MODENA ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 3

Maggio
Giugno
2026

Aftermarket automotive in movimento tra ristrutturazione e transizione

Borsa Mirabilia 2026: debuttano le imprese di Modena per promuovere turismo e agroalimentare

L'economia dell'Emilia-Romagna nelle prospettive del Rapporto Banca d'Italia presentato in CCIAA

Dataview: il mercato del lavoro a Modena tra riscontri positivi e mismatch occupazionale



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

MODENA ECONOMICA

Bimestrale della Camera di Commercio

Numero 3 Maggio-Giugno 2026

SOMMARIO

DOSSIER

4 L'aftermarket tiene, ma il futuro si decide adesso

6 Motor Valley Fest 2026: innovazione, talenti, visione globale e tanta passione

INIZIATIVE

10 Borsa Mirabilia 2026, Modena debutta a Udine con 12 imprese

12 Al via la seconda edizione del Premio Nazionale Adriano Olivetti: imprese e scuole unite nel segno della sostenibilità e del welfare

INNOVAZIONE

13 La coesione come base del futuro dell'economia

15 CyberStorie: phishing e ransomware contro un'impresa logistica italiana

17 Questionario sulla sicurezza informatica aziendale: quanto è protetta la tua azienda?

EXPORT

18 Dogane e strumenti operativi: un corso strategico per l'internazionalizzazione delle imprese

19 Formazione per le Imprese 2026: Progetto SEI

SOSTENIBILITA'

21 Long-Term Observing Station

INDICATORI

24 Bankitalia, evoluzione e prospettive dell'economia regionale

26 Dataview: la demografia della provincia

27 Dataview: il mercato del lavoro in provincia di Modena nel 2025

28 Indagine congiunturale Unioncamere Emilia-Romagna: le imprese modenesi risultano in difficoltà per l'incremento dei costi energetici

30 Esportazioni in difficoltà per la provincia di Modena nel primo trimestre 2026

32 Le imprese femminili perdono terreno nel primo trimestre del 2026

33 Excelsior: in aumento le assunzioni previste a giugno

MADE IN MODENA

35 Carrara S.r.l., cinquant'anni di precisione e innovazione nel cuore della Motor Valley

TIPICITA'

38 Marchio "Tradizione e sapori di Modena" in sella: PanSec e la promozione del territorio

40 L'industria ceramica italiana. Nel 2025 fatturati 7,5 miliardi di euro con 242 imprese e oltre 25.500 addetti diretti.

NOTIZIE

42 Raggiunto il traguardo dei 1000 Marchi Storici

43 Contributi regionali per l'agricoltura

43 Avvio del Carnet ATA digitale

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

Editore
Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura
Via Ganaceto, 134
41121 Modena
Tel. 059/208800
segreteria@mo.camcom.it

Direttore Responsabile
Stefano Bellei

Caporedattore
Massimiliano Mazzini

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

Questa testata è associata a
USPI
Unione Stampa Periodica Italiana

L’aftermarket tiene, ma il futuro si decide adesso

Presentata la ricerca lo scorso 5 maggio in Camera di commercio a Modena

di Francesca Ricci

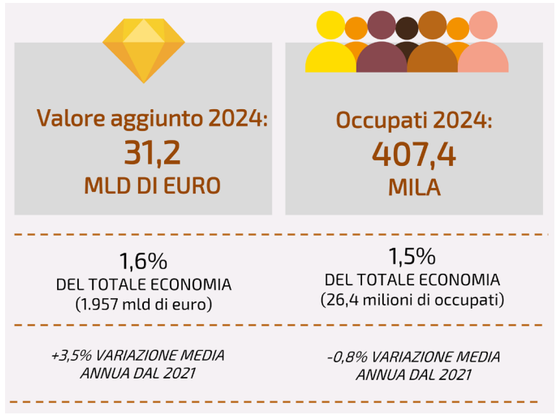


Quando si parla di transizione dell’automotive, il pensiero va quasi sempre alle case costruttrici, alle piattaforme elettriche, ai grandi gruppi in ristrutturazione. L’aftermarket, mondo delle imprese che producono e distribuiscono ricambi, componenti e attrezzature per il parco circolante, rimane spesso sullo sfondo, trattato come un comparto di supporto piuttosto che come un settore con una propria identità economica e una propria traiettoria di rischio. La ricerca realizzata dal Centro Studi Tagliacarne per la Camera di commercio di Modena in collaborazione con la Camera di commercio di Torino e il supporto di ANFIA, presentata lo scorso 5 maggio, restituisce un quadro più articolato e, per certi versi, più preoccupante di quanto il senso comune lascerebbe supporre.

I numeri strutturali parlano di un settore tutt’altro che marginale. Nel 2024 la filiera ha generato 31,2 miliardi di valore aggiunto - una cifra paragonabile all’intero comparto tessile nazionale - e dato occupazione a oltre 407 mila persone, con una produttività del lavoro superiore del 3,3% rispetto alla media dell’economia. L’Emilia-Romagna, con 4,3 miliardi di valore aggiunto, si colloca al secondo posto nella graduatoria regionale dopo la Lombardia, e Modena si conferma la prima provincia italiana per incidenza del settore sull’economia locale, con una quota del 3,5%. Non è un primato casuale: è il prodotto di decenni di specializzazione distrettuale, di know-how sedimentato, di una filiera che ha costruito competenze difficilmente replicabili altrove.

Eppure, leggendo i dati con attenzione, emergono segnali che meritano di essere presi sul serio. Dal 2021 al 2024 il valore aggiunto del settore è cresciuto a un ritmo medio del 3,5% annuo, ma l’occupazione ha perso mediamente tremila unità ogni anno, segnando un -0,8% annuo. La crescita economica si è dunque accompagnata a una progressiva contrazione della base occupazionale, concentrata soprattutto nelle regioni del Nord dove il settore pesa di più. È un segnale di ristrutturazione silenziosa che la congiuntura favorevole ha finora attutito, ma che potrebbe amplificarsi nelle fasi di incertezza. «Accanto a una crescita economica moderata del settore tra il 2021 e il 2024 si registra una lieve riduzione dell’occupazione, e mentre persistono criticità strutturali, a partire dalla difficoltà di reperire competenze», ha sottolineato il presidente della Camera di commercio di Modena e del Centro Studi G.Tagliacarne Giuseppe Molinari alla presentazione della ricerca. «Le trasformazioni tecnologiche, inclusa la transizione elettrica, potrebbero logorare alcune componenti importanti della filiera. Diventa dunque cruciale rafforzare le politiche a sostegno della competitività, accompagnando le imprese in un percorso di adattamento che sarà determinante per il futuro del settore.»

Proprio l’incertezza è la parola chiave del momento. Quasi il 70% delle imprese intervistate ha dichiarato un aumento dei costi degli input produttivi nel 2025, trainato principalmente da materie prime critiche come terre rare, litio e semiconduttori. Un’impresa su quattro prevede difficoltà di approvvigionamento nel 2026. E un terzo del campione sarà toccato, in misura variabile, dagli effetti dei dazi americani, sebbene l’impatto più diffuso sia di tipo indiretto - attraverso la catena del valore, non per esportazione diretta. Le imprese che hanno già definito una risposta puntano prevalentemente sulla diversificazione dei mercati di sbocco: il 56,3% di quelle esposte ai dazi cerca sbocchi alternativi, sia dentro che fuori l’Unione europea.



Sul fronte della transizione elettrica, il settore mostra un atteggiamento razionalmente attendista. Il 69% delle imprese non percepisce la transizione come un pericolo per la propria sopravvivenza, e il 73,3% resta orientato alla produzione di componentistica per motori a combustione interna. Solo il 13,8% investirà nell’adeguamento al mercato elettrico entro il 2028. Numeri che hanno una logica: finché il parco circolante italiano rimane composto in larghissima parte da veicoli termici e ibridi, la domanda di ricambi regge. Ma la ricerca mette in guardia da un rischio preciso: il pericolo non è tanto l’interruzione immediata della domanda, quanto la progressiva incapacità di intercettarne lo spostamento verso le nuove componenti tecnologiche - ADAS, elettronica, software di bordo, sistemi di connettività. Le imprese che non investono oggi rischiano di trovarsi fuori mercato nel decennio successivo, non per un crollo repentino ma per un’erosione graduale della rilevanza competitiva.

Su questo punto la ricerca fotografa una polarizzazione già in atto. Da un lato ci sono le imprese che stanno anticipando il cambiamento, investendo in digitalizzazione e nuovi modelli di business. Dall’altro quelle che mantengono un approccio attendista, rischiando di rincorrere un mercato che si sposta più velocemente di quanto le loro strutture produttive riescano ad adattarsi. Il rischio concreto è quello di un mercato a due velocità, con un divario competitivo destinato ad allargarsi nel tempo.
Anche il tema delle competenze - che si trascina ormai da anni in tutti i settori manifatturieri - assume nell’aftermarket una rilevanza specifica. Il 36% delle imprese prevede assunzioni nel 2026, ma quasi il 60% di quelle posizioni è di difficile copertura. Il mismatch si traduce in sovraccarico del personale interno per il 58,5% delle aziende, in freno alla crescita per il 36,8%, in costi aggiuntivi di ricerca e formazione per il 32,1%. Non sono percentuali marginali: fotografano un sistema produttivo che regge grazie all’impegno delle persone già dentro, ma che fatica a rinnovarsi.

Di fronte a tutto questo, le imprese indicano con chiarezza il tipo di sostegno che si aspettano dalle istituzioni: agevolazioni fiscali e riduzione del costo del lavoro per il 66% del campione, interventi sull’energia per il 28%, finanziamenti alla ricerca per il 13,8%. È una lista che suona familiare, ma va letta senza cinismo: il cuneo fiscale e il costo dell’energia non sono rivendicazioni di facciata, sono vincoli reali che comprimono la capacità di investimento proprio delle imprese di dimensione media che costituiscono l’ossatura di questo settore.

Il titolo della ricerca parla di un aftermarket «in movimento»: il settore si muove, ma la direzione non è ancora definita. Che il movimento porti verso un adattamento riuscito o verso una perdita progressiva di competitività dipenderà dalla capacità delle imprese di investire anche nei momenti di stabilità apparente, e dalla qualità del contesto che le accompagna. Per una provincia come Modena, dove l’aftermarket vale il 3,5% dell’intera economia locale, non è una questione astratta.

I dati citati sono tratti dalla ricerca “Aftermarket automotive in movimento - Ricerca 2026”, realizzata dal Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne per la Camera di commercio di Modena, in collaborazione con la Camera di commercio di Torino e con il supporto di ANFIA.



Motor Valley Fest 2026: innovazione, talenti, visione globale e tanta passione

A Modena oltre 70 mila presenze in quattro giorni

Sventola la bandiera a scacchi sull'ottava edizione del Motor Valley Fest, il festival a cielo aperto della Terra dei Motori dell'Emilia-Romagna che per quattro giorni ha trasformato Modena nella capitale mondiale dell'automotive, richiamando migliaia di appassionati, professionisti, imprenditori, studenti e ricercatori provenienti da tutto il mondo. **La manifestazione ha registrato anche quest'anno oltre 70 mila presenze, confermando la capacità della Motor Valley di essere non solo il luogo dove nascono alcuni dei marchi più iconici al mondo, ma anche un laboratorio permanente di innovazione, formazione e sviluppo industriale**.

Per quattro giorni Modena è diventata il punto di incontro tra industria, tecnologia, cultura, talenti e passione, offrendo una fotografia concreta di un ecosistema unico al mondo.

"E' una grande soddisfazione vedere crescere ogni anno il Motor Valley Fest, che all'ottava edizione conferma la straordinaria capacità dell'Emilia-Romagna di essere un punto di riferimento internazionale per l'industria automobilistica, l'innovazione e la cultura dei motori e l'attrattività del nostro territorio - dichiarano il **Presidente della Regione Emilia-Romagna, Michele de Pascale e l'Assessora Regionale al Turismo e Sport, Roberta Frisoni**-. *Il cuore pulsante di un ecosistema unico al mondo, capace di unire grandi marchi, ricerca, formazione, imprese, startup e nuove generazioni in un confronto aperto sulle sfide che attendono il settore della mobilità. La Motor Valley è una delle espressioni più autentiche dell'identità e della competitività dell'Emilia-Romagna: un patrimonio costruito nel tempo grazie al talento delle persone, alla capacità imprenditoriale dei territori e a una continua tensione verso l'innovazione. Il successo della manifestazione dimostra quanto questo modello sia più che mai attrattivo a livello globale e quanto possa contribuire alla crescita economica, tecnologica e occupazionale della nostra regione. Particolarmente significativo è stato il grande coinvolgimento di studenti, giovani talenti, università e centri di ricerca. Investire sulle competenze significa costruire il futuro della Motor Valley e*





accompagnare le trasformazioni in corso, dall'intelligenza artificiale alla digitalizzazione, dalla sostenibilità alle nuove forme di mobilità. Il Motor Valley Fest si conferma anche un importante strumento di promozione turistica internazionale. Attraverso l'unione tra motori, cultura, enogastronomia, arte e patrimonio territoriale, racconta al mondo un'Emilia-Romagna capace di coniugare eccellenza produttiva e qualità dell'accoglienza, generando nuove opportunità per l'intero sistema regionale. La Motor Valley - concludono - continua a stupire e ad essere uno dei motori più dinamici e innovativi dell'Emilia-Romagna e dell'Italia".

"Modena intende rimanere al cuore e al centro di una comunità produttiva senza eguali al mondo che, pur in un momento complesso e di trasformazione, si sta organizzando secondo una logica di sistema improntata alla collaborazione e non alla semplice competizione tra le aziende. Questo ci hanno detto i manager delle aziende del lusso durante lo stimolante confronto andato in scena al teatro Storchi. E allora non solo la città, ma tutto il territorio, lavorano e lavoreranno per essere in sintonia e al servizio di questa idea - dichiara **Massimo Mezzetti, Sindaco di Modena** -. *La presenza di tanti giovani che hanno incontrato le aziende negli eventi di questi giorni è un segnale di una manifestazione che ha una grande apertura e dinamicità. Motor Valley Fest, ancora più in questa edizione del 2026, ha assunto la dimensione di un appuntamento che, in egual modo, sa guardare al futuro della mobilità e mette orgogliosamente in mostra quei gioielli di una manifattura invidiata a ogni latitudine e che costituisce uno dei pilastri della nostra attrattività turistica"*.

"L'ottava edizione del Motor Valley Fest conferma la solidità e la visione dell'ecosistema Motor Valley: un modello unico che dimostra come la capacità di mettere in rete persone, imprese, competenze e territori sia il vero motore della crescita" - commenta **Andrea Pontremoli, CEO Dallara e Presidente Motor Valley Association** - ."*La partecipazione delle istituzioni, dei leader dell'industria e di ospiti di rilievo internazionale, insieme agli importanti numeri registrati dagli appuntamenti convegnistici e dalle aree espositive, conferma il ruolo del Motor Valley Fest come punto di riferimento per il confronto sui temi dell'innovazione, della mobilità e della competitività. La forza della Motor Valley risiede proprio nella sua capacità di generare valore attraverso le connessioni, mettendo in dialogo eccellenze industriali, ricerca, formazione, cultura e territorio. Il Motor Valley Fest ne rappresenta la sintesi più efficace e la dimostrazione concreta di quanto questo ecosistema sia oggi attrattivo a livello globale in quanto capace di richiamare ogni anno sempre più professionisti e appassionati da tutto il mondo"*.

L'opening conference al Teatro Storchi, che ha registrato il tutto esaurito in sala, si conferma uno degli appuntamenti più autorevoli del panorama automotive europeo, capace di riunire a confronto istituzioni, imprese e protagonisti dell'innovazione per una riflessione condivisa sulle sfide e le prospettive del settore. Dopo i saluti istituzionali e la tradizionale tavola rotonda con i CEO della Motor Valley, il palco modenese ha accolto ancora una volta relatori internazionali di altissimo profilo. Il tema dell'edizione 2026, "Global Trends, New Frontiers and Human Responsibility", ha offerto un approfondimento sui temi dell'intelligenza artificiale, della transizione energetica, della digitalizzazione e del rapporto tra innovazione tecnologica e responsabilità umana.

Grande partecipazione ha accompagnato la **due giorni convegnistica**, svoltasi giovedì 28 e venerdì 29 maggio

in centro storico. **Oltre 200 relatori internazionali e 20 tavoli di lavoro** hanno animato un confronto di alto profilo sulle grandi trasformazioni che stanno ridefinendo il futuro della mobilità: dall'intelligenza artificiale alla sostenibilità, dalla manifattura avanzata alla valorizzazione dei talenti, fino alle nuove forme di esperienza che stanno cambiando il rapporto tra persone, tecnologie e brand. Un dialogo aperto tra imprese, istituzioni, università, startup e investitori che è cresciuto rispetto alle precedenti edizioni - a partecipare ai convegni sono state **oltre 1400 persone in presenza** – e che ha ribadito il ruolo della Motor Valley come piattaforma di pensiero e di progettazione del futuro.

Anche i **Talent Talk** dedicati al dialogo tra imprese, formazione e ricerca hanno riscosso grandissimo successo, con **oltre 1500 partecipanti** ai **10 incontri** organizzati sempre giovedì e venerdì nel Teatro del Collegio San Carlo. Nel corso dei talk, i partecipanti hanno avuto modo di dialogare e confrontarsi con le Case Dallara, Ducati, Ferrari, Lamborghini, Pagani, le aziende HPE Group, Loccioni e Visa Cash App - Racing Bulls, insieme a MUNER Motor Valley University of Emilia-Romagna e Accenture.

Restando in tema di giovani, in Piazza Grande ha riscosso grande interesse il **Villaggio Università e Formula SAE** che ha visto per protagoniste 11 università italiane e 16 team impegnati in una competizione di design ingegneristico.
Tra le attrazioni più apprezzate la **Sim Racing Arena** di Piazza Grande, realizzata con Lenovo, che ha permesso al pubblico di vivere in prima persona l'emozione della guida attraverso simulatori di ultima generazione. Un'esperienza che testimonia come digitale, virtuale e gaming siano ormai parte integrante dell'ecosistema automotive contemporaneo, strumenti capaci di coinvolgere nuovi pubblici e rafforzare il legame tra brand e appassionati.

Accanto alla convegnistica, come a ogni edizione, le attività expo e gli eventi dinamici hanno fatto da richiamo per il grande pubblico. Ad animare Modena, sia nel centro storico che fuori le mura, sono state tantissime iniziative: dalle esposizioni, in primis l'affascinante "**Best of Motor Valley**" con le supercar, le moto e le vetture storiche dei marchi che hanno reso celebre la Motor Valley nel mondo allestita nel Cortile d'Onore dell'Accademia Militare di Modena, fino alle installazioni immersive e agli eventi culturali organizzati dai Musei e dalle Collezioni per l'occasione.

Le **sfilate** che hanno attraversato il red carpet del centro storico hanno ammaliato il pubblico presente con modelli esclusivi e vetture storiche, come quelle del **26° Concours d'Elégance Trofeo Salvarola Terme**, la storica manifestazione, che celebra la bellezza senza tempo delle auto d'epoca di alta gamma in una sfida di eleganza alla scoperta delle eccellenze modenesi. Tra le tante vetture di altissimo livello in Concorso, una delle uniche due Aston Martin DBS prototipi costruiti dalla Carrozzeria Touring e, fuori concorso una Auto Avio Costruzioni 815 del 1940, la prima auto costruita da Enzo Ferrari, e una Alfa Romeo Touring Disco Volante modello 1900 c52 del 1952.

Come da tradizione, non sono mancati gli appuntamenti dedicati all'arte e alla cultura, come **Accelerar(t)e**, esplorazione artistica ospitata nella Bottega d'Arte Torre Strozzi dedicata al mondo dell'automobile, la mostra fotografica "**Storiche emozioni**" di Katia Mercurio all'Ex Albergo Diurno di Piazza Mazzini e l'esposizione "**Una storia italiana di moda e motori**", allestita all'interno Chiesa di San Carlo è allestita, proposta da Fondazione Collegio San Carlo e organizzata da Maria Carafoli in collaborazione con Modateca Deanna.

In occasione del Motor Valley Fest sono stati anche premiati i team finalisti della **5^ edizione del Driving Innovation Hackathon**. L'iniziativa promossa da Motor Valley Accelerator in collaborazione con MUNER - Motor Valley University of Emilia-Romagna, AssetClassic e Sistema Invitalia Startup, ha visto sfidarsi studenti universitari, ricercatori e giovani talenti da tutta Italia e dall'estero nello sviluppo di soluzioni innovative dedicate al futuro della mobilità. Ad aggiudicarsi il primo posto, il team **Origin 37.14** con un innovativo sistema di fissaggio che punta sulla sincronizzazione e velocità di montaggio e smontaggio attraverso materiali a memoria di forma. Sempre molto apprezzati dal pubblico del Motor Valley Fest anche il **Cinematic Motor Fest**, la rassegna cinematografica al Cinema Astra dedicata al mondo dei motori e le proposte enogastronomiche, a partire dallo spazio allestito in Piazza Grande da **Piacere Modena**,





con giochi e attività per tutte le età e degustazioni dei prodotti tipici locali.

Un palinsesto, quello del Motor Valley Fest, pensato per coinvolgere pubblici diversi e valorizzare le molteplici anime che convivono nel mondo dei motori. Un approccio che riflette l'evoluzione dell'intero settore automotive, dove, come emerso durante il Motor Valley Fest, la capacità di creare coinvolgimento, senso di appartenenza e fidelizzazione è oggi più che mai fondamentale e non può prescindere dalla combinazione di esperienze fisiche e digitali.

La Motor Valley si conferma sempre più attrattiva a livello internazionale, come testimoniato dalla presenza di giornalisti e content creator provenienti da USA e Giappone che hanno preso parte all'educational tour organizzato da APT Servizi Emilia-Romagna a tema motori ed eccellenze della Food Valley d'Italia. Al tour tra Parma, Modena e Bologna hanno preso giornalisti del sito di viaggi **Fodor's Travel**, del blog automobilistico **The Gentleman Racer®**, di **Curated Texan**, pubblicazione digitale lifestyle, della pubblicazione digitale sul mondo della cultura, del benessere e del tempo libero **InsideHook**, e di **Wander Magazine**, rivista online incentrata su benessere, viaggi enogastronomici e vacanza attiva e del trimestrale nipponico **Octane Japan** per appassionati di auto d'epoca, oltre al content creator statunitense **Jordan Egbert**.
Si conclude così un'edizione che consolida ulteriormente il ruolo del Motor Valley Fest come appuntamento di riferimento nel panorama nazionale e internazionale. Un evento capace di promuovere il dialogo sui temi della mobilità, dell'innovazione e della cultura motoristica, valorizzando al tempo stesso un ecosistema territoriale unico, che guarda al futuro senza rinunciare alle proprie radici e alla sua straordinaria tradizione.

GLI SPONSOR

A rafforzare il posizionamento internazionale del Motor Valley Fest è stata anche la presenza di sponsor che rappresentano oggi alcuni dei principali attori globali dell'innovazione industriale, tecnologica e digitale. Dal mondo della consulenza strategica e della digital transformation, con realtà come Accenture, Boston Consulting Group, Capgemini e Deloitte, fino ai protagonisti del cloud computing, del software e dell'infrastruttura digitale come Amazon Web Service (AWS), Dassault Systèmes, e Lenovo il network 2026 del Fest racconta l'evoluzione della mobilità come ecosistema sempre più interconnesso. Accanto a loro, aziende leader dell'elettronica avanzata, della componentistica, della mobility technology e delle macchine agricole come STMicroelectronics, Bosch, Michelin, Targa Telematics e CNH si affiancano a player attivi nei settori dell'economia circolare come Herambiente, DSV Global Transport and Logistics e Manitou Italia S.r.l., player attivo nella movimentazione, e a Elettromedia S.p.A, presente al Fest con il brand Audison. Completa il network MIO - Motorsport Inspired Objects, espressione del legame sempre più forte tra tecnologia, design, lifestyle ad experience economy.

GLI ORGANIZZATORI

Motor Valley Fest è realizzato da Regione Emilia-Romagna, APT Servizi Emilia-Romagna, Comune di Modena, Motor Valley Association, MUNER, Meneghini & Associati, Unioncamere Emilia-Romagna, Camera di Commercio di Modena e Fondazione di Modena. Con il supporto di Italia.it Ministero del Turismo.

Borsa Mirabilia 2026, Modena debutta a Udine con 12 imprese

La rete dei territori UNESCO apre nuovi mercati a turismo e agroalimentare

di Francesca Ricci

Per la prima volta la Camera di commercio di Modena ha preso parte al Progetto Speciale Mirabilia, la rete promossa da Unioncamere insieme a ISNART, Assocamerestero e ICE Agenzia che da quattordici anni lavora per valorizzare i territori italiani sede di siti UNESCO meno conosciuti, intrecciando cultura, turismo ed enogastronomia in un'offerta integrata da proporre ai mercati internazionali. Il network conta oggi 22 Camere di Commercio aderenti, oltre a Unioncamere Nazionale, e rappresenta territori che vanno dal Friuli alla Sicilia, dalla Liguria alla Puglia. L'occasione di debutto per Modena è stata la XIV Borsa Mirabilia del turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità, che si è svolta il 16 e 17 giugno a Udine Esposizioni, organizzata dalla Camera di Commercio Pordenone-Udine con il supporto di ISNART.

I numeri della manifestazione restituiscono la dimensione di un appuntamento che negli anni è diventato un punto di riferimento per il turismo di qualità Made in Italy. Hanno partecipato quasi 500 delegati tra vertici camerali, buyer internazionali e aziende seller provenienti da tutta Italia. Nel padiglione 6 di Udine Esposizioni si sono svolti 2.500 incontri B2B "one to one" in quarantotto ore, di cui 1.192 dedicati al comparto food e 1.296 al turismo. Oltre 300 le aziende italiane coinvolte come seller, che si sono confrontate con più di 100 buyer internazionali in rappresentanza di mercati consolidati come Stati Uniti, Canada, Francia, Germania e Spagna, ma anche di piazze emergenti come Sudafrica, Brasile, Argentina, Giappone, Corea del Sud, Messico, Armenia, Georgia e Uzbekistan. Per Modena hanno preso parte complessivamente 12 aziende, selezionate in base ai due percorsi previsti dal progetto. Sul fronte turismo erano presenti Modenatur, Modena Hospitality, Acetaia Terra del Tuono Srl, Acetaia Monari Federzoni Spa e Caseificio 4 Madonne, realtà che uniscono ospitalità e promozione del territorio. Sul fronte food & drink hanno partecipato Aceto Balsamico del Duca 1891, Acetaia La Bonissima Srl, VR Aceti, Il Sottobosco di Bertagni Primo e C., Comal Salumi Srl, Acetaia Terra del Tuono Srl, Acetaia Manicardi e Granarolo SpA, in rappresentanza delle filiere dell'aceto balsamico, dei salumi e dei prodotti lattiero-caseari che da sempre identificano l'agroalimentare modenese sui mercati esteri.

Le imprese hanno avuto la possibilità di incontrare buyer specializzati - tour operator, agenzie di incoming, decision manager e buyer luxury travel per il turismo; importatori e distributori interessati alle eccellenze enogastronomiche per il food & drink - in sessioni di appuntamenti programmati e gestiti attraverso una piattaforma digitale dedicata, pensata per ottimizzare il tempo a disposizione e favorire incontri mirati sulla base degli interessi reciproci. Il bilancio di chi ha partecipato per Modena è positivo: "Fiera organizzata, incontri di qualità e con potenzialità", racconta Il Sottobosco, azienda pavullese specializzata in funghi e frutti di bosco, che si è detta aperta alla partecipazione anche ad una prossima eventuale edizione. Per l'impresa, la formula B2B rappresenta un'alternativa vincente rispetto alle fiere tradizionali, spesso più costose: gli appuntamenti programmati rendono la partecipazione sostenibile anche per una piccola e media impresa, in un buon compromesso tra investimento e opportunità di business.

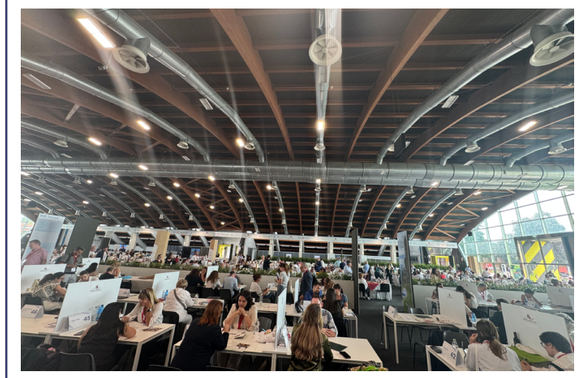


La due giorni di lavori si è aperta con un convegno inaugurale dedicato al ruolo dell'intelligenza artificiale e della cucina italiana, patrimonio UNESCO, come leve di promozione e di export. Per il presidente della Camera di Commercio Pordenone-Udine, Giovanni Da Pozzo, il bilancio dell'edizione 2026 va letto soprattutto nei risultati commerciali ottenuti dalle imprese partecipanti, più che nei soli numeri della manifestazione. Una lettura condivisa da chi ha partecipato per Modena: il formato a incontri programmati permette di dedicare a ogni appuntamento un tempo che le fiere generaliste non concedono, e la presenza organizzata di un intero territorio - tra produzioni tipiche, ospitalità e patrimonio culturale - dà alle singole aziende una visibilità che difficilmente riuscirebbero a costruirsi da sole sui mercati internazionali.

La cornice generale dell'iniziativa racconta del resto un cambiamento nelle motivazioni di viaggio che riguarda direttamente il modo in cui un territorio come quello modenese può presentarsi all'estero. Negli ultimi dieci anni la cultura è passata dalla settima alla prima posizione tra le ragioni che spingono un turista a scegliere una destinazione, mentre l'enogastronomia è salita dall'undicesima alla terza. Le rilevazioni realizzate da ISNART su un campione di 4.500 turisti nei territori della rete Mirabilia indicano che oggi un visitatore su due individua la propria destinazione anche in base alla presenza di un sito UNESCO, e uno su tre lega all'esperienza culturale anche la cucina tipica, le tradizioni locali e i saperi artigianali.

Nella stessa settimana, solo quale che giorno prima, a Mantova, la Fondazione Symbola ha riunito istituzioni e imprese attorno al tema del "patriottismo dolce", la forma di amore per il proprio Paese che trae forza dall'identità dei territori e delle comunità più che dalla contrapposizione: un concetto su cui si è soffermato anche il presidente di Ipsos Nando Pagnoncelli, e che dialoga in modo naturale con la filosofia di Mirabilia. Le due iniziative, pur distinte, raccontano la stessa direzione: la competitività dell'Italia passa sempre più dalla capacità di mettere in rete i propri territori, comprese le imprese di piccola e media dimensione, riconoscendo nell'identità locale e nell'autenticità un valore economico oltre che culturale.







È in questo scenario che si inserisce la scelta della Camera di commercio di Modena di affiancare, da quest'anno, le proprie imprese turistiche e agroalimentari a una rete che lavora da tempo sulla stessa direzione: far percepire un territorio come un'unica proposta, dove la visita a un sito culturale, la scoperta di una produzione tipica e l'accoglienza diventano parti di un'esperienza coerente, capace di generare relazioni commerciali concrete con operatori e mercati internazionali, compresi quelli più lontani e meno consuetudinari verso cui le imprese modenesi non avrebbero altrimenti un canale diretto di promozione.

La prossima edizione della Borsa Mirabilia si terrà a Bari, città che ha ricevuto il testimone al termine della tre giorni di Udine.

Al via la seconda edizione del Premio Nazionale Adriano Olivetti: imprese e scuole unite nel segno della sostenibilità e del welfare

La Camera di Commercio di Cosenza e la Fondazione Adriano Olivetti, in collaborazione con Unioncamere, promuovono la seconda edizione del "Premio nazionale Adriano Olivetti". Le candidature si apriranno il 15 settembre 2026 per chiudersi il 28 febbraio 2027.



L'iniziativa nasce per stimolare una nuova cultura d'impresa ispirata ai valori olivettiani, coinvolgendo direttamente il sistema produttivo e il mondo della scuola nella diffusione della sostenibilità, del rispetto dell'ambiente, dell'innovazione e dello sviluppo del Mezzogiorno. Il fulcro del premio è la valorizzazione del welfare aziendale e territoriale come leva di competitività, un obiettivo da perseguire anche attraverso lo sviluppo del turismo, la tutela del patrimonio culturale e una forte sinergia con i percorsi di alternanza scuola-lavoro, i centri di ricerca e le istituzioni locali.

La partecipazione è gratuita per entrambe le sezioni previste dal bando, che mettono in palio riconoscimenti e premi per i progetti più meritevoli.

La **Sezione Imprese** è riservata alle realtà italiane che si distinguono per l'impatto sociale e territoriale. Le categorie d'esame includono il benessere dei dipendenti, i rapporti di sostenibilità con enti pubblici e privati, l'investimento nella formazione continua, la collaborazione con gli istituti scolastici e l'impegno concreto per la crescita del Mezzogiorno.

La **Sezione Scuole** si rivolge invece agli studenti degli ultimi tre anni delle scuole secondarie di II grado impegnati nel percorso formativo di Unioncamere sulla "Certificazione delle competenze imprenditive secondo il modello olivettiano". Il concorso intende far conoscere il pensiero di Adriano Olivetti, sensibilizzando i giovani sul tema dell'impresa responsabile per orientare le loro scelte di studio o di carriera. La Commissione assegnerà alle classi vincitrici targhe di merito, premi e menzioni speciali.

Tutte le informazioni sul bando e le modalità di iscrizione sono disponibili sul sito ufficiale del Premio nazionale Adriano Olivetti.

La coesione come base del futuro dell'economia

Le imprese coesive italiane sono in crescita e registrano migliori performance in termini di fatturato e occupazione, Modena ai vertici per concentrazione di queste realtà

Relazioni, fiducia, collaborazione, capacità di fare rete non rappresentano soltanto un elemento sociale o culturale, ma una leva concreta di resilienza e competitività economica nel medio lungo periodo. E' il valore strategico della coesione, approfondito nel rapporto "Coesione è competizione" di Unioncamere, Centro Studi Guglielmo Tagliacarne, Fondazione Symbola e Intesa Sanpaolo.

Il rapporto analizza e racconta i fattori più significativi della competitività del nostro Paese, sottolineando l'importanza della collaborazione per le imprese. La coesione migliora il legame e il radicamento nelle comunità e nei territori, accresce il senso di appartenenza e soddisfazione di vita dei dipendenti, il coinvolgimento e il dialogo con i clienti: tutto ciò consente in ultima analisi di ottenere anche migliori performance aziendali.

In Italia nel corso dell'ultimo quinquennio le imprese coesive sono aumentate, passando dal 37,4% del 2020 al 43,5% del 2025, così come è cresciuto anche il numero medio di relazioni che le stesse hanno instaurato con i diversi attori delle filiere, dei mercati e dei territori (da 1,7 del 2020 a 2,9 del 2025). Si incrementa soprattutto la collaborazione con banche ed enti non-profit, scuole e università, altre imprese e associazioni di categoria, clienti e istituzioni. È il segno di una coesione più matura, orientata a costruire reti stabili per innovare e competere.

Le evidenze raccolte mostrano che le imprese più "coesive", radicate in reti strutturate di collaborazione, orientate alla qualità del lavoro, aperte al dialogo con istituzioni e società civile, sono anche quelle che investono di più in innovazione, che affrontano meglio le transizioni ambientali e digitali, e che reagiscono con maggiore resilienza agli shock.

L'analisi è stata condotta anche su base provinciale, considerando come il livello di coesività dipenda in larga misura dalla rete di relazioni che l'impresa sviluppa con i soggetti presenti nel contesto territoriale in cui opera. Da questa analisi è risultato che Modena è la terza provincia italiana per concentrazione di imprese coesive dopo Bolzano e Asti, seguita da Cuneo, Rimini, Biella, Rovigo, Trento, Bergamo, Vercelli.

La correlazione tra coesione imprenditoriale e benessere dei territori trova conferma nei dati relativi al valore aggiunto pro-capite. Le regioni che producono più ricchezza sono anche quelle dove le imprese coesive sono più diffuse. Un'evidenza che trova conferma guardando al dettaglio provinciale. Nelle province ad alta densità di imprese coesive, infatti, il valore aggiunto pro-capite è in media più alto rispetto alla media italiana, mentre nei territori con meno imprese coesive tale indicatore è mediamente più basso. Nello specifico, Modena è quinta nella graduatoria delle province "coesive" per valore aggiunto pro-capite preceduta da Milano, Bolzano, Bologna, e Aosta.

Il quadro si completa guardando alla povertà: nelle regioni con la maggiore incidenza di contribuenti con reddito fino a 15mila euro, tutte nel Mezzogiorno, la presenza di imprese coesive è più bassa. Nelle regioni del Nord, dove questo fenomeno è meno diffuso, accade il contrario. La correlazione è speculare e coerente con quanto osservato per il valore aggiunto. Anche in questo caso Modena è quinta tra le province coesive con minore inci-



denza di contribuenti con reddito fino a 15mila euro dopo Bologna, Monza e Brianza, Reggio Emilia e Novara.

Le motivazioni che danno vita a rapporti duraturi e collaborazioni si possono riassumere principalmente in cinque punti: sicurezza della filiera di fornitura, efficienza energetica e sostenibilità, innovazione, espansione sui mercati esteri, tutela delle professionalità del territorio.

Nel rapporto sono illustrati casi emblematici di collaborazioni tra imprese anche della nostra provincia, come quello della Lar di Campogalliano (Modena) che ha siglato nel 2025 con l'Arena di Macerata un contratto decennale per la produzione di occhialini da piscina, in reshoring dalla Cina, che prevede la progettazione congiunta di tecnologie per trattamenti anti-nebbia delle lenti. Accorciando la filiera, Arena ha ridotto i rischi geopolitici e guadagnato in qualità, sostenibilità e affidabilità produttiva. Lar ha potuto sostenere posti di lavoro e lo sviluppo di tecnologie all'avanguardia in un nuovo impianto unico in Europa.

Un rapporto di fornitura si è trasformato in coprogettazione anche per Ferrari spa e Med-Ex di Maranello. Ferrari ha inaugurato a marzo 2026 un nuovo centro diagnostico con apparecchiature di ultima generazione gestito da Med-Ex, storico partner medico dell'azienda, in cui i dipendenti possono eseguire esami di prevenzione e diagnostica avanzata, in convenzione, grazie al Fondo sanitario. E un accordo con l'Ausl di Modena offre gratuitamente screening mammografici alle donne dei comuni di Maranello, Formigine e Fiorano Modenese.

D'altronde, saper instaurare una relazione coesiva ed efficace con i propri lavoratori, attraverso progetti per migliorarne il benessere, la qualità della vita, le competenze e il coinvolgimento nelle decisioni, nei risultati e nei valori aziendali, è ormai riconosciuto come uno strumento imprescindibile per lo sviluppo della competitività aziendale.

Come accade anche in Gulliver, cooperativa sociale di Modena, citata tra le sette imprese italiane che hanno presentato i progetti di maggior valore finanziati dal bando pubblico #Riparto, per il sostegno alla genitorialità attraverso percorsi di welfare aziendale che agevolano il rientro al lavoro delle madri, favoriscono la natalità e il work-life balance.

Infine, nel report è citata una case history d'eccellenza, la Motor Valley University of Emilia-Romagna - MUNER, fondata nel 2017 in sinergia tra 22 aziende automotive e 4 atenei del territorio per formare i talenti indispensabili ad assicurare competitività e futuro alla filiera. L'iniziativa nasce per superare il mismatch occupazionale avvalendosi della co-progettazione dei piani di studio; un comitato di indirizzo, infatti, allinea costantemente le competenze in uscita con le reali esigenze del mercato. La didattica è svolta in collaborazione tra docenti accademici ed esperti provenienti dal mondo industriale, una vera e propria formazione immersiva con tirocini e tesi svolti per il 75% in azienda. L'efficacia del sistema è evidente: il tasso di occupazione sfiora il 98% a un anno dal titolo. MUNER attira studenti da tutto il mondo, contribuendo a consolidare il posizionamento della Motor Valley come hub globale dell'innovazione automotive e con ricadute positive anche sull'economia del territorio.

Da sempre le imprese collaborano. L'ennesima crisi che il sistema industriale italiano si trova oggi ad affrontare non fa che spingere l'acceleratore sull'importanza strategica di dare vita a modelli di cooperazione, alleanza, coesione industriale o commerciale, che diventano allo stesso tempo acceleratori di competitività, in grado di portare benefici a tutti i soggetti coinvolti.

CyberStorie: phishing e ransomware contro un'impresa logistica italiana

Nel 2026 gli attacchi informatici, come quelli veicolati tramite **phishing e ransomware**, contro aziende e PMI hanno raggiunto livelli record sia in Italia che nel resto del mondo. Secondo il Rapporto Clusit 2026, gli attacchi cyber gravi globali sono aumentati del 49% rispetto all'anno precedente, superando quota 5.200 incidenti documentati.

L'Italia si conferma uno dei Paesi più colpiti: nel 2025 ha subito il 9,6% degli incidenti cyber globali, con una crescita del 42% rispetto al 2024.

In questo scenario, **una media impresa del settore logistico con sede nel Nord Italia è stata vittima di un grave attacco informatico** che ha paralizzato le attività aziendali per diversi giorni. Il caso, simile a molti altri registrati recentemente in Europa, dimostra quanto le PMI siano oggi uno dei bersagli preferiti dei cyber criminali.

L'attacco è iniziato con una semplice email di phishing, ma nel giro di poche ore si è trasformato in un ransomware capace di bloccare server, documenti e comunicazioni interne. Vediamo la storia nel dettaglio.

Il caso della PMI: come è iniziato l'attacco informatico

Secondo le ricostruzioni emerse dopo l'incidente, **un dipendente dell'ufficio amministrativo** ha ricevuto una mail apparentemente inviata da un partner commerciale abituale.

L'azienda operava nel settore della **logistica e dei trasporti**, un comparto particolarmente esposto perché gestisce quotidianamente ordini, documenti di spedizione, fatture e comunicazioni urgenti con clienti e fornitori.

L'email conteneva un allegato relativo a una **presunta fattura non saldata**. Il messaggio sembrava autentico:

- logo aziendale corretto;
- firma professionale;
- tono credibile;
- richiesta urgente di verifica.

Dopo aver aperto il documento, il dipendente è stato reindirizzato a una **falsa pagina di accesso** (in cui solitamente si inseriscono le proprie credenziali aziendali) praticamente identica a quella reale.

Convinto che la sessione fosse scaduta, ha inserito le **credenziali aziendali**. Da quel momento gli attaccanti hanno ottenuto accesso alla rete interna dell'azienda.

I passaggi della truffa

Una volta entrati nei sistemi, i cyber criminali hanno iniziato a muoversi lateralmente nella rete aziendale.

Nel giro di poche ore hanno:

- compromesso diversi account email;
- raccolto dati sensibili;
- ottenuto privilegi amministrativi;
- disattivato alcuni sistemi di sicurezza;
- distribuito un ransomware sui server principali.

La mattina successiva, **gran parte dei file aziendali risultava cifrata e inutilizzabile**. L'azienda si è trovata impossibilitata a gestire spedizioni, emettere documenti, accedere ai database clienti e utilizzare i sistemi gestionali.

Gli hacker hanno quindi richiesto un **riscatto economico** in criptovaluta per ripristinare l'accesso ai dati.

Che tipo di truffa è stata: dal phishing al ransomware

L'attacco appartiene alla categoria del **phishing con furto di credenziali**, evoluto successivamente in un attacco ransomware.





Questo tipo di truffa sfrutta l'**ingegneria sociale**: invece di colpire direttamente i sistemi informatici, i criminali manipolano le persone inducendole a consegnare password o informazioni sensibili.

Oggi questi attacchi sono sempre più sofisticati grazie all'utilizzo dell'intelligenza artificiale, che consente di creare email estremamente realistiche e difficili da riconoscere.

Secondo alcuni report internazionali, **nel 2025 il numero di gruppi ransomware attivi ha raggiunto livelli record**, con oltre 7.400 attacchi ransomware documentati a livello globale.

Phishing e ransomware: perché le aziende di logistica sono nel mirino

Le aziende del settore logistico e trasporti rappresentano obiettivi particolarmente appetibili per gli hacker perché gestiscono grandi volumi di dati, lavorano con molti fornitori esterni, utilizzano piattaforme condivise, necessitano continuità operativa costante e **non possono permettersi lunghi blocchi dei sistemi**.

Questo aumenta la probabilità che l'azienda colpita scelga di pagare rapidamente un riscatto pur di riprendere le attività.

Secondo il Rapporto Clusit 2026 che abbiamo menzionato all'inizio, il comparto trasporti e logistica è stato tra quelli con la crescita più rapida degli incidenti cyber in Italia.

Come difendersi da truffe simili: 5 consigli pratici per imprenditori e manager

1. Formazione continua del personale
La maggior parte degli attacchi phishing sfrutta errori umani. I dipendenti devono imparare a riconoscere:
- email sospette;
- link anomali;
- allegati inattesi;
- richieste urgenti di pagamento;
- pagine di login false.

La formazione periodica è uno degli strumenti più efficaci di prevenzione.

2. Attivare l'autenticazione multi fattore (MFA)
Anche se una password viene rubata, l'autenticazione multi fattore impedisce spesso agli hacker di accedere ai sistemi.

Un semplice codice temporaneo può bloccare un attacco prima che si trasformi in una violazione grave.

3. Segmentare la rete aziendale
Molte PMI utilizzano reti interne senza separazioni tra uffici, server e dispositivi.

Segmentare la rete limita la propagazione del ransomware e riduce l'impatto dell'attacco.

4. Backup offline e verificati
I backup devono essere:
- automatici;
- isolati dalla rete principale;
- protetti da accessi esterni;
- testati regolarmente.

Senza backup affidabili, il rischio di fermo operativo aumenta drasticamente.

5. Aggiornare software e sistemi
Firewall, antivirus, sistemi operativi e piattaforme cloud devono essere sempre aggiornati.

Molti attacchi sfruttano vulnerabilità note già corrette dai produttori software ma non ancora installate dalle aziende.

Attacchi phishing e ransomware: conclusioni per la tua impresa

Molte piccole e medie imprese credono ancora di non essere interessanti per gli hacker ma, in realtà, è vero il contrario. Le PMI spesso dispongono di budget IT limitati, protezioni meno avanzate, personale poco formato, sistemi legacy vulnerabili. Per questi motivi i cyber criminali le considerano bersagli ideali.

Il caso della società logistica del Nord Italia dimostra come **una semplice email possa trasformarsi in un disastro operativo ed economico** nel giro di poche ore.

Questionario sulla sicurezza informatica aziendale: quanto è protetta la tua azienda?

Un progetto in collaborazione con Clusit (Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica) e l'Università di Modena e Reggio Emilia

La sicurezza informatica non è più solo una questione di protezione dati, ma un pilastro fondamentale per la continuità operativa e la competitività di qualsiasi impresa. Per mappare lo stato dell'arte del nostro territorio e calibrare strumenti di supporto sempre più efficaci, la **Camera di commercio di Modena** lancia la nuova edizione del questionario sulla cybersecurity aziendale.

L'iniziativa fa parte di un percorso strategico pluriennale sviluppato in stretta sinergia con il **CLUSIT** (Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica) e l'**Università di Modena e Reggio Emilia**.

Dai dati del 2025 alle azioni concrete

I risultati dell'indagine dello scorso anno hanno permesso di redigere un report dettagliato sul livello di preparazione del tessuto economico locale (consultabile su www.clusit.it). Quei dati non sono rimasti sulla carta: hanno teso il filo conduttore per attivare interventi mirati a favore delle imprese, tra cui percorsi di formazione manageriale ad alto profilo.

Come partecipare (in 5 minuti)

Per aggiornare la fotografia del rischio e progettare le prossime azioni di tutela e formazione, la Camera di Commercio invita i titolari e i responsabili IT delle aziende modenesi a compilare il nuovo questionario.

- **Tempi di compilazione:** Pochi minuti.
- **Sicurezza e Privacy:** L'indagine è rigorosamente anonima. Il questionario è gestito tramite la piattaforma europea *EUSurvey* e i dati saranno analizzati esclusivamente in forma aggregata per finalità statistiche e di studio.

Partecipa all'indagine:
clicca qui per compilare il questionario



Dogane e strumenti operativi: un corso strategico per l'internazionalizzazione delle imprese

Il 14 luglio l'appuntamento gratuito promosso da Promos Italia e NIBI per gestire correttamente le operazioni merci, ottimizzare i regimi speciali e azzerare i rischi sanzionatori.



In un contesto geopolitico ed economico globale caratterizzato da continui e complessi mutamenti, la corretta gestione delle dinamiche doganali non rappresenta più un semplice adempimento burocratico, bensì una vera e propria leva strategica per le imprese che puntano a consolidare il proprio posizionamento sui mercati esteri. Per rispondere a questa cruciale esigenza formativa del tessuto imprenditoriale, **Promos Italia**, attraverso la sua autorevole business school **NIBI** (Nuovo Istituto di Business Internazionale), propone un percorso specialistico interamente incentrato sugli aspetti pratici e operativi delle tematiche doganali.

Il webinar, intitolato ***"Dogane e strumenti operativi per l'internazionalizzazione"***, si terrà il prossimo **14 luglio 2026, dalle ore 10:00 alle ore 12:00**.

Obiettivi e competenze chiave

L'iniziativa si prefigge l'obiettivo di fornire alle aziende le competenze essenziali per comprendere, pianificare e governare con sicurezza le operazioni doganali. Durante la sessione formativa verranno approfonditi con taglio operativo i pilastri fondamentali della materia: la classificazione doganale delle merci, la determinazione del loro valore e le regole per l'attribuzione dell'origine (sia preferenziale che non preferenziale). Un focus specifico sarà dedicato ai regimi doganali speciali e alle più recenti novità normative all'orizzonte. L'acquisizione di tali competenze mira ad agevolare i flussi dell'export ed efficientare la supply chain, riducendo sensibilmente i rischi operativi e il pericolo di severe sanzioni pecuniarie.

A chi si rivolge e modalità di adesione

Il corso è **completamente gratuito** ed è riservato alle aziende con sede legale e operativa situate nelle province delle Camere di Commercio socie di Promos Italia, regolarmente iscritte al Registro delle Imprese.
Considerato l'alto valore strategico e l'operatività dei contenuti trattati, al momento dell'adesione ai partecipanti viene richiesto un esplicito impegno di riservatezza, finalizzato a non diffondere, condividere sui canali social o sfruttare commercialmente il materiale didattico e informativo ricevuto durante il corso.

Il termine per inviare la propria richiesta di adesione è fissato per il **12 luglio 2026**.

Il Programma Didattico nel dettaglio

Il percorso formativo è articolato in macro-aree sequenziali per garantire una panoramica completa:

- **I fondamentali per l'operatività doganale:** il sistema regolatorio dell'Unione Europea, la classificazione, l'origine, il valore in dogana, l'importanza del Codice EORI per gli operatori e l'analisi del quadro sanzionatorio.
- **Classificazione e origine delle merci:** focus sulla tariffa doganale comunitaria, la Nomenclatura Combinata e il sistema TARIC. Verranno inoltre esaminati i criteri di trasformazione sostanziale per il *"Made in"* (origine non preferenziale) e quelli legati agli accordi commerciali UE (origine preferenziale), con indicazioni pratiche su sistema REX, dichiarazioni su fattura e certificati.
- **Strumenti operativi per l'internazionalizzazione:** analisi dei requisiti e dei vantaggi economici legati ai regimi speciali (Perfezionamento Attivo e Passivo, Ammissione Temporanea, Deposito Doganale e Uso Finale). Verrà inoltre approfondito lo status di operatore **AEO** (Authorized Economic Operator) come reale vantaggio competitivo sul mercato globale.

Info utili e Contatti

Quando: Martedì 14 luglio 2026, ore 10:00 - 12:00
Modalità: Online / Webinar (previa registrazione)
Scadenza iscrizioni: 12 luglio 2026
Per informazioni: corsi.promos@formaper.it
Dettagli e iscrizioni: Consultare la sezione internazionalizzazione su www.mo.camcom.it

Formazione per le Imprese 2026: Progetto SEI



Nel quadro del **Progetto SEI-Sostegno all'Export dell'Italia, Unioncamere con il supporto di Promos Italia**, propone un'offerta formativa che si articola in quattro percorsi distinti e complementari, differenziati in base al livello di maturità delle imprese e progettati per accompagnarle nei processi di internazionalizzazione.

I percorsi seguono una logica progressiva, accompagnando le imprese dall'orientamento iniziale fino alla definizione e all'applicazione di strategie di sviluppo internazionale sempre più strutturate ed efficaci.

I quattro percorsi formativi proposti non sono necessariamente propedeutici tra loro: le aziende sono libere di scegliere a quale o a quali appuntamenti partecipare in modo autonomo e senza alcun vincolo.

I materiali didattici saranno disponibili all'interno delle singole pagine nella sezione Formazione.

Percorso - EXPORT STARTER

Webinar Live "Orientarsi e prepararsi ai mercati esteri"
26 giugno 2026 (9.30-12.30)
Programma e iscrizioni

Export Kit di **10 video pillole** fruibili on demand h24 per orientarsi sui primi passi per l'export

- Come sta cambiando il contesto internazionale e cosa significa per le PMI italiane
- Perché guardare ai mercati esteri: opportunità e leve di crescita
- Come capire se l'impresa è pronta
- Cosa valutare prima di esportare
- Come individuare i primi mercati e le opportunità commerciali

Percorso - MARKET BUILDER

Quattro incontri per capire come strutturare una strategia vincente

- Selezione e prioritizzazione dei mercati internazionali
- Posizionamento competitivo e strategie di marketing e pricing
- Marketplace internazionali per l'export: modelli e strategie di utilizzo
- Sostenibilità come leva strategica per la competitività internazionale

Webinar "Selezione e prioritizzazione dei mercati internazionali"
02 luglio 2026 (14.30–16.30)
Programma e iscrizioni

Webinar "Posizionamento competitivo e strategie di marketing e pricing"
09 luglio 2026 (14.30–16.30)

Webinar "Marketplace internazionali per l'export: modelli e strategie di utilizzo"
15 luglio 2026 (10.00–12.00)

Webinar "Sostenibilità come leva strategica per la competitività internazionale"
24 settembre (10.00–12.00)

Percorso - FOCUS GEOGRAFICI

Sette approfondimenti sui mercati target per l'export italiano che consentono alle imprese di declinare le strategie di sviluppo internazionale su specifici mercati target

Webinar "MERCOSUR: accesso al mercato e sviluppo commerciale in Brasile e Argentina"
16 settembre 2026 (14.30–17.00)

Webinar "INDIA: accesso al mercato e sviluppo commerciale"
1 ottobre 2026 (9.30–12.30)

Focus Asia: scenario e supply chain

Webinar " Cina e Sud Est Asiatico a confronto"
8 ottobre 2026 (10.00–12.00)

Webinar "Rotte interrotte e Supply Chain resilienti: Evoluzione delle supply chain e della logistica in Asia e come proteggere la logistica euro-asiatica "
15 ottobre 2026 (14.30–16.30)

Webinar "La mappa geopolitica del business e Go-To-Market in Asia"
4 novembre 2026 (14.30–16.30)

Area Mediterraneo e Golfo: accesso al mercato e opportunità per le imprese
Novembre 2026

Percorso - FINANCIAL ADVISORY

- Come finanziare la crescita all'estero
- Strumenti finanziari per l'export: orientamento e focus su specifiche misure a supporto dell'export italiano
- Opportunità per le imprese da bandi e gare europee

Webinar "Orientamento agli strumenti finanziari per l'export"
9 giugno 2026 (10.00 -11.30)
Guarda la registrazione

Webinar "Le novità di Simest: finanziamenti agevolati per l'export delle PMI italiane"
30 giugno 2026 (10.00 - 11.30)
Programma e iscrizioni

Webinar "Find your Tender: la piattaforma che semplifica l'accesso alle opportunità delle gare d'appalto"
14 Luglio 2026 (15.00 - 16.30)

Modalità di partecipazione
Per partecipare al webinar occorre iscriversi al Progetto SEI, accedere all'area riservata con le proprie credenziali e cliccare sulla pagina dell'evento nella sezione Formazione.

La registrazione è gratuita, clicca qui:
www.sostegnoexport.it

Contatti: Segreteria Tecnica del Progetto SEI:
info@sostegnoexport.it



Long-Term Observing Station

L'Osservatorio Geofisico di Modena compie 200 anni

di Erika Bezzanti

Situato nella Torre di Levante del Palazzo Ducale, oggi sede dell'Accademia Militare, l'Osservatorio custodisce una delle più preziose eredità scientifiche della città: una serie ininterrotta di osservazioni meteorologiche iniziata nel 1830 e tuttora attiva. Proprio questa straordinaria continuità gli è valsa, nel 2020, il riconoscimento dell'Organizzazione Meteorologica Mondiale come *Long-Term Observing Station*, attestandone il valore scientifico a livello internazionale.

L'Osservatorio rappresenta una delle istituzioni scientifiche più antiche di Modena. Le sue origini risalgono ai primi decenni dell'Ottocento, quando il duca Francesco IV d'Este ne promosse la realizzazione come osservatorio astronomico, affidandosi al contributo di studiosi di primo piano quali Giuseppe Bianchi e Giovanni Battista Amici. La posizione sopraelevata della torre offriva infatti le condizioni ideali per l'osservazione del cielo secondo i criteri scientifici dell'epoca.

Accanto alle osservazioni astronomiche furono avviate regolari rilevazioni meteorologiche che, con il passare del tempo, assunsero un ruolo sempre più centrale. Le particolari condizioni atmosferiche della Pianura Padana e, successivamente, il crescente inquinamento luminoso, limitarono infatti le possibilità di osservazione astronomica, favorendo lo sviluppo degli studi meteorologici.

Nel corso del Novecento l'Osservatorio rafforzò ulteriormente il proprio ruolo nella ricerca. Nemmeno gli eventi della Seconda guerra mondiale interruppero la continuità delle osservazioni, garantendo la conservazione di una serie storica di straordinario valore. Negli anni successivi l'attività si estese alla climatologia ed alle scienze ambientali. L'analisi dei dati raccolti nel tempo ha inoltre consentito di individuare alcune delle prime evidenze locali dei cambiamenti climatici legati alle attività umane.
Parallelamente il patrimonio dell'Osservatorio fu raccolto anche in una esposizione museale che conserva strumenti scientifici, documenti e testimonianze di quasi due secoli di attività. Tra la fine del Novecento e l'inizio degli anni Duemila, tuttavia, la struttura ha dovuto affrontare diverse criticità, tra cui i danni provocati da eventi sismici e da un violento incendio.

Una nuova fase di valorizzazione è iniziata tra il 2012 e il 2013, quando l'Osservatorio è entrato a far parte del laboratorio LARMA, del Dipartimento di Ingegneria Enzo Ferrari, Unimore. Nello stesso periodo è stato avviato il progetto Osservi@MO, finalizzato al recupero degli spazi storici, del museo e dell'eccezionale patrimonio documentale e scientifico custodito dall'Istituto. Grazie agli interventi di riqualificazione della struttura e di restauro, finanziati dall'Ateneo e dalla Regione Emilia Romagna, realizzati negli anni successivi, l'Osservatorio è tornato pienamente fruibile e continua oggi a rappresentare un punto di riferimento per la ricerca, la divulgazione scientifica e la conservazione di una delle più lunghe serie





meteorologiche storiche d'Italia.

Per la parte museale l'Osservatorio afferisce al Sistema dei Musei e Orto Botanico Unimore, mentre per la parte scientifica afferisce al Dipartimento di Ingegneria Enzo Ferrari. Il responsabile scientifico dell'Osservatorio è il Prof. Sergio Teggi.

L'incontro con le referenti Ing. Francesca Despini e Ing. Sofia Costanzini, ci ha consentito non solo di visitare l'Osservatorio, accedendo a luoghi pieni di fascino e storicità, ma anche di porre alcune domande, utili a comprendere l'importanza dell'attività svolta e della ricerca universitaria.

«Quali dati vengono registrati?»
«Qui in Osservatorio le misure sono attive da quasi duecento anni, in funzione continua. Misuriamo a tutt'oggi i principali parametri meteorologici, quindi ovviamente temperatura, umidità, pressione, velocità e direzione del vento, pioggia e alcuni parametri fisici come la radiazione solare (radiazione diffusa e radiazione nella fascia UVB). Abbiamo anche webcam tramite le quali effettuiamo misure di visibilità e copertura nuvolosa. Altre misure non si fanno qui in Osservatorio, ad esempio l'altezza del manto nevoso che si misura al suolo in luoghi appositamente deputati, tra cui il Dipartimento di Ingegneria»

«Qui in Osservatorio ci sono strumenti automatici, ma noi ci occupiamo della loro manutenzione e della gestione di tutti i dati perché ovviamente, se qualcosa si interrompe, bisogna ripristinare il corretto funzionamento. Una particolarità importante è che tutti i sensori sono doppi per non perdere nemmeno un dato. Questo garantisce la continuità delle misure anche nel caso in cui una stazione si rompa».

«I sensori automatici hanno inevitabilmente una loro deriva, per questo una volta l'anno si fa una ricalibratura, un controllo di qualità "lato dati". I dati arrivano in flussi da una rete di stazioni, che si trovano sia nelle pertinenze di Unimore, sia a distanza come nei comuni di Spilamberto, Campogalliano, Reggio Emilia, Gaiato. Un caso particolare riguarda il Costa Rica dove, presso la riserva Karen Mogensen, è localizzata una stazione meteorologica delle Guardie Ecologiche Volontarie la cui manutenzione è da anni affidata al nostro collega (da poco in pensione) e meteorologo Luca Lombroso».

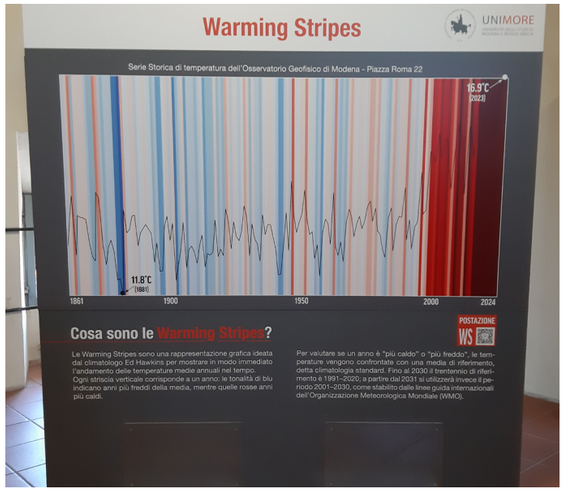
I dati dell'Osservatorio sono consultabili sia on line in tempo reale, sia in archivi riferiti agli ultimi anni. Vengono inoltre pubblicati annualmente sull'Annuario della Società dei Naturalisti e Matematici di Modena.

I dati sono utilizzati dall'Osservatorio anche per supportare progetti di ricerca e vengono condivisi con altri gruppi di ricerca in differenti ambiti, ad esempio quello epidemiologico (v. Dipartimento Scienze biomediche, metaboliche e neuroscienze) in cui si valuta come determinati parametri ambientali possano influenzare determinate patologie; od ancora gruppi di ricerca sulla qualità dell'aria «per lo studio della dispersione degli inquinanti in atmosfera».

Nella balconata meteorologica dell'Osservatorio sono collocati gli strumenti per la misura di temperatura, umidità e pressione, rilevazioni effettuate nelle stesse condizioni dal 1861 ad oggi. Una volta saliti sul terrazzino della torre di levante è possibile riconoscere altri strumenti per altri parametri meteorologici. Troviamo quindi il *Pluviometro* per la pioggia ed il palo con *Anemometro* per la misurazione della velocità e della direzione del vento.

«Sono inoltre presenti sensori per la misurazione della temperatura e dell'umidità e, più in basso, i *radiometri* che misurano la radiazione».

Concludiamo la visita all'Osservatorio con una riflessione sull'importanza della ricerca universitaria ed in particolare di quella *Terza missione* che le attribuisce ancor più valore. Dopo la *didattica* e la fondamentale *ricerca*, la cosiddetta *Terza missione* consiste nel trasferimento delle conoscenze per lo sviluppo socio-economico del territorio e nella divulgazione ai cittadini del patrimonio scientifico derivante dalle ricerche dell'Università. Coinvolgere il territorio nelle proprie attività parrebbe quindi essere un perfetto trait d'union tra istituzioni e cittadini per un traguardo comune: promuovere un arricchimento culturale reciproco, dove il progresso scientifico diventa patrimonio tangibile e motore di sviluppo per l'intera comunità.



MODENA ECONOMICA
Periodico della Camera di Commercio

CAMERA DI COMMERCIO MODENA

Canali informativi & Social

Whatsapp
Telegram
YouTube
Instagram
Linkedin
X

Alcuni dei nostri servizi per impresa e imprenditori









punto impresa digitale

SNI SERVIZIO NUOVE IMPRESE
La piattaforma delle Camere di Commercio

Per scoprire tutti i servizi e rimanere aggiornato

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Contatti redazione "Modena Economica"

059/208800
segreteria@mo.camcom.it
via Ganaceto, 134
Modena

Bankitalia, evoluzione e prospettive dell'economia regionale

Presentato il Rapporto "L'economia dell'Emilia-Romagna" con focus su innovazione e filiera automotive



L'anno 2025 è stato caratterizzato da uno scenario di crescita debole. I segnali di maggiore slancio registrati nell'ultimo trimestre si sono spenti con lo scoppio del conflitto nel Golfo Persico, che ha indebolito le già fragili prospettive. Il conseguente shock energetico ha spinto al rialzo i prezzi e abbassato il clima di fiducia. Al di là dell'incertezza geopolitica, appare sempre più evidente come l'innalzamento della produttività, attraverso investimenti in tecnologia e innovazione, sia la strada da intraprendere per il ritorno ad una crescita più intensa e duratura.

Questo, in sintesi, il quadro emerso il 18 giugno 2026 dalla presentazione del Rapporto di Banca d'Italia "L'economia dell'Emilia-Romagna", tenuta alla Camera di Commercio di Modena.

Nel 2025 l'attività economica in Emilia-Romagna ha continuato a crescere moderatamente, con un rafforzamento nell'ultimo trimestre in concomitanza con il recupero della produzione industriale in alcuni settori di specializzazione regionale. Nei primi mesi dell'anno in corso, tuttavia, il trend si è deteriorato, per l'aggravarsi della crisi in Medio Oriente e il perdurare di tensioni geopolitiche e commerciali.

In un contesto in cui i consumi si sono contraddistinti per un aumento ancora contenuto, l'attività è stata sostenuta principalmente dagli investimenti delle imprese e da quelli pubblici, sospinti anche dall'avanzamento del PNRR.

Nel 2025 gli andamenti si sono mostrati eterogenei tra i principali comparti. L'industria ha mostrato una situazione di stagnazione, con stabilità delle esportazioni. La produzione industriale, dopo due anni di cali, ha evidenziato una ripresa nell'ultimo trimestre, in particolare nel metalmeccanico. In positivo l'attività edilizia, trainata dalle opere pubbliche. Nel terziario si è registrata una moderata espansione, sostenuta anche dai servizi legati al turismo.

In un quadro di crescita modesta, la quota di imprese con risultati reddituali favorevoli è ulteriormente scesa. La liquidità aziendale è invece rimasta su livelli elevati; il contesto altamente incerto ha indotto a una gestione finanziaria più prudente, soprattutto nelle società familiari.

Note positive circa il mercato del lavoro: l'occupazione ha registrato l'aumento più sostenuto degli ultimi cinque anni (+2%), trainata dai settori costruzioni e servizi. Gli incrementi più marcati sono tra gli autonomi, le donne e gli over 50. Crescono nel 2025 anche le forze di lavoro e il tasso di attività; la disoccupazione è in ulteriore lieve calo, al 4,1%. Si rafforza inoltre la stabilità contrattuale.

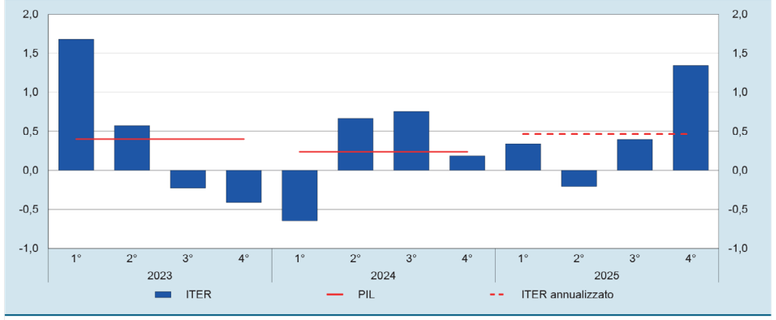
L'innovazione: brevetti e IA

Nonostante il recupero dell'attività di investimento, registrato soprattutto nella manifattura, l'adeguamento tecnologico delle imprese regionali resta contenuto: l'adozione di tecnologie legate all'intelligenza artificiale nei processi produttivi è ancora limitata e l'attività brevettuale si concentra nei settori più tradizionali.

L'analisi della composizione tecnologica e della qualità dei brevetti depositati presso l'European Patent Office (EPO) testimonia la capacità innovativa del sistema produttivo regionale. Nel periodo 2019-24 l'intensità brevettuale dell'Emilia-Romagna è stata significativamente superiore alla media italiana, con una maggiore specializzazione in tecnologie tradizionali, quali la movimentazione di beni e materiali e la meccanica. Rispetto alla media europea, tuttavia, l'incidenza delle tecnologie di comunicazione digitale, informatiche e mediche è inferiore.

Figura 1.1

Andamento dell'attività economica (1)
(variazioni percentuali)



Fonte: elaborazioni su dati Banca d'Italia, Infocamere e Istat; cfr. nelle *Note metodologiche. Rapporti annuali regionali* sul 2025 la voce *Indicatori ITER e Regio-coin.*
(1) Variazioni percentuali sul periodo corrispondente in volume.

L'adozione dell'intelligenza artificiale (IA) sta assumendo un ruolo sempre più significativo nella trasformazione dei processi aziendali, rappresentando un fattore di competitività di rilievo. In regione una azienda su cinque utilizza, anche solo in via sperimentale, strumenti di IA predittiva. L'IA generativa è stata invece introdotta nei processi aziendali dal 27% delle imprese, un dato in lieve aumento rispetto al 2025. Per entrambe le tecnologie, tuttavia, solo in rari casi le aziende hanno segnalato un uso di tipo estensivo. La quota di imprese che prevede di avviare l'utilizzo dell'IA nei prossimi anni è risultata nel complesso contenuta, collocandosi intorno all'8% per l'IA predittiva e al 6% per quella generativa.

Tra i fattori che frenano l'introduzione dell'IA nei processi produttivi vi è la carenza di competenze manageriali e professionali adeguate, soprattutto fra le imprese di minore dimensione, e la limitata digitalizzazione dei processi aziendali.

La maggior parte delle imprese regionali che adottano queste tecnologie ritiene che nei prossimi tre anni tali soluzioni possano rafforzare la produttività del lavoro e stimolare nuovi investimenti. Con riferimento all'occupazione prevale, invece, la quota di aziende che non si attende variazioni di rilievo, anche se circa il 20% anticipa un impatto al ribasso.

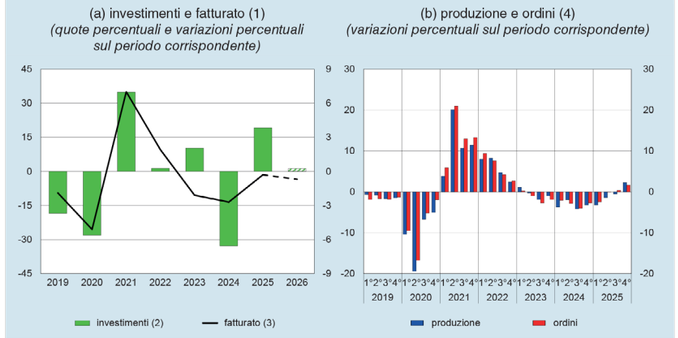
La filiera automotive

La dinamica dell'attività economica regionale è influenzata anche dalle sue caratteristiche strutturali, tra cui la composizione settoriale. L'Emilia-Romagna è la seconda regione italiana dopo il Piemonte per specializzazione in questo comparto che riveste tradizionalmente un ruolo di traino dell'economia locale, sia per il significativo contributo al valore aggiunto e all'occupazione sia per l'indotto creato.

Le imprese afferenti alla filiera regionale si concentrano per lo più nei settori della componentistica automotive e nei prodotti in metallo, così come in alcune attività di servizi finalizzati alla commercializzazione degli autoveicoli. A parità di altre caratteristiche, generano più ricavi rispetto alle altre imprese, vantano elevati livelli di produttività e accumulazione di capitale più sostenuta. Mostrano anche maggiore resilienza agli shock grazie a catene di approvvigionamento più integrate e stabili.

Figura 2.1

Principali variabili dell'industria in senso stretto



Fonte: per il pannello (a), Banca d'Italia, *Indagine sulle imprese industriali e dei servizi* (Invind); cfr. nelle *Note metodologiche. Rapporti annuali regionali* sul 2025 la voce Indagine sulle imprese industriali e dei servizi *(Invind)*. Per il pannello (b), Unioncamere Emilia-Romagna, Indagine congiunturale sulle piccole e medie imprese industriali.
(1) Prezzi costanti. – (2) Saldo fra la quota di imprese che hanno registrato un aumento della spesa per investimenti e quella delle aziende che hanno riportato un calo. – (3) Scala di destra. – (4) La produzione è in quantità, gli ordini sono in valore.

Dataview: la demografia della provincia

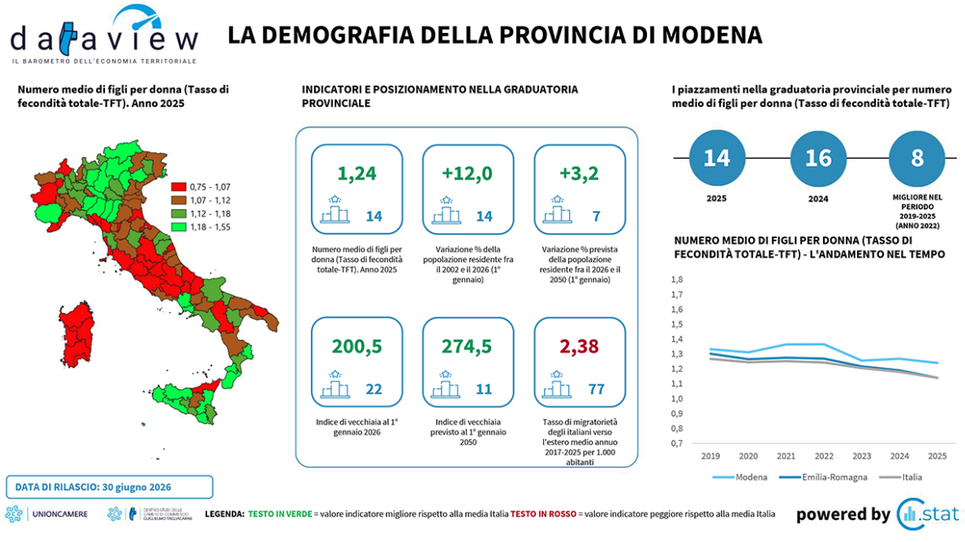
Modena al settimo posto per la variazione della popolazione prevista dal 2026 e il 2050, positivi quasi tutti gli altri indicatori

Il Centro Studi Guglielmo Tagliacarne ha pubblicato la scheda demografica di Dataview, il barometro dell'economia territoriale. Anche quest'anno Modena mostra un posizionamento migliore della media nazionale in cinque indicatori su sei.

Ad esempio, risulta quattordicesima sia per il tasso di fecondità (cioè il numero medio di figli per donna) pari a 1,24, sia per la variazione della popolazione residente dal primo gennaio del 2022 al 2026 (+12,0%). Su questo andamento positivo, che comunque non permette di mantenere stabile la popolazione, si basano le previsioni dell'andamento della popolazione dal 2026 al 2050, che indicano una crescita del 3,2%. Tale risultato pone Modena al settimo posto della classifica nazionale.

L'indice di vecchiaia misura il rapporto percentuale fra la popolazione con 65 anni e più e la popolazione da 0 a 14 anni. Nonostante in provincia di Modena sia piuttosto elevato (200,5%), cioè gli anziani residenti risultano il doppio dei giovani, la provincia si posiziona al 22-esimo posto della classifica nazionale, segno che nel resto d'Italia la popolazione anziana prevale in misura ancor più marcata. La previsione al 2050 di tale indice arriva al 274,5% per la provincia di Modena, cioè si avranno più di due anziani e mezzo per ciascun giovane. Tale risultato sarà uno dei migliori in Italia, con Modena che si posiziona all'undicesimo posto.

Infine, l'unico dato con andamento peggiore del resto di Italia è il tasso di migratorietà, cioè la propensione dei giovani a trasferirsi all'estero. Nel periodo 2017-2025 è stato pari al 2,38 per mille abitanti, al 77-esimo posto della classifica nazionale, significa che il territorio non è capace di trattenere molte risorse giovani all'interno dell'Italia.



Dataview: il mercato del lavoro in provincia di Modena nel 2025

Gli indicatori analizzati dal Centro Studi Tagliacarne evidenziano una situazione nel complesso più favorevole rispetto alla media nazionale

Il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne ha pubblicato la scheda Dataview con l'analisi della condizione occupazionale di Modena, messa a confronto con quella delle altre province italiane.

Nelle graduatorie nazionali, Modena si colloca nelle prime trenta province con i migliori risultati in termini di occupazione, inattività, divario tra occupazione maschile e femminile e assunzioni previste.

Nel dettaglio, il **tasso di occupazione** della popolazione da 15 a 64 anni risulta in media nel 2025 pari al 69,7% in leggero miglioramento rispetto all'anno precedente quando si attestava al 69,3%. In graduatoria Modena è al 29° posto, con un netto peggioramento negli ultimi anni, se si considera che nel 2022 occupava il quinto gradino della classifica.

La provincia si trova al 29° posto anche nella graduatoria del **tasso di inattività** per la stessa fascia di popolazione, indicatore che risulta pari al 27,1%, in calo di solo mezzo punto rispetto al 2024.

La differenza in punti percentuali fra i **tassi di occupazione maschile e femminile** (15-64 anni) è di 12,4 nel 2025 in favore degli occupati maschi, ma si è ridotta di un punto e mezzo rispetto all'anno precedente. In questo caso, Modena occupa la 28° posizione in Italia.

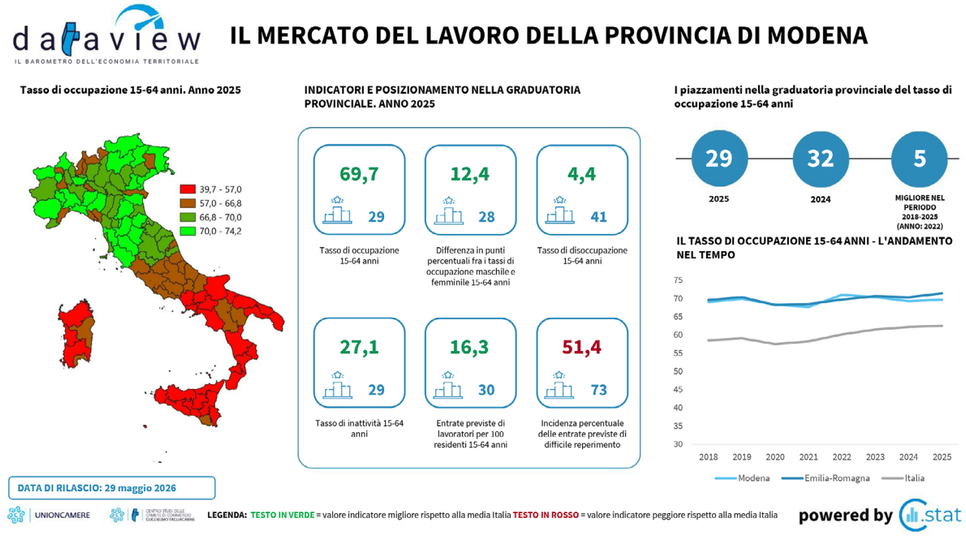
Il **tasso di disoccupazione** nel 2025 è rimasto fermo sui valori del 2024 ovvero si attesta al 4,4%, e ci posiziona al 41° gradino della classifica nazionale.

Le **entrate di lavoratori** previste ogni 100 residenti nel territorio provinciale nella fascia di età dai 15 ai 64 anni sono del 16,3%, ovvero leggermente inferiori rispetto al 2024; Modena è 30esima nella graduatoria italiana.

Tra i sei indicatori presentati nella scheda Dataview solamente uno risulta peggiore della media italiana e non di poco: si tratta dell'incidenza percentuale delle **entrate previste di difficile reperimento** sul totale entrate, che a Modena risulta del 51,4% ovvero il 73° valore in Italia.

In sintesi, a Modena la situazione occupazionale risulta nel complesso positiva; tuttavia, sul mercato del lavoro si sta costantemente aggravando, anno dopo anno, il disallineamento fra le richieste delle imprese e la disponibilità di specifiche figure professionali.

I dati sono di fonte Istat - Forze di lavoro e Sistema Informativo Excelsior per quanto riguarda le assunzioni previste.



Indagine congiunturale Unioncamere Emilia-Romagna: le imprese modenesi risultano in difficoltà per l'incremento dei costi energetici

L'industria manifatturiera appare più in affanno per l'aumento dei costi delle materie prime, nel commercio è più marcata la diminuzione degli investimenti

Otto imprese su dieci del settore manifatturiero modenese e circa sette su dieci del commercio affermano di essere in difficoltà per l'aumento dei costi delle materie prime causate dalle incertezze economiche globali, mentre sei su dieci di entrambi i settori dichiarano eccessivi gli aumenti dei costi energetici.

Questi i primi risultati del focus dell'indagine della congiuntura dell'Unione Regionale delle Camere di Commercio imperniato sulle difficoltà delle imprese modenesi derivanti dalle attuali incertezze internazionali.

Intervistando un campione di aziende, emerge che le **imprese manifatturiere** sono maggiormente interessate dalle turbolenze internazionali: la maggior parte di esse infatti (82%) si trova in difficoltà a causa degli elevati costi delle materie prime, molto importanti anche l'incremento dei costi energetici (63%), mentre risultano meno preoccupanti le difficoltà di approvvigionamento e l'instabilità dei mercati di sbocco.

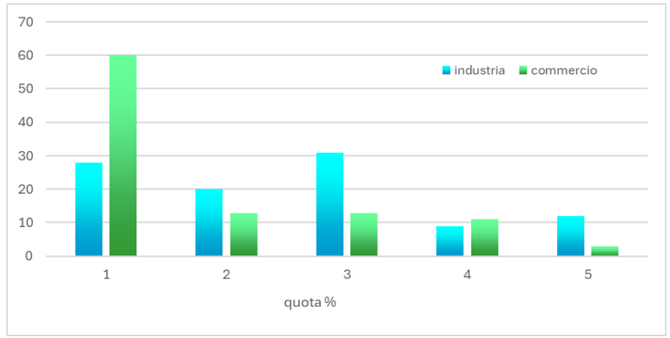
Per le **imprese del commercio** risulta meno influente l'incremento dei costi delle materie prime (67%), probabilmente perché si riescono a scaricare parte degli incrementi sui consumatori finali, mentre, come per le imprese dell'industria, appare rilevante aumento dei costi energetici. Incidono meno rispetto all'industria le instabilità dei mercati di sbocco e le difficoltà di approvvigionamento. Appare poco importante la difficoltà di accesso al credito per entrambi i tipi di impresa.

Fortunatamente le sfide affrontate dalle imprese in questo periodo non incidono in maniera sostanziale sui diversi aspetti della gestione di impresa, che, per la maggior parte, rimangono invariati. L'effetto più evidente si riscontra negli investimenti, ambito in cui il 33% delle imprese del commercio rileva una diminuzione, tale quota diviene pari al 28% per le imprese manifatturiere. Per la maggior parte delle imprese le assunzioni rimarranno stabili, così come la ricerca e sviluppo, e l'internazionalizzazione, quest'ultima tuttavia diminuirà in maniera più marcata nelle imprese manifatturiere. Anche l'innovazione resterà pressoché invariata, ma nel commercio vi sono lievi segnali di crescita.

I dazi e le barriere commerciali degli USA interessano soprattutto le imprese manifatturiere, che vengono danneggiate nelle esportazioni, ma non in maniera estrema. Infatti, incidono tantissimo solamente per il 12% delle imprese, si dichiara a livello intermedio circa un terzo delle imprese, mentre per il 28% di esse non incidono per nulla. A livello **regionale** i settori più penalizzati dai dazi risultano il tessile abbigliamento e le "industrie meccaniche e dei mezzi di trasporto", mentre quelle in cui l'incidenza è minore sono le industrie alimentari e le "industrie del legno e mobili".

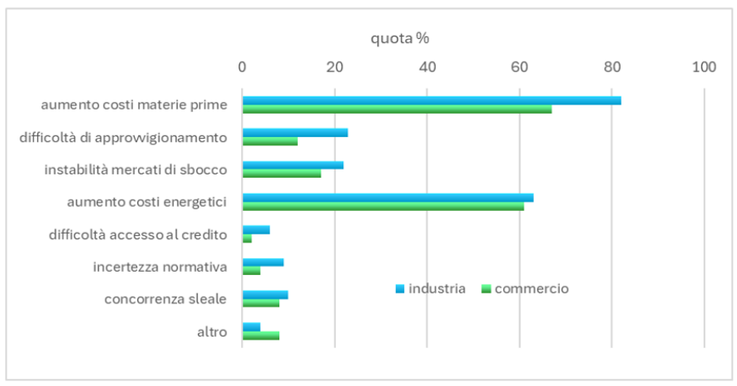
Nel commercio, avendo come sbocco i consumatori italiani, il 60% delle imprese modenesi dichiara di che i dazi USA non avranno alcun effetto sulla loro attività, ma a livello regionale i negozi di "vendita di abbigliamento e di elettrodomestici" affermano che potranno avere alcune difficoltà a causa di questi tributi.
Sia per il commercio che per l'industria risultano fondamentali la riduzione dei costi energetici e gli incentivi fiscali; tuttavia, appaiono leggermente differenti le preferenze delle imprese industriali e commerciali: per la manifattura i sostegni ritenuti più efficaci sono gli incentivi fiscali (63%), seguiti dagli interventi per la riduzione dei costi energetici (61%) e dal sostegno finanziario diretto (43%). Le altre forme di aiuto sono molto meno selezionate.
Per il commercio invece la forma di sostegno ritenuta più necessaria sono gli interventi per la riduzione dei costi energetici (51%), seguita dagli incentivi fiscali (44%) e dal sostegno finanziario diretto (27%).

Incidenza dei dazi USA sull'attività delle imprese modenesi: 1= per nulla 5= tantissimo - 1 trimestre 2026



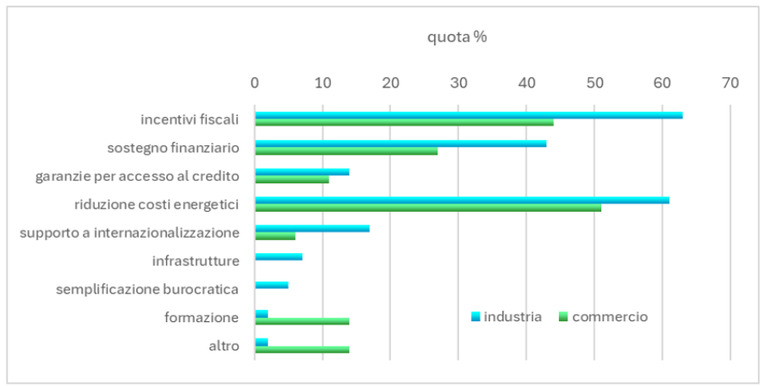
Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica su dati indagine congiunturale Unioncamere Emilia-Romagna

Principali sfide affrontate dalle imprese modenesi a causa dell'incertezza internazionale - 1 trimestre 2026



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica su dati indagine congiunturale Unioncamere Emilia-Romagna

Principali misure di supporto ritenute necessarie dalle imprese modenesi - 1 trimestre 2026



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica su dati indagine congiunturale Unioncamere Emilia-Romagna

Esportazioni in difficoltà per la provincia di Modena nel primo trimestre 2026

Perdono terreno quasi tutti i settori produttivi, tranne l'industria alimentare. Sensibile la perdita di export verso gli Stati Uniti

Le incertezze a livello internazionale hanno influito sull'interscambio commerciale con l'estero della provincia: nel primo trimestre del 2026 le esportazioni modenesi perdono 186 milioni di euro, pari a una diminuzione del 4,0% rispetto a dicembre 2025 e raggiungono il valore di 4.495 milioni di export. Questi i primi risultati dell'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati forniti da Istat.

Anche il confronto annuale risulta negativo (-2,7%), corrispondente a una perdita di 124 milioni rispetto allo stesso trimestre del 2025. L'andamento modenese risulta peggiore sia del dato regionale, che risulta lievemente positivo (+0,2%), sia di quello nazionale (+1,3%), trainato soprattutto dalle regioni del Centro Italia.

Esportazioni in provincia di Modena, Emilia-Romagna e Italia

	migliaia di euro		
	I trim. 2025	I trim. 2026	var.%
Modena	4.619.620	4.495.125	-2,7
Emilia-Romagna	21.081.293	21.127.620	0,2
Italia	160.088.526	162.203.856	1,3

Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat - dati provvisori

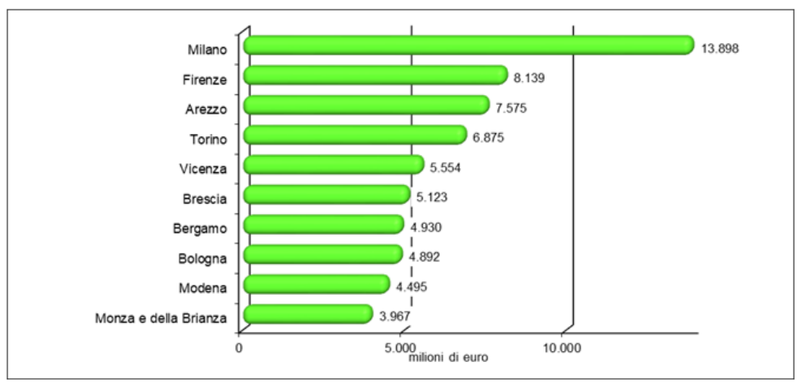
Modena rimane in nona posizione nella top ten delle province italiane per ammontare di export, Milano risulta sempre al primo posto, seguita da Firenze ed Arezzo, che balza in terza posizione grazie ad una crescita del 92,2% dovuta all'incremento del prezzo dell'oro (prodotto principale esportato dalla provincia). Anche Bologna, con un calo del 5,5%, perde una posizione.

La diminuzione dell'export ha impattato su quasi tutti i prodotti di punta dell'export modenese, in particolare il tessile abbigliamento (-12,0%), il biomedicale (-8,4%) e i mezzi di trasporto (-7,4%). Appare negativa anche la ceramica (-4,2%) che, essendo un settore piuttosto energivoro, deve affrontare anche il notevole incremento dei costi dei combustibili fossili. Le "macchine e apparecchi meccanici" registrano una diminuzione più contenuta (-2,1%). Resta positivo solamente il settore alimentare, che guadagna il 3,7% di export.
Trattandosi di un calo generalizzato di tutti i settori, non varia sensibilmente la loro quota sull'export totale modenese.

Non sono molte le aree geografiche verso cui Modena mantiene un andamento positivo delle vendite all'estero: i paesi europei non appartenenti alla UE (+6,1%), i 13 paesi entrati recentemente nella UE (+3,8%), l'Oceania (+4,5%) e l'Africa del Nord (+0,8%), queste ultime due zone, tuttavia, incidono pochissimo sull'export complessivo.
Sono stabili le esportazioni verso i 14 paesi storici della UE, mentre si registrano sensibili cali verso il Medio Oriente (-19,1%), l'America Centro Sud (-10,0%) e l'Africa Centro sud (-9,1%). Appaiono più contenute le perdite verso l'Asia (-5,1%) e il Canada e Groenlandia (-3,4%).

Nella classifica dei primi dieci paesi per vendite all'estero di prodotti modenesi, spicca la diminuzione degli Stati Uniti (-11,0%), che rimangono comunque al primo posto, si riducono le vendite anche verso Spagna e Belgio, mentre rimane positivo, ma rallenta, l'export verso i partner europei storici come Germania e Francia. Continua la performance positiva verso il Giappone (+13,1%) e si registra una crescita sensibile verso la Svizzera (+20,0%). Appare buono anche il trend verso la Polonia e i Paesi Bassi. La Cina, uscita già da qualche trimestre dalla top ten, mostra nuovamente un sensibile calo (-30,6%).

Classifica delle prime dieci province italiane per valore di export - 1 trimestre 2026



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat – dati provvisori

Esportazioni della provincia di Modena per settori di attività economica

	I trim. 2026		
	Milioni di euro	Composizione %	Variazione % I trim. 25/26
macchine e apparecchi meccanici	1.060	23,6	-2,1
mezzi di trasporto	1.604	35,7	-7,4
agroalimentare	549	12,2	3,7
tessile abbigliamento	106	2,4	-13,0
biomedicale	121	2,7	-8,4
ceramico	619	13,8	-4,2
altri settori	437	9,7	16,2
totale Modena	**4.495**	**100,0**	**-2,7**

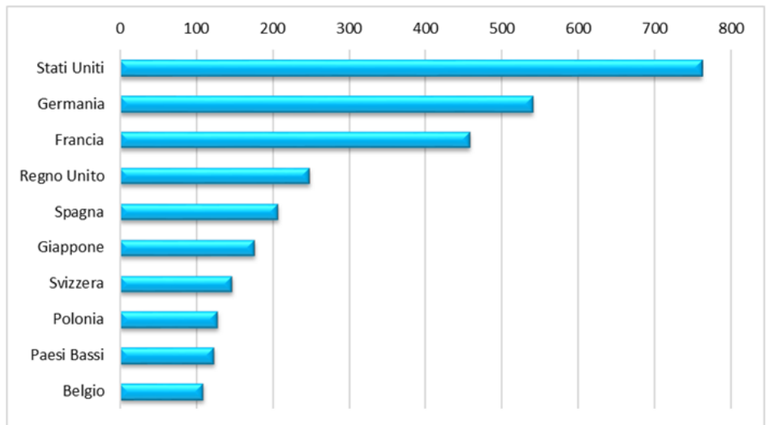
Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat - dati provvisori

Esportazioni della provincia di Modena per aree di destinazione

	I trim. 2026		
	Milioni di euro	composizione %	Var. % I trim. 25/26
Africa Centro Sud	30	0,7	-9,1
Africa Nord	65	1,5	0,8
Paesi Europei non UE	548	12,2	6,1
America Centro Sud	130	2,9	-10,0
Asia	493	11,0	-5,1
Canada e Groenlandia	48	1,1	-3,4
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	406	9,0	3,8
Medio Oriente	151	3,4	-19,1
Oceania	69	1,5	4,5
Stati Uniti	762	17,0	-11,0
Unione Europea a 14 paesi	1.793	39,9	0,0
Totale	**4.495**	**100,0**	**-2,7**

Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat - dati provvisori

Primi dieci paesi per valore delle esportazioni dalla provincia di Modena - I trimestre 2026



Fonte: Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena, elaborazione dati Istat - dati provvisori

Le imprese femminili perdono terreno nel primo trimestre del 2026

Sono in crescita i servizi alle imprese e alle persone, mentre risulta molto marcata la perdita di imprese attive nel commercio

Sono in calo, nel primo trimestre del 2026, le imprese capitanate da donne: ammontano a 13.435 imprese attive, pari ad una diminuzione dello 0,9% rispetto a dicembre 2025, che corrisponde ad una perdita di 121 imprese. Questi i primi risultati dell'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati relativi alla demografia delle imprese rilasciati da Infocamere.

Anche il confronto annuale, cioè rispetto a marzo 2025, presenta una diminuzione decisa (-1,6%), che corrisponde a 216 imprese attive in meno. D'altro canto, sono in diminuzione anche le imprese attive totali, per questo motivo resta invariato il rapporto tra imprese femminili e imprese totali, pari al 21,6%, leggermente superiore alla media regionale (21,3%). La provincia della regione con maggiore concentrazione di imprese femminili risulta Ferrara (23,6%), mentre quella con l'incidenza minore è Reggio Emilia (19,0%).

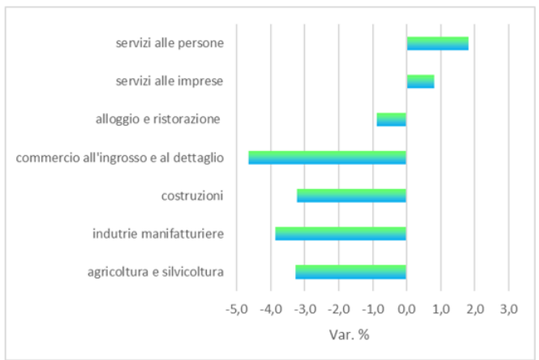
I servizi alle imprese rappresentano più di un quarto delle imprese femminili totali e risultano in aumento dello 0,8%, anche i servizi alle persone crescono (+1,8%), mentre tutti gli altri settori perdono imprese attive.

Ad esempio, la flessione maggiore si registra nel commercio (-4,7%), che tuttavia, con una quota pari al 21,3% del totale, rimane uno dei settori favoriti dall'imprenditoria femminile. Ben rappresentate dall'universo femminile anche le imprese agricole (12,3%) che però perdono il 3,3% di imprese, così come la manifattura che scende del 3,9%. Si registra una diminuzione più contenuta per l'alloggio e ristorazione (-0,9%), mentre il settore meno allettante per le donne imprenditrici rimane l'edilizia, che con 541 imprese rappresenta solamente il 4,0% del totale e mostra un calo del 3,2%.

Le imprese manifatturiere femminili si concentrano soprattutto in tre settori principali: alimentare, tessile abbigliamento e fabbricazione di prodotti in metallo. Tra di essi solamente le imprese alimentari sono in notevole sviluppo (+8,5%), raggiungendo una quota pari al 13,5% del totale imprese manifatturiere. Mostrano una modesta diminuzione la fabbricazione di prodotti in metallo (-1,3%), mentre il tessile abbigliamento, che rappresenta quasi la metà delle imprese manifatturiere capitanate da donne, è in sensibile calo già da parecchi trimestri, scendendo dell'8,2% tendenziale nel trimestre in esame.

Anche le imprese femminili seguono il trend delle imprese totali, in cui l'unica forma giuridica in espansione è la società di capitali a discapito delle altre forme, tuttavia nelle imprese femminili vi è una concentrazione più marcata per le ditte individuali, dove opera il 61,8% delle imprese, in diminuzione del 2,4% rispetto a marzo 2025. Non va meglio per le società di persone che scendono del 4,1%, mentre le "altre forme giuridiche" mostrano la flessione più sensibile (-6,5%). Le uniche in crescita risultano le società di capitali, che guadagnano l'1,9% pari a 64 imprese in più.

Variazioni annuali delle imprese attive femminili per settore di attività al 31 marzo 2026



Fonte: Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena, elaborazione dati Stockview-Infocamere

Excelsior: in aumento le assunzioni previste a giugno

Tra i comparti più dinamici l'alloggio e ristorazione, il commercio e i servizi alla persona e alle imprese.

Nel mese di giugno 2026 sono previste in provincia di Modena 6.640 assunzioni; per una quota pari al 59% delle entrate viene richiesta esperienza specifica; le ricerche di giovani under 30 rappresentano il 38% totale, mentre le assunzioni di immigrati sono pari al 30%. Resta ferma al 18% la quota di imprese che intendono assumere ma resta preoccupante la difficoltà di reperimento, presente nella metà delle ricerche di personale.

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

A giugno continua la tendenza al rialzo del mese di maggio: le previsioni di assunzione formulate dalle imprese della provincia di Modena mostrano un incremento rispetto al mese precedente del +6,4%. In Emilia-Romagna si registra un aumento ancora più sostenuto (+13,3%) così come in Italia (+14,5%).

L'analisi trimestrale relativa al periodo giugno-agosto evidenzia, tuttavia, una flessione: in provincia di Modena sono previste 17.900 assunzioni con una variazione del -1,9% rispetto alle previsioni del trimestre marzo-maggio.

Circa i settori economici, nel mese di giugno la manifattura modenese assorbe il maggior numero di assunzioni (1.850 lavoratori) con una quota del 27,8% sul totale, a cui seguono i servizi alle imprese che raggiungono il 18,4% con 1.220 entrate previste. Entrambi i settori presentano una crescita dei fabbisogni occupazionali rispetto al mese precedente, così come si incrementano le richieste di personale nei servizi di alloggio e ristorazione, nel commercio e nei servizi alla persona.

Circa la dimensione aziendale, le assunzioni si concentreranno per il 61% nelle imprese con meno di 50 dipendenti.

Nel mese di giugno le professioni che registrano i maggiori incrementi di entrate in valore assoluto rispetto a maggio sono gli addetti alle attività commerciali e di servizio (+330) e i conduttori di impianti e macchinari (+100).

Il titolo di studio più ricercato nelle nuove assunzioni resta la qualifica professionale con una quota del 37,7% del totale, ma il raggruppamento più dinamico è quello dei diplomi di livello secondario che crescono del +18,7% arrivando a una quota del 24,8% sul totale ingressi. Di poco inferiore (23,8%) è la quota di ricerche di personale senza alcun titolo formativo, che continuano a crescere (+7,5%).

Inoltre, rimangono stazionarie le quote degli assunti per categoria di contratto; solo il 18% è a tempo indeterminato, mentre la parte restante ha contratti precari, di cui la maggior parte a tempo determinato (49%). Unica eccezione è il contratto di apprendistato, che viene trasformato in tempo indeterminato nella gran parte dei casi; tuttavia, rimane abbastanza residuale in quando ricopre solamente il 5% del totale.

Resta elevata la difficoltà di reperimento di specifiche figure professionali ricercate dalle imprese, presente nella metà delle ricerche di personale. A giugno i lavoratori più introvabili sono gli operai specializzati addetti alle rifiniture nelle costruzioni, i fabbri ferrai costruttori di utensili, i tecnici in campo ingegneristico e i tecnici della gestione dei processi produttivi.

CAMERA DI COMMERCIO MODENA

COESIONE ITALIA 21-27 GIOVANI, DONNE E LAVORO | Cofinanziato dall'Unione europea | MINISTERO del LAVORO e delle POLITICHE SOCIALI

Excelsior giugno 2026 provincia di Modena



assunzioni: 6.640



giovani under 30: 37,7%

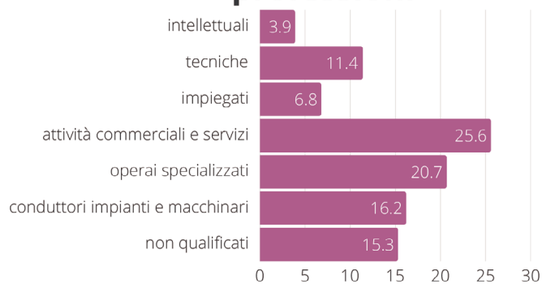


high skills: 1.030

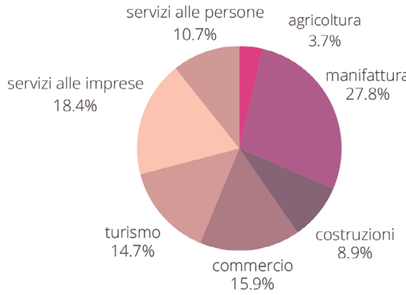


difficoltà di reperimento: 49,9%

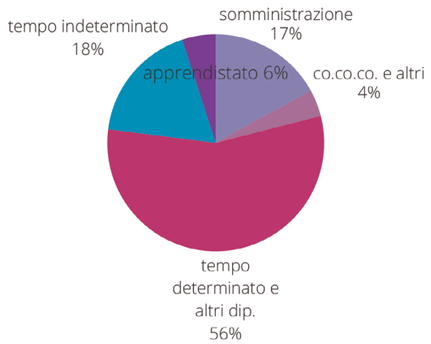
professioni



settori



contratti



titoli di studio

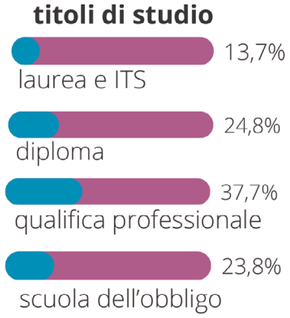
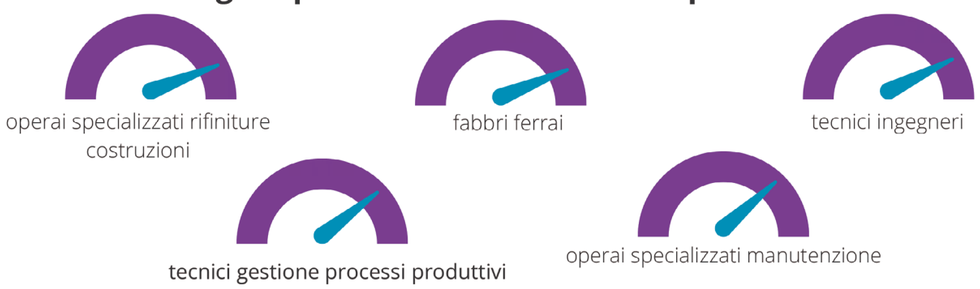


Figure professionali di difficile reperimento



Carrara S.r.l., cinquant'anni di precisione e innovazione nel cuore della Motor Valley

La storia di un'impresa cresciuta insieme al distretto manifatturiero modenese, mantenendo uno sguardo costante al futuro.

di Francesca Ricci

Ci sono riconoscimenti che vanno oltre il valore formale di una premiazione e diventano l'occasione per rileggere una storia imprenditoriale. È il caso dell'attestato dei 50 anni d'impresa ricevuto in Camera di commercio a Modena da Carrara S.r.l. in un anno particolarmente significativo per l'azienda: da una parte il traguardo dei cinquant'anni di attività, dall'altra i novant'anni del fondatore Lanfranco Carrara. Due ricorrenze che invitano a guardare non soltanto ai risultati raggiunti, ma soprattutto al percorso che ha consentito a una piccola realtà nata nel cuore del distretto meccanico emiliano di consolidarsi nel tempo in un settore tra i più competitivi dell'industria manifatturiera.

La storia dell'azienda affonda le proprie radici in una scelta imprenditoriale che all'epoca richiese coraggio e capacità di visione. Come ricordano dall'azienda, «la storia di Carrara S.r.l. nasce nel 1976 da una scelta coraggiosa. Dopo oltre vent'anni trascorsi in Svizzera, dove aveva maturato una significativa esperienza nel settore del décolletage e della meccanica di precisione, Lanfranco Carrara decise di lasciare una posizione consolidata per tornare in Italia e costruire qualcosa di suo nel Paese d'origine».

La decisione di avviare l'attività a Modena non fu casuale. Già allora il fondatore aveva individuato nel territorio compreso tra Modena, Reggio Emilia e Bologna un potenziale industriale straordinario. «Scelse Modena perché aveva intuito il potenziale straordinario del distretto manifatturiero che stava crescendo tra Modena, Reggio Emilia e Bologna, un territorio che ancora oggi rappresenta uno dei poli industriali più dinamici d'Europa».

A distanza di mezzo secolo quella intuizione appare evidente. Il tessuto produttivo modenese continua a distinguersi per la presenza di filiere altamente specializzate, competenze tecniche diffuse e una cultura industriale che ha consentito al territorio di mantenere una forte vocazione manifatturiera anche nelle fasi più complesse dell'economia internazionale. In questo contesto, Carrara S.r.l. ha costruito il proprio percorso di crescita sviluppando una specializzazione che ha saputo evolversi insieme alle esigenze del mercato.

Tra le tappe che l'azienda considera determinanti vi è l'investimento nei torni a controllo numerico, una scelta che, per il periodo in cui venne effettuata, rappresentava una significativa innovazione tecnologica e che contribuì ad aumentare precisione, produttività e competitività. È un passaggio che racconta bene una caratteristica rimasta costante nel tempo: la volontà di investire in tecnologie capaci di migliorare qualità ed efficienza senza attendere che diventino uno standard consolidato.

Un altro momento importante arriva nel 1993 con l'ingresso in azienda di Serge Alessio Carrara. Inizia una fase di sviluppo che porta alla creazione del reparto di rettifica interno, del reparto montaggio e a nuovi investimenti nell'automazione dei processi produttivi. L'azienda rafforza così la propria struttura organizzativa e



Il fondatore, Lanfranco Carrara con alle spalle il murales che celebra i 50 anni dell'azienda

amplia le competenze presenti al proprio interno, consolidando un modello di crescita fondato sull'equilibrio tra esperienza e innovazione.

La capacità di innovare è rimasta uno degli elementi centrali della strategia aziendale anche negli anni più recenti, del resto, in un settore come la meccanica di precisione, la competitività si misura sempre più sulla capacità di integrare tecnologie, organizzazione e rapidità di risposta alle richieste dei clienti. Negli ultimi anni Carrara ha investito nel rinnovo del parco macchine, nell'automazione e nella digitalizzazione dell'intera organizzazione aziendale.

«L'integrazione tra macchine utensili, sistemi gestionali e monitoraggio della produzione ci permette oggi di avere maggiore efficienza, controllo e tracciabilità, offrendo ai nostri clienti elevati standard qualitativi e tempi di risposta sempre più rapidi». Una direzione che accomuna molte delle realtà manifatturiere più dinamiche del territorio modenese e che conferma come la trasformazione digitale non riguardi più soltanto la tecnologia, ma l'intera organizzazione aziendale.

Accanto all'innovazione tecnologica emerge però un altro aspetto che negli ultimi anni è diventato sempre più rilevante per il mondo industriale: l'attenzione alle persone. Se per lungo tempo la competitività delle imprese è stata valutata quasi esclusivamente sulla base delle performance produttive, oggi temi come il benessere organizzativo, la qualità dell'ambiente di lavoro e la capacità di attrarre nuove competenze stanno assumendo un ruolo strategico.



Lanfranco Carrara riceve il riconoscimento dal Presidente della Camera di Commercio di Modena Giuseppe Molinari

Carrara ha scelto di muoversi in questa direzione attraverso interventi concreti, come la climatizzazione completa dell'area produttiva realizzata già alcuni anni fa, e mediante una serie di iniziative orientate al welfare aziendale. Una scelta che si inserisce in un contesto più ampio e che riguarda una delle principali criticità segnalate dalle imprese del territorio: la difficoltà nel reperire personale tecnico qualificato.

Il tema delle competenze è oggi al centro del dibattito economico locale. Molte aziende manifatturiere modenesi faticano a trovare figure specializzate e a garantire il necessario ricambio generazionale. Per affrontare questa sfida Carrara punta sulla formazione continua e sulla trasmissione delle conoscenze tra le persone che hanno maturato esperienza in azienda e i collaboratori più giovani. Allo stesso tempo mantiene rapporti con scuole e istituti tecnici del territorio, nella convinzione che sia necessario avvicinare le nuove generazioni alle professioni tecniche e manifatturiere.

L'attenzione non riguarda soltanto la formazione, ma anche la capacità di offrire un contesto lavorativo in linea con le aspettative di chi entra oggi nel mondo del lavoro e, negli anni, l'azienda ha sviluppato strumenti di welfare aziendale e accordi di flessibilità finalizzati a favorire una migliore conciliazione tra attività professionale e vita familiare.

«Le nuove generazioni cercano certamente opportunità professionali, ma cercano anche qualità della vita, attenzione alle persone e possibilità di crescita. Su questi aspetti vogliamo continuare a investire». Una riflessione che fotografa bene l'evoluzione in corso nel mercato del lavoro e che riguarda ormai gran parte delle imprese manifatturiere chiamate a confrontarsi con esigenze e aspettative molto diverse rispetto al passato.

La centralità delle persone si intreccia con le altre grandi sfide che attendono il comparto industriale: digitalizzazione, sostenibilità, trasformazione delle catene di fornitura e crescente instabilità degli scenari internazionali. In questo contesto la capacità di mantenere competitività richiede investimenti continui e una visione di lungo periodo.

Per Carrara la sostenibilità non coincide esclusivamente con la riduzione dell'impatto ambientale, ma comprende anche l'efficienza dei processi, la riduzione degli sprechi e il miglioramento delle condizioni di lavoro. Una visione che porta l'azienda a valutare ogni investimento considerando contemporaneamente produttività, sostenibilità e benessere organizzativo.

Rimane centrale anche il rapporto con il territorio. Il distretto industriale tra Modena, Reggio Emilia e Bologna continua, infatti, a rappresentare uno dei principali punti di forza dell'economia regionale grazie alla presenza di imprese altamente specializzate, fornitori qualificati, università, scuole tecniche e competenze professionali diffuse. Un patrimonio che costituisce ancora oggi un vantaggio competitivo difficilmente replicabile e che contribuisce a mantenere elevata la capacità innovativa delle imprese.

Per Carrara il legame con il territorio non rappresenta soltanto un elemento identitario, ma è una componente concreta della strategia aziendale e crescere all'interno di uno dei principali distretti meccanici e oleodinamici europei ha significato confrontarsi quotidianamente con clienti esigenti e con un ecosistema produttivo orientato all'eccellenza, contribuendo a mantenere elevati standard qualitativi e organizzativi.

Guardando ai prossimi anni, la direzione appare già tracciata. L'azienda intende continuare a investire nell'automazione, nella digitalizzazione e nelle tecnologie più avanzate, affiancando a questi interventi un costante miglioramento dell'ambiente di lavoro e delle politiche di welfare. L'obiettivo è costruire una realtà sempre più moderna, sostenibile e attrattiva, capace di affrontare le sfide future senza perdere il legame con i valori che ne hanno accompagnato la nascita.

In questo senso l'attestato dei 50 anni d'impresa consegnato dal Presidente della Camera di commercio di Modena, Giuseppe Molinari, assume un significato che va oltre il riconoscimento istituzionale. Rappresenta il punto di incontro tra la storia di un'impresa e quella del territorio in cui è cresciuta, arrivato mentre l'azienda celebra il proprio cinquantesimo anniversario e mentre il suo fondatore raggiunge il traguardo dei novant'anni. Carrara interpreta questo riconoscimento come risultato di un percorso condiviso da collaboratori, clienti, fornitori e famiglie che hanno contribuito alla crescita dell'azienda nel corso dei decenni. Ma soprattutto come omaggio ai principi che ne hanno accompagnato la nascita.

«I valori che Lanfranco ha trasmesso fin dall'inizio - passione per il lavoro, determinazione, rispetto delle persone e volontà di migliorarsi continuamente - rappresentano ancora oggi le fondamenta su cui continuiamo a costruire il nostro futuro».

In un contesto di trasformazioni profonde e rapide che colpiscono il manifatturiero, la storia di Carrara S.r.l. mostra come innovazione e continuità non siano necessariamente concetti contrapposti, ma, al contrario, la capacità di investire nelle tecnologie, nelle competenze e nelle persone mantenendo una visione di lungo periodo continua a rappresentare uno dei fattori che consentono alle imprese del territorio modenese di rimanere competitive sui mercati. Ed è probabilmente questa la lezione più attuale che emerge da una storia imprenditoriale iniziata mezzo secolo fa e ancora proiettata verso il futuro.



Marchio “Tradizione e sapori di Modena” in sella: PanSec e la promozione del territorio

di Francesca Ricci



Tigelle, salame di San Felice, bensoni, croccante, confettura di mirtillo dell’Appennino. Non un buffet, ma i punti di ristoro lungo i 200 chilometri di PanSec, il ciclotour non competitivo che tra il 31 maggio e il 2 giugno ha portato cinquanta partecipanti a pedalare tra i monti Cimone e Cusna, su tre percorsi pensati per gravel, mountain bike ed e-bike, per un dislivello complessivo di 6.600 metri. È un dettaglio piccolo, ma è anche il punto da cui partire per capire perché un evento sportivo locale possa interessare chi si occupa di promozione del territorio, e non solo chi ama la bicicletta.

Lungo quei percorsi, insieme ai ristori, c’era il marchio collettivo “Tradizione e sapori di Modena” della Camera di commercio di Modena, un marchio che nasce nel 2003, quando viene depositato il primo disciplinare di produzione, quello della Patata di Montese, tubero tipico dell’Appennino modenese. L’obiettivo era, ed è ancora oggi, tutelare i prodotti agroalimentari della tradizione modenese che non godono di una protezione comunitaria come DOP o IGP, ma che hanno comunque un radicamento storico nel territorio. All’avvio aderivano 39 produttori; oggi sono diventati circa 300, e il paniere dei prodotti tutelati ne conta una trentina, dai frutti spontanei del bosco ai salumi, dai dolci alle confetture, fino ai liquori. Una crescita che racconta come l’adesione al marchio sia stata percepita dalle aziende come un’opportunità commerciale concreta, non come un adempimento burocratico.

Il funzionamento è semplice da descrivere ma rigoroso nella pratica: chi vuole entrare nel marchio deve rispettare un disciplinare di produzione specifico per ciascun prodotto e sottoporsi a controlli periodici da parte di organismi di certificazione indipendenti, incaricati dalla Camera di Commercio. È questo apparato di regole e verifiche che permette al marchio di funzionare da garanzia per il consumatore: vedere il logo su un’etichetta o su un banchetto, come quelli allestiti lungo i percorsi di PanSec, significa avere la certezza che quel salame o quella confettura rispondono a uno standard verificato, e non sono semplicemente venduti come “tipici” senza controllo.

La scelta di affiancare un marchio così strutturato a un evento ciclistico rientra in una tendenza che si osserva ormai in diversi territori. In Alto Adige, lungo la Strada del Vino, da anni vengono proposti tour in bicicletta condotti da guide chiamate “Bike Wine Ambassador”, che accompagnano i partecipanti tra i vigneti fino a una cantina per la degustazione finale: il vino non viene più solo venduto in negozio, ma raccontato mentre si pedala tra i filari che lo hanno prodotto. Lo stesso schema si ritrova nel trail running, dove eventi come il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Running Festival attraversano le colline patrimonio UNESCO della zona, puntando sulle degustazioni come parte integrante del percorso. In tutti questi casi il meccanismo è lo stesso: il prodotto non viene presentato come merce isolata, ma come parte di un’esperienza che il visitatore costruisce con il proprio corpo, attraverso la fatica e la scoperta del paesaggio. È un meccanismo più lento di una campagna pubblicitaria, ma capace di lasciare un’associazione di significato che difficilmente uno spot riesce a costruire.



PanSec si inserisce in questa stessa logica, applicata a un pubblico specifico: gli appassionati di cicloturismo, una community che cresce edizione dopo edizione e che permette un’esperienza di degustazione diretta, quasi personale, lungo i percorsi tra i monti Cimone e Cusna. Per il marchio “Tradizione e sapori di Modena” non è la prima esperienza di questo tipo: ogni anno, da anni, siamo presenti a eventi importanti del modenese come il festivalfilosofia, nei menù di ristoranti modenesi attraverso iniziative come CuciniaMo, e persino all’estero, in occasione di visite di tour operator e giornalisti del Nord Europa interessati a costruire prodotti di turismo enogastronomico sul territorio.
Solo nelle ultime settimane, del resto, il marchio è stato presente ad eventi del territorio come il Motor Valley Feste il Moodna Park Festival: due contesti molto diversi da PanSec, ma che confermano la stessa strategia di fondo, quella di portare i prodotti del paniere dentro manifestazioni capaci di raggiungere pubblici eterogenei, non necessariamente legati all’enogastronomia in partenza.

C’è poi un secondo elemento che rende PanSec un caso utile da osservare, distinto dal marchio ma complementare: la componente sociale. Le quote di iscrizione, 2.500 euro in totale, sono state devolute all’associazione “Un Ponte verso Betlemme”, che sostiene il Caritas Baby Hospital e l’orfanotrofio Hogar Niño de Dios di Betlemme. Anche su questo fronte il marchio non è all’esordio: ha già collaborato, ad esempio, con la delegazione provinciale di Fondazione ANT Italia per iniziative di beneficenza natalizia e con altre associazioni del territorio, a dimostrazione che associare la promozione di un prodotto tipico a una causa sociale non è un’eccezione, ma una linea di continuità che amplia il pubblico raggiunto dal messaggio, includendo anche chi segue la vicenda per il suo lato benefico più che per quello gastronomico.

Un marchio che ha superato i trecento produttori aderenti in oltre vent’anni di attività cresce anche grazie a presidi come questo: meno appariscenti dei grandi appuntamenti, ma capaci di costruire un legame diretto con chi li vive. Per chi è interessato ad aderire al marchio e scoprire tutte le iniziative a cui prendiamo parte, si invita a consultare la pagina: www.tradizionesaporimodena.it



L’industria ceramica italiana. Nel 2025 fatturati 7,5 miliardi di euro con 242 imprese e oltre 25.500 addetti diretti.

Per le piastrelle e lastre di ceramica vendite a 386,9 milioni di metri quadrati (+2,3%); fatturato a 6,0 miliardi di euro (-0,4%) e quota export all’82%.
La marginalità del settore risente degli aumenti nel costo dell’energia e degli ETS condizionando gli investimenti, in calo del 16% a 321 milioni di euro.



Confindustria Ceramica,in occasione della Conferenza Stampa tenutasi il 10 giugno, ha presentato le indagini statistiche per l’anno 2025 relative alle imprese attive nella produzione di piastrelle e lastre, ceramica sanitaria, porcellana e stoviglieria, materiali refrattari, ceramica tecnica e laterizi. Complessivamente sono 242 le aziende in Italia, che occupano 25.550 addetti diretti e fatturano quasi 7,5 miliardi di euro. L’internazionalizzazione produttiva in Europa e Nord America, da parte di aziende controllate da ceramiche italiane, supera i 900 milioni di euro di fatturato.

Le piastrelle di ceramica prodotte in Italia.
Sono 117 le aziende presenti in Italia che nel corso del 2025 hanno prodotto 390,9 milioni di metri quadrati (+5,7%) ed occupano 17.676 addetti diretti. Le vendite complessive sono state di 386,9 milioni di metri quadrati (+2,3%), con l’Italia a 85,2 milioni di metri quadrati (+0,6%) mentre l’export si attesta a 301,7 milioni di metri quadrati (+2,8%). Il fatturato totale delle aziende italiane di piastrelle supera i 6,0 miliardi di euro (-0,4%), derivanti per 5 miliardi dalle esportazioni (-0,1%; quota del 82% sul fatturato) e per 1,0 miliardo di euro da vendite in Italia. Gli investimenti raggiungono 321 milioni di euro, in calo del 16%, pari al 5,3% del fatturato.

La ceramica sanitaria.
Sono 31 le aziende industriali produttrici di ceramica sanitaria in Italia, di cui 28 localizzate nel distretto di Civita Castellana (Viterbo). L’occupazione complessiva è di circa 2.700 dipendenti diretti e la produzione è pari a 3,1 milioni di pezzi. Il fatturato è di 415 milioni di euro, con vendite sui diversi mercati esteri per circa 165 milioni di euro (40% del totale).

L’industria dei materiali refrattari.
Le 29 aziende attive nella produzione di materiali refrattari occupano 1.540 addetti, con una produzione di 270.200 tonnellate. Il fatturato totale è in flessione rispetto allo scorso anno (326 milioni di euro; -6%) e deriva da vendite sul territorio nazionale per oltre 152 milioni di euro, con esportazioni pari a 173 milioni.

Il settore dei laterizi.
Il settore dei produttori italiani di laterizi si compone di 57 imprese, la cui occupazione ammonta a 3.000 addetti: nel 2025 il fatturato è stato di 650 milioni di euro, principalmente realizzato sul mercato italiano. La produzione totale ammonta a 4,0 milioni di tonnellate.

Le stoviglie in ceramica.
Le 8 aziende industriali occupano circa 680 dipendenti, con volumi di produzione e vendita in quantità pari a 9.600 tonnellate. L’attività sul mercato domestico rappresenta il 77% delle vendite totali. Il fatturato 2025 è pari a 60 milioni di euro (+4%), il 62% realizzato in Italia.

Dichiarazione del Presidente di Confindustria Ceramica Augusto Ciarrocchi.
“Se chiediamo a un cittadino di Sassuolo che cosa sono i benchmark ETS, probabilmente non saprà rispondere anche se da questo dipendono migliaia di posti di lavoro in questo territorio. Il benchmark è il valore di riferimento che determina i costi per il sistema delle imprese. Si basa su un meccanismo che, se non modificato, rischia di compromettere in modo irreversibile l’esistenza dell’industria ceramica italiana. La necessità della sua revisione e le posizioni da rappresentare alla Commissione europea sono state condivise anche con la Regione Emilia-Romagna, diversi Comuni del Distretto, le Organizzazioni Sindacali di categoria, Acimac. Questo è un segnale di sistema straordinario, che ci dà fiducia.

Adesso si apre una partita ancora più grande. A luglio la Commissione europea presenterà la revisione complessiva della direttiva ETS che ridiscute l’intero impianto del sistema. Insieme a Confindustria ed ad altre associazioni imprenditoriali soggette all’ETS abbiamo commissionato all’Università Bicocca di Milano uno studio che mostra, almeno per il settore manifatturiero, come l’ETS rischi di essere diventato non uno strumento di decarbonizzazione, ma una macchina di distruzione del valore industriale europeo. Produzione che si sposta altrove, emissioni che rimangono uguali nel mondo ma escono dalla nostra contabilità, e comunità industriali - come la nostra - che pagano il prezzo più alto.

Il commercio internazionale sia delle piastrelle che della ceramica sanitaria registra importazioni da paesi extra UE che ricevono aiuti di Stato e praticano dumping economico, ambientale e sociale: mi riferisco ad India e Cina, ma non solo. Nel mercato europeo, gli oltre 50 milioni di metri quadrati di piastrelle di ceramica prodotte dall’India superano il 50% del totale di tutte le importazioni europee, con una crescita nelle quote di mercato particolarmente rapida. Positivo che i dazi del 13% delle stoviglie siano stati alzati al 79%, riequilibrano una situazione di oggettiva distorsione: l’Associazione continuerà ad agire in questa direzione per tutti i suoi comparti.

Il nostro impegno per la sostenibilità riguarda anche la logistica. Nel 2025 dal porto di Ravenna sono transitate 3,9 milioni di tonnellate di materie prime destinate al nostro settore, di cui solo l’8% trasportato via ferrovia. Presenteremo un progetto alla Regione Emilia – Romagna, assieme ad operatori di questo sistema, con l’obiettivo di arrivare ad 1 milione di tonnellate movimentate su treno già dal prossimo anno. La nostra posizione sulla necessità di realizzare infrastrutture per il futuro della logistica del distretto - e non per i 50 anni che sono passati invano – è ben nota. Chiediamo vengano realizzate infrastrutture indispensabili quali la Bretella Campogalliano – Sassuolo e la Cispadana, il raddoppio della Pedemontana a Sassuolo, il terzo ponte sul Secchia ed il collegamento ferroviario tra gli scali di Dinazzano e Marzaglia.

Cersaie anche quest’anno si conferma l’appuntamento fondamentale per il mercato internazionale e punta a confermare i valori dello scorso anno. Una fiera in continua evoluzione che presenta già ora due novità. Ad inizio maggio abbiamo iniziato ‘Road to Cersaie’, una serie di incontri con professionisti del progetto realizzati assieme ad alcune testate di architettura ed interior design in diverse città del nord Italia. L’impegno per la sostenibilità caratterizza anche l’organizzazione di Cersaie: abbiamo ottenuto la certificazione ISO 20121 per eventi sostenibili da parte di Bureau Veritas. Non un traguardo ma un punto di partenza che dimostra quanto la responsabilità sia ormai un elemento centrale dell’esperienza fieristica ed un valore atteso da espositori, buyer e stakeholder internazionali. Alcuni dati importanti: il consumo totale di energia si è contratto del 3% rispetto al 2024; i rifiuti prodotti sono calati del 12% mentre le iniziative di trasporto collettivo - mediante bus e treni - hanno evitato l’emissione di circa 76,5 tonnellate di CO_2 in atmosfera. Cersaie, a Bologna dal 21 al 25 settembre, resta l’evento imperdibile per tutta la migliore clientela mondiale”.



Armando Cafiero
Direttore Generale di Confindustria Ceramica

Augusto Ciarrocchi
Presidente di Confindustria Ceramica

Raggiunto il traguardo dei 1000 Marchi Storici

In occasione della Giornata del Made In Italy presentato il Rapporto curato dall'Associazione Marchi Storici d'Italia in collaborazione con UIBM.

Nella giornata del 15 aprile 2026, in occasione della Giornata del Made in Italy 2026, è stato presentato il Rapporto "**L'Italia dei 1000 Marchi Storici di Interesse Nazionale**" che offre una panoramica su numeri, territori e prospettive di quello che rappresenta un patrimonio industriale e d'identità per il Paese. Il rapporto mette in luce la capillarità di queste eccellenze su tutto il territorio nazionale e la rilevanza delle diverse filiere produttive, a testimonianza della vitalità e della resilienza dei brand che hanno fatto la storia dell'imprenditoria italiana.

Il Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, ha dichiarato: *"Celebriamo oggi il lavoro di generazioni di imprenditori che hanno contribuito a costruire l'identità economica e manifatturiera del nostro Paese. Un traguardo significativo aver raggiunto i Mille Marchi Storici di Interesse Nazionale. Un risultato che, peraltro, giunge a ridosso della Giornata nazionale del Made in Italy 2026 e ne rafforza il valore. Parliamo, dunque, di un traguardo che va oltre il valore simbolico e conferma la vitalità del nostro patrimonio industriale e manifatturiero, capace di coniugare tradizione, qualità, innovazione e competitività, dimostrando come la storia produttiva italiana non sia un retaggio del passato, ma una leva strategica per affrontare le sfide di un contesto globale sempre più complesso"*.

Il cuore pulsante di questo sistema è rappresentato dalle "4 A" del Made in Italy (Agroalimentare, Automazione, Abbigliamento, Arredo).

La distribuzione regionale dei marchi storici iscritti al Registro conferma la forza dei poli manifatturieri del Nord: la Lombardia guida la classifica per fatturato (49,1%) e numero di marchi (28,3%), seguita da Veneto (14,2%) e Piemonte (12,9%). Emerge tuttavia un radicamento profondo in tutto il Paese, **con sistemi regionali come l'Emilia-Romagna, il Veneto e la Toscana che mostrano un'incidenza delle "4 A" vicina o superiore all'80%**.

Sotto il profilo settoriale, l'88% delle imprese opera nel manifatturiero, di cui il 44% nell'Agroalimentare e il 25% nell'Automazione-Meccanica.

Per saperne di più:
Rapporto Marchi Storici
Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale





Contributi regionali per l'agricoltura

Contributi regionali per la trasformazione di prodotti agricoli

La Regione Emilia-Romagna ha approvato il bando "Investimenti nelle aziende agricole per la diversificazione in attività non agricole", al fine di favorire la crescita economica e lo sviluppo sostenibile nelle zone rurali.

Attraverso la creazione di laboratori per la trasformazione dei prodotti agricoli e la loro lavorazione e commercializzazione in punti vendita aziendali, si contribuisce all'incremento del reddito delle famiglie agricole, nonché a migliorare l'attrattività delle aree rurali contrastando la tendenza allo spopolamento.

La dotazione finanziaria ammonta ad € 1.500.000,00.

Le domande fino al 14 luglio 2026.

Per maggiori dettagli si veda la pagina interna dedicata al presente incentivo.

Contributi regionali per l'Agricoltura sociale

La Regione Emilia-Romagna ha adottato un bando per favorire la creazione e lo sviluppo di attività di agricoltura sociale.

Tale azione incentiva la crescita economica e lo sviluppo sostenibile nelle zone rurali, contribuendo anche a migliorare l'equilibrio territoriale, sia in termini economici che sociali.

La dotazione finanziaria ammonta ad € 1.500.000,00.

Le domande fino al 14 luglio 2026.

Per maggiori dettagli si veda la pagina interna dedicata al presente incentivo.

Avvio del Carnet ATA digitale

Operativa l'adozione del Carnet ATA digitale per i Paesi dell'UE

Dal 1° giugno 2026, tutti i Paesi membri dell'Unione Europea hanno adottato il Carnet ATA digitale per le operazioni in entrata ed in uscita dal territorio comunitario. Dalla medesima data, l'e-ATA Carnet operativo anche in Svizzera, Gran Bretagna e Norvegia.

Fino al termine del 2027, coesisteranno sia il formato cartaceo che quello digitale e le Camere di Commercio italiane rilasceranno, oltre al carnet cartaceo, anche l'ID e il PIN con i quali l'utente potrà scaricare e rendere operativo il Carnet ATA digitale all'interno dell'app ATA Carnet, disponibile nell'App Store (iOS) e Google Play (Android).

La scelta del documento da utilizzare all'estero dipenderà dal formato adottato dal Paese di destinazione.

Con l'introduzione del documento digitale, i Carnet "base" saranno dismessi: verrà rilasciato soltanto il carnet "standard", utilizzabile per un numero illimitato di viaggi nell'anno di validità.

Rimane invece invariata la modalità di rilascio del carnet CPD China/Taiwan, che manterrà esclusivamente il formato cartaceo.

TRADIZIONE E SAPORI DI MODENA

CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA

IL MARCHIO COLLETTIVO CREATO DALLA CAMERA DI COMMERCIO PER I PRODOTTI DELLA TRADIZIONE AGROALIMENTARE MODENESE

CRESCENTINA (Tigella) DI MODENA, PATATA DI MONTESE, SASSOLINO DI MODENA, NOCINO DI MODENA, MIRTILLO NERO DELL'APPENNINO MODENESE, AMARETTI DI MODENA, TORTELLINI DI MODENA, TARTUFO VALLI DOLO E DRAGONE, MARRONE DI ZOCCA, MARRONE DEL FRIGNANO, CROCCANTE ARTIGIANALE DEL FRIGNANO, MIELE MILLEFIORI DELLA PIANURA MODENESE, MIELE DI CASTAGNO E MILLEFIORI DELL'APPENNINO MODENESE, SALAME DI SAN FELICE, SFOGLIATA DI FINALE EMILIA (Torta degli Ebrei), GNOCCO FRITTO DI MODENA, CACIOTTA DELL'APPENNINO MODENESE, CAPRINO DELL'APPENNINO MODENESE, BELSONE (Belsòn) DI NONANTOLA, MELA CAMPANINA DI MODENA, BORLENGO DI GUIGLIA, ANTICHI CEREALI DELL'APPENNINO MODENESE, MACCHERONE AL PETTINE DELLE VALLI MIRANDOLESI, AGRESTO DI MELE DI VIGNOLA, PATATA DEL DIPARTIMENTO DEL PANARO.

www.tradizionesaporimodena.it

