

MODENA ECONOMICA

PERIODICO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Numero 3
maggio
giugno
2018



AL VIA IL BANDO
VOUCHER DIGITALI
14.0 2018

L'INNOVAZIONE
COME ECOSISTEMA
DI VALORE

INDUSTRIA
MANIFATTURIERA
IN CRESCITA

UN ANNO DA RECORD
PER L'AGRICOLTURA
IN REGIONE



Camera di Commercio
Modena

DOSSIER

2 Al via il bando voucher digitali I4.0 2018

INIZIATIVE

4 Idee e buone pratiche nei percorsi casa-lavoro

6 Le più belle storie di alternanza

8 Bilancio IFOA: formazione per 37 mila

INNOVAZIONE

10 #InnoER 2018: l'innovazione come ecosistema di valore

13 Fondazione Democenter: i progetti e la nuova governance

EXPORT

17 Incontri d'affari con operatori stranieri

19 Rallenta la corsa dell'export provinciale

INDICATORI

22 Industria manifatturiera in crescita

26 Ceramica: un anno di espansione

30 Analisi e sviluppo delle filiere meccaniche

33 Un 2017 positivo per l'affluenza turistica a Modena

37 Congiuntura favorevole per l'artigianato

38 Segnali positivi per l'edilizia

39 In flessione il commercio a Modena

TIPICITA'

40 Un anno da record per l'agricoltura in regione

NOTIZIE

44

Al via il bando voucher DIGITALI I4.0 2018

Dalla Camera di Commercio 500mila euro per le imprese modenesi. Il contributo potrà coprire fino al 70% dei costi di consulenza e formazione finalizzata all'introduzione di tecnologie di innovazione digitale Industria4.0. Domande dal 2 luglio al 15 settembre

La Camera di Commercio ha pubblicato il Bando voucher digitali I4.0 2018 che prevede un plafond di 500 mila euro a disposizione delle Micro, Piccole e Medie Imprese della provincia di Modena che intendono acquistare servizi di consulenza e formazione focalizzati sulle nuove competenze e tecnologie digitali in attuazione della strategia Impresa 4.0.

Il bando rientra nel progetto "Punto Impresa Digitale" (PID), in corso per promuovere la diffusione della cultura e della pratica digitale nelle micro, piccole e medie imprese (MPMI), di tutti i settori economici che prevede, tra le altre cose, il sostegno economico agli investimenti di digitalizzazione implementati dalle aziende del territorio in attuazione della strategia definita nel Piano Nazionale Impresa 4.0.

Il contributo per ogni singola impresa potrà essere al massimo pari a 10 mila euro, e coprirà il 60% delle spese per le medie imprese o il 70% nel caso in cui il

beneficiario sia una micro o piccola impresa, oltre alla premialità prevista per le imprese dotate di rating di legalità.

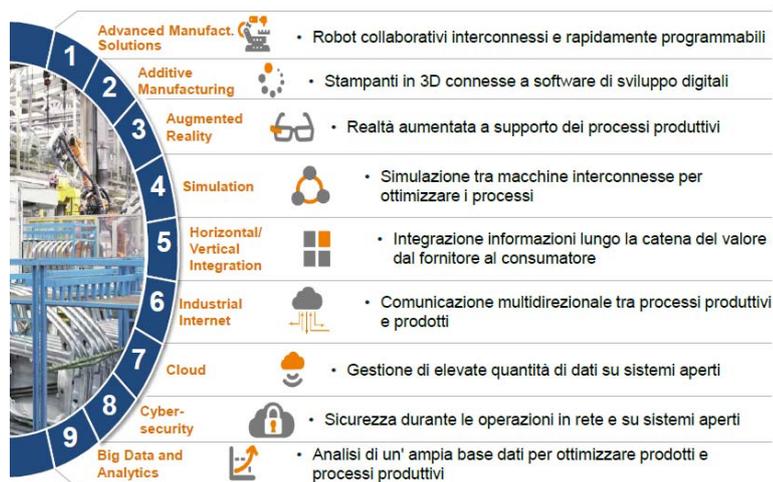
Tutte le spese dovranno essere sostenute a partire dalla data di presentazione della domanda fino al 120° giorno successivo alla data di approvazione della graduatoria degli ammessi.

Le richieste di voucher potranno essere trasmesse esclusivamente in modalità telematica, con firma digitale, attraverso il sistema Telemaco dalle ore 8:00 del 02/07/2018 alle ore 21:00 del 15/09/2018.

I SERVIZI DEL PID MODENA - PUNTO IMPRESA DIGITALE

Presso la Camera di Commercio è operativo dall'inizio del 2018 il PID, ufficio a supporto della digitalizzazione delle imprese come previsto dal Piano Nazionale Impresa 4.0. del MISE. Presso la struttura operano

Industria 4.0: Le tecnologie abilitanti



due Digital Promoter per fornire servizi alle PMI in relazione ai vari temi in materia di innovazione 4.0 attraverso la diffusione delle conoscenze di base su tecnologie Impresa 4.0, la mappatura della maturità digitale delle imprese e assistenza nell'avvio di processi di digitalizzazione, l'orientamento verso strutture specialistiche come i DIH (Digital Innovation Hub) e Competence Center.

IL TEST DI MATURITA' DIGITALE DELL'IMPRESA

E' online da aprile SELF4.0, il test di autovalutazione della maturità digitale dell'impresa messo a punto dal sistema camerale. Attraverso un semplice questionario accessibile dal portale www.puntoimpresadigitale.camcom.it ciascuna impresa può ottenere in autonomia una fotografia del proprio livello di digitalizzazione oltre a utili indicazioni delle aree prioritarie sui cui intervenire per elevarlo. L'iniziativa rientra tra i servizi offerti dalla rete nazionale dei Punti Impresa Digitale (Pid) che il sistema delle camere di commercio italiane ha messo in campo per supportare i processi di digital transformation del nostro tessuto imprenditoriale come previsto dal Piano Nazionale Impresa 4.0 varato dal Ministero dello Sviluppo Economico. Le imprese possono accedere all'assessment attraverso una duplice modalità: self assessment on line e assess-

ment guidato con il supporto in azienda dei Digital Promoter del PID di riferimento.

IL BILANCIO NAZIONALE DI UN ANNO DI VITA DELL'INIZIATIVA PID

14 milioni di euro stanziati attraverso voucher per le imprese; più di 70 bandi pubblicati ; 470 eventi di informazione con oltre 8.000 aziende partecipanti; 800 test di autovalutazione per scoprire la propria maturità digitale; 620 i dipendenti delle camere di commercio formati sulla digitalizzazione: è il bilancio di un anno di vita dei PID, i Punti Impresa Digitale realizzati dal sistema camerale all'interno del piano nazionale Impresa 4.0. A dodici mesi esatti dall'avvio del progetto, questa rete può già contare su un numero complessivo di 88 PID. I Punti impresa digitale rappresentano il primo livello di contatto delle aziende, nell'ambito del network nazionale Impresa 4.0, per accrescerne la consapevolezza sulle soluzioni possibili offerte dalle nuove tecnologie digitali e i relativi benefici. Per questo i PID offrono alle imprese servizi di informazione, formazione, orientamento, assistenza. L'attività di divulgazione presso le imprese sulle nuove tecnologie abilitanti è affidata ai digital promoter. Si tratta di 200 figure professionali a supporto diret-

to delle imprese. Attraverso l'erogazione di voucher, inoltre, le Camere di commercio stanno fornendo risorse tangibili alle aziende per fruire di servizi di formazione e consulenza sul digitale.



PUNTO IMPRESA DIGITALE – CONTATTI

Il Punto Impresa Digitale della Camera di Commercio di Modena si trova presso la sede camerale in Via Ganaceto, 113 - Modena ed è a disposizione delle imprese per assistenza nella diagnosi del livello di maturità digitale e nell'avvio di percorsi in ottica Industria 4.0.

Orario di apertura al pubblico:

dal Lunedì al Venerdì: 8.30 - 12.00

Tel. 059/208501-502

E-mail: pid@mo.camcom.it

Idee e buone pratiche NEI PERCORSI CASA- LAVORO

Gli esiti del primo seminario formativo del progetto Mo.SSA mirato a favorire la Mobilità sostenibile sistemica aziendale

ELISABETTA SILVESTRI

Agevolazioni fiscali e buone prassi realizzate dalle imprese per incentivare la mobilità sostenibile dei dipendenti sono stati al centro del seminario rivolto ai mobility manager organizzato da Camera di Commercio, aMo Agenzia per la mobilità sostenibile e dagli altri soggetti partner del progetto Mo.SSA lo scorso 31 maggio 2018 nella sede camerale.

Mo.SSA è una iniziativa concretizzata in un protocollo di partnership, che ha come obiettivo la promozione e la sensibilizzazione in tema di sostenibilità ambientale degli spostamenti casa-lavoro, creando un ciclo virtuoso che possa coinvolgere un numero sempre maggiore di aziende e altri stakeholders. I promotori che hanno sottoscritto l'intesa il 20 settembre 2017 sono l'Agenzia per la Mobilità di Modena (aMo), la Camera di Commercio, CNA Modena, Legacoop Estense, Confcooperative, Fiab Modena e Legambiente Circolo di Modena "Angelo Vassallo".

Il seminario ha rappresentato un'occasione per promuovere il progetto e per fare il punto delle attività realizzate e da realizzare. Dopo i saluti dell'ente ospitante e dell'Assessora alla Mobilità Sostenibile del Comune di Modena Alessandra

Filippi è intervenuto Andrea Burzacchini Amministratore Unico di aMo.

LE BUONE PRATICHE PRESENTI SUL TERRITORIO

Diverse imprese hanno già attivato, a favore dei propri dipendenti, iniziative di mobility management per offrire soluzioni innovative, sia tecnologiche che logistiche per organizzare in maniera più sostenibile gli spostamenti casa-lavoro. Scopo del progetto Mo.SSA è di diffondere il più possibile queste buone pratiche affinché le imprese, gli enti pubblici e i datori di lavoro in genere si attivino per replicarle.

Nella parte del seminario dedicata all'esposizione delle best practice aziendali è intervenuto Sandro Leonardi, responsabile comunicazione di Tetrapak per illustrare le molteplici iniziative di welfare e mobility management della società. Tetrapak incentiva il telelavoro dei propri dipendenti con il motto "work is a state of being not a place"; ha creato una pista ciclabile nei pressi dell'azienda; con il progetto Bike to work offre la colazione gratuita a chi si reca al lavoro in bicicletta; incentiva il car pooling svolto da 18 equi-



paggi di almeno 3 persone con un parcheggio dedicato, eroga un contributo economico per il trasporto pubblico e l'auto elettrica; inoltre sta acquistando auto ibride per rinnovare la flotta aziendale.

In questa sezione ha portato il suo contributo anche Enrico Bisi, mobility manager in CNH Industrial di Modena, illustrando le azioni intraprese, con particolare riferimento al progetto di erogazione di incentivi per l'utilizzo del trasporto pubblico e alla misurazione puntuale degli impatti positivi sull'ambiente generati dai comportamenti virtuosi dei dipendenti in termini di riduzione di emissioni inquinanti. Nel 2017 CNH è stato main sponsor del Giretto d'Italia, campionato di ciclabilità urbana promosso da Legambiente in collaborazione con Euromobility nell'ambito della European Mobility Week, sotto il patrocinio del Ministero dell'Ambiente, e ha premiato con una bicicletta i dipendenti che hanno partecipato all'iniziativa e hanno conseguito i migliori risultati.

L'UTILIZZO DELLA BICICLETTA NEGLI SPOSTAMENTI

Giorgio Castelli di FIAB Modena è intervenuto sul tema "La bicicletta nei percorsi casa-lavoro e negli spostamenti interaziendali" sottolineando che nella città di Modena la mobilità per studio e lavoro avviene per il 75% con mezzo privato, soltanto per il 7% con mezzo pubblico e per un 18% in bici o a piedi, contro un obiettivo da raggiungere entro il 2020 del 20%. In città il 12% degli spostamenti in auto sono effettuati per percorsi inferiori a 1 km e per il 45% inferiori a 2,5 km. Castelli ha evidenziato la necessità di una pianificazione urbana sempre più tesa ad agevolare gli spostamenti in bici con piste e servizi dedicati come riparazione, parcheggio custodito, bike sharing, e dell'adozione di nuovi standard urbanistici, con attenzione alle tendenze emergenti come ad esempio l'integrazione tra mezzo pubblico/privato e bicicletta. In sintesi Castelli crede si debba lavorare per raggiungere una maggiore consapevolezza della necessità di tutelare la salute dei cittadini e la vivibilità dei luoghi della città.

GLI INCENTIVI FISCALI

L'utilizzo della leva fiscale per incentivare le azioni di welfare aziendale e l'uso del trasporto pubblico è stato il tema affron-

tato da Massimo Tassone dell'ufficio fiscale di Legacoop Estense – Finpro Modena. Nel suo intervento ha sottolineato in primis come le iniziative di welfare aziendale portino ripercussioni positive sulla produttività aziendale e sull'immagine proiettata all'esterno dell'azienda. Il welfare aziendale è riconducibile sostanzialmente a 3 ambiti: previdenza complementare (D.lgs. n° 252/2005); assistenza sanitaria integrativa (D.lgs. n° 502/1992); retribuzioni non monetarie. Per queste fattispecie esistono deroghe al principio di onnicomprensività nella tassazione del cosiddetto welfare aziendale, come ad esempio non concorrono a formare il reddito d'impresa sussidi allo studio o per la fruizione di servizi di assistenza a familiari non autosufficienti.

La legge di bilancio 2018, inoltre, incentiva l'uso dei mezzi pubblici attraverso agevolazioni fiscali sugli abbonamenti, e consente ai datori di lavoro di detassare le somme spese per l'acquisto o il rimborso di titoli di viaggio destinati ai dipendenti. Il lavoratore inoltre può godere della detrazione del 19% delle spese sostenute per l'acquisto di abbonamenti ai servizi di trasporto pubblico locale, regionale e interregionale per un importo non superiore a 250 euro.

Per ulteriori informazioni www.mossamodena.it.



Le più belle storie DI ALTERNANZA

Premiati i vincitori modenesi del concorso sui migliori video di alternanza scuola-lavoro promosso da Unioncamere e dalle Camere di commercio italiane

DANIELA PIOGGIA

Si è svolta il 17 maggio scorso presso la sala Panini della Camera di Commercio di Modena la cerimonia di premiazione dei vincitori a livello provinciale del Premio "Storie di alternanza".

Si tratta di un'iniziativa delle Camere di commercio italiane, che ha l'obiettivo di accrescere la qualità e l'efficacia dei percorsi di alternanza scuola-lavoro, rendendo l'esperienza davvero significativa per gli studenti, che hanno la possibilità di "raccontare" le attività svolte e le competenze acquisite, realizzando un racconto multimediale (video).

Il progetto, infatti, prevede che le esperienze di alternanza svolte dagli studenti vengano documentate in un video valutato da una apposita Commissione istituita presso ogni Camera di Commercio. I video vincitori si aggiudicano un premio in denaro che le scuole devono destinare all'acquisto di libri, materiali scolastici o alla realizzazione di attività didattiche.

Il progetto è partito a settembre 2017 e si è articolato in due sessioni: la prima che si è conclusa il 27 ottobre 2017 alla quale hanno partecipato, per la provincia di Modena, due scuole: l'Istituto Tecnico Statale Ignazio Calvi di Finale Emilia e l'Istituto Tecnico Industriale Statale Enrico Fermi di Modena.

La seconda, che si è conclusa in questi giorni, ha coinvolto cinque scuole superiori, ovvero tre licei (Sigonio e Muratori San Carlo di Modena, Fanti di Carpi) e due istituti tecnici: Barozzi e Fermi di Modena.

Per i vincitori della prima e seconda sessione la Camera di Commercio di Modena ha organizzato una cerimonia il 17 maggio 2018 durante la quale sono state premiate tutte le scuole che hanno partecipato all'iniziativa e sono risultate vincitrici. I video vincitori, inoltre, hanno avuto la possibilità di partecipare ad una selezione nazionale istituita dall'Unioncamere a Roma.

La Camera di Commercio di Modena ha messo a disposizione complessivamente per le due sessioni temporali 10.000 euro suddivisi equamente per le due categorie: Licei (5.000 euro) ed Istituti tecnici e professionali (5.000 euro).

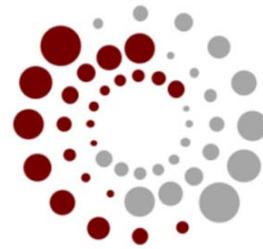
I PROGETTI VINCITORI DELLA SELEZIONE MODENESE

Si ricordano brevemente le scuole che hanno partecipato ed i titoli dei loro progetti.

Per la sezione licei, il primo classificato con un premio di 1.200 euro è stato il Sigonio di Modena con un progetto dal titolo "Il gioco delle scoperte", che ha raccontato l'esperienza di alternanza fatta da una studentessa del terzo anno dell'indirizzo Liceo scienze umane presso la scuola dell'infanzia Don Beccari di Nonantola. Molto apprezzato nel video il rilievo dato all'apporto dei tutor scolastici ed esterni.

Secondo classificato con un premio di 800 euro il liceo Muratori San Carlo con un progetto dal titolo "I giovani e la Storia". Il progetto consiste in una ricerca archivistica documentale svolta presso le sedi dell'ANMIG sui protagonisti coinvolti nelle due guerre mondiali e nella Resistenza.

Terzo classificato con 500 euro il liceo Fanti di Carpi, che ha partecipato con il video dal titolo "Scienza in gioco". La scuola, che ha svolto il pro-



storie di alternanza



Una immagine del video vincitore del Liceo Carlo Sigonio di Modena

getto in rete con l'Istituto Professionale Vallauri del quale ha utilizzato i laboratori, ha collaborato con il Comune di Carpi alla Festa del gioco, realizzando giochi di carattere scientifico.

Per la categoria Istituti tecnici e professionali il Fermi si è aggiudicato il primo premio con il progetto

"Colours tintura di carta e tessuti con sostanze naturali" con il quale i colori estratti a scuola in laboratorio sono stati utilizzati per colorare magliette e per commercializzarle.

Secondo classificato con 800 euro il Barozzi il cui video dal titolo accattivante "Giove Saturno Venere Plutone in viaggio verso l'alternanza scuola-lavoro", ha raccontato l'esperienza di alternanza agli studenti delle seconde ed ai loro genitori.

Sono stati premiati, inoltre, i due video vincitori della sessione autunnale che si è chiusa il 27 ottobre 2017. L'Istituto Ignazio Calvi di Finale Emilia con un video dal titolo "Verso l'agricoltura 3.0" che ha raccontato l'applicazione delle conoscenze di meccatronica all'agricoltura e l'Istituto Fermi di Modena con il video dal titolo "Analisi Aceto Balsamico Tradizionale di Modena con il metodo classico e l'innovazione con Acetikit" con il quale è stato presentato il kit inventato dagli studenti delle classi terze di chimica che consente a chiunque di controllare la batteria di ABTM.

Il Vice Segretario Generale nei saluti di apertura ha voluto sottolineare il lavoro che è stato svolto con grande capacità e con grande impegno dai docenti, studenti e dai tutor esterni che li hanno seguiti nei percorsi.

Durante la cerimonia sono stati proiettati i due video vincitori del primo premio, rispettivamente per la categoria licei quello del Sigonio e per la categoria istituti professionali quello del Fermi e si è dato spazio al dibattito ed alle testimonianze dei tutor esterni, dei docenti e degli studenti coinvolti.

Il 17 maggio scorso a Modena è stata dunque scritta una bella pagina di alternanza e l'elevato numero di partecipanti, oltre a rappresentare un successo per l'iniziativa, testimonia l'impegno profuso da scuole ed aziende nel dare attuazione a questi percorsi ormai obbligatori nel secondo biennio e nell'ultimo anno della scuola secondaria di secondo grado.

Il prossimo anno scolastico l'iniziativa verrà riproposta, quindi ragazzi, pronti partenza e via con i video che raccontano nuove avventure.

LA CERIMONIA DI PREMIAZIONE

Infine, due parole sulla premiazione, alla quale hanno partecipato le scuole Barozzi,, Calvi, Fermi, Sigonio Muratori San Carlo e Fanti con le intere classi coinvolte nei progetti. Un trionfo ed una festa che ha coinvolto studenti, insegnanti e tutor esterni.

Gli attestati sono stati consegnati personalmente a tutti i premiati dal Vice Segretario Generale avv. Massimiliano Mazzini, che ha voluto partecipare alla cerimonia per testimoniare il rilievo assunto dall'alternanza con la legge 13 luglio 2015, n. 107 "La Buona Scuola", la strategia educativa che collega la scuola al mondo del lavoro, che se svolta in modo corretto può rappresentare un'opportunità per fare esperienze che arricchiscono il percorso didattico e formativo per gli studenti dei licei e degli istituti tecnici e professionali.

Bilancio IFOA

FORMAZIONE PER 37 MILA

Significativa è la capacità di accompagnare al lavoro oltre 1000 giovani

Il 14 giugno 2018 si è tenuta nella sede di Reggio Emilia l'Assemblea di IFOA, società di formazione del sistema camerale, con la presentazione dei dati relativi al Bilancio 2017. Crescita è la parola che sintetizza il trend positivo di attività svolta nell'ultimo anno. Rispetto al 2016 si è registrato infatti un aumento del 10% delle entrate pari, nel 2017, a 17,3 mln di euro che, uniti a 1 milione di euro sviluppati dalla società partecipata IFOA Management, portano a un risultato complessivo superiore ai 18 milioni di euro e un avanzo positivo di oltre 300 mila

euro prima delle imposte. Negli ultimi 6 anni l'ascesa di IFOA ha avuto un andamento costante che ha portato l'istituto ad aumentare le sue attività del 32%. Oggi il patrimonio di IFOA supera i 4 mln di euro.

Nel 2017 IFOA ha formato 37.000 persone, di cui 1.124 sono giovani che hanno aderito a diverse tipologie percorsi mirati ad agevolare l'ingresso nel mondo del lavoro, dai post diploma alla formazione superiore, agli ITS e IFTS: a 6 mesi dalla conclusione del corso hanno trovato occupazione in media il



La sede di IFOA a Reggio Emilia

76% degli allievi, con punte del 90% in alcuni percorsi formativi. Oltre 9.000 sono i lavoratori coinvolti in piani formativi realizzati per quasi 1.700 aziende, 6.384 gli apprendisti che hanno aderito alla formazione, oltre 4.000 i tirocini attivati in Italia e all'estero e quasi 5.000 le persone che hanno svolto corsi sulla sicurezza. Nel versante delle istituzioni sono 51 i progetti realizzati con le scuole nell'ambito dell'alternanza scuola-lavoro e con percorsi di sviluppo delle competenze digitali e 59 i progetti presentati a livello europeo con il coinvolgimento di oltre 100 partner internazionali.

Umberto Lonardoni, Direttore Generale di IFOA ha sottolineato: "la missione di IFOA così come definita dal mandato indicato dai soci partecipanti, il sistema delle Camere di Commercio e la Fondazione Manodori, non consiste tanto nel produrre utili economici quanto nello sviluppare competenze che permettano alle aziende di essere più competitive e alle persone, in particolare i giovani, di valorizzare il talento per realizzarsi professionalmente. Da questo punto di vista risultano ancora più interessanti i dati qualitativi che indicano come l'istituto sia sempre più al centro delle politiche attive per il lavoro a livello locale ma anche nazionale. Infatti nel 2017 IFOA ha completato il suo iter di

riconoscimento come Agenzia per il Lavoro e oggi sono attivi i servizi che possono favorire la ricerca, la formazione e l'inserimento delle professionalità richieste dalle aziende. Con questa evoluzione il cerchio di IFOA si chiude: partito dalla formazione il nostro ente è arrivato ad essere un partner globale sul territorio nella gestione delle risorse umane per le aziende".



Un corso di formazione a IFOA

#InnoER 2018: l'innovazione COME ECOSISTEMA DI VALORE

Presentati i risultati dell'Osservatorio promosso dal sistema delle Camere di commercio e finanziato dalla Regione Emilia-Romagna

Una sfida complessa, l'innovazione, che le imprese della nostra regione stanno affrontando in modo dinamico. E' questa l'immagine dell'Osservatorio Innovazione Emilia-Romagna 2018 presentato a Bologna, che offre una analisi strategica del posizionamento delle imprese in una fase cruciale di ri-definizione delle modalità con cui il mercato e la società, nell'era digitale e circolare, spingono a progettare, produrre e distribuire prodotti e servizi, secondo nuovi parametri di efficienza, rapidità, condivisione, complessità tecnologica e ricchezza delle informazioni coinvolte.

L'Osservatorio InnoER, risultato della collaborazione tra Unioncamere Emilia-Romagna, Camera di Commercio della Romagna – Forlì-Cesena e Rimini, ASTER e Intesa Sanpaolo, è stato curato dal CISE, azienda speciale della Camera di Commercio della Romagna –, con il supporto scientifico del Centro Studi Antares, ed è stato reso possibile dal supporto economico della Regione Emilia-Romagna.

LA CLASSIFICAZIONE IN PROFILI

Secondo l'indagine realizzata su un campione di 2.047



La presentazione dell'osservatorio InnoER 2018 a Unioncamere Emilia-Romagna

imprese (pari al 10% del totale di quelle potenzialmente coinvolte con un fatturato superiore a 500 mila euro) e l'integrazione di diverse banche dati, le aziende emiliano-romagnole presentano quattro profili innovativi: leader (27% del campione e 48% degli addetti) con una capacità elevata di governare il nuovo paradigma della prossimità all'interno dell'ecosistema di relazioni con fornitori e clienti, anche con capacità di utilizzare reti internazionali e tecnologie avanzate; proattive (23% e 21% rispettivamente) che non detengono una leadership tecnologica di settore ma lavorano costantemente sullo sviluppo innovativo di prodotti e adattive (15% e 8%) che hanno un profilo di "inseguimento" dell'innovazione in relazione ai cambiamenti che avvengono nel proprio settore e nel mercato; tardive (33% e 21%) che mostrano un ritardo di "sintonizzazione" con il fenomeno innovativo che interessa le filiere globali e le altre imprese regionali, e denotano una vulnerabilità più probabile anche nella perdita di valore.

I profili si differenziano soprattutto su tre dimensioni chiave: la cultura innovativa all'interno dell'azienda, il ruolo della prossimità e del territorio per i processi di innovazione, l'adozione di nuove tecnologie per il governo della complessità interna all'azienda e di filiera.

Il profilo delle leader e delle proattive è fortemente correlato con la capacità di essere competitivi nell'economia dei servizi, dove digitalizzazione, prossimità con il cliente e cultura innovativa si fondono.

Lo studio evidenzia come ciò che misura la distanza tra una impresa tardiva e

una leader è la capacità di questa di adeguare la propria cultura organizzativa a un cambio di paradigma di "costante e continua innovazione" per ridurre la distanza con il cliente/utente, in chiave di co-progettazione, digitalizzazione della supply-chain e rapidità degli scambi.

COME LE IMPRESE INNOVANO

Inno ER 2018 indica come prevalga la dimensione in house: il 27% delle attività di innovazione interna riguarda i prodotti, mentre il 26% delle attività di innovazione esterna riguarda i servizi di marketing.

Il rapporto individua i "tempi" dell'innovazione, individuando tre categorie di imprese in relazione alla velocità di rendimento dei nuovi prodotti nell'arco di tre anni in relazione al fatturato.

Ci sono così le imprese Fast Trackers, pari al 16% i cui prodotti e servizi generano il 40% del fatturato; le Climbers, che sono il 34% e sviluppano tra il 10% e il 40% e infine le Long distance runners, percentuale del 50% che producono fatturato fino al 10%.

La lettura dei profili dell'innovazione aiuta a leggere anche le possibili traiettorie di evoluzione della "specializzazione intelligente" regionale, ovvero la prospettiva di nuove possibili vie di scoperta e applicazione di idee innovative, coinvolgendo più imprese e più settori.

Il 21% delle imprese adotta soluzioni avanzate di "eco efficacia".

Nella meccatronica ed agroalimentare,

le strategie di riduzione dei consumi accompagnano strategie di riciclo e utilizzo degli scarti sopra la media.

L'indagine si focalizza anche sugli elementi che secondo le imprese favoriscono l'innovazione, indicando soprattutto clienti e fornitori, quindi addetti ricerca e sviluppo interni e consulenti, quindi attività legata a fiere convegni, stampa specializzati, studi di mercato, appartenenza a gruppi aziendali e reti di impresa, quindi collaborazioni con Università e centri di ricerca.

Una percentuale pari all'11% delle imprese ha una elevata integrazione di prodotti finiti e servizi.

I FATTORI CHE TRAINANO L'INNOVAZIONE

Tra i fattori che producono attitudine a innovare, emergono soprattutto tre elementi: cliente leader, clima aziendale interno come fucina di idee, presenza di fornitori locali e quindi il ruolo del territorio, a questo riguardo, il comportamento delle imprese è diventato selettivo nella scelta e la prossimità geografica è importante a condizione di una presenza di specializzazione tecnologica che garantisca risposte.

Esiste una forte correlazione tra leadership tecnologica e la capacità di accompagnare i processi produttivi con una forte propensione ai servizi in chiave di interoperabilità tra le fasi interne e della value chain.

Il ruolo strategico del sistema economico emiliano-romagnolo, storicamente forte di proprie vocazioni manifatturiere



resta elevato anche all'interno della nuova "economia digitale dei servizi".

In sintesi, poco più della metà del sistema produttivo emiliano-romagnolo è oggi ben sintonizzato con le sfide di innovazione lanciate dal mercato e dalla società. Un terzo risulta in ritardo, ma ha le basi su cui poter innestare azioni correttive di carattere organizzativo e per essere ricettivo rispetto al supporto ai processi innovativi che possono essere alimentati a livello regionale e nazionale.

La sfida del prossimo decennio è quella di aumentare, da una parte, la leadership tecnologica del sistema regionale e, dall'altra, la partecipazione all'innovazione anche di imprese oggi in ritardo.

Non esiste, nel campo delle politiche per l'innovazione, una "ricetta unica": occorrono strategie differenziate che permettano di costruire percorsi di innovazione per e con i diversi profili di impresa.

In una fase di rafforzamento delle politiche regionali dell'innovazione, grazie all'azione di supporto attraverso il ciclo di programmazione europea POR-FESR e al coordinamento della rete Alta Tecnologia con gli strumenti associativi dei Clust-ER e della Value chain, è importante considerare gli elementi conoscitivi per un'azione di sistema.

Il rapporto indica alcuni fattori chiave che emergono dall'indagine e considerati utili per un rafforzamento delle politiche regionali: transizione tecnologica e digitalizzazione; circolarità come efficacia e trasformazione del prodotto/servizio; territorio, Research and Technology Organisations (RTOs) e offerta di R&D; politiche regionali.



Fondazione Democenter: I PROGETTI E LA NUOVA GOVERNANCE

Le attività della fondazione sono state presentate in un evento pubblico lo scorso 1 giugno 2018

Tre sedi, a Modena, Spilamberto e Mirandola. Gestore del Tecnopolo modenese in relazione a 7 laboratori di ricerca. Ecco Fondazione Democenter in cifre, misurata anche attraverso i risultati conseguiti nel corso del 2017 presentati in un evento pubblico organizzato nella sede di Modena lo scorso 1 giugno. Il primo elemento che è stato sottolineato sono gli oltre 7 milioni di euro di investimenti in Ricerca e Sviluppo, i 4 milioni da fundraising pubblico e il milione e 600mila euro da fundraising privato messi a disposizione del sistema Modena.

Finanziamenti e progetti che hanno prodotto un centinaio di inserimenti lavorativi a vario titolo e in settori diversi. A proposito di progetti, nel corso del 2017 la Fondazione ha seguito lo sviluppo e la diffusione di 12 attività di ricerca che hanno visto il coinvolgimento di

una trentina di laboratori della Rete Regionale dell'Alta Tecnologia e di altrettante imprese emiliano-romagnole. I progetti stanno giungendo a compimento con risultati di grande interesse sul piano scientifico e di potenzialità importanti sul piano industriale.

Sempre nel corso del 2017, Fondazione Democenter ha promosso, progettato e realizzato oltre 180 eventi sul territorio modenese e regionale, con il coinvolgimento di 1.217 aziende. 152 le startup venute a contatto con Democenter e 240 le collaborazioni attivate con imprese del territorio.

Per il TPM Mario Veronesi di Mirandola, sono stati realizzati più di 120 incontri con aziende ed altre organizzazioni, lavoro che ha portato ad attivare contratti con oltre 30 soggetti, per un totale di 130 commesse.

Nell'ambito del Progetto "Unione Terre di



La sede di Fondazione Democenter a Modena

Castelli Business Accelerator” si sono tenuti 12 incontri per oltre 400 partecipanti.

Sono stati seguiti 7 progetti del Bando PMI e Grandi Imprese, 16 del Bando per progetti di ricerca collaborativa e sviluppo delle imprese e 6 in relazione alla promozione dell'export. Presentati 16 progetti per il Bando della Camera di commercio di Modena “Contributi alle imprese che partecipano a programmi di ricerca e/o innovazione per la rigenerazione industriale del distretto biomedicale”. 26 i progetti presentati nel Bando Startup 2017. 180 aziende coinvolte e oltre 200 partecipanti ai corsi di Iper-specializzazione promossi dalla Fondazione.

Nel corso del 2017, infine, sono state ricevute 13 delegazioni (italiane e straniere) per un totale di 419 visitatori.

GIAN CARLO CERCHIARI NOMINATO NUOVO PRESIDENTE DI DEMOCENTER

“Vogliamo consolidare e sviluppare la posizione di Democenter quale interlocutore privilegiato di imprese e istituzioni del territorio sui temi dell'innovazione. Per il prossimo triennio pensiamo a un programma di crescita importante”. Ecco le prime parole di Gian Carlo Cerchiarì nella veste di neo Presidente di Fondazione Democenter-Sipe di Modena. La nomina dell'imprenditore del settore sicurezza e vicepresidente della Camera di Commercio, è stata confermata il 25 maggio scorso dall'Assemblea dei soci della Fondazione. Cerchiarì subentra quindi a Erio Luigi Munari, che lascia l'incarico di Presidente alla scadenza naturale e dopo due mandati consecutivi.

Nel Consiglio di Amministrazione di Fondazione Democenter entrano anche il Magnifico Rettore dell'Università di Modena e Reggio Emilia, Angelo Oreste Andriano, e il Presidente della Fondazione Cassa di Risparmio di Modena, Paolo Cavicchioli. Confermate in Consiglio le figure di Giuliana Gavioli, già vicepresidente con delega al TPM Mario Vero-

nesi di Mirandola, e di Barbara Bulgarelli, responsabile provinciale delle politiche industriali e del manifatturiero di CNA.

L'Assemblea dei soci di Fondazione Democenter si è aperta con la relazione del Presidente uscente. Munari ha illustrato le attività svolte e i risultati ottenuti: ha sottolineato l'apertura delle tre sedi di Modena, Spilamberto e Mirandola. In particolare su Mirandola ha evidenziato il ruolo svolto dal TPM nel concorrere alla ripresa del territorio e del tessuto industriale dopo il terremoto, azione per altro ancora in pieno sviluppo, visto che per il Tecnopolo di Mirandola è prevista, a breve, un'ulteriore espansione. Munari ha ringraziato la struttura per il lavoro svolto, il Consiglio di amministrazione per il contributo fornito alla gestione, istituzioni e stakeholder per il proficuo rapporto di collaborazione instaurato in questi anni.

E' poi stata la volta del Direttore di Democenter, Piergabriele Andreoli. “Democenter è più che mai al centro dell'ecosistema dell'innovazione a Modena e in Emilia-Romagna. Ha la gestione



Le attività svolte nei laboratori di Democenter a Modena

del Tecnopolo, sviluppa progetti di ricerca, trasferisce conoscenza e buone pratiche. Sono contento di aver contribuito a sostenere il lavoro della Fondazione in quest'ultimo anno, ma proprio la sua crescita, accompagnata da quella altrettanto importante di Aess (struttura di cui Andreoli ha mantenuto la direzione) mi impongono oggi una scelta netta che, per storia e competenza, non può che essere quella dell'Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo Sostenibile. Ringrazio tutti e mi preparo comunque a favorire un periodo di intensa e stretta collaborazione tra Aess e Democenter.”

Dopo gli adempimenti formali, nomine del Consiglio di Amministrazione e del Comitato Tecnico Scientifico, ha preso la parola il nuovo presidente. Cerchiari ha sottolineato alcuni tratti dei suoi propositi sul futuro di Fondazione Democenter: autonomia e sostenibilità economica; integrazione con le politiche regionali e stretto rapporto con l'Università di Modena e Reggio Emilia; forte attenzione ai temi delle imprese e del territorio, con l'ambizione di concorrere a progetti di sviluppo importanti, per dimensioni e qualità. Cerchiari, a sua volta, ha ringraziato Munari e Andreoli per l'impegno e i risultati ottenuti, ringraziamento esteso anche ai consiglieri di amministrazione che hanno concluso il mandato, l'imprenditrice Elena Lancellotti e il professor Tiziano Manfredini. “Il nuovo Consiglio - ha concluso - ha tutte le carte in regola per fare bene, di certo non mancheranno impegno e deter-

minazione”.

A FRANCO STEFANI IL PREMIO INNOVAZIONE 2018

“Innovatore dalla straordinaria genialità in ogni momento della sua carriera di imprenditore, creatore e realizzatore di processi e prodotti unici al mondo, attento osservatore ed esploratore instancabile verso nuovi orizzonti. Una visione lungimirante, d'ispirazione per tutti”. Con questa motivazione Fondazione Democenter ha attribuito il Premio Innovazione 2018 all'Ing. Franco Stefani, Presidente del Gruppo System, primo industriale al mondo a portare in produzione le più ampie superfici ceramiche, inventore di tecnologie attualmente leader mondiali nei settori di riferimento. Il Premio Innovazione all'Ing. Stefani è stato consegnato congiuntamente dal Presidente uscente, Erio Luigi Munari, e dal nuovo Presidente, Gian Carlo Cerchiari, nel corso dell'evento di presentazione del bilancio delle attività di Fondazione Democenter lo scorso 1 giugno.

Stefani ha fondato nel 1970 System spa e progressivamente ha esteso le sue conoscenze anche ai settori dell'intra-logistica, del packaging e delle automazioni industriali ad ampio raggio. Rocket, Planar, Outliner, Falcon, e soprattutto



AMPLIAMENTO DEL TECNOPOLO VERONESI A MIRANDOLA

Il Tecnopolo “Mario Veronesi” di Mirandola cresce e punta, per il futuro, sulla nuova frontiera della medicina personalizzata. Realizzato dopo il sisma e inaugurato il 10 gennaio 2015, sarà ora oggetto di un ulteriore potenziamento e di un importante ampliamento che comprenderà due nuovi laboratori, uno chimico e l'altro funzionale ai test di sicurezza dei nuovi prodotti, spazi di co-working e per la realizzazione di prototipi al servizio delle aziende. Di fatto, anche un nuovo incubatore per le startup con uffici e laboratori dedicati. L'investimento previsto è di 900 mila euro, più della metà da fondi stanziati dalla Regione Emilia-Romagna. Cofinanziatori anche il Comune di Mirandola e la Fondazione Democenter, cui si aggiungono i contributi di Fondazione Cassa di Risparmio di Mirandola, Confindustria Emilia Area Centro e Camera di Commercio di Modena. Per la struttura, fino a oggi, sono stati investiti 4 milioni e 250 mila euro. L'intervento garantisce il rafforzamento dell'offerta di attività e di servizi, anche grazie a un'estensione significativa degli spazi, passando da 600 ai 1000 mq. L'avvio dei lavori è previsto entro il 31 dicembre 2018, con la prospettiva di terminarli nel 2019.

Rotocolor, la macchina rotativa per decorazione e smaltatura di piastrelle ceramiche più diffusa al mondo, sono solamente alcuni dei sistemi frutto dell'illuminata visione dell'imprenditore alla guida del dipartimento Ricerca e Sviluppo dell'azienda, cuore dell'innovazione, a cui è destinato il 5% del giro d'affari. Il gruppo di ricerca è formato da ingegneri, fisici e tecnici selezionati dallo stesso Presidente. I brevetti registrati sono oltre 300.

Nell'anno 2000 ha presentato per la prima volta a Ceramitec di Monaco di Baviera la tecnologia Lamina (la tecnologia delle grandi superfici ceramiche). Un processo che ha rivoluzionato il concetto tradizionale di ceramica, dando una nuova vita a questo materiale.

Anche l'oggetto che è stato consegnato all'Ing. Stefani ha una storia di innovazione: è stato progettato e realizzato nella sede del Fab Lab Makers Modena da Slow-D, startup modenese attiva nel settore del design industriale, e si ispira alle Trivelle che campeggiano sullo stemma della Città di Modena.



Da sinistra, il presidente uscente di Democenter Erio Luigi Munari, Franco Stefani fondatore di System spa con il premio Innovazione, e il nuovo presidente della Fondazione Gian Carlo Cerchiari

Incontri d'affari CON OPERATORI STRANIERI

Promec organizza diverse iniziative dedicate in particolare ai settori agroalimentare, meccanica e moda

PROMECC, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Modena, prosegue l'intensa attività dedicata alla promozione dell'export e dell'internazionalizzazione delle imprese modenesi attraverso attività di formazione, informazione e accompagnamento verso i mercati esteri con numerose iniziative tra cui si segnalano le seguenti.

AGROALIMENTARE: INCONTRI D'AFFARI CON OPERATORI EUROPEI E CINESI

Nell'ambito dell'attività volta a supportare le piccole e medie imprese modenesi sui mercati internazionali, Promec organizza per venerdì 5 ottobre 2018 una giornata di incontri d'affari con operatori commerciali del settore Food & Beverage (importatori, distributori, responsabili acquisti, F&B manager) interessati a valutare nuovi fornitori. I paesi di provenienza degli operatori sono Austria, Svizzera, Polonia, Repubblica Ceca, Svezia e Cina.

Per ogni impresa partecipante verrà organizzata un'agenda di incontri individuali, sulla base del matching tra le richieste degli operatori esteri e l'offerta delle imprese del territorio. Ogni impresa avrà una postazione e potrà far degustare i propri prodotti. L'iniziativa è condivisa con la Camera di Commercio di Reggio Emilia.



Il workshop wine con operatori esteri organizzato da Promec con Michele Shah alla Camera di Commercio di Modena a maggio 2018

INCONTRI B2B PER IL SETTORE MECCANICO

Promec in collaborazione con la Camera di Commercio di Reggio Emilia organizza una giornata di incontri d'affari individuali con operatori esteri del settore meccanica e subfornitura industriale, interessati ad incontrare potenziali partner.

Gli incontri d'affari si terranno in data 3 luglio 2018 a Reggio Emilia presso la sede camerale di Palazzo Scaruffi in via Crispi 3. La promozione delle imprese interessate sarà focalizzata su Paesi Europei, Russia, Kazakistan e Australia e la selezione degli operatori esteri sarà affidata a diversi partner in loco.

Per ogni impresa partecipante verrà organizzata un'agenda di incontri individuali, sulla base del matching tra le richieste degli operatori esteri e i profili delle imprese del territorio raccolti. Su richiesta degli operatori esteri e sulla base dell'interesse confermato in sede di incontri individuali, potranno anche essere organizzate visite presso le sedi aziendali. L'iniziativa è aperta a 30 imprese modenesi e reggiane della filiera meccanica.

PROGETTO REGIONALE SETTORE MODA

PROMEC e Camera di Commercio di Modena, forti delle sinergie consolidate nel progetto Carpi Fashion System con le Associazioni imprenditoriali del territorio - CNA, LAPAM-Conartigianato e Confindustria - e il Comune di Carpi, hanno pianificato per il 2018 nuove azioni di promozione internazionale dedicate alle imprese regionali del settore tessile abbigliamento nell'ambito di un progetto co-finanziato dalla Regione Emilia-Romagna.

Per la media e grande distribuzione del settore abbigliamento donna e accessori si svolgeranno incontri d'affari nei giorni 27 e 28 novembre 2018 che avranno come Paesi Target: Belgio, Francia, Germania, Regno Unito, Irlanda, Paesi Scandinavi, Giappone e Russia. L'iniziativa è dedicata alla promozione delle collezioni Autunno/Inverno 2019-20 e Flash Primavera/Estate 2020.

Per la distribuzione al dettaglio del settore abbigliamento donna, intimo, moda mare e accessori sono previsti in-

contri b2b nei giorni 18, 19 luglio 2018 con Paesi Target: Germania, Austria, Svizzera, Francia, Paesi Scandinavi, Paesi Baltici, Kazakistan, Hong Kong, Usa e Canada. In questo caso saranno promosse le collezioni: Primavera/Estate 2019 e Flash Autunno/Inverno 2019-20.

CORSO "NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO SULLA PROTEZIONE DEI DATI (GDPR)"

Considerata la grande richiesta per una edizione supplementare, Promec organizza una nuova sessione del corso che verte sul Regolamento Europeo n° 679/2016 con un confronto rispetto alla normativa vigente nazionale (D.Lgs. 196/03) che si terrà il 28 settembre 2018. Focus particolare sarà dedicato agli adempimenti e alle modalità per l'implementazione di un sistema di gestione della sicurezza informatica (e non) dei dati efficace ed efficiente, in ottica di riduzione del rischio di impresa per lo sviluppo del business. Informazioni dettagliate e scheda per iscrizioni sul portale: <https://www.corsisqualita.it>.

Per informazioni: www.promecmodena.it



L'incoming con operatori esteri a Palazzo dei Pio di Carpi a maggio 2018 organizzato da Promec nell'ambito del progetto Carpi Fashion System

Rallenta la corsa DELL'EXPORT PROVINCIALE

Nel primo trimestre 2018 crescono le vendite all'estero della meccanica, in flessione il tessile-abbigliamento

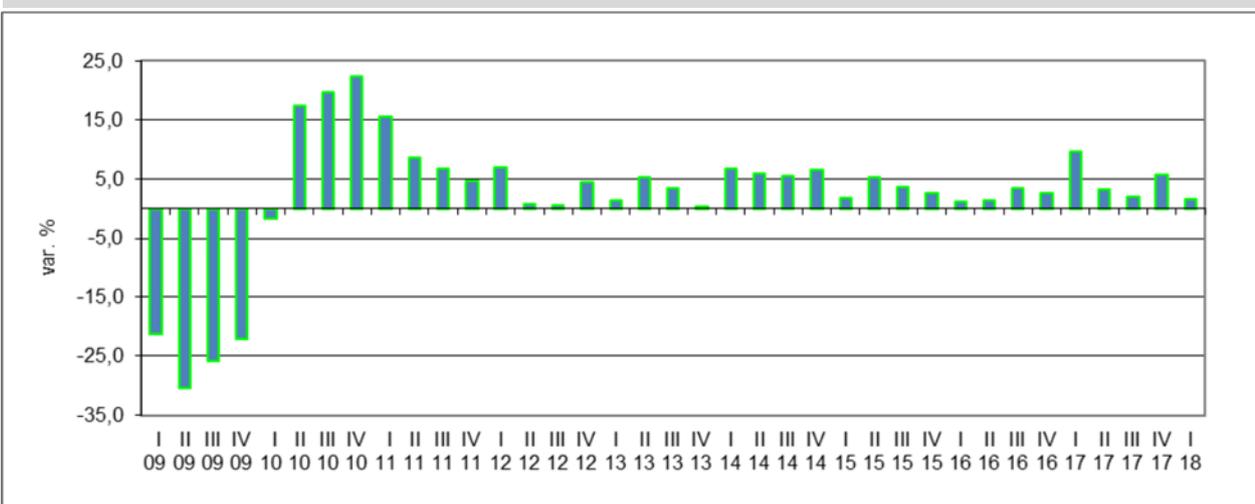
Rallenta la crescita delle esportazioni modenesi nel primo trimestre 2018, pur rimanendo positiva. Lo confermano i dati Istat elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena. Al 31 marzo infatti l'export modenese ammonta a 3.236 milioni di euro con un incremento dell'1,1% rispetto al quarto trimestre 2017. L'ammontare di vendite conseguite nel periodo è tuttavia molto vicino al picco record raggiunto nel secondo trimestre 2017 (3.246 milioni).

Il confronto tendenziale è migliore (+1,7% rispetto al primo trimestre dell'anno scorso), tuttavia rimane più basso sia del dato regionale (+4,6%), che di quello nazionale (+3,3%). In generale anche l'export italiano ha rallentato, ma in misura minore di quello modenese, infatti vi sono alcune regioni con un andamento molto positivo come la Calabria (+34,3%), la Valle D'Aosta (+19,2%) e la Sicilia (9,5%), tuttavia il loro contributo al totale export italiano è molto basso, molto più importante quello di Lombardia (+7,9%) e di Emilia-Romagna. Negativo l'export di Liguria (-10,3%), Puglia (-7,3%) e Sardegna (-7,0%).

All'interno dell'Emilia-Romagna tutte le province hanno un trend positivo: continua l'incremento a due cifre di Ferrara (+12,2%) e di Rimini (10,4%), tuttavia la prima provincia per crescita dell'export risulta Piacenza, che raggiunge un +16,7%. Non troppo bene quindi Modena, che risulta la penultima provincia prima di Ravenna (+0,1%).

E' molto variegata l'evoluzione tendenziale dell'export dei diversi settori della provincia: vi sono incrementi molto marcati come le "macchine e apparecchi meccanici" (+10,9%), positivo l'agroalimentare (+3,1%) e il biomedicale (+2,7%), mentre, dopo tanti trimestri in crescita, rimangono pressoché stabili i "mezzi di traspor-

Serie storica delle variazioni tendenziali dell'export modenese – dati trimestrali



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

Esportazioni in provincia di Modena, Emilia Romagna e Italia

	migliaia di euro		
	I trim. 2017	I trim. 2018	var. %
Modena	3.181.449	3.235.996	1,7
Emilia-Romagna	14.590.662	15.259.992	4,6
Italia	108.844.036	112.467.368	3,3

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

to" (+0,3%). Negativa la ceramica dopo diversi anni di crescita (-4,9%), mentre, anche se soggetto ad andamenti stagionali, è sensibile il calo del "tessile-abbigliamento" (-30,6%).

Per quanto riguarda le aree di esportazione, l'Unione Europea a 15 paesi assorbe la maggioranza dell'export modenese (48,8%) ed è in aumento del

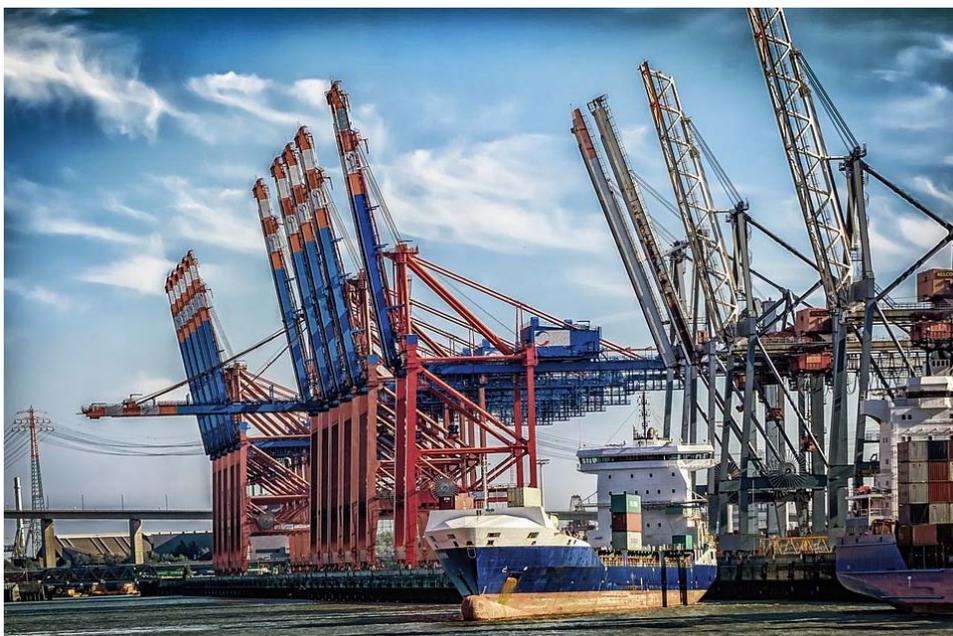
+3,0%. Tuttavia gli incrementi più sostenuti si rilevano in Asia (+10,0%) trainata dalla Cina, in Africa Centro Sud (+9,8%), in Oceania (+9,1%) e negli altri paesi europei non appartenenti alla UE (+8,2%). In forte calo invece il Medio Oriente (-24,9%), trascinato anche dal crollo degli Emirati Arabi Uniti (-48,0%), e il Canada e Groenlandia (-8,7%).



Esportazioni della provincia di Modena per settori di attività economica

I trim. 2018			
	Milioni di euro	Composizione %	Variazione % I trim. 17/18
macchine e apparecchi meccanici	912	28,2	10,9
mezzi di trasporto	887	27,4	0,3
agroalimentare	308	9,5	3,1
tessile abbigliamento	169	5,2	-30,6
biomedicale	89	2,7	2,7
ceramico	556	17,2	-4,9
altri settori	315	9,7	20,4
totale Modena	3.236	100,0	1,7

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



La classifica dei primi dieci paesi per valore delle esportazioni vede saldamente al primo posto gli Stati Uniti, che però dopo diversi periodi positivi segnano il passo (-4,4%), seguiti dalla Germania (+4,8%) e dalla Francia (+4,2%). Andamento negativo per Spagna (-2,8%) Belgio (-2,1%) e Svizzera (-1,5%), mentre degno di nota il notevole aumento dell'Austria (+19,1%)

Esportazioni della provincia di Modena per aree di destinazione

I trim. 2018

	Milioni di euro	composizione %	Var. % I trim. 17/18
Africa Centro Sud	29	0,9	9,8
Africa Nord	57	1,8	4,1
Paesi Europei non UE	231	7,1	8,2
America Centro Sud	117	3,6	3,8
Asia	371	11,5	10,0
Canada e Groenlandia	37	1,1	-8,7
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	236	7,3	2,5
Medio Oriente	114	3,5	-24,9
Oceania	48	1,5	9,1
Stati Uniti	420	13,0	-4,4
Unione Europea a 15 paesi	1.578	48,8	3,0
Totale	3.236	100,0	1,7

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

Industria manifatturiera IN CRESCITA

Indagine congiunturale: tutti gli indicatori in territorio positivo nel primo trimestre 2018

ELISABETTA SILVESTRI

Produzione industriale sempre più dinamica, fatturato in crescita stabile e ordini in ripresa: questi in sintesi i positivi risultati della rilevazione congiunturale sul primo trimestre 2018 realizzata dalla Camera di Commercio, in collaborazione con Cna Modena e Confindustria Emilia.

Un avvio d'anno all'insegna dell'ottimismo, dunque, per l'industria manifatturiera modenese: dopo l'incremento del +5,4% fatto registrare dalla produzione in media nel 2017, la variazione tendenziale del primo trimestre 2018 (sul primo trimestre 2017) si è attestata sul +10,3% e quella congiunturale, ovvero rispetto al trimestre precedente,

sul +7%.

Il fatturato, che nel 2017 era cresciuto del +5,9%, ha mantenuto un trend soddisfacente registrando nel primo trimestre un aumento tendenziale del +5,3%.

Reagiscono gli ordini dall'estero dopo la battuta d'arresto del quarto trimestre 2017 e arrivano a conseguire un incremento del +10,4% nel primo trimestre 2018 sullo stesso periodo dell'anno precedente.

Si mantiene in crescita anche il mercato interno che registra un aumento del +4,1% nel primo trimestre 2018 dopo un incremento medio del +5,3% nel 2017.

La raccolta ordini, come da diversi anni a

questa parte, si conferma più sostenuta nel mercato estero consentendo alle imprese che esportano di conseguire risultati migliori rispetto a quelle che si rivolgono esclusivamente al mercato interno.

Le esportazioni sfiorano in media il 36% delle vendite complessive, confermando la spiccata propensione ai mercati mondiali che caratterizza le imprese modenesi.

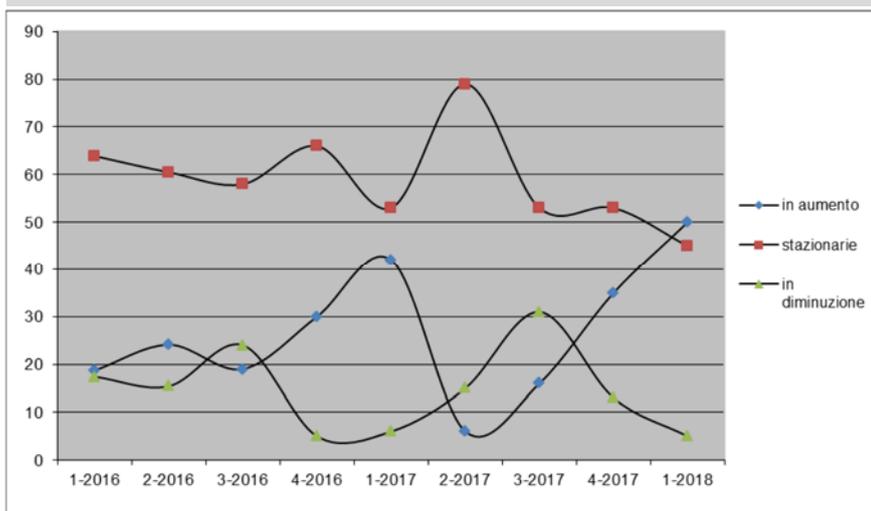
Il buon passo di marcia intrapreso dal nostro manifatturiero è confermato anche dalle attese a breve termine espresse dagli imprenditori intervistati. Per quanto riguarda la produzione industriale, sale infatti al 50% la quota di imprese che prevede una prosecu-

Produzione, fatturato, ordini interni e esteri dell'industria manifatturiera in provincia di Modena - Variazioni % tendenziali

periodo	Produzione	Fatturato	Ordini interni	Ordini esteri
Media anno 2016	2,1	3,3	1,8	5,9
Media anno 2017	5,4	5,9	5,3	4,9
1° trimestre 2017	7,8	5,6	5,0	5,5
2° trimestre 2017	1,5	7,4	7,6	9,1
3° trimestre 2017	6,0	5,4	3,5	4,8
4° trimestre 2017	6,2	5,2	5,2	0
1° trimestre 2018	10,3	5,3	4,1	10,4

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

Modena, prospettive a breve sulla produzione dell'industria manifatturiera (frequenze percentuali)



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

zione della crescita: una percentuale record mai registrata dal 2009 a questa parte. Il 45% prospetta invece stazionarietà e soltanto un 5% indica un possibile calo.

I giudizi formulati dalle imprese sul livello degli ordini in portafoglio indicano in maggioranza una situazione che rientra nella norma. In particolare, per quanto concerne gli ordini interni, il 29% li considera alti, il 63% normali, e il restante 8% bassi. Gli ordini dall'estero sono dichiarati alti nel 24% dei casi, normali per il 68% degli intervistati e bassi per l'8%.

L'occupazione, nei mesi da gennaio a marzo 2018, ha evidenziato una variazione del +1,1%, ovvero un incremento, seppur lieve, che non si vedeva da tre anni a questa parte. Le aspettative

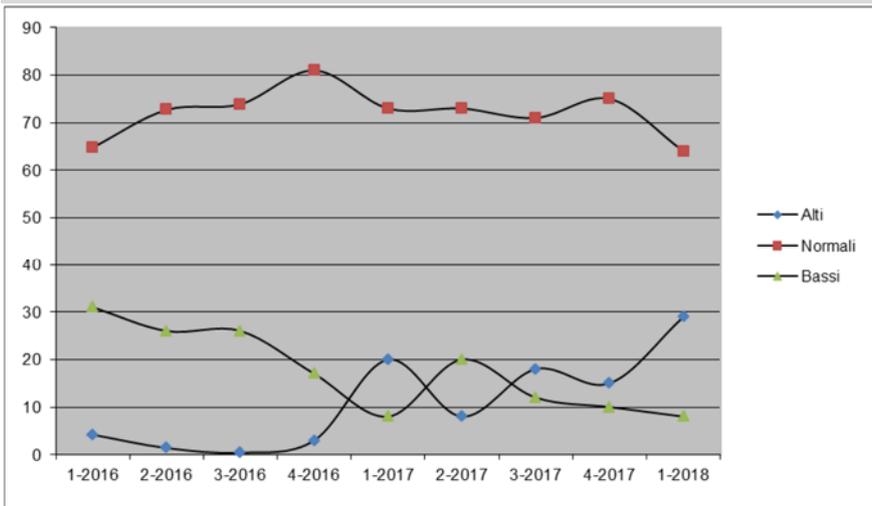
sull'occupazione tuttavia sono ancora molto caute: il 93% delle imprese prevede infatti di mantenere stabile l'organico, mentre soltanto 4 su 100 prospettano un aumento e le restanti 3 addirittura una diminuzione.

L'ANDAMENTO DEI SETTORI MANIFATTURIERI NEL PRIMO TRIMESTRE 2018

L'industria alimentare ha mostrato una produzione in lieve crescita (+1,6%) dopo due trimestri di contrazioni, mentre il fatturato è aumentato del +3,7%. Stagnante la raccolta ordini, con decrementi del -1,1% nel mercato interno e del -2% in



Modena, giudizi sugli ordini interni dell'industria manifatturiera (frequenze percentuali)



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

quelli esteri. L'occupazione nel trimestre è cresciuta del +3,1%.

La maglieria ha visto, in questo primo trimestre, una nuova battuta d'arresto, con contrazioni nei principali indicatori considerati: produzione (-2,8%), fatturato (-6,2%), ordini interni (-1,8%). Soltanto il mercato estero è risultato particolarmente dinamico. L'occupazione tiene mostrando un incremento nel trimestre del +1%.

Nel settore delle confezioni di abbigliamento si registrano incrementi seppur modesti sia per la produzione (+1,2%) sia per il fatturato (+1,5%). Anche la raccolta ordini è in positivo (+3,6%) nel mercato interno e pressoché stazionaria in quello estero (+0,6%). Gli addetti delle imprese sono diminuiti del -1,6%.

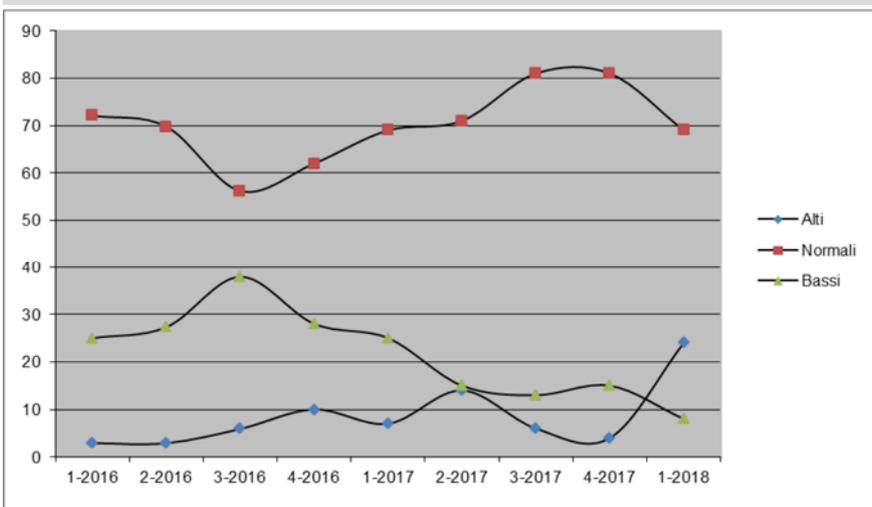
Nel settore ceramico la produzione mostra

un incremento (+4,9%) mentre gli altri indicatori restano quasi fermi sui livelli dello scorso anno: +0,4% il fatturato, +0,1% gli ordini interni e -1% quelli esteri. Il settore si conferma particolarmente proiettato sui mercati internazionali: la quota di fatturato derivante dall'export sfiora infatti il 43%. L'occupazione si mantiene stabile (-0,1%).

Il settore dei prodotti in metallo evidenzia una congiuntura decisamente positiva nel primo trimestre 2018 con incrementi per produzione (+5,9%) e fatturato (+6,1%). Pure nella raccolta ordini la dinamica è sostenuta, in particolare per quelli dall'estero, ma anche per il mercato domestico (+14,8%). La quota export sul fatturato totale supera il 20%. La variazione degli addetti nel trimestre è del +0,8%.

Favorevole la situazione del settore macchi-

Modena, giudizi sugli ordini esteri dell'industria manifatturiera (frequenze percentuali)



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

Dinamica settoriale della produzione dei settori dell'industria manifatturiera della provincia di Modena - Variazioni % tendenziali

Settori	Trimestri	2017				2018	Media 2016	Media 2017
		1	2	3	4	1		
Alimentare		0,7	0,4	-3,4	-2,6	1,6	3,1	-1,2
Maglieria		-4,7	8,3	3,6	2,7	-2,8	-1,5	2,5
Abbigliamento		21,3	-6,1	-6,8	0,8	1,2	2,1	2,3
Piastrelle e lastre in ceramica		23,8	-12	-1	-1,3	4,9	3,9	2,4
Lavorazioni meccaniche e prodotti in metallo		8	10,2	9,5	9,2	5,9	3,4	9,2
Macchine ed apparecchi meccanici		7	14,9	11,6	13,8	21,4	-0,5	11,8
Macchine e apparecchiature elettriche ed elettroniche		2,3	11,1	8,7	2,2	11,4	-2,3	6,1
Biomedicale		6,9	-3,7	11,4	8,7	8	7,4	5,8
Mezzi di trasporto		-8,8	-10,7	18,2	19,7	48,9	-12,0	4,6
Altre industrie manifatturiere		-0,7	-4,7	6,8	4,9	12	5,6	1,6

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

ne e apparecchi meccanici dove la produzione si è incrementata del +21,4% e il fatturato del +9,9%. Gli ordini dall'interno sono cresciuti soltanto del +1,8% e analoga è stata la variazione di quelli dall'estero (+1,9%). La quota di fatturato realizzata sui mercati internazionali è tra le più elevate superando di poco il 60%. Gli addetti del settore nel primo trimestre sono cresciuti del +1,2%.

Ottimi risultati anche nel settore macchine e apparecchiature elettriche e elettroniche dove la produzione si è incrementata dell'11,4% mentre il fatturato è cresciuto del +12%. Particolarmente dinamica anche raccolta ordini, in particolare nei mercati internazionali dai quali proviene il 45% del fatturato. L'occupazione è rimasta pressoché stabile (-0,3%).

Il comparto del meccanico che produce mezzi di trasporto e relativi componenti ha mostrato una dinamica produttiva in forte crescita e un fatturato in flessione del -3,9%. Gli ordini sono in aumento del +5,8% nel

mercato Italia e del +13,7% all'estero. La quota export del fatturato è del 36,6%. Gli addetti del settore nel trimestre sono in lieve aumento: +0,7%.

Il biomedicale, infine, ha evidenziato dati contrastanti. A fronte di incrementi di produzione (+8%) e fatturato (+8,6%), la raccolta ordini ha subito una battuta d'arresto in particolare sull'interno (-17,1%) ma anche all'estero (-1,4%). La quota export sul fatturato è la più alta tra i diversi settori: 62%. L'occupazione ha visto un incremento del +3,7%.

Ceramica: UN ANNO DI ESPANSIONE

L'indagine annuale di Confindustria Ceramica indica un comparto in piena salute con produzione e export in crescita. Continua il trend positivo degli investimenti: +28,6%

In occasione dell'Assemblea 2018, Confindustria Ceramica ha presentato le indagini statistiche relative ai diversi comparti che compongono l'industria ceramica italiana. Sono 222 le industrie italiane di piastrelle di ceramica, ceramica sanitaria, stoviglie e materiali refrattari attive nel 2017, che occupano 25.146 addetti (381 unità in più rispetto al 2016) e che hanno fatturato oltre 6,3 miliardi di euro complessivi.

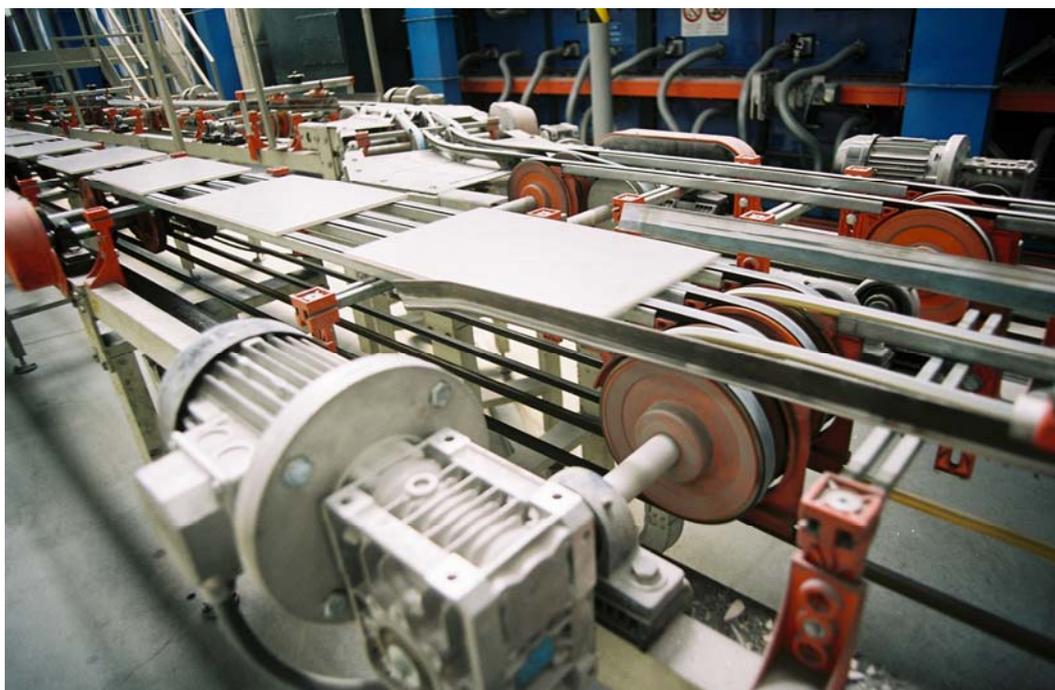
LE PIASTRELLE DI CERAMICA PRODOTTE IN ITALIA

Sono 145 le aziende presenti sul suolo

italiano, dove sono occupati 19.515 addetti (+2,9%, inversione di tendenza dal 2006), che nel corso del 2017 hanno prodotto 422 milioni di metri quadrati (+1,6%), tali da consentire vendite per 421,9 milioni di metri quadrati (+1,8%). Le vendite in Italia si posizionano a 83,7 milioni di metri quadrati (+1,1%), volumi che però rappresentano meno della metà del mercato interno pre crisi. In aumento i volumi esportati, ora pari a 338,2 milioni di metri quadrati (+1,9%). Il fatturato totale delle aziende ceramiche che producono in Italia raggiunge così i 5,5 miliardi di euro (+2,4%), derivante per 4,7 miliardi dalle esportazioni (+2,5%) - quota dell'85% sul fatturato - e da 842 milioni di euro

in Italia.

Per il quarto anno consecutivo gli investimenti sono in crescita: nel 2017 hanno raggiunto i 514,9 milioni di euro (+28,6% sul 2016; 1,8 miliardi nel quinquennio), con una quota sul fatturato annuo pari al 9,3%, ai vertici dei settori manifatturieri nazionali. Tra le ragioni, le opportunità date dalle misure di Industria 4.0, colte appieno dalle aziende del settore, il recupero di competitività attraverso tecnologie più evolute, l'ammodernamento degli stabilimenti e delle linee produttive, e la conseguente fiducia sulle prospettive del settore.





L'INTERNAZIONALIZZAZIONE PRODUTTIVA

Sono 15 le società di diritto estero, controllate da 8 gruppi ceramici italiani, che nel 2017 hanno occupato 3.138 addetti in fabbriche estere che hanno prodotto 87 milioni di metri quadrati di piastrelle (+0,8%). Le vendite totali hanno generato un fatturato di 862,1 milioni di euro (+0,8%), frutto di vendite per 469,9 milioni di euro (-0,9%; quota del 54,5%) da attività in Europa e per la restante parte, 392,2 milioni di euro, da vendite in Nord America (+2,9%). Il 79,9% del fatturato totale deriva da vendite nel medesimo mercato sede della fabbrica.

LA CERAMICA SANITARIA

Sono 33 le aziende industriali produttrici di ceramica sanitaria in Italia, 30 delle quali localizzate nel distretto di Civita Castellana (Viterbo). L'occupazione nazionale è pari a 3.118 dipendenti (stabile), che ha realizzato una produzione pari a 4,27 milioni di pezzi (+4,5%). Il fatturato è di 353,3 milioni di euro (+6,1%), con vendite sui diversi mercati esteri pari a 159 milioni di euro (45% del totale, in crescita costante rispetto agli

ultimi anni).

L'INDUSTRIA DEI MATERIALI REFRATTARI

Le 34 aziende attive nella produzione di materiali refrattari presenti sul territorio nazionale occupano 1.808 addetti (-8% rispetto al 2016), con volumi in calo del -3,7%, vendite del -2,9%. Le vendite in Italia hanno una quota del 61% dei volumi complessivi.

Il fatturato totale è stabile sui valori dello scorso anno (oltre 350 milioni di euro) e deriva da vendite sul territorio nazionale in crescita dell' 1,1%, in calo del -12,4% nella Comunità Europea ed in crescita del +10,4% come esportazioni extracomunitarie.

LE STOVIGLIE IN CERAMICA

Le 10 aziende industriali italiane che occupano 705 dipendenti per una produzione 12.800 tonnellate (+7,5%) ed altrettante vendite di prodotto finito. Le vendite sul mercato domestico rappresentano il 77% delle vendite totali. Il fatturato 2017 è stato superiore a 50 milioni di euro (+6,2%), di cui il 72%

SAVORANI NUOVO PRESIDENTE DI CONFINDUSTRIA CERAMICA

L'assemblea di Confindustria Ceramica, riunitasi il 6 giugno scorso presso la sede di Sassuolo, ha eletto con il 100% dei voti validi (due schede bianche) Giovanni Savorani quale Presidente dell'Associazione per il biennio 2018 - 2020.

Giovanni Savorani, nato a Faenza (Ra) 69 anni fa, ha lavorato nelle aziende Cooperativa Ceramica di Imola, Sacmi Imola, Ceramiche La Faenza. Nel 2006 ha iniziato la sua attività imprenditoriale fondando Gigacer spa, di cui riveste il ruolo di Presidente del Consiglio di Amministrazione sin dalla fondazione. In Confindustria Ceramica, Giovanni Savorani è membro del Consiglio Generale dal 2013 e della Commissione Normazione Tecnica; rappresenta l'Associazione nell'Assemblea del Centro Ceramico. Gigacer spa opera in uno stabilimento nel distretto ceramico di Imola - Faenza con una capacità produttiva di 1,2 milioni di metri quadrati e 73 dipendenti.

realizzato in Italia.

IL COMMENTO DELL'ASSOCIAZIONE

“Il settore della ceramica consolida la propria struttura settoriale – afferma Vittorio Borelli, presidente uscente di Confindustria Ceramica – in un quadro di forti investimenti in nuove tecnologie, per mantenere la leadership mondiale in un contesto positivo per la domanda globale dei nostri prodotti, anche se sempre più competitivo e concorrenziale. In termini di fatturato, siamo ritornati dopo 10 anni ai livelli pre crisi del 2008, anche se oggi produciamo e vendiamo circa 80 milioni di metri quadrati in meno, soprattutto per il calo del mercato interno. Il mercato delle costruzioni in Italia, che dall'avvento della crisi ha dimezzato i propri volumi di attività, si sta attestando su di una crescita nel medio termine del +1,5% annuo, grazie a segnali positivi che arrivano da tutti i segmenti. Se osserviamo i mercati esteri dell'edilizia, in Europa ci si aspetta una crescita più contenuta, rispetto a quanto fatto nel 2017, mentre negli Stati Uniti le attese parlano invece di una ripresa più vigorosa. Tra i 'nuovi mercati', le prospettive più favorevoli appartengono senza dubbio ai paesi dell'area del Golfo, seguiti dall'Europa Orientale.

L'andamento delle vendite ha risentito di pressioni competitive sui nostri principali mercati esteri di sbocco, che hanno influito sui risultati di questi mesi, da parte dei nostri principali concorrenti esteri, che hanno condizioni e costi operativi nettamente migliori dei nostri.

Per la competitività del Sistema Italia centrale è il tema del Fair Trade e dei dazi compensativi sul dumping cinese, che per le piastrelle di ceramica sono stati prorogati fino all'autunno 2022 mentre, sul versante stoviglie cinesi importate, lo scorso 15 maggio la Commissione Europea ha annunciato l'apertura del riesame ai fini della proroga dei dazi. I dazi di contrasto al dumping non sono una misura protezionistica, ma un necessario intervento per

evitare che politiche commerciali sleali possano distruggere gli investimenti delle nostre imprese ed il lavoro della nostra manodopera. Cosa molto diversa – delle quale siamo preoccupati – dall'aumento di casi in cui si pongono barriere non tariffarie. Ultimo caso è quello relativo ai pannelli espositori in legno compensato inviati negli Stati Uniti, dove stiamo operando per risolvere il problema, determinato dall'entrata in vigore anticipata di un provvedimento originariamente previsto per il prossimo dicembre.

In questi mesi a Bruxelles siamo impegnati nella definizione delle regole per l'applicazione del sistema Emission Trading per il periodo gennaio 2021 – dicembre 2030. Le nostre imprese sono entrate nel campo di applicazione ETS nel 2013 e in questi anni hanno visto notevoli complicazioni burocratiche e di oneri per l'acquisto delle quote di emissione. Il nostro settore è completamente esposto alla concorrenza internazionale e non vede analoghi oneri per i concorrenti extra UE: è necessario che di questa situazione se ne tenga adeguatamente conto nell'assegnazione alle nostre aziende delle quote nel prossimo periodo di applicazione, al fine di evitare concreti rischi di penalizzazione e delocalizzazione.

Il tema dell'eccesso di burocrazia riguarda anche l'Italia, dove le nuove norme relative alle AIA, sia nel caso di nuovi impianti che in quello di piccole variazioni, richiede di adempiere a procedure che non solo non sono più snelle, ma hanno allungato a dismisura i tempi di delibera, su orizzonti non compatibili con quelli del 'fare impresa'.

Anche il peso fiscale che grava sulle nostre imprese è un elemento di competitività. Abbiamo letto con favore della possibile riduzione dell'aliquota sulle società al 15% (dal 24% attuale), ma ricordiamo quanto incide la divaricazione del cuneo fiscale e previdenziale tra l'Italia e gli altri paesi concorrenti, che riduce il reddito percepito per i nostri dipendenti e mantiene alto il costo del lavoro per le imprese. Non dimentichiamo poi la Tasi sui capannoni industriali: il nostro è uno dei pochi Paesi che conti-



TENNESSEE, LA NUOVA FRONTIERA DELLA CERAMICA

Un nuovo distretto per la produzione di piastrelle sta rapidamente sorgendo negli Stati Uniti in un'area tra il Tennessee e il Kentucky e sembra quasi una riproduzione del comprensorio sassolese. I grandi player nostrani quali Iris Ceramiche, Atlas Concorde, Florim, Panaria, Del Conca stanno facendo a gara per aprire nuovi stabilimenti produttivi in questa che sembra la nuova frontiera della ceramica. Non solo lastre, ma anche fabbriche di smalti e impianti si stanno insediando, a completare la filiera. La materia prima in zona non manca e il mercato dell'edilizia esprime una forte domanda. Gli investitori esteri sono estremamente agevolati dal punto di vista burocratico, ma vi sono difficoltà nel reperire, formare e trattenere il personale in un'area che sta vivendo una forte espansione economica e un veloce turnover.

nua a tassare i fattori di produzione.

Il costo dell'energia sta aumentando a causa della crescita del petrolio, che si sta ripercuotendo sui prezzi del gas, materia prima fondamentale per il nostro settore. Per questo è fondamentale continuare ad insistere sul processo di liberalizzazione dei mercati nazionali dell'energia e della loro integrazione con gli altri mercati europei.

Provvedimenti della scorsa legislatura – quali Industria 4.0 e Jobs Act – hanno contribuito alla crescita ed agli investimenti sia per il nostro settore che per altri comparti manifatturieri del Paese. Importante è che non si torni indietro su questi provvedimenti.

Per la competitività futura del distretto della ceramica resta centrale la realizzazione di nuove e ben conosciute infrastrutture, tra le quali la Bretella Campogalliano – Sassuolo, indispensabile per affrontare le crescenti sfide concorrenziali sui nostri fondamentali mercati di sbocco dell'Europa continentale, il raddoppio della Pedemontana nel tratto centrale di Sassuolo, il collegamento stradale con lo scalo merci di Marzaglia, la circonvallazione di Rubiera e l'urgente rifacimento dei caselli autostradali – in particolare di Modena Nord.”



Analisi e sviluppo

DELLE FILIERE MECCANICHE

DemocenterSipe in collaborazione con la Camera di Commercio di Modena ha portato a termine un progetto di ricerca sul territorio modenese

Industria meccanica e filiera di subfornitura: DemocenterSipe ha realizzato grazie al contributo della Camera di Commercio di Modena e alla collaborazione di diverse imprese e organismi del territorio, un complesso progetto di ricerca presentato nella sede camerale il 14 maggio scorso.

L'indagine sulle filiere industriali ha l'obiettivo di analizzare l'insieme dei rapporti tra le diverse imprese all'interno della catena di fornitura, evidenziando criticità e best practice. Il progetto indaga quali competenze e quali impostazioni delle filiere produttive siano necessarie per assicurare il continuo miglioramento dei livelli di innovazione e di competitività dell'industria meccanica e una omogenea distribuzione dei margini di profitto all'interno della filiera, favorendo il consolidamento delle interconnessioni tra imprese e la crescita delle stesse.

LA STRUTTURA DELL'INDAGINE

La ricerca analizza i rapporti tra le aziende all'interno della filiera a partire da casi concreti sia di imprese capocommessa, sia in posizione intermedia nella catena di fornitura. L'analisi di questi diversi esempi aziendali serve per strutturare un modello da utilizzare come benchmark per tutto il comparto meccanico, rafforzando così il tessuto industriale per aspetti quali propensione all'innovazione, qualità, affidabilità, flessibilità. In parallelo, si è ragionato su quanto già disponibile in letteratura, a partire dall'analisi di una serie di studi pubblicati negli anni recenti sulla filiera meccanica emiliana, così come delle sfide che l'Industria 4.0 pone alla filiera stessa.

Parte fondamentale della ricerca è stata l'ascolto "diretto" delle imprese del territorio, tramite un questionario somministrato ad un campione di aziende selezionato sulla base della qualità dei prodotti, della predisposizione all'innovazione e dell'appartenenza a filiere chiaramente riconducibili alle specificità del contesto industriale dell'Emilia-Romagna. Il questionario è volto ad indagare i meccanismi interni delle diverse filiere e a mettere in evidenza i punti di forza e di debolezza delle stesse.

I RISULTATI EMERSI

Dalle risposte al questionario si ricavano alcune





conclusioni interessanti:

il meccanismo di garanzia basato sul sistema certificativo è pratica consolidata nei rapporti di filiera;
sono le esigenze dell'OEM a stimolare il processo innovativo, secondo un classico meccanismo di market pull;
i limiti economici sono considerati meno rilevanti dei limiti culturali, a conferma di quanto possano essere importanti tutte le iniziative tese a far crescere le imprese, in particolare le piccole, dal punto di vista delle conoscenze organizzative e manageriali;
tutte le imprese intervistate considerano la loro catena di fornitura come un valore strategico.

Una approfondita analisi statistica è stata condotta per verificare la presenza di correlazione tra il "successo aziendale" e il grado di sviluppo della filiera per le imprese intervistate. Da questa analisi emerge che più la filiera è importante e ben strutturata, tanto più il fatturato delle imprese tende a crescere.

A seguito dell'analisi su un campione di imprese, la ricerca ha studiato un singolo capofiliera intermedio, ritenuto eccellente. Si tratta di HPE-COXA, azienda modenese specializzata nei settori automotive e aeronautica. Da una dettagliata analisi delle procedure e dei processi interni che caratterizzano e rendono eccellente questa impresa, emergono in particolare 4 aspetti:

una metodologia molto strutturata e rigorosa nella scelta dei fornitori ottimali;
un numero ristretto di fornitori altamente selezionati, in grado di garantire un alto livello qualitativo;
fornitori diversificati per clienti diversi e settori diversi di specializzazione;
importanza strategica di figure tecniche formate internamente, dedicate alle singole commesse.

Successivamente il gruppo di ricerca ha focalizzato l'attenzione sul tema delle certificazioni di qualità. Per indagare questo importante e dibattuto argomento, si sono intervistati un ente di certificazione che opera a livello internazionale e una azienda che si pone in una posizione intermedia della filiera meccanica. Le principali considerazioni emerse da queste interviste sono che:

con la certificazione di sistema, emergono plurimi vantaggi per le aziende della filiera;
la certificazione di sistema nasce sotto la spinta del capo-

filiera;

le certificazioni di qualità sono richieste dai clienti come elemento imprescindibile;

è importante una certificazione che sia sostanziale, che realmente dia un valore al fornitore.

LE RETI DI IMPRESA ECCELLENTI

Spostando il focus dalle singole imprese ad una visione più ampia, sono state analizzate alcune reti di impresa ritenute eccellenti. Anche in questa parte sono emerse alcune caratteristiche importanti, quali:

le imprese che fanno parte delle reti analizzate, hanno mostrato trend di crescita positivi, sia dal punto di vista economico che occupazionale;
la ripresa negli anni immediatamente successivi alla crisi economica è stata contrassegnata da grande rapidità.

L'ACCESSO AL CREDITO

Gli ultimi aspetti esaminati nella ricerca intersecano prepotentemente la realtà aziendale: l'accesso al credito, la formazione e l'aggiornamento tecnico.

Con riferimento al primo tema, si è individuata una best practice di una delle principali banche nazionali, già attuata con efficacia sul territorio nei confronti di diverse aziende. In particolare, tra le principali linee guida dell'azione di questa banca troviamo:

aiutare le piccole e medie imprese (considerate come "la linfa vitale delle eccellenze italiane"), nell'accesso al credito;

riconoscere e valorizzare l'appartenenza dei subfornitori ad una filiera definita, in cui l'azienda capofiliera collabora con la Banca;

supportare il successo delle filiere attraverso il sostegno agli investimenti, all'internazionalizzazione e al rafforzamento delle relazioni industriali ed istituzionali.

LA FORMAZIONE AZIENDALE

Per quel che riguarda il tema della formazione e dell'aggiornamento tecnico, emerge che la qualità e quantità della formazione sia già oggi fornita in maniera adeguata. Tuttavia, risulta ancora necessario pensare a delle inizia-

tive che orientino i giovani verso le discipline tecniche e che permettano al territorio di essere maggiormente attrattivo nei confronti dei giovani tecnici che possono arrivare nel territorio per soddisfare le esigenze delle imprese.

LA FILIERA COME MOTORE DI SVILUPPO

In conclusione, la ricerca ha confermato alcuni dei più importanti presupposti dai quali si era partiti, a cominciare dal più significativo, ovvero come la filiera, intesa come catena del valore che collega una serie di imprese caratterizzate da un "capo-filiera" e dai suoi fornitori, possa costituire un ambiente fertile per la crescita e lo sviluppo di ciascuna singola impresa inserita nella filiera stessa.

Il capo-filiera può e deve aiutare i fornitori a crescere, anche dal punto di vista culturale – il ruolo del capo-filiera è fondamentale nel guidare le imprese più piccole e nel procurare loro sempre nuove opportunità. La crescita non deve però essere intesa solamente come di tipo economico, bensì il capo-filiera deve saper indicare ai propri fornitori un percorso culturale che consenta loro di evolvere da una visione e da un approccio "da artigiano", verso il consolidamento di una logica di impresa strutturata.

L'APERTURA ALL'ESTERNO

I singoli imprenditori devono essere più aperti al mondo esterno e alle collaborazioni con altre imprese: il presupposto fondamentale per una crescita in logica di filiera è che i singoli imprenditori siano consapevoli dell'importanza strategica di aprire la propria impresa verso l'esterno in una logica di condivisione, che deve comprendere anche le imprese che sul mercato sono concorrenti, poiché anche con queste possono esistere, ad esempio, delle piattaforme tecniche sulle quali convergere.

Occorre imparare da chi ha successo:

esistono sul territorio delle significative "best practices" per quanto riguarda la crescita e la gestione di una filiera di successo: è importante che da questi esempi siano noti e conosciuti a tutti gli imprenditori e siano imitati il più possibile.

I RAPPORTI CON LE BANCHE

Le banche devono valutare la singola impresa non solo sulla base dei capitali propri, ma sempre più sulla base della rete e della filiera in cui l'impresa è inserita, così come sulla base della sua propensione all'innovazione. L'accesso al credito è fondamentale per la crescita dell'impresa, ed è necessario che in questo contesto l'azienda venga sempre più vista e valutata non solo e non tanto per come è oggi, ma soprattutto per come può diventare in potenza nel futuro prossimo, anche in funzione del suo contesto di filiera e dell'insieme di imprese con le quali collabora.

Il ruolo delle associazioni imprenditoriali è importante: anche le associazioni dovrebbero continuare a incentivare le collaborazioni tra imprese associate, nelle varie forme possibili (in filiera, in rete, ecc.).

LE OPPORTUNITA' DEL TERRITORIO

Le imprese debbono sfruttare meglio le opportunità oggi disponibili sul territorio, come ad esempio i laboratori della Rete Regionale Alta Tecnologia: le imprese dovrebbero imparare a coinvolgerli in modo più continuativo e sistematico. Analogamente andrebbero colte da parte delle aziende le opportunità offerte dal territorio in ambito formativo.

Occorrono tuttavia strumenti ad hoc per la filiera: gli enti preposti dovrebbero ideare e attivare strumenti di sostegno alle imprese in grado di incentivare la logica di filiera e di collaborazione sinergica tra le diverse aziende, indipendentemente dalle loro dimensioni.



Un 2017 positivo per l'affluenza turistica A MODENA

In provincia di Modena crescita a due cifre per Sassuolo e l'Appennino, in sensibile aumento la presenza di italiani e di turisti extraeuropei

MAURA MONARI

La Regione Emilia-Romagna ha reso disponibili i dati preliminari sul turismo derivanti dall'indagine "Movimenti dei clienti nelle strutture ricettive", i cui risultati sono ottenuti direttamente dalle rilevazioni delle strutture ricettive. Il 2017 è stato un anno positivo per il turismo regionale, infatti sono aumentati di quasi un milione i turisti passando da 10.319 mila a 11.006 mila, con una variazione percentuale pari al +6,7%. Anche quest'anno i maggiori incrementi sono ottenuti dalle province centrali della regione, quelle con minore vocazione turistica, sale così del +15,1% Reggio Emilia, seguita da Modena (+11,8%) e da Bologna (+10,6%).

Buono anche l'andamento delle province rivierasche (Ravenna +8,4%, Ferrara +7,5%, e Rimini +4,2%), mentre l'unica provincia che non mostra un andamento particolarmente favorevole, ma pur sempre positivo, rimane Parma (+0,8%).

In termini assoluti invece la prima provincia per afflusso di turisti rimane da sempre Rimini, con più di tre milioni e mezzo di presenze, pari al 32,7% del totale regionale, seguono Bologna con il 19,8% e Ravenna (14,1%); assieme queste tre province assorbono i due terzi del turismo regionale.

I DATI DEL TURISMO NEL TERRITORIO MODENESE

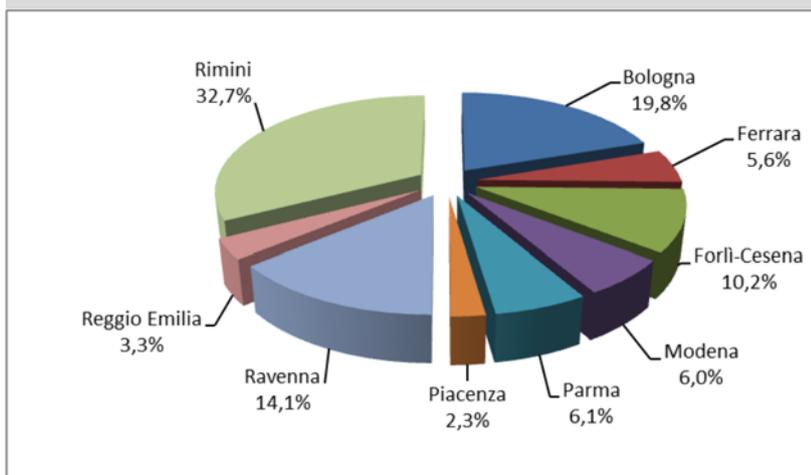
La provincia di Modena è caratterizzata da 777 strutture ricettive, di cui il 27,9% è rappresentato da alberghi e il 72,1% da altre strutture, costituite sostanzialmente da bed & breakfast, che sono quasi la metà, da alloggi in affitto (31,1% delle "altre strutture") e in misura minore da agriturismi (13,4%). Residuale la presenza di campeggi, ostelli e rifugi alpini.

Tuttavia, nonostante la minor quota, sono gli alberghi ad offrire il maggior numero di camere (5.989 camere, il 66,1% del totale); infatti gli alberghi sono solitamente più grandi delle altre strutture con 28 camere in media, contro le 6 camere degli esercizi extralberghieri. Inoltre sono in gran parte alberghi di buona qualità, infatti ben il 47,5% di essi ha tre stelle.

In effetti la maggioranza dei 661.917 turisti che nel 2017 si sono recati a Modena ha alloggiato in alberghi (88,2%), mentre solamente l'11,8% si è rivolto alle altre strutture ricettive. Tuttavia esaminando le diver-



Numero di presenze turistiche nelle province dell'Emilia-Romagna - anno 2017



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della regione Emilia-Romagna

se zone geografiche si nota come l'Appennino Modenese e Sestola rilevino la maggior richiesta di esercizi extralberghieri (rispettivamente il 35,8% e il 16,7%), mentre a Carpi e negli "altri comuni" tale modalità diviene residuale (6,0% e 6,7% rispettivamente).

PRESENZE E PERNOTTAMENTI PER COMPENSORI

Nel 2017 tuttavia, sono aumentate le presenze turistiche, ma non sono cresciuti nella stessa misura i pernottamenti, che ammontano a 1.528 mila, con una variazione percentuale pari solo al +8,1%. Diventa così sempre di più un turismo "mordi e fuggi" con una permanenza me-

dia pari a 2,3 giorni. Nelle province romagnole invece, con un turismo balneare, tale media sale a più di quattro giorni con un massimo di 4,9 giorni a Ferrara. Anche a Modena tuttavia vi sono alcune differenze, infatti nell'Appennino e a Sestola la permanenza sale a 3,0 e 2,8 giorni, infatti qui la vacanza è più rilassante che itinerante.

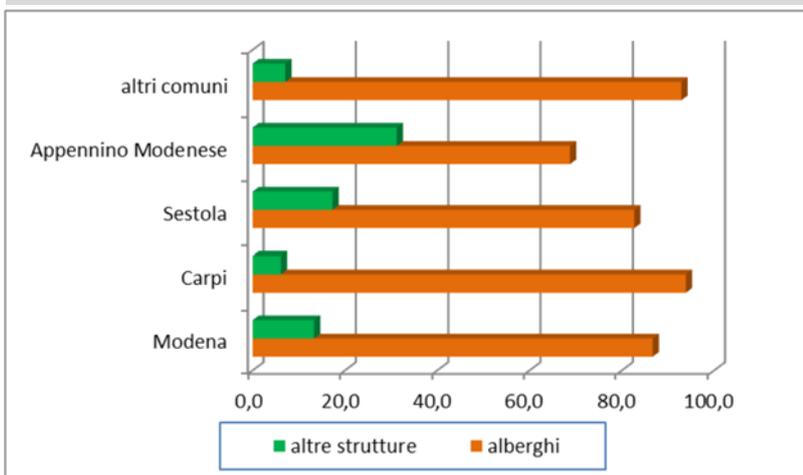
Il turismo modenese è molto differente a seconda delle zone della provincia esaminate: il comune capoluogo e quelli limitrofi attirano visitatori interessati alla cultura e alla gastronomia (oltre che al business), l'Appennino richiama il turismo vacanziero propriamente detto, sia durante la stagione sciistica che d'estate, mentre i distretti produttivi sono visitati da imprenditori in

cerca di affari.

Analizzando più nel dettaglio le diverse zone della provincia, si può notare che il comune capoluogo è comunque quello più visitato, con 266.440 presenze turistiche pari al 40,3% delle presenze totali, seguito da Maranello (9,1%) e da Formigine (8,3%).

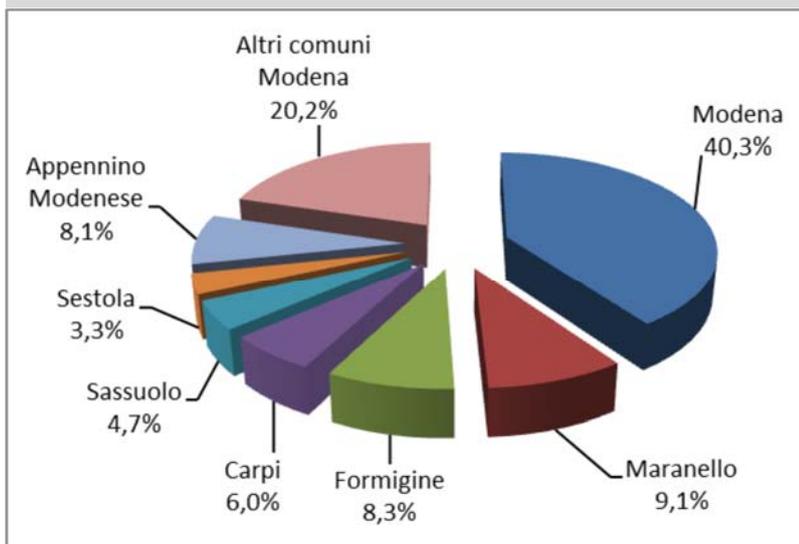
L'Appennino modenese (incluso Sestola) arriva all'11,4%, la somma di tutti gli altri comuni (esclusi Carpi, Sassuolo e Formigine) ammonta al 20,2% del totale. Per quanto riguarda l'andamento, nel 2017 pare che le condizioni climatiche abbiano favorito particolarmente l'area montana, sia per l'eccessivo caldo estivo, sia per la precoce nevicata in novembre, ma anche la zona delle ceramiche e della Ferrari

Numero di presenze turistiche in provincia di Modena per tipo di alloggio - anno 2017



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

Numero di arrivi di turisti nelle diverse zone della provincia di Modena - 2017



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della regione Emilia-Romagna

sembrano seguire il buon andamento di queste industrie. La maggiore crescita si rileva infatti nel comprensorio di Sassuolo (+25,7%), seguito dagli "altri comuni dell'Appennino" (+23,9%), da Sestola (+20,4%) e da Maranello (+19,1%).

LA PROVENIENZA DEI TURISTI

Come negli anni passati, la maggioranza dei turisti che vengono in provincia proviene dall'Italia (69,9%), quota che mostra anche l'incremento maggiore (+13,8%), il 19,0% viene dall'Unione Europea (+5,9%), il 3,7% dagli altri paesi europei non appartenenti alla UE (+8,9%) e ben il 7,4% dal resto del mondo, anch'essi con un aumento a due cifre (+10,5%). Tra le regioni italiane, quella più rappresentata è l'Emilia-Romagna con 81.832 presenze pari al 17,7% del totale italiano, seguono la Lombardia (16,6%) e la Toscana (10,5%). Invece i paesi dell'Unione Europea più attratti dalla nostra provincia sono la Germania (23,8%), la Francia (16,1%) e il Regno Unito (9,8%). All'interno degli altri paesi europei non appartenenti alla UE prevale la Svizzera, con il 45,3% degli arrivi, seguita dalla Russia (16,9%). Infine al primo posto dei paesi extraeuropei si trovano gli Stati Uniti (23,2%), seguiti dalla Cina (14,3%) e dal Brasile (8,2%).

Tuttavia a seconda delle zone della provincia e delle motivazioni turistiche sono diversi i paesi di provenienza dei turisti. Così emerge che nell'Appennino e a Sestola sono italiani la maggioranza dei visitatori (91,6% e 96,6% rispettivamente) in quanto si tratta soprattutto di un turismo di svago e relax. In particolare provengono da zone molto vicine,

come l'Emilia-Romagna (44,6% per Sestola e 39,0% per gli "altri comuni dell'Appennino") e la Toscana (Sestola 38,4% e "altri Appennino" 34,5%), mentre i pochi turisti stranieri provengono principalmente dalla Svizzera.

Diverso l'andamento dei comuni di Modena, Maranello e Formigine: innanzitutto Modena attrae anche un turismo culturale, con il Duomo patrimonio Unesco dell'umanità, però insieme a Maranello e Formigine è anche sede del polo metalmeccanico, inclusi i motori sportivi. Ecco quindi prevalere la visita di lombardi e di piemontesi, questi ultimi legati soprattutto alle fabbriche di trattori e motoristica sportiva. Dall'Europa sono preponderanti i visitatori di Germania, Francia, Spagna e Svizzera. Infine tra i paesi extraeuropei prevalgono Stati Uniti e Cina. Da notare come il comune di Maranello, probabilmente grazie alla Ferrari, sia l'unico i cui turisti sono in maggioranza stranieri (55,1%), contro il 44,9% degli italiani.

Carpi, grazie al distretto tessile, attrae soprattutto turisti lombardi (20,8%), tra i paesi dell'Unione Europea invece hanno la preminenza Germania (29,8%) e Francia (15,2%). Molto attratti anche i Russi, che raggiungono il 31,0% dei paesi europei non aderenti alla UE, infine tra i paesi extraeuropei prevale la Cina (27,2%), altro paese molto specializzato nell'industria tessile.

Il distretto di Sassuolo mostra dati molto simili a quello carpigiano, tuttavia tra i paesi della UE spicca la Spagna (14,4%) probabilmente grazie al distretto ceramico di Valencia e tra i paesi europei non appartenenti alla UE sono rilevanti la Svizzera (26,0%), la Russia (15,0%) e la Turchia (13,8%). Tra i paesi extraeuropei netta la prevalenza di visite

da parte di cinesi (26,2%).

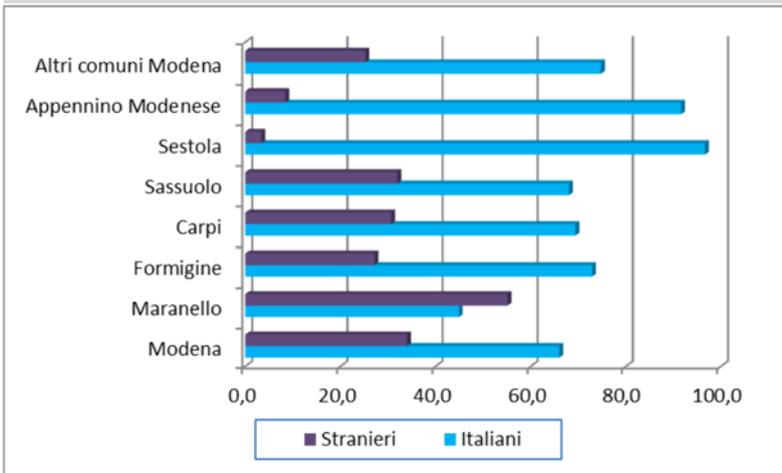
Gli "altri comuni della provincia" attirano il 74,8% di turisti italiani, tra cui la maggioranza di lombardi (21,2%) ed emiliano romagnoli (17,8%). Dall'Europa provengono soprattutto tedeschi (28,5%) probabilmente per il collegamento con il polo biomedicale di Mirandola, ma anche francesi (15,4%) e soprattutto svizzeri (37,1%). Infine buona l'affluenza da Stati Uniti (22,5%) e Cina (15,8%).

LA STAGIONALITÀ DEL TURISMO A MODENA

Un'occhiata alla stagionalità mostra come la provincia di Modena attiri i visitatori soprattutto nelle stagioni intermedie: primavera ed autunno, con un picco che si ripete ogni anno a settembre, probabilmente anche grazie alle numerose iniziative culturali e ricreative. L'appennino ha un andamento esattamente contrario, con i picchi di affluenza in luglio/agosto e in inverno, in particolare nel dicembre 2017 c'è stato un aumento del 76,6% grazie alle abbondanti nevicate che hanno consentito l'apertura delle piste da sci, tuttavia i volumi dei turisti in appennino non sono sufficienti a modificare l'intero andamento provinciale.

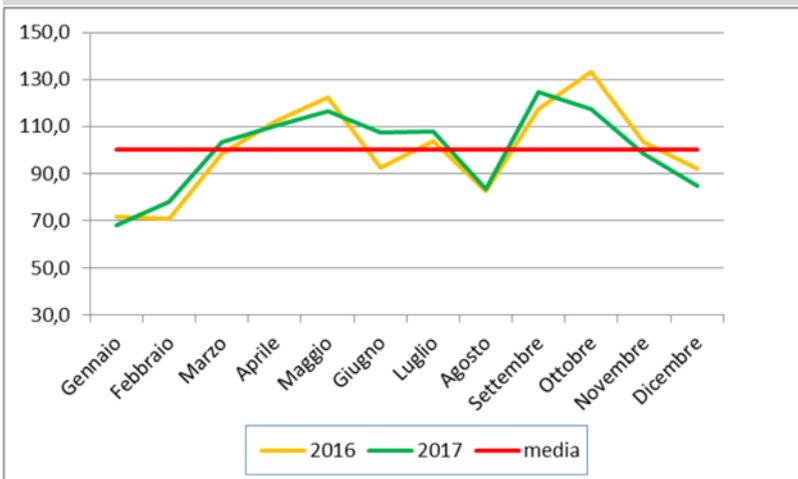
Infine una curiosità: il concerto di Vasco Rossi tenutosi a Modena nel 2017 potrebbe aver modificato l'andamento turistico del comune: come si può notare dal grafico, solitamente il mese di giugno presenta afflussi di turisti al disotto della media, tuttavia nel 2017, grazie ad un incremento del 25,4% di presenze, ha provocato una variazione significativa nella curva delle affluenze portando l'indice da 92,3 nel 2016 a 107,6 nel 2017.

Numero di turisti nelle diverse zone della provincia di Modena per provenienza - 2017



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della regione Emilia-Romagna

Numeri indice delle presenze turistiche nel comune di Modena - anni 2016, 2017 e media annua



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione indagine Istat sulle presenze turistiche, dati preliminari della regione Emilia-Romagna

Congiuntura favorevole PER L'ARTIGIANATO

In provincia di Modena produzione e fatturato in aumento, mentre ritornano in positivo anche gli ordinativi dall'estero nel primo trimestre 2018

L'indagine trimestrale sull'andamento delle imprese artigiane coordinata da Unioncamere Emilia-Romagna mostra risultati positivi per il sesto trimestre consecutivo. Rimane buono l'andamento congiunturale della produzione, anche se è un po' inferiore la quota di imprese che dichiara incrementi di produzione (25%), mentre il 38% registra stabilità; a livello regionale sono maggiori le imprese con produzione costante (47%).

Il confronto tendenziale, cioè con lo stesso trimestre dell'anno precedente, appare più positivo: ben il 44% delle imprese artigiane modenesi infatti ha aumentato la produzione, il 22% rimane stabile e solamente il 24% degli artigiani mostra un calo; in totale l'aumento percentuale della produzione è pari all'1,4%. A livello regionale tale percentuale rimane al +0,5%, infatti sono di meno le imprese che aumentano la produzione (37%) e la maggioranza dichiara stabilità (40%).

Anche il dato relativo al fatturato totale è peggiore nel confronto con il trimestre precedente, dove il 48% dichiara un calo, mentre il dato tendenziale è molto positivo: risulta del +2,2% l'incremento

annuale del fatturato, con il 43% di imprese che incrementa gli incassi e il 25% rimane stabile. A livello regionale i risultati sono più stabili, infatti l'incremento annuo rimane al +0,1%.

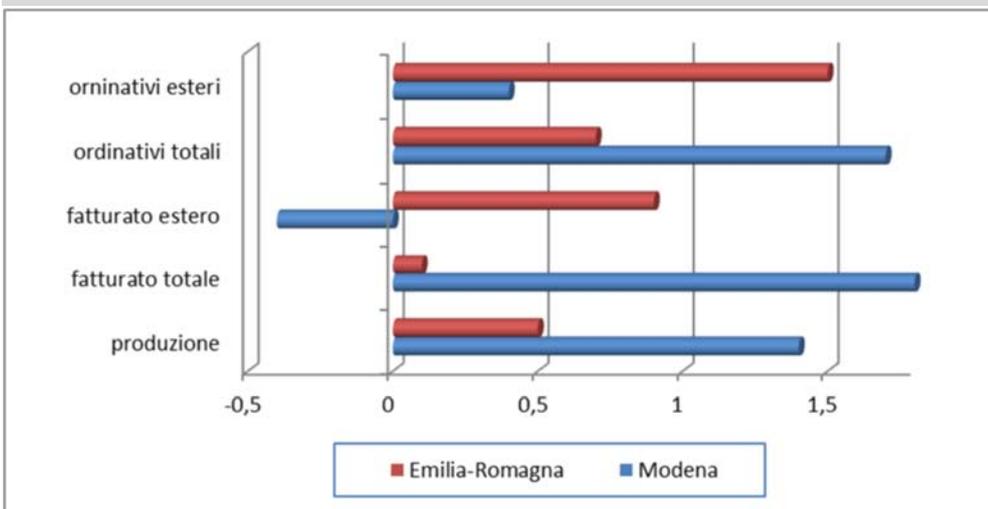
Migliora anche l'andamento con l'estero delle imprese artigiane modenesi, che fino ad ora è rimasto sempre negativo: il dato tendenziale degli ordinativi sale infatti a +0,4%, mentre il dato regionale appare più positivo (+1,3%), tuttavia tale incremento non ha ancora inciso sul fatturato estero, che mostra ancora un dato negativo (-0,4%), ma molto migliore rispetto ai trimestri precedenti.

Nonostante il rallentamento congiunturale, rimane buono lo sfruttamento della capacità produttiva, che a Modena rimane al 73%, mentre il totale Emilia-Romagna raggiunge il 74,5%; aumenta invece la consistenza del portafoglio ordini che assicura la produzione per 6,7 settimane a Modena e per 6,6 settimane nella media regionale.

Infine, come di consueto, le imprese artigiane modenesi ed emiliano-romagnole non si sbilanciano troppo riguardo alle previsioni relative alla produzione, agli ordini e al fatturato per il

prossimo trimestre: la maggior parte di esse (65% in media) ritiene che i valori di questi tre indicatori rimarranno stabili, mentre maggiore è la quota di quelle che prevedono un aumento (25%) rispetto quelle che prevedono una diminuzione (10%). L'unica particolarità è l'ottimismo delle imprese modenesi riguardo agli ordini esteri, infatti la quota di esse che prevede un incremento sale al 37%.

Andamento tendenziale degli indicatori principali nelle imprese artigiane – 1 trimestre 2018



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Unioncamere Emilia-Romagna

Segnali positivi

PER L'EDILIZIA

In crescita il fatturato del primo trimestre 2018 per le imprese di costruzioni della provincia di Modena

Continua il buon andamento delle costruzioni in provincia di Modena nel primo trimestre 2018, lo conferma l'indagine congiunturale di Unioncamere Emilia-Romagna effettuata trimestralmente su un campione di imprese edili della regione.

Il confronto congiunturale del primo trimestre 2018 (rispetto al quarto trimestre 2017), mostra la maggioranza delle imprese che dichiara una stabilità nella produzione (97%), mentre a livello regionale tale quota scende all'84%, con un 10% che mostra la produzione in calo.

Migliore risulta il confronto tendenziale, con il 47% delle imprese che ha aumentato la produzione, il 53% è stabile e nessuna è in diminuzione. A livello regionale l'andamento è differente: solamente il 13% incrementa la produzione, la maggioranza delle imprese è stabile (77%), ma alcune sono anche in calo (10%).

E' un po' meno positivo il confronto congiunturale del fatturato: infatti è in au-

mento solamente il 5% delle imprese modenesi, stabile il 69%, mentre vi è un calo per il 26% delle ditte. A livello regionale i risultati sono simili, ma sono maggiori le imprese che mostrano un incremento (13%).

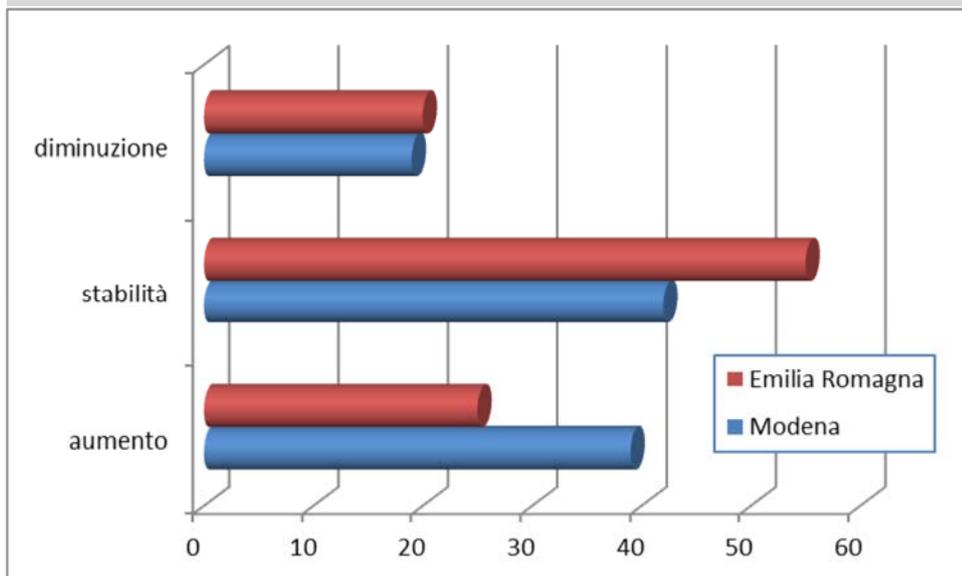
Molto più positivo il confronto tendenziale, cioè rispetto al primo trimestre 2017, in questo caso il miglioramento del volume di affari è netto (+8,5%), con il 39% delle imprese che dichiara crescita di fatturato, il 42% stabilità e il 19% calo. A livello regionale gli incrementi sono più contenuti, si ferma al +1,5% la variazione percentuale e solamente il 25% delle imprese registra vendite in aumento, il 55% è stabile e in calo il 20%.

Infine le previsioni per il trimestre successivo mostrano una decisa stabilità, con il 90% delle imprese modenesi che non prevede modifiche al proprio fatturato e il 10% spera in un aumento, a livello regionale invece prevale più ottimismo, con ben il 29% di imprese che auspica

un andamento positivo del fatturato.

Il numero di imprese edili in provincia di Modena ammonta a 10.419 al 31 marzo 2018, con un calo dell'1,5% rispetto al marzo del 2017, più marcato nell'ingegneria civile (-4,2%) e nelle costruzioni di edifici (-3,6%), più stabili i lavori di costruzione specializzati (-0,6%).

Quota percentuale di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione di fatturato nel primo trimestre 2018 rispetto allo stesso periodo del 2017



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Unioncamere Emilia-Romagna

In flessione il commercio A MODENA

Il tessile abbigliamento mostra le maggiori difficoltà a livello regionale

Inizio di anno negativo per il commercio in Emilia-Romagna e a Modena nel primo trimestre del 2018, infatti l'indagine congiunturale di Unioncamere regionale su un campione di imprese che operano nel commercio al dettaglio non presenta dati incoraggianti.

Il commercio ha un andamento piuttosto stagionale e il confronto congiunturale, dopo le spese di Natale, offre un quadro un po' sfavorevole: in provincia di Modena il 44% delle imprese dichiara un calo nelle vendite, il 40% rimane stabile, mentre scendono al 16% le imprese che incrementano il fatturato. Anche a livello regionale tali percentuali sono pressoché simili.

Il confronto annuale (che pertanto paragona due periodi analoghi) indica per il primo trimestre 2018 una situazione simile a quella del quarto trimestre 2017: a Modena il 51% dichiara un calo nelle vendite, il 32% registra stabilità, mentre scendono al 17% i negozianti che registrano un aumento. In effetti si registra una diminuzio-

ne tendenziale del fatturato pari al -1,7%, nonostante ciò le scorte di magazzino rimangono invariate (92%). Anche se a livello regionale è inferiore la quota di imprese che dichiara un calo di vendite (39%), tuttavia l'andamento del fatturato (-1,6%) ha lo stesso trend della provincia di Modena.

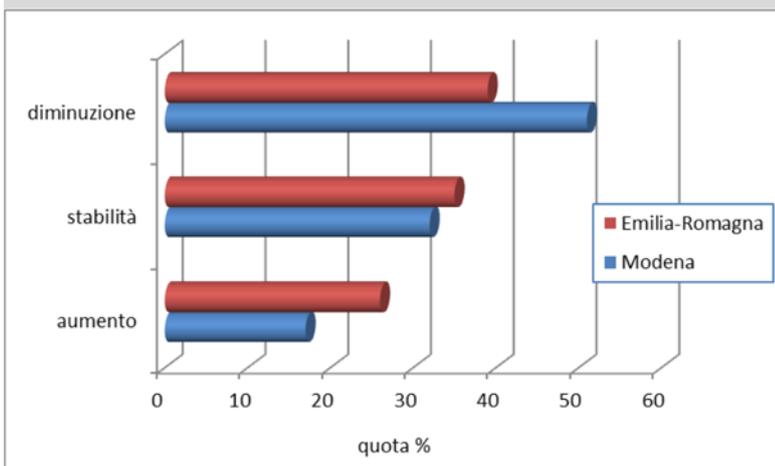
I dati regionali inoltre forniscono informazioni non disaggregate a livello provinciale, come la suddivisione dell'andamento del fatturato per macroprodotti: l'unico prodotto che registra un incremento sono le vendite alimentari (+1,0%), mentre sono in netto calo le vendite di prodotti non alimentari (-2,7%). All'interno di questi ultimi risulta sensibile la diminuzione di vendite di "abbigliamento e accessori" (-4,6%). Complessivamente in diminuzione anche le vendite per tipologia di negozio: perde terreno la media distribuzione (-2,5%), seguita dalla piccola distribuzione (-2,2%), mentre rimane più stabile la grande distribuzione (-0,6%).

Ritornando ai dati provinciali, nelle previ-

sioni ad un anno più della metà degli intervistati (63%) prospetta uno sviluppo positivo dell'attività, il 29% indica stabilità e solamente l'8% si prepara ad una riduzione o al ritiro dal mercato.

Infine, anche i dati Infocamere al 31 marzo 2018 non sono positivi: in provincia di Modena infatti è in calo il numero delle imprese nel commercio al dettaglio rispetto alla stessa data 2017, passando da 6.901 a 6.800, con una diminuzione dell'1,5%.

Quota percentuale di imprese che dichiarano aumento, diminuzione e stabilità delle vendite nel 1° trimestre 2018 rispetto allo stesso periodo del 2017



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Unioncamere Emilia-Romagna

Un anno da record PER L'AGRICOLTURA IN REGIONE

L'agroalimentare vola in Emilia-Romagna: crescono produzione, occupazione ed export come rileva l'Osservatorio di Regione e Unioncamere Emilia-Romagna

Grandi numeri per l'agricoltura in Emilia-Romagna, dove per il terzo anno consecutivo il settore fa registrare una crescita del valore della produzione, che supera quota 4,8 miliardi di euro (+6,6%), nuovo record storico per il comparto agricolo. Di segno positivo anche l'occupazione nei campi, che sfiora le 80.000 unità (+5%), sotto la spinta della crescita della componente femminile (+12,6%), del lavoro dipendente (+8%) e con un 'ritorno alla terra' dei giovani (+2,8% le imprese). Bene anche l'industria alimentare, con un aumento del fatturato del 2,9%, e l'export agroalimentare, con le vendite oltreconfine che a fine anno hanno superato 6,2 miliardi di euro

(+5,1%), mentre continua il boom del biologico (+13% la superficie complessiva e +10% le aziende).

È un quadro decisamente positivo quello che emerge dal Rapporto 2017 sul sistema agroalimentare dell'Emilia-Romagna, la più completa e aggiornata fotografia del settore, frutto, per il venticinquesimo anno consecutivo, della collaborazione tra Regione e Unioncamere Emilia-Romagna, presentata il 28 maggio scorso a Bologna. Dopo l'introduzione del presidente della Regione, Stefano Bonaccini, i lavori sono proseguiti con gli interventi, tra gli altri, dell'assessore regionale all'Agricoltura, Simona Caselli, del vicepresidente di Unioncamere Emilia-



Romagna, Andrea Zanlari, e del vicepresidente della Commissione agricoltura del Parlamento europeo, Paolo De Castro. Una giornata di dibattito sugli scenari del prossimo futuro chiusa da una tavola rotonda alla quale hanno partecipato i manager di alcune delle principali aziende regionali della produzione, distribuzione e ristorazione.

“L’agroalimentare – ha sottolineato Bonaccini- è uno dei motori dell’economia regionale, fonte di reddito e occupazione per imprese e lavoratori. Veniamo da un 2017 che ha confermato le potenzialità del comparto anche come volano di crescita dell’export. Stiamo lavorando per allargare ancora di più gli spazi per le nostre eccellenze sui mercati esteri, come testimoniano anche i risultati della missione istituzionale organizzata nel novembre scorso in Cina, che sta aprendo ai nostri prodotti un mercato dalle potenzialità enormi, oltre a poter difendere la nostra qualità. Non solo: abbiamo accelerato sul fronte degli investimenti del Programma regionale di sviluppo rurale, con oltre 90 nuovi bandi emanati nel 2017 che hanno fatto salire il totale a quota 170, per uno stanziamento complessivo di quasi 950 milioni di euro di fondi europei a favore delle imprese, oltre l’80% della dotazione finanziaria complessiva del Psr 2014-2020. Crediamo fermamente nell’agricoltura come leva di sviluppo e per questo – ha proseguito il presidente della Regione - ci batteremo in tutte le sedi competenti per difendere l’attuale livello dei fondi europei destinati alla Pac (Politica agricola comunitaria) e le politiche di coesione contro i tagli contenuti nella proposta della Commissione Ue per il prossimo periodo di programmazione, e per riaffermare il ruolo di regioni e territori, fondamentali per un’Europa che sappia davvero guardare alle esigenze e ai bisogni dei cittadini”.

L’ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE LORDA VENDIBILE

Tornando ai dati del Rapporto 2017, illustrati da Stefano Boccaletti, dell’Università Cattolica di Piacenza, la crescita della Produzione lorda vendibile (Plv) è dipesa essenzialmente dalla risalita dei prezzi delle carni (suine e bovine) e del latte vaccino, dopo anni di stagnazione. Nel complesso il settore degli allevamenti fa segnare un +11,4% della Plv. Risultati più contrastanti per le produzioni vegetali (+2,4%), penalizzate dalla prolungata siccità estiva: -8% per patate e ortaggi, -4,6% i cereali, in decisa ripresa il vino (+27%) per l’impennata delle quotazioni dell’uva a causa della scarsa vendemmia. Una parentesi a parte merita la frutta, che fa registrare nel complesso una crescita della Plv del 5,7%: un risultato che mette insieme il bilancio negativo delle

specialità estive (pesche, nettarine, albicocche e susine) e l’exploit di quelle invernali (mele, pere e kiwi).

“Nell’attuale situazione di incertezza e volatilità dei mercati – ha commentato l’assessore Caselli - il 2017 per l’agricoltura emiliano-romagnola si chiude con un bilancio più che positivo; un risultato non scontato e di grande valore visto che l’annata è stata segnata da avversità atmosferiche estreme, che dimostra l’efficacia delle politiche regionali messe in campo. Internazionalizzazione, aggregazione, qualità e distintività delle produzioni - ha proseguito l’assessore - sono gli assi portanti della politica regionale, assieme alla lotta al cambiamento climatico e all’uso



La presentazione del Rapporto 2017 sul sistema agroalimentare dell’Emilia-Romagna tenuta a Bologna lo scorso 28 maggio

sostenibile delle risorse. Inoltre siamo la Regione leader in Italia e in Europa nel sostegno alla ricerca e innovazione in campo agricolo”.

“Con l'edizione presentata oggi – ha sottolineato il vicepresidente di Unioncamere Emilia-Romagna, Andrea Zanlari - il Rapporto sul sistema agroalimentare giunge al traguardo dei 25 anni. Un compleanno importante che conferma il valore della ricerca, che dà un rilevante contributo alla conoscenza di un settore fondamentale e strategico per l'economia regionale. Una guida per le politiche e per gli interventi degli enti locali e un utile strumento per gli operatori”.

L'EXPORT CONTINUA A CRESCERE

Nel 2017 è proseguito il trend favorevole dell'export agroalimentare emiliano-romagnolo, per un controvalore di oltre 6,2 miliardi di euro (+5%), a fronte di un import anch'esso cresciuto ad un ritmo un po' più veloce a quota 6,3 miliardi di euro (+7,1%).

Le vendite all'estero dei prodotti agroalimentari incidono per il 10,4% in valore sull'export complessivo regionale e sono il risultato dell'aumento del 2,5% delle esportazioni di prodotti agricoli e del 5,5% di quelli dell'industria alimentare. Tra i primi spiccano per importanza la frutta fresca (agrumi esclusi), che da sola l'anno scorso ha sfiorato quota 490 milioni di euro, oltre la metà dell'intero export agricolo; tra i secondi i prodotti lattiero-caseari (790 milioni in totale, di cui circa la metà rappresentato da Parmigiano Reggiano e Grana Padano) hanno scalzato nel 2017 dalla prima posizione i derivati dei cereali (pasta), che ha totalizzato quasi 730 milioni. Molto bene l'export

di vino, per un valore di oltre 320 milioni di euro (+10,7).

La graduatoria dei Paesi che comprano le specialità agroalimentari dell'Emilia-Romagna vede al primo posto la Germania, con una quota del 18,8% in valore, seguita da Francia (circa 14%), Regno Unito (7,2%), Usa (6,7%) e Spagna (4,4%). Tra i mercati che sono cresciuti di più spiccano Francia (+7), Belgio (+8,7%), Regno Unito (+11,7%) e, soprattutto, Canada (+14,3%) e Russia (+20,6%).

Venendo alla classifica delle province emiliano-romagnole che svettano per vocazione all'export Modena è seconda con 1,3 miliardi, mentre al primo posto c'è Parma (1,6 miliardi). Seguono nell'ordine Ravenna (670 milioni) Reggio Emilia (circa 620), Bologna (590) Forlì-Cesena (550), Ferrara (382), Piacenza (260) e, fanalino di coda, Rimini (190 milioni).

OCCUPAZIONE A QUOTA 80.000 UNITÀ

L'accelerazione del ritmo di crescita del valore della produzione agricola ha fatto da traino all'incremento dell'occupazione, che in controtendenza rispetto all'andamento nazionale raggiunge quota 80.000 unità, con un ulteriore aumento del 5% rispetto al 2016. Una crescita legata soprattutto al rafforzamento della componente femminile (+12,6%, con una quota che sale al 30% tra gli autonomi) e dei lavoratori dipendenti (+8%). Un segnale di 'ritorno alla terra' che trova riscontro anche nell'aumento del 2,8% delle imprese agricole guidate da giovani e nella tendenza alla crescita della multifunzionalità e della diversificazione delle attività agricole ad esempio verso l'agriturismo. Il maggior incremento dell'occupazione nei

campi ha riguardato la provincia di Forlì-Cesena (+21,8%). In ulteriore calo il ricorso alla cassa integrazione nell'industria alimentare.

PROSEGUE LA CORSA DEL BIOLOGICO

Infine, nel 2017 è proseguita la corsa dell'agricoltura biologica, con nuove adesioni che a fine anno hanno fatto salire il numero delle aziende a oltre 5.500 (+10%), per una superficie complessiva di oltre 130.000 ettari (+13%). Con le nuove domande pervenute nel 2018 si è raggiunto il traguardo dei 155.000 ettari, corrispondenti al 15% dell'intera superficie regionale e oltre 6.000 imprese coinvolte.

RALLENTA LA CRESCITA DELL'AGRITURISMO

I dati rilevati dall'elenco provinciale degli operatori agrituristici indicano un ulteriore rallentamento del tasso di crescita del numero delle aziende attive in regione pari a 1.167 a fine anno 2017, con un incremento rispetto all'anno precedente di poco inferiore all'1%. Questo dato, oltre ad essere l'ennesimo segnale dell'effetto della crisi economica, può anche essere interpretato come un segnale di percepita saturazione del settore da parte degli imprenditori che, nella maggior parte del territorio regionale, hanno la sensazione che l'offerta agrituristica esistente sia in grado di soddisfare la domanda degli utenti.

I DATI DELLA PROVINCIA DI MODENA

L'osservatorio riporta diversi dati disag-



gregati a livello provinciale. Tra questi l'occupazione in agricoltura che a Modena nel 2017 era pari a 13 mila unità (di cui 8.190 indipendenti e 4.815 dipendenti) ovvero il 4,1% del totale occupati della provincia (oltre 317 mila). Modena è tra le province della regione che hanno riportato il maggior aumento di occupati agricoli rispetto all'anno precedente: +1.700 unità ovvero il 15,3% in più.

Un altro primato modenese riguarda la localizzazione geografica delle imprese dell'industria alimentare: Modena è infatti seconda dopo Parma con una quota del 17,8%. Le imprese dell'industria alimentare e delle bevande sono 861 con una variazione del -1,5% dal 2016 al 2017. Tra queste migliore è stato l'andamento delle artigiane (519 unità, pressoché stabili +0,2%) mentre sono in calo le imprese industriali (342 unità, -3,9%).

Un altro confronto territoriale si può operare sul fronte della superficie ogni 1000 abitanti dei punti vendita della grande distribuzione in Emilia-Romagna. In provincia di Modena si riscontra un valore di 290,8 mq con un incremento annuo nel 2017 del 4,2%. Modena si colloca al terzo posto in regione dopo Ferrara e Piacenza e al di sopra della media regionale di 274,1 mq.

Per quanto riguarda l'interscambio commerciale con l'estero il saldo dell'agroalimentare modenese nel 2017 è positivo di 155 milioni di euro e deriva da 1.179 milioni di import e 1.334 milioni di export. Tuttavia tale avanzo si sta erodendo, in quanto l'import è cresciuto del +6,7% mentre l'export è in lieve calo +0,4%. Inoltre va sottolineato l'andamento contrapposto delle due componenti dell'agroalimentare: i prodotti dell'agricoltura, che originano un saldo negativo di 129 milioni (172 milioni l'import contro 44 milioni di export) e il comparto dell'industria alimentare e delle bevande che presenta invece un saldo ampiamente positivo (284 milioni dato da 1.007 milioni di import contro 1.290 di export) in grado di controbilanciare il disavanzo del settore primario.

Per quanto concerne l'agriturismo, nel modenese al 31 dicembre 2017 le imprese attive sono 132 ovvero l'11,3% del totale regionale. Di queste sono 109 le aziende che hanno somministrato 512 mila pasti nel 2017, e sono 79 quelle dove è possibile pernottare, con 953 posti letto disponibili nel complesso. Sono soltanto 6 invece quelle dove è possibile campeggiare, con 53 piazzole disponibili. Infine, quelle dove è possibile sia pernottare sia consumare pasti sono in tutto 63.

Infine, una sezione del report è dedicata alla illustrazione delle attività di promozione del comparto agroalimentare verso i mercati esteri svolte dal sistema camerale regionale ed in questo contesto è ampio il resoconto delle iniziative realizzate da Promec, azienda speciale della Camera di Modena.



Prezzi filiera suinicola: arrivano le C.U.N.

Le prime 5 Commissioni Uniche Nazionali (CUN) di rilevazione dei prezzi istituite dai decreti direttoriali 19 aprile 2018 ai sensi del Decreto interministeriale n. 72 del 31 marzo 2017 si sono insediate nelle seguenti date:

giovedì 31 maggio 2018 – C.U.N. “suinetti” presso la Borsa Merci di Mantova,

giovedì 31 maggio 2018 – C.U.N. “suini da macello” presso la Borsa Merci di Mantova,

venerdì 1 giugno 2018 – C.U.N. “grasso e strutti” presso la Borsa Merci di Parma,

venerdì 1 giugno 2018 – C.U.N. “tagli di carne suina fresca”

presso la Borsa Merci di Parma,

venerdì 8 giugno 2018 – C.U.N. “conigli vivi da carne da allevamento nazionale” presso la Borsa Merci di Verona.

E' pertanto sospesa la rilevazione delle corrispondenti quotazioni da parte delle Borse Merci delle singole Camere di commercio e, quindi, anche della Borsa Merci di Modena.

Bando per promuovere l'autoimprenditorialità nelle scuole superiori

La Camera di Commercio di Modena mette a disposizione 30.000 euro per incentivare e sostenere le Scuole superiori che realizzano progetti di sviluppo delle competenze imprenditoriali. Il bando si rivolge alle Scuole che, nell'ambito dei percorsi di alternanza scuola lavoro, intendono realizzare progetti di Impresa Formativa Simulata e altri progetti di creazione d'impresa e/o di acquisizione di competenze imprenditoriali nell'anno scolastico 2018/19. I progetti di Impresa Forma-

tiva Simulata verranno finanziati con priorità rispetto agli altri progetti di creazione d'impresa e/o di acquisizione di competenze imprenditoriali. Il contributo sarà pari al 50% delle spese sostenute, fino ad un massimo di € 4.000. Le domande si potranno presentare dal 1 al 31 ottobre 2018.

