduto fino al 31 marzo 2021; corsi on line gratuiti con eBay University, la guida completa per diventare un venditore professionale su eBay.

Digital Skill

Voyager:

METTITI ALLA PROVA

Un viaggio nel tempo per scoprire il proprio livello di competenze digitali: online il nuovo portale promosso dai Punti Impresa Digitale delle Camere di Commercio

Digital Skill Voyager è il nuovissimo strumento gratuito messo a punto dalla rete italiana dei PID (Punti Impresa Digitale) per misurare il livello di competenza delle persone nel mondo digitale, dopo il successo dei servizi Selfi4.0 e Zoom per la diagnosi di maturità digitale delle imprese. Strutturato come un viaggio nel tempo, dalla Preistoria al Rinascimento per arrivare al Futuro in chiave digitale. Il portale è dedicato a chi desidera cimentarsi per misurare la propria conoscenza delle tematiche digitali,

in modo facile e divertente. Ad ogni tappa vengono poste domande riguardanti una specifica area e alla fine del percorso si ottiene una valutazione che consente di scoprire in quale fascia si è collocati: neofita, allievo, coach e leader. Utile anche per pianificare interventi formativi e di aggiornamento.



DIGITAL SKILL
voyager
viaggio nelle competenze digitali

UNIONCAMERE | ENTEC | punto impresa digitale | REGIONE PUGLIA | DIGITALE

Dal Dottorato E4E gli specialisti della TRASFORMAZIONE DIGITALE

L'Università di Modena e Reggio Emilia e la Fondazione Marco Biagi hanno dato vita a una Scuola di Dottorato E4E dedicata a formare tecnici esperti nelle dinamiche di Industria 4.0

Mercoledì 24 febbraio 2021 con un evento pubblico online l'Università di Modena e Reggio Emilia e la Fondazione Marco Biagi hanno presentato al sistema economico modenese la nuova Scuola di Dottorato E4E (Engineering For Economics – Economics for Engineering).

La Scuola intende formare alla comprensione delle dinamiche della trasformazione digitale delle imprese e degli enti (pubblici e privati) e all'elaborazione degli strumenti giuridici, economico-finanziari, gestionali e manageriali per governare la trasformazione delle imprese e delle organizzazioni in chiave Industria 4.0.

L'istituto nasce per formare figure professionali con alte competenze interdisciplinari che conoscano e sappiano abilmente muoversi tra le sfere manageriale, economica, aziendale ed ingegneristica. I Dipartimenti di Inge-

gneria e quello di Economia si sono coordinati creando, con il supporto organizzativo della Fondazione Marco Biagi, un percorso didattico e di ricerca innovativo che vede coinvolti quattro dottorati di ricerca: Lavoro, Sviluppo e Innovazione; Information and Communication Technologies (ICT); Ingegneria Industriale del Territorio "Enzo Ferrari"; Ingegneria dell'Innovazione Industriale.

L'evento di presentazione si è rivolto ad imprese ed enti (pubblici e privati) interessati a finanziare una borsa di studio oppure attivare un dottorato industriale, o altra forma di collaborazione.

"La Scuola – afferma il Direttore, prof. Marcello Pellicciari - intende formare nuove generazioni di ingegneri e manager esperti delle dinamiche della trasformazione digitale delle imprese e degli enti (pubblici e privati) e all'ela-

borazione degli strumenti ingegneristici, tecnologici, economico-finanziari, gestionali e manageriali per governare la trasformazione delle imprese e delle organizzazioni in chiave Industria 4.0". "Oggi – afferma il prof. Tommaso Fabbrì, Vicedirettore della Scuola E4E - i confini dell'università, delle imprese, delle discipline, delle istituzioni tutte, si sono fatti più porosi e la dimensione relazionale dei processi di apprendimento, di innovazione e di produzione di valore è sempre più riconosciuta. Questa Scuola, nata dalla collaborazione tra i Dipartimenti di Ingegneria e quello di Economia di Unimore, la Fondazione di Modena e la Fondazione Marco Biagi, è un esemplare di queste promettenti evoluzioni".



Internazionalizzazione: COME AFFRONTARE AL MEGLIO I MERCATI ESTERI

Promos Italia offre nel 2021 un ricco programma di iniziative tra cui assistenza, formazione, incontri b2b virtuali e test di autovalutazione

Promos Italia mette a disposizione servizi di prima assistenza e orientamento ad aziende del territorio modenese che intendono avviare e/o consolidare i propri processi di internazionalizzazione. Il servizio include sia attività informative di gruppo, attraverso seminari tematici e webinar, sia attività di orientamento sui mercati esteri e assistenza su tematiche legate alle attività di import-export erogate in forma individuale.

SERVIZIO DI PROMOZIONE E DI RICERCA PARTNER

Il servizio si rivolge a tutte le aziende che desiderano individuare nuovi partner sui principali mercati esteri ed opera su differenti livelli di intervento:

Servizio di ricerca nominativi (importatori, distributori, fornitori)

Il servizio consiste nel fornire un elenco variabile di nominativi o di schede aziendali di operatori stranieri estratti da qualificati data base o forniti da partner esteri a seconda del target di ricerca, del settore di appartenenza dell'azienda e del paese di destinazione.

Servizio di ricerca partner personalizzato

Avvalendosi di una rete di partner attivi nei principali mercati internazionali, Promos Italia - Sede di Modena è in grado di supportare le aziende con un servizio personalizzato che comprende: verifica del prodotto dell'azienda, delle sue esigenze e dei mercati target;

ricerca e selezione di partner esteri (distributori, importatori, clienti) potenzialmente interessati in linea con le esigenze dell'azienda;

presentazione dell'azienda alle controparti identificate e verifica del loro interesse per il prodotto proposto;

relazione finale sui risultati che in caso di esito negativo della ricerca, permettono comunque di avere indicazioni di sicuro interesse sulle possibilità e problematiche del prodotto offerto;

organizzazione di incontri b2b per instaurare un primo contatto.

Servizio di informazioni su aziende straniere, valutazione del rischio e opportunità di business

Tramite Promos Italia - Sede di Modena è possibile accedere all'European Business Register EBR, vero e proprio registro delle imprese europeo. Il costo del servizio varia a seconda del tipo di documento richiesto (scheda impresa, lista titolari cariche, atti e bilanci) ed è al momento disponibile per i seguenti Paesi: Austria, Belgio, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Gibilterra, Guernsey, Irlanda, Jersey, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Macedonia, Malta, Norvegia, Paesi Bassi, Regno Unito, Serbia, Slovenia, Spagna e Svezia).

IER - Intelligent Export Report

Realizzato dal Centro studi e ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna, in collaborazione con il Sistema delle Camere di





commercio dell'Emilia-Romagna, fornisce alle PMI uno strumento strategico per l'internazionalizzazione analizzando 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).

IER consente di misurare l'esportabilità dei prodotti aziendali, fino a un dettaglio di 5mila prodotti a livello mondiale e 8mila a livello nazionale. È uno strumento innovativo, rispetto a quelli disponibili sul mercato, impostati per macrocategorie. IER è 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 specialistiche

Il servizio prevede una prima informazione-consulenza su quesiti che vengono posti dalle imprese e che, per la loro natura, possono ricevere una risposta esaustiva per e-mail o telefono. I quesiti più specifici potranno essere evasi anche con l'ausilio di consulenti qualificati che da anni collaborano con Promos Italia. Sede di Modena e saranno focalizzati sulle seguenti materie: commercio estero e dogane, pagamenti e trasporti internazionali. Sarà fornita una risposta entro 5 giorni lavorativi dalla formulazione del quesito.

SERVIZI DI CONSULENZA ONLINE

Promos Italia mette, inoltre, a disposizione i seguenti servizi di consulenza online:

Infoexport.it

Infoexport è un servizio di consulenza online gratuito per le imprese di Modena che permette di porre quesiti ad esperti selezionati sulle principali tematiche del commercio internazionale. Queste le principali tematiche: contrattualistica internazionale, dogane e intrastat, fiscalità internazionale, pagamenti e trasporti, marketing internazionale. Risposta da parte dell'esperto in sole 72 ore.

DigIT Expert

DigIT Expert è un servizio di prima assistenza virtuale che permette alle aziende di accedere a una rete di esperti e ricevere un primo orientamento con un appuntamento a distanza gratuito di 30 minuti sui diversi temi relativi all'export digitale.

Report mercati esteri

Promos Italia - Sede di Modena fornisce su richiesta alle imprese interessate approfondimenti e note sui mercati e i Paesi di maggiore interesse. Il servizio è gratuito. Per informazioni Tel. 059 208265

modena@promositalia.camcom.it
Da lunedì a venerdì: 09.00 - 12.00

CORSO SPECIALISTICO ONLINE "NOVITA INTRASTAT"

NIBI, la Business School per l'internazionalizzazione di Promos Italia, organizza un webinar per aggiornare le aziende sulle novità in tema Intrastat per operazioni commerciali all'interno dell'Unione Europea. Il corso si terrà il 17 marzo 2021 dalle 9.30 alle 13.30 e mira a fornire le conoscenze e gli strumenti per la corretta gestione delle operazioni commerciali su mercati Intraunionali, con analisi dei documenti per corretta gestione di cessione intraUe.

BREXIT E ACCORDO UE-UK: COME ESPORTARE A DAZIO ZERO

NIBI organizza un corso via webinar per approfondire gli effetti derivanti dall'uscita dall'Unione Europea del Regno Unito, sia sotto i profili Iva sia doganali. Il corso si terrà il 31 marzo 2021 dalle 9.30 alle 13.30. Grazie all'accordo raggiunto per la Brexit, a partire dal 1° gennaio 2021 gli invii di beni, ovvero l'arrivo dei beni da tale territorio non potranno più qualificarsi come cessioni ed acquisti intracomunitari bensì, rispettivamente, come esportazioni e importazioni tra stati 'accordisti' con benefici daziari con il rispetto delle regole contenute nell'ac-

cordo.

I partecipanti verranno guidati nell'identificare gli impatti che la Brexit comporta, rispetto alla propria operatività aziendale, e verificare le opportunità fornite dall'accordo di libero scambio.

NEXT GENERATION UE: UN WEBINAR DI APPROFONDIMENTO

"Next Generation UE: dalla strategia di rinascimento industriale agli strumenti di implementazione" è il titolo del webinar gratuito che NIBI Business School terrà il 6 aprile dalle ore 10.00 alle ore 13.00, per fornire alle aziende informazioni utili sulla strategia economica e industriale europea per superare la crisi pandemica.

Le varie sfide che la crisi sanitaria ed economica stanno ponendo alle nostre imprese hanno visto l'Europa come protagonista nelle risposte economiche e di politica industriale per i prossimi 7 anni. In questo senso, Next Generation UE e il nuovo quadro finanziario pluriennale guardano al futuro con almeno 3 orizzonti temporali da comporre in modo coordinato:

- un breve periodo in cui le risorse del Recovery Plan (2/3 anni) punteranno alla ricostruzione di un tessuto economico e di infrastrutture in cui pubblico e privato saranno partner nei vari territori per recuperare il terreno perduto;

- un medio periodo (7 anni) con il nuovo quadro finanziario pluriennale e i nuovi programmi per le piccole e grandi imprese nei settori strategici, dalla ricerca al digitale, dalla formazione agli investimenti internazionali;

- un lungo periodo incentrato sul tema della sostenibilità e New Green Deal (20/30 anni).

INIZIATIVA EEN - B2B VIRTUALE: FUTURE OF BUILDING 2021

Future of Building 2021 è l'evento b2b virtuale organizzato dalla rete Enterprise Europe Network con incontri bilaterali internazionali il 23 marzo 2021 e webconference per il settore delle costruzioni. La partecipazione è gratuita previa registrazione sulla piattaforma dedicata entro il 18 marzo.

Nell'ambito delle attività di Enterprise Europe Network, Promos Italia promuove e co-organizza insieme ai partner EEN Advantage Austria l'evento b2b virtuale Future of buildings 2021, dedicato al settore delle costruzioni, con particolare focus sulle soluzioni innovative e sostenibili.

Gli incontri b2b si svolgeranno il 23 marzo 2021 in modalità virtuale tramite la piattaforma dedicata, e sono rivolti a imprese, università, centri di ricerca e a tutti gli operatori del settore interessati a confrontarsi a livello internazionale.

DIGIT TEST: L'AUTOANALISI DELLE POTENZIALITÀ AZIENDALI

Digit Test è un assessment virtuale che consente alle imprese di analizzare in autonomia le potenzialità della presenza aziendale in rete e scoprire come migliorare per vendere all'estero. Per far crescere l'impresa è importante conoscerne le attuali caratteristiche. Il test è composto da una serie di domande finalizzate a inquadrare il profilo aziendale e a fornire informazioni utili a migliorare la presenza online.



Al via il Bando Digital Export 2021

Il Sistema Camerale emiliano-romagnolo e la Regione Emilia-Romagna confermano per il 2021 le azioni di sostegno a percorsi di internazionalizzazione per le imprese del territorio

Il Sistema Camerale emiliano-romagnolo e la Regione Emilia-Romagna confermano per il 2021 le azioni di sostegno a percorsi di internazionalizzazione per le imprese del territorio. La misura, in continuità con l'intervento 2020, ha l'obiettivo di sostenere progetti di rafforzamento e consolidamento della presenza all'estero delle imprese anche supportandole nel passaggio all'economia digitale, accrescendo la consapevolezza e l'utilizzo degli strumenti digitali a sostegno dell'export.

Nei prossimi giorni prenderà pertanto il via l'edizione 2021 del Bando "Digital Export - Anno 2021" che prevede la concessione di contributi alle imprese emiliano-romagnole con un plafond di 1 milione di euro. Il Bando è pubblicato sul sito della Camera di Commercio e le domande potranno essere presentate dal giorno 1 al 22 marzo 2021.

Il contributo minimo sarà pari a 5 mila euro a

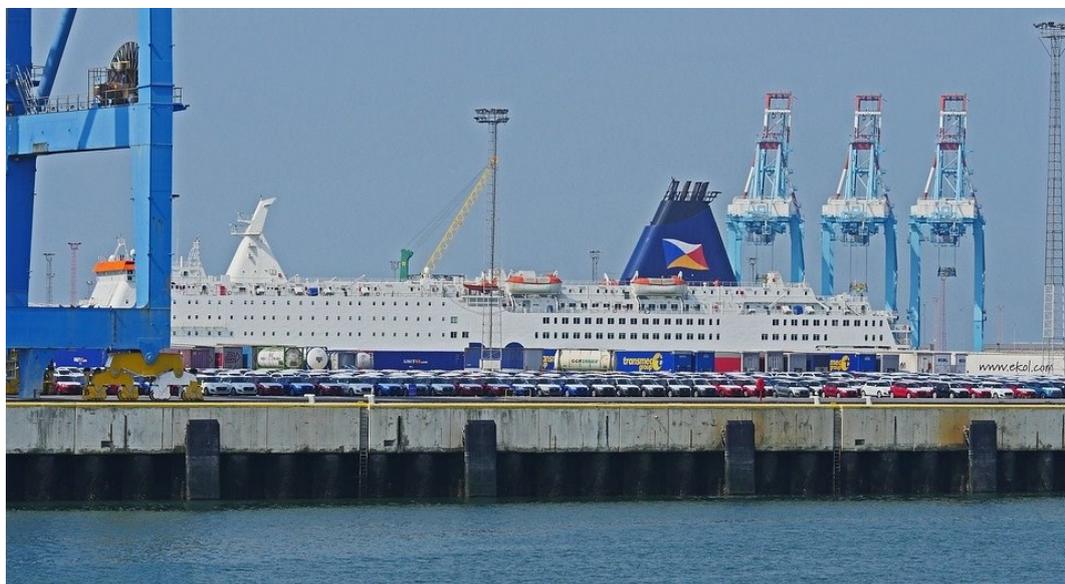
fronte di spese complessive pari a 10 mila euro, quello massimo ammonterà a 15 mila euro a fronte di spese complessive pari a 30 mila euro.

Il Bando regionale si rivolgerà a imprese manifatturiere esportatrici e non esportatrici, aventi sede legale e/o sede operativa attiva in Emilia-Romagna con un fatturato minimo di 500 mila euro, così come desunto dall'ultimo bilancio disponibile.

L'arco temporale per la realizzazione delle iniziative che potranno beneficiare dei contributi va dal 1 gennaio al 31 dicembre 2021.

Le imprese potranno presentare un solo progetto articolato in almeno 2 azioni, finalizzato a supportarle sui mercati internazionali (senza vincolo sul numero di Paesi target). Le principali attività finanziabili saranno:

- attività di assistenza a carattere specialistico anche di avvicinamento ai servizi digitali e virtuali;



- potenziamento degli strumenti promozionali e di marketing (es.: predisposizione o revisione del sito internet dell'impresa in lingua straniera e pubblicizzazione tramite internet);
 - sviluppo di canali promozionali e commerciali digitali attraverso l'accesso a piattaforme di e-commerce internazionali (b2b e b2c);
 - posizionamento su piattaforme/marketplace/sistemi di smart payment internazionali per l'avvicinamento alla gestione di business on line;
 - partecipazione a fiere a carattere internazionale e a convegni specialistici a carattere internazionale in modalità virtuale e/o in presenza;
 - protezione del marchio dell'impresa;
 - ottenimento delle certificazioni di prodotto;
 - TEM o Digital Export Manager;
 - 2b e b2c anche virtuali attraverso l'utilizzo di piattaforme digitali.
- Ogni progetto dovrà essere presentato esclusivamente in modalità telematica tramite il sito <http://webtelemaco.infocamere.it> sezione "Servizi e-gov" alla voce "Contributi alle Imprese".

FASHION MATCH SUPPLY 2021

Unioncamere Emilia-Romagna, partner della rete Enterprise Europe Network, in collaborazione con le Camere di commercio della regione invita le imprese al primo evento in assoluto dedicato alle catene di approvvigionamento nel business della moda, dalla logistica, alla produzione e al tracciamento dei tessuti. L'evento prevede l'organizzazione di workshop, conferenze, discussioni e incontri b2b virtuali internazionali, che si terranno dal 26 al 30 aprile 2021.

Fashion Match Supply si concentra sui giovani imprenditori della moda internazionale, dei fornitori e della logistica. Possono partecipare: fashion designers/stylist, brand emergenti, aziende manifatturiere (capi finiti, semilavorati e accesso-

ri), retailer, distributori, importatori e agenti, fashion stores e piattaforme di e-commerce, fornitori di tessuti, società di logistica specializzate, agenzie di pubbliche relazioni, consulenti strategici e di marketing specializzati, università e istituti di ricerca in cerca di partner manifatturieri.

Le finalità degli incontri b2b sono di favorire il contatto tra partner, fornitori e clienti, scoprire nuovi prodotti e servizi, sviluppare nuovi progetti, conoscere i nuovi trend di mercato. La partecipazione è gratuita. La lingua di lavoro è l'inglese ed è possibile partecipare dal proprio pc tramite browser o su un dispositivo mobile scaricando la app.

Per iscriversi al B2B virtuale - in lingua inglese - è necessario registrarsi entro il 23 aprile e compilare un profilo in inglese accedendo direttamente al portale di Fashion

Match Supply 2021. In fase di iscrizione occorre indicare come "SUPPORT OFFICE" di riferimento IT-Unioncamere Emilia-Romagna. Le aziende registrate potranno richiedere incontri subito dopo l'iscrizione, consultando il catalogo online dalla piattaforma e selezionando i partner internazionali più interessanti per il proprio business. La richiesta di incontri e l'accettazione di eventuali richieste è in capo a ciascuna azienda.

Per informazioni e assistenza nella procedura d'iscrizione e richiesta incontri: Unioncamere Emilia-Romagna Enterprise Europe Network - SIMPLER, Valentina Patano Tel. +39 051-6377034, Email: simpler@rer.camcom.it



Modena, riviste al ribasso le previsioni DEI PROSSIMI ANNI

Secondo l'ultimo report Scenari di Prometeia, l'andamento incerto dell'emergenza sanitaria pone ombre sulle prospettive che, seppur positive, subiscono un ridimensionamento

Il Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena ha elaborato i dati divulgati da Prometeia sulle previsioni degli scenari economici provinciali. Nonostante la recrudescenza della pandemia negli ultimi mesi dell'anno, sono lievemente migliorati i dati consuntivi delle principali variabili economiche in provincia di Modena nell'anno 2020, ma il perdurare dei contagi getta alcune ombre negli anni successivi, che appaiono pur sempre positivi, ma in misura minore rispetto alle previsioni precedenti.

A livello internazionale infatti in Euro-

pa, negli Stati Uniti e nella maggior parte delle economie mondiali non pare che la curva dei contagi sia esaurita, tuttavia le misure prese sono differenti rispetto ai lockdown totali della primavera: l'industria non si è mai fermata e il commercio mondiale è tornato ai livelli del 2019, migliorando l'andamento economico pur sempre rallentato dallo stallo del turismo e di alcuni servizi alle persone.

Il preconsuntivo dell'anno 2020 mostra che in Italia il valore aggiunto risulterà in calo del -9,1%, con un rimbalzo del +4,9% nel 2021 e del +4,1% nel 2022.

Anche in Emilia-Romagna il valore aggiunto del 2020 scenderà del -9,2%, ma la risalita sarà più evidente nel 2021 (+5,4%), mentre il 2022 segnerà un +4,4%. La provincia di Modena, grazie alla marcata componente industriale del tessuto economico, mostra sia la diminuzione minore quest'anno (-8,5%), ma anche una ripresa più vigorosa nel 2021 (+6,5%) e duratura nel 2022 (+4,7%).

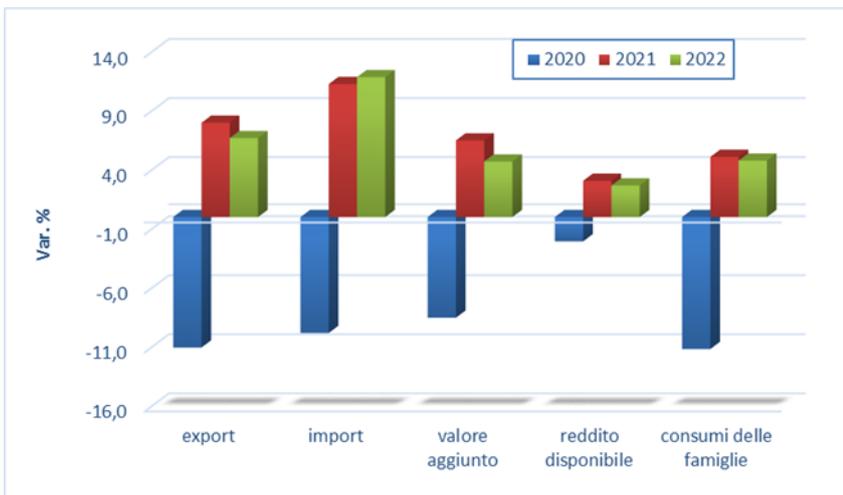
In questo modo sia a Modena che in Emilia-Romagna già nel 2022 si raggiungerà l'ammontare del valore aggiunto del 2019, mentre a livello nazio-

Variatione tendenziale del valore aggiunto dell'Italia, dell'Emilia-Romagna e di Modena – anno 2020, previsioni anni 2021 e 2022



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali, gennaio 2021

Variatione tendenziale delle esportazioni, importazioni, valore aggiunto, reddito disponibile e consumi delle famiglie in provincia di Modena – anno 2020, previsioni anni 2021 e 2022



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Pro-meteia, Scenari per le economie locali, gennaio 2021

nale occorrerà attendere il 2023. Dopo lo stallo del commercio mondiale avvenuto in primavera, la ripresa estiva dell'export ha mitigato la perdita annuale di vendite all'estero della provincia, che dovrebbe chiudere il 2020 con un -11,1%; le incertezze sulla fine della pandemia tuttavia limitano la ripresa del 2021 che si ferma al +8,0% e prosegue con un +6,7% nel 2022. Il calo dei consumi nazionali e della produzione fanno inoltre scendere le importazioni del -9,8% nell'anno appena trascor-

so, mentre negli anni successivi si prevedono consistenti incrementi (+11,3% nel 2021 e +11,8% nel 2022). Le riaperture estive e le misure meno restrittive adottate nei confronti della seconda ondata di pandemia hanno permesso di ridurre la perdita di reddito disponibile in provincia di Modena rispetto alla previsione precedente (-2,1% nel 2020), mentre si presume salirà del +3,1% nel 2021 e del +2,7% nel 2022. Tuttavia rimane sensibile il calo dei consumi interni (-11,2%), valo-



re mai raggiunto nemmeno nella crisi del 2008; tale risultato è dovuto sia alle limitazioni legate alla chiusura dei negozi e dei pubblici esercizi, ma anche a una maggiore propensione al risparmio dei modenesi (ma in generale di tutti italiani), molto superiore ai livelli del 2019. Nel 2021 si prevede un ritorno alla crescita dei consumi (+5,1%) che proseguirà nel 2022 (+4,8%).

Il decremento del valore aggiunto consuntivo per l'industria nell'anno 2020 si ferma sul -10,6%, con una ripresa pressoché totale nel 2021 (+9,3%). Le costruzioni sono meno penalizzate nel 2020 (-8,4%) e avranno un buon andamento nel 2021 grazie anche ai bonus per le ristrutturazioni (+9,2%). Inoltre i servizi, che di solito durante le congiunture negative risultano maggiormente stabili, in questa crisi registrano il maggior calo tendenziale dal 2000 (-7,7%), con un recupero meno incisivo nel 2021 rispetto agli altri settori (+4,5%). Infine l'agricoltura mostra l'andamento migliore, con un consuntivo del +10,6% nel 2020 e incrementi superiori al 6% negli anni successivi.

Variatione tendenziale del valore aggiunto in provincia di Modena per settori di attività – anno 2020, previsioni anni 2021 e 2022



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali, gennaio 2021

Nel II semestre 2020 si attenua IL TREND NEGATIVO

Gli esiti dell'indagine congiunturale su un campione di imprese della provincia di Modena

Nel secondo semestre 2020 si attenua la dinamica negativa della manifattura e si incrementa ancora il fatturato dell'edilizia. Controverta la situazione del terziario trascinato al ribasso dalla profonda crisi del settore alloggio e ristorazione mentre i servizi alle imprese e alle persone ritornano su un sentiero di crescita.

Questi in estrema sintesi i risultati dell'indagine congiunturale sull'andamento dell'economia della provincia di Modena, realizzata dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio in collaborazione con le associazioni imprenditoriali Confindustria Emilia, CNA Modena, Legacoop Estense, Ascom Confcommercio e FAM Modena.

INDUSTRIA MANIFATTURIERA

Tutti gli indicatori rilevati dall'indagine denotano un alleggerimento del trend negativo rispetto a quanto rilevato nell'indagine del primo semestre 2020, caratterizzato dal lockdown di molti stabilimenti. Segno che la decisione di tenere aperte le fabbriche nella seconda ondata pandemica ha salvaguardato le attività produttive, consentendo di limitare i danni economici.

Le imprese manifatturiere della provincia di Modena hanno infatti evidenziato nel secondo semestre 2020 flessioni di produzione e fatturato stimate sul -6,8% e -4,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Nel primo semestre le rispettive variazioni tendenziali furono del -14,8% e -12,8%.

Gli ordinativi, dopo la caduta del -12,1% registrata nel primo semestre, si stanno riavvicinando ai livelli pre-Covid: nel secon-



do semestre 2020 sono soltanto dell'1,3% inferiori a quelli del corrispondente periodo del 2019.

L'attività esportativa nel 2020 non pare aver subito gravi contraccolpi anzi le imprese esportatrici sono riuscite a incrementare la quota di fatturato proveniente dai mercati internazionali, anche per compensare la caduta della domanda nel mercato domestico. Nel primo semestre era del 40,7% mentre nel secondo si è portata sul 47,5%.

La variazione del fatturato estero, seppur negativa, si è assestata: -5,2% nel primo semestre dell'anno e -5,1% nel secondo. Gli ordini sono solo in lieve diminuzione: -1,5% nel primo semestre e -2,9% nel secondo.

L'occupazione è pressochè stabile: -0,6% e -0,8% le variazioni nel primo e secondo semestre; questo anche grazie al blocco dei licenziamenti, che tuttavia non influisce sui contratti precari.

Il tempo di incasso medio delle fatture attive è stimato sui tre mesi e resta stabile.

Migliorano le prospettive a breve degli imprenditori intervistati: l'andamento della produzione nel primo semestre 2021 sarà stabile per il 42% degli intervistati, sarà in aumento per il 34%, e in calo per il 24%. Quelle per il fatturato e gli ordini ricalcano sostanzialmente queste tendenze.

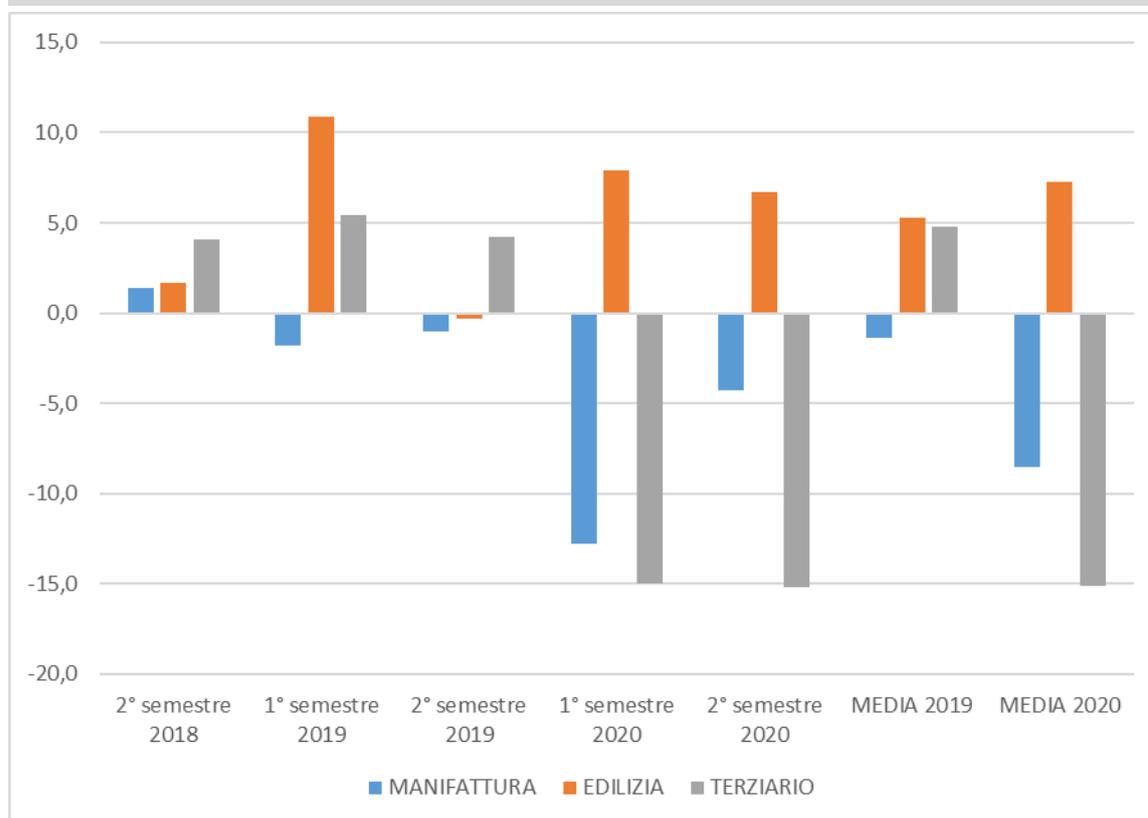
Nel primo semestre 2021 soltanto il 24% delle imprese aumenterà gli investimenti, mentre per la grande maggioranza (58%) resteranno stabili.

Uno sguardo ai principali settori di attività evidenzia nel secondo semestre 2020 il ritorno alla crescita per il ceramico e soprattutto il biomedicale, che presentano aumenti sia di produzione che di fatturato.

Anche il comparto delle macchine e apparecchiature elettriche e elettroniche, dopo un primo semestre pressochè stazionario, è tornato a incrementare il fatturato nella seconda parte dell'anno.

In negativo gli altri settori, come abbigliamento e meccanica, anche se con flessioni meno pesanti rispetto a quelle

Fatturato dei settori manifatturiero, edilizia e terziario in provincia di Modena — variazioni % rispetto allo stesso periodo anno precedente



Fonte: indagine congiunturale Camera di Commercio di Modena

registrate nel primo semestre.

In controtendenza l'alimentare che dopo un primo semestre con produzione e fatturato in crescita registra una caduta degli indicatori nel secondo.

ATTIVITA' EDILIZIE

I dati del secondo semestre 2020 confermano il trend positivo già registrato nel primo: per la produzione si evidenzia una variazione tendenziale del +6,4%, che diventa del +6,7 per il fatturato.

Gli ordini sono in aumento del +12,7%, anche grazie ai bonus messi in campo dal governo per le ristrutturazioni degli edifici, un dato che lascia ben sperare per la prosecuzione della positiva congiuntura delle costruzioni anche nel 2021.

Inoltre, le imprese in campione registrano un balzo in avanti dell'occupazione nei mesi da luglio a dicembre 2020, a conferma della positiva intonazione del settore.

SETTORE TERZIARIO

Il terziario nel complesso ha mantenuto nel secondo semestre 2020 lo stesso andamento negativo registrato nella prima metà dell'anno (-15,2% è la variazione in rosso del fatturato) ma sussistono profonde differenze tra i

comparti che lo compongono. Le imprese che subiscono i maggiori contraccolpi della crisi sono sicuramente quelle che svolgono attività turistiche, di alloggio e ristorazione con un crollo che si avvicina al 40% su base annua nel 2020 rispetto al 2019.

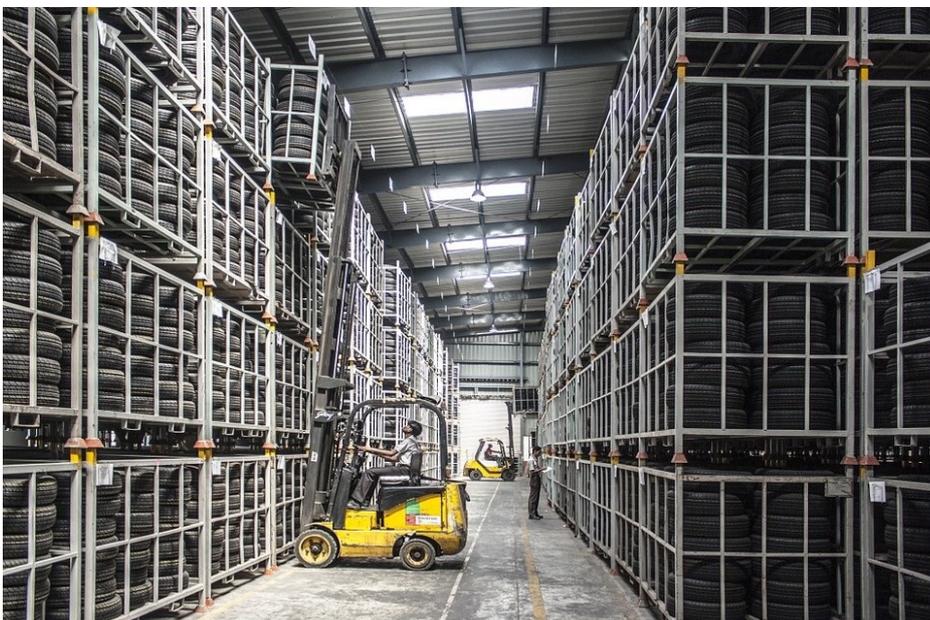
Il commercio al dettaglio, dopo una contrazione di un quinto del fatturato registrata nel primo semestre pare aver contenuto le perdite a un -2,5% nel secondo semestre. Stesso trend per l'ingrosso.

Segnali positivi provengono invece dai servizi alle imprese, che dopo aver chiuso i primi sei mesi dell'anno sugli stessi livelli del 2019, riportano un incremento tendenziale dei ricavi pari al +5,4% nella seconda parte dell'anno.

Discorso diverso per i servizi alle persone che con il lockdown di primavera hanno perso il 18% di fatturato da gennaio a giugno, per poi conseguire un rimbalzo del +8% da luglio a dicembre.

Nel terziario le previsioni sull'andamento del fatturato nel primo semestre 2021 sono per una prosecuzione delle tendenze in atto: permangono le gravi criticità per le attività ricettive, di ristorazione e, in misura minore, per il commercio al dettaglio. Buone invece le prospettive per i servizi alle imprese.

Il presidente della Camera di Commercio Giuseppe Molinari sottolinea che "l'anno 2020 si chiude con un bilancio pesante per le imprese modenesi ma i dati del secondo semestre denotano nel complesso un miglioramento della situazione congiunturale dando credito alle prospettive di una ripresa della crescita già nel 2021, seppur con le incognite dovute al contenimento della pandemia. La Camera di Commercio metterà in campo anche quest'anno interventi per promuovere, tra le altre cose, la transizione digitale, l'internazionalizzazione, lo sviluppo e qualificazione aziendale e dei prodotti, al fine di supportare le imprese nel difficile percorso della ripartenza ed aiutarle a tornare quanto prima ai livelli pre-crisi".



L'epidemia ha congelato IL TESSUTO IMPRENDITORIALE

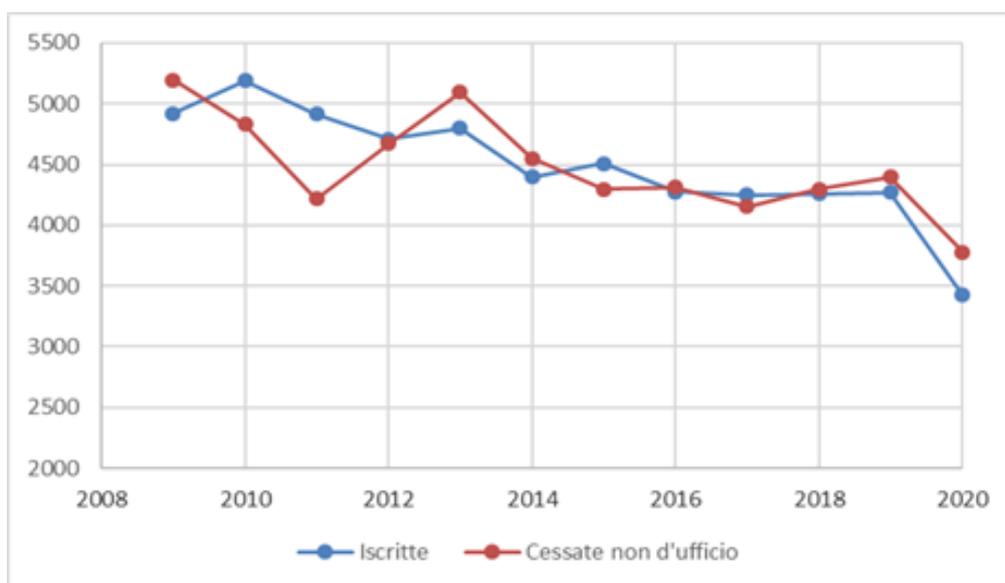
Imprenditori in attesa di capire come evolverà la situazione nei prossimi mesi. Contrazioni in gran parte dei settori manifatturieri, mentre nel terziario il calo è concentrato nel commercio e nei trasporti

In attesa di capire come evolverà la situazione nei prossimi mesi perdono imprese gran parte dei settori manifatturieri, mentre nei servizi il calo è concentrato solamente nel commercio e nei trasporti

Infocamere ha rilasciato i dati relativi alla natalità delle imprese per l'anno 2020. L'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio evidenzia che risultano

72.238 le imprese registrate al 31/12/2020, con un calo congiunturale dello 0,5% pari a 330 imprese in meno rispetto al 30 settembre 2020. L'esame dell'intero anno mostra un calo superiore, 523 imprese in meno rispetto al 31 dicembre 2019, con una variazione tendenziale del -0,7%; si precisa che a tale diminuzione concorrono anche 173 imprese cancellate d'ufficio, cioè dall'eliminazione da parte della Came-

Andamento delle imprese iscritte e cessate in provincia di Modena dal 2009 al 2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

Imprese registrate, iscritte e cessate non d'ufficio nella provincia di Modena, Emilia Romagna e Italia

	Modena			Emilia-Romagna			Italia		
	anno 2020	anno 2019	var. %	anno 2020	anno 2019	var. %	anno 2020	anno 2019	var. %
Registrate	72.238	72.761	-0,7	449.361	451.976	-0,6	6.078.031	6.091.971	-0,2
Iscritte	3.427	4.270	-19,7	20.714	25.414	-18,5	292.308	353.052	-17,2
Cessate non d'ufficio	3.781	4.397	-14,0	22.920	26.845	-14,6	272.992	326.423	-16,4
Saldo	-354	-127		-2.206	-1.431		19.316	26.629	

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

ra di Commercio delle imprese non più operanti ma ancora iscritte al Registro Imprese.

A livello regionale l'andamento è simile (-0,6%), mentre nel totale Italia la diminuzione è più contenuta (-0,2%).

Tuttavia l'aspetto veramente particolare degli effetti della pandemia sulla natimortalità imprenditoriale è la sensibile diminuzione delle movimentazioni del Registro Imprese. Infatti nel 2020 le iscrizioni totali ammontano a 3.427 con un calo del 19,7% rispetto al 2019, mentre le cessazioni non d'ufficio sono diminuite del 14,0% raggiungendo un ammontare di 3.781. Il tessuto imprenditoriale sembra pertan-

to immobilizzato, in attesa dell'evolversi dei contagi e dei risultati dei ristori messi in campo dal governo.

In questa situazione particolare i confronti tendenziali sono solamente indicativi di una tendenza in atto che si potrà definire più precisamente nei prossimi trimestri, quando si potrà testare l'efficacia dei vaccini nell'arrestare la pandemia e valutare meglio le prospettive economiche future.

L'esame delle imprese attive per forma giuridica mostra come le società di capitale siano le uniche che continuano ad aumentare (+2,5%), mentre scendono inesorabilmente le società di persone (-2,7%), seguite dalle "altre

forme giuridiche" (-1,8%) e dalle imprese individuali (-1,7%).

La diminuzione delle imprese che hanno dichiarato l'effettivo inizio di attività, cioè delle imprese attive, è più marcata di quelle registrate, scende infatti al -0,8% la variazione tendenziale e quasi tutti i macrosettori risultano negativi, a partire dall'agricoltura (-2,7%), seguita dall'industria manifatturiera (-1,5%) e dai servizi (-0,6%). Rimangono positive le imprese delle costruzioni (+0,7%) forse per gli incentivi alle ristrutturazioni emanati dal governo.

Il dettaglio dell'industria manifatturiera indica un aumento solamente nei

Imprese attive per settore di attività in provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/12/2020	Totale imprese al 31/12/2019	Saldo imprese attive	Variazione %
Agricoltura, silvicoltura pesca	7.597	7.804	-207	-2,7
Estrazione di minerali da cave e miniere	30	31	-1	-3,2
Attività manifatturiere	8.874	9.007	-133	-1,5
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	102	107	-5	-4,7
Fornitura di acqua; reti fognarie	86	83	3	3,6
Costruzioni	10.478	10.401	77	0,7
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	13.729	14.059	-330	-2,3
Trasporto e magazzinaggio	2.203	2.229	-26	-1,2
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.930	3.917	13	0,3
Servizi di informazione e comunicazione	1.450	1.447	3	0,2
Attività finanziarie e assicurative	1.521	1.460	61	4,2
Attività immobiliari	5.054	5.038	16	0,3
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.012	2.994	18	0,6
Noleggio e servizi di supporto alle imprese	1.944	1.927	17	0,9
Istruzione	268	257	11	4,3
Sanità e assistenza sociale	312	316	-4	-1,3
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	680	663	17	2,6
Altre attività di servizi	2.831	2.857	-26	-0,9
Imprese non classificate	17	14	3	21,4
Totale	64.118	64.611	-493	-0,8

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

Classe di Natura Giuridica	Imprese attive al 31/12/2020	Imprese attive al 31/12/2019	Saldo	Var. %
Società di capitale	18.051	17.616	435	2,5
Società di persone	11.394	11.716	-322	-2,7
Imprese individuali	33.331	33.912	-581	-1,7
Altre forme giuridiche	1.342	1.367	-25	-1,8
Totale	64.118	64.611	-493	-0,8

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

settori che producono beni necessari alla cura del Covid come l'industria chimica e farmaceutica (+6,0%), la fabbricazione di articoli in gomma e plastica (+4,3%), rimane inoltre in crescita anche la riparazione e manutenzione di macchinari (+4,4%). Tutti gli altri settori perdono imprese, in particolare il tessile abbigliamento (-3,9%), la fabbricazione di carta e prodotti di carta (-3,8%), l'industria del legno (-3,6%), la ceramica (-3,4%) e la fabbricazione di mobili (-3,2%). Risulta stabile la produzione di mezzi di trasporto.

Nel terziario invece gli andamenti sono diversificati, ad esempio è buono l'andamento dell'istruzione (+4,3%), delle attività finanziarie e assicurative (+4,2%) e discreta la

crescita del noleggio e servizi di supporto alle imprese (+0,9%) e delle attività professionali scientifiche e tecniche (+0,6%). Cominciano invece a palesarsi gli effetti delle chiusure sul commercio (-2,3%), sul trasporto e magazzinaggio (-1,2%) e sulla sanità e assistenza sociale (-1,3%). Rimangono pressoché stabili i servizi di alloggio e ristorazione (+0,3%) anche se sono i più colpiti dalle restrizioni di legge.

Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/12/2020	Totale imprese al 31/12/2019	Saldo imprese attive	Variazione %
Industria alimentare	856	870	-14	-1,6
Tessile abbigliamento	1.981	2.061	-80	-3,9
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	293	304	-11	-3,6
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	75	78	-3	-3,8
Stampa e riproduzione di supporti registrati	230	235	-5	-2,1
Industria chimica e farmaceutica	106	100	6	6,0
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	192	184	8	4,3
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	392	406	-14	-3,4
Metalmeccanico	3.214	3.255	-41	-1,3
Fabbricazione mezzi di trasporto	155	155	0	0,0
Fabbricazione di mobili	184	190	-6	-3,2
Altre industrie manifatturiere	420	426	-6	-1,4
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	776	743	33	4,4
Totale manifatturiero	8.874	9.007	-133	-1,5

Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere

In calo le imprese giovanili

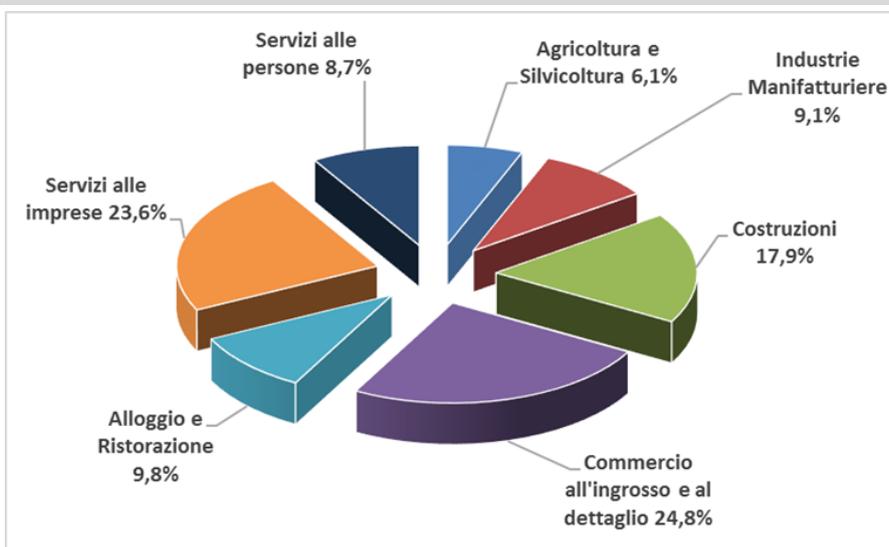
IN PROVINCIA DI MODENA

Si riduce a Modena la consistenza delle imprese guidate in maggioranza da under 35

Sono in aumento le imprese giovanili nell'ultimo trimestre dell'anno: i dati Infocamere registrano 4.572 imprese guidate da under 35 al 31/12/2020, contro le 4.453 al 30 settembre, con un incremento congiunturale pari al +2,7%. Tuttavia tale miglioramento non è stato sufficiente a rendere positivo l'andamento annuale, che vede al 31/12/2020 una diminuzione totale di 85 imprese rispetto alla stessa data del 2019, portando la variazione tendenziale a -1,8%.

Tale fenomeno è dovuto in parte alla definizione stessa di impresa giovanile, con la quale si intende una azienda in cui la maggioranza dei soci sono imprenditori con meno di 35 anni, pertanto all'inizio di ciascun anno si registra un calo fisiologico dovuto al fatto che molti imprenditori, superando la soglia dei 35 anni, non ven-

Quota percentuale delle imprese a conduzione giovanile per settori di attività in provincia di Modena al 31/12/2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su banca dati Stockview Infocamere



gono più conteggiati nell'insieme delle imprese giovanili; anche per questo nel corso del 2020 le iscrizioni di imprese giovanili non sono state sufficienti a colmare questo gap.

Nonostante ciò, Modena rimane la seconda provincia in Emilia-Romagna per numero di imprese gestite prevalentemente da giovani: la quota provinciale sul totale regionale è pari al 16,0%, mentre al primo posto rimane Bologna con il 20,8% del totale regionale e al terzo posto si piazza Reggio Emilia (14,5%). Per quanto riguarda il tasso di imprese giovanili sul totale imprese, Reggio Emilia risulta la provincia più "giovane" con una quota di imprese giovanili pari all' 8,5% del totale, seguono Ferrara (7,3%), Rimini e Parma (7,2%) in linea con la media regionale, e Modena insieme a Piacenza e Bologna con una consistenza del 7,1%. La provincia con meno imprese giovanili risulta invece Forlì-Cesena con un tasso del 6,3%.

La quota di imprese giovanili per settori economici è differente rispetto al totale modenese: il settore più rappresentato risulta il commercio con il 24,8% di imprese, seguito dai servizi alle imprese (23,6%) e dalle costruzioni (17,9%). Tuttavia le differenze maggiori con il totale modenese si riscontrano nell'"alloggio e ristorazione" (9,8% giovanili e 6,1% totale imprese), nelle industrie manifatturiere (9,1% giovanili e 14,2% imprese totali) e in agricoltura (6,1% giovanili e 11,8% imprese totali).

Se si analizza l'aumento tendenziale il 2020 ha segnato negativamente un po' tutti i settori a partire da quello dell'alloggio e ristorazione (-9,7%), seguito dall'industria (-3,7%)

e dalle costruzioni (-3,4%). Più contenuta risulta invece la contrazione nel commercio (-1,6%), nell'agricoltura (-1,4%) e dove i giovani sono meno rappresentati, ovvero nei servizi alle persone (-0,5%); mentre risulta positivo l'andamento dei servizi alle imprese (+3,2%).

Infine le imprese giovanili sono ancora più concentrate rispetto a quelle femminili intorno all'impresa individuale; infatti tale forma giuridica arriva al 73,0% del totale nelle imprese under 35, ma nel 2020 registra un calo dell'1,9%, mentre nel totale Modena le ditte individuali rimangono al 52,0%. I giovani d'altro canto non prediligono le forme societarie, infatti le società di capitali sono solamente il 20,5% del totale (28,2% il totale Modena), e le società di persone rimangono addirittura al 5,3% del totale e sono in ulteriore calo nel 2020 (-9,0%) come anche le cooperative (-16,3%). Le "altre forme" hanno una consistenza minima (0,3%) e comunque inferiore a quella già limitata nel totale provinciale (0,6%).

Le imprese femminili

RISENTONO DELLA CRISI

Le maggiori diminuzioni di imprese attive si riscontrano nei settori agricoltura, industria manifatturiera e commercio

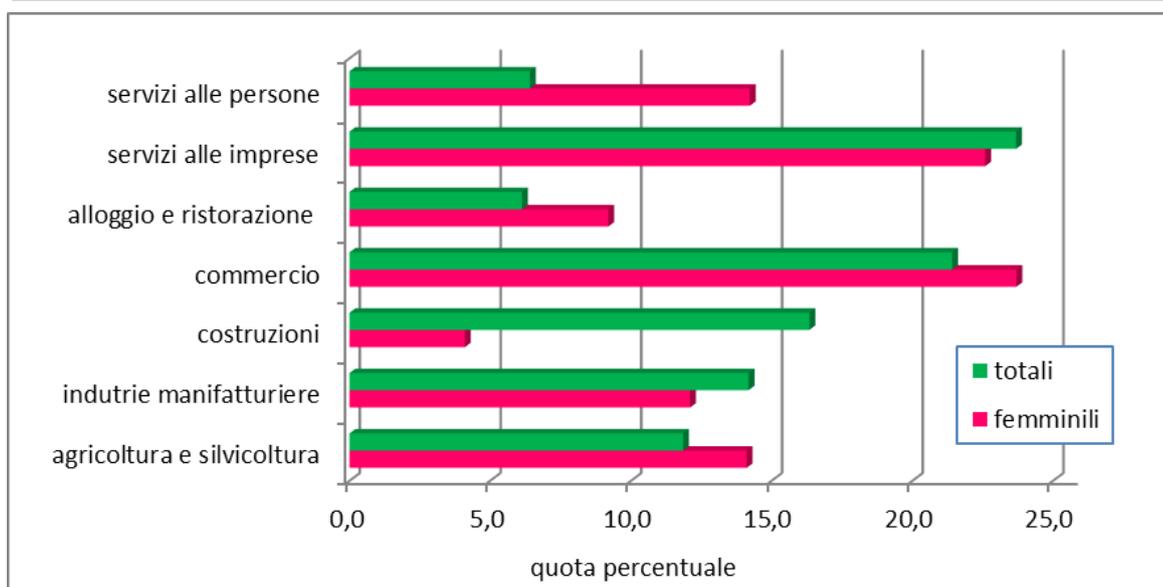
Infocamere ha diffuso i dati sulle imprese guidate in maggioranza da donne, cioè le aziende in cui la maggioranza dei soci è rappresentata da imprenditrici. In provincia di Modena al 31/12/2020 risultano 13.911 imprese attive femminili, in calo dello 0,5% rispetto a settembre, pari a 74 imprese in meno.

La decrescita registrata nel 2020 si è

concentrata soprattutto nell'ultimo trimestre dell'anno, infatti la diminuzione totale annua ammonta a 96 imprese pari ad una riduzione tendenziale dello 0,7%.

Data la flessione analoga delle imprese totali modenesi, il rapporto fra imprese femminili e imprese totali rimane costante, pari al 21,7%, cioè più di un quinto di imprese provinciali è guidato da donne.

Quota percentuale di imprese femminili e di imprese totali per settori economici in provincia di Modena al 31/12/2020





La media regionale è leggermente inferiore (21,2%), con un massimo nella provincia di Ferrara (23,1%) ed un minimo a Reggio Emilia (19,0%). In termini assoluti la provincia di Bologna registra il maggior numero di imprese femminili con una quota pari al 21,3% del totale regionale, Modena risulta seconda con il 16,5%.

Gli effetti della crisi pandemica non hanno risparmiato alcuni settori in cui operano le imprese attive femminili: la maggior diminuzione si è verificata nell'industria manifatturiera (-2,7%), seguita dall'agricoltura (-2,5%), dal commercio (-1,9%) e dai servizi alle persone (-1,1%), mentre sono in controtendenza le costruzioni (+2,2%), i servizi alle imprese (+2,0%) e l'alloggio e ristorazione (+0,9%). Si precisa che gli incrementi di quest'ultimo settore, maggiormente provato dalla pandemia, si sono verificati a inizio anno, mentre nell'ultimo trimestre ha perso l'1,0% della consistenza.

Nonostante queste variazioni sensibili, non è molto cambiata la distribuzione per settori delle imprese femminili, che vede sempre al primo posto il commercio (23,7%), seguito dai servizi alle imprese (22,6%) e dai servizi alle persone (14,2%), che supera così l'agricoltura (14,1%). All'interno dell'industria manifatturiera il tessile

abbigliamento rimane il comparto principale (50,8%), pur perdendo il 4,2% delle imprese; importanti anche le industrie alimentari (+0,6%) e la produzione di prodotti in metallo, in netta espansione (+6,3%).

Infine la composizione per forme giuridiche delle imprese femminili continua ad essere un po' differente dal totale imprese modenesi anche se l'andamento è analogo: le donne prediligono le imprese individuali (62,9% del totale) in calo dell'1,1%, seguite dalle società di capitali (22,1%) in continua crescita (+3,2%), mentre le società di persone (13,5%) sono in costante calo (-4,9%). Rimangono residuali le 'altre forme' (1,5% del totale).

Prosegue l'avanzata DELLE IMPRESE GUIDATE DA STRANIERI

La pandemia non frena la voglia di fare impresa degli imprenditori nati all'estero e operanti in provincia di Modena

Mentre la consistenza del totale imprese attive è in calo, in provincia di Modena continua la crescita delle imprese gestite in maggioranza da stranieri, nonostante la crisi imposta dal Covid-19. Lo attestano i dati Infocamere elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio, che calcolano al 31 dicembre 2020 una consistenza di 8.159 imprese con titolari stranieri, 216 in più di quelle rilevate alla stessa data dell'anno precedente, pari ad un incremento annuo del +2,7% contro un decremento medio annuo del -0,8% riscontrato tra le imprese attive totali.

Gli effetti della pandemia si sono visti soprattutto sul fronte della movimentazione al Registro Imprese con una forte riduzione delle iscrizioni e soprattutto delle cancellazioni (non d'ufficio). Le prime hanno raggiunto quota 773 nel 2020 con un calo del -20,4% rispetto a quelle registrate nel 2019, mentre per quanto riguarda le cancellazioni, 514 nel 2020, si riscontra un calo del -29,5%.

Le aziende guidate da stranieri risultano fortemente concentrate in soli tre

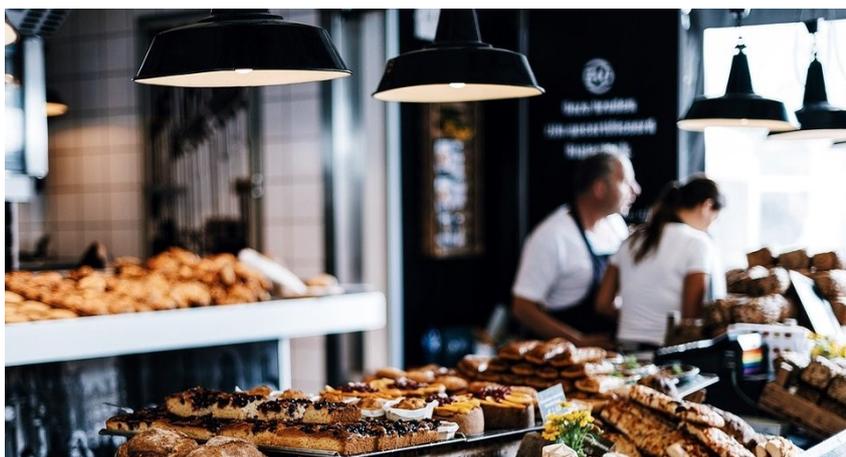
settori: costruzioni (2.509 unità con una quota del 30,8%), commercio (1.779 ovvero il 21,8% del totale) e manifattura (1.392 imprese, 17,1%), delle quali più della metà operanti nel tessile-abbigliamento (729). Altro settore di rilievo è quello delle attività di ristorazione dove opera il 9,6% delle imprese gestite da stranieri (783).

In tutti i settori citati si registrano nel corso del 2020 aumenti di consistenza del tessuto imprenditoriale: +3,6% le costruzioni, +1,9% il commercio, +2,0% le attività di ristorazione, +0,4% la manifattura. Appare invece in controtendenza il comparto del tessile-abbigliamento che nel 2020 ha perso il 3,7% delle imprese.

La composizione delle forme giuridiche rimane pressochè invariata evidenziando la ditta individuale come fattispecie prevalente (75,8%), seguono le società di capitali (15,7%) che continuano a registrare un trend in forte crescita (+14,5%), mentre le società di persone sono impiegate in misura minore (5,8%), mentre le "altre forme" conservano la loro quota pari al 2,7% del totale.

I paesi di nascita degli imprenditori stranieri sono in prevalenza Cina e Marocco, con rispettivamente 1.671 e 1.561 persone aventi cariche nel Registro Imprese al 31 dicembre 2020. Numerosi anche i romeni (847) e gli albanesi (848). Seguono gli imprenditori tunisini (681) e quelli turchi (545). La dinamica tendenziale (rispetto alla stessa data dell'anno precedente) indica incrementi dell'1,6% per i marocchini, del +1% per i romeni, mentre si registra un balzo del +10,4% per gli albanesi. I tunisini sono in crescita del +2,4% e i turchi del +4,2%. Soltanto i cinesi arretrano (-0,9%).

In totale gli stranieri aventi cariche attive nel Registro Imprese sono 11.079 in crescita del +1,9% contro un calo del -1,2% degli imprenditori italiani.



Occupazione in flessione nel 2020 MA NON PER TUTTI

L'analisi degli addetti delle localizzazioni restituisce una conferma della difficile congiuntura economica ma a sorpresa indica incrementi in diversi settori

Al 31 dicembre 2020 si registrano in provincia di Modena 79.438 localizzazioni attive al Registro Imprese (sedi di impresa e filiali) con una flessione dello 0,4% rispetto alla stessa data del 2019. Gli addetti occupati in queste localizzazioni sono nel complesso 286.505 e riportano un calo dell'1%. Gli effetti negativi della pandemia sull'occupazione appaiono quindi, tutto sommato, per ora contenuti. Vi sono infatti settori più colpiti e altri dove addirittura si registra nel 2020 un aumento dei lavoratori. La manifattura è il settore che assorbe oltre un terzo degli addetti e mostra un calo occupazionale annuo del -1,3%. La crisi ha colpito in misura particolare comparti come il commercio che riporta una diminuzione annuale di addetti pari al -2,4% e alloggio/ristorazione con un calo anche più consistente: -3,2%. Nel settore delle attività artistiche, sportive e di

intrattenimento la riduzione di addetti si attesta sul -4,9%. Le difficoltà di reperimento del personale, anche a causa delle limitazioni alla circolazione tra Paesi, hanno causato in agricoltura una perdita di addetti del -6,3%.

Ma, come detto, non in tutti settori si registrano dinamiche occupazionali negative, anzi, in quello delle attività finanziarie e assicurative si registra un incremento del +10,2%, nell'istruzione gli addetti crescono del +6,9%, nel trasporto e magazzinaggio del +3,4%, nelle attività immobiliari del +2,5%.



2020: crollano le assunzioni IN PROVINCIA DI MODENA

Il consuntivo annuale di Excelsior evidenzia le pesanti ripercussioni della pandemia sull'occupazione

Unioncamere ha divulgato i dati dell'indagine Excelsior relativi al consuntivo dell'anno 2020. I risultati risentono pesantemente degli effetti della pandemia nel mondo del lavoro, infatti le entrate ammontano a 45.880 unità per la provincia di Modena, in calo del 32,1% rispetto al 2019, pari a 21.680 ingressi in meno. In regione si registra una flessione lievemente inferiore, con 283.410 ingressi, in diminuzione del 30,5%, infine a livello nazionale vi sono 3.242.310 assunzioni in diminuzione del 29,7%.

Anche la percentuale delle imprese che hanno assunto nel 2020 è scesa drasticamente rispetto al 2019, anno in cui il 64,9% del totale imprese prevedeva

di assumere, mentre nel 2020 tale quota è diventata il 49,3%; per la maggior parte vi sono state assunzioni nelle imprese più grandi (>250 addetti, 99,1%), poi in percentuali minori fino al 39,0% nelle imprese da 1 a 9 addetti. La percentuale di imprese che assumono risulta superiore per le imprese esportatrici (56,2%) e per le imprese innovatrici (54,0%).

In effetti l'emergenza sanitaria ha dato una spinta notevole all'innovazione, con molte imprese che oltre ad aver introdotto tutti i nuovi presidi sanitari e le regole per evitare il contagio, hanno investito per analizzare i bisogni dei clienti (42,8%), sulla sicurezza informatica (42,6%), sullo smart working

(40,3%) e su 'cloud e internet ad elevata velocità' (39,9%).

In particolare dal 2019 è aumentata del 10% la quota di imprese che investe sulla rete web, del 15% l'adozione dello smart working e del 10% l'adozione di tecnologie di comunicazione machine to machine.

Nonostante questi profondi mutamenti, non cambiano drasticamente le caratteristiche dei nuovi occupati richiesti dalle imprese: tra i lavoratori dipendenti, quasi la metà sono stati assunti con contratti a tempo determinato (43,6%), mentre quelli a tempo indeterminato si riducono al 20,8%, infine rimangono pressoché costanti quelli di apprendistato (11,2%). La



somministrazione copre ancora una buona parte delle assunzioni (19,6%), mentre residuali rimangono i co.co.co e gli altri contratti non dipendenti (4,9%).

Il settore che assorbe il maggior numero di nuovi assunti è, come sempre, l'industria manifatturiera, con il 33% degli ingressi, in particolare nei macchinari e mezzi di trasporto (9,6%), seguono i servizi alle imprese (19,0%), i servizi alle persone (14%), il commercio rimane al 12% e, nonostante sia il settore colpito più duramente dalle chiusure, i pubblici esercizi continuano ad assumere il 12% della forza lavoro. Rimane pressoché stabile al 9% la quota delle costruzioni.

Il gruppo professionale più richiesto risulta sempre quello delle professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi (21,7%), seguite dagli operai specializzati e dai conduttori di impianti (19,1% entrambi) che insieme ricoprono il 38,7% del totale proprio grazie alla diffusione dell'industria manifatturiera in provincia; molto richiesti anche i tecnici specializzati (14,1%), mentre gli impiegati lo sono un po' meno (7,4%), infine le professioni intellettuali e scientifiche raggiungono il 5,3%.

Permane elevata la richiesta di formazione scolastica per nuovi assunti, infatti ben il 35,8% di preferenze va ai diplomati, seguiti dal 25,5% della qua-

lifica professionale, i laureati ricoprono il 13,1% delle nuove assunzioni, mentre si fa strada un nuovo titolo di studio: gli istituti tecnici superiori, un'alternativa all'università che offre una specializzazione molto orientata al mondo del lavoro che viene richiesta nel 2,8% dei casi. Infine al 22,8% non viene domandato alcun titolo di studio in particolare.

Occorre precisare che varia molto il titolo di studio preferito a seconda della professione intrapresa, infatti si raggiunge un massimo di laureati per i dirigenti (85,7%) e per le professioni intellettuali (90,4%); il diploma è consigliato per gli impiegati (64,8%) e per le professioni tecniche (40,6%), la



Excelsior anno 2020 risultati provincia di Modena



assunzioni: 45.880



giovani: 31,9%

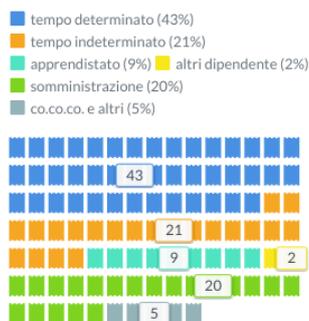


High skill: 9.040

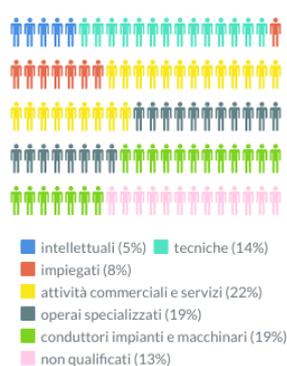


difficoltà di reperimento: 34,8%

Tipi di contratto



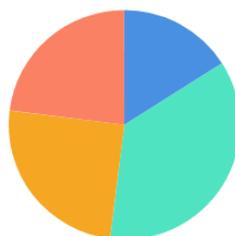
Professioni richieste



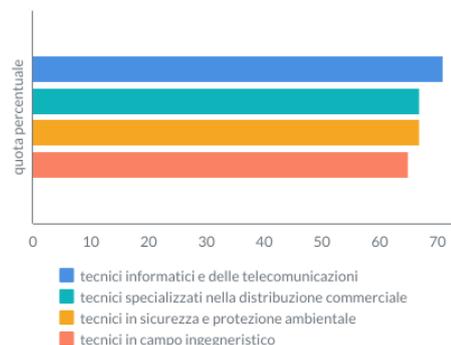
Assunzioni per settore



Titoli di studio preferiti



Le professioni di difficile reperimento



qualifica professionale è preferita soprattutto per gli operai specializzati (49,2%), mentre alle professioni non qualificate non viene richiesto alcun titolo di studio (47,9%).

Riguardo alle altre caratteristiche dei nuovi assunti, vi sono 14.636 segnalazioni di giovani fino a 29 anni, pari al 31,9% del totale, la preferenza per il genere maschile viene espressa nel 42,2% dei casi, mentre per le donne rimane al 21,0%. Il 19,7% è stato impiegato in professioni high skills e nella maggioranza delle assunzioni è stata richiesta una precedente esperienza lavorativa (66,3%).

In media, le imprese hanno avuto difficoltà a reperire il proprio candidato ideale nel 34,8%, tuttavia tale quota risulta molto variabile a seconda della professione, parte da un minimo del 10,9% per il 'personale non qualificato addetto allo spostamento delle merci' a percentuali che superano il 60% nei lavori più specializzati. In particolare le professioni più difficili da reperire sono state i 'tecnici informatici e delle telecomunicazioni' (71,4%), i 'tecnici della distribuzione commerciale' (66,9%), i 'tecnici della sicurezza e protezione ambientale' (66,7%) venuti alla ribalta probabilmente a causa dell'emergenza della pandemia e i 'tecnici in campo ingegneristico' (65,4%).

I risultati riguardo le competenze personali richieste ai candidati all'assunzione hanno mostrato come esse aumentino al crescere delle responsabili-

tà di ciascuna professione, così da diventare massime per i dirigenti e le professioni intellettuali e scientifiche e minime per le professioni non qualificate.

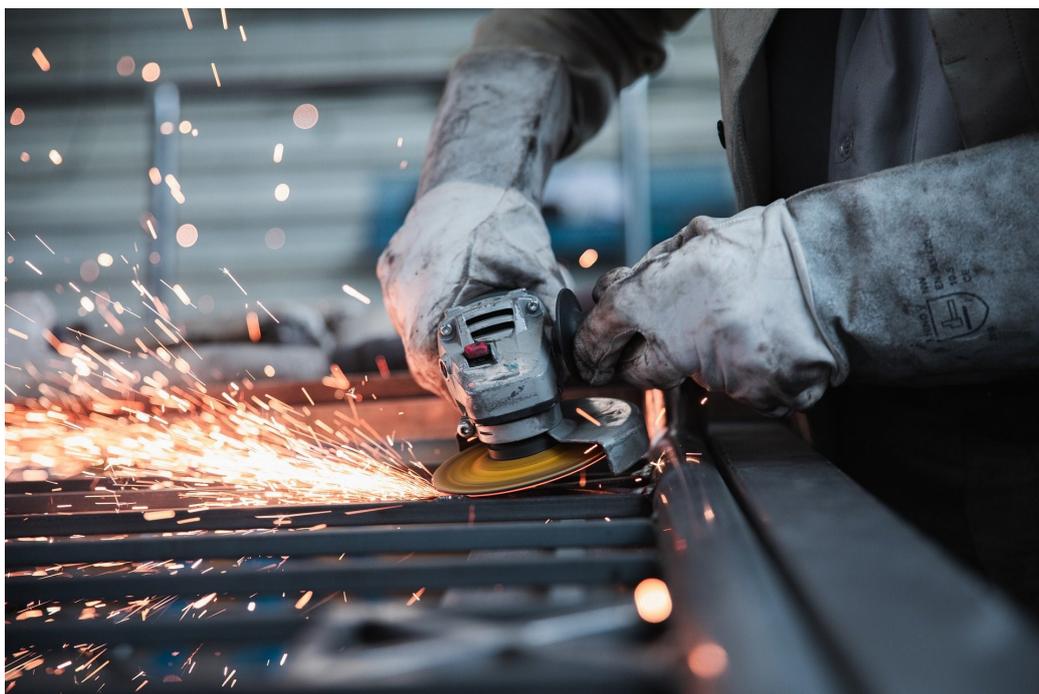
Tuttavia, in questo mondo del lavoro che assicura sempre meno stabilità professionale e in cui le imprese devono adeguarsi velocemente ai mutamenti del mercato, la caratteristica maggiormente richiesta per tutti i gruppi professionali risulta la flessibilità e capacità di adattamento, ritenuta di importanza elevata nel 63,5% delle assunzioni, con un massimo dell'86,2% nelle professioni intellettuali e scientifiche ed un minimo del 49,2% per le professioni non qualificate.

Le altre capacità ritenute fondamentali sono l'abilità di saper lavorare in gruppo e di risolvere problemi per le professioni di elevata specializzazione e per gli impiegati, per le professioni commerciali e servizi invece è fondamentale collaborare con i colleghi, mentre per gli operai specializzati occorre anche saper lavorare in autonomia, infine i conduttori di impianti e macchinari devono essere attenti al risparmio energetico e alla sostenibilità ambientale.

Per concludere, risultano interessanti le modalità con cui le imprese reperiscono il personale necessario: il canale più utilizzato è la conoscenza personale dei candidati, preferita nel 42,7% delle assunzioni, seguono la selezione dei curricula inviati alle imprese

(37,1%) e l'impiego di conoscenti di amici e parenti (26,6%). Abbastanza usate anche le agenzie per il lavoro (15,7%), mentre risultano poco utilizzati i centri per l'impiego, che riescono a mettere a segno solamente l'8,6% delle assunzioni.

Occorre precisare tuttavia che i comportamenti in termini di assunzione delle piccole e delle grandi imprese sono differenti: mentre le prime (che vanno fino a 49 dipendenti) si basano soprattutto sulla conoscenza personale dei candidati o sulla presentazione da parte di persone fidate, le imprese maggiori selezionano in maggioranza tra i curricula che ricevono o si avvalgono della collaborazione delle agenzie per il lavoro interinale.



Segnali di tenuta

DEL TESSUTO IMPRENDITORIALE

Nonostante la crisi indotta dalla pandemia, nel 2020 si registrano decrementi nei fallimenti e nelle aperture di scioglimenti e liquidazioni di imprese

Nella provincia di Modena sono presenti 16.089 unità locali (filiali di sedi d'impresa) al 31/12/2020, in aumento del +1,2% rispetto alla stessa data del 2019; di queste, il 67,6% (10.880) appartiene ad imprese con sede nella stessa provincia, il 12,5% (2.008) a imprese con sede nella regione Emilia-Romagna. Una quota del 16,3% (2.621) fa capo a sedi in altre regioni italiane, mentre sono 91 le unità locali con sede all'estero. Il 63% del totale unità locali è controllato da società di capitali, il 15,4% da società di persone.

Il numero totale delle localizzazioni registrate in provincia (risultante dalla somma delle 16.089 unità locali più le 72.238 sedi di impresa) è di 88.327 occorrenze e risulta in lieve decremento nel corso del 2020 (-0,4%).

LE PROCEDURE CONCORSUALI

Per quanto riguarda le procedure concorsuali, nell'anno 2020, in base ai dati di Infocamere, sono stati aperti in provincia di Modena 106 fallimenti contro i 140 del 2019, con un calo del -24,3%, contro una variazione media nazionale del -32,1%. I settori più colpiti sono stati il manifatturiero (32 fallimenti) e l'edilizia (24). 20 sono i fallimenti registrati nei servizi alle imprese e 18 quelli nel commercio.

Sempre nel 2020 in provincia di Modena le aperture di concordati e accordi di ristrutturazione del debito sono state 7, stesso numero riportato nel 2019; a livello nazionale si evidenzia un decremento del -17,6%.

Alla data del 31 dicembre 2020 nel Registro della Camera di Commercio di Modena si contano 936 imprese con procedure concorsuali in atto, contro le 1.048 della medesima data dell'anno precedente, con un decremento del -10,7, tendenza in linea con il calo registrato nel 2019: -8,5%.

LE PROCEDURE DI SCIoglIMENTO O LIQUIDAZIONE

In provincia di Modena le imprese che hanno aperto una procedura di scioglimento o liquidazione volontaria nel corso del 2020 sono state 1.156 con un

calo del -12,6% rispetto alle 1.323 dell'anno precedente. Considerando i diversi settori economici, il più interessato dal fenomeno è quello dei servizi alle imprese (308), seguito dal commercio (236), e dal manifatturiero (170). Dal confronto con il 2019 emergono decrementi del -6,9% nei servizi alle imprese, del -8,9% nel commercio, e del -12,4% nel manifatturiero.

Alla data del 31 dicembre 2020 nel Registro Imprese di Modena si contano 2.918 imprese in stato di scioglimento/liquidazione con un incremento del +2% rispetto alla stessa data dell'anno precedente quando erano 2.861.



Imprese in rete

PIU' COMPETITIVE

I risultati del 2° Rapporto dell'Osservatorio sulle Reti d'impresa: aumentano crescita, produttività, occupazione e sono strumenti efficaci per affrontare crisi, innovazione e cambiamento

Collaborare fa bene alle imprese e aumenta le possibilità di innovare e affrontare con successo il percorso di uscita dalla crisi pandemica. Questa è la fotografia fornita dal 2° Rapporto dell'Osservatorio nazionale sulle reti d'impresa realizzato da InfoCamere, RetImpresa e Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari e presentato il 20 gennaio scorso. Il contratto di rete rappresenta per le imprese aderenti un'importante opportunità di miglioramento dei risultati in termini di fatturato, occupazione, produttività e redditività, e un efficace strumento per affrontare la crisi e rispondere alle sfide dell'innovazione e del cambiamento. Il focus dell'edizione 2020 è proprio l'analisi della performance delle imprese in rete e l'approfondimento di alcuni settori nei quali le reti presentano un elevato tasso di rappresentatività e di crescita come agrifood, costruzioni e l'ambito dei Confidi. Secondo l'Osservatorio, le reti costitui-

scono un modello di collaborazione in costante crescita per quanto riguarda i numeri: 6.657 reti registrate in Italia a fine 2020, che coinvolgono 38.381 imprese, con un incremento del 13% (+757 reti) nell'ultimo anno, diffuse in tutte le province italiane e che complessivamente occupano quasi 1 milione di addetti, in gran parte assorbiti dalle aziende medio-grandi (78%). Dall'analisi qualitativa condotta su un campione di 1.633 imprese in rete, operanti prevalentemente nei settori dei servizi (38%) e dell'industria e artigianato (38%), si evidenzia la correlazione positiva tra l'appartenenza a una rete e la crescita e l'aumento di redditività delle imprese che ne fanno parte. In particolare, le imprese in rete indagate mostrano migliori risultati in termini di fatturato e valore della produzione (35% del campione), di ROI (25% del campione) e di numero addetti (30% del campione) nel triennio successivo all'ingresso nella compagi-

ne aggregativa. Migliore conoscenza della gestione e organizzazione della rete, esperienza e vocazione all'innovazione sono le leve capaci di rendere le imprese più performanti.

“Dall'Osservatorio emergono segnali incoraggianti, che vanno valorizzati dalle politiche nazionali, soprattutto per il contributo che questo modello di collaborazione partecipata e innovativa può offrire alla costruzione dei progetti previsti dal Piano nazionale di ripresa e resilienza del Next Generation Italia”. È il messaggio lanciato da Fabrizio Landi, Presidente di RetImpresa. “Emerge chiaramente come le reti d'impresa non abbiano esaurito la loro spinta competitiva e si siano anzi dimostrate strumento flessibile e resiliente, in grado di aiutare le imprese a fronteggiare il cambiamento, sia quello legato a innovazione e sostenibilità quanto quello causato dagli shock sistemici. Soprattutto – continua Landi – viene riconosciuta la loro funzione



solidaristica e anticrisi. Bisogna, pertanto, continuare a credere nelle reti con misure legislative di promozione e sostegno sul piano fiscale, finanziario e lavoristico a partire dal completamento della disciplina sulla codatorialità, su cui attendiamo da mesi un decreto ministeriale, che potrà dare un impulso straordinario alla gestione e alla valorizzazione del capitale umano nelle reti”.

“La complessità degli scenari economici e la crescente velocità con cui cambiano le variabili che li governano, rendono sempre più determinante il ruolo dei Big Data per intercettare e prefigurare le possibili traiettorie di sviluppo di un tessuto imprenditoriale” ha detto il Direttore Generale di InfoCamere, Paolo Ghezzi. “Il Registro delle Imprese delle Camere di Commercio, gestito da InfoCamere, è uno strumento fondamentale su cui costruire una conoscenza più ravvicinata e qualitativamente più solida di fenomeni importanti come quello delle reti d’impresa. Grazie all’Osservatorio Nazionale, questa realtà può essere oggi esplorata e raccontata in modi sempre più efficaci, a beneficio di azioni di policy che meglio rispondano alle esigenze delle imprese”.

“Questa seconda edizione dell’Osservatorio sulle Reti d’Impresa ci offre ulteriori conferme ed indicazioni rispetto alle opportunità offerte dai

contratti di rete come strumento per sostenere la competitività, l’innovazione, e quindi, la resilienza delle imprese Italiane. Ma risultati indicano in modo chiaro che non tutte le reti sono altrettanto efficaci: il ricorso a strumenti organizzativi e manageriali specifici delle relazioni interorganizzative è il fattore discriminante tra le esperienze di successo e quelle di insuccesso. Tale considerazione ha importanti implicazioni sia per le strategie d’impresa e di rete, sia per il futuro indirizzo dei policy maker: è per questo che la prossima edizione dell’Osservatorio sarà orientata ad approfondire la relazione tra elementi strutturali, organizzativi, e resilienza delle imprese” spiegano Anna Cabiogiosu e Anna Moretti, docenti del Dipartimento di Management dell’Università Ca’ Foscari Venezia e coordinatrici scientifiche dell’Osservatorio”.

L'OSSERVATORIO IN SINTESI

Il contratto di rete rappresenta un’importante opportunità di miglioramento delle performance per le imprese aderenti, in termini di fatturato, occupazione, produttività e redditività, e un efficace strumento per affrontare la crisi e rispondere alle sfide dell’innovazione e del cambiamento. È quanto emerge dal Rapporto

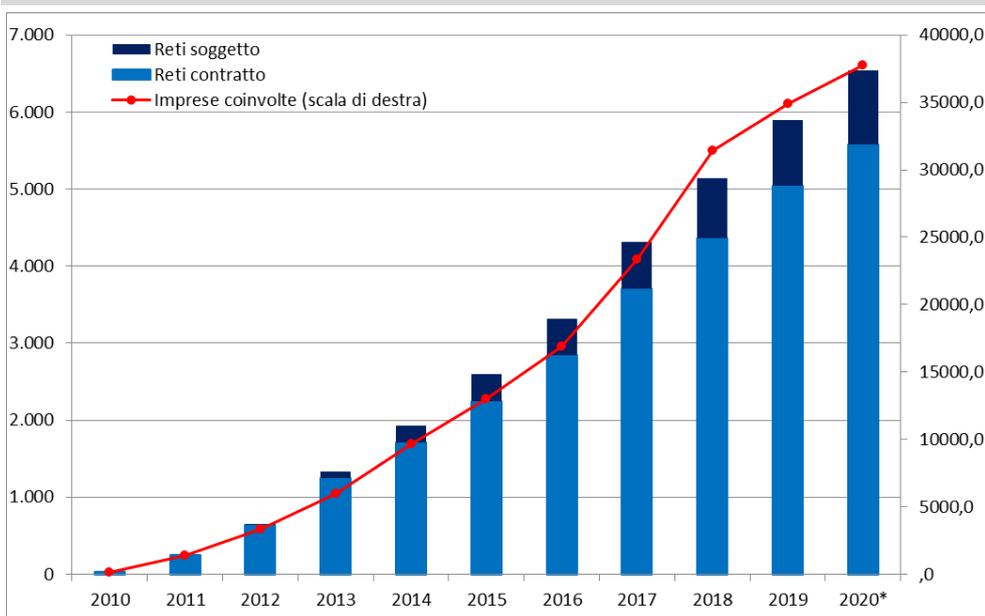
dell’Osservatorio nazionale sulle reti d’impresa 2020, che quest’anno dedica il proprio focus – il 2° dalla sua costituzione nel 2018 su iniziativa di InfoCamere, RetImpresa e dell’Università Cà Foscari di Venezia - all’analisi della performance delle imprese in rete e all’approfondimento di alcuni settori nei quali le reti presentano un elevato tasso di rappresentatività e di crescita.

Lo Scenario del fenomeno e l’identikit delle imprese in rete

Secondo l’Osservatorio nazionale, le reti costituiscono un modello di collaborazione organizzata del business in costante crescita per quanto riguarda i numeri (6.657 reti registrate in Italia a fine 2020, che coinvolgono 38.381 imprese) e in grado di incidere positivamente sui risultati economico-finanziari delle imprese. Gli ultimi dati disponibili attestano un incremento del 13% (+757 reti) nell’ultimo anno (in media +63 contratti al mese).

L’Osservatorio 2020 mette anzitutto in luce come l’andamento del fenomeno, fin dalla sua introduzione nel 2009, rifletta la dinamica delle politiche legislative, nazionali e regionali, che in questi 11 anni ne hanno a fasi alterne accompagnato e incentivato lo sviluppo: dopo un periodo iniziale di

Contratti di rete e imprese coinvolte per tipologia di contratto in Italia



Fonte: elaborazione Infocamere su dati Registro Imprese

crescita esponenziale dei numeri dei contratti registrati, seguito da una fase connotata da ritmi meno sostenuti, il trend delle reti vive ora una fase di assestamento, che esprime la maggiore maturità anche sul piano organizzativo e manageriale da parte delle imprese che utilizzano lo strumento e che potrebbe nei prossimi tempi far registrare una accelerazione grazie ad una rinnovata attenzione delle Istituzioni. L'analisi presentata, basata sulla fotografia scattata da InfoCamere sui dati del Registro Imprese al 3 giugno 2020, descrive un fenomeno composto da oltre 36mila imprese, diffuse in tutte le province italiane, che complessivamente occupano quasi 1 milione di addetti, in gran parte assorbiti dalle aziende medio-grandi (78%). Si tratta prevalentemente di imprese di micro e piccola dimensione (72%), che operano con la

forma giuridica delle società di capitali (48%, di cui il 38% circa Srl) e delle imprese individuali (28%), seguite dalle società di persone (15%) e dalle cooperative (9%).

Sotto il profilo della densità imprenditoriale, i contratti di rete aggregano prevalentemente meno di 10 imprese, di cui quasi il 50% è costituito da micro-aggregazioni (2-3 imprese).

Il modello preferito dagli imprenditori si conferma quello più flessibile e senza soggettività giuridica della rete-contratto (86%, 5.265 in valori assoluti), a fronte della forma contrattuale della rete-soggetto (14%, 889 in valori assoluti) che dà vita a un'entità giuridica nuova e diversa dalle imprese reti-iste.

Rispetto alla precedente rilevazione dell'Osservatorio, il grado di concentrazione geografica delle imprese in

rete rimane stabile, con prevalenza delle reti uniregionali (73%) rispetto alle reti pluriregionali (27%), che pure fanno segnare un lieve incremento (+0,5%) sia nella forma delle reti-contratto che delle reti-soggetto. Le reti tendono a svilupparsi nella medesima macro-area geografica, con prevalenza al Nord (41,7%), e a seguire al Sud (21,6%) e al Centro (20%).

Raffinando l'analisi a livello territoriale spiccano le reti tra imprese della stessa provincia (circa il 51%) su quelle che coinvolgono imprese di due province (29%) o di almeno tre province diverse (20%). Tuttavia, è interessante il caso delle reti interregionali (16,6% del totale), che aggregano imprese di differenti aree geografiche contigue (31% tra Nord-Centro, 25% rispettivamente tra Centro-Sud e Nord-Sud, e 18% trasversalmente tra Nord-Centro-

Contratti di rete e imprese coinvolte per tipologia di contratto in Italia— (valori cumulati a fine dicembre di ogni anno, per il 2020 valori al 3 novembre)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
Reti contratto	25	252	640	1.253	1.711	2.250	2.846	3.708	4.357	5.040	5.579
Reti soggetto			6	81	216	346	474	610	778	860	956
Contratti di rete	25	252	646	1.334	1.927	2.596	3.320	4.318	5.135	5.900	6.535
Imprese coinvolte	137	1.366	3.323	6.001	9.662	13.008	16.893	23.352	31.405	34.911	37.762

Fonte: elaborazione Infocamere su dati Registro Imprese

Sud), evidenziando la capacità del contratto di rete di collegare e integrare filiere, sistemi produttivi e competenze differenti che, insieme, consentono alle imprese di ottenere performance economiche difficilmente raggiungibili autonomamente.

L'eterogeneità delle interrelazioni in rete trova riscontro anche osservando la composizione settoriale delle imprese: il 63% delle reti esistenti aggrega imprese di diversi settori, anche se tale dato mostra un calo negli ultimi anni a vantaggio della tendenza - e probabilmente della maggiore facilità - degli imprenditori a fare rete tra realtà produttive simili (37% reti unisettoriali), con meno oneri organizzativi e di coordinamento, al fine principale di superare i limiti del nanismo

dimensionale e la frammentazione aziendale. Questo avviene principalmente nel settore agricolo e agroalimentare, molto meno nel terziario avanzato e nel manifatturiero, dove le imprese registrano un elevato livello di complementarità nell'utilizzo del contratto di rete per accrescere la loro competitività.

Per quanto riguarda l'analisi della diffusione delle reti per macro-settori omogenei, sulla base della classificazione delle divisioni di attività economica Ateco in 17 raggruppamenti, è l'agroalimentare il settore leader per numero di imprese in rete (22% del totale), seguito da commercio (15%), costruzioni (11%), servizi turistici (10%), meccanica e servizi professionali (entrambe al 6%), trasporti-

logistica e servizi operativi (4%). Tuttavia, la maggiore vocazione alla collaborazione in base al numero delle imprese registrate per settore, spetta ai servizi per la salute (300 imprese ogni 10mila registrate) e, più distanziate, alle utilities e servizi ambientali (133), alla meccanica (108) e ai servizi ICT (105).

A livello regionale, il Lazio resta la prima regione per numero di imprese in rete (9.112, in prevalenza nella forma della rete-soggetto), concentrando il 25,3% del totale nazionale; seguono a netta distanza la Lombardia (10,2%), il Veneto (7,9%), la Campania (7,6%), la Toscana (6,8%), l'Emilia-Romagna (6,2%) e la Puglia (5,8%), per rimanere tra quelle con oltre 2mila unità aggregate. La mag-

giore “vocazione retista” va però al Friuli Venezia Giulia (177 imprese ogni 10mila registrate), di poco superiore al Lazio (138) e, con una soglia superiore alle 100 unità ogni 10mila, alla Calabria (117) e alla Valle d’Aosta (106).

L’analisi qualitativa delle performance delle imprese in rete

L’analisi qualitativa condotta su un campione di 1.633 imprese in rete, operanti prevalentemente nei settori dei servizi (38%) e dell’industria e artigianato (38%), evidenzia la correlazione positiva tra l’appartenenza a una rete e la crescita e l’aumento di redditività delle imprese che ne fanno parte. In particolare, le imprese in rete indagate mostrano migliori performance in termini di fatturato e valore della produzione (35% del campione), di ROI (25% del campione) e di numero addetti (30% del campione) nel triennio successivo all’ingresso nella compagine aggregativa, in linea con i risultati positivi emersi anche dalla 1° edizione dell’Osservatorio nazionale, che si era soffermata sulla performance complessiva della rete, e dai precedenti studi di letteratura sul tema.

Il Rapporto 2020 dell’Osservatorio sottolinea come l’aggregazione in rete significhi per le imprese adottare un approccio dinamico e flessibile

(è questa la principale leva che spinge gli imprenditori verso questa forma di collaborazione) e intraprendere un percorso soggetto a un continuo adattamento rispetto all’organizzazione e alla definizione/raggiungimento degli obiettivi, che può anche condurre all’evoluzione verso modelli più strutturati di aggregazione.

I risultati confermano che per appropriarsi dei benefici derivanti dall’attività di rete è importante, non solo aderire al network, ma anche capire come organizzare e gestire la rete.

Secondo l’Osservatorio, le imprese più performanti appartengono, infatti, a reti senior, con più esperienza alle spalle, e organizzate, che hanno sviluppato nel tempo meccanismi di coordi-

namento formale, un modello manageriale di pianificazione delle attività e standard comuni. L’esperienza, da un lato, e gli aspetti organizzativi e manageriali, dall’altro, incidono sulla capacità della rete di aggiornarsi e rinnovarsi in funzione degli obiettivi da realizzare e delle condizioni di contesto, consentendo così alle imprese retiste di ottenere benefici.

D’altra parte, l’Osservatorio rileva che l’esperienza di rete, se protratta oltre una certa soglia temporale e priva di elementi di rinnovamento, rischia di trasformarsi in un aspetto di rigidità delle imprese (core rigidity o effetto a U rovesciata), vanificando l’opportunità di apprendimento e di innovazione connaturata alle relazioni interorganizzative con un conseguente ef-

fecto - che sarà oggetto di futuri approfondimenti dell’Osservatorio - introdotta per sostenere le imprese di filiere colpite da crisi economiche a collaborare per tutelare l’occupazione attraverso una gestione sinergica e flessibile del capitale umano grazie agli istituti del distacco semplificato e della codatorialità. In particolare, l’analisi dell’Osservatorio conferma l’efficacia del distacco/codatorialità rispetto alla crescita delle imprese in rete per fatturato e numero di addetti, suggerendo che la scelta del Legislatore sulle reti di solidarietà (la cui efficacia al momento è limitata al 2021) possa effettivamente rappresentare una possibile risposta alla crisi attuale.

I risultati dell’Osservatorio indicano complessivamente l’opportunità rap-



petto negativo sulla performance aziendale.

Il Rapporto 2020 sottolinea, infine, le migliori performance in termini di redditività delle imprese che appartengono a una rete-contratto e che perseguono obiettivi di innovazione congiunta.

Si tratta, quindi, di un modello che dopo 11 anni non ha perso la sua attrattiva, ma che anzi potrebbe vederla fortemente rilanciata nei prossimi mesi proprio grazie alle caratteristiche di flessibilità e resilienza dello strumento, su cui anche il Legislatore ha puntato in funzione anticrisi, introducendo il contratto di rete di solidarietà. Il Rapporto 2020 evidenzia le potenzialità di questa nuova modalità di fare

presentata dai contratti di rete e dallo strumento della codatorialità per sostenere la ripresa economica e l’occupazione nei prossimi anni, evidenziando alcuni fattori specifici che caratterizzano le reti maggiormente promettenti per il raggiungimento degli obiettivi di competitività e innovazione. Fondamentale sarà per i prossimi anni l’intervento dei policy maker per orientare l’utilizzo efficace di questi strumenti a sostegno delle imprese italiane duramente colpite dalla crisi, e per realizzare alcuni interventi specifici quali, ad esempio, il completamento della disciplina della codatorialità con il previsto decreto del Ministero del Lavoro per la definizione delle modalità per effettuare le comunicazioni obbli-

gatorie agli enti competenti.

Il focus sulle filiere: il settore agroalimentare, delle costruzioni e dei confidi

Il Rapporto 2020 analizza, infine, alcuni settori ritenuti rappresentativi del fenomeno: l'agrifood, che con il 22% del totale delle imprese in rete è la prima filiera per numero di collaborazioni in rete, le costruzioni (11% del totale), che occupano il terzo posto (dopo il commercio con il 15% e prima del turismo con il 10%), e l'ambito dei Confidi – consorzi di garanzia collettiva dei fidi, il principale operatore finanziario a utilizzare il contratto di rete, sia rispet-

La filiera agroalimentare in rete si dimostra forte da Nord a Sud (8.091 imprese) e si caratterizza per l'elevata propensione ad aggregarsi delle aziende di trasformazione, specie quelle del settore bevande.

Dall'analisi dell'Osservatorio emerge inoltre la tendenza delle reti agroalimentari ad adottare logiche basate sull'informalità e su dinamiche relazionali emergenti, a scapito di un maggiore livello di formalizzazione. Questo approccio agile, se da un lato ha finora rappresentato la principale leva all'uso - e al successo - dello strumento nel settore, dall'altro spinge a ragionare sull'esigenza di introdurre forme di coordinamento e gestione delle reti più organizzate e manageriali, che potrebbero

affrontare insieme le sfide della trasformazione tecnologica e digitale e della sostenibilità, dando vita a operatori di mercato più forti contrattualmente nei confronti dei partner esterni (52%), nelle attività di promozione e marketing (41%), nei processi di innovazione (40%), nella condivisione di acquisti, forniture e tecnologie (38%), oltre che nella partecipazione a bandi e gare (35%).

Le reti del settore mostrano una significativa attenzione agli assetti organizzativi e di governance (Organo comune, Presidente, Assemblea) e alla definizione di regole per il funzionamento dell'aggregazione e per il monitoraggio delle performance. Da potenziare, invece, sono la capacità manageriale e i meccanismi di coordinamento dei network operanti nel settore, specie sul piano economico finanziario (es. business plan di rete).

Con riferimento al mondo dei Confidi, la rete rappresenta lo strumento di collaborazione più utilizzato per aumentare l'efficienza ed efficacia operativa, per migliorare le condizioni di accesso al credito, ampliare la gamma di servizi per le imprese associate e per ottenere una maggiore capacità di interazione con e tra diversi stakeholder (imprese associate, banche, enti pubblici e autorità di vigilanza). Interessante la motivazione "relazionale" che spiega la scelta del modello a rete

da parte dei Confidi, consentendo di sperimentare i vantaggi derivanti dalla crescita dimensionale e organizzativa nella prospettiva di realizzare successivamente forme più intense di aggregazione.



to al totale delle imprese dei servizi finanziari in rete sia rispetto al totale dei confidi esistenti in Italia (oltre il 50% ricorre a questo strumento).

In linea con l'analisi generale, dal Rapporto 2020 emerge che in tutti gli ambiti settoriali considerati la rete-contratto risulta essere la tipologia più utilizzata.

Più in dettaglio, nella filiera agroalimentare la rete rappresenta uno strumento per concretizzare l'idea di filiera, consentendo di ovviare alla parcellizzazione del segmento agricolo e di quello industriale e di integrare processi produttivi, asset e competenze degli attori della filiera in modo da valorizzarne le complementarità e la competitività sul piano interno e internazionale.

incidere notevolmente sulle stesse performance aziendali, orientandole maggiormente all'innovazione e al cambiamento indotto dalla crisi, come dimostrato dai risultati dell'Osservatorio 2020.

Nella filiera delle costruzioni le reti sono un fenomeno relativamente giovane, ma diffuso sull'intero territorio nazionale (3.974 imprese), specialmente al Nord, con un maggior uso di questo contratto da parte di imprese impegnate in lavori di costruzione specializzati e nell'edilizia residenziale e non residenziale.

Le imprese delle costruzioni preferiscono il modello della rete verticale (67%) e multisettoriale per integrare diverse fasi della stessa catena del valore e