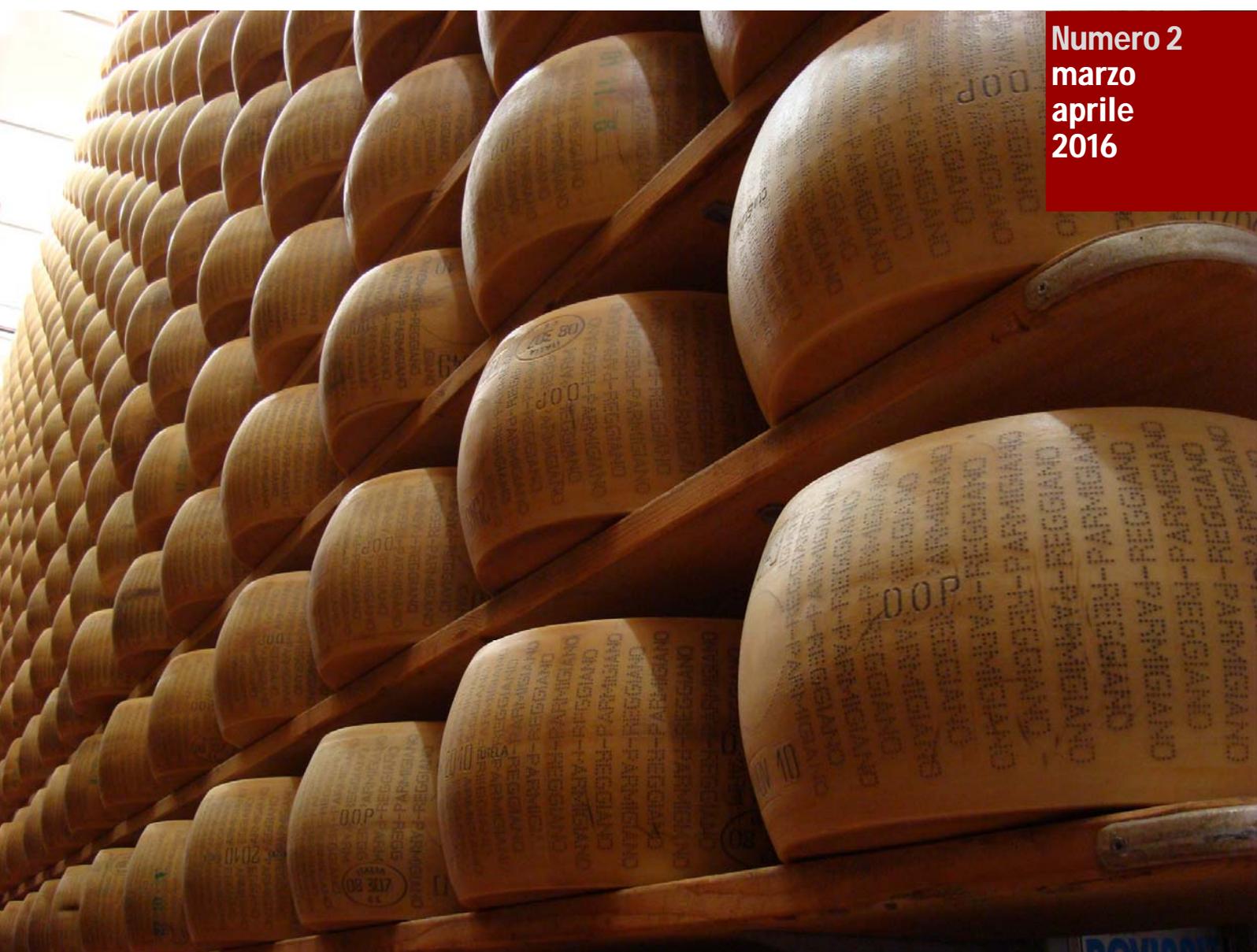


MODENA ECONOMICA

PERIODICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO



Numero 2
marzo
aprile
2016

INDUSTRIA 4.0: LA
QUARTA RIVOLUZIONE
INDUSTRIALE E' INIZIATA

LA GIUSTIZIA
ALTERNATIVA IN ITALIA

FARE IMPRESA AL
FEMMINILE: GLI ESITI DI
#IMPRENDO DONNA

DOP & IGP: L'ECCELLENZA
A TAVOLA SECONDO
IL REPORT QUALIVITA



Camera di Commercio
Modena

Numero 2
marzo-aprile
2016



Modena Economica

Bimestrale della Camera di
Commercio di Modena

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

Editore

Camera di Commercio Industria
Artigianato Agricoltura

Via Ganaceto 134

41121 Modena

Tel. 059/208259

ufficio.stampa@mo.camcom.it

Direttore Responsabile
Stefano Bellei

Caporedattore
Massimiliano Mazzini

Vicecaporedattore
Elisabetta Silvestri

In Redazione
Marzia Pinelli



Associata USPI
Unione Stampa Periodica
Italiana

DOSSIER

4 Industria 4.0: la quarta rivoluzione industriale è iniziata

INIZIATIVE

8 La sicurezza nel web

10 Internet Day e la trasformazione digitale

13 La giustizia alternativa in Italia

15 Fare impresa al femminile: gli esiti di #Imprendo donna

17 Progetto "Crescere imprenditori" per i giovani Neet

18 Un protocollo per l'alternanza scuola lavoro

INNOVAZIONE

19 Vivere i viaggi con la start up Tripsy

21 Green up ovvero la mobilità elettrica

EXPORT

23 Promec, prossime iniziative per le imprese

25 Export modenese: un 2015 in crescita

INDICATORI

29 In lieve flessione le imprese registrate

32 I risultati economici delle imprese registrate

35 Le situazioni di crisi d'impresa in provincia di Modena

TIPICITA'

36 DOP & IGP l'eccellenza a tavola secondo il report di Qualivita

NOTIZIE

39

Industria 4.0:

la quarta rivoluzione industriale è iniziata

Le nuove tecnologie che stanno trasformando i processi produttivi

FILIPPO PEDERZINI

Dati, robot, intelligenza artificiale. E poi ancora social media, vendita on line start up; innovazione e ricerca. Ma non solo. Per la riduzione dei costi, una nuova concezione di lavoro, ma soprattutto per un incremento del valore aggiunto. C'è internet, ancora una volta, ad influenzare l'economia, questa volta però dal cuore del sistema; la fabbrica. È l'industria 4.0, la quarta rivoluzione industriale, quella basata sull'applicazione dell'innovazione digitale, sui processi del manifatturiero; quella che porterà a una produzione intelligente connessa alla rete. Ma attenzione: non è da intendersi come un'insieme di tecnologie da immettere nel flusso produttivo

aziendale tradizionale. Bensì l'occasione per ridefinirlo quel flusso o adattarlo alle sfide competitive contemporanee, mercato in primis. Cercando di individuare la giusta strategia tra capitale umano e finanziario, e partendo da un punto fermo che può fare ancora la differenza: il saper fare le cose. Elemento fondamentale dell'industria europea, italiana e quindi anche modenese.

INDUSTRIA 4.0, COS'È

È il sistema industriale trasformato dall'avvento del digitale. Un ecosistema di fabbriche, macchinari e oggetti 'intelligenti' in grado di dialogare tra



Stampante 3D



loro, ma pure con l'ambiente circostante e coi consumatori. Si sviluppa attraverso quattro fondamentali direttrici, o tecnologie di rottura: l'automazione, la disponibilità di grandi archivi di dati e quindi la possibilità di aver loro accesso; la connettività grazie all'internet delle cose – altro perno fondamentale – e soprattutto la possibilità di raggiungere clienti attraverso il web – anche l'uso dei blog e dei social – dialogando con loro in tutto il mondo.

A CHI SI RIVOLGE

L'industria 4.0 rappresenta un'opportunità per le piccole e medie imprese (l'impatto ovviamente sarà diverso a seconda delle dimensioni di ciascuna) di tutti i settori del Made in Italy, nessuno escluso. L'applicazione delle 'tecnologie di rottura', sarà in grado di mutare gli attuali processi produttivi semplificandoli ed ottimizzando i tempi. Con la possibilità di passare da una produzione su larga scala, ad una 'customizzata', più flessibile e incline anche e soprattutto ai desiderata del cliente. Generando risparmi di denaro e riducendo in modo drastico i tempi di produzione, e già al momento della prototipazione del bene.

IL CONNUBIO PERFETTO

Come però ridefinire il flusso produttivo, e generare benefici all'impresa? La risposta è nel connubio perfetto che è in grado di istaurarsi tra macchine intelligenti, produzione additiva e nuovi materiali, alimentato con i big data e l'internet delle cose. Con internet, non più punto di arrivo, bensì di partenza, per sviluppare nuove idee e accedere ai

mezzi per realizzarle. Come però imprese di qualsiasi dimensioni possono arrivare al connubio? Quali gli elementi da combinare e da cui trarre significativo beneficio? Sono diversi: 1) Cloud-computing: la possibilità di accedere a risorse e dati già presenti nella rete, elaborarle ed archiviarle attraverso software e hardware presenti sempre in rete e gratuiti. Un risparmio di costi e tempi a vantaggio specie delle piccole imprese. 2) Internet delle cose: la diffusione delle tecnologia sta comportando l'applicazione di sensori anche ad un'infinità di oggetti fisici - macchinari di produzione, terreni agricoli, occhiali, etc. – Il sensore una volta inserito è in grado di far dialogare l'oggetto con altri oggetti, sfruttando l'uso di reti wireless. L'utilizzo dei sensori consente di modificare la catena di produzione in itinere sulla base di dati scambiati, ad esempio col magazzino, sui desiderata del cliente, ma anche per segnalare guasti e avvertire la manutenzione, intensificando il dialogo, fornitore-cliente per rivolgerlo verso un tipo di produzione sempre più intelligente e personalizzata. 3) Manifattura additiva: un cambio radicale di paradigma. Prima la produzione avveniva in modo sottrattivo. Oggi, attraverso la stampante 3D (sempre più in grado di gestire materiali quali carta, plastica, ferro, titanio e con costi che tendono ad abbassarsi) avviene a scarto zero. Consentendo l'applicazione immediata del prodotto, perché esce o già finito e quindi pronto alla vendita o sotto forma di prototipo a cui fare solo piccolissime modifiche. 4) Realtà aumentata: attraverso alla potenza di calcolo, si riesce a configurare i processi di produzione in modo virtuale e tridimensionale e quindi vedere il prodotto finito – indipendentemente che sia un ricambio o una

costruzione edile - ed ogni sua fase di lavorazione. Un passaggio utile per la chiarezza dell'azione da intraprendere e che permette un contenimento dei costi finali risparmio per chi lo produce e per chi l'acquista. 5) Ultimo, ecosistema d'impresa integrato: ovvero, la perfetta integrazione di tutti i comparti della 'Fabbrica 4.0' rafforzata dal dialogo costante di ciascuno degli elementi finalizzata ad un tipo di produzione innovativa, personalizzata e su misura.

OPPORTUNITÀ PER PMI

Il connubio perfetto tra le tecnologie di rottura porta ad infondere nuovo valore al Made in Italy con minori investimenti, qualità superiore, personalizzazione dell'oggetto e costi finali ridotti. Inoltre è concreta la possibilità di modificare in corsa il progetto ed ottimizzare il prodotto finale. Senza contare: l'abbattimento del time to market, la riduzione di costi di stoccaggio (e quindi del magazzino) e la salvaguardia ambientale: la produzione di scarti è vicina allo 0, quando non vengono riutilizzati (economia circolare). Inoltre l'Industria 4.0 favorisce la rilocalizzazione delle imprese riportandola all'interno del Paese: perché non è più il costo della manodopera ad essere appetibile, ma le infrastrutture, debitamente servite dalla rete e quindi in grado di velocizzare lo scambio di dati e documenti.

NUOVA FORZA LAVORO

C'è l'elemento umano, adeguatamente formato e competente al centro della Fabbrica 4.0. Non viene escluso però un impatto negativo iniziale sul lavoro tradizionale. Ma più che di perdita si dovrà parlare di trasformazione occupazionale. Cambieranno lavori e profili richiesti, diminuiranno le richieste di manodopera poco qualificata mentre aumenteranno, dato che si creerà il fabbisogno di nuove competenze, quelle di figure professionali qualificate, quali programmatori, sviluppatori di software o specialisti di meccatronica, tecnici dei materiali, delle stampanti 3D. Figura fondamentale sarà quella degli analytics, cioè di coloro capaci di leggere i big data ed interpretare in anticipo trend e sviluppi futuri di consumo. La formazione diventerà un driver fondamentale - data la necessità di nuove figure professionali - sin dalle prime classi già a livello scolastico e universitario.



RISORSE DA METTERE IN CAMPO

Il salto di qualità per la PMI verso l'industria 4.0 è possibile. Ma occorre investire – annualmente - in ricerca e sviluppo, tecnologia e digitalizzazione, e personale: selezionandolo, incentivandolo e dandogli la possibilità di crescere. È il modo per vincere le resistenze che ancora permangono a livello aziendale, di fronte all'innovazione, per capire che è l'unico strumento per migliorare il business e consolidare la crescita aziendale; soprattutto per non essere esclusi dal mercato.

INDUSTRIA 4.0 E MODENA

Forte la sensibilità verso il processo innovativo anche se il cambiamento al momento, ha interessato poche realtà imprenditoriali modenesi, tra queste multinazionali e PMI. Prematuro però parlare di raggiungimento del 'connubio perfetto' in ciascuna, quanto piuttosto di inizio del processo di trasformazione. Attraverso lo sfruttamento dell'analisi dei dati e la loro applicazione, l'uso di risorse direttamente dalla rete, ma anche della manifattura additiva, per creare nuove opportunità di mercato ed abbattere i costi. Interessante il fatto che il procedimento, pur essendo ancora nella sua fase iniziale ha avuto avvio, per queste imprese, negli ultimi cinque anni (anni contrassegnati dalla crisi economica). Col duplice risultato significativo però, di una crescita ad oggi doppia cifra in termini di fatturato, e di presentarsi molto competitivi di fronte alle esigenze di un mercato in costante cambiamento.



La sicurezza nel web

Gli esiti del primo seminario tenuto alla Camera di Commercio di Modena nell'ambito del progetto "Il digitale, la chiave del business"

ELISABETTA MARTELLO (UNIONTRASPORTI)
LUCA ZANETTA (UNIONTRASPORTI)

Per supportare le imprese nel percorso di trasformazione digitale la Camera di Commercio di Modena ha aderito al progetto "Il digitale, la chiave del business" promosso dal Sistema camerale dell'Emilia-Romagna, in collaborazione con Uniontrasporti, che si propone di favorire la diffusione della conoscenza delle tecnologie e delle applicazioni/servizi digitali quali strumenti indispensabili per lo sviluppo del business, attraverso incontri di sensibilizzazione rivolti alle imprese (www.ucer.camcom.it).

Così, il 7 aprile, presso la sede camerale di Modena si è tenuto il seminario "La sicurezza nel web, di cosa e perché". Il digitale e il web ci offrono nuove modalità di interazione e comunicazione non solo tra persone ma anche tra e con le cose, modificando il nostro modo di lavorare e di vivere e generando nuove opportunità di business, ma ci espongono anche a una serie di rischi quali la perdita o l'appropriazione indebita dei nostri "dati". La posta in gioco è alta: ne va non solo dell'operatività di un'azienda ma anche della "fiducia" di clienti e fornitori.

L'ing. Gianluca Golinelli, esperto di sicurezza informatica, ci ha aiutato a capire le principali vulnerabilità e minacce presenti nella rete e ci ha dato alcune utili indicazioni sulle misure da adottare per rendere più "sicuri" i dati della nostra azienda.

Il fenomeno delle truffe e frodi informatiche è in continuo aumento: l'Istat rileva un incremento delle "truffe e frodi informatiche" a livello nazionale del 22% dal 2006 al 2014. E questi sono solo gli "eventi" denunciati dalle forze di polizia all'autorità giudiziaria.

Non c'è un unico tipo di agente di attacco, ma più profili che agiscono in modo differente e con obiettivi diversi.

Particolarmente diffusi sono i virus ransomware (quali cryptolocker e tesla-crypt), programmi creati per infettare i computer, crittografando i dati contenuti in modo da renderli illeggibili per l'utente. I malintenzionati inviano il virus utilizzando tecniche di phishing e poi richiedono un riscatto (in inglese ransom) in bitcoins (una valuta elettronica virtuale) per consegnare i codici di decriptazione dei dati.

Il phishing si connota tipicamente come un'email che sembra provenire da Enti (una banca, un'emittente di carte di credito, un corriere di spedizioni ma anche un nostro collega/ conoscente) contenete un allegato che ci chiede di aprire o un link ad un sito che ci chiede di cliccare: non fatelo. Il ransomware può essere annidato nell'allegato o nel link al sito. Il consiglio è di dubitare di email inaspettate o che presentino evidenti errori di sintassi delle frasi o uno stile di scrittura diverso da quello del nostro collega/conoscente. Meglio man-



dare un'email per chiedere chiarimenti o fare una telefonata prima di aprire l'allegato.

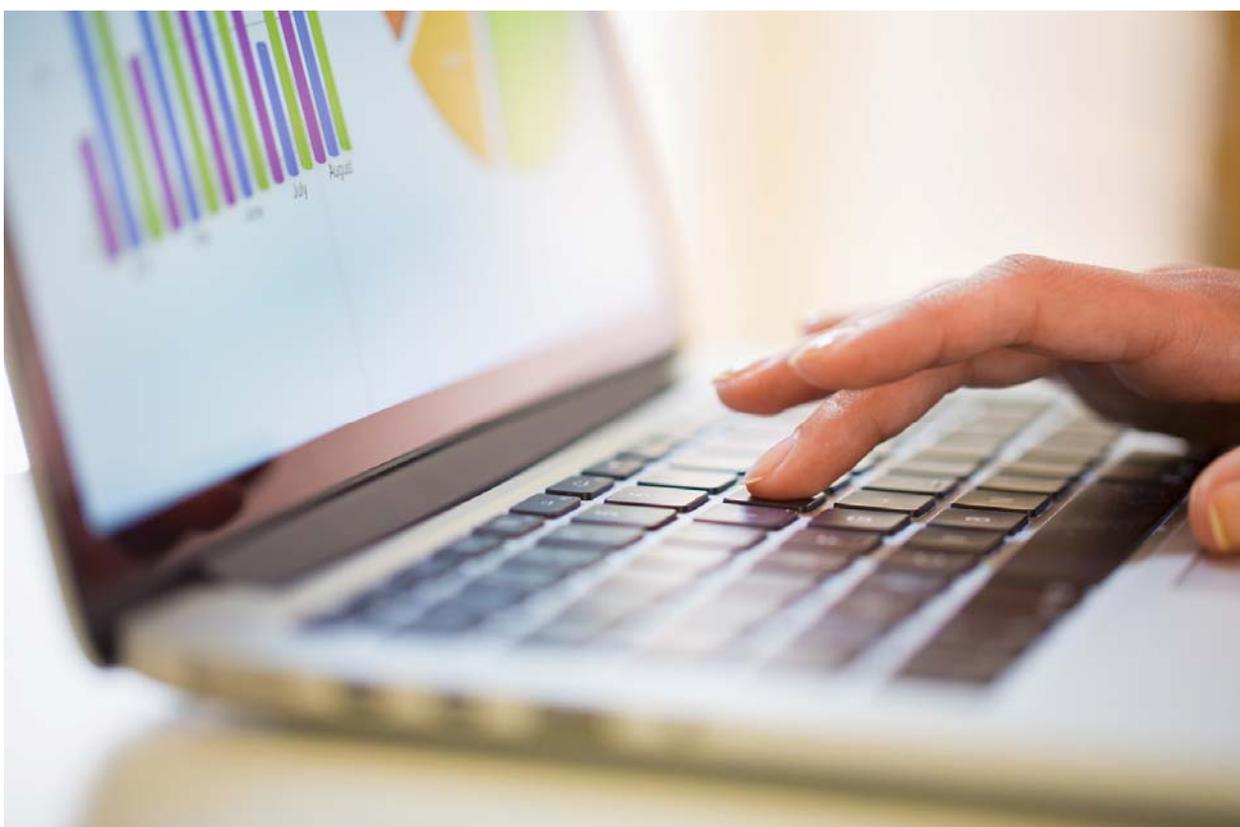
C'è poi il furto di credenziali (carte di credito, codici di home banking, codici di accesso a siti social, email), che può avvenire ancora una volta con la tecnica del phishing richiedendo di collegarsi ad un falso sito (anche molto simile a quello vero) per cambiare i nostri codici di accesso poiché scaduti. Il suggerimento è di verificare se l'indirizzo del sito è preceduto da "https" e/o è presente il simbolo del lucchetto, e non semplicemente da "www". I siti https (e/o il lucchetto) garantiscono la comunicazione sicura dei dati sul web, proteggendo l'utente dal pericolo di essere intercettato.

Inoltre ormai tutte le banche e le carte di credito adottano meccanismi di protezione a due livelli, con l'invio di pin o codici tramite sms, per confermare operazioni "sensibili" quali l'esecuzione di un bonifico o il cambio della password di accesso.

Purtroppo le imprese si pongono il problema di come garantire la sicurezza dei loro dati solo a seguito di un evento andato a segno: un attacco di un virus, la perdita di dati di clienti e fornitori. L'approccio corretto, come ci ha detto Golinelli, è di fare uno studio delle vulnerabilità e delle minacce per stimare il rischio al quale si è esposti e quindi individuare le contromisure necessarie per mitigarlo. Tale studio deve però essere ripetuto ciclicamente perché le minacce evolvono e perché il perimetro della rete IT aziendale si allarga includendo clienti e fornitori, dispositivi fissi e mobili.

Internet è una fonte di opportunità per le imprese ma molte minacce sono veicolate attraverso il web. Possiamo però limitarne l'impatto adottando un po' di cautela e semplici regole e accorgimenti tecnici quali:

- evitare di cliccare su link sospetti o aprire allegati contenuti in email di dubbia provenienza;
- diffidare di email che ci chiedono di aggiornare le nostre credenziali di accesso;
- installare un buon antivirus sui pc e ma anche sugli smartphone e mantenerlo aggiornato;
- fare backup regolari dei dati importanti;
- installare gli aggiornamenti dei software utilizzati non appena rilasciati;
- tenere aggiornato il browser di navigazione.



Internet Day e la TRASFORMAZIONE DIGITALE

La Camera di Commercio ha celebrato il trentesimo anniversario della prima connessione in Rete assieme agli studenti modenesi

Il 30 aprile del 1986 ha segnato l'inizio di una nuova epoca per l'Italia: un segnale, partito dal Centro universitario per il calcolo elettronico (CNUCE) di Pisa, è arrivato alla stazione di Roaring Creek, in Pennsylvania dando avvio alla connessione a Internet nel nostro Paese.

Le Camere di commercio non sono mancate all'appuntamento che celebra questo momento storico. Esattamente dieci anni prima era partita l'avventura informatica del sistema camerale italiano. Una sfida visionaria con cui le Camere - prime tra le pubbliche amministrazioni - decidevano di mettere in rete i dati sulle imprese fino ad allora isolati negli archivi cartacei di ciascun ente. Con alle spalle un'idea semplice: condividere aiuta a crescere. Era internet prima di internet. Usando le tecnologie allora disponibili, le Camere di commercio trasformarono dei semplici dati in informazio-

ni. Mettendo in rete gli archivi, consentirono a tutti di accedere in tempo reale alle informazioni su qualunque impresa, da qualunque parte d'Italia. Una cosa oggi possibile e scontata ma, fino ad allora, solo sognata.

Da quella scommessa ha preso il via un percorso di innovazione lungo il quale le Camere di commercio hanno via via imboccato l'autostrada di internet e poi ancora tante altre svolte tecnologiche avveniristiche: la firma digitale, la posta elettronica certificata, il protocollo informatico e la conservazione digitale dei documenti. Sempre anticipando i tempi. Sempre spingendosi un po' più in là.

Per festeggiare l'Internet Day le Camere di commercio italiane - grazie anche al supporto di Unioncamere e InfoCamere - hanno organizzato incontri ed eventi diretti in primo luogo ai giovani



Il convegno organizzato dalla Camera di Commercio di Modena in occasione dell'Internet Day il 29 aprile 2016

per raccontare loro la rivoluzione che lo sviluppo della rete ha prodotto.

L'INTERNET DAY A MODENA, UN EVENTO NELLA SEDE CAMERALE

La Camera di Commercio di Modena ha aderito all'Internet Day organizzando un incontro pubblico lo scorso 29 aprile intitolato "Internet Day 2016: le Camere di Commercio e la trasformazione digitale delle imprese", dedicato in particolare agli studenti degli Istituti superiori. Durante la prima parte del convegno la dott.ssa Carla Carloni di InfoCamere, ha presentato la storia della digitalizzazione delle Camere di Commercio italiane e gli strumenti messi a disposizione dal sistema camerale nell'ambito del programma Agenda Digitale; nella seconda parte è intervenuto Damiano Pietri, amministratore delegato di ABC Bilance srl, giovane imprenditore che ha raccontato agli studenti l'importanza della rete e di un uso intelligente dei social media per sviluppare il proprio business.

All'incontro, aperto al pubblico, hanno partecipato oltre 120 studenti dell'indirizzo commerciale dell'Istituto Cattaneo e dell'indirizzo informatico dell'Istituto Barozzi di Modena.

I SERVIZI DIGITALI DELLE CAMERE DI COMMERCIO

Il convegno ha posto l'accento sull'esperienza "pionieristica" del sistema camerale, che proprio sull'utilizzo delle tecnologie informatiche e telematiche fonda la sua storia recente di amministrazione per le imprese e si presenta oggi come la punta avanzata della PA

digitale. Per le Camere di commercio, l'evoluzione digitale si è tradotta in nuovi servizi, più semplici, più economici, più veloci per rispondere ai compiti affidati dalla legge: aiutare le imprese a nascere, crescere e diventare competitive. Garantendo a tutti di poter accedere ad informazioni ufficiali, aggiornate e affidabili.

Il sistema camerale gestisce uno dei più grandi database del Paese – il Registro Imprese - con informazioni aggiornate quotidianamente su oltre 6 milioni di imprese e 10 milioni di persone – che, attraverso un data center all'avanguardia, nel 2015 ha erogato circa 20 milioni di visite online e gestito oltre 3 milioni di pratiche telematiche.

LA STORIA DEL REGISTRO IMPRESE

Fino alla metà degli anni settanta, i registri delle "ditte", come venivano chiamati, erano gestiti separatamente da ciascuna camera di commercio. Essendo su carta, per poter sapere se un'impresa esisteva veramente, o chi era il suo rappresentante legale, bisognava andare fisicamente allo sportello della camera a cui era iscritta. Nel 1974 l'allora presidente della Camera di commercio di Padova - nonché professore di calcolo delle probabilità all'Università cittadina - Mario Volpato, capì la necessità di un cambiamento. Affidò ad alcuni suoi studenti una tesi di laurea sull'analisi dei flussi informativi dell'ente camerale e da quel lavoro prese forma l'idea che aveva immaginato: archiviare i dati in forma digitale e collegare tutte le Camere di commercio italiane tra loro attraverso una rete telematica. Nacque così Cerved (Centro Regionale Veneto Elaborazione Dati), poi divenuta InfoCamere.

Da quel momento l'informatica e la telematica sono

 registroimprese.it
I dati ufficiali delle Camere di Commercio



Il sito ufficiale delle Camere di Commercio www.registroimprese.it

entrate nel DNA delle Camere di commercio, trasformandole in una delle pubbliche amministrazioni più avanzate.

Dopo l'avvento di Internet - all'inizio degli anni novanta - le Camere di commercio hanno fatto un passo in più nel futuro: il Registro delle imprese è diventato interamente telematico. Non solo si poteva consultare il suo contenuto online, ma tutte le informazioni che le imprese dovevano comunicare alla Camera, da allora cominciarono viaggiare anch'esse sulla rete. Un successo sancito dal riconoscimento del Registro Imprese quale vera e propria best practice a livello europeo.

La progressiva diffusione di Internet nelle case degli italiani ha consentito poi alle Camere di commercio di sviluppare nuove applicazioni e nuovi servizi ad alto tasso di innovazione per le imprese, i professionisti e la stessa pubblica amministrazione.

Oggi intorno al Registro delle imprese - grazie anche a Internet - il sistema delle Camere di commercio italiane ha fatto crescere servizi che semplificano la vita delle aziende, allargano le opportunità di crescita e competitività soprattutto alle piccole e medie imprese; favoriscono una trasparente conoscenza dell'economia italiana. Tra questi servizi si ricordano lo Sportello unico per le attività produttive, la fatturazione elettronica, la visura in inglese, la piattaforma per le start up e le Pmi innovative.

E' anche grazie a questo impegno continuo ad investire nelle tecnologie che le Camere di commercio sono oggi diventate la "casa digitale" delle imprese. Una casa aperta a tutti 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

L'economia di internet oggi ce lo conferma: la condivisione è la chiave della conoscenza. Le idee racchiuse in se stesse s'inaridiscono e si spengono. Solo se circolano e si mescolano, vivono, fanno vivere, si alimentano le une con le altre e contribuiscono alla vita comune.



La giustizia alternativa in Italia

Uno studio condotto da Isdaci fotografa la situazione e il trend del settore

ELISABETTA SILVESTRI

L'Istituto Scientifico per l'Arbitrato, la Mediazione e il Diritto Commerciale ISDACI ha presentato nel febbraio scorso l'ottava edizione del Rapporto sulla diffusione della giustizia alternativa in Italia, che rappresenta ad oggi la primaria fonte di documentazione su questo tema. Lo studio contiene gli esiti dell'indagine coordinata da ISDACI con il sostegno di Unioncamere, Camera di Commercio e Camera Arbitrale di Milano, sull'utilizzo e la diffusione dei metodi extragiudiziali di composizione delle controversie sul territorio nazionale nell'anno 2014, evidenziando sia la mappatura dei centri che hanno offerto servizi di giustizia "complementare" in materia civile e commerciale, sia numero e tipologia delle procedure da questi ultimi gestite.

I CENTRI ADR E LE CONTROVERSIE GESTITE

I centri che hanno offerto servizi di ADR (Alternative Dispute Resolution) pubblici e privati in Italia sono 1.139, stabili rispetto all'anno precedente (+0,2%). Per la maggior parte si tratta di servizi di mediazione/conciliazione amministrata: 920 centri che rappresentano l'81% del totale, in calo del -1,9% rispetto al 2013.

Minoritarie ma in aumento sono invece le camere arbitrali (159 nel 2014, +13,6%); in questo ambito si registra un calo delle strutture che fanno capo alle Camere di Commercio (che passano da 84 a 78) ed un forte incremento di quelle al di fuori del mondo camerale (che passano da 56 a 81).



Vi sono poi 34 enti che gestiscono protocolli di negoziazione paritetica a carattere nazionale, 21 Corecom che hanno ricevuto le deleghe dall'AGCOM per la conciliazione obbligatoria e 5 prestatori del servizio di risoluzione delle dispute in merito ai nomi a dominio.

La ricerca quantifica altresì la dimensione del fenomeno ADR in Italia: nel 2014 sono state presentate nel complesso 267 mila domande, più del doppio di quelle registrate nel 2013; il forte incremento è da attribuire in gran parte alla crescita esponenziale delle domande di mediazione amministrata (180 mila nel 2014 contro le 42 mila del 2013), che rappresentano il 67% del totale. Minoritaria è la quota di richieste di ADR gestite dai Corecom (32%) con un ammontare di 87 mila domande, cresciute in un anno del 20%. Gli arbitrati amministrati sono stati 713, sempre nel 2014, contro i 777 del 2013. Infine le riassegnazioni di nomi a dominio ha visto la gestione di 36 domande, in calo rispetto alle 46 dell'anno precedente.

Va detto peraltro che le domande di ADR sono raddoppiate a causa del ritorno a pieno regime della mediazione obbligatoria nel 2014, mentre a fine 2012 era stata abrogata dalla Corte Costituzionale. La mediazione civile commerciale torna quindi nel 2014 ai valori del 2012 e li supera del 16%.

L'ESITO DELLE PROCEDURE

Riguardo all'esito delle procedure, nel caso della mediazione amministrata si registra l'adesione nel 40,5% delle domande, e si raggiunge un accordo nel 24,4% dei casi in cui vi sia adesione. La quota di accordi sulle domande totali è pari al 10%. Circa i tempi, la durata media è di 63 giorni se l'aderente è comparso e di 83 se non è comparso. Il valore medio delle controversie supera di poco i 110 mila euro.

Nel caso delle conciliazioni Corecom si registra la comparizione della parte chiamata nella quasi totalità dei casi (con una quota del 95,3%), e si giunge a un accordo nella gran parte delle mediazioni (79%); la durata media del procedimento è di 58 giorni e il valore medio molto più contenuto: 660 euro. In questo caso la percentuale di accordi sul totale delle domande presentate è pari al 60%.

LE MATERIE DEL CONTENDERE

Per quanto concerne le materie oggetto di mediazione, al primo posto si trovano i contratti bancari con una quota del 25,1%, mentre quasi la metà sono le controversie aventi ad oggetto diritti reali (13,1%). Seguono poi le locazioni (11,6%), il condominio (10,7%), i risarcimenti di danni da responsabilità medica (6,7%) e i contratti assicurativi (6%).

LE MEDIAZIONI GESTITE DAL SISTEMA CAMERALE

Le Camere di Commercio nel complesso hanno ricevuto nel 2014 un numero particolarmente significativo di domande di mediazione, 22.518 ovvero quasi il doppio di quelle del 2013, con una quota sul totale domande del 12,5% che si è ridimensionata rispetto all'anno precedente ma appare comunque rilevante considerato che le gli organismi di mediazione che fanno capo al

sistema camerale rappresentano appena il 9,6% del totale degli iscritti nel Registro del Ministero (87 su 911).

Nel 2014 le Camere hanno gestito procedure inerenti controversie tra imprese e consumatori nel 41% dei casi, tra privati nel 38% e tra imprese nel 21%. L'adesione si è registrata nel 38,2% dei casi, e tra questi, l'esito positivo è stato conseguito in un caso su tre, ovvero una quota più alta rispetto alla media di tutti gli organismi (24,4%). Anche la durata nelle CCIAA è migliore della media attestandosi sui 42 giorni.

CONCLUSIONI

In conclusione, i dati esaminati nel report paiono sancire che il ritorno all'obbligatorietà ha imposto nuovamente alle parti di fare i conti con essa, triplicando il numero di domande, che sono oggi arrivate a numeri paragonabili ai numeri del contenzioso civile. I procedimenti iscritti presso i Tribunali ordinari relativi ai codici inerenti la mediazione è stato nel 2014 pari a 195 mila unità, quindi di poco superiore alle 180 mila domande di mediazione e in diminuzione del -15% rispetto al 2013.

La giustizia alternativa, inoltre, secondo il report ISDA-CI "ha saputo conquistarsi negli anni un suo spazio stabile e di qualità in termini di numero di domande, di esito delle stesse e di tempi davvero contenuti rispetto alla giustizia ordinaria. Dopo anni di sviluppo è quindi arrivato il tempo che essa si emancipi dal raffronto e che le si riconosca una dignità autonoma, indipendentemente dal fatto di costituire una alternativa numerica alla giustizia ordinaria".

Fare impresa al femminile:

GLI ESITI DI #IMPREDODONNA

Presentati alla Camera di Commercio i risultati di una ricerca promossa dal Comitato Imprenditoria Femminile di Modena

“Un ambiente favorevole alla nascita e alla crescita delle imprese femminili è un ambiente che aiuta la crescita economica del territorio nel suo complesso”, è questa una delle valutazioni conclusive della seconda indagine sull'imprenditoria femminile a Modena presentata il 20 aprile scorso durante un convegno tenuto alla Camera di Commercio.

L'evento, così come la ricerca, è stato realizzato nell'ambito del progetto #ImpredoDonna dal Comitato per la Promozione dell'Imprenditoria Femminile di Modena, insieme alla Fondazione Democenter-Sipe e al Centro Documentazione Donna.

Dopo i saluti iniziali del presidente dell'ente camerale Maurizio Torreggiani e di Erio Luigi Munari, presidente della Fondazione Democenter-Sipe, è intervenuta Eugenia Bergamaschi, presidente del Comitato Imprenditoria Femminile di Modena per introdurre l'argomento dello studio; il prof. Gianluca Marchi, dell'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, ha illustrato le testimonianze di alcune imprenditrici intervistate nella ricerca.

A seguire, gli interventi della dott.ssa Vittorina Maestroni del Centro Documentazione Donna e dell'avv. Mirella Guicciardi, della commissione per le pari opportunità – C.P.O. del Comitato unitario delle professioni intellettuali – C.U.P.

La ricerca prende in esame i cambiamenti intervenuti nei dieci anni e oltre trascorsi dalla prima indagine sull'imprenditoria femminile a Modena. Dieci anni per altro non comuni, con in mezzo la grande

crisi mondiale e, per il nostro territorio, anche il terremoto del 2012.

Per cogliere una così alta complessità di temi e successione di eventi, il rapporto è stato strutturato su quattro parti principali. La prima si propone di dar conto, anche su un piano statistico, di alcuni dei principali cambiamenti intervenuti e per molti versi ancora in corso, in relazione al fenomeno dell'imprenditoria femminile a livello internazionale, nazionale e regionale.

La seconda parte ripercorre l'evoluzione del quadro normativo in materia di partecipazione femminile al lavoro e all'impresa e sviluppa una riflessione su alcune esperienze di buone prassi a livello locale.

La terza parte racchiude i risultati di un'indagine realizzata presso un campione di imprese femminili modenesi, toccando alcuni temi critici quali l'estensione e le modalità di applicazione delle strategie di conciliazione tra tempo di vita e tempo di lavoro e la valorizzazione della diversità dell'impresa femminile.

La quarta parte si compone di diverse schede sintetiche che riassumono esperienze e buone pratiche realizzate in contesti nazionali e internazionali orientati al superamento dei problemi che ancora limitano la piena evoluzione dell'imprenditoria femminile.

I RISULTATI DELL'INDAGINE SUL

CAMPO

Dalle interviste raccolte è emerso subito, in ciascuno dei casi considerati, come fare impresa e diventare imprenditrici sia innanzitutto una scelta professionale ed individuale, che richiama tratti caratteriali e aspetti della personalità ben precisi, tra loro coerenti ed in grado di evocare tipi psicologici peculiari.

Sulla creazione d'impresa, un altro aspetto emerso è quello dell'importanza delle reti e più in generale delle alleanze – lavorative e non – quali elementi facilitanti e di supporto alla nascita di nuove imprese.

La fase della genesi, pur nella sua importanza, è comunque un momento che solo in parte può spiegare il successo di un'impresa. Pur nella loro eterogeneità, i casi osservati rimandano ad una comune attenzione delle imprenditrici verso i temi dell'innovazione. Molte imprese femminili sono nate per cercare di innovare.

L'indagine ha provato a ripercorrere alcuni dei principali temi che connotano un fenomeno complesso come quello dell'imprenditoria femminile. Sebbene diverso fosse il focus dell'analisi, i risultati offrono qualche spunto di riflessione per i policy maker:

1. Le condizioni di accesso agli strumenti disponibili per la conciliazione tra tempi di lavoro e tempi di vita possono essere migliorate.

2. L'impatto delle nuove tecnologie di digitalizzazione del lavoro può essere

fortemente accresciuto.

3. Nuovi interventi per rafforzare la rete di servizi sul territorio o per ampliare politiche a sostegno delle famiglie possono dare impulso alle politiche aziendali di conciliazione.

4. Un ambiente favorevole alla nascita e alla crescita delle imprese femminili è un ambiente che aiuta la crescita economica del territorio nel suo complesso.

Tutti i dati disponibili ci dicono che gli spazi di crescita per l'impresa femminile sono ancora molto elevati. In un contesto socio-economico evoluto quale quello emiliano-romagnolo e modenese solo due imprenditori su dieci sono donne. Ci sono molte cause, anche strutturali, che possono spiegare questo. E' evidente, tuttavia, come questi dati stiano a testimoniare di una valorizzazione solo parziale del capitale umano presente nel territorio.

Parlare di imprenditoria femminile vuol dire anche riflettere sull'importanza di valorizzare identità, comportamenti e competenze di genere diversi. E' il tema, sempre più dibattuto, del diversity management, che si fonda sul presupposto che nelle società complesse, alla luce dei conflitti sociali e culturali che le animano, "concepire e valorizzare le diversità", iniziando da quelle tra uomo e donna, sia prima di tutto una formidabile opportunità di sviluppo sociale ed economico.



Progetto “Crescere imprenditori”

PER I GIOVANI NEET

La Camera di commercio di Modena aderisce all’iniziativa nazionale di supporto e sostegno all’autoimpiego e all’autoimprenditorialità

ELENA SACCHI

La Camera di commercio di Modena in data 10/03/16 ha aderito al progetto “Crescere Imprenditori, promosso dal Ministero del Lavoro e da Unioncamere. Si tratta di una nuova iniziativa nazionale di supporto e sostegno all’autoimpiego e all’autoimprenditorialità, che prevede un finanziamento pari a 10 milioni di euro a valere su risorse del Programma Operativo Nazionale “Iniziativa Occupazione Giovani” (PON-IOG), della cui gestione è titolare il Ministero del Lavoro.

Sono coinvolte tutte le Regioni, tranne la Val d’Aosta e le province autonome di Trento e Bolzano. Per quanto riguarda l’Emilia Romagna, sono 5 le Camere di commercio aderenti: Bologna, Modena, Ravenna, Reggio Emilia e Rimini oltre all’Unione regionale.

L’obiettivo è di realizzare a livello nazionale tra marzo 2016 e dicembre 2017 percorsi di formazione e accompagnamento alla creazione e allo start up di impresa della durata di 80 ore per un numero complessivo di 6.200 Neet (Not in education, employment or training), che si concretizzeranno nella redazione del business plan.

Tali attività saranno propedeutiche all’eventuale accesso allo strumento di credito agevolato “Fondo SelfiEmployment” promosso dal Ministero del Lavoro e gestito da Invitalia nell’ambito della misura 7.2 di Garanzia Giovani. Tale agevolazione, che prevede prestiti a tasso zero e senza garanzie personali, è infatti partita con decorrenza 1 marzo 2016 ed è rivolta esclusivamente ai Neet che decidono di avviare un’attività imprenditoriale in una delle seguenti forme giuridiche: ditta individuale, società di persone o cooperativa, con possibilità di finanziamenti che possono arrivare alla copertura del 100% del programma di spesa, suddivisi in tre tipologie: da 5.000

a 25.000 euro (microcredito), da 25.000 a 35.000 euro (microcredito esteso) e tra 35.000 e 50.000 (piccoli prestiti).

Per quanto riguarda la Camera di commercio di Modena, il progetto “Crescere Imprenditori” ha l’obiettivo di sviluppare competenze imprenditoriali per almeno 48 giovani Neet, che dopo essersi iscritti a Garanzia Giovani e aver effettuato il colloquio di presa in carico presso il Centro per l’Impiego, dovranno compilare il questionario online di autovalutazione utilizzando l’applicativo Delfi di Unioncamere. Ai giovani selezionati verranno fornite 60 ore di formazione gratuita in piccoli gruppi di massimo 12 persone e altre 20 ore di assistenza individuale gratuita finalizzata alla redazione del business plan, indispensabile per poter poi presentare domanda di finanziamento alla misura SelfiEmployment.

Tale progetto verrà gestito dallo Sportello Genesi della Camera di Commercio, che da anni offre servizi gratuiti di primo orientamento alla creazione di impresa. Per ulteriori informazioni sul progetto Crescere Imprenditori: tel. 059/208816.

Un protocollo per l'alternanza

SCUOLA LAVORO

Siglato dalla Camera di Commercio di Modena con l'Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia Romagna - Ufficio VIII Ambito territoriale per la provincia di Modena

La Camera di Commercio di Modena ha siglato un protocollo d'intesa con l'Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia Romagna - Ufficio VIII Ambito territoriale per la provincia di Modena finalizzato a promuovere la collaborazione, il raccordo e il confronto tra il sistema dell'istruzione e formazione, anche professionale, il sistema camerale e il mondo delle imprese. La legge 107/2015 prevede l'istituzione del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro, con la finalità di supportare i tutor scolastici delle Scuole secondarie di II grado nella progettazione di percorsi di alternanza sempre più efficaci. In attesa che tale Registro sia pienamente operativo, la Camera di Commercio, in virtù del suddetto protocollo d'intesa, fornirà gratuitamente ai dirigenti scolastici o ai docenti delegati, elenchi di imprese da contattare al fine di progettare percorsi

di alternanza attinenti agli indirizzi scolastici degli studenti coinvolti. Verranno inoltre organizzate iniziative congiunte di confronto e presentazione delle risultanze delle attività svolte in attuazione dell'accordo.

Il Presidente della Camera di Commercio Maurizio Torreggiani ha sottolineato che: "la Camera ha ritenuto di dover anticipare l'attuazione del Registro nazionale per l'alternanza scuola-lavoro attivando le giuste sinergie con l'Ufficio Scolastico territoriale; il collegamento tra le giovani generazioni e il mondo imprenditoriale e lavorativo rappresenta un ambito di intervento particolarmente rilevante, nonché un valido investimento sul futuro".

La Dirigente dell'Ufficio Scolastico Silvia Menabue ha espresso vivo apprezzamento per il proficuo percorso di collaborazione intercorso in questi anni con la

Camera di Commercio di Modena: "Il Protocollo siglato - osserva la Dott.ssa Menabue - si offre come concreto strumento di supporto alle Scuole e ai Dirigenti Scolastici nel compito loro affidato di progettare percorsi di alternanza scuola lavoro che arricchiscano la formazione scolastica con l'acquisizione di competenze maturate sul campo".



Vivere i viaggi CON LA START UP TRIPSY

Nasce a Modena un portale dedicato ai viaggiatori che cercano esperienze a contatto con i territori e i loro abitanti

ERMES FERRARI

Immaginate di progettare una vacanza, breve o lunga che sia non importa. E immaginate di volerla vivere "da dentro", all'interno delle comunità che vivono nel territorio che volete visitare. Beh, da oggi c'è un portale modenese che aiuta a farlo. E' Tripsy (www.tripsy.it), un sito che nasce dalle esperienze di viaggio dei promotori di questa start up. "Siamo partiti da una considerazione – racconta Vincenzo Sciumbata, uno dei protagonisti di questa intrapresa – che la vera ricchezza di un viaggio arriva dalla contaminazione con il territorio, con chi ci vive quotidianamente". Perché è questo che fa Tripsy: far vivere le comunità delle località che si intendono visitare attraverso i racconti e i contatti umani di chi ci vive. "Di fatto, il sistema si basa sulla disponibilità dei tripsyer – al momento ne abbiamo circa una quarantina – che potrebbero essere definiti come esperti locali in grado di aiutare i visitatori a programmare il proprio viaggio alla scoperta del loro territorio al di fuori dei circuiti più turistici, magari coinvolgendoli in attività e iniziative che consentano di sviluppare anche i contatti umani, le esperienze". Un esempio tutto modenese? "In occa-





sione del festival del Racconto di Carpi e in collaborazione con la locale amministrazione, abbiamo organizzato un corso di cucina tenuto da una vera rezdora che ha raccolto commenti entusiastici. C'è un modo migliore per apprezzare l'enogastronomia modenese? Ecco, di eccellenze di questo tipo in Italia ce ne sono parecchie, noi crediamo che il nostro portale possa aiutare a valorizzarle". Del resto, esperienze spagnole come la Boqueria di Barcellona o il meraviglioso mercato coperto di Valencia devono molto del loro successo a questo approccio.

Partendo da questi presupposti, Tripsy dal lato dell'offerta si propone al mercato italiano (attualmente i tripser sono in Emilia, Veneto, Calabria, ma anche in Abruzzo, Lazio Toscana, Sicilia e Piemonte), mentre sul lato della domanda i riferimenti sono internazionali.

Ma perché Modena, allora? "Per ragioni logistiche, innanzitutto, visto che tra i promotori ci sono un paio di colleghi modenesi e per questo abbiamo gli uffici qui. Ma mi piace anche ricordare che qui la nostra start up ha vinto un premio, il premio Intraprendere, un riconoscimento all'impegno di tutto il team". Una squadra multidisciplinare, che vanta competenze di marketing, comunicazione, fiscale e, ovviamente, informatiche.

"Nei primi mesi di attività – l'idea è nata a fine 2014 – ci siamo impegnati nella definizione del progetto. Anche nel 2015 abbia-

mo lavorato in questa direzione, e per questo abbiamo preferito contenere le attività di marketing e promozione del portale per continuare la nostra attività di studio del progetto e soprattutto di apprendimento. Contiamo di mettere a frutto il lavoro e i dati accumulati in questa prima fase, arrivando a sviluppare quest'anno una versione più completa e funzionale del portale, che ci consenta di attivare in maniera più intensiva anche le attività commerciali".

Green Up ovvero LA MOBILITÀ ELETRICA

2016 anno decisivo per le sorti della start up modenese che progetta mezzi elettrici per uso professionale

E. F.

Individuare un mercato, magari di nicchia – in questo caso, quello della mobilità professionale elettrica – utilizzare idee e tecnologie innovative, magari quelle del territorio. E' la filosofia di Green Up, una start up innovativa tutta modenese nata dall'idea di un ragazzo 26enne, Marcello Canova.

"Un'idea nata, nel 2011, e quasi per caso – spiega il giovane imprenditore – grazie ad una ricerca riguardante il mondo della green economy, svolta durante la formazione universitaria, è stato possibile riscontrare l'esigenza sempre maggiore di sostenibilità ambientale ad impatto zero".

Nascono così i primi prototipi di mezzi elettrici. L'idea sembra piacere ma alcuni aspetti, inizialmente sottovalutati, emergono; esempio i costi di produzione.

L'idea iniziale è di un prodotto di nicchia professionale, questo però comporta volumi ridotti che ricadono in modo negativo sul contenimento dei costi industriali di produzione che il mercato italiano fatica ad assorbire.

"Da qui - continua Marcello - lo sviluppo della nostra idea per adattare i ns. veicoli agli usi più svariati, sempre però in ambito professionale. Si sta parlando di centri commerciali, parchi divertimento, villaggi





PROFESSIONAL ELECTRIC VEHICLES



turistici, stazioni e aeroporti, case di cura e soprattutto proporre la gamma dei veicoli ad un mercato allargato, europeo, che sembra più pronto ad una sostenibilità ambientale ad impatto zero”.

Siamo nel 2013, il momento in cui questa idea d'impresa diventa una vera e propria start up innovativa; vengono elaborati i primi modelli (a proposito: interamente sul nostro territorio) e prendono il via anche i primi contatti commerciali, quanto meno per cercare per ottenere una valutazione del prodotto. “Abbiamo partecipato anche all'Hannover Messe per capirne di più e, oltre a rilevare come operare per migliorare i prodotti, le prime indicazioni che abbiamo ricevuto sono positive. L'idea sembra buona, in effetti. Il vero problema sono le differenze di mercato, nel senso che in Italia non c'è ancora abbastanza sensibilità al tema della mobilità elettrica anche in campo professionale. Perché, malgrado i costi, almeno dei modelli base, non siano così impraticabili (si va dai 2.500 euro fino agli 8.000 per i veicoli più specifici ed attrezzati), nel nostro Paese non c'è l'attenzione normativa né la preparazione culturale per favorire un approccio ambientale alle attività d'impresa. La situazione è diversa all'estero, dove il mercato è più attento a questo tema. Ma esportare implica costi alti e quindi difficilmente sostenibili da parte di una start up innovativa come la nostra”.

“Un ostacolo che, complice anche le difficoltà di accesso al credito, la poca concreta attenzione delle istituzioni a supportare le start up innovative, che se ne dica, rischia di diventare un problema insormontabile per far sì che una start up innovativa si concretizzi in una vera e propria azienda che potrebbe in un futuro prossimo creare occupazione a vari livelli”.

“Per questo il 2016 sarà probabilmente un anno determinante. Noi ci stiamo attrezzando per qualificare la nostra offerta commerciale in tutti i sensi, affidandoci anche a una società specializzata sui mercati esteri per trovare dealer interessati a distribuire i nostri prodotti sul mercato europeo. Ma non ci fermiamo alla sola commercializzazione: grazie alla collaborazione con un'altra start up innovativa, Eccentrica di Sassuolo, stiamo lavorando a un nuovo modello di veicolo adatto al trasporto dei letti negli ospedali così da facilitare il trasporto dei pazienti, all'interno della struttura ospedaliera, per le cure o gli esami specialistici. Insomma, non stiamo certo con le mani in mano”. Come si conviene a una start up innovativa ambiziosa come Green Up.

Promec, prossime iniziative

PER LE IMPRESE

Un nutrito calendario di appuntamenti per l'internazionalizzazione delle PMI modenesi

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

Incontri d'affari con operatori del settore agroalimentare: Germania, Austria Svezia e Finlandia

PROMEC, in collaborazione con la Camera di Commercio di Reggio Emilia e in partnership con la Camera di Commercio italiana per la Svezia e con la Camera di Commercio Italo - Tedesca di Monaco di Baviera e Stoccarda, organizza due giornate dedicate al settore agroalimentare a Reggio Emilia il 24 e 25 maggio prossimi; all'evento parteciperanno operatori appartenenti a tale comparto da Germania, Austria, Svezia e Finlandia interessati ad incontrare potenziali fornitori delle pro-

vince di Reggio Emilia e Modena.

Missione commerciale in Messico

Nell'ambito del Progetto "America Latina", PROMEC in collaborazione con PromoFirenze - Azienda Speciale della Camera di Commercio di Firenze, organizza una missione commerciale a Città del Messico e Monterrey, nei giorni dal 19 al 25 giugno 2016. L'iniziativa è rivolta ai seguenti settori produttivi: macchinari, abbigliamento (lusso), arredo e design, medicale, edilizia e costruzioni, energia e ambiente. Durante la missione le aziende italiane avranno un'agenda di incontri commerciali e visite d'affari presso operatori locali messicani.

Progetto Carpi Fashion System 2016

The screenshot shows the Promec website interface. At the top, there is a navigation bar with the Promec logo and the text "AZIENDA SPECIALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE Camera di Commercio di Modena". Below the navigation bar, there is a search bar and a date "martedì, 26 aprile 2016". The main content area is divided into several sections:

- L'AZIENDA**: A sidebar menu with items like "Chi siamo", "Mission", "I nostri valori", "Organi aziendali", "Il nostro network", "Sede e orari", and "Iban".
- COSA FACCIAMO**: A sidebar menu with items like "Attività", "Promozione Internazionale", "Informazione e Assistenza", "Formazione e Sportello Tecnologico", and "Marketing territoriale".
- LA FORZA DEL TERRITORIO**: A sidebar menu with items like "Attività", "Promozione Internazionale", "Informazione e Assistenza", "Formazione e Sportello Tecnologico", and "Marketing territoriale".
- In Evidenza**: A central section with three featured articles:
 - Progetto Regionale: I macchinari in Iran** (14/04/2016): "Un percorso di opportunità dopo l'Implementation DAY - Iscrizioni entro il 29 aprile ore 12.00".
 - halalitalia Progetto Regionale: Promozione certificazione di Conformità Halal** (22/04/2016): "Un corretto approccio nel mondo islamico dell'eccellenza del Made in Italy - Iscrizioni entro il 18 maggio".
 - Seminario pagamenti internazionali - Come tutelarsi e come formularli per essere competitivi** (05/04/2016): "Mercoledì 4 maggio 2016 ore 09.30-13.00 e 14.00-17.00 presso la sede camerale di Via Ganaceto 134 - Modena - Adesione entro il 28 aprile 2016".
- Programma Pro 2016**: A sidebar menu with items like "Biblioteca Internazionale" and "Corsi Qualità".
- INFoEXP**: A sidebar menu with the text "IL PARTNER ONLINE PER L'EXPORT DE".
- ExpoMO**: A sidebar menu with the text "The Excellence of 'Made in Modena'".
- ITALIANCO**: A sidebar menu with the text "Italian companies are".

Il nuovo sito dell'azienda speciale Promec: www.promecmodena.it

Nell'ambito del progetto Carpi Fashion System, PROMEC, in collaborazione con le Associazioni del territorio, organizza una missione incoming di operatori esteri da Corea del Sud, Francia, Irlanda, Regno Unito e Svizzera nei giorni 31 maggio -1 giugno 2016. L'iniziativa è rivolta alle aziende del distretto del settore maglieria e abbigliamento donna e accessori. La collezione che verrà presentata sarà quella per la stagione primavera/estate 2017 e flash su quella autunno/inverno 2016 -17.

Paesi europei e Russia - Incontri d'affari individuali per le imprese del settore meccanico

PROMEC e la Camera di Commercio di Reggio Emilia con la collaborazione di partner istituzionali e società di consulenza, organizzano in data 28 e 29 giugno p.v. due giornate di incontri d'affari individuali per le imprese del settore meccanico - macchinari e componentistica. Saranno invitati operatori esteri, provenienti dall'Area UE e dalla Russia, interessati ad entrare in contatto con le imprese del territorio. Per ogni impresa partecipante verrà organizzata un'agenda di incontri individuali sulla base del matching tra le richieste degli operatori esteri e l'offerta delle imprese del territorio.

Progetto "Verso Expo 2020 Dubai"

PROMEC, in collaborazione con l'Azienda Speciale SIDI-Europortello della C.C.I.A.A. di Ravenna come capofila, il sistema camerale regionale, e con il co-finanziamento della Regione Emilia Romagna, promuove il progetto "Verso EXPO 2020 Dubai: innovazione dell'Abitare/Costruire e del settore

wellness nei Paesi del Golfo Arabico". Dedicato alla filiera dell'edilizia/sistema casa/ costruzioni nell'area della Penisola del Golfo Arabico, il Progetto si pone l'obiettivo di sostenere un percorso di internazionalizzazione per le PMI della regione E.R. attraverso una serie di azioni di informazione, di accompagnamento e di promozione finalizzate a sviluppare opportunità d'affari e relazioni economiche in un'area mercato interessante per lo sbocco dei nostri prodotti, soprattutto in previsione di due eventi di portata mondiale: Expo Dubai 2020 e Mondiali FIFA Doha 2022.

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

Per informazioni: www.promecmodena.it



Dubai

Export modenese

UN 2015 IN CRESCITA

Il valore delle vendite estere delle imprese modenesi ammonta a 11,8 milioni, raggiungendo il picco degli ultimi sette anni

MAURA MONARI

Negli ultimi cinque anni l'economia italiana è stata trainata soprattutto dalle esportazioni, che hanno compensato la bassa domanda interna di beni di consumo e di investimento. Così le imprese esportatrici si sono dimostrate quelle più dinamiche e quelle che hanno subito le minori diminuzioni di fatturato. In particolare le esportazioni modenesi erano trainate soprattutto dai paesi in via di sviluppo come i BRICS, mentre l'economia dell'Unione Europea rallentava. Tuttavia negli ultimi tempi la locomotiva dei paesi emergenti sta un po' cedendo il passo: il prezzo basso del petrolio e delle materie prime ha messo in crisi alcuni dei maggiori produttori. Così il Brasile ha registrato due anni di recessione insieme alla Russia, che oltre al basso prezzo del petrolio sconta anche le restrizioni commerciali degli ultimi anni. Infine la Cina non è in recessione ma la minaccia delle bolle speculative legate al mercato azionario ed edilizio ne hanno rallentato la crescita. Inoltre il Documento di Economia e Finanza al varo dal Governo italiano ha tagliato la stima del Pil del 2016 dall'1,6% all'1,3%.

In questo quadro macroeconomico incerto

le esportazioni della provincia di Modena continuano a mantenere un andamento positivo, infatti nel 2015 aumentano del 3,4% passando da 11.387 milioni di euro a 11.774 milioni, il valore massimo degli ultimi 7 anni. A livello regionale l'andamento è ancora migliore, con un aumento del +4,4%, mentre il totale Italia segna una crescita del +3,8%.

La bilancia commerciale risulta comunque un dato incoraggiante per l'Italia: la differenza tra esportazioni ed importazioni è positiva e pari a 45.166 milioni di euro, con un rapporto tra import ed export pari all'89,1%. Tuttavia vi sono molte differenze fra le varie regioni, alcune sono in sensibile deficit commerciale, mentre l'Emilia Romagna è tra le più virtuose, con un surplus pari a 23.968 milioni di euro ed un rapporto import/export pari al 56,7%.

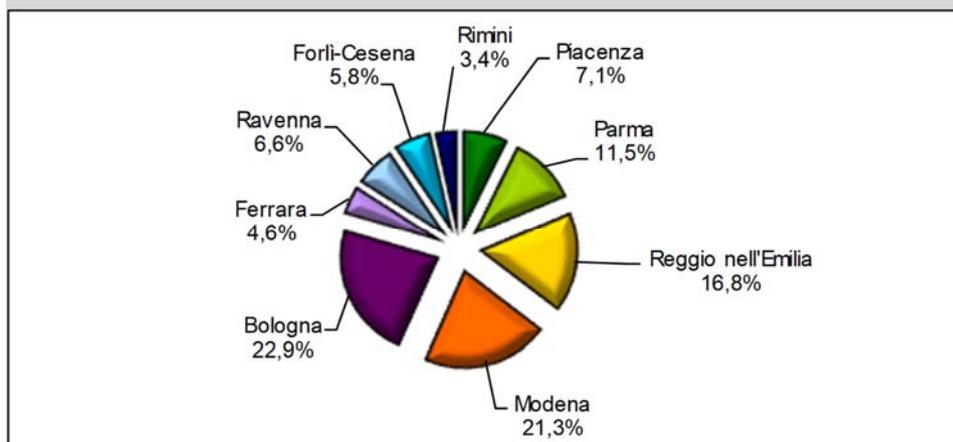
Da un esame delle singole province emiliano-romagnole risulta che nel 2015 sono incrementate più sensibilmente le esportazioni nelle province con minore apertura ai mercati esteri, così Parma sale del 9,6%, seguita da Forlì-Cesena (+7,1%) e da Piacenza (+5,9%). In valore assoluto invece

Importazioni ed esportazioni di Modena, Emilia Romagna e Italia – migliaia di euro

		Modena	Emilia Romagna	Italia
2014	import	5.179.288	30.253.381	356.938.847
	export	11.386.636	52.971.937	398.870.414
2015	import	5.156.420	31.354.349	368.715.332
	export	11.774.058	55.321.851	413.881.349
var. % export 14/15		3,4	4,4	3,8
saldo import/export 2015		6.617.638	23.967.502	45.166.017
Quota import/export 2015		43,8	56,7	89,1

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

Esportazioni delle province dell'Emilia Romagna – anno 2015



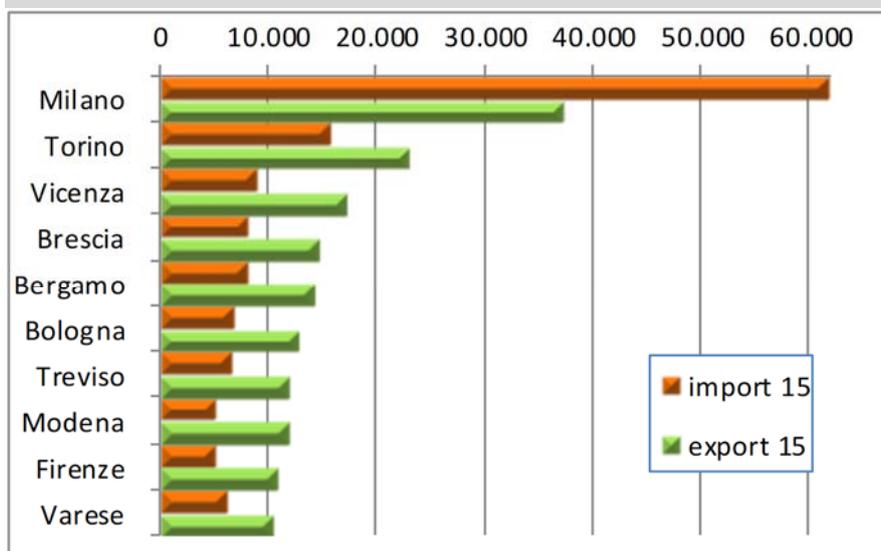
Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati ISTAT

Modena rimane saldamente al secondo posto con più di un quinto delle esportazioni regionali (21,3%) e a poco più di un punto percentuale da Bologna (22,9%). Inoltre la provincia di Modena detiene un primato in Emilia Romagna: le esportazioni sono più del doppio delle importazioni ed il saldo è pari a 6.618 milioni di euro a favore delle esportazioni, il più alto della regione, con un rapporto import/export pari al 43,8%, cioè le importazioni sono meno della metà delle esportazioni.

La classifica delle prime dieci province italiane per valore di esportazioni è rimasta pressoché invariata rispetto all'anno precedente: vede Milano in prima posizione con 36.966 milioni di euro; tuttavia risulta essere l'unica provincia della top ten che mostra l'export in calo (-1,1%). Seguono a distanza Torino e Vicenza ma con aumenti piuttosto cospicui (+10,5% e +5,5%), infine Modena è scesa in ottava posizione sorpassata da Treviso.

Considerando i saldi import/export la classifica viene trasformata, infatti al primo posto si posiziona Vicenza, con un surplus di 8.200 milioni di euro, segue Torino con 7.065 milioni e Modena risulta in terza posizione con 6.618 milioni di euro. Milano è l'unica provincia che presenta un deficit nella bilancia commer-

Prime dieci province italiane per valore delle esportazioni - milioni di euro



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

ciale, con le importazioni di valore quasi doppio alle esportazioni e un passivo di -24.671 milioni di euro.

Il dettaglio dell'export modenese presenta qualche leggero cambiamento nelle quote di prodotti esportati: al primo posto rimangono sempre le 'macchine e apparecchi meccanici' con il 28,0% e in lieve crescita nel 2015 (+2,6%), il secondo settore è rappresentato dai mezzi di trasporto con il 24,6% del totale, anche se quest'anno ha rallentato un po' la crescita (+3,7%) dopo che per alcuni anni aveva mostrato incrementi a due cifre. Migliora anche il peso della ceramica, che diviene il 17,8% del totale grazie ad una performance che da anni non si verificava in questo settore (+8,7%). Bene anche l'agroalimentare (+6,8%), mentre cala il tessile abbigliamento (-3,4%) arrivando per la prima volta ad una quota inferiore al 7% del totale. Tuttavia ancor peggio vanno i trattori (-19,7%), un tempo settore portante della provincia che ora detiene una quota inferiore all'1,0% dell'export.

Un discorso a parte merita il biomedicale, che oltre ad aver recuperato immediatamente le perdite subite con il terremoto, quest'anno registra una crescita eccezionale: esporta 86 milioni di euro in più rispetto al 2014 incrementando sensibilmente la propria quota grazie ad una variazione tendenziale del +29,5%.

Per quanto riguarda le aree di destinazione delle merci modenesi, nel 2015 si assiste ad un trasferimento delle quote export dai paesi in via di sviluppo ai mercati più tradizionali europei. Infatti molte aree risentono di situazioni di crisi, come l'Africa del Nord in cui l'instabilità politica della Libia ha bloccato l'economia registrando un calo del 13,8%. Male anche i paesi europei non appartenenti alla UE, dove in questo caso la discesa (-7,7%) è trascinata dai problemi politici ed economici della Russia. Anche l'America Centro Sud accusa un rallentamento economico a causa del calo dei prez-

zi delle materie prime (esportate soprattutto dal Brasile) e del petrolio, quest'ultimo prodotto invece dal Venezuela. Infine vi è un calo di vendite più lieve in Medio Oriente (-3,4%), sia a causa delle guerre in atto, ma soprattutto (anche in questo caso) a causa della diminuzione del prezzo del petrolio, principale risorsa dei paesi dell'Opec.

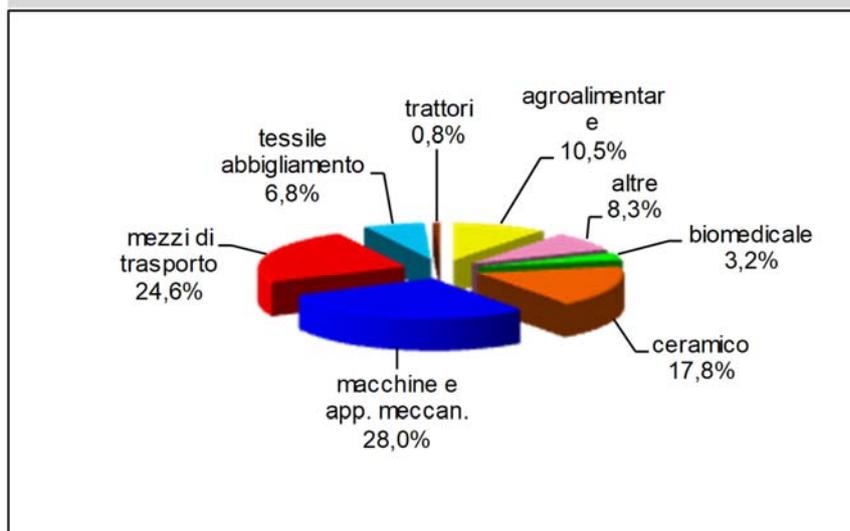
D'altro canto, alcuni paesi europei stanno emergendo dalla crisi, incrementando così gli acquisti dalla provincia modenese. Infatti il mercato dell'Unione Europea copre pur sempre più della metà dell'export provinciale. Nel 2015 la miglior performance deriva dai 13 nuovi paesi entrati nella UE che aumentano dell'11,4%, mentre il vecchio nucleo europeo mostra un andamento più contenuto (+4,4%).

Aree ancora positive sono l'Africa Centro Sud (+8,2%) e l'Asia che, nonostante il rallentamento dell'economia cinese, continua a segnare un +5,2%.

Infine, la top ten dei primi dieci paesi per esportazioni, vede da alcuni anni al primo posto gli Stati Uniti, che anche quest'anno registrano un ottimo incremento (+8,2%) dovuto sia alla svalutazione dell'euro nei confronti del dollaro, sia al buon andamento dell'economia americana.

Entrano in classifica il Giappone (+10,2%) e l'Austria (-5,7%) al posto di Russia (-37,6%) e Cina (-17,4%), mentre trainano l'export europeo la Spagna (+15,2%), i Paesi Bassi (+14,6%) e il Regno Unito (+12,8%). In lieve aumento la Germania (+1,1%), mentre la Francia segna il passo (-2,0%).

Esportazioni della provincia di Modena per settori di attività – anno 2015

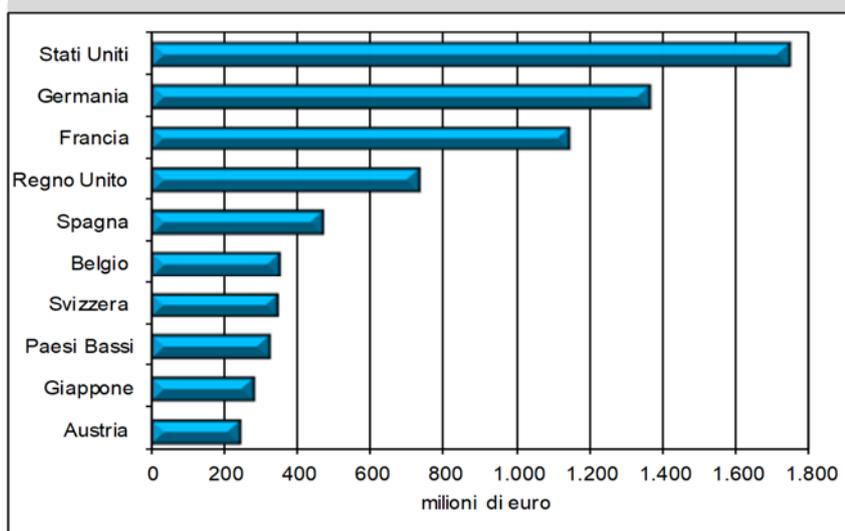


Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati ISTAT

Esportazioni della provincia di Modena per aree geoeconomiche			
anno 2015			
	Milioni di euro	composizio ne %	Variazione % 2014/2015
Africa Centro Sud	128	1,1	8,2
Africa Nord	258	2,2	-13,8
Paesi Europei non UE	848	7,2	-7,7
America Centro Sud	489	4,2	-6,5
Asia	1.352	11,5	5,2
Canada e Groenlandia	156	1,3	31,3
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	829	7,0	11,4
Medio Oriente	593	5,0	-3,4
Oceania	177	1,5	2,9
Stati Uniti	1.747	14,8	8,2
Unione Europea a 15 paesi	5.197	44,1	4,4
Totale	11.774	100,0	3,4

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

Primi dieci paesi di sbocco per le esportazioni modenesi – anno 2015



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

In lieve flessione

LE IMPRESE REGISTRATE

I dati sulla demografia delle imprese modenesi nel primo trimestre 2016 elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio

M.MO.

I dati sulla demografia delle imprese elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio mostrano una leggera contrazione nel tessuto produttivo modenese nel primo trimestre del 2016. Le imprese registrate passano infatti da 74.644 al 31 dicembre 2015 a 74.335 al 31 marzo 2016, con una diminuzione pari al -0,4%.

Questo andamento è perfettamente in linea con gli anni passati, in quanto le iscrizioni e le cessazioni delle imprese sono caratterizzate da una forte stagionalità e proprio nel primo trimestre di ciascun anno si concentrano le cessazioni. Così nel primo trimestre 2016 le imprese iscritte risultano 1.370 a fronte di 1.669 imprese cessate non d'ufficio, con un saldo negativo pari a -299 attività economiche, lievemente peggiore rispetto al primo trimestre 2015. Rispetto a questo trimestre le iscrizioni sono diminuite (1.370 contro 1.459, -6,1%) così come le cessazioni (1.669 contro 1.699, -1,8%).

Il relativo tasso di sviluppo pari a -0,40% è simile a quello regionale (-0,47%), ma più basso del totale Italia (-0,21%). Tale risultato fa scendere Modena al sessantottesimo posto della classifica provinciale, nella quale tuttavia sono prevalenti gli andamenti negativi: solamente 14 province registrano infatti piccoli aumenti del numero di imprese.

Il raffronto con i dati al 31 marzo 2015 mostra un lievissimo aumento delle imprese registrate (+31), che però comporta un incremento percentuale nullo, mentre il dato regionale risulta in diminuzione (-0,3%) e quello nazionale in aumento (+0,4%).

Il confronto tendenziale delle diverse tipologie di imprese registrate mostra come le aziende giovanili siano più in diminuzione rispetto alle altre (-3,5%); anche le imprese artigiane sono in calo (-1,8%), mentre crescono le imprese femminili



(+1,2%) e ancor più le imprese straniere (+4,5%).

Le imprese attive, cioè quelle che hanno dichiarato l'effettivo inizio dell'attività, mostrano lo stesso andamento delle registrate, cioè diminuiscono dello 0,4% sia come variazione congiunturale che tendenziale.

La divisione per forma giuridica sottolinea ancora una volta la decrescita delle società di persone (-2,3%) e delle ditte individuali (-1,2%), mentre continua l'aumento delle società di capitale (+2,6%) e delle 'altre forme giuridiche' (+1,0%).

La variazione tendenziale del numero delle imprese attive per settori di attività conferma l'andamento negativo delle imprese agricole, manifatturiere e delle costruzioni, infatti le prime perdono in un anno il -1,0%, mentre va peggio per le costruzioni (-1,3%) e per il manifatturiero (-1,8%). Il totale servizi continua ad au-

mentare leggermente (+0,3%).

All'interno del manifatturiero vi sono andamenti molto differenti, con settori nettamente positivi come la 'fabbricazione di articoli in gomma e plastica' (+4,2%), la 'riparazione e manutenzione (+1,4%) e la 'fabbricazione di mezzi di trasporto' (+1,3%), mentre calano le imprese della ceramica (-6,3%), dell'industria del legno (-3,9%) e della 'fabbricazione di mobili (-3,3%).

Nei servizi la maggioranza dei settori ha un trend positivo, in particolare il 'noleggio e servizi per le imprese' (+5,9%), la 'sanità e assistenza sociale' (+5,4%) e l'istruzione privata (+4,4%), mentre sono in calo il 'trasporto e magazzinaggio' (-1,4%) e il commercio (-0,9%) che rimane comunque il settore con il numero più elevato di imprese.

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

	Modena			Emilia Romagna			Italia		
	I 2016	I 2015	var.%	I 2016	I 2015	var.%	I 2016	I 2015	var.%
Registrate	74.335	74.304	0,0	460.152	461.421	-0,3	6.038.891	6.013.167	0,4
Iscritte	1.370	1.459	-6,1	8.762	9.081	-3,5	114.660	114.502	0,1
Cessate non d'ufficio	1.669	1.699	-1,8	10.927	11.186	-2,3	127.341	133.187	-4,4
Saldo	-299	-240		-2.165	-2.105		-12.681	-18.685	

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

Particolari tipologie di imprese registrate in provincia di Modena

	Imprese registrate		
	I trim. 2015	I trim. 2016	variazione %
imprese giovanili	5.402	5.214	-3,5
imprese straniere	7.515	7.850	4,5
imprese femminili	14.967	15.149	1,2
Imprese artigiane	21.601	21.209	-1,8

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

Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

Classe di Natura Giuridica	Imprese attive al 31/03/2016	Imprese attive al 31/03/2015	Saldo	Var. %
Società di capitale	16.661	16.238	423	2,6
Società di persone	13.057	13.362	-305	-2,3
Imprese individuali	34.962	35.379	-417	-1,2
Altre forme giuridiche	1.402	1.388	14	1,0
Totale	66.082	66.367	-285	-0,4

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

Imprese attive per settore in provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/03/2016	Totale imprese al 31/03/2015	Saldo imprese attive	Variazione %
Agricoltura, silvicoltura pesca	8.305	8.392	-87	-1,0
Estrazione di minerali da cave e miniere	40	43	-3	-7,0
Attività manifatturiere	9.708	9.882	-174	-1,8
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	113	103	10	9,7
Fornitura di acqua; reti fognarie	90	89	1	1,1
Costruzioni	10.692	10.831	-139	-1,3
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	14.686	14.814	-128	-0,9
Trasporto e magazzinaggio	2.313	2.346	-33	-1,4
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.801	3.762	39	1,0
Servizi di informazione e comunicazione	1.364	1.346	18	1,3
Attività finanziarie e assicurative	1.400	1.387	13	0,9
Attività immobiliari	5.142	5.126	16	0,3
Attività professionali, scientifiche e tecniche	2.829	2.827	2	0,1
Noleggio e servizi di supporto alle imprese	1.693	1.598	95	5,9
Istruzione	214	205	9	4,4
Sanità e assistenza sociale	292	277	15	5,4
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	631	611	20	3,3
Altre attività di servizi	2.751	2.711	40	1,5
Imprese non classificate	18	17	1	5,9
Totale	66.082	66.367	-285	-0,4

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

Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/03/2016	Totale imprese al 31/03/2015	Saldo imprese attive	Variazione %
Industria alimentare	874	867	7	0,8
Tessile abbigliamento	2.417	2.487	-70	-2,8
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	349	363	-14	-3,9
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	88	87	1	1,1
Stampa e riproduzione di supporti registrati	253	259	-6	-2,3
Industria chimica e farmaceutica	98	97	1	1,0
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	200	192	8	4,2
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	476	508	-32	-6,3
Metalmeccanico	3.453	3.532	-79	-2,2
Fabbricazione mezzi di trasporto	159	157	2	1,3
Fabbricazione di mobili	205	212	-7	-3,3
Altre industrie manifatturiere	467	461	6	1,3
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	669	660	9	1,4
Totale manifatturiero	9.708	9.882	-174	-1,8

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

I risultati economici

DELLE SOCIETA' MODENESI

Una elaborazione dei bilanci societari depositati alla Camera di Commercio di Modena

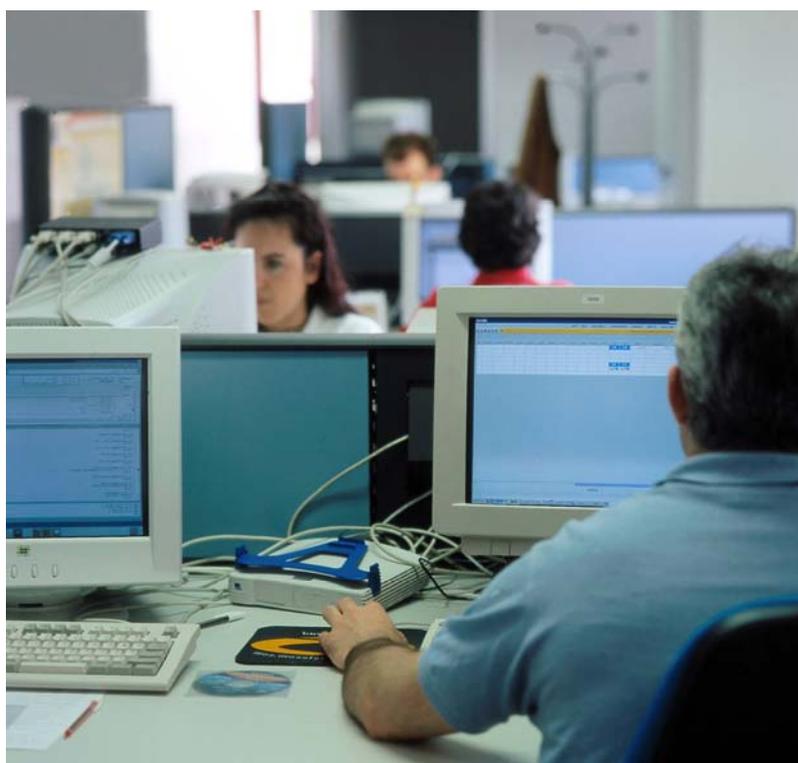
E. S.

I risultati contabili delle società di capitali modenesi sono disponibili con riferimento all'anno 2014, cioè all'ultimo bilancio depositato al Registro Imprese. La società consortile delle Camere di commercio italiane Infocamere con questi dati realizza un report periodico, disaggregato a livello provinciale, che fornisce un quadro dettagliato della posizione economico-finanziaria e del trend registrato dalle società negli ultimi tre anni.

L'ultima elaborazione diffusa a gennaio 2016 comprende i dati di 13.627 società di capitali della provincia di Modena e traccia un quadro della struttura di tale insieme: le micro imprese (con valore della produzione inferiore a 2 milioni di euro) sono numericamente la maggioranza con una quota pari all'83,3%, seguono le piccole (valore della produzione fino a 10 mln) con una quota del 12,4% e le medie (fino a 50 mln) che rappresentano il 3,1% del

totale. Le grandi imprese (con produzione oltre i 50 mln) sono soltanto lo 0,6% del totale, ma hanno un valore della produzione quadruplo rispetto al primo gruppo, 14,5 miliardi di euro contro i 4,4 miliardi delle micro imprese.

Guardando ai principali aggregati economici delle società, nell'anno 2014 emerge un valore della produzione complessivo di 34,7 miliardi e medio per azienda di 2,5 milioni contro i 2,8 dell'anno 2013. Il valore aggiunto è pari a 6,9 mld in totale, e a 508 mila euro in media (anch'esso in calo rispetto ai 548 mila euro del 2013). L'Ebit, ovvero il risultato pre imposte e oneri finanziari che esprime la capacità dell'azienda di generare reddito prima della remunerazione del capitale, supera il miliardo nel complesso mentre in media raggiunge la cifra di 78.800 euro. Il risultato ante imposte è



Indicatori di bilancio 2014 delle società di capitali della provincia di Modena per settore economico

SETTORI	ROI	ROS	CAPITAL TURNOVER	ROE	INDIPENDENZA FINANZIARIA
Agricoltura e attività connesse	0,9	2,2	39,7	-1,4	27,3
Attività manifatturiere, energia, minerarie	4,5	4,4	101,7	5,8	33,3
Costruzioni	0,6	1,4	43,8	-5,8	21,7
Commercio	2,1	1,4	153,2	3,1	25,9
Turismo	-0,6	-0,8	74,6	-15,9	25,8
Trasporti e Spedizioni	2,9	1,9	155,3	2,0	20,2
Assicurazioni e Credito	0,0	0,6	2,8	0,3	57,3
Servizi alle imprese	1,5	6,9	21,5	2,1	45,5
Totale imprese registrate	2,4	3,1	78,7	2,7	34,7

Fonte: Infocamere

Nota: elaborazioni al 7/1/2016 su 13.627 bilanci dell'anno 2014

ROI: redditività operativa del capitale investito (in %)

ROS: margine di reddito operativo realizzato sulle vendite (in %)

ROE: remunerazione del capitale di rischio (in %)

Capital Turnover: indicatore della capacità del capitale investito di generare vendite

Indipendenza finanziaria: proporzione di attivo finanziato attraverso capitale proprio (in %)

di 1 miliardo (in media 73.771 mila euro, in aumento rispetto ai 67 mila euro del 2013) mentre quello netto sfiora i 445 milioni (32.646 la media per azienda, in miglioramento rispetto ai 27 mila euro dell'anno precedente). Tali dati sono calcolati anche per settore di attività, zona geografica e forma giuridica. Così si evince che una società del manifatturiero nel 2014 ha generato in media un Ebit di 218 mila euro (228 nel 2013), contro i 71 mila di una del commercio (64 mila nel 2013) o i 50 mila del settore trasporti e spedizioni (46 mila 2013), solo per citare i settori più remunerativi. Un settore con Ebit negativo è il turismo, che comprende servizi di alloggio, ristorazione e bar, con -4 mila euro in media pro capite (in risalita rispetto ai -25 mila del 2013).

Le società che hanno riportato un utile, tra quelle che hanno presentato il bilancio 2014, sono 8.605 (8.477 nel 2013), il loro valore della produzione supera i 30 miliardi di euro ed accusa un decremento del -14,1% rispetto al 2013; in Italia la corrispondente variazione è stata del -13%.

Le società in perdita, sempre nel 2014, sono 5.022 con un valore della produzione di 4,5 miliardi, in calo del -30,8% rispetto all'anno precedente, mentre in Italia è andata ancora peggio: -36,7%. Nel 2013 risultavano le società in perdita erano 5.606.

GLI INDICI PER SETTORI DI ATTIVITA'

Il confronto dei principali indicatori di bilancio calcolati per settore di attività consente di tracciare un quadro della situazione economico finanziaria dei diversi comparti dell'economia modenese, nonché di loro caratteristiche strutturali. Esaminando il ROI, ovvero la redditività del capitale investito, i settori più dinamici appaiono il manifatturiero (con un indicatore pari al 4,5%, ben superiore alla media che si attesta sul 2,4%) e i trasporti e spedizioni (2,9%); inferiore alla media il ROI di tutti gli altri comparti, negativo quello del settore turistico (alloggi, bar e ristorazione): -0,6%.

Il ROS, che indica il margine di reddito operativo realizzato sulle vendite, è in media del 3,1%; superiori a tale valore sono gli indicatori del manifatturiero (4,4%) e dei servizi alle imprese (+6,9%); anche in questo caso si confermano le difficoltà del turismo (-0,8%).

Il Capital Turnover misura la capacità del capitale investito di generare vendite e si attesta in media su un valore di 78,7. Vi sono settori tuttavia che riportano un indicatore quasi doppio del valore medio e sono il commercio (153,2) e i trasporti-spedizioni (155,3).

Il ROE, ovvero la remunerazione del capitale di rischio, raggiunge una media del 2,7%. Al di sopra di questo valore vi sono i settori manifatturiero (5,8%) e commercio

(3,1%). In negativo ancora una volta il settore legato al turismo (-15,9%), ma anche le costruzioni (-5,8%) e l'agricoltura (-1,4%).

L'indicatore di Indipendenza finanziaria, che misura la proporzione di attivo finanziato attraverso il capitale proprio, è in media del 39%. Buoni i valori mostrati dai settori assicurazioni-credito (61,9%) e servizi alle imprese (52,6%).

LA COMPARAZIONE TRA SOCIETÀ COMPRESENTI

Ulteriori considerazioni si possono trarre operando una comparazione con i bilanci depositati negli anni precedenti. Il campione esaminato in questa ulteriore elaborazione è l'insieme delle 7.964 società compresenti nel triennio 2012 – 2014, per garantire la comparabilità dei dati. Tale insieme inoltre è stato selezionato escludendo le società che hanno registrato nell'ultimo anno un "valore della produzione" inferiore a 100.000 euro, al fine di ottenere un universo che costituisca la parte più strutturata del sistema produttivo; in questo modo i valori elaborati sono particolarmente rilevanti per cogliere la consistenza economica delle imprese della provincia e la loro evoluzione nel medio periodo (ultimo triennio).

Il valore della produzione di questo insieme è cresciuto nel 2013 del 2,8% (rispetto all'anno precedente) e nel 2014 dell'1,1%; il valore aggiunto ha riportato incrementi del 4,4% dal 2012 al 2013 e del 3,5% nel 2014. L'Ebit ha mostrato un aumento del 5,2% nel 2013 e del 17% nel 2014. Il risultato ante imposte è cresciuto del 14,4% dal 2012 al 2013 e del 18,4% nel 2014. Il risultato netto ha evidenziato aumenti ancora più consistenti: +20,1% nel 2013 e +22,3% nel 2014.

Nel campione considerato le imprese in utile sono 5.882 nel 2014 e aumentano del +3,2% rispetto all'anno precedente; il loro valore della produzione totale (28,6 miliardi) si incrementa, invece, del +4,3%, una dinamica leggermente inferiore alla crescita media nazionale, +5,2%.

Le società di capitali in perdita, nel campione, sono pari a 2.082, e riportano una diminuzione del -8%; il corrispondente valore della produzione (4 miliardi) è calato in un anno del -17,1%, trend particolarmente negativo anche in confronto con la media nazionale risultata del -11%. Le società in utile sono nettamente più numerose di quelle in perdita in tutti i comparti di attività economica.

I risultati dei principali indicatori di redditività mostrano nel 2014 valori positivi e in miglioramento rispetto al 2013 per l'intero campione: il ROI è passato dal 2,8% al 3,2%, il ROS dal 3% al 3,5%; il ROE dal 3,4% al 3,9%. Il capital turnover è rimasto invariato sul valore 0,9. Il grado di indipendenza finanziaria (capitale proprio diviso attivo totale) è aumentato passando dal 33% del 2013 al 34,2% del 2014.

La situazione appare nel complesso più favorevole rispetto a quanto evidenziato nella stessa elaborazione effettuata lo scorso anno sui dati 2013, quando gli indi-

catori di redditività apparivano in generale peggioramento rispetto al 2012.



Le situazioni di crisi d'impresa

IN PROVINCIA DI MODENA

Tra le procedure concorsuali, diminuiscono i fallimenti ma aumentano i concordati nel 2015 rispetto al 2014. Le aperture di scioglimenti e liquidazioni volontarie sono in netta flessione

E. S.

Nell'anno 2015, in base ai dati di Infocamere, sono stati aperti in provincia di Modena 182 fallimenti contro i 204 del 2014, con un calo del -10,8%, variazione superiore alla media nazionale del -5,3%. I settori più colpiti sono stati il manifatturiero con 58 casi, le costruzioni (36), il commercio (31) e i servizi alle imprese (29).

Sempre nel 2015 si è registrata in provincia di Modena l'apertura di 37 concordati e accordi di ristrutturazione del debito, in netto aumento rispetto ai 27 del 2014 (+37%); a livello nazionale si evidenzia invece un decremento del -23,8%. Anche in questo caso i settori più interessati dal fenomeno sono il manifatturiero (12) e le costruzioni (10).

Alla data del 31 dicembre 2015 nel Registro della Camera di Commercio di Modena si contano 1.306 imprese con procedure concorsuali in atto, contro le 1.258 della medesima data dell'anno precedente, con un aumento del +3,8%.

Gli scioglimenti di imprese e le liquidazioni volontarie aperti nell'intero anno 2015 in provincia sono stati 1.252 contro i 1.358 registrati nel 2014; il calo percentuale registrato è pari al -7,8%.

I settori più colpiti sono i servizi alle imprese (277 casi) e il commercio (255 casi); 199 sono le occorrenze registrate nel manifatturiero.

Alla data del 31 dicembre 2015 nel Registro Imprese di Modena le posizioni in fase di scioglimento o liquidazione risultano essere 3.115 con un incremento annuo del +0,4%.

DOP & IGP

l'eccellenza a tavola

SECONDO IL REPORT DI QUALIVITA

Modena terza provincia in Italia per fatturato dei prodotti con indicazioni geografiche UE

ELISABETTA SILVESTRI

Una quantità certificata pari a 1,47 milioni di tonnellate di prodotti Food e 23 milioni di ettolitri per il comparto Wine. Complessivamente in Italia il valore della produzione con indicazioni geografiche UE nei settori alimentare e viticolo raggiunge i 13,4 miliardi di euro, con una crescita del +4% su base annua e un peso del 10% sul fatturato totale agroalimentare; il valore delle esportazioni è di 7,1 miliardi di euro, un incremento di oltre il +8% su base annua, per un peso complessivo del 21% sul totale dell'export agroalimentare italiano (dati riferiti all'anno di produzione 2014). L'Italia rimane leader mondiale per numero di certificazioni, con 805 prodotti iscritti nel registro UE, di cui 282 Food e 523 Wine (dati al 10.02.2016). Le regioni italiane con maggior numero di certificazioni sono il Veneto e la Toscana con 90 prodotti, il Piemonte con 81, la Lombardia con 77 e l'Emilia Romagna con 73. Un sistema che garantisce qualità, sicurezza e trasparenza anche attraverso i 219 Consorzi di tutela riconosciuti dal MIPAAF, 124 per i prodotti agroalimentari certificati e 95 per i vini DOP e IGP. Questi i numeri più salienti presentati nel Rapporto 2015 sulle produzioni italiane agroalimentari e vitivinicole dop, igp e stg redatto dalla Fondazione Qualivita in collaborazione con ISMEA, e diffuso a febbraio 2016.

MODENA E LE SUE TIPICITÀ

Nel report si evidenzia come non esista in Italia un solo comune privo di prodotti certificati. Si è così pensato di comparare le diverse province effettuando un'analisi del valore economico legato alle filiere delle DOP IGP per relativo areale di produ-



zione, al fine di restituire un'immagine dell'impatto dei prodotti certificati sui territori d'Italia.

Il posizionamento della nostra provincia in questo quadro di insieme è di tutto rispetto: con 24 prodotti certificati e un impatto economico pari a 408 milioni di euro siamo terzi a livello nazionale dopo Parma (che vanta 15 prodotti e un impatto di 963 mln) e Bolzano (con 11 prodotti e 458 mln). Nel comparto Food la graduatoria ci vede addirittura secondi in Italia con 15 prodotti e un valore pari a 376 milioni di euro dopo la provincia di Parma che appare ben al di sopra (951 milioni). La variazione annuale del Food per Modena è positiva del +4,2%, mentre Parma aumenta solo del +3,4%.

Nell'ampio paniere delle indicazioni geografiche italiane, vi sono tre soli prodotti che fanno la parte del leone assommando più del 50% del valore della produzione totale: si tratta del Grana Padano, al vertice con un valore alla produzione complessivo di 1.361 milioni di euro una quota del 21,3%, del Parmigiano Reggiano al secondo posto con 1.205 milioni ovvero il 18,9% del totale e del Prosciutto di Parma (701 milioni, l'11% del totale).

Nella classifica nazionale dei prodotti a indicazione geografica per valore alla produzione troviamo due prodotti modenesi nei primi quattro posti: vi è come visto il Parmigiano Reggiano anche se va detto che il suo territorio di produzione è ben più vasto di quello della nostra provincia; il trend del prodotto è purtroppo negativo, infatti si riscontra una variazione del valore alla produzione pari al -1,3% nel 2014 rispetto all'anno precedente.

Al quarto posto si trova l'Aceto Balsamico di Modena IGP con una produzione valorizzata sui 292 milioni di euro, una quota sul totale nazionale del 4,6% e una variazione annuale che ne decreta il crescente successo, +12,5%. Il prodotto nel 2015 è stato, inoltre, protagonista di una afferma-

zione a livello di tutela importante per tutte le indicazioni geografiche: infatti due sentenze arrivate dalla Germania per la difesa dell'Aceto Balsamico di Modena IGP hanno affermato che i comportamenti evocativi sono illeciti e che prodotti con queste caratteristiche non possono essere commercializzati. La produzione certificata di Aceto Balsamico di Modena IGP sfiora i 98 milioni di litri nel 2014, con una variazione del +12,4% rispetto all'anno precedente.

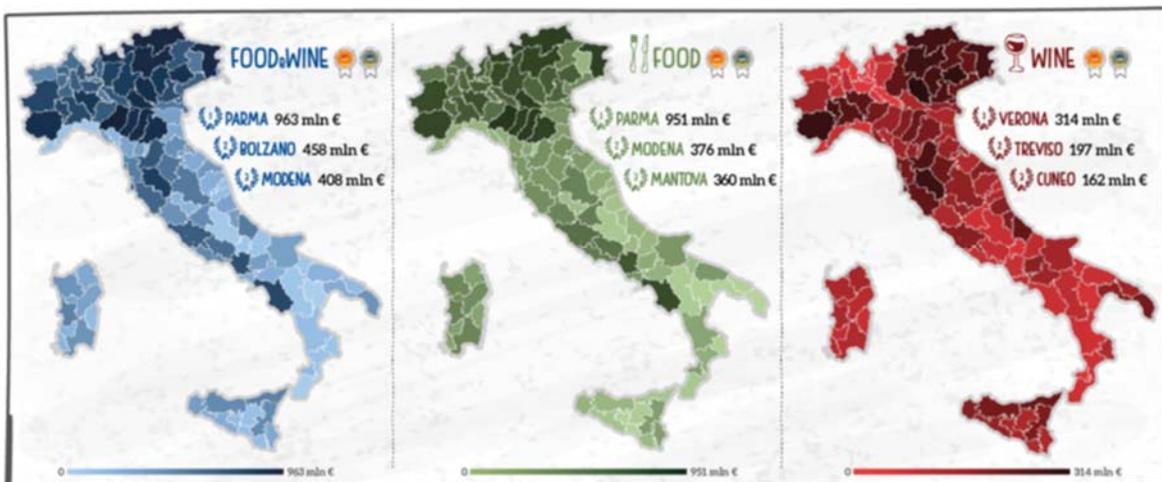
L'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP, prodotto d'assoluta eccellenza ma di nicchia in quanto a volumi, ha una produzione di 8 mila litri, in calo del -3,2%. Il valore alla produzione è di 2,5 milioni di euro e subisce un decremento su base annua del -6,0%.

Nel report vi è poi un focus specifico sui prodotti a base di carne, che vede il Cotechino di Modena IGP nella top ten con una produzione certificata di 10 tonnellate nel 2014 ovvero una quota del 5,3% sul totale nazionale e una variazione del -6% rispetto all'anno precedente. Modena è la diciannovesima provincia italiana nella graduatoria calcolata in base all'impatto economico dei prodotti a base di carne, con un valore di 8,5 milioni in calo del -3,1%, per 7 prodotti certificati.

NUOVI MODELLI DI CONSUMO

Nel rapporto si sottolinea anche che oggi "la qualità, la sicurezza alimentare e il benessere si attestano come aspetti primari nei modelli di consumo degli italiani, affermandosi come priorità anche nei confronti del risparmio economico. Oltre la metà degli italiani acquista con frequenza prodotti a marchio DOP e IGP (53,8%), una quota che sale del +7,4% rispetto al 2012. Inoltre otto italiani su dieci scelgono prodotti agroalimentari made in Italy e il controllo di etichettatura e provenienza

Impatto economico dei prodotti con certificazione UE per provincia— Anno 2014



Fonte: Rapporto 2015 sulle produzioni italiane agroalimentari e vitivinicole dop, igr e stg di Fondazione Qualivita e ISMEA

dei prodotti è un priorità per tre italiani su quattro. Significativo anche il dato sui prodotti stagionali, prediletti da oltre otto consumatori su dieci”.

CONSIDERAZIONI FINALI

Raffaele Borriello, Direttore Generale Ismea, ha sottolineato che “l’incremento del numero delle richieste di protezione in Italia, in Europa e anche fuori dai confini comunitari, rappresenta un segnale importante dell’interesse verso un modello basato sulla qualità alimentare e sulla sua certificazione. Un modello in cui l’Italia eccelle con i suoi 569 prodotti DOP e le sue 230 IGP, mantenendo saldo il suo primato in Europa e nel mondo. Nel 2015, nel nostro Paese ci sono stati ulteriori nove riconoscimenti, a riprova del fatto che produttori e territori continuano a credere nella qualità e a investire nel sistema di riconoscimento e certificazione comunitario. Quest’anno, il patrimonio italiano si è arricchito di due formaggi DOP (il Pecorino delle Balze Volterrane e il Silter), di due prodotti IGP nel segmento della Panetteria (La Focaccia di Recco col formaggio e il Pampapato di Ferrara), accanto a tre prodotti Ortofrutticoli (Patata Rossa di Colfiorito IGP, Patata novella di Galatina DOP e Cipolla bianca di Margherita IGP) e a due IGP a base di carne (il Salame Piemonte e la Finocchiona).

Mauro Rosati, Direttore Generale Fondazione Qualivita, ha evidenziato che “ci sono ancora molti margini di crescita nell’ampio paniere delle IG italiane, in cui dieci denominazioni fatturano quasi l’80% del totale del settore. Per consolidare il sistema, è giunto il momento di concentrare maggiori sforzi su quelle produzioni che realmente possono aumentare i fatturati... La fotografia che ci rilascia questo rapporto evidenzia come il mondo dei prodotti DOP IGP sia ormai di fatto un sistema economico evoluto che esprime tutto il suo potenziale soprattutto quando gioca in squadra e non si divide”.



Concorso enologico “Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco”

La Camera di Commercio di Reggio Emilia, in collaborazione con le Camere di Commercio di Modena, Parma e Mantova, organizza la settima edizione del Concorso Enologico “Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco” con l'obiettivo di promuovere e valorizzare in Italia e all'estero il vino Lambrusco e il suo territorio di produzione. La selezione dei migliori vini è prevista per il 26 maggio ad opera di commissioni di tecnici e sommelier. Il concorso riguarda quattro categorie di vini: Vini Lambrusco frizzanti a denominazione di origine controllata (Dop), Vini Lambrusco frizzanti designati con indicazione geografica tipica (Igp), Vini Lambrusco spumanti a denominazione di origine controllata (Dop) e, dallo

scorso anno, i Vini Lambrusco spumanti ad Indicazione Geografica Tipica (Igp). La proclamazione ufficiale dei vini premiati è prevista per fine giugno, quando andrà in scena l'Educational Tour per la stampa specializzata e sarà pubblicata la nuova guida “Terre di Lambrusco 2016”. Info: www.concorsolambrusco.it



A Fanano la fiera delle imprese simulate

Valorizzare i percorsi scuola lavoro, avvicinare i giovani e gli studenti delle scuole superiori al mondo delle imprese, favorendo la partecipazione delle imprese stesse nelle attività scolastiche. E' questo l'obiettivo del progetto Simulimpresa, nell'ambito del quale si è tenuta dal 13 al 15 aprile 2016 la Fiera internazionale delle Imprese simulate. L'evento è stato organizzato dal Comune di Fanano e dall'istituto professionale Cattaneo-Deledda di Modena con il patrocinio di Regione, Provincia e Camera di Commercio di Modena, Comuni di Modena e Fanano, Cna, Confesercenti, Confcommercio e Lapam Federimpresa. Arrivata alla ottava edizione, la manifestazione con 50 stand dedicati alle imprese simulate ha visto la partecipazione di oltre 1.300 studenti provenienti da oltre 20 istituti superiori di Emilia Romagna, Abruzzo, Friuli, Piemonte e Trentino Alto Adige e Veneto e anche dall'estero. Tra gli eventi collaterali il convegno "Dalla Simulimpresa alla startup. Trasformare le idee in innovazioni" nell'ambito del quale la Camera di Commercio di Modena ha promosso un incontro con i giovani imprenditori modenesi con la presenza del presidente Maurizio Tor-

reggiani.



StartCup Emilia-Romagna

M'illumino d'impresa

Torna StartCup Emilia-Romagna, la business plan competition che coinvolge tutte le Università della regione, per favorire la nascita sul territorio di nuove imprese ad alto contenuto innovativo. L'iniziativa è gestita e coordinata da Aster, società della Regione Emilia-Romagna, Università del territorio, ENEA e CNR e sistema regionale delle Camere di Commercio. Il 2 maggio è partito da Bologna lo scouting tour delle idee su tutto il territorio regionale per promuovere la competizione. I potenziali candidati potranno salire a bordo del Barcamper e presentare la propria idea agli esperti di D-Pixel, società di supporto all'imprenditoria innovativa.

Il bando è on-line su www.startcupemiliaromagna.it e la scadenza per presentare le candidature è prevista per il 3 giugno 2016. Il percorso è organizzato per fasi successive di selezione. L'evento di premiazione è previsto per il 20 ottobre a Reggio-Emilia, durante il quale i partecipanti presenteranno il proprio progetto a una platea di imprenditori e investitori. La StartCup 2016 prevede inoltre una sezione dedicata agli studenti delle scuole superiori di secondo grado attraverso il concorso GenerAZIONI, organizzato in collaborazione con l'Università di Modena e Reggio-Emilia e con il Patrocinio dell'Ufficio Scolastico Regionale. Informazioni e tappe dello scouting tour sul blog www.startcupemiliaromagna.it.



“Crescere in Digitale”, iniziativa per giovani NEET e PMI

La Camera di Commercio di Modena partecipa al progetto nazionale “Crescere in Digitale”, promosso da Unioncamere, Ministero del Lavoro e Politiche Sociali, Fondo Sociale Europeo e Google. Il progetto prevede la formazione di giovani NEET (Not in Education, Employment or Training) finalizzata all'inserimento in tirocinio presso le imprese, che potranno sfruttare le competenze in materia digitale acquisite dagli

stessi. L'iniziativa è mirata a favorire, nell'ambito del programma Garanzia Giovani, l'occupabilità dei giovani tramite lo svolgimento di tirocini di 6 mesi, per i quali è prevista un'indennità massima di 500 euro mensili. Lo scorso 5 aprile, dopo una sessione informativa per i giovani selezionati, si sono tenuti i colloqui personalizzati con le imprese che si sono dichiarate disponibili ad attivare tirocini finalizzati a migliorare il

proprio livello di digitalizzazione. Info: www.crescereindigitale.it

