

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 2

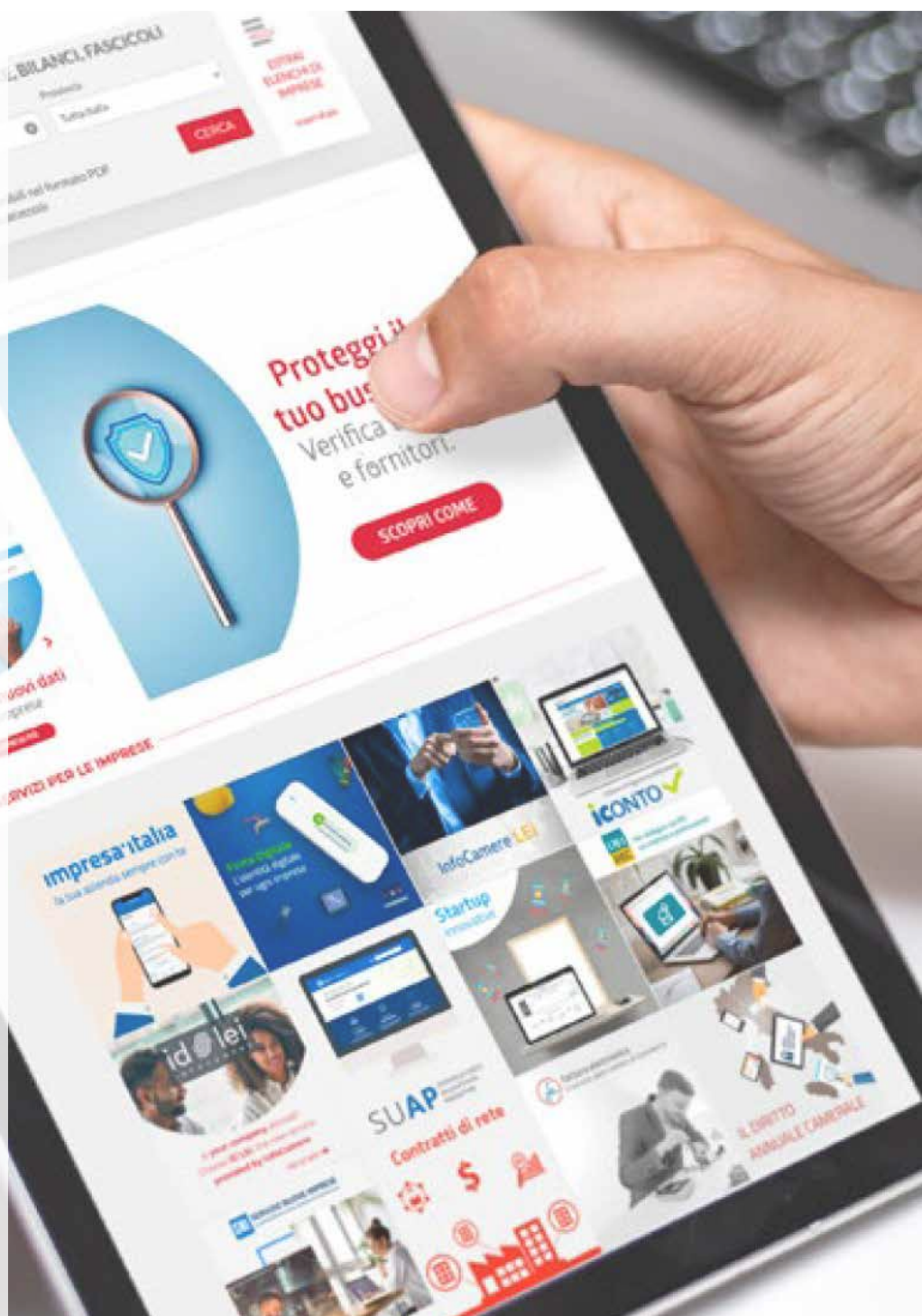
Marzo
Aprile
2026

30 anni di Registro delle Imprese: la Camera di commercio di Modena celebra l'anniversario

"L'Aftermarket dell'automotive in movimento": la presentazione del rapporto 2026 a Modena

Modena: leader nel settore manifatturiero, ma l'incertezza internazionale pone nuove sfide

Dalla sostenibilità dichiarata a quella misurabile: il ruolo degli standard tecnici e di UNICADESK



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



MODENA ECONOMICA

Bimestrale della Camera di Commercio

Numero 2

Marzo-Aprile 2026

DOSSIER

- 4** Trent'anni di Registro Imprese: da intuizione visionaria a pilastro digitale per la semplificazione e lo sviluppo del territorio
- 6** Composizione negoziata della crisi: a Modena cresce il ricorso allo strumento, ma quasi la metà delle procedure si chiude senza accordo

INIZIATIVE

- 8** L'Aftermarket dell'automotive in movimento
- 10** Imprese femminili a Modena: crescere con il digitale e le competenze
- 12** Contributi 2026 per fiere e missioni internazionali
- 13** Il modello duale: focus sul settore meccanico
- 14** Premio "Storie di alternanza e competenze"
- 15** Sei un imprenditore socialmente responsabile?
- 16** DIRE: Iscrizione di imprese nella sezione delle Imprese Culturali e Creative e inizio, modifica e cessazione di attività di impresa

INNOVAZIONE

- 17** Credential Stuffing: cos'è e come funziona questo attacco verso le PMI

EXPORT

- 18** I pagamenti internazionali: suggerimenti pratici per diminuire i rischi e aumentare le vendite
- 19** Servizi Digitali per lo sviluppo export delle imprese 2026



SOSTENIBILITA'

- 21** Dalla sostenibilità dichiarata a quella misurabile: il ruolo degli standard tecnici



INDICATORI

- 23** Dataview: il commercio estero della provincia di Modena
- 24** Dataview: gli indicatori congiunturali della provincia di Modena - aprile 2026
- 25** Demografia imprenditoriale: presentati i risultati del primo trimestre
- 28** Imprese gestite da stranieri stabili dopo anni di crescita
- 30** Scenari Prometeia: rimane positivo l'andamento della provincia
- 32** Excelsior: pesa l'incertezza sulle imprese e diminuiscono le previsioni di assunzione
- 34** Design Economy: Modena ai vertici per ricchezza prodotta e occupazione



MADE IN MODENA

- 36** Moreali Tessile Casa, una storia che continua a cambiare
- 38** Dal packaging alla filiera ESG: l'evoluzione di CHIMAR
- 40** Modena "Capitale italiana del volontariato 2026"

Publicazione 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. 059/208800
segreteria@mo.camcom.it

Direttore Responsabile
Stefano Bellei

Caporedattore
Massimiliano Mazzini

In Redazione
Marco Casolari
Maura Monari
Marzia Pinelli
Francesca Ricci
Elisabetta Silvestri

Trent'anni di Registro Imprese: da intuizione visionaria a pilastro digitale per la semplificazione e lo sviluppo del territorio

Trent'anni di innovazione, trasparenza e servizio al territorio. La Camera di commercio di Modena celebra l'anniversario della nascita del Registro delle Imprese, l'infrastruttura digitale che ha rivoluzionato il rapporto tra istituzioni, mercato e imprese.

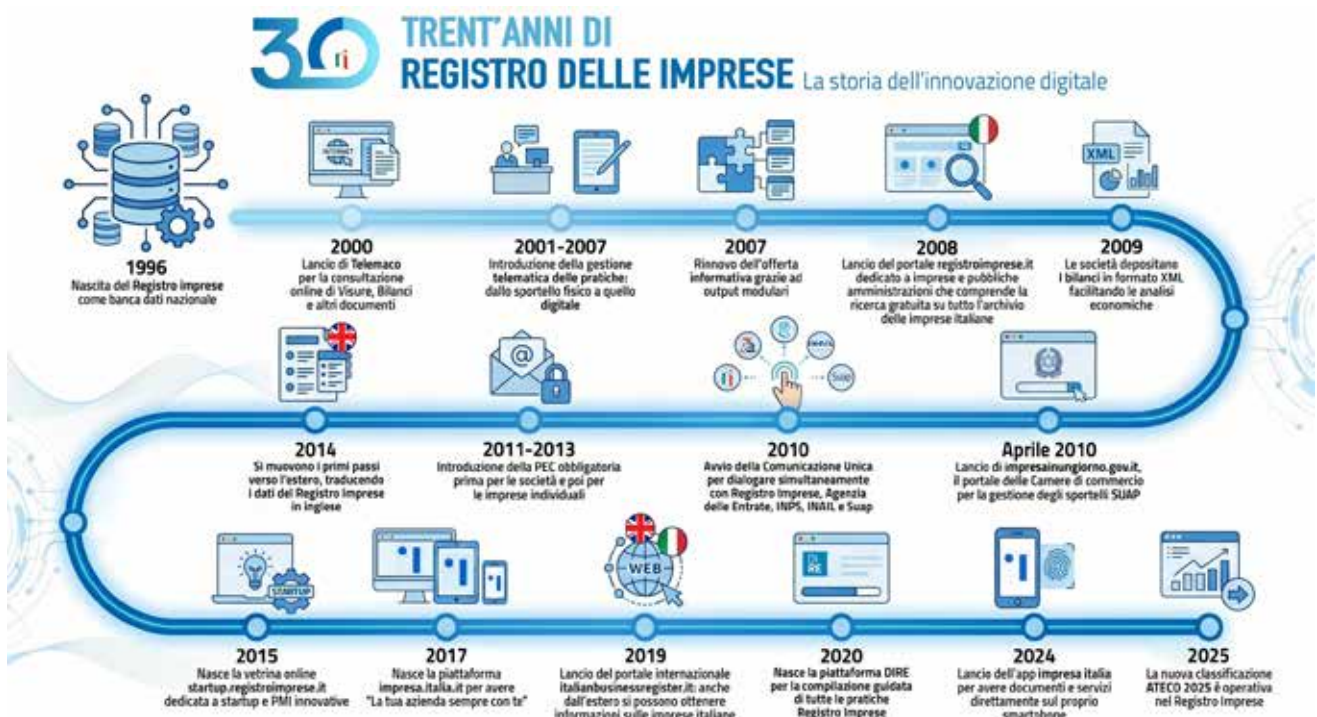
Nato ufficialmente nel febbraio 1996 - sebbene previsto dal Codice Civile fin dal 1942 - il Registro delle Imprese rappresenta oggi il compimento di una visione nata negli anni Settanta, per collegare attraverso una rete informatica i registri di tutte le Camere di commercio e consentire così di accedere in tempo reale alle informazioni di tutte le imprese italiane.

Oggi il Registro è un'infrastruttura all'avanguardia che gestisce a livello nazionale i dati di 5,8 milioni di imprese e 10 milioni di persone (tra imprenditori, soci e amministratori). Un sistema di pubblicità legale unico in Europa, arricchito da informazioni provenienti da INPS, Agenzia delle Entrate e altri enti pubblici, garantendo la massima qualità e accuratezza del dato.

A livello locale, il Registro Imprese della Camera di commercio di Modena fotografa un sistema imprenditoriale

in continua evoluzione. Nel 1996 il tessuto economico provinciale era caratterizzato da una forte prevalenza della manifattura, in termini di numero imprese, addetti e volume d'affari. Oggi i dati Movimprese mostrano una trasformazione in atto verso il terziario avanzato. Attualmente sono iscritte nel nostro Registro 62.338 imprese attive, con una crescita significativa nelle attività finanziarie, assicurative, immobiliari e servizi di supporto alle imprese, confermando la dinamicità del nostro territorio nel rispondere alle sfide del mercato globale.

Il Registro imprese è uno strumento in continua evoluzione. La recente introduzione della nuova classificazione ATECO 2025 delle attività economiche permetterà una lettura ancora più precisa dei trend emergenti e delle nuove professioni, mentre l'integrazione con ulteriori fonti pubbliche potrà favorire lo sviluppo di iniziative imprenditoriali più efficaci e sostenibili. Grazie al lavoro quotidiano delle persone che animano gli uffici camerali e al supporto tecnologico di InfoCamere, il Registro delle Imprese si conferma il pilastro dell'innovazione digitale del nostro territorio e una garanzia di trasparenza per cittadini e istituzioni.



Quest'anno il Registro Imprese compie 30 anni!

Il Registro Imprese è lo strumento che garantisce trasparenza alle relazioni commerciali e certezza del diritto, favorendo la sicurezza negli scambi economici, rendendo il nostro sistema imprenditoriale uno dei più trasparenti e affidabili a livello internazionale.

Il portale delle Camere di Commercio **registroimprese.it** consente di cercare informazioni su tutte le imprese italiane e compilare, inviandole online, le pratiche al Registro Imprese. Una fonte **ufficiale, sempre aggiornata e garantita dalla legge.**

I NUMERI

10 milioni di persone: schede su soci e persone con cariche nelle imprese (imprenditori, soci, amministratori, sindaci)

5,8 milioni di imprese registrate: visure, fascicoli di impresa, atti (statuto, trasferimenti d'azienda, etc.)

1,2 milioni di bilanci depositati ogni anno

1,4 milioni di unità locali

900 mila protesti

I certificati e le visure camerali sono disponibili anche in **lingua inglese.**

Oltre 400.000 utenti usano già registroimprese.it quotidianamente. Consultalo anche tu!



Le informazioni del Registro Imprese sono disponibili anche sul sito accessoallebanchedati.registroimprese.it



registroimprese.it



UNIONCAMERE

TRENT'ANNI DI REGISTRO DELLE IMPRESE



Composizione negoziata della crisi: a Modena cresce il ricorso allo strumento, ma quasi la metà delle procedure si chiude senza accordo

di Francesca Ricci

Nel 2025 le istanze di Composizione Negoziata della Crisi archiviate in Italia sono state 1.776, contro le 1.048 dell'anno precedente: quasi il 70% in più in dodici mesi. Il dato va letto insieme a un altro: nello stesso periodo le procedure di crisi d'impresa nel complesso sono cresciute del 15,5%, superando quota 13.400. Lo strumento cresce mentre cresce anche l'insolvenza, e questo è il primo elemento da tenere a mente per non distorcere la lettura.

La Composizione Negoziata - introdotta con il decreto-legge 118 del 2021 e oggi integrata nel Codice della Crisi d'Impresa - è volontaria e stragiudiziale. L'imprenditore che riconosce uno squilibrio finanziario può chiedere la nomina di un esperto indipendente attraverso la piattaforma delle Camere di commercio: non subentra nella gestione, non ha poteri coercitivi, accompagna le trattative con i creditori e verifica se esiste una prospettiva concreta di risanamento. L'imprenditore resta al timone. È questa la differenza sostanziale rispetto alla liquidazione giudiziale - l'erede del vecchio fallimento - dove il controllo dell'azienda passa quasi subito ad altri.

Uno degli elementi che ha contribuito alla diffusione dello strumento è la possibilità di richiedere le misure protettive: per un massimo di 180 giorni i creditori non possono avviare azioni esecutive né acquisire nuove garanzie sul patrimonio dell'impresa. Si crea una finestra di tempo in cui l'imprenditore può negoziare senza la pressione immediata di pignoramenti o sequestri. Non è un condono: è una sospensione temporanea pensata per rendere possibile una trattativa che altrimenti sarebbe soffocata sul nascere.

Le imprese che nel 2025 hanno presentato istanza ave-

vano in media 40 addetti e un valore della produzione superiore a 16 milioni di euro - quasi il doppio rispetto ai 10 milioni del 2024. Il 79% erano società di capitali. Non si tratta di piccole realtà che usano la procedura come ultima spiaggia, ma di imprese strutturate che la intercettano quando la crisi è ancora gestibile. La lettura meno favorevole, però, è che le imprese più grandi abbiano più ragioni di natura legale - legate alle responsabilità degli amministratori - per attivarsi formalmente, indipendentemente dalle reali prospettive di salvataggio. Sul piano settoriale, il manifatturiero guida con il 29% delle istanze, seguito dal commercio e dalle costruzioni. L'Emilia-Romagna si posiziona al terzo posto nazionale per numero di istanze, dopo Lombardia e Lazio, con 457 esperti iscritti all'albo - anch'essa terza. Un dato che riflette la densità del tessuto produttivo regionale e la disponibilità di una rete professionale in grado di gestire procedure che richiedono competenze specifiche in diritto societario e finanza d'impresa.

Modena è un osservatorio utile. Le 62 istanze presentate dalla provincia dall'avvio dello strumento fino a marzo 2026 restituiscono un'immagine coerente con la vocazione industriale del territorio: l'84% delle imprese istanti sono società di capitali, il 55% opera nel manifatturiero. Il ricorso alle misure protettive tocca il 73% dei casi, la sospensione degli obblighi sul capitale il 61%. Percentuali elevate, che raccontano situazioni finanziarie già sotto pressione al momento dell'accesso alla procedura. Sono i risultati, però, a imporre una lettura più attenta. Delle procedure concluse nel modenese, il 45% si è chiusa senza accordo. Solo il 21% ha portato a un risanamento effettivo. Il restante 29% è ancora in corso. Il rapporto tra esiti positivi e negativi tra le pratiche concluse - circa uno a due - è un numero che merita attenzione.

Esito (Modena)	Casi	%
Esito negativo - trattative chiuse senza accordo	28	45%
In gestione - trattative ancora in corso	18	29%
Esito positivo - risanamento concluso	13	21%
Imprese sottosoglia	6	10%
Istanze rifiutate	3	5%

Elaborazione su dati della piattaforma CNC - Camera di commercio di Modena, snapshot al 20 marzo 2026.



La CNC funziona se l'impresa ha ancora una prospettiva industriale concreta, se i creditori valutano più conveniente trattare che procedere in via esecutiva, e se l'esperto riesce a tenere aperto un tavolo che per definizione tende a chiudersi. Quando manca uno di questi elementi la procedura si esaurisce senza risultato, e l'impresa imbecca comunque la liquidazione, con il solo effetto di avere perso qualche mese.

Gli operatori del settore segnalano con una certa frequenza il rischio che le misure protettive vengano usate non per costruire un accordo ma per guadagnare tempo. Un'impresa che sa di non avere reali prospettive può accedere alla procedura, ottenere la sospensione delle azioni esecutive per sei mesi, e poi chiudere senza aver prodotto nulla. La norma prevede la revoca delle protezioni in caso di abuso, ma nella pratica questo presidio viene applicato con molta prudenza. I dati modenesi - 73% di ricorso alle misure protettive a fronte di un tasso di successo del 21% - non dimostrano che questo fenomeno esista, ma nemmeno lo escludono.

C'è poi chi la composizione negoziata non la usa, e non perché non voglia. Le quasi 10.000 liquidazioni giudiziali aperte nel 2025 - in crescita del 7,2% - riguardano in

larga misura micro-impresе: una media di 8 addetti e 3 milioni di fatturato. Realtà per le quali attivare una procedura che richiede piani finanziari strutturati e trattative con istituti di credito non è realisticamente praticabile. Per queste imprese lo strumento esiste, ma è come se non esistesse. Non è un difetto della norma: è un limite strutturale di un'economia fatta per larga parte di imprese troppo piccole per reggere il peso di una crisi organizzata.

Il bilancio, a qualche anno dall'introduzione dello strumento, è quindi più sfumato di quanto la crescita delle istanze potrebbe far pensare. La composizione negoziata si sta diffondendo tra le imprese che ne hanno effettivamente le condizioni. Ma quasi la metà delle procedure si chiude senza risultato, lo strumento rimane inaccessibile per la parte più fragile del tessuto produttivo, e una quota consistente di pratiche è ancora aperta.

Resta aperta, quindi, la domanda più difficile: la composizione negoziata sta cambiando davvero il modo in cui le imprese italiane affrontano la crisi, oppure sta aggiungendo un passaggio formale - e a volte dilatorio - a un percorso che nella maggior parte dei casi porta comunque alla liquidazione?



L'Aftermarket dell'automotive in movimento

Presentazione rapporto 2026 in Camera di commercio il 5 maggio
ore 10

Il prossimo 5 maggio, dalle 10 alle 13, si terrà a Modena, presso la sede della Camera di commercio, l'evento "**L'Aftermarket dell'automotive in movimento - Presentazione rapporto 2026**", un appuntamento che punta a fare il punto su uno dei comparti più strategici della filiera automotive italiana, oggi alle prese con le profonde trasformazioni legate alla doppia transizione digitale e green.

Promossa dal Centro Studi Guglielmo Tagliacarne per la Camera di commercio di Modena, in collaborazione con la Camera di commercio di Torino e con il supporto di ANFIA, l'iniziativa riunirà istituzioni, mondo accademico e operatori del settore per analizzare il ruolo dell'aftermarket nell'economia nazionale, sia in termini di valore aggiunto sia di occupazione, oltre che per discutere le strategie con cui le imprese stanno affrontando le sfide dell'attuale scenario competitivo.

La mattinata si aprirà con i saluti istituzionali, tra cui quelli del sindaco di Modena, Massimo Mezzetti, e dei rappresentanti delle Camere di commercio coinvolte. A seguire, ci sarà la presentazione della ricerca, affidata al Centro Studi G. Tagliacarne, che illustrerà i principali risultati del nuovo rapporto 2026 e il confronto entrerà poi nel vivo con una tavola rotonda che vedrà la partecipazione di esponenti di primo piano del settore e altri protagonisti della filiera, per chiudersi con l'intervento del vicepresidente della Regione Emilia-Romagna Vincenzo Colla. La partecipazione all'evento è **gratuita**.

L'incontro modenese si inserisce in un percorso già avviato negli anni precedenti. L'edizione 2024, presentata a Torino, aveva restituito la fotografia di un comparto solido ma ancora prudente rispetto ai cambiamenti strutturali in atto. Il settore dell'aftermarket automobilistico - forte di un valore di oltre 28 miliardi di euro, quasi 400 mila occupati e una spiccata vocazione all'export - mostrava infatti segnali di crescita, con circa il 41% delle imprese orientate ad aumentare il fatturato.

Allo stesso tempo emergeva una certa cautela sul fronte della transizione elettrica: solo il 5% delle imprese risultava impegnato in un processo di riconversione, mentre la maggior parte degli operatori continuava a fare affidamento su un parco circolante ancora largamente dominato dai motori endotermici. Tra i dati più significativi, anche la forte concentrazione territoriale del comparto, con oltre il 70% del valore prodotto nel Nord Italia e realtà come Pesaro e Urbino ai vertici per incidenza della filiera sull'economia locale.

Il nuovo appuntamento rappresenta dunque un'occasione per aggiornare questa analisi e comprendere come - e quanto velocemente - l'aftermarket stia evolvendo, tra continuità e cambiamento, in uno dei momenti più delicati per l'intera industria automotive.

[Iscriviti dalla pagina dedicata](#) nel sito dell'ente camerale.



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

in collaborazione con



Camera
di commercio
Torino

L'AFTERMARKET dell'automotive in movimento

Rapporto 2026



MODENA 5 MAGGIO

ore 10:00 • 13:00

Camera di Commercio di Modena • Via Ganaceto, 134

10:00 • REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

10:30 • SALUTI INTRODUTTIVI

Massimo Mezzetti
Sindaco di Modena

Marco Stella
Presidente del Gruppo Componenti di ANFIA

Massimiliano Cipolletta
*Presidente della Camera di commercio
di Torino*

Giuseppe Molinari
*Presidente della Camera di commercio
di Modena e del Centro Studi G. Tagliacarne*

11:10 • PRESENTAZIONE DELLA RICERCA

"L'aftermarket dell'automotive in movimento"

Marco Pini
Senior Economist del Centro Studi G. Tagliacarne

11:30 • NE DISCUTONO

Francesco Leali
*Direttore Dipartimento di Ingegneria Enzo
Ferrari - Università di Modena e Reggio Emilia*

Monica Mailander
Presidente di Vehicle Valley Piemonte

Andrea Pontremoli
*CEO del Gruppo Dallara
Presidente di Motor Valley e Motorvehicle
University of Emilia Romagna (MUNER)*

Davide Sasseti
*Responsabile Area Progetti strategici
di ANFIA-Aftermarket*

Renzo Servadei
Consulente Autopromotec

CONCLUSIONE DEI LAVORI

Vincenzo Colla
Vicepresidente della Regione Emilia Romagna

con il supporto di



informazioni: segreteria@mo.camcom.it

Imprese femminili a Modena: crescere con il digitale e le competenze

Iscriviti a "Donne in Digitale" entro il 12 maggio 2026

di Francesca Ricci



Donne in digitale

Upskilling e reskilling digitale per le donne che lavorano e fanno impresa



L'imprenditoria femminile modenese ha un problema che i numeri fotografano bene, ma non spiegano del tutto. A fine 2025 le imprese attive guidate da donne in provincia sono 13.556, con una diminuzione di 84 unità rispetto all'anno precedente, pari a un calo dello 0,6%. Non è una crisi improvvisa: anche il 2024 si era chiuso in negativo, con 108 imprese femminili in meno e una contrazione dello 0,8%. La tendenza, insomma, è consolidata.

Ma fermarsi al conteggio sarebbe riduttivo. Il vero nodo non è quante imprese ci sono, bensì quante riescono a crescere, a strutturarsi, ad aprire nuovi mercati. Ed è qui che entra in gioco la questione delle competenze - digitali in primo luogo - che restano ancora un terreno su cui le imprenditrici scontano un ritardo significativo rispetto alle potenzialità del territorio.

Con un tasso di occupazione femminile pari al 62,2%, Modena si colloca tra le province in cui le donne partecipano maggiormente al mondo del lavoro. Tuttavia, la propensione all'imprenditorialità non è tra le maggiori a livello nazionale: le imprese femminili rappresentano il 21,6% del totale, al di sotto della media nazionale del 22,7%.

In provincia, le donne lavorano e in misura superiore alla media italiana, ma quando si tratta di fare impresa, qualcosa frena. E quando la fanno, lo fanno prevalentemente in forme fragili: le imprese individuali rappresentano il 62,2% del totale delle imprese femminili, una quota che si associa a minori capitali di partenza, minore capacità di investimento e maggiore vulnerabilità alle fluttuazioni di mercato.

Sul fronte settoriale, i servizi tengono (alloggio e ristorazione, servizi alle imprese e servizi alle persone sono tutti in aumento) mentre arretrano i comparti tradizionali. Il commercio, pur rappresentando oltre un quinto delle imprese guidate da donne, perde il 2,4%; calano anche l'agricoltura con -3,6% e l'industria manifatturiera con -2,8%. All'interno del manifatturiero, il tessile-abbigliamento - storicamente il settore con la maggiore concentrazione femminile - perde il 6,7% delle imprese, confermando un trend negativo già avviato da diversi anni. Un segnale positivo viene invece dal settore alimentare, che nel 2025 cresce del 7,5%, e dalle start-up innovative: l'incidenza delle start-up innovative femminili sul totale delle start-up modenesi è pari al 14,2%, superiore alla media nazionale. Quando le condizioni ci sono, le donne imprenditrici modenesi sanno fare la loro parte.

"Donne in Digitale": 20 ore di formazione gratuita

È in questo quadro che si inserisce "[Donne in Digitale](#)", il percorso formativo nazionale promosso dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e realizzato da Invitalia e Unioncamere nell'ambito del PNRR. La terza e ultima edizione del 2026 si svolgerà tra il 13 e il 27 maggio: 20 ore gratuite in modalità webinar, articolate in una full immersion tra metodologie e strumenti strategici per la presenza online, l'utilizzo dei social media, la cura dei contenuti attraverso l'intelligenza artificiale e le tecnologie di e-commerce.

Il programma è strutturato in quattro moduli tematici e tre bootcamp pratici. Il primo modulo, "From zero

to HERo”, affronta la costruzione di una presenza online consapevole ed efficace. Il secondo, “Social Influencer”, lavora sulla comunicazione social. Il terzo, “Content EmpowHERment”, entra nel merito della creazione di contenuti anche con l’uso dell’intelligenza artificiale. Il quarto, “E-commerce LeadHER”, fornisce strumenti concreti per costruire una strategia di vendita online.

Non si tratta di formazione generica. Il percorso è stato progettato da Si.Camera sulla base delle riflessioni emerse nelle edizioni 2023, 2024 e 2025, quindi aggiornato rispetto a ciò che le partecipanti delle edizioni precedenti hanno davvero ritenuto utile. Il focus sull’intelligenza artificiale come strumento di lavoro quotidiano è uno degli elementi più rilevanti di questa edizione.

Al termine del percorso le partecipanti saranno in grado di presidiare con maggior consapevolezza le criticità aziendali e di leggere il contesto competitivo in cui le loro imprese operano, disponendo di strumenti per fronteggiare i rischi e sfruttare le opportunità offerte dalle tecnologie digitali.

Il corso è aperto a una platea ampia. Possono iscriversi le donne che fanno impresa in qualsiasi settore, le aspiranti imprenditrici, le libere professioniste e lavoratrici autonome, le lavoratrici dipendenti del settore privato, le donne che ricoprono posizioni di leadership in organizzazioni associative e quelle inserite nel terzo settore.

Le iscrizioni per la terza edizione si chiuderanno il 12

maggio 2026. Il corso è interamente gratuito e si svolge in webinar, quindi senza spostamenti e con la flessibilità necessaria a chi gestisce un’attività in parallelo.

Resta però una domanda di fondo: perché proprio il digitale? La scelta di puntare sulla formazione digitale non è casuale. Per una microimpresa, padroneggiare gli strumenti online significa poter superare i limiti del mercato locale, diversificare i canali di vendita, ridurre la dipendenza da intermediari. Sono vantaggi concreti, non astratti, che si traducono in margini migliori e maggiore resilienza.

Il divario digitale di genere è ormai riconosciuto come una delle variabili che alimenta il divario economico più generale tra imprese femminili e maschili. Non perché le donne siano meno capaci di usare gli strumenti digitali, ma perché spesso non hanno avuto accesso alla formazione giusta al momento giusto. Un corso come “Donne in Digitale” risponde esattamente a questa lacuna.

Va detto però che la formazione da sola non risolve tutto e le imprese femminili scontano ancora difficoltà strutturali nell’accesso al credito, reti professionali meno estese, e un carico di responsabilità di cura che pesa in modo sproporzionato. Il digitale è una leva potente, ma funziona meglio dentro un ecosistema di supporto più ampio: mentoring, accompagnamento nelle fasi critiche della crescita e “Donne in Digitale” è uno degli strumenti disponibili, tra i più accessibili e immediati.



Contributi 2026 per fiere e missioni internazionali

Domande dall'11 al 22 maggio 2026

Per le piccole e medie imprese modenesi che guardano oltre i confini nazionali, la Camera di commercio di Modena ha pubblicato il nuovo bando dedicato all'internazionalizzazione, offrendo contributi a fondo perduto per l'acquisizione di servizi relativi alla partecipazione ad una **fiera** internazionale in Italia solo se certificata ISO 25639 o ad una fiera all'estero o relativi allo svolgimento di una missione economica all'estero.

In cosa consiste l'agevolazione?

L'ente camerale coprirà il **50% delle spese ammissibili**, con un sistema di massimali diversificato in base alla destinazione:

- Fino a 2.000 € per eventi in Italia o nei 27 paesi dell'Unione Europea.
- Fino a 2.500 € per iniziative extra-UE (Regno Unito incluso).

Attenzione alla soglia minima: per accedere al contributo, l'investimento complessivo dell'impresa deve essere di almeno 2.000 €.

Cosa si può finanziare (e cosa no)

Il bando è pensato per abbattere i costi vivi dell'organizzazione e della logistica. Tra le spese ammesse troviamo:

- check up preliminare con esperto paese;
- interpretariato;
- organizzazione incontri B2B;
- organizzazione visite individuali;
- organizzazione visite conoscitive collettive;
- catalogo collettiva;
- spazio espositivo e relativo allestimento;

- spedizione materiale e campioni;
- altri servizi strettamente connessi all'iniziativa.

Restano fuori dal contributo le spese di viaggio e soggiorno e le spese promozionali generiche non strettamente legate all'evento.

Tempistiche e scadenze

Il bando riguarda iniziative realizzate tra il **1° gennaio e il 31 dicembre 2026**. Due dettagli interessanti: sono ammissibili le spese non ancora sostenute e potranno essere ammesse anche le spese sostenute a partire dal 1° luglio 2025.

Le domande potranno essere inviate esclusivamente in via telematica in una finestra temporale molto stretta: **dalle ore 10 del'11 al 22 maggio 2026 entro le ore 12** mediate la piattaforma Restart.

Consiglio tecnico: Per la fase di precompilazione della domanda, disponibile dal 4 maggio, ricordate di utilizzare il codice bando **26FI**.

Chi può partecipare?

Il bando si rivolge a tutte le **Micro, Piccole e Medie Imprese (MPMI)** del territorio. Il contributo è concesso in regime *de minimis* e non è cumulabile con altri voucher della Camera di Commercio per la stessa tipologia di spesa (in particolare il "Bando voucher internazionalizzazione 2026").

Per maggiori informazioni consulta la [pagina del sito](#).



Il modello duale: focus sul settore meccanico

Sei un imprenditore del settore e vuoi approfondire il tema? Iscriviti all'evento gratuito mercoledì 10 giugno alle ore 12:00 presso la sede camerale



Il modello duale: Focus sul settore meccanico

CAMERA DI COMMERCIO MODENA ifoa

10 giugno 2026
12:00 - 13:30

CCIAA Modena
Via Ganaceto, 134,
41121 Modena MO

Per riuscire a formare alcune delle figure più richieste dalle imprese, la CCIAA di Modena ha affidato ad IFOA l'incarico di avviare un'Academy duale nel settore meccanico, che prevede fin dal primo giorno l'innovativa formula del contratto di apprendistato di primo livello sviluppato sulle esigenze e sulle tematiche individuate dall'impresa.

Gli studenti-lavoratori inizieranno un percorso di 6-12 mesi di formazione duale, al termine del quale conseguiranno il titolo IFTS (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore), che corrisponde ad una certificazione di specializzazione annuale post-diploma.

L'elemento distintivo dell'apprendistato di I livello è la possibilità di conseguire un titolo di studio coniugandolo all'esperienza lavorativa quella formativa.

Al conseguimento del titolo, se non viene esercitata la facoltà di recesso, il rapporto prosegue come ordinario

rapporto di lavoro subordinato a tempo indeterminato oppure si trasforma in un contratto di apprendistato professionalizzante.

Con oltre 67 percorsi duali attivati, 72 imprese partner e 591 apprendisti assunti, il modello IFOA rappresenta un ponte concreto tra formazione e imprese, un sistema flessibile e personalizzato per rispondere ai bisogni delle aziende e per formare giovani pronti ad un veloce inserimento professionale.

Mercoledì 10 giugno dalle 12:00 alle 13:30 presso la Sala Giunta della Camera si terrà l'evento di presentazione della prossima Academy duale.

L'incontro è rivolto solo agli imprenditori del settore meccanico interessati al progetto.

[Iscriviti](#)

Premio "Storie di alternanza e competenze"

Candidature entro il 9 ottobre 2026



Il Premio "Storie di alternanza e competenze" è un'iniziativa promossa dalle Camere di commercio e da Unioncamere italiana, giunta alla nona edizione, con l'obiettivo di valorizzare i racconti di alternanza realizzati durante la formazione scuola lavoro, i tirocini curricolari, l'apprendistato e i project work sviluppati nell'ambito dei percorsi di certificazione delle competenze, proposti dal Sistema camerale, realizzati dagli studenti degli Istituti secondari di II grado o dagli ITS Academy con particolare attenzione per le seguenti tematiche: transizione digitale e intelligenza artificiale, sostenibilità ambientale, competenze di cittadinanza per lo sviluppo sostenibile, inclusione sociale, turismo e cultura, agroalimentare, meccatronica, sistema moda, educazione finanziaria e imprenditorialità.

Novità dell'edizione 2026

La nuova edizione prevede le seguenti 4 categorie di concorso:

- 1. Istituti tecnici (IT)** per percorsi di Formazione scuola lavoro, project work sviluppati nell'ambito dei percorsi di certificazione delle competenze del Sistema camerale e apprendistato di I livello.
- 2. Istituti professionali (IP)** per percorsi di Formazione scuola lavoro, project work sviluppati nell'ambito dei percorsi di certificazione delle competenze del Sistema camerale e apprendistato di I livello.
- 3. Licei** per percorsi di Formazione scuola lavoro e project work sviluppati nell'ambito dei percorsi di certificazione delle competenze del Sistema camerale.
- 4. ITS Academy** per tirocinio curricolare e apprendistato di III livello.

I video saranno valutati da un'apposita Commissione della Camera di commercio prima a livello locale e successivamente, per i primi tre classificati di ogni categoria, da Unioncamere italiana tramite una Commissione nazionale.

L'ammontare complessivo dei premi è pari ad € **10.000,00**, che saranno così ripartiti per ciascuna delle 4 categorie in gara: al primo classificato € 1.250,00, al secondo classificato € 750,00 e al terzo classificato € 500,00.

I vincitori del premio a livello locale saranno proclamati durante una cerimonia, che si svolgerà presso la Camera di Commercio lunedì 9 novembre 2026 mentre i vincitori del premio nazionale saranno premiati durante la manifestazione Job&Orienta, in programma a Verona il 25-28 novembre 2026.

Modalità operativa

I docenti degli Istituti secondari di II grado e degli ITS Academy possono iscrivere al Premio lo studente o i gruppi di studenti coinvolti nei video direttamente sul sito www.storiedialternanza.it.

Le iscrizioni per la partecipazione alla VIII Edizione del Premio si possono presentare fino al **9 ottobre 2026** ore 17.

Non saranno prese in considerazione le candidature al Premio pervenute in altre forme.

Per maggiori informazioni consulta la [pagina del sito dedicata all'iniziativa](#).

Sei un imprenditore socialmente responsabile?

Se vuoi ospitare in FSL studenti con disabilità, compila la manifestazione d'interesse

La Camera di Commercio intende favorire l'accesso degli studenti con disabilità al mondo del lavoro dopo l'uscita dal percorso di istruzione.

E' stato da poco rinnovato il Protocollo d'intesa, che vede la collaborazione tra la Camera di Commercio di Modena, l'Ufficio Scolastico Regionale - Ambito territoriale per la provincia di Modena, il Centro territoriale di supporto di Modena, l'Agenzia regionale per il Lavoro - Ufficio collocamento mirato di Modena e il Comune di Modena - Settore Servizi Sociali e Settore Servizi Educativi e l'AUSL - Dipartimenti di Salute mentale e di Cure primarie, volto a favorire la possibilità per gli studenti con disabilità di poter effettuare in azienda le ore di formazione scuola lavoro (FSL).

Il fine ultimo di tale Protocollo d'intesa è quello di consentire agli studenti con disabilità di entrare in contatto con il mondo del lavoro grazie ad un'efficace esperienza di FSL, a cui potrebbero seguire, al termine del percorso

d'istruzione, tirocini formativi e poi l'assunzione vera e propria.

La CCIAA si impegna in particolare a favorire la continuità tra la FSL, i tirocini formativi e l'inserimento lavorativo degli studenti con disabilità, promuovendo il presente Protocollo presso le imprese iscritte al Registro Imprese, attraverso il sito camerale, l'invio di newsletter mirate e l'organizzazione di eventi informativi specifici al fine di sensibilizzare il più possibile il mondo del lavoro su questo tema di grande impatto sociale.

Le imprese interessate ad ospitare in PCTO studenti con disabilità sono pregate di compilare la [manifestazione d'interesse on line](#).

La Camera di Commercio metterà poi in contatto le imprese con i docenti referenti per l'inclusione per la co-progettazione di PCTO specifici.



CAMERA DI COMMERCIO MODENA

STAGE INCLUSIVO:

un'opportunità che arricchisce

Se vuoi ospitare in PCTO studenti con disabilità, compila il form online su www.mo.camcom.it

059/208816 | genes@mo.camcom.it

DIRE: Iscrizione di imprese nella sezione delle Imprese Culturali e Creative e inizio, modifica e cessazione di attività di impresa.

Webinar gratuito | 13 maggio 2026, ore 10.00-12.00

Iscrizione di imprese nella sezione ICC e inizio, modifica e cessazione di attività di impresa

mercoledì 13 maggio 2026
dalle 10:00 alle 12:00

scopri di più sul webinar



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



Scopri come gestire in modo efficiente e corretto le comunicazioni relative al ciclo di vita delle imprese con il supporto della piattaforma DIRE.

Durante la sessione formativa approfondiremo:

- La compilazione degli adempimenti: le modalità operative per l'invio delle pratiche di inizio, modifica e cessazione dell'attività.
- Focus Imprese Culturali e Creative (ICC): una guida dettagliata sulla corretta iscrizione nella nuova sezione speciale.

- La gestione di eventuali richieste di correzione.
- App Impresa Italia: illustrazione delle principali funzionalità.

Un'opportunità imperdibile per professionisti e operatori del settore che desiderano acquisire competenze pratiche e aggiornate per semplificare e ottimizzare l'iscrizione alla nuova sezione speciale ICC e il processo di comunicazione delle variazioni delle attività.

[Iscriviti ora per assicurarti un posto!](#)

Credential Stuffing: cos'è e come funziona questo attacco verso le PMI

Nel panorama della cyber sicurezza aziendale, uno degli attacchi più diffusi ma spesso sottovalutati è il *Credential Stuffing*.

Si tratta di una tecnica semplice ma estremamente efficace, che sfrutta un comportamento umano molto comune: riutilizzare **le stesse password** su più servizi.

Vediamo insieme cos'è questo tipo di attacco, come funziona e perché rappresenta un rischio concreto soprattutto per le **piccole e medie imprese**, spesso meno strutturate dal punto di vista della sicurezza informatica.

Il Credential Stuffing è un attacco automatizzato in cui i cyber criminali utilizzano liste di credenziali (username e password) rubate da precedenti violazioni di dati per tentare l'accesso su altri sistemi.

Questi attacchi si basano su bot che provano migliaia (o milioni) di combinazioni su portali aziendali, email, VPN o software gestionali.

Il principio è semplice: se un utente usa la stessa password per più servizi, **basta una violazione** per comprometterli tutti.

Esempi di attacchi Credential Stuffing

Alcuni scenari tipici di Credential Stuffing Attack includono:

- accesso non autorizzato a caselle email aziendali;
- compromissione di account cloud (es. CRM, ERP);
- furto di dati sensibili da portali interni;
- accesso a sistemi di pagamento o fatturazione.

Facciamo un esempio concreto: un dipendente utilizza la stessa password per LinkedIn e per l'account aziendale. Se LinkedIn subisce una violazione, gli hacker possono usare quelle credenziali per entrare nei sistemi dell'azienda.

Le piccole e medie imprese sono particolarmente vulnerabili per diversi motivi tra cui:

- mancanza di politiche per password rigorose;
- assenza di autenticazione a più fattori (MFA);
- scarsa formazione del personale;
- monitoraggio limitato degli accessi sospetti.

Inoltre, le PMI spesso pensano di

non essere un target interessante, mentre in realtà sono perfette per attacchi automatizzati su larga scala.

Difendersi dal Credential Stuffing è possibile con alcune misure efficaci, vediamo alcune.

Implementare l'autenticazione multi-fattore (MFA)

Aggiunge un livello di sicurezza fondamentale oltre alla password.

Policy password robuste

- password uniche per ogni servizi
- lunghezza minima elevata
- uso di password manager aziendali

Monitoraggio degli accessi

Rilevare login sospetti (es. da paesi insoliti o tentativi multipli).

Limitare i tentativi di login

Bloccare o rallentare accessi dopo troppi tentativi falliti.

Controllo delle credenziali compromesse

Verificare periodicamente se le email aziendali compaiono in data breach pubblici.

Formazione del personale

Educare i dipendenti a non riutilizzare password e a riconoscere i rischi.

Il Credential Stuffing dimostra che spesso la sicurezza aziendale non dipende solo da tecnologie avanzate, ma anche da comportamenti quotidiani.

Per le imprese, soprattutto PMI, adottare misure preventive e sensibilizzare il personale è essenziale per evitare che una semplice password diventi la porta d'ingresso per un attacco ben più grave.

In un contesto digitale sempre più interconnesso, proteggersi dagli attacchi informatici come il **Credential Stuffing** non è solo una misura tecnica, ma un imperativo strategico per ogni impresa

che voglia tutelare i propri dati, la fiducia dei clienti e la continuità operativa.

Ti stai chiedendo come fare per proteggere la tua impresa? Il PID della Camera di commercio di Modena mette a disposizione soluzioni che vanno dalla formazione al mentoring. E proprio in tema sicurezza, puoi subito fare il [Cyber Check](#).



I pagamenti internazionali: suggerimenti pratici per diminuire i rischi e aumentare le vendite

27 maggio 2026, 9:30-12:30

Promos Italia, attraverso la sua business school NIBI, propone un corso di aggiornamento in materia di pagamenti internazionali.

Obiettivo

I pagamenti rappresentano una fase cruciale della compravendita internazionale: incidono sulla sicurezza dell'operazione, sulla liquidità aziendale e sulla gestione del rischio. Questo corso fornisce un quadro completo e operativo delle principali forme di pagamento internazionale, dalle più semplici a quelle più strutturate, con particolare attenzione agli strumenti documentari, alle garanzie e alle opzioni di finanziamento.

Partecipando al corso, acquisirai:

- Conoscenza chiara delle Payment Conditions nei contratti internazionali di vendita;
- Competenze operative sull'uso di strumenti di pagamento tradizionali e documentari;
- Consapevolezza dei rischi e delle tutele legati a ogni forma di regolamento;
- Capacità di scelta consapevole tra strumenti di settlement, mitigazione del rischio o finanziamento;
- Esperienza pratica tramite analisi di casi reali, simulazioni ed esercitazioni.

Destinatari

Il corso è **gratuito** e si rivolge alle aziende con sede legale o operativa a Ferrara, Ravenna e Modena e che risultino regolarmente iscritte al Registro Imprese di una delle Camere di Commercio dei suddetti territori.

La partecipazione è subordinata alla profilazione al portale del Progetto SEI, compilando il questionario al link <https://www.sostegnoexport.it/questionario>

Le imprese già iscritte al Progetto non devono registrarsi nuovamente.

Al momento dell'iscrizione si richiede: l'impegno a non diffondere e/o sfruttare commercialmente alcun materiale ricevuto durante o a motivo del corso, compresi,

a mero titolo esemplificativo, presentazioni, immagini, documenti, video, audio, e a non condividerne i contenuti sui social media, siti web, o attraverso qualsiasi altro canale online o offline.

Termini di adesione: **25 maggio 2026**

Programma

- Le Payment Conditions in un International Sale Contract
- Come strutturare correttamente le clausole di pagamento nei contratti di vendita con l'estero.
- Strumenti di pagamento tradizionali
- Assegno e cambiale (chéque, Promissory Note, Bill of Exchange).
- Open Account
- Open Account assistito da Demand Guarantee o Standby Letter of Credit
- Pagamento anticipato e relative garanzie (Advance Payment Guarantee)
- Incassi documentari (Documentary Collection)
- D/P: Documents against Payment
- D/A: Documents against Acceptance
- Documentary Collection e le opzioni di finanziamento collegate (Financing Facilities).
- Lettera di Credito (Letter of Credit)
- Definizione, caratteristiche, soggetti coinvolti, operatività e normativa di riferimento
- Settlement Options: by payment, by deferred payment, by acceptance, by negotiation
- La conferma di una Lettera di Credito
- Payment Guarantee o Standby Letter of Credit?
- Differenze operative, casi d'uso e best practices.
- Analisi di casi pratici ed esercitazioni
- Simulazioni di scenari reali per mettere subito in pratica le conoscenze acquisite.
- Q&A Session

Contatti

Per informazioni contattare: maria.romeo@promositalia.com



Servizi Digitali per lo sviluppo export delle imprese 2026

Domande entro il 30 giugno 2026



Sono aperte le iscrizioni ai servizi digitali pensati per favorire lo sviluppo del potenziale digitale delle MPMI e per accrescere la loro competitività sui mercati globali.

Le imprese interessate devono compilare la manifestazione di interesse attraverso gli appositi link riportati nelle pagine web dedicate a ciascun servizio sotto la provincia di pertinenza (Modena).

La partecipazione al servizio sarà subordinata al rispetto dei controlli amministrativi relativamente a:

1. pagamento dei diritti camerali
2. versamento dei contributi previdenziali, assistenziali e assicurativi
3. possesso di una polizza assicurativa a copertura delle calamità naturali e degli eventi catastrofici
4. requisiti di onorabilità tramite certificato del casellario giudiziale.

Per la descrizione completa delle condizioni di partecipazione si rimanda all'“Avviso di Selezione” pubblicato nella pagina web dedicata a ciascun servizio.

Le aziende saranno selezionate sulla base della data di ricezione delle domande di partecipazione, alla pec di Promos Italia nel rispetto dei controlli sui requisiti amministrativi.

La partecipazione al servizio è gratuita ed è concessa nel rispetto della normativa europea in materia di aiuti “de minimis”.

La domanda di partecipazione può essere inoltrata a par-

tire dal 30/03/2026 e pervenire entro il 30/06/2026.

Accessibilità Digitale

Dal 28 giugno 2025, con l'entrata in vigore del European Accessibility Act (EAA), tutti i siti web dovranno rispettare i requisiti tecnici di accessibilità digitale definiti dagli standard WCAG 2.1. Il servizio accompagna le imprese nel rendere il proprio sito web e i contenuti digitali più accessibili, inclusivi e conformi alla normativa vigente in un'ottica di competitività e apertura ai mercati internazionali.

Per ulteriori informazioni e per aderire al servizio [vai alla pagina dedicata](#)

SEO Internazionale

Il servizio supporta le imprese nel migliorare la visibilità del proprio sito web sui mercati esteri attraverso una strategia di ottimizzazione - per i motori di ricerca e i chatbot AI - mirata ai contesti internazionali. Il percorso analizza la struttura del sito tenendo conto delle specificità linguistiche e del mercato di riferimento. L'obiettivo è rafforzare il posizionamento organico all'estero e intercettare utenti e potenziali clienti internazionali in modo più efficace.

Per ulteriori informazioni e per aderire al servizio [vai alla pagina dedicata](#)

Buyer Personas

Il servizio intende guidare le imprese nella definizione e nell'analisi delle buyer personas in un mercato estero di interesse attraverso l'utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale, consentendo di comprendere in modo più strutturato i profili dei potenziali clienti, i loro compor-

tamenti, bisogni e processi decisionali, a supporto delle attività di marketing e commerciali.

Per ulteriori informazioni e per aderire al servizio [vai alla pagina dedicata](#)

LinkedIn Discovery

Il servizio supporta le imprese nell'individuazione e nel contatto di nuovi potenziali clienti esteri (Lead) attraverso LinkedIn, grazie all'utilizzo del tool "Sales Navigator" e a una campagna di advertising progettata ad hoc. È prevista un'attività di tutoraggio individuale per l'utilizzo autonomo di Sales Navigator.

L'iniziativa è rivolta alle MPMI che operano in contesti B2B e che vendono prodotti o servizi direttamente ad altre realtà produttive; non è indicata per imprese che utilizzano LinkedIn per la ricerca di distributori, rivenditori o punti vendita.

Per ulteriori informazioni e per aderire al servizio [vai alla pagina dedicata](#)

AI Strategy

Il servizio si rivolge alle MPMI attive nei mercati B2C e B2B che intendono rafforzare le proprie attività di promozione sui mercati internazionali attraverso un utilizzo

consapevole e strategico dell'Intelligenza Artificiale: viene predisposto un report di analisi di promozione digitale su un mercato di interesse e, parallelamente, viene realizzata una campagna di advertising personalizzata su Google (principalmente Search) per aumentare le visite al sito web o e-commerce aziendale.

Per ulteriori informazioni e per aderire al servizio [vai alla pagina dedicata](#)

Influencer Marketing

Il servizio è dedicato alle MPMI operanti in contesti B2C ed in grado di vendere online i propri prodotti nei mercati esteri (settore Beauty&Moda e Food&Wine). Il percorso è pensato per aiutare le aziende a comprendere come selezionare e attivare creator e influencer coerenti con il proprio brand, i prodotti e i target di riferimento, in un'ottica di internazionalizzazione. È prevista la pubblicazione di contenuti sponsorizzati e il monitoraggio delle performance dell'attività promozionale con l'obiettivo di aumentare visibilità e opportunità di contatto su uno specifico mercato di interesse per l'azienda.

Per ulteriori informazioni e per aderire al servizio [vai alla pagina dedicata](#)



Dalla sostenibilità dichiarata a quella misurabile: il ruolo degli standard tecnici

di Francesca Ricci



Negli ultimi anni la sostenibilità è uscita dal perimetro della comunicazione per diventare un elemento strutturale della competitività. Sempre più spesso, però, la differenza tra impegno dichiarato e impatto reale si gioca su un terreno meno visibile, ma decisivo: quello delle norme tecniche.

Se fino a pochi anni fa parlare di sostenibilità significava soprattutto raccontare valori e obiettivi, oggi imprese e mercati chiedono qualcosa di diverso: misurabilità, verificabilità e comparabilità. In altre parole, parliamo di standard condivisi. È in questo passaggio che la normazione tecnica sta assumendo un ruolo centrale, trasformandosi in una vera e propria infrastruttura della transizione.

Le norme tecniche - elaborate in Italia da UNI - Ente Italiano di Normazione - definiscono criteri precisi per prodotti, processi e servizi. Formalmente volontarie, diventano spesso essenziali quando sono richiamate da normative europee o adottate come riferimento lungo le filiere produttive ed è proprio su questo terreno che sostenibilità e standard iniziano a sovrapporsi.

Dalla gestione dell'energia alla riduzione delle emissioni, dalla tracciabilità delle materie prime fino alla sicurezza dei dati, gran parte degli ambiti riconducibili ai criteri ESG si fonda su standard tecnici. Senza questi strumenti, la sostenibilità rischia di rimanere un concetto astratto; con questi strumenti, diventa invece un elemento opera-

tivo, misurabile e, soprattutto, verificabile.

Il tema è particolarmente rilevante per il tessuto produttivo italiano, caratterizzato da una forte presenza di piccole e medie imprese. Per queste realtà, la sfida non è solo adottare pratiche sostenibili, ma anche dimostrarle in modo credibile nei confronti di clienti, partner e istituzioni finanziarie. In molti casi, infatti, l'accesso ai mercati - e sempre più anche al credito - è legato alla capacità di rispettare standard riconosciuti.

In questo contesto, emerge con forza anche il tema del cosiddetto "greenwashing". Senza riferimenti condivisi, il rischio è che la sostenibilità venga utilizzata come leva comunicativa più che come reale driver di cambiamento. Gli standard tecnici contribuiscono proprio a ridurre questa ambiguità, offrendo parametri oggettivi e criteri di valutazione trasparenti.

Tuttavia, esiste un nodo critico: l'accesso alla conoscenza normativa. Il patrimonio delle norme tecniche è ampio e in continua evoluzione - oltre 20.000 documenti tra standard nazionali, europei e internazionali secondo i dati del sistema camerale legati al servizio UNICAdesk - e non sempre facilmente fruibile, soprattutto per le imprese di dimensioni minori.

Un esempio concreto arriva proprio dalle filiere manifatturiere più strutturate: nel settore automotive, sempre più imprese capofiliera richiedono ai fornitori il rispetto

di standard tecnici legati non solo alla qualità, ma anche alla gestione ambientale e alla tracciabilità dei materiali. Questo significa, per una PMI, dover dimostrare, attraverso parametri riconosciuti, il controllo dei consumi energetici, delle emissioni o della provenienza delle materie prime. Un'evoluzione analoga si osserva anche nella filiera ceramica, dove l'attenzione all'impatto ambientale e all'efficienza dei processi produttivi è diventata un fattore competitivo sui mercati internazionali. In entrambi i casi, la sostenibilità non è più un elemento accessorio, ma un requisito tecnico che deve essere documentato secondo standard condivisi.

È proprio su questo punto che entrano in gioco iniziative volte a rendere più accessibile questo patrimonio. Tra queste, anche la Camera di commercio di Modena ha attivato lo sportello virtuale di UNICAdesk, sviluppato nell'ambito dell'accordo tra Unioncamere e UNI avviato nel 2018.

Il servizio consente a imprese, professionisti, studenti e ricercatori di consultare gratuitamente le norme tecniche UNI attraverso una modalità guidata. L'accesso avviene tramite richiesta online e prevede la possibilità di consultare fino a cinque norme per sessione, con credenziali attive per 24 ore nella fascia assegnata. Il numero di accessi è limitato per utente, con l'obiettivo di favorire una diffusione equilibrata dello strumento.

Al di là degli aspetti pratici, il valore di strumenti come questo risiede nella loro capacità di ridurre un divario informativo che incide direttamente sulla competitività. Rendere accessibili gli standard significa mettere le imprese nelle condizioni di affrontare la sostenibilità non solo come obbligo, ma come opportunità di posizionamento.

Per un territorio come quello modenese, caratterizzato da filiere fortemente integrate e orientate all'export - dall'automotive alla ceramica, fino al biomedicale - la capacità di dimostrare performance ambientali e qualitative secondo criteri condivisi rappresenta un fattore sempre più decisivo.

Il punto, in fondo, non è se investire o meno nella sostenibilità, ma come farlo in modo credibile. E la credibilità, oggi, passa sempre più dalla capacità di adottare linguaggi comuni e riconosciuti a livello internazionale. In questa prospettiva, la normazione tecnica smette di

essere percepita come un vincolo e diventa una leva strategica. Non solo per rispettare regole esistenti, ma per anticipare quelle future, integrando la sostenibilità nei processi decisionali e nei modelli di business. Il passaggio è culturale prima ancora che operativo: dalla sostenibilità dichiarata alla sostenibilità dimostrabile. Ed è proprio in questo spazio - fatto di metriche, criteri e standard condivisi - che si gioca una parte sempre più rilevante della competitività delle imprese.

UNICAdesk: come funziona

La Camera di commercio di Modena mette a disposizione UNICAdesk, servizio digitale per la consultazione gratuita delle norme UNI.

A chi è rivolto

Imprese, professionisti, studenti e ricercatori.

Cosa offre

- consultazione gratuita delle norme UNI
- fino a 5 norme per richiesta
- massimo 3 accessi per utente

Modalità di accesso

Richiesta online con prenotazione; accesso attivo per 24 ore nella fascia assegnata [al link](#).

Dataview: il commercio estero della provincia di Modena

Dagli indicatori strutturali del Centro Studi Tagliacarne è in leggero aumento l'export modenese, rimane elevata seppur in leggera diminuzione la propensione ai mercati internazionali

Gli indicatori strutturali sul commercio estero calcolati dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne confermano la forte propensione alle esportazioni delle imprese modenesi. Tuttavia, Modena scende di alcune posizioni nella graduatoria arrivando al tredicesimo posto in quanto il rapporto tra export e valore aggiunto scende al 57,9%, quasi tre punti in meno rispetto all'anno precedente. L'indicatore, tuttavia, rimane molto più elevato sia del dato regionale che del totale Italia.

Un altro risultato eccellente è il grado di copertura delle importazioni, cioè il rapporto fra esportazioni e importazioni, che a Modena è pari al 264,2%, in aumento di circa 20 punti percentuali. La provincia si pone pertanto

al quinto posto nella classifica nazionale.

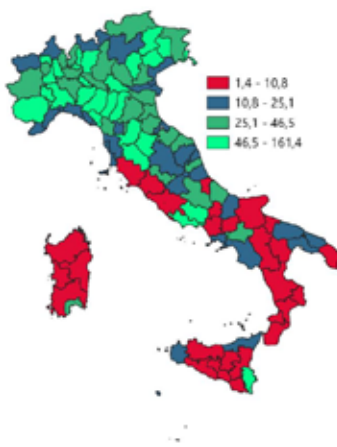
L'andamento dell'export è in leggera risalita rispetto all'anno precedente (+0,5%), tuttavia tale risultato non è dei più brillanti fra le province italiane, l'import risulta invece in calo (-3,6%), ma in misura minore rispetto alla media italiana.

Il focus sugli Stati Uniti vede una diminuzione delle esportazioni modenesi verso questo paese (-6,8%), di conseguenza scende anche la relativa incidenza dell'export verso gli USA rispetto all'export totale di Modena (15,9%), in questo modo la provincia scende al 20-esimo posto della classifica nazionale.



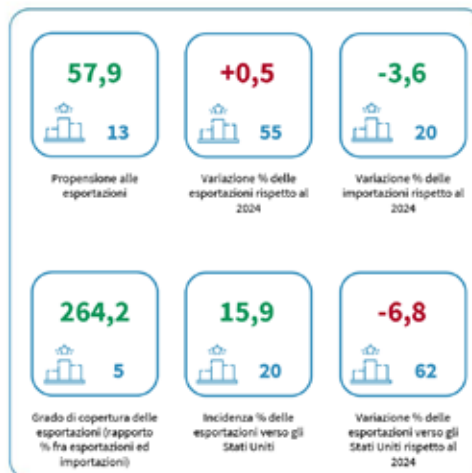
IL COMMERCIO ESTERO DELLA PROVINCIA DI MODENA

Propensione alle esportazioni (rapporto fra esportazioni e valore aggiunto). Anno 2025



DATA DI RILASCIO: 30 aprile 2026

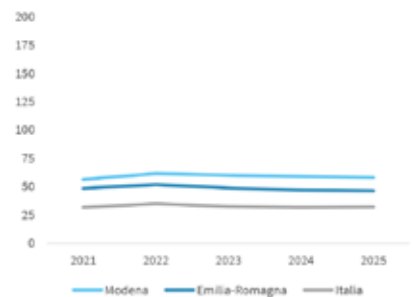
INDICATORI E POSIZIONAMENTO NELLA GRADUATORIA PROVINCIALE. ANNO 2025



I piazzamenti nella graduatoria provinciale della propensione alle esportazioni



PROPENSIONE ALLE ESPORTAZIONI - L'ANDAMENTO NEL TEMPO



UNIONCAMERE

LEGENDA: TESTO IN VERDE = valore indicatore migliore rispetto alla media Italia TESTO IN ROSSO = valore indicatore peggiore rispetto alla media Italia

powered by C.stat

Dataview: gli indicatori congiunturali della provincia di Modena - aprile 2026

Il Centro Studi Tagliacarne ha diffuso l'infografica che riporta una panoramica dell'attuale situazione economica provinciale confrontata con le medie nazionali

Gli indicatori congiunturali elaborati dal Centro Studi Guglielmo Tagliacarne forniscono un quadro di sintesi dell'attuale situazione economica della provincia di Modena riguardo a imprese, occupazione, credito, export e mercato immobiliare.

I risultati sono contrastanti, infatti su dieci indicatori presentati, quattro mostrano un andamento migliore della provincia rispetto alla media nazionale.

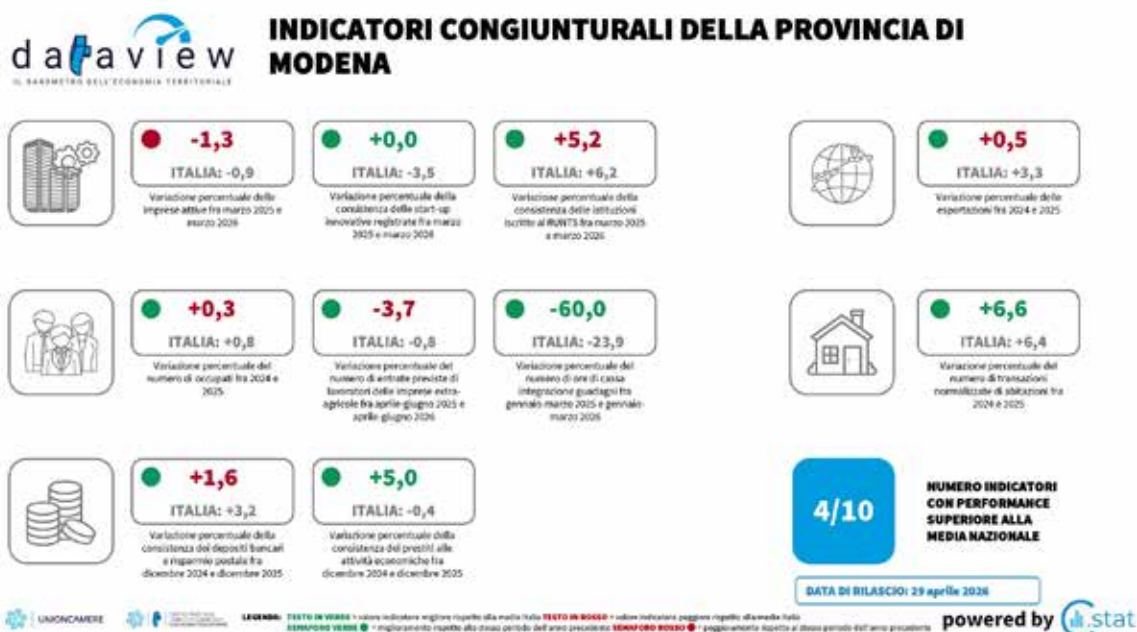
La demografia imprenditoriale mostra un calo dell'1,3% da marzo 2025 a marzo 2026, contro una diminuzione più contenuta del totale Italia. In effetti a Modena si sono avute numerose cancellazioni d'ufficio di imprese (cioè cessazioni da parte della Camera di Commercio di imprese non più attive da tempo) che possono spiegare tale andamento. Vanno meglio le start-up innovative, che a Modena rimangono invariate, ma che nel totale Italia scendono del 3,5%. Infine, appare positiva la variazione delle imprese iscritte al RUNTS (+5,2%), ma rimane inferiore alla crescita in Italia (+6,2%).

I dati relativi all'occupazione mostrano diverse tendenze: la variazione degli occupati fra il 2024 e il 2025 è leggermente positiva (+0,3%), mentre in Italia tale valore

sale al +0,8%. Anche l'indagine Excelsior prevede una diminuzione di nuovi ingressi nel trimestre aprile giugno 26 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (-3,7%), mentre in Italia tale fenomeno è più limitato (-0,8%). Risulta invece molto migliore della media nazionale l'andamento della cassa integrazione guadagni, che per Modena mostra un calo tendenziale del 60,0% nel primo trimestre del 2026. Tale risultato, tuttavia, può derivare dal notevole incremento registrato da gennaio a marzo del 2025 che quest'anno si è ridimensionato.

Migliora il trend delle variabili finanziarie: il dato più positivo è l'incremento dei prestiti, pari a +5,0% nel 2025, mentre in Italia sono in calo (-0,4%); anche il dato sui depositi e il risparmio postale è positivo, tuttavia si ferma al +1,6% nel 2025, mentre nel totale Italia la performance è migliore (+3,2%).

Infine, risulta molto positivo l'andamento delle transazioni di abitazioni, arrivando al +6,6% nell'anno 2025, con il dato italiano che si ferma poco al disotto (+6,4%). L'export, dopo un 2024 negativo, torna in positivo registrando un +0,5%, crescita tuttavia non sufficiente per eguagliare la performance italiana (+3,3%).



Demografia imprenditoriale: presentati i risultati del primo trimestre

L'economia modenese presenta due velocità, diminuisce il numero di imprese nell'industria manifatturiera, mentre i servizi mostrano maggior resilienza

Diminuiscono le imprese registrate in provincia di Modena nel primo trimestre del 2026, passano infatti da 69.411 al 31 dicembre 2025 a 68.745 a fine marzo 2026. Tale fenomeno, tuttavia, non va interpretato esclusivamente come un segnale di crisi, in quanto è dovuto soprattutto all'attività di revisione del Registro Imprese che cancella d'ufficio le imprese non più attive da tempo. Questi i primi risultati diffusi dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena che ha elaborato i dati forniti da Infocamere relativi alla demografia imprenditoriale.

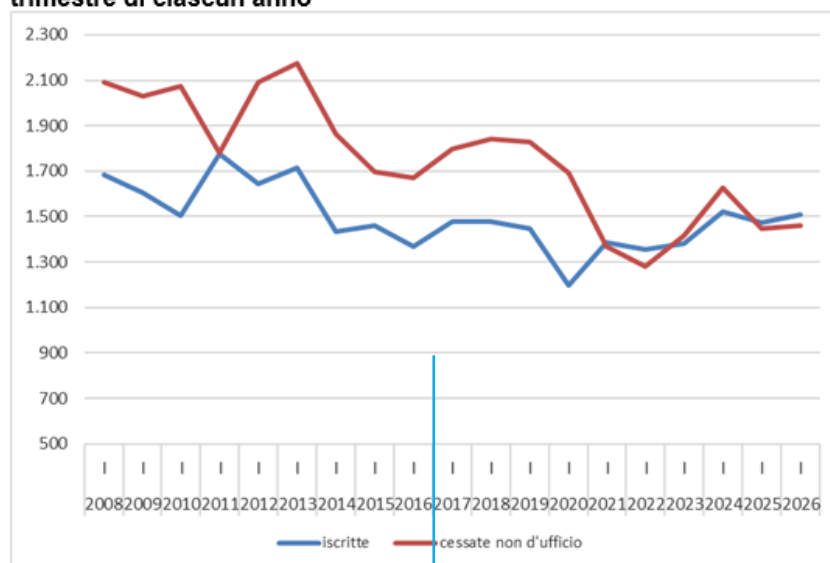
Nel primo trimestre, risulta infatti positivo il **saldo fra imprese iscritte e cessate non d'ufficio**, portando ad un tasso di sviluppo pari a +0,07%, superiore sia al dato regionale (-0,11%), che a quello nazionale (+0,01%). Nel dettaglio, il totale imprese iscritte è pari a 1.509,

in aumento tendenziale del 2,3%, mentre le imprese cessate non d'ufficio crescono solamente dello 0,9%. La perdita di imprese registrate deriva pertanto da 723 imprese cessate d'ufficio, cioè aziende che risultano ancora iscritte alla Camera di Commercio, ma che di fatto non operano più da diversi anni.

Nonostante il buon andamento delle imprese iscritte, le cancellazioni d'ufficio portano il confronto annuale delle **imprese registrate** in terreno negativo: si verifica infatti una diminuzione di più di mille imprese, pari al -1,5%, variazione leggermente peggiore sia del dato regionale (-1,2%), che di quello nazionale (-0,9%).

Risulta inferiore la diminuzione delle **imprese attive** (-1,3%), cioè quelle che hanno dichiarato l'effettivo inizio dell'attività economica e, tra le **forme giuridiche**,

Serie storica delle imprese iscritte e cessate non d'ufficio nel primo trimestre di ciascun anno



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

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

	Modena			Emilia-Romagna			Italia		
	I trim. 2026	I trim. 2025	var. %	I trim. 2026	I trim. 2025	var. %	I trim. 2026	I trim. 2025	var. %
Registrate	68.745	69.757	-1,5	427.054	432.247	-1,2	5.811.877	5.864.865	-0,9
Iscritte	1.509	1.475	2,3	8.330	8.324	0,1	105.051	105.005	0,0
Cessate non d'ufficio	1.459	1.446	0,9	8.795	8.965	-1,9	104.361	108.066	-3,4
Saldo iscritte cessate	50	29		-465	-641		690	-3.061	

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

solamente le società di capitali risultano in aumento rispetto a marzo 2025 (+2,9%). Registrano una flessione sensibile le "altre forme giuridiche" (-5,5%), seguite dalle imprese individuali (-3,4%) e dalle società di persone (-3,0%).

Le imprese manifatturiere mostrano la diminuzione più marcata (-3,3%), seguite dalle costruzioni (-2,8%) e dall'agricoltura (-2,5%). Solamente i servizi hanno un andamento pressoché stabile (-0,5%).

All'interno dell'**industria manifatturiera** è in aumento il numero delle imprese di "manutenzione e riparazione" (+2,0%), seguite dalla "stampa e supporti registrati"

(+1,5%) e dalla "fabbricazione di carta e relativi prodotti" (+1,4%). Diminuiscono invece le imprese operanti nelle produzioni caratteristiche della provincia come il tessile abbigliamento (-6,9%), la ceramica (-4,9%) e la metalmeccanica (-4,0%).

Mostrano un trend migliore le imprese dei **servizi**, con al loro interno crescite sensibili come l'istruzione (+8,8%), le attività finanziarie e assicurative (+7,1%) e le attività di supporto alle imprese (+6,1%). Perdono invece imprese il "trasporto e magazzinaggio" (-4,3%), il commercio (-3,5%) e le "attività professionali scientifiche e tecniche" (-2,3%).

Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

Classe di Natura Giuridica	Imprese attive al 31/03/2026	Imprese attive al 31/03/2025	Saldo	Var. %
Società di capitale	20.998	20.406	592	2,9
Società di persone	9.495	9.787	-292	-3,0
Imprese individuali	30.873	31.963	-1.090	-3,4
Altre forme giuridiche	972	1.029	-57	-5,5
Totale	62.338	63.185	-847	-1,3

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

Imprese attive per settore di attività in provincia di Modena

	Totale imprese al 31/03/2026	Totale imprese al 31/03/2025	Saldo imprese attive	Variazione %
Agricoltura, silvicoltura pesca	6.782	6.959	-177	-2,5
Attività estrattive	22	25	-3	-12,0
Attività manifatturiere	7.832	8.100	-268	-3,3
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	109	111	-2	-1,8
Fornitura di acqua; reti fognarie	90	89	1	1,1
Costruzioni	10.432	10.727	-295	-2,8
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	11.352	11.765	-413	-3,5
Trasporto e magazzinaggio	1.882	1.967	-85	-4,3
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.856	3.900	-44	-1,1
Servizi di informazione e comunicazione	1.567	1.526	41	2,7
Attività finanziarie e assicurative	1.909	1.783	126	7,1
Attività immobiliari	5.381	5.275	106	2,0
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.352	3.430	-78	-2,3
Attività amministrative e di servizi di supporto	2.169	2.045	124	6,1
Istruzione e formazione	346	318	28	8,8
Attività per la salute umana e di assistenza sociale	352	344	8	2,3
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	747	749	-2	-0,3
Altre attività di servizi	4.062	4.045	17	0,4
Imprese non classificate	96	27	69	255,6
Totale	62.338	63.185	-847	-1,3

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

Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 31/03/2026	Totale imprese al 31/03/2025	Saldo imprese attive	Variazione %
Industria alimentare	805	823	-18	-2,2
Tessile abbigliamento	1.494	1.604	-110	-6,9
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	266	272	-6	-2,2
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	71	70	1	1,4
Stampa e riproduzione di supporti registrati	207	204	3	1,5
Industria chimica e farmaceutica	98	103	-5	-4,9
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	192	191	1	0,5
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	312	328	-16	-4,9
Metalmeccanico	2.863	2.982	-119	-4,0
Fabbricazione mezzi di trasporto	143	144	-1	-0,7
Fabbricazione di mobili	140	145	-5	-3,4
Altre industrie manifatturiere	371	381	-10	-2,6
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	870	853	17	2,0
Totale manifatturiero	7.832	8.100	-268	-3,3

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

Imprese gestite da stranieri stabili dopo anni di crescita

In provincia di Modena crescono nei servizi e ristorazione mentre diminuiscono nel commercio, edilizia e manifattura

In base ai dati Infocamere elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena le imprese a conduzione straniera in provincia restano stabili sui livelli dello scorso anno dopo molti anni di costante crescita. Nell'ultimo decennio, infatti, le imprese guidate da stranieri a Modena sono aumentate del +32,9% mentre quelle di italiani sono diminuite del -10,3%.

Al 31 marzo 2026 le imprese di stranieri sono 9.399, soltanto 11 in meno rispetto alla stessa data del 2025. Nelle stesse date di confronto il totale imprese attive modenesi riporta una perdita di 847 posizioni, -1,3%, che sono per la quasi totalità (836) imprese gestite in maggioranza da italiani.

Nei primi tre mesi del 2026 la movimentazione delle imprese di stranieri ha mostrato un saldo negativo di 188 imprese, derivante da 422 iscrizioni e 610 cessazioni: tuttavia, tra queste, si contano ben 389 chiusure d'ufficio di posizioni da tempo non più operative. L'attività amministrativa del Registro Imprese ha quindi determinato questo risultato negativo. Se, invece, si considerassero

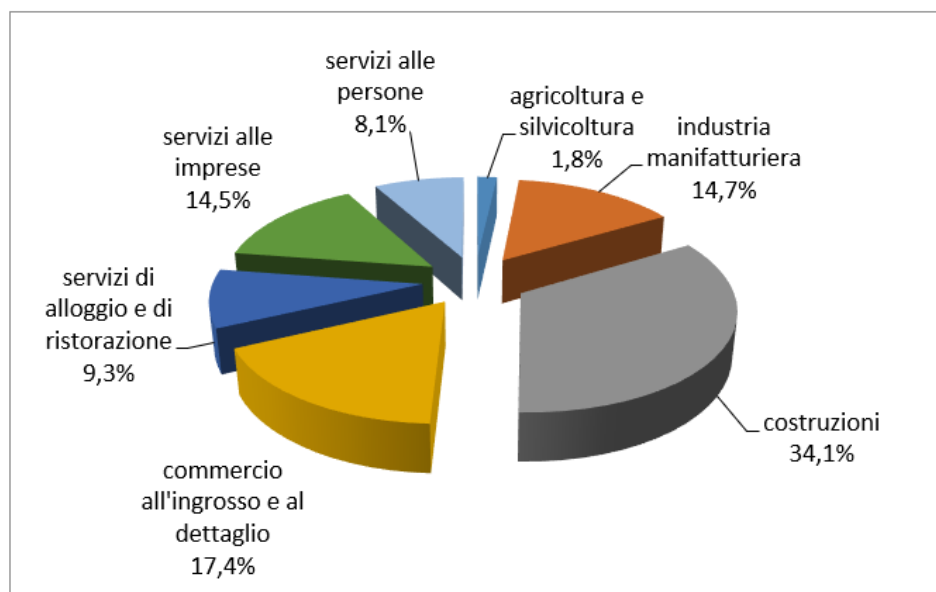
le sole cessazioni non d'ufficio (221) il saldo risulterebbe positivo di 201 posizioni.

Modena presenta una concentrazione di imprese di stranieri pari al 15,1% del totale, tra le più elevate rispetto alle altre province dell'Emilia-Romagna e superiore alla media regionale che si attesta al 14,6% mentre quella nazionale è dell'11,9%.

A livello settoriale si notano tendenze contrapposte, segno che le attività guidate da stranieri si stanno riallocando in comparti con trend più favorevoli: negli ultimi dodici mesi, infatti, emergono flessioni nel commercio (-111 imprese), costruzioni (-21) e manifattura (-7), mentre cresce la consistenza nei servizi alle persone (+74 posizioni), alle imprese (+32) e nella ristorazione (+14).

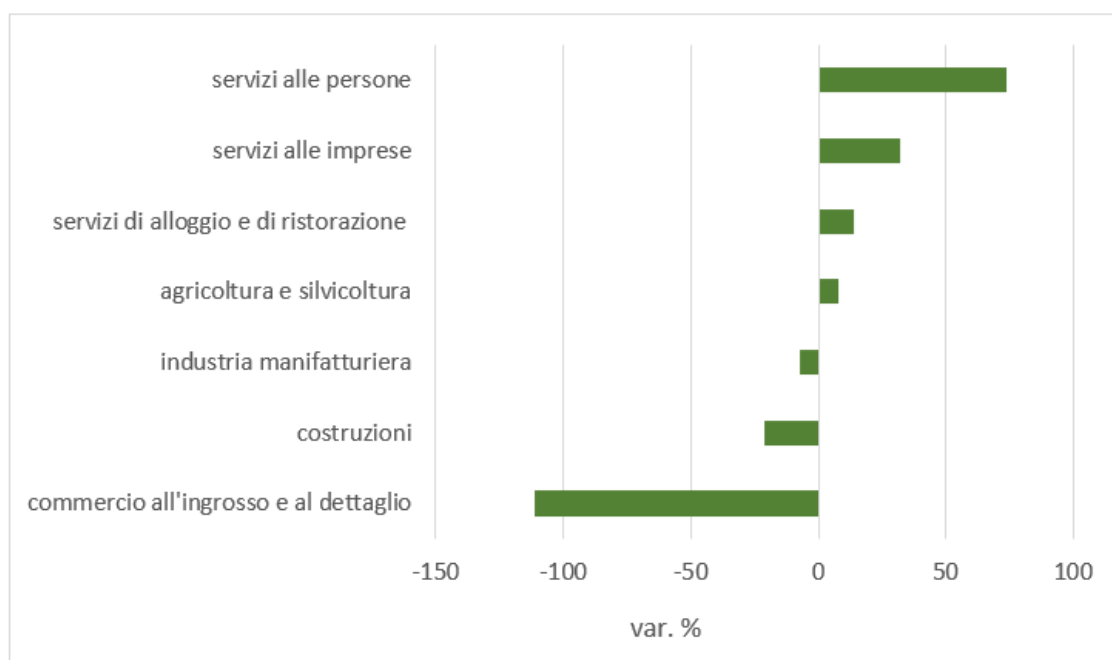
La composizione per forma giuridica conferma la netta prevalenza di imprese individuali che rappresentano il 69,0% mentre in provincia nel complesso sono circa la metà. Tuttavia, gli imprenditori stranieri si stanno strutturando: negli ultimi dodici mesi le società di capitali

Imprese a conduzione straniera per settori di attività in provincia di Modena al 31/03/2026, quota %



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

Imprese a conduzione straniera in provincia di Modena: variazioni settoriali in valore assoluto dal 31/03/2025 al 31/03/2026



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

sono incrementate del +11,6% portando la loro quota al 25,4%, e le società di persone sono aumentate del +3,4% arrivando a una quota del 5,1%. Si ridimensiona notevolmente il gruppo delle cooperative, consorzi e altre forme che passano da 74 al 31/03/2025 a 51 al 31/03/2026.

I dati sulle persone con cariche attive nel Registro Imprese, che associano ad ogni persona la prima carica ricoperta in ciascuna impresa, confermano la tendenza verso un progressivo calo degli imprenditori italiani, -1,6% negli ultimi dodici mesi, che cedono il passo a quelli stranieri (+0,3%). La quota degli stranieri con cariche ha raggiunto il 12,6% del totale. Si stima che oggi

a Modena un imprenditore ogni otto sia straniero di nascita.

Invariata in quest'ultimo anno la top-ten dei paesi di provenienza degli imprenditori stranieri operanti in provincia che vede ai vertici la Cina (1.692 posizioni, in crescita del +1,2%) e il Marocco (1.476, -4,6%).

Al terzo posto una nazione in consistente crescita, l'Albania, con 1.255 posizioni e un aumento del +6,8%. Seguono la Romania con 958 imprenditori (-2,3%), la Tunisia (813, -0,6%), e il Pakistan in forte ascesa (716, +7,2%). La concentrazione è elevata, dato che le prime 5 nazionalità rappresentano la metà del totale stranieri.

Scenari Prometeia: rimane positivo l'andamento della provincia

Nonostante le incertezze geopolitiche, prosegue la crescita del valore aggiunto modenese, confermando l'industria come settore trainante, mentre l'edilizia segna il passo

Il Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena ha elaborato i dati diffusi da Prometeia riguardanti le previsioni economiche per i prossimi anni: malgrado il nuovo conflitto in Medio Oriente, non si evidenzia un sensibile peggioramento economico sia a livello globale che locale.

Nelle previsioni di Prometeia rallenta leggermente il PIL mondiale, fermando la crescita al +2,6 nel 2026, con una piccola ripresa nel 2027 (+2,8%); restano invariate le previsioni per i due paesi che mostrano la crescita maggiore: l'India raggiungerà il +7,0% nel 2026 e la Cina il 4,3%. Si prevede, invece, un lieve miglioramento per l'economia statunitense, che quest'anno raggiungerà il +2,1% di crescita di PIL invece del +1,5% calcolato nell'elaborazione precedente.

L'economia europea subirà maggiori ripercussioni: nell'area euro si avrà una crescita del PIL che si fermerà al +0,8% nel 2026, per risalire all'1,1% nel 2027. Tutti i maggiori paesi europei, infatti, vedono una diminuzione della crescita nel 2026 ed una piccola ripresa nel 2027, in particolare la Germania quest'anno si fermerà al +0,3% e l'Italia al +0,4%.

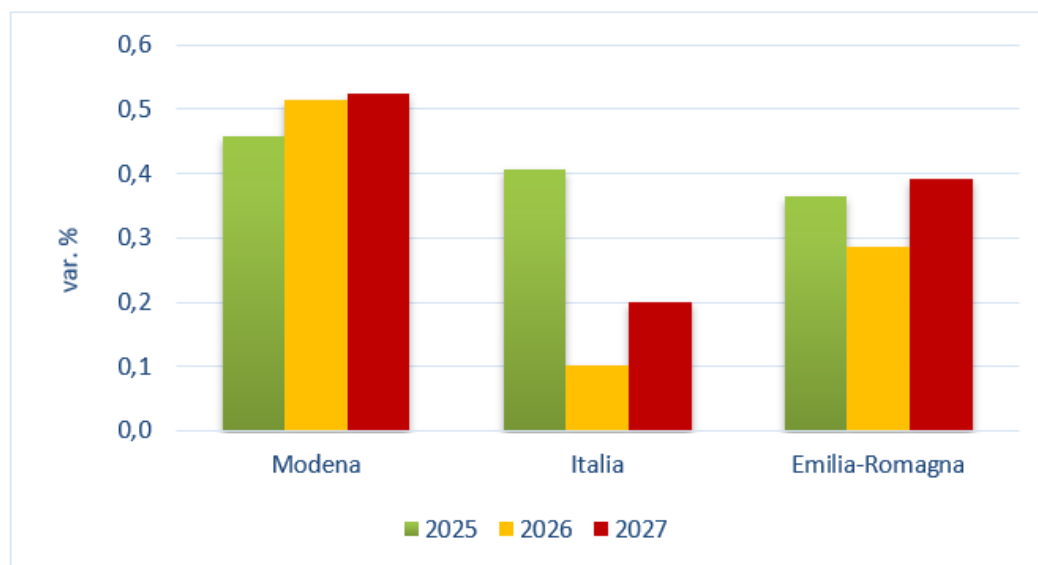
In questo quadro di incertezza legato agli approvvigio-

namenti di carburanti fossili, Modena risulta leggermente meno penalizzata rispetto al totale Italia; infatti, la crescita del valore aggiunto modenese arriverà al +0,5% sia nel 2026 che nel 2027, mentre la regione Emilia-Romagna si fermerà al +0,3% nel 2026 e al +0,4% nel 2027. L'Italia registrerà l'andamento peggiore, con un'economia pressoché stagnante.

Ritorna positiva la crescita dell'export nel 2026, tuttavia non si tratta di una netta ripresa (+0,4%), che si realizzerà invece nel 2027 (+2,1%), cambia pertanto anche la quota dell'export sul valore aggiunto diventando il 57,9%, valore comunque molto più elevato sia rispetto alla media regionale (47,2%), che a quella nazionale (31,6%). La spinta inflazionistica data dall'incremento del costo del petrolio farà impennare le importazioni, che nel 2026 cresceranno del +8,8%, per poi passare al +5,3% nel 2027. Questo andamento porta ad un incremento della quota di import rispetto al valore aggiunto che diviene par al 24,2%.

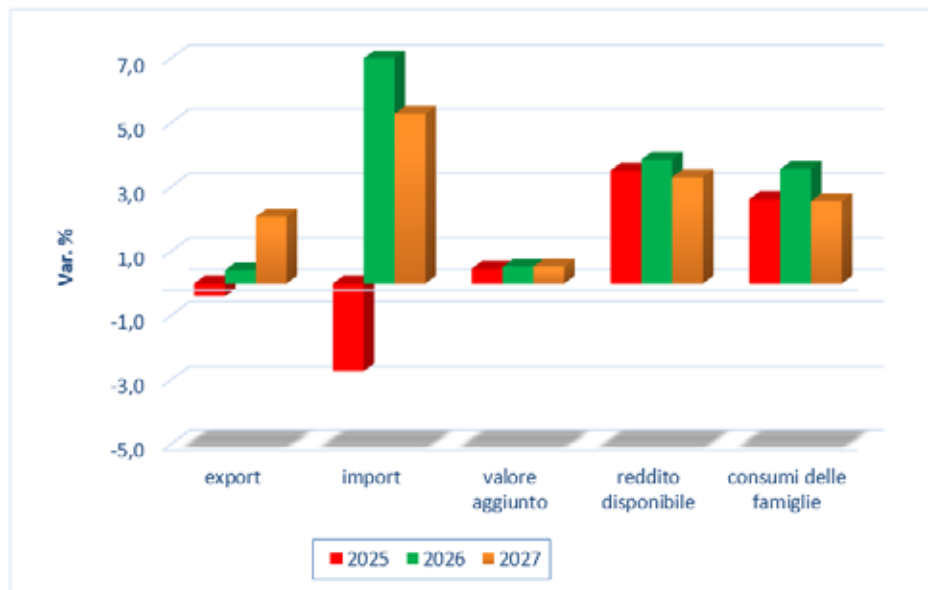
Nonostante gli sviluppi incerti che potrebbero derivare da un incremento dei prezzi dei combustibili fossili o, addirittura, da una loro carenza, l'industria modenese non prevede uno scenario negativo, anzi il valore aggiunto della manifattura crescerà dell'1,1% nel 2026 e

Variatione tendenziale del valore aggiunto in Italia, Emilia-Romagna e Modena



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali, aprile 2026

Variazione tendenziale di esportazioni, importazioni, valore aggiunto, reddito disponibile e consumi in provincia di Modena



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali, aprile 2026

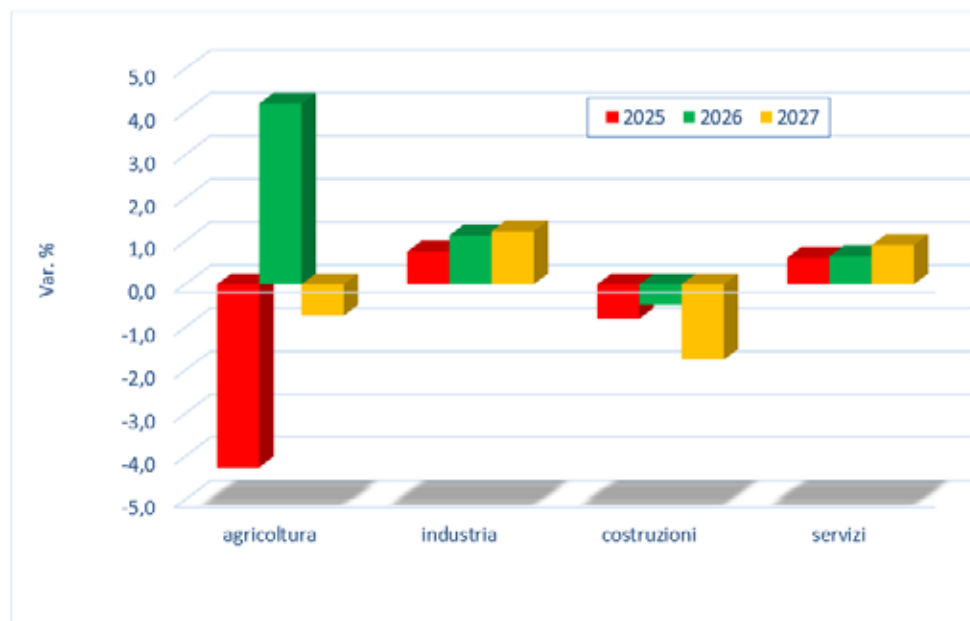
dell'1,2% nel 2027, risultato piuttosto positivo rispetto all'andamento dell'industria sia in Emilia-Romagna, che nel totale Italia. I servizi mostrano crescita inferiori, ma pur sempre positive, raggiungendo il +0,9% nel 2027, mentre appare negativo il trend delle costruzioni: nel 2026 sarà pari al -0,5% e nel 2027 scenderà al -1,8%. L'agricoltura avrà un andamento altalenante (+4,2% nel 2026 e -0,7% nel 2027).

Il rallentamento economico del 2026 provocherà una diminuzione degli occupati (-3,3%), ma nel 2027 tale trend sarà ridimensionato (-0,3%). Quest'anno calerà di conseguenza sia il tasso di attività (70,5%), che quello di

occupazione (67,3%), con un piccolo incremento del tasso di disoccupazione che raggiungerà il valore del 4,6%.

Cresce infine il reddito disponibile delle famiglie, con un massimo del 3,9% nel 2026, per poi ripiegare nell'anno successivo (+3,3%). E' inoltre prevista una crescita maggiore dei consumi nel 2026 (+3,6%), probabilmente in concomitanza con un incremento dei prezzi. Il valore aggiunto per abitante raggiungerà i 39 mila euro, quasi diecimila euro in più della media italiana, mentre il valore aggiunto per occupato sarà più del doppio (89.400 euro), molto al disopra del valore regionale (76.400) e della media italiana (72.200).

Variazione tendenziale del valore aggiunto in provincia di Modena per settori di attività



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali, aprile 2026

Excelsior: pesa l'incertezza sulle imprese e diminuiscono le previsioni di assunzione

Si conferma la centralità dell'industria manifatturiera, fra le professioni cresce la proporzione di quelle maggiormente specializzate e di conseguenza si richiedono titoli di studio più elevati

Nel mese di aprile 2026 sono previste in provincia di Modena 5.180 assunzioni, di cui 930 di elevata professionalità; resta preoccupante la difficoltà di reperimento, visto che le imprese faticano a trovare un quasi un candidato su due. Per una quota pari al 64,8% delle entrate viene richiesta esperienza specifica; le ricerche di giovani under 30 rappresentano una quota pari a più di un terzo del totale, e anche le assunzioni di immigrati sono pari al 29%. Diminuisce al 15% la quota di imprese che intendono assumere.

Questi i primi risultati elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati diffusi dal Sistema informativo Excelsior, promosso da Unioncamere e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Dopo la ripresa di marzo, in aprile risultano piuttosto in calo le previsioni di assunzione delle imprese, in controtendenza con l'Emilia-Romagna e l'Italia che invece registrano discreti aumenti negli ingressi di nuovo personale, risulta meno evidente il confronto negativo con aprile 2025, tuttavia anche questo dato è in controtendenza con l'Italia e l'Emilia-Romagna che invece crescono sensibilmente.

E' positivo invece il trend trimestrale, con Modena che guadagna il 2,4% rispetto al trimestre aprile giugno 2025.

Restano pressoché stabili le quote di assunzione per categoria di contratto, fotografando un mondo del lavoro instabile dove solamente un quinto dei contratti viene stipulato a tempo indeterminato, mentre il rimanente 73% delle nuove assunzioni porta a contratti temporanei, di cui la maggior parte dipendenti a tempo determinato. Unica eccezione è il contratto di apprendistato, che viene trasformato in tempo indeterminato nella gran parte dei casi; tuttavia, rimane abbastanza residuale in quando ricopre solamente 300 assunzioni.

Con 1.600 entrate la manifattura si conferma il settore principale per numero di assunzioni arrivando a quasi un

terzo del totale, seguono a ruota i servizi alle imprese che raggiungono un quinto del totale, mentre cedono un po' il passo le quote del commercio, dei servizi alle persone e del turismo. In vista dei lavori di coltivazione della prossima primavera/estate cresce la quota di assunti agricoltura.

La proporzione dei diversi gruppi professionali vede stabilità per la classe degli operai, sia per quelli specializzati sia per i "conduttori di impianti e macchinari", queste due categorie insieme raggiungono più di un terzo delle assunzioni totali. Si assiste inoltre ad una riqualificazione del personale, in quanto le imprese prevedono un aumento delle quote di persone assunte nelle professioni intellettuali, tecniche e impiegate a discapito delle professioni specializzate nelle attività commerciali e servizi. Cresce però anche la quota degli operai non qualificati.

I titoli di studio ricercati sono in assonanza con i gruppi professionali in quanto si vede un incremento della proporzione di laureati, diplomati e ITS Accademy a scapito della scuola dell'obbligo.

La maggioranza degli inserimenti per area aziendale si riversa negli "addetti alla produzione di beni ed erogazione di servizi", seguita dall'area tecnica e di progettazione. Quasi un 20% opera nell'area commerciale e di vendita, mentre un numero molto inferiore di persone viene impiegato nella direzione e in amministrazione.

Grazie alla diminuzione delle assunzioni cala leggermente anche la difficoltà di reperimento delle figure professionali ricercate arrivando a poco meno della metà. La top five dei lavori introvabili per percentuale di difficoltà vede al primo posto i conduttori di macchine movimento terra a pari merito con i tecnici ingegneristici, seguiti dagli "operai specializzati nelle rifiniture delle costruzioni", dai fabbri e dai "tecnici della distribuzione commerciale".

In valore assoluto invece mancano all'appello 207 addetti alla ristorazione, 199 meccanici montatori e 136 operai addetti alle pulizie.

Excelsior aprile 2026 povincia di Modena



assunzioni: 5.180



giovani under 30:
34,6%

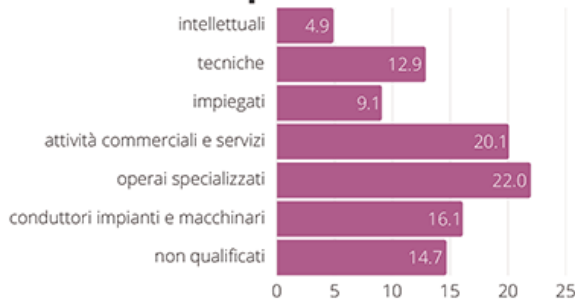


high skills: 930

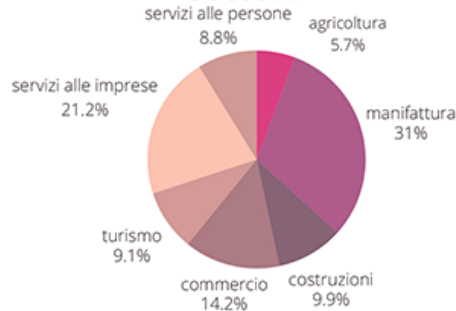


difficoltà di
reperimento: 49,2%

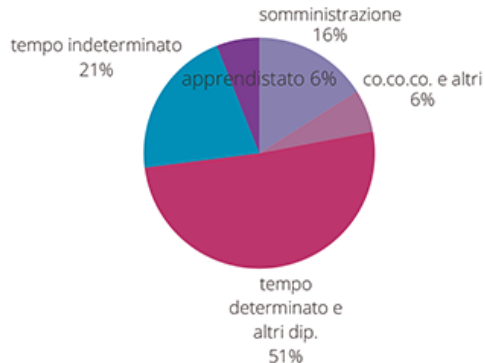
professioni



settori



contratti



titoli di studio

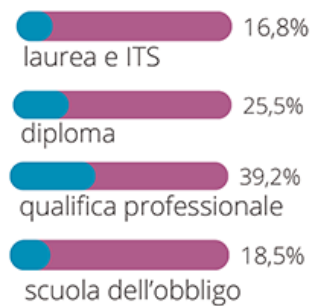


Figure professionali di difficile reperimento



tecnici della salute



conduttori macchinari



operai specializzati costruzioni



fabbrii



tecnici distribuzione commerciale

Design Economy: Modena ai vertici per ricchezza prodotta e occupazione

Publicato uno studio che riporta il quadro di un settore economico di eccellenza per il nostro Paese



Fondazione Symbola e Centro Studi Tagliacarne, in collaborazione con organismi nazionali di settore, hanno presentato i risultati del rapporto "[Design Economy 2026](#)", realizzato con l'obiettivo di accrescere la consapevolezza del valore del design per la competitività del sistema produttivo nazionale. La ricerca ha ricevuto il patrocinio del ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e del ministero delle Imprese e del Made in Italy.

L'economia del design: Italia prima in Europa per fatturato

A livello europeo, il comparto conta circa 295 mila imprese, con un fatturato complessivo di 31 miliardi di euro (+3,2% rispetto al 2023 e +23,8% nel triennio); anche l'occupazione mostra un andamento positivo, con oltre 356 mila addetti (+4,8% su base annua e +16,1% nel triennio).

Analizzando le performance dei singoli Paesi per personale impiegato nel settore, l'Italia conferma la propria posizione di leadership. Nel 2024 si consolida infatti il primato del nostro Paese per numero di addetti UE, 54 mila, pari al 21,5% del totale europeo prima di Francia (14,9%) e Germania (14,0%). Completano il quadro Paesi Bassi e Polonia, rispettivamente al quarto e quinto posto, con quote pari al 9,1% e all'8,5%. Analogamente a quanto osservato per gli addetti, anche il valore economico generato dal design risulta fortemente concentrato nei Paesi caratterizzati da economie industriali più avanzate. Oltre la metà (51%) del fatturato dell'industria

europea del design si concentra infatti in tre soli Paesi: Italia (20,0% della ricchezza comunitaria prodotta), Germania (17,6%) e Francia (13,4%). Allargando anche a Paesi Bassi (11,8%) e Svezia (6,8%), cumulativamente si sfiora il 70% del totale.

La fotografia del settore in Italia

Il settore del design conta 54 mila operatori tra cui imprese, liberi professionisti e autonomi che hanno generato un valore aggiunto pari a 4 miliardi con 76 mila addetti. Per delineare un quadro del valore economico del design a livello territoriale si può far riferimento alle stime realizzate su dati ISTAT e relative al 2024. I dati indicano una elevata concentrazione delle attività legate al design in Lombardia, da cui deriva il 33,4% del valore aggiunto complessivo del comparto e il 28,7% all'occupazione complessiva. L'Emilia-Romagna è la seconda regione per ricchezza prodotta, con una quota di valore aggiunto pari al 13,3% del totale nazionale, seguita da Veneto (10,9%) e Piemonte (10,3%).

Milano conferma, infatti, la propria leadership con oltre 7.300 imprese attive. Seguono Roma, Torino, Firenze, Bologna e Brescia: insieme, queste sei province concentrano oltre un terzo delle imprese di design italiane.

In Italia, il settore del design rappresenta un motore strategico di innovazione e competitività, strettamente connesso sia ai grandi centri urbani sia alle filiere tradizionali del Made in Italy. La concentrazione di progettisti nelle principali città metropolitane non è casuale: in que-

sti contesti, professionisti e studi di design possono accedere a una maggiore visibilità nazionale e internazionale, grazie alla presenza di fiere, mostre, eventi culturali e iniziative promozionali che favoriscono lo scambio creativo e il networking.

Modena quinta provincia italiana per valore aggiunto del settore design

In termini di valore creato, le imprese milanesi generano da sole il 19% della ricchezza prodotta dal settore a livello nazionale. Sul podio si collocano a distanza Torino (6,8%) e Roma (5,3%), mentre a ridosso seguono due province emiliane: Bologna quarta con una quota del 3,6% e Modena quinta con una quota del 2,9%.

Le considerazioni formulate per la ricchezza prodotta si possono estendere anche al versante occupazionale. Al primato di Milano (14,3% degli addetti nazionali del design) seguono Torino (con una quota del 6,9%), Roma (5,2%) e Bologna (3,7%). Anche in termini di occupazione Modena è la quinta provincia in Italia, in questo caso al pari di Firenze, entrambe con una quota del 3,1% sul totale addetti nazionali del settore design.

Riguardo alla specializzazione, emerge il valore aggiunto prodotto nella provincia di Fermo, dove lo 0,64% della ricchezza complessivamente prodotta nel territorio deriva proprio dal design; seguono Como (0,47%), Novara (0,43%), Reggio Emilia (0,42%) e Modena, sempre al quinto posto con una quota dello 0,37%.

Considerando l'incidenza dei progettisti sul totale dell'occupazione provinciale la graduatoria resta pressoché invariata con ai vertici le province di Fermo (0,85%) e Como (0,73%), seguite da Novara (0,64%), Modena (0,58%) e Reggio Emilia (0,54%).

Una tendenza che emerge dal report è che il 56,2% delle organizzazioni di design sta valutando l'adozione di stra-

tegie mirate a sostenere la propria crescita, tra cui scelte legate al rafforzamento della cooperazione, attraverso la possibilità di avere un partner economico (20,8%), di associarsi con altri professionisti (19,2%) o di creare/aderire a reti d'impresa (13,8%).

La formazione italiana nel design

Negli ultimi anni sono in crescita il numero di corsi e quello degli istituti. Complessivamente, nell'anno accademico 2024/2025 in Italia si contano 100 istituti attivi e 369 corsi di studio (+5%). Gli esiti occupazionali confermano il design come leva ad alto rendimento con elevati livelli di occupazione (92,4% è il tasso di occupati dei laureati magistrali in design a 5 anni dal conseguimento del titolo, superiore alla media nazionale pari al 89,7%), e coerenza tra studi e lavoro.

Generative Artificial Intelligence nel design

In linea generale il livello di preparazione rispetto alla GenAI si concentra prevalentemente su valori medi: il 52,4% degli operatori del design partecipanti alla survey dichiara un livello "medio", configurando una diffusione ampia ma non ancora pienamente consolidata delle competenze. Il livello "alto" è indicato dal 35,4% delle organizzazioni contro il 13,8% dei progettisti, evidenziando un vantaggio relativo delle strutture organizzate in termini di maturità tecnologica. Per un quinto dei rispondenti il livello di preparazione rimane ancora "basso" mentre solo il 6,2% dichiara una preparazione minima. Le competenze maggiormente indicate dal campione, nella sua totalità, riguardano il "prompt design & strategy" (65%), la conoscenza di "aspetti etici legati al copyright" (52,4%), il "visual & content editing" (42,7%) e le competenze in chiave di "progettazione sostenibile" (quasi il 40%), seguita con un minimo divario dalla "prototipazione rapida condotta con strumenti ibridi" (39%). Il 94% dei progettisti e delle organizzazioni hanno consolidato le proprie competenze nell'utilizzo dell'AI generativa negli ultimi due anni.



Moreali Tessile Casa, una storia che continua a cambiare

Sassuolo, quattro generazioni tra tradizione, dal negozio di sempre ai social e all'online

di Francesca Ricci



A Sassuolo la storia del tessile non è un dettaglio, ma una parte della sua identità. Già dalla seconda metà del Cinquecento il territorio aveva iniziato a trasformarsi da agricolo a manifatturiero, con la lavorazione della canapa e, nei secoli successivi, con filatoi per seta e lana che hanno costruito una vera tradizione legata al lino e ai tessuti per la casa. È dentro questo contesto che, nella seconda metà dell'Ottocento, prende forma anche la storia della famiglia Moreali, quando Stefano Moreali avvia un'attività di produzione e vendita di tessuti destinata a passare di generazione in generazione, da Raffaele a Mario, poi a Leo, fino ad arrivare a oggi.

A raccontarla è Mario Moreali, che oggi guida l'azienda, mantenendo il punto vendita nello stesso luogo e aggiornandone nel tempo il ruolo. Non c'è un momento preciso

in cui questa attività smette di essere solo un negozio per diventare qualcosa di più strutturato: «Non c'è stato un momento preciso perché da quando ho i primi ricordi siamo sempre stati un punto di riferimento sul territorio per chi voleva acquistare prodotti tessili per la casa sia finiti che in filati già pronti per essere lavorati a casa in telai manuali, tradizione che è continuata fino ai primi anni '60». Il riferimento ai telai manuali restituisce bene un passaggio storico: per decenni il negozio non era solo un luogo di acquisto, ma anche un supporto a una produzione domestica diffusa.

La vera discontinuità arriva proprio all'inizio degli anni Sessanta, quando si interrompe definitivamente la fase produttiva interna, già evoluta nel tempo con l'introduzione dei telai meccanici per la lavorazione della canapa e dei tessuti per la casa. «Penso che la scelta più difficile sia stata presa da mio nonno quando nei primi anni '60 chiuse la tessitura per continuare solo l'attività commerciale». È una decisione che cambia il modello di impresa e segna il passaggio a una dimensione più orientata alla vendita al dettaglio, che negli anni successivi si amplia ulteriormente con l'ingresso di nuovi prodotti: dalla pigiama, introdotta nel 2008 con il contributo della moglie Paola e della sorella Antonella, fino ai sistemi di riposo aggiunti nel 2011, settore seguito dal cognato Alberto. Le trasformazioni più recenti hanno avuto un'altra natura, legata soprattutto all'uso delle tecnologie. «Venendo ai giorni nostri sicuramente la crisi dovuta dal Covid ci ha costretti ad affrontare il mercato con le nuove tecnologie ma cercando sempre di avere un colloquio diretto con il Cliente utilizzando sia le videochiamate che i social». Anche in questo caso, però, il punto non è solo l'introduzione di strumenti nuovi, ma il modo in cui vengono utilizzati: «In questo modo siamo riusciti a fidelizzare Clienti in tutta Italia che non cercavano solo un prodotto ma un contatto ed un confronto più diretto».

Il tema della qualità resta centrale e viene definito senza giri di parole: «Dalla qualità non si può prescindere». Ma si traduce in una scelta precisa sul prodotto: «La nostra forza è proporre articoli di qualità con il nostro Brand quindi studiati da noi con il nostro gusto e l'innovazione nei modelli e nei colori che i Clienti non trovano nel panorama dei produttori nazionali di tessile casa». Un lavoro che passa anche dalla selezione dei fornitori: «Per fare questo abbiamo con tanta fatica ricercato i migliori produttori artigianali Italiani che ci hanno seguito in questo



a Modena da parte del Presidente Giuseppe Molinari per l'ingresso nel Registro nazionale delle Imprese Storiche di Unioncamere, istituito nel 2011 e che oggi raccoglie oltre 2.600 realtà italiane con una lunga continuità di attività. «Il riconoscimento di Impresa Storica d'Italia è stato un motivo di grande orgoglio per la mia famiglia che opera a Sassuolo da tante generazioni sempre nello stesso luogo». Un passaggio importante, ma non interpretato come conclusivo: «Non è un punto di arrivo ma di partenza per le nuove generazioni entrate da pochi anni in Azienda che hanno saputo affrontare le sfide che impone il mondo moderno al quale appartengono».

Guardando ai prossimi anni, l'attenzione si concentra su due fronti. Da un lato l'innovazione tecnologica: «Penso che la prossima opportunità tecnologica sarà l'Intelligenza Artificiale e ci stiamo preparando per questa nuova sfida cercando di capire come usarla per migliorare la nostra attività». Dall'altro la produzione, in un contesto che è cambiato profondamente: «La sfida dei prossimi decenni sarà quella di consolidare il nostro Marchio con produzioni sempre più innovative cercando partner anche fuori dall'Italia per il motivo che la filiera produttiva Italiana, se escludiamo gli artigiani, ormai non esiste quasi più».

Quella dei Moreali è quindi una storia che non si è fermata alla tradizione, ma che nel tempo ha cambiato forma più volte, mantenendo però un punto fermo: restare riconoscibili, anche mentre cambia tutto il resto.

progetto».

Sulla gestione di un'azienda familiare storica, la posizione è altrettanto diretta: «Il problema delle Aziende familiari storiche è che spesso dormono sugli allori pensando che la storicità sia sufficiente per poter sopravvivere». Da qui una linea di lavoro chiara: «La nostra filosofia è quella che non si è mai arrivati e che bisogna reinventarsi ogni giorno perché il mercato cambia continuamente e le novità tecnologiche hanno impresso una accelerazione incredibile a questo mutamento». Un approccio che spiega anche l'attenzione al digitale.

Negli ultimi anni, infatti, l'attività si è estesa anche all'online e ai social, dove l'azienda ha costruito una presenza rilevante. «L'aver puntato tanto sui Social è stata una mossa vincente avendo creato una Community importante che cresce continuamente grazie agli sforzi e all'impegno che mettiamo quotidianamente». Anche qui le scelte organizzative hanno avuto un peso: «Per le vendite online ci serviamo della piattaforma Shopify e abbiamo incaricato una Logistica per gestire le spedizioni ai Clienti». Una struttura che ha permesso di riorganizzare il lavoro: «Questa è stata una scelta importante perché ci ha liberato tanto tempo da dedicare alla promozione e vendita dei nostri prodotti». Il risultato non si è fermato all'online: «I Social ci hanno consentito di avere migliaia di Clienti online ma anche di ricevere visite in negozio da Clienti di tutta Italia che vogliono conoscerci personalmente ed acquistare "tradizionalmente" instaurando spesso un rapporto di amicizia».

Nel novembre 2025 è arrivato anche un riconoscimento istituzionale, con la premiazione in Camera di commercio



Mario Moreali riceve il riconoscimento dal Presidente della Camera di Commercio di Modena Giuseppe Molinari

Dal packaging alla filiera ESG: l'evoluzione di CHIMAR

L'impresa che ha anticipato il cambiamento e oggi struttura la sostenibilità su orizzonti misurabili

di Francesca Ricci

Non sempre i premi servono a certificare un successo, a volte servono soprattutto a leggere con più chiarezza un percorso. È il caso del "Premio Bilancio di Sostenibilità 2026" assegnato a CHIMAR, che arriva dentro una fase in cui la sostenibilità aziendale ha smesso di essere una dichiarazione d'intenti per diventare una struttura operativa, fatta di numeri, processi e scelte verificabili. A raccontarne il senso è Marco Arletti, Amministratore Delegato del gruppo, che legge questo riconoscimento come una tappa di un lavoro iniziato molto prima che l'acronimo ESG diventasse un riferimento diffuso nel linguaggio dell'impresa.

"Siamo stati ovviamente molto soddisfatti di questo riconoscimento, che rappresenta per CHIMAR la conferma di un percorso di lungo periodo, costruito grazie all'impegno quotidiano delle nostre persone e al contributo di fornitori e partner che condividono con noi l'idea di un futuro più etico e responsabile. La rendicontazione è stata un passaggio necessario già a partire dal 2022, per raccogliere le tante nostre iniziative e verificare lo stato di avanzamento degli obiettivi." Una lettura che sposta subito il piano dal riconoscimento esterno alla gestione interna, dove il bilancio di sostenibilità diventa uno strumento di lavoro prima ancora che di comunicazione.

Il percorso di CHIMAR, in realtà, affonda le radici in una fase in cui il tema della sostenibilità non aveva ancora un ruolo centrale nel dibattito industriale. Già nei primi anni 2000 l'azienda ha iniziato a costruire un modello che oggi si potrebbe definire integrato, ma che allora rappresentava una scelta anticipatrice rispetto alle dinamiche del settore packaging. L'evoluzione non ha riguardato solo il prodotto, ma l'intera architettura dei servizi, con l'ingresso progressivo nella logistica e nel confezionamento industriale.

"L'azienda ha saputo anticipare le richieste del mercato, presentando un'offerta a 360° che non si limita alla sola progettazione e realizzazione di imballaggi industriali ma affianca il servizio di confezionamento e logistica di magazzino. Un'unica realtà per tutte le esigenze di imballo dei nostri clienti, con una gamma completa di soluzioni in legno, cartone ondulato, accessori e servizi logistici.

Parallelamente all'evoluzione dell'offerta commerciale, CHIMAR ha avuto una visione pionieristica per il rispetto dell'ambiente, adottando la certificazione volontaria PEFC già nel 2006, prima fra le aziende del settore packaging, oltre alla realizzazione di un cogeneratore per la produzione di energia dagli scarti di legno e la realizzazione di un orto aziendale riqualificando uno spazio abbandonato in area verde. I nostri clienti, fra le più grandi realtà manifatturiere italiane, hanno fin da subito sostenuto e premiato questa visione, riconoscendo in CHIMAR un fornitore di valore oltre alle performance di business."



Marco Arletti, Amministratore Delegato di Chimar spa

Dentro questa traiettoria si consolida un principio chiave: la sostenibilità non come comparto separato, ma come estensione del modello industriale. Investimenti energetici, recupero degli scarti e riqualificazione di spazi dismessi entrano così in un'unica logica di sviluppo, che nel tempo ha accompagnato la crescita del gruppo senza seguirla in modo accessorio.

Accanto alla dimensione ambientale, negli anni si è strutturato anche un sistema di welfare aziendale sempre più articolato, con un'attenzione crescente alla qualità del lavoro e alla stabilità organizzativa. In questo quadro si inserisce anche il tema della parità di genere, formalizzato a livello di gruppo.

“Le persone sono sempre state al centro del nostro modo di fare impresa ed il loro benessere è per noi fondamentale. Ci siamo da sempre adoperati per poter offrire iniziative concrete e tangibili, convenzioni a supporto del benessere e dell'equilibrio vita-lavoro. Inoltre, dal 2024 tutte le aziende del nostro gruppo hanno ottenuto la certificazione per la Parità di Genere, a conferma della volontà di creare un ambiente di lavoro equo e sostenibile.” Un passaggio che conferma come la dimensione organizzativa sia diventata parte integrante della strategia industriale.

Sul fronte economico, il 2025 si è chiuso con un fatturato pari a 77 milioni di euro e una quota di investimenti strategici superiore al 10% del valore della produzione. Una scelta che si traduce in interventi diffusi su più fronti: transizione energetica, aggiornamento tecnologico e digitalizzazione degli impianti produttivi nei cinque stabilimenti del gruppo.

“Negli ultimi anni, seguendo la strategia ESG di riduzione dell'impatto ambientale, pur non essendo il nostro un business energivoro, abbiamo investito in numerosi impianti fotovoltaici (3 installati ed il quarto in via di realizzazione), l'acquisto di energia da fonti rinnovabili, la progressiva trasformazione della flotta aziendale, installazione di colonnine di ricarica per le auto aziendali con energia pulita autoprodotta, utilizzo di muletti elettrici, la coibentazione degli stabilimenti e acquisto di nuovi macchinari a ridotto consumo. Siamo molto impegnati anche sul tema della formazione, dalla cyber-security ai temi di compliance, parità di genere, privacy, transizione green e soft skills.” La transizione energetica, in questo caso, non viene trattata come progetto autonomo ma come processo diffuso che coinvolge impianti, persone e competenze.

Anche sul fronte commerciale il cambiamento è ormai strutturale. La domanda dei clienti si è spostata in modo deciso verso soluzioni a minore impatto ambientale, in un contesto regolatorio europeo sempre più stringente.

“I nostri clienti sono sempre più attenti a soluzioni a ri-

dotto impatto ambientale, anche in virtù dei nuovi regolamenti europei quali, ad esempio il PPWR, di recente entrata in vigore. Per la realizzazione dei nostri imballi, lavoriamo materie prime come il legno (principalmente abete) e cartone e le certificazioni sono fondamentali per attestare un utilizzo da foreste gestite responsabilmente, in modo controllato e verificato lungo tutta la supply-chain. Non ci siamo fermati a questo: abbiamo realizzato Giott0, il primo pallet circolare e sostenibile, prodotto con materiale legnoso proveniente dalle isole ecologiche che evita l'abbattimento di alberi e foreste e rimette nel circolo produttivo materia prima che altrimenti andrebbe a smaltimento. Stiamo inoltre evolvendo la proposta di materiali accessori (VCI, film plastici, pluriball, reggia) con soluzioni di green packaging realizzate in plastica riciclata e rigenerata in sostituzione di plastica vergine.”

La presenza territoriale rimane un altro elemento strutturale del modello CHIMAR. Le oltre 35 sedi nel Nord Italia definiscono una rete che punta sulla prossimità come fattore competitivo, soprattutto in un settore in cui la personalizzazione del servizio è parte integrante del prodotto.

“La prossimità ai nostri clienti è un valore essenziale: per questo motivo siamo presenti in 6 regioni, dalla Liguria al Veneto, Lombardia, Trentino Alto-Adige, Toscana ed Emilia-Romagna. I nostri imballi sono progettati e realizzati su misura: per ogni soluzione viene studiato il sistema più adatto per garantire la massima protezione fino a destino. Ecco, quindi, che la prossimità diventa un elemento distintivo nelle partnership di lungo periodo con i clienti.”

Guardando al futuro, il gruppo ha già impostato una nuova fase di pianificazione che supera la logica annuale o triennale, estendendosi al quinquennio 2026-2030, con un rafforzamento ulteriore della struttura ESG.

“Dopo il primo piano triennale ESG che ci ha guidati con obiettivi nelle tre aree di Ambiente, Governance e Comunità, abbiamo messo a punto una strategia di sostenibilità che sarà declinata con obiettivi per il prossimo quinquennio 2026-2030. Con una consapevolezza ancora maggiore, daremo continuità agli obiettivi in ambito ambientale, ulteriore rafforzamento della struttura di welfare e sostegno alla comunità. La sfida è quella di affiancare target quantitativi a progetti di largo respiro, che andremo a misurare puntualmente, in un percorso di miglioramento continuo.”

In questa prospettiva, il riconoscimento ottenuto da CHIMAR si inserisce come una verifica intermedia di un percorso industriale già tracciato, in cui crescita, sostenibilità e radicamento territoriale continuano a procedere come dimensioni intrecciate dello stesso modello d'impresa.

Modena "Capitale italiana del volontariato 2026"

Una comunità che genera valore

di Erika Bezzanti

Nel 2026, con passaggio del testimone al Teatro Massimo di Palermo, Modena diventa ufficialmente Capitale italiana del volontariato. Un riconoscimento promosso da CSVnet, Forum Nazionale del Terzo Settore e Caritas Italiana - assegnato sulla base della qualità del tessuto associativo, della capacità di collaborazione tra enti e dell'impatto sociale delle esperienze attive sul territorio - che va oltre il valore simbolico e restituisce l'immagine di una realtà in cui l'impegno civico è parte integrante della vita quotidiana. Qui il volontariato non rappresenta un ambito separato, ma una componente strutturale della comunità, capace di incidere concretamente sulla qualità delle relazioni sociali e sul benessere diffuso. Questo tratto distintivo si lega profondamente all'identità della città, sintetizzata nel motto *Avia Pervia*: rendere accessibile ciò che appare distante. È proprio in questa direzione che il volontariato modenese esprime la sua funzione più autentica, costruendo connessioni tra persone, bisogni e risorse, trasformando le fragilità in occasioni di incontro e collaborazione. [VolontariaMO](#) è il progetto ufficiale che

struttura, accompagna e valorizza il percorso di *Modena Capitale italiana del volontariato 2026*, contribuendo a rendere visibile una rete già ampia e radicata. Non si tratta di un punto di partenza, ma di un'opportunità per rafforzare legami esistenti e generare nuove energie all'interno del territorio. I numeri restituiscono con immediatezza la portata del fenomeno: oltre 1.700 associazioni attive e più di 65.000 persone impegnate con continuità in attività di volontariato. Una presenza diffusa che attraversa ambiti diversi - sociale, sanitario, educativo, culturale e ambientale - contribuendo in modo significativo alla tenuta e allo sviluppo della comunità. Nel quotidiano questo impegno prende forma in esperienze concrete: servizi di accompagnamento per anziani e persone fragili, dove accanto al supporto pratico si costruiscono relazioni capaci di contrastare la solitudine; progetti di sostegno alimentare e di aiuto alle famiglie in difficoltà, che intercettano bisogni spesso silenziosi. Così come in ambito sanitario, dove i volontari affiancano le strutture pubbliche contribuendo a rendere più accessi-

VolontariaMO - Il volontariato che connette

Il motto ufficiale della città di Modena è "Avia Pervia", ovvero "rendere accessibile l'inaccessibile". Il volontariato, così radicato in questa città, ha proprio questo potere: connettere mondi e modi di vivere all'apparenza lontani tra loro, rendendoli vicini, condivisibili. Come? Attraverso la relazione e l'impegno in prima persona. Il volontariato come generatore di connessioni, valori, cultura e pratiche capaci di interagire, integrare, includere e creare legami e ponti tra persone, corpi sociali, sistemi, territori.

1.700+
Associazioni attive a Modena e provincia

65.000+
Persone impegnate in attività di volontariato continuativa sul territorio provinciale



Modena
Capitale Italiana del
Volontariato 2026

bili e umani i percorsi di cura. Allo stesso modo, la protezione civile rappresenta un presidio fondamentale, grazie a cittadini formati e pronti a intervenire nelle emergenze, ma anche impegnati in attività di prevenzione. In ambito educativo e culturale, doposcuola, laboratori e iniziative di cittadinanza attiva favoriscono l'inclusione e il dialogo tra generazioni e culture diverse. Parallelamente cresce l'attenzione verso l'ambiente, con gruppi che si prendono cura degli spazi comuni e promuovono comportamenti sostenibili. In questo insieme articolato di esperienze, il volontariato si configura come una vera e propria infrastruttura sociale: una rete capace di generare fiducia, capitale relazionale e valore condiviso, contribuendo a definire un modello di sviluppo attento non solo alla crescita, ma anche alla qualità della vita e alla coesione. Il riconoscimento di Modena come Capitale del volontariato rappresenta quindi anche un invito a guardare avanti. Non tanto per celebrare quanto è stato fatto, ma per interrogarsi su come alimentare e rinnovare questa energia collettiva. In un contesto in cui i bisogni cambia-

no rapidamente e le fragilità assumono forme nuove, la capacità di costruire legami resta una risorsa decisiva. Il volontariato, in fondo, non si esaurisce nelle attività organizzate o nei numeri che lo descrivono. È prima di tutto una disponibilità, una forma di attenzione verso l'altro che si traduce in azioni concrete, spesso silenziose. È ciò che permette a una comunità di riconoscersi, di non lasciare indietro le proprie parti più vulnerabili, di mantenere viva una dimensione di fiducia reciproca. Per questo, più che un patrimonio da valorizzare, il volontariato è un processo da alimentare continuamente. Richiede tempo, partecipazione e, soprattutto, la capacità di rinnovarsi senza perdere il proprio senso originario. Modena, con la sua esperienza, dimostra che questo equilibrio è possibile: non come risultato acquisito, ma come costruzione quotidiana. Ed è forse proprio qui il significato più profondo di questo riconoscimento: ricordare che una comunità cresce davvero quando le persone scelgono, liberamente, di prendersene cura.

Canali informativi & Social



Whatsapp



Telegram



YouTube



Instagram



Linkedin



X

Alcuni dei nostri servizi per impresa e imprenditori

Libri Digitali



impresa italia



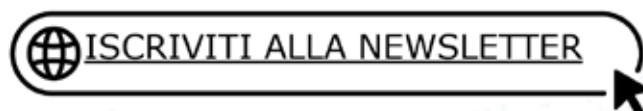
Fattura
Elettronica



Firma Digitale -
L'identità
digitale per ogni
impresa



Per scoprire tutti i servizi e rimanere aggiornato



Contatti redazione "Modena Economica"

059/208800

segreteria@mo.camcom.it



via Ganaceto, 134
Modena