

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 4
luglio
agosto
2025



FESTIVALFILOSOFIA
2025: "PAIDEIA" E
TRASMISSIONE DEL
SAPERE

'MODENA TI REGALA
UNA NOTTE': PROSEGUE
L'INIZIATIVA FINO A DI-
CEMBRE

EXPORT: DAZI,
PROSPETTIVE, CORSI E
STRATEGIE

POSITIVO IL TREND
DELLE IMPRESE
GIOVANILI NEL 2°
TRIMESTRE DELL'ANNO



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Numero 4 luglio-agosto 2025

DOSSIER

- 1 Aggiornamento preventivo 2025 della Camera di commercio di Modena
- 2 "Coesione è competizione" di Fondazione Symbola, Intesa Sanpaolo e Unioncamere

INIZIATIVE

- 4 Sostegno alle nuove imprese modenesi: Bando 2025 per 100.000 euro a fondo perduto
- 5 "Modena ti regala una notte" prosegue a pieno ritmo: un'occasione per scoprire il territorio
- 6 *Paideia* e la crisi della trasmissione del sapere

INNOVAZIONE

- 8 E-commerce: in dieci anni più che triplicate le imprese

EXPORT

- 9 Dazi USA: l'export modenese alla prova dei fatti
- 10 Corso "Marketing Digitale per l'Export nel Turismo: posizionare, promuovere e vendere all'estero"
- 11 Strategie digitali per l'export: social media e SEO
- 12 L'internazionalizzazione passa dalle persone: il ruolo delle soft skills

INDICATORI

- 14 Scenari Prometeia: si prevede una piccola ripresa dell'economia modenese nel 2025
- 16 Congiuntura: in recupero il settore edile
- 18 Rimangono stabili le imprese attive modenesi nel secondo trimestre dell'anno
- 21 Lieve incremento delle imprese femminili nel secondo trimestre dell'anno
- 22 Positivo il trend delle imprese giovanili nel secondo trimestre dell'anno
- 23 Crescono le imprese gestite da stranieri nel secondo trimestre dell'anno
- 24 Dataview: gli indicatori sul turismo in provincia di Modena
- 25 Excelsior: oltre 4 mila assunzioni previste ad Agosto

MADE IN MODENA

- 27 Tec Star e le nanotecnologie: ricerca, applicazioni e nuove sfide
- 29 Pasticceria Turchi: dal croccante artistico al cioccolato d'autore

Modena Economica

Bimestrale della Camera di
Commercio di Modena

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

Editore

Camera di Commercio Industria
Artigianato Agricoltura

Via Ganaceto 134

41121 Modena

Tel. 059/208800

segreteria@mo.camcom.it

Direttore Responsabile
Stefano Bellei

Caporedattore
Massimiliano Mazzini

In Redazione
Maura Monari
Marzia Pinelli
Francesca Ricci
Elisabetta Silvestri

Questa testata è associata a

USPI
Unione Stampa Periodica Italiana

Aggiornamento preventivo 2025

DELLA CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA

Più risorse per le imprese, crescono anche gli investimenti strategici

FRANCESCA RICCI

L'aggiornamento di metà anno del bilancio della Camera di commercio di Modena consegna l'immagine di un ente vitale, capace di intercettare nuove entrate e di reindirizzarle subito a favore del tessuto imprenditoriale locale. Non è un semplice aggiustamento contabile: dietro i numeri c'è una strategia che punta a rafforzare la competitività delle imprese, a sostenere il territorio e a modernizzare la stessa struttura camerale.

Il dato più evidente è l'aumento delle risorse dedicate agli interventi economici e promozionali, che crescono di oltre 921 mila euro (+27%), portando il totale a 4,3 milioni di euro. Alla base di questa crescita ci sono due fattori: da un lato, le maggiori entrate derivanti dal diritto annuale, segno di un'economia locale che si è mossa meglio del previsto; dall'altro, i dividendi dell'investimento nell'Aeroporto Marconi di Bologna, che garantiscono quasi 700 mila euro di nuove risorse.

Questi fondi non restano in cassa, ma vengono subito trasformati in progetti. Sul fronte delle imprese, aumenta il sostegno all'internazionalizzazione con oltre un milione di euro per accompagnare le aziende sui mercati esteri. Restano solidi i finanziamenti per la transizione digitale ed ecologica, con 743 mila euro destinati a innovazione e sostenibilità, mentre continuano gli interventi a favore di nuove imprese, cooperative, giovani e donne che scelgono la strada dell'imprenditoria. Cresce anche il budget per l'orientamento al lavoro, segnale di un'attenzione particolare alle competenze delle nuove generazioni.

Sul fronte della competitività del territorio, le risorse aggiuntive post - aggiornamento superano i 1,6

milioni di euro. Una parte consistente andrà alla promozione turistica e culturale e alla valorizzazione delle eccellenze agroalimentari, che restano tra i biglietti da visita più forti della provincia. Viene potenziata anche l'area della legalità, con interventi di contrasto alla criminalità economica e informatica e azioni di sensibilizzazione rivolte alle imprese.

Infine, non manca un capitolo dedicato alla competitività stessa della Camera di Commercio, che destina oltre 330 mila euro al miglioramento dei servizi e alla semplificazione dei processi.

Non tutto però è in crescita: cala di circa 270 mila euro il gettito dei diritti di segreteria, per effetto della sospensione del registro dei titolari effettivi in attesa di decisioni a livello europeo. Ma la flessione non incide sulla solidità complessiva del bilancio.

L'immagine che emerge da questo aggiornamento è quindi quella di un ente che sceglie di investire in modo proattivo, cogliendo le opportunità e traducendole in iniziative concrete per accompagnare imprese e territorio lungo la strada della crescita. Una visione confermata dalle parole del Presidente Giuseppe Molinari: «L'aggiornamento di quest'anno è motivo di grande soddisfazione. Le maggiori risorse disponibili, frutto sia della buona salute delle nostre imprese che di scelte di investimento strategiche, ci permettono di potenziare in modo significativo tutti i nostri interventi a favore delle aziende e del territorio modenese».

“Coesione è competizione”

DI FONDAZIONE SYMBOLA, INTESA SANPAOLO, UNIONCAMERE

“Coesione è competizione” di Fondazione Symbola, Intesa Sanpaolo, Unioncamere e Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne in collaborazione con AICCON, Ipsos, è stato presentato lo scorso giugno al Seminario di Fondazione Symbola, a Mantova.

Il rapporto analizza e racconta i fattori più significativi della competitività del nostro Paese, con particolare attenzione verso gli aspetti che non vengono colti dagli indicatori economici più diffusi, sottoli-

neando 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.

Nel 2024, le imprese coesive rappresentano il 44% delle imprese manifatturiere italiane, una quota in crescita di 12 punti percentuali rispetto al 32% del 2018 (e di un punto percentuale rispetto al 2023).



PROMOSSO DA

SYMBOLA
Fondazione per la qualità Italiana

MANTOVA
CITTÀ D'OPERE E DI CREATIVITÀ



UNIONCAMERE

Athesis
CENTRO OPERATORI DAL 1961

Tea
ACQUA ENERGIA AMBIENTE

GRUPPO BAIRO BAIRO
The Eco-Ethical Company

FASSA
BORTOLO

Arvedi

MAIN PARTNER

TOP PARTNER

Ancora più significativo è l'aumento del numero medio di relazioni instaurate con soggetti del territorio, passate da 1,9 a 2,8 nel corso dello stesso periodo, a comprova di una sempre maggiore complessità delle relazioni strette dalle imprese con i principali attori del territorio in cui si trovano ad operare.

Si conferma, anche per il 2024, la consuetudine da parte delle imprese coesive a stabilire legami con i lavoratori. Crescono le collaborazioni con tutti gli stakeholder considerati, dalle altre imprese alle associazioni di categoria, dalle banche agli enti non profit, dalle istituzioni locali ai clienti, delineando un ecosistema sempre più aperto e interdipendente; con un'unica eccezione data da una minore relazionalità del mondo imprenditoriale con quello scolastico/accademico.

Sette imprese coesive su dieci hanno investito in sostenibilità ambientale negli ultimi tre anni e più di otto su dieci lo hanno fatto in tecnologie digitali 4.0. Inoltre, più del 60% delle imprese coesive ha investito in attività di ricerca e sviluppo. Questa apertura all'innovazione emerge con maggiore vigore nei territori che possono essere essi stessi considerati più "coesivi", poiché caratterizzati da un più elevato livello di ricchezza prodotta oltre che da una maggiore generatività del tessuto imprenditoriale e da un più intenso benessere espresso in termini di soddisfazione dei cittadini per la propria vita, di partecipazione degli stessi alla vita civica, politica e culturale, nonché di impegno nei confronti della crisi climatica.

"La coesione è un formidabile fattore produttivo - dichiara Ermete Realacci, presidente della Fondazione Symbola - in particolare in Italia. L'incrocio tra imprese, comunità, territori, innovazione e bellezza è fondamentale per la nostra economia e per il made in Italy. L'Unione Europea ha indirizzato le risorse del Next Generation EU e anche del Recovery Fund per rilanciare l'economia su coesione - inclusione, transizione verde e digitale. Con l'obiettivo di azzerare le emissioni nette di CO2 entro il 2050. L'Italia può essere protagonista della sostenibilità se si sente parte di una sfida comune come le

imprese raccontate in questo rapporto. Perché, come afferma il Manifesto di Assisi, 'affrontare con coraggio la crisi climatica non è solo necessario ma rappresenta una grande occasione per rendere la nostra economia e la nostra società più a misura d'uomo e per questo più capaci di futuro'".

"Le imprese hanno capito il valore della coesione: essere propense a mettersi in relazione con istituzioni, clienti, dipendenti, comunità - dichiara Gian Maria Gros - Pietro, presidente Intesa SanPaolo - anche con aziende concorrenti se utile alla crescita, in una logica di filiera e di collaborazione - incide in termini di fatturato, occupazione, produzione ed export. Intesa Sanpaolo promuove questo modello di rete, accompagnando le imprese verso i propri obiettivi di transizione e mettendo a loro disposizione 200 miliardi di euro entro il 2028. Il rapporto della Fondazione Symbola evidenzia come la coesione porti compattezza e solidità al tessuto imprenditoriale, oltre a essere un ancoraggio di competitività per le imprese, elementi tanto più necessari in tempi di incertezza".

"Il rapporto mostra come la coesione sia non solo un valore sociale - Giuseppe Tripoli, segretario generale di Unioncamere - ma anche una leva economica. Nei territori a maggiore coesività, infatti, la povertà si mantiene costantemente al di sotto della media nazionale e anche il valore aggiunto pro-capite appare più elevato (38mila euro rispetto ai 28mila dei territori meno coesivi). Nelle aree più coesive, inoltre, si rileva anche una maggiore generatività d'impresa: il tasso di iscrizioni delle imprese è del 5,7% contro il 5,3% dei territori a minore presenza di imprese coesive). La capacità di creare relazioni solide con stakeholder, istituzioni e comunità si traduce in imprese più dinamiche, aperte all'innovazione e capaci di generare opportunità. Favorire la coesione significa, quindi, rafforzare la competitività dei territori e sostenere uno sviluppo più equo e duraturo".

Il rapporto si trova su www.symbola.net

Sostegno alle nuove imprese modenesi:

BANDO 2025 PER 100.000 EURO A FONDO PERDUTO

La Camera di commercio di Modena rinnova il suo impegno a supporto del tessuto economico locale e annuncia un bando per sostenere la creazione e lo sviluppo di neo-imprese sul territorio. L'iniziativa, con una dotazione complessiva di 100.000 euro, mira a incentivare l'imprenditorialità e a favorire l'avvio di nuove attività.

Chi può partecipare e a quanto ammon- ta il contributo

Il bando è rivolto alle piccole e medie imprese con sede legale e/o unità locale nella provincia di Modena, iscritte al Registro Imprese a partire dal 1° gennaio 2025. Sono ammessi tutti i settori economici, con una corsia preferenziale per le imprese giovanili, ovvero quelle in cui oltre la metà dei soci e delle quote di partecipazione è detenuta da giovani tra i 18 e i 35 anni.

Il contributo camerale, erogato a fondo perduto,

copre il 50% delle spese ammissibili, con un tetto massimo di 3.000 euro per ciascuna impresa.

Come e quando presentare la domanda

Le domande possono essere inviate a partire da lunedì 22 settembre 2025 alle ore 10:00 fino a venerdì 3 ottobre 2025 alle ore 12:00. La procedura è esclusivamente telematica, tramite la piattaforma ReStart (restart.infocamere.it). È richiesta la firma digitale del legale rappresentante dell'impresa e l'assolvimento dell'imposta di bollo di 16 euro in modalità virtuale. La domanda può essere presentata anche tramite un intermediario.

Tutte le istruzioni operative per l'invio della documentazione saranno disponibili sul sito della Camera di Commercio di Modena, nella sezione Promozione - Contributi camerali.

“Modena ti regala una notte” prosegue a pieno ritmo:

UN'OCCASIONE PER SCOPRIRE IL TERRITORIO

L'iniziativa "Modena ti regala una notte", lanciata dalla Camera di Commercio per sostenere il turismo in provincia prosegue fino a dicembre. Il progetto, attivo dallo scorso 13 giugno, ha l'obiettivo di incentivare i visitatori a prolungare il proprio soggiorno, portando benefici all'intera filiera turistica e commerciale locale.

Fino al 14 dicembre 2025, chi soggiorna almeno due notti consecutive (tra venerdì e domenica) in una delle strutture ricettive del modenese può richiedere il rimborso del costo di un pernottamento. L'iniziativa, che rimborsa fino a 200 euro per camera, è aperta a tutti i turisti che scelgono la provincia di Modena come meta per i loro weekend.

Il progetto coinvolge tutte le strutture ricettive, siano esse alberghiere o extralberghiere, purché regolarmente iscritte al Registro Imprese. La richiesta di rimborso va inviata una volta completato il soggiorno, e ogni soggetto può beneficiare di rimborsi per un totale massimo di 2.000 euro.

Le risorse economiche sono ancora disponibili, offrendo un'ottima opportunità per scoprire le bellezze del territorio modenese durante la stagione autunnale.

Per ulteriori dettagli e per consultare l'elenco delle strutture aderenti, è possibile visitare il sito della Camera di commercio di Modena www.mo.camcom.it oppure contattare genesi@mo.camcom.it

Offerta weekend valida in tutta la provincia di Modena.
Per soggiorni di almeno due notti, una delle due verrà rimborsata.



MODENA TI REGALA UNA NOTTE
#modenaregalanotte

PER INFORMAZIONI
www.visitmodena.it
info@visitmodena.it

  CAMERA DI COMMERCIO MODENA

 VISITMODENA

 territori Bologna Modena

 VISIT EMILIA ROMAGNA

Paideia

E LA CRISI DELLA TRASMISSIONE DEL SAPERE

Il Festival della filosofia mette al centro un tema che riguarda anche economia e coesione sociale

FRANCESCA RICCI

Il 25° Festival della Filosofia, in programma dal 19 al 21 settembre tra Modena, Carpi e Sassuolo, ha scelto per quest'anno un tema antico quanto universale: Paideia, termine greco che racchiude l'idea di formazione integrale dell'individuo. L'attenzione non è rivolta solo alla scuola o all'università, ma a un processo educativo diffuso, che comprende l'intera comunità. Non è una questione meramente culturale: in un Paese in cui, secondo l'ISTAT, nel 2023 la dispersione scolastica ha raggiunto il 12,7% e oltre 2,1 milioni di giovani tra i 15 e i 29 anni rientrano nella categoria dei NEET (Not in Education, Employment or Training), il tema investe direttamente le prospettive economiche e la tenuta del capitale umano.

Nel contesto territoriale di riferimento, l'Emilia-Romagna si distingue per indicatori generalmente più favorevoli: nel 2022, secondo il Rapporto "Benessere equo e solidale" dell'ISTAT, la regione presentava un tasso di occupazione tra i 20 e i 64 anni del 74,8 % - circa 10 punti sopra la media nazionale - un tasso di disoccupazione intorno al 5 %, e una quota di NEET nel range 15-29 anni attestata al 12,2 %. Nel primo trimestre del 2025, l'ART-ER ha fornito un ulteriore aggiornamento: la partecipazione attiva alla vita lavorativa regionale è aumentata dell'1,7 % rispetto al primo trimestre 2024; gli occupati sono cresciuti dell'1,8 %, mentre il numero di inattivi è in diminuzione del 2,2 %, mentre il settore dei servizi continua a trainare l'occupazione, confermando l'importante capacità di resilienza dell'economia locale. In Emilia-Romagna i giovani NEET (15-29 anni) sono circa 69,1 mila su una popolazione totale simile di pari età pari a 628 mila, con un'incidenza dell'11,0 %, valore in linea con la media UE (11,2 %) e largamente inferiore al dato italiano (16,1 %).

nel rapporto Education at a Glance 2024, segnala che l'Italia è al penultimo posto in Europa per quota di laureati nella fascia 25-34 anni (28%, contro una media UE del 42%), e registra un calo costante delle competenze di base misurate nei test PISA. In questo contesto, la "trasmissione del sapere" evocata dalla Paideia assume un rilievo strategico: la capacità di un sistema economico di innovare e competere dipende in larga misura dalla qualità e dall'accessibilità della formazione, ma anche dalla sua coerenza con le trasformazioni tecnologiche e sociali in corso. Nella conferenza stampa di presentazione, il direttore scientifico del Festival, Daniele Francesconi, ha sottolineato come la frattura generazionale nei processi educativi sia ormai strutturale: se in passato l'anziano era depositario di un sapere consolidato, oggi spesso sono i più giovani, nativi digitali, a introdurre competenze tecniche inedite nelle famiglie e nelle organizzazioni. Questa inversione, già analizzata dalla sociologia del lavoro, si accompagna a un'accelerazione tecnologica senza precedenti: l'intelligenza artificiale generativa, diffusa in ambito scolastico e universitario, modifica le modalità di apprendimento e di verifica, mentre i social media ridisegnano le forme di socializzazione e i criteri di reputazione personale.

Secondo Eurostat, oltre il 95% dei giovani tra i 16 e i 24 anni in Italia utilizza quotidianamente Internet, ma solo il 44% possiede competenze digitali "avanzate" (media UE: 56%). Ciò evidenzia un paradosso: l'accesso agli strumenti non coincide con una padronanza critica degli stessi. Qui la Paideia può essere letta come una proposta di riequilibrio: non trasmettere soltanto nozioni, ma formare soggetti capaci di interpretare l'informazione, di collegarla a contesti più ampi, di esercitare spirito critico.

Tornado a guardare al panorama italiano, L'OCSE, Il sindaco di Modena, Massimo Mezzetti, ha citato

T.S. Eliot: “La cultura non è una mera somma di attività, ma tutto ciò che concorre alla formazione di un individuo”. In questa prospettiva, la formazione è un investimento collettivo, in cui intervengono scuola, famiglia, reti sociali, istituzioni locali e tessuto produttivo. Il collegamento con l'economia reale è diretto: la Banca d'Italia, nel rapporto ‘L'economia delle regioni italiane 2023’, rileva che le aree con più alta scolarizzazione registrano anche tassi di occupazione giovanile superiori di 15-20 punti percentuali rispetto alla media nazionale.

Il Festival, con i suoi 150 eventi gratuiti, rappresenta una piattaforma di discussione e di sperimentazione di modelli educativi alternativi, ma la sua rilevanza va oltre la dimensione culturale. In un quadro macroeconomico in cui la produttività italiana cresce a un ritmo inferiore alla media UE e il tasso di innovazione brevettuale è stagnante (dati Eurostat 2024), la questione di come trasmettere sapere e competenze diventa una priorità di politica industriale. Una formazione che non si limiti alla “performance” - per riprendere la critica mossa da diversi relatori - ma punti alla “fioritura” della persona, può generare capitale umano resiliente, adatta-

bile e capace di contribuire al cambiamento anziché subirlo.

Paideia, dunque, non è soltanto un concetto filosofico, ma una lente per leggere problemi concreti: dalla frammentazione delle competenze all'ineguaglianza di accesso alla conoscenza, fino alla necessità di aggiornare continuamente i saperi per restare competitivi. La sfida non riguarda solo gli insegnanti o le famiglie, ma imprese, istituzioni e comunità nel loro insieme. In un Paese che, secondo il Censis, soffre di “analfabetismo funzionale di ritorno” in oltre il 28% della popolazione adulta, discutere di educazione significa discutere di sviluppo, coesione sociale e democrazia.

In questo senso, il Festival della filosofia, realizzato con il contributo - tra gli altri - anche della Camera di commercio di Modena, diventa un'occasione non per celebrare un passato illustre, ma per interrogarsi sul futuro di un Paese che, senza una nuova Paideia, rischia di trovarsi ricco di informazioni ma povero di conoscenza.



E-commerce:

IN DIECI ANNI PIÙ CHE

TRIPLICATE LE IMPRESE

Modena diciassettesima provincia italiana per diffusione di imprese di commercio online

La rivoluzione portata dal commercio elettronico nelle abitudini di acquisto degli italiani non ha solo cambiato la nostra società ma ha prodotto trasformazioni visibili nel tessuto produttivo dei territori. Da un'analisi InfoCamere-Unioncamere su dati Movimprese, alla fine del 2024 le aziende italiane di e-commerce iscritte al Registro delle imprese delle Camere di Commercio erano 43.379, con un incremento di 30.058 unità rispetto al 2014: una variazione pari al +225,6% in soli dieci anni.

Tra le regioni italiane l'Emilia-Romagna si colloca al quarto posto per numerosità di imprese di e-commerce, dopo Lombardia, Campania e Lazio. Nella nostra regione a fine anno 2024 risultavano 3.197 con un aumento del +196,8 rispetto al 2014. A livello provinciale, le imprese di commercio elet-

tronico sono fortemente concentrate nelle prime tre province: Napoli (4.120), Roma (3.999) e Milano (3.895) che assieme rappresentano il 27,7% del totale nazionale. Modena è al 17° posto nella graduatoria italiana con 615 imprese al 2024 e una crescita del +217% in dieci anni (+421 attività in valore assoluto).

Scorrendo la graduatoria si evince come la diffusione delle imprese di commercio online non sia esclusivamente una prerogativa delle capitali economiche del Paese ma un fenomeno distribuito, con potenzialità forti anche in contesti tradizionalmente meno digitalizzati.

Dazi USA: L'EXPORT MODENESE ALLA PROVA DEI FATTI

FRANCESCA RICCI

Dal 7 agosto 2025, i nuovi dazi statunitensi sulle importazioni dall'Unione Europea sono ufficialmente operativi. Per le imprese modenesi, da anni legate a doppio filo al mercato americano, si apre una fase di osservazione attenta e, in diversi comparti, di preoccupazione concreta.

Nel 2024, le vendite verso gli Stati Uniti hanno toccato quota 3,112 miliardi di euro, il 5% in più rispetto all'anno precedente, e nei primi tre mesi del 2025 sono cresciute ulteriormente del 9%. L'automotive resta il settore trainante con oltre 1,7 miliardi di euro, seguito da ceramica (334 milioni), meccanica per movimentazione (157 milioni) e agroalimentare con condimenti e spezie - incluso l'aceto balsamico - per 86 milioni.

Le proiezioni di Unioncamere Emilia-Romagna su dati ISTAT, elaborate prima dell'entrata in vigore delle tariffe, indicavano due scenari. Il primo, più drastico, ipotizzava un dazio del 15% su tutti i prodotti, interamente a carico delle aziende, con una perdita potenziale di quasi 500 milioni di euro l'anno. Il secondo, più realistico, tiene conto della possibilità di assorbire parte del costo o di sostituire i prodotti modenesi con alternative locali negli USA, stimando l'impatto in circa 340 milioni. È importante sottolineare che queste elaborazioni tengono conto solo degli effetti diretti connessi al commercio estero e non considerano gli impatti indiretti, come quelli legati alla catena di subfornitura.

Il grado di esposizione al mercato americano è la variabile decisiva. Oltre il 70% delle 1.332 imprese modenesi esportatrici verso gli USA realizza meno del 5% del fatturato oltreoceano e subirebbe effetti limitati (circa 0,2%). Al contrario, per 78 aziende - che ricavano dagli Stati Uniti almeno un quarto del fatturato totale - la perdita stimata sfiora il 10%,

con possibili conseguenze su occupazione e investimenti.

A livello regionale, l'Emilia-Romagna detiene il primato nazionale per export pro capite (14.406 euro contro una media italiana di 7.928) e rappresenta il 13,7% dell'export complessivo del Paese. Tuttavia, i primi mesi del 2025 segnalano un rallentamento industriale: produzione -3,2% e fatturato -3%, mentre la domanda estera è rimasta quasi stabile (+0,7%).

Nei giorni successivi all'entrata in vigore, dalle associazioni di categoria sono arrivate proposte concrete: diversificare i mercati di sbocco, valutare produzioni negli USA per aggirare i dazi, e rafforzare l'azione diplomatica per allentare le tensioni commerciali. Secondo il WTO Trade Outlook di luglio 2025, dazi tra il 10% e il 15% possono ridurre le esportazioni di beni sensibili fino al 20% nel medio periodo, soprattutto in settori ad alta concorrenza interna.

È fondamentale capire se i costi aggiuntivi verranno trasferiti sui prezzi finali o se le imprese decideranno di assorbire i margini per mantenere la propria competitività. Per Modena, la sfida è già in corso: le prossime rilevazioni diranno se le stime preventive troveranno conferma o se il tessuto produttivo saprà, ancora una volta, dimostrare la propria capacità di adattamento.

Corso “Marketing Digitale per l'Export nel Turismo: POSIZIONARE, PROMUOVERE E VENDERE ALL'ESTERO”

Dal 23 settembre al 16 ottobre 2025



Promos Italia lancia un'importante iniziativa formativa per sostenere la competitività delle imprese del settore turistico. NIBI, la Business School dell'agenzia, propone il percorso "Marketing Digitale per l'Export nel Turismo: Posizionare, Promuovere e Vendere all'estero", un corso executive gratuito che si svolgerà dal 23 settembre al 16 ottobre 2025.

L'obiettivo è fornire alle aziende gli strumenti necessari per promuovere efficacemente la propria offerta sui mercati internazionali, sfruttando le potenzialità del digital marketing. Il programma, strutturato in 16 ore di formazione in live streaming, è pensato per manager, imprenditori e professionisti che desiderano acquisire competenze strategiche e operative per la crescita internazionale.

Il corso si distingue per un approccio pratico e mirato, affrontando temi cruciali come l'analisi di mercato, la segmentazione della clientela e il posizionamento del brand in ottica internazionale. Saranno approfondite le leve del marketing mix applicate al contesto digitale, con un focus specifico sulla ge-

stione di siti web, social media e campagne digitali. Un elemento di particolare rilevanza è l'introduzione delle potenzialità dell'Intelligenza Artificiale come strumento strategico per migliorare l'efficacia delle azioni di promozione. I partecipanti avranno inoltre l'opportunità di mettere in pratica le nozioni apprese attraverso esercitazioni e software specifici forniti dal docente.

L'iniziativa, completamente gratuita, è rivolta alle imprese con sede legale o operativa in diverse province italiane, tra cui Bergamo, Caserta, Catanzaro, Cosenza, Ferrara, Genova, Modena, Milano, Monza Brianza, Lodi e altre ancora. Le aziende interessate devono essere iscritte al Registro Imprese di una delle Camere di Commercio dei territori specificati. Le adesioni sono aperte fino al 19 settembre 2025.

Per maggiori informazioni e iscrizioni, è possibile contattare Promos Italia all'indirizzo corsi.promos@formaper.it o al numero 02-8515.5384.

Strategie digitali per l'export: SOCIAL MEDIA E SEO

Corso gratuito per le imprese 12 novembre - 3 dicembre

NIBI - la Business School di Promos Italia lancia un nuovo percorso formativo online per supportare le imprese italiane nell'espansione sui mercati esteri. Il corso, intitolato "Strategie Digitali per l'Export: Social Media e SEO", si svolgerà dal 12 novembre al 3 dicembre 2025, con lezioni online dalle 9:30 alle 12:30.

L'iniziativa si rivolge a un contesto globale sempre più competitivo, in cui la visibilità online rappresenta un fattore determinante per il successo. L'obiettivo del corso è fornire alle aziende strumenti concreti per comunicare, posizionarsi e generare risultati nei mercati internazionali. Il programma integra due componenti chiave del marketing digitale: l'utilizzo strategico dei social media e le tecniche di SEO internazionale.

I partecipanti apprenderanno come sfruttare piattaforme come Facebook, Instagram e TikTok per aumentare la notorietà del marchio, stimolare l'engagement e implementare strategie di acquisizione clienti. Parallelamente, il corso affronterà le più recenti tecniche di ottimizzazione per i motori di

ricerca (SEO), con aggiornamenti specifici per il 2025, per migliorare il posizionamento su Google e altri motori di ricerca globali. Verranno inoltre esplorate le potenzialità degli strumenti digitali, inclusi quelli basati sull'intelligenza artificiale, per l'analisi, l'ottimizzazione e la localizzazione dei contenuti.

Il corso è totalmente gratuito e si rivolge a imprese con sede legale o operativa nei territori di Modena, Bergamo, Caserta, Catanzaro, Crotone, Vibo Valentia, Cosenza, Ferrara, Ravenna, Genova, Milano, Monza Brianza, Lodi, Sicilia Orientale (Catania, Ragusa, Siracusa), Toscana Nord Ovest (Lucca, Massa Carrara, Pisa), Salerno, Sondrio, Umbria (Perugia, Terni) e Udine, a condizione che siano iscritte al Registro Imprese di una delle Camere di Commercio di riferimento.

Le adesioni sono aperte fino all'11 novembre 2025.

Per ulteriori informazioni e iscrizioni, contattare corsi.promos@formaper.it.

L'internazionalizzazione passa dalle persone: IL RUOLO DELLE SOFT SKILLS

Corso executive online 22 ottobre - 5 novembre 2025

FRANCESCA RICCI

In un panorama economico globale sempre più competitivo, le imprese italiane si trovano a dover affrontare sfide complesse per mantenere e rafforzare la propria posizione sui mercati esteri. Se in passato il successo si misurava quasi esclusivamente sulla qualità del prodotto e su un prezzo competitivo, oggi le carte in tavola sono cambiate e la chiave per l'internazionalizzazione non risiede più solo nel prodotto, ma nella capacità delle persone che lo rappresentano di navigare tra culture diverse, comprendere a fondo il cliente e risolvere problemi con creatività.

È in questo contesto che le cosiddette soft skills – le competenze trasversali e umane – emergono come un fattore critico di successo. Non si tratta più di un optional, ma di una necessità strategica che le aziende devono integrare nel loro DNA. Un'indagine condotta da LinkedIn ha rivelato che il 92% dei manager considera le soft skills importanti quanto o più delle hard skills, mentre un report della World Economic Forum indica che il 50% dei dipendenti avrà bisogno di nuove competenze entro il 2025, con le soft skills in cima alla lista.

Una conferma di questa evoluzione arriva da NIBI, la Business School di Promos Italia, che lancia un percorso formativo focalizzato proprio su queste competenze, l'iniziativa, in programma tra il 22 ottobre e il 5 novembre online e denominata "Soft Skills per l'Internazionalizzazione", non è un semplice corso di aggiornamento, ma una risposta concreta e mirata alle esigenze di un mercato che chiede flessibilità, empatia e visione strategica.

Il primo grande scoglio che un'azienda incontra quando si affaccia su un nuovo mercato è la barriera culturale: differenze nelle abitudini, nei modi di comunicare e di negoziare possono compromettere un affare prima ancora che entri nel vivo. Come sottolinea NIBI nel programma del corso, "la capaci-

tà di interagire efficacemente con persone di culture diverse è una competenza fondamentale". Sviluppare una consapevolezza interculturale significa andare oltre gli stereotipi, imparare a leggere i segnali non verbali e adattare il proprio approccio per costruire un rapporto di fiducia. È un'arte che richiede ascolto e rispetto, essenziali per trasformare una potenziale incomprensione in un'opportunità di legame più forte.

Secondo uno studio del Cross-Cultural Management Center, le aziende che investono nella formazione interculturale dei propri dipendenti registrano una crescita media del 15% nelle vendite all'estero. Questo dato evidenzia come una gestione oculata delle differenze culturali si traduca direttamente in un vantaggio economico.

Altra competenza decisiva è la customer centricity. In un mondo in cui il cliente è sommerso da offerte, non basta più avere il miglior prodotto. Bisogna conoscerlo, capirne i bisogni latenti e anticiparne le aspettative. La mentalità "customer-centred" sposta il focus dall'azienda al cliente, trasformando ogni interazione in un'esperienza di valore. Questo approccio non è un semplice slogan di marketing, ma una filosofia aziendale che coinvolge ogni reparto, dalla produzione alla vendita. Un'azienda che sa ascoltare il cliente e personalizzare la propria offerta è un'azienda che non solo fidelizza, ma si differenzia in modo netto dalla concorrenza.

Nei ruoli commerciali e di business development, la capacità di analizzare scenari complessi e trovare soluzioni originali è di vitale importanza. Per questo, il percorso di NIBI include un modulo dedicato al Design Thinking, un approccio pratico e creativo per il problem solving. Questa metodologia, che pone il cliente al centro del processo di innovazione, non si limita a risolvere i problemi, ma aiuta a identificarli in modo proattivo e a generare nuove opportunità di business. Invece di limitarsi a reagire

alle difficoltà, il Design Thinking insegna a sviluppare un pensiero analitico che trasforma le sfide in trampolini di lancio per nuove strategie.

L'iniziativa del NIBI si rivolge alle aziende con sede legale o operativa in diverse province italiane, tra cui Modena, evidenziando il supporto capillare delle Camere di Commercio come motore di questa crescita. La gratuità del corso testimonia un impegno concreto a rendere queste competenze accessibili e a rafforzare il tessuto imprenditoriale nazionale.

In conclusione, il successo dell'Italia sui mercati internazionali non può più dipendere solo dalla

forza del "Made in Italy" inteso come prodotto. Oggi, l'eccellenza deve essere accompagnata da una strategia basata sulle persone, sulla loro preparazione e sulla loro capacità di creare valore al di là di ogni confine. Investire sulle soft skills non è solo un modo per vendere di più, ma per costruire un'immagine aziendale solida, affidabile e proiettata nel futuro. In un'economia che cambia a ritmi vertiginosi, le competenze umane rimangono l'unica risorsa davvero insostituibile.

SOFT SKILLS



Scenari Prometeia: SI PREVEDE UNA PICCOLA RIPRESA DELL'ECONOMIA MODENESE NEL 2025

Grazie allo sviluppo dei partner europei, nel 2025 risalirà l'export provinciale con effetti positivi sull'industria, i servizi cresceranno gradualmente e le costruzioni rimarranno pressoché stabili

Prometeia ha rivisto al ribasso la variazione del valore aggiunto provinciale nel 2024 (+0,2%), che risulta così l'anno peggiore, si registreranno invece discreti miglioramenti sia nel 2025 (+1,1%) che nel 2026 (+1,0). L'Emilia-Romagna mostra un andamento analogo con una crescita dello 0,8% nel 2025 e dell'1,0% nel 2026, mentre l'Italia procede lievemente peggio, raggiungendo la crescita dello 0,8% nel 2026. Questi i primi risultati elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena basandosi sui dati diffusi da Prometeia.

A livello mondiale la crescita del PIL rallenterà nei prossimi due anni, raggiungendo il +2,6% nel 2026. Tuttavia, pare che gli effetti negativi dell'introduzione dei dazi da parte degli Stati Uniti si ripercuotano soprattutto all'interno della loro economia, che vedrà un rallentamento del PIL sia nel 2025 (+1,6%), ma ancor di più nel 2026 (+0,9%).

I valori di crescita dell'area euro sono leggermente inferiori, ma in miglioramento rispetto al 2024, arrivando al +1,2% nel 2025 e al +1,1% nel 2026. All'interno dell'Europa si registra una ripresa della Germania, con un +1,1% nel 2026, rallenta invece la Spagna, mentre l'Europa Centrale mostra la performance migliore raggiungendo il +2,8% nel 2026.

Nonostante il rallentamento dell'economia americana, la ripresa europea (che assorbe quasi il 60% dell'export modenese) si rifletterà positivamente anche sulle vendite all'estero delle imprese provin-

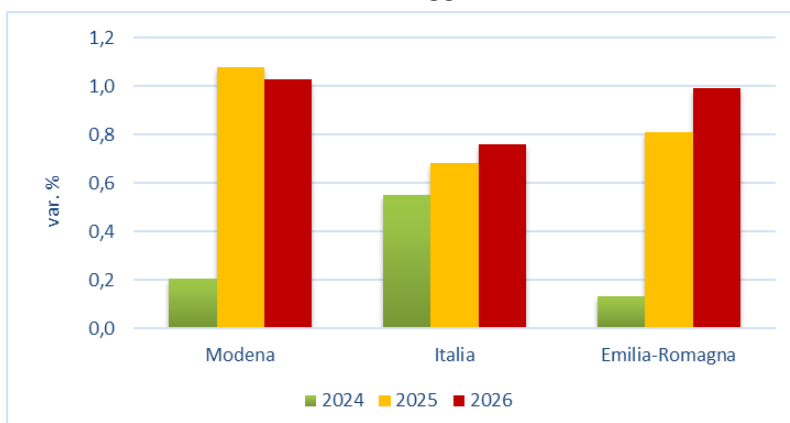
ciali, che dopo la diminuzione del 2024, registreranno una ripresa sia nel 2025 (+2,6%) che nel 2026 (+0,8%), in questo modo la percentuale di export sul valore aggiunto provinciale risalirà fino al 60,6%. Emerge un risultato peggiore per l'import, che nel 2025 subirà una brusca frenata (-11,9%) per poi risalire nel 2026 (+8,1%).

Dopo la perdita del 2024, l'industria manifatturiera modenese registrerà una ripresa, risalendo dell'1,9% nel 2025 e in misura minore l'anno successivo (+1,3%). Si rileva un andamento più costante per i servizi, che aumenteranno dello 0,7% quest'anno e dell'1,2% nel 2026. Le costruzioni rimandano ancora l'inversione di tendenza accaparrandosi un lieve risultato positivo anche quest'anno (+0,3%) per poi diminuire decisamente nel 2026 (-4,2%). L'agricoltura infine scenderà nel 2025 (-4,7%), per poi incrementare di nuovo l'anno successivo (+4,1%).

Gli occupati sono previsti in aumento sia nel 2025 (+1,2%), che nel 2026 (+0,8%), ma a causa di un incremento delle persone attive nel mondo del lavoro crescerà il tasso di disoccupazione nel 2026 (+4,4%).

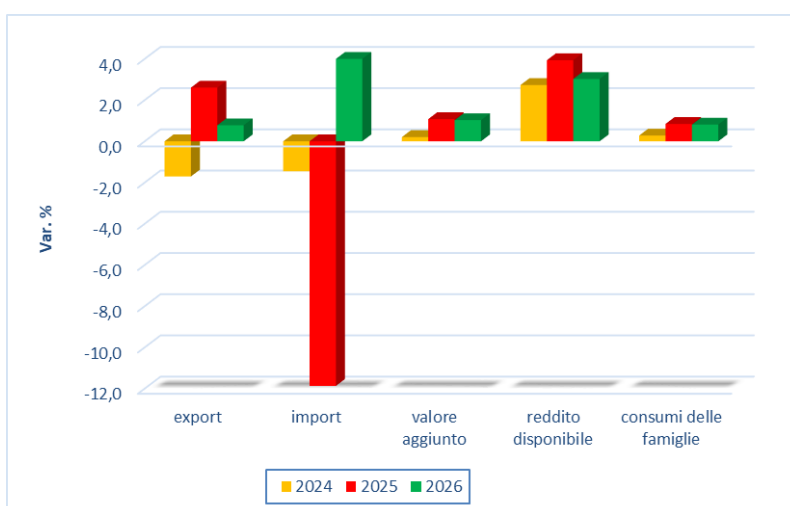
Il reddito disponibile mostra, infine, un trend piuttosto positivo, crescendo del 3,9% nel 2025 e in maniera minore nel 2026 (+3,0%). Più moderata invece è la crescita dei consumi, che si fermerà al +0,9% nel 2025 e al +0,8% nel 2026.

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



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena - dati Prometeia, Scenari per le economie locali, aprile 2025

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



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena - dati Prometeia, Scenari per le economie locali, aprile 2025

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



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena - dati Prometeia, Scenari per le economie locali, aprile 2025

Congiuntura: IN RECUPERO IL SETTORE EDILE

Prosegue la fase negativa della manifattura, cresce ancora il terziario: queste le principali evidenze dell'indagine sul primo semestre 2025

I dati congiunturali del primo semestre 2025 relativi alla provincia di Modena mostrano una ripresa del settore costruzioni e una ulteriore contrazione nella manifattura; il settore commercio e servizi nella media presenta una crescita, seppur con andamenti differenziati nei diversi comparti.

Queste le prime indicazioni provenienti dall'indagine congiunturale sull'economia modenese, realizzata dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio in collaborazione con le associazioni imprenditoriali Confindustria Emilia, CNA Modena, Legacoop Estense, Ascom Confcommercio e FAM Modena.

INDUSTRIA MANIFATTURIERA

La produzione in quantità dell'industria manifatturiera modenese segna il quarto semestre consecutivo di decrescita: nel periodo gennaio-giugno 2025 si è registrata infatti una variazione del -6,3% rispetto allo stesso periodo del 2024. Anche il fatturato presenta un calo tendenziale, seppur più contenuto: -1,8% derivante da una flessione delle vendite all'estero (-4,1%) non compensata dall'incremento del mercato interno (+2,5%). La quota percentuale di fatturato realizzata all'estero è stimata sul 45,3%.

L'andamento della raccolta ordinativi non lascia presagire inversioni di tendenza almeno nel breve periodo: si registrano, infatti, flessioni del -3% per gli ordini interni e del -5,1% per quelli esteri.

La prosecuzione del trend negativo del settore incide sui livelli occupazionali, che presentano un decremento del -1,1% nel corso dei primi sei mesi dell'anno.

Nelle prospettive a breve formulate dagli intervistati si nota una netta prevalenza di coloro che prevedono stabilità di produzione (56%), mentre sono quasi equamente suddivise le risposte che indicano un incremento (21%) o un calo produttivo (23%).

In crescita risulta la quota degli intervistati che

ritengono di effettuare nuovi investimenti (18%).

Circa l'occupazione, per il 71% del campione l'organico resterà invariato, mentre sale al 16% la quota di imprese che dovranno ridurre il personale.

Uno sguardo alle differenti specializzazioni del manifatturiero evidenzia contrazioni tendenziali di produzione per le imprese che producono abbigliamento (-6,1%), maglieria (-3,9%) e metalmeccanica, con cali del -5,4% per la produzione di metalli, -5,1% per le macchine e apparecchi meccanici, -2,3% per le apparecchiature elettriche e elettroniche.

Rallenta la dinamica del settore biomedicale (+0,8%) dopo due semestri di crescita consistente. Pressochè stabile resta la produzione del settore alimentare (-0,2%). Torna in positivo, invece, la produzione di ceramica (+3,3%), trainata dalla ripresa del settore edile.

COSTRUZIONI EDILI

L'edilizia, come detto, mostra in questo primo semestre un rilancio produttivo (+1,3%) dopo una seconda metà del 2024 in contrazione. Anche il fatturato e gli ordinativi tornano a crescere, rispettivamente del +3% e del +1,9% sempre rispetto allo stesso semestre dello scorso anno. Le previsioni formulate dagli intervistati sono ottimistiche indicando un aumento sia della produzione sia del fatturato, mentre occupazione e investimenti si prospettano stazionari.

TERZIARIO

In provincia di Modena il settore terziario continua a mostrare una congiuntura complessivamente favorevole caratterizzata da un incremento del fatturato pari al +2,8% che, tuttavia, è la risultante di andamenti contrapposti dei diversi settori.

Nel commercio, ad esempio, crescono le vendite del dettaglio (+3,1%) mentre stagnante resta l'ingrosso (-0,5%), così come il comparto alloggio e ristorazio-

ne (-0,4%). Buona la performance dei servizi alle fatturato (57%); il 22% degli intervistati prevede imprese, che vedono un incremento di fatturato del invece un aumento e il restante 21% una diminuzione delle vendite. +9,4%, mentre quelli dedicati alle persone presentano una contrazione del -5,8%.

Circa le aspettative a breve delle imprese del terziario, prevalgono le risposte orientate alla stabilità del

Fatturato: variazioni % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente



Fonte: indagine congiunturale Camera di Commercio di Modena

Rimangono stabili le imprese attive modenesi NEL SECONDO TRIMESTRE DELL'ANNO

Aumentano le imprese attive nei servizi e nelle costruzioni, mentre appare in difficoltà l'industria manifatturiera, in particolare l'automotive

Risulta positivo il saldo tra le imprese iscritte alla Camera di Commercio di Modena nel secondo trimestre del 2025 e quelle cessate non d'ufficio: le nuove iscrizioni sono infatti 1.091 e le cessazioni non d'ufficio 645, portando ad un saldo positivo di 446 imprese. Il corrispondente tasso di sviluppo è pari a 0,64%, maggiore sia del dato regionale (0,47%), che di quello nazionale (0,56%).

Questi, in sintesi, i primi risultati prodotti dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena elaborando i dati forniti da Infocamere.

Il quadro appare tuttavia più complesso, infatti l'attività amministrativa di cancellazione d'ufficio delle imprese non più operanti da parte del Registro delle Imprese, conduce ad una diminuzione complessiva delle imprese registrate nel trimestre, che passano da 69.757 a fine marzo a 69.635 al 30 giugno, con un lieve calo congiunturale dello 0,2%.

Confrontando l'intero semestre con lo stesso periodo dell'anno precedente, si nota una leggera diminuzione delle nuove iscrizioni, che passano da 2.581 a 2.566 (-0,6%), mentre più sensibile è la discesa delle imprese cessate non d'ufficio (-7,8%). In totale le imprese registrate scendono dello 0,2% rispetto a giugno 2024, risultato più favorevole sia rispetto al dato regionale (-0,8%), che a quello nazionale (-0,6%).

Sono invece stabili rispetto giugno 2024 le imprese attive, cioè quelle che hanno effettivamente dichiarato l'inizio della propria attività, risultando pari a 63.163 a fine giugno 2025; l'esame della forma giuridica mostra una ridotta propensione al rischio per gli imprenditori modenesi, risultano infatti in

crescita solamente le società di capitali (+2,7%), unica forma societaria con un trend positivo negli ultimi anni, mentre calano le imprese individuali (-0,6%), le società di persone (-2,9%) e, in misura maggiore, le "altre forme giuridiche" (-5,4%).

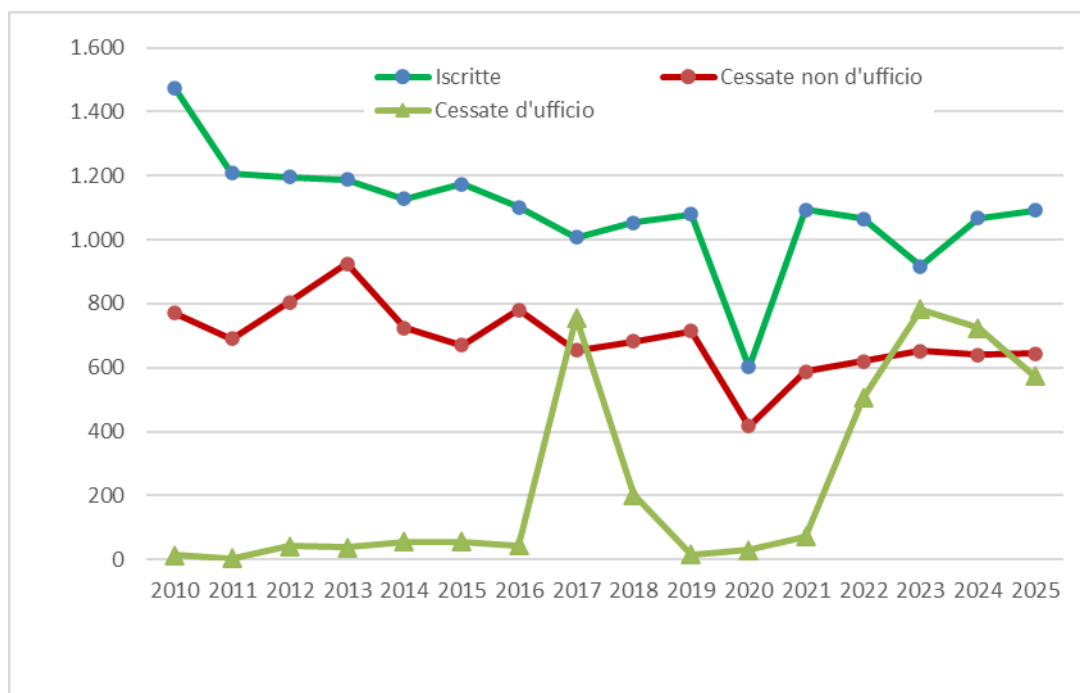
L'analisi dei macrosettori evidenzia un calo netto dell'industria manifatturiera (-2,1%), seguita dall'agricoltura (-1,3%), mentre continuano a crescere le imprese nelle costruzioni (+0,6%) e nei servizi (+0,5%).

Appaiono particolarmente in difficoltà i singoli settori dell'industria manifatturiera, con un andamento positivo solamente per la "riparazione e manutenzione" (+4,0%) e la "fabbricazione di carta e prodotti di carta" (+1,4%). Tutti gli altri comparti mostrano diminuzioni di imprese attive, in particolare la "fabbricazione di mezzi di trasporto" (-8,2%), la "fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche" (-5,5%) e la "fabbricazione di mobili" (-4,7%). Si registrano inoltre andamenti negativi negli altri settori tipici della provincia come il "tessile abbigliamento" (-4,5%), la ceramica (-4,2%), la metalmeccanica (-1,9%) e l'industria alimentare (-1,2%).

Emerge un andamento nettamente migliore per le imprese dei servizi, dove sono in calo solamente le imprese del commercio (-1,5%) e del trasporto e magazzinaggio (-1,4%).

Tutti gli altri comparti mostrano una crescita di imprese, in particolare le "attività finanziarie e assicurative" (+6,1%), l'istruzione e le "attività artistiche e di divertimento" (entrambe +4,8%) e il "noleggio e servizi di supporto alle imprese" (+2,5%).

Numero di imprese iscritte, cessate non d'ufficio e cessate d'ufficio in provincia di Modena nel secondo trimestre di ciascun anno



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

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

	Modena			Emilia-Romagna			Italia		
	I sem. 2025	I sem. 2024	var. %	I sem. 2025	I sem. 2024	var. %	I sem. 2025	I sem. 2024	var. %
Registrate	69.635	69.774	-0,2	432.291	435.828	-0,8	5.885.209	5.923.648	-0,6
Iscritte	2.566	2.581	-0,6	14.127	14.714	-4,0	185.210	188.337	-1,7
Cessate non d'ufficio	2.091	2.269	-7,8	12.727	13.775	-7,6	155.471	169.799	-8,4

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

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

	Modena			Emilia-Romagna			Italia		
	I sem. 2025	I sem. 2024	var. %	I sem. 2025	I sem. 2024	var. %	I sem. 2025	I sem. 2024	var. %
Registrate	69.635	69.774	-0,2	432.291	435.828	-0,8	5.885.209	5.923.648	-0,6
Iscritte	2.566	2.581	-0,6	14.127	14.714	-4,0	185.210	188.337	-1,7
Cessate non d'ufficio	2.091	2.269	-7,8	12.727	13.775	-7,6	155.471	169.799	-8,4

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

Imprese attive nei settori manifatturieri della provincia di Modena

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 30/06/2025	Totale imprese al 30/06/2024	Saldo imprese attive	Variazio ne %
Industria alimentare	816	826	-10	-1,2
Tessile abbigliamento	1.585	1.659	-74	-4,5
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	271	280	-9	-3,2
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	72	71	1	1,4
Stampa e riproduzione di supporti registrati	203	206	-3	-1,5
Industria chimica e farmaceutica	103	106	-3	-2,8
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	188	199	-11	-5,5
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	322	336	-14	-4,2
Metalmecanico	2.952	3.010	-58	-1,9
Fabbricazione mezzi di trasporto	145	158	-13	-8,2
Fabbricazione di mobili	143	150	-7	-4,7
Altre industrie manifatturiere	380	388	-8	-2,1
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	859	826	33	4,0
Totale manifatturiero	8.039	8.215	-176	-2,1

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

Imprese attive per settori di attività in provincia di Modena

	Totale imprese al 30/06/2025	Totale imprese al 30/06/2024	Saldo imprese attive	Variazio ne %
Agricoltura, silvicoltura pesca	6960	7.055	-95	-1,3
Estrazione di minerali da cave e miniere	25	25	0	0,0
Attività manifatturiere	8039	8.215	-176	-2,1
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	111	108	3	2,8
Fornitura di acqua; reti fognarie	89	85	4	4,7
Costruzioni	10767	10.699	68	0,6
Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli	12859	13.050	-191	-1,5
Trasporto e magazzinaggio	1945	1.973	-28	-1,4
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3909	3.902	7	0,2
Servizi di informazione e comunicazione	1538	1.519	19	1,3
Attività finanziarie e assicurative	1821	1.716	105	6,1
Attività immobiliari	5193	5.148	45	0,9
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3449	3.372	77	2,3
Noleggio e servizi di supporto alle imprese	2058	2.007	51	2,5
Istruzione	326	311	15	4,8
Sanità e assistenza sociale	340	336	4	1,2
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	757	722	35	4,8
Altre attività di servizi	2924	2.894	30	1,0
Imprese non classificate	53	34	19	55,9
Totale	63.163	63.171	-8	0,0

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

Lieve incremento delle imprese femminili

NEL SECONDO TRIMESTRE DELL'ANNO

Tra i settori crescono i servizi alle imprese e l'alloggio e ristorazione, mentre perdono imprese attive le costruzioni e la manifattura

Aumentano leggermente le imprese femminili nel secondo trimestre del 2025: arrivano infatti a 13.688 imprese attive, con una crescita dello 0,3% rispetto a marzo, pari a 37 imprese in più. Lo attesta l'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati Infocamere relativi all'imprenditoria femminile.

Rimane leggermente negativo, tuttavia, il confronto con l'anno precedente; infatti, le imprese attive capitanate da donne scendono dello 0,2%, pari a 21 imprese in meno. Resta pertanto stabile la quota delle imprese femminili sul totale imprese (21,7%), superiore al dato regionale (21,4%). Gli addetti impiegati dalle imprese femminili sono pari a 40.473, in crescita dello 0,2%, con una media di 3 addetti per impresa, tale dato risulta però inferiore agli addetti medi impiegati dal totale imprese modenesi, pari a 4,9.

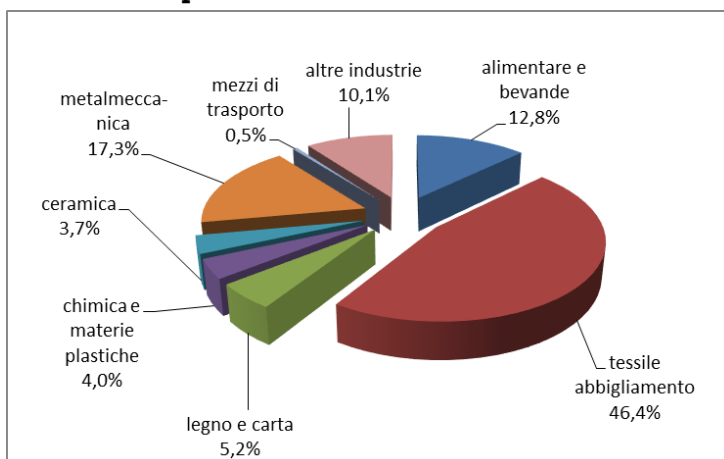
Il settore prediletto dalle imprenditrici donne sono i servizi alle imprese, che raggiungono più di un quarto delle imprese femminili totali e sono in sensibile crescita (+3,6%), il secondo settore per numerosità è il commercio, che tuttavia risulta in calo da diversi periodi e anche in questo trimestre perde il -2,2% tendenziale. Vanno meglio invece i servizi alle persone (+1,6%) e l'alloggio e ristorazione

(+2,0%) anch'essi ben rappresentati nell'universo imprenditoriale femminile. Si registra infine un andamento peggiore per le costruzioni (-4,2%), settore piuttosto sottorappresentato tra le donne, perdono inoltre imprese anche l'industria manifatturiera (-3,9%) e l'agricoltura (-2,9%).

Tra i comparti dell'industria manifatturiera, si trova in difficoltà settore con più imprese femminili: il tessile-abbigliamento, che con una perdita del -5,9% vede ridimensionare la sua quota sul totale manifatturiero al 46,4%. In calo anche la "fabbricazione di prodotti in metallo" (-4,8%), mentre recupera imprese attive l'alimentare (+4,5%) arrivando al 12,6% del totale. Crescono sensibilmente infine le imprese di riparazione e manutenzione, che guadagnano il 9,6%, ma mantengono una quota piuttosto bassa sul totale (3,9%).

Le imprese capitanate da donne preferiscono l'impresa individuale come forma giuridica: con 8.509 imprese sono il 62,2% del totale; tuttavia, risultano sempre in crescita le società di capitali (+1,6%) che in questo modo diventano quasi un quarto delle imprese femminili, salgono anche le "altre forme societarie" (+1,1%), mentre sono in calo le società di persone (-2,5%).

Distribuzione per settori dell'industria manifatturiera delle imprese femminili al 30/06/2025.



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

Positivo il trend delle imprese giovanili NEL SECONDO TRIMESTRE DELL'ANNO

Sono favoriti i servizi alle imprese, le costruzioni e i servizi alle persone, mentre risultano in difficoltà le industrie manifatturiere, l'agricoltura e il commercio

Appare ottimo l'andamento delle imprese giovanili, cioè quelle in cui la maggioranza dei soci ha meno di 35 anni, nel secondo trimestre del 2025, passano infatti da 4.683 a fine marzo a 4.891 a giugno, con una crescita del 4,4%, pari a 208 imprese in più. Sono in diminuzione, tuttavia, gli addetti impiegati: ammontano a 9.389 e sono in calo dello 0,8%, con una media di 1,9 addetti per impresa. Questi i primi risultati dell'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati Infocamere relativi all'imprenditoria giovanile.

Risulta buono anche il confronto annuale, che mostra un incremento dell'1,5% rispetto a giugno del 2024, aumenta inoltre la quota delle imprese giovanili sul totale imprese modenesi arrivando al 7,7%, seconda in regione per tasso di imprese giovanili dopo Reggio Emilia (7,8%), mentre la media regionale rimane al 7,2%.

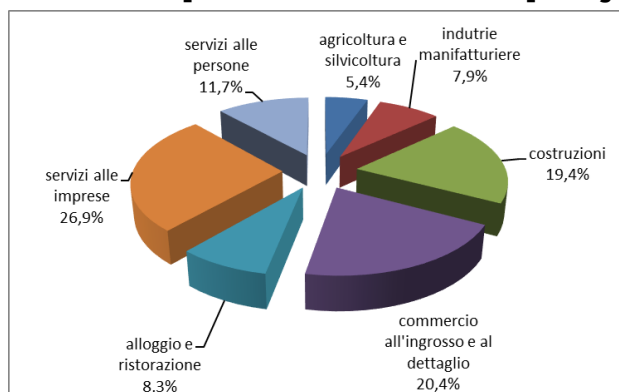
La distribuzione per settore di attività delle imprese attive è abbastanza differente dal totale imprese modenesi, si concentrano maggiormente in tre attività: più di un quarto di esse opera nei servizi alle imprese (26,9%), in ulteriore crescita del 3,1%; segue il commercio (20,4%), che però mostra un calo dell'1,8%. Infine, quasi un quinto del totale è rappresentato dalle costruzioni, di nuovo in aumento (+4,2%). Altri settori che mostrano un incremento di imprese attive sono i servizi alle persone

(+5,5%) e l'alloggio e ristorazione (+1,5%). Anche questo trimestre sono in difficoltà le imprese manifatturiere, che perdono 21 imprese, pari a -5,2% e l'agricoltura (-1,9%). Le quote di questi due settori nelle imprese under 35 risultano molto inferiori alle quote del totale imprese modenesi.

Sono molto concentrate all'interno di alcuni settori le imprese giovanili che operano nell'industria manifatturiera: quasi un terzo di esse si occupa di metalmeccanica (31,9%), seguita dalla "riparazione e manutenzione" (21,9%), dal tessile-abbigliamento (15,3%) e dal settore alimentare (10,0%); solamente la "riparazione e manutenzione" registra imprese in aumento (+2,5%), mentre tutti e tre gli altri settori presentano cali sensibili di imprese, soprattutto il tessile abbigliamento (-9,4%), seguito dalla fabbricazione di prodotti in metallo (-7,3%) e dall'alimentare (-5,4%).

Le imprese giovanili sono ancor più orientate verso l'impresa individuale rispetto alle imprese femminili; infatti, tre quarti di esse prediligono questa forma giuridica che risulta in crescita del 3,6%. Il 20,3% di esse sceglie la società di capitale che, diversamente dal trend delle imprese totali, mostra un calo apprezzabile perdendo il 3,7%. Residuali le altre forme giuridiche, con solamente il 4,0% che opera come società di persone (-6,2%) e lo 0,5% come "altre forme giuridiche" (-21,2%).

Distribuzione per settori di attività delle imprese giovanili al 30/06/2025



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

Crescono le imprese gestite da stranieri

NEL SECONDO TRIMESTRE DELL'ANNO

Tutti i settori registrano incrementi di imprese attive, ma sono favoriti i servizi alle persone, l'agricoltura e le costruzioni

Aumentano le imprese attive gestite da stranieri nel secondo trimestre del 2025, guadagnano infatti 33 imprese rispetto a marzo (+0,4%), ma la crescita maggiore si riscontra rispetto a giugno del 2024: grazie a 437 imprese in più si registra una variazione percentuale del +4,9%. Questi, in sintesi, i primi risultati dell'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati Infocamere.

Grazie a questo andamento migliora la quota di imprese gestite da stranieri sul totale imprese modenesi, arrivando al 15,0%, più alta della media regionale (14,5%). All'interno della regione Ferrara mostra il valore più basso (11,7%), mentre Reggio Emilia quello maggiore (17,3%).

Le imprese capitate da stranieri sono molto concentrate in alcuni settori merceologici: più di un terzo di esse opera infatti nelle costruzioni (34,2%), in ulteriore crescita rispetto al 2024 (+6,8%), quasi un quinto predilige il commercio (18,5%), anch'esso in crescita (+1,5%). Molto quotate risultano inoltre l'industria manifatturiera (14,8% del totale, +2,1%) e i servizi alle imprese (14,2% del totale, +6,5%). Gli aumenti più sensibili di imprese attive si rilevano però nei servizi alle persone (+9,3%) e in agricoltura (+7,5%). Buono anche l'andamento dell'alloggio e ristorazione (+2,9%) che porta la quota di imprese straniere al 9,3% del totale.

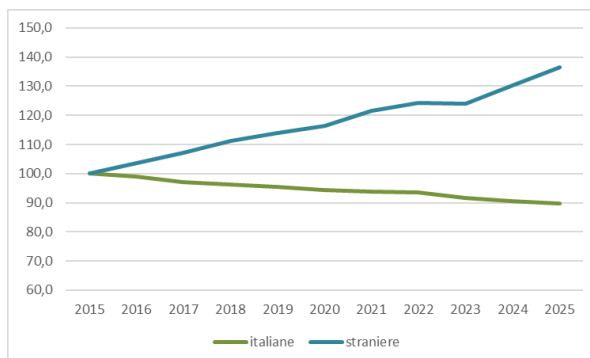
Anche all'interno dell'industria manifatturiera gli

stranieri prediligono maggiormente tre settori: il tessile abbigliamento arriva quasi alla metà del totale manifatturiero (44,7%), ma risulta in discreto calo (-3,1%). Cresce invece la fabbricazione di prodotti in metallo, che, grazie ad un aumento del 7,9%, raggiunge un quarto delle industrie manifatturiere, risultato ancor più positivo per la "riparazione e manutenzione" (+10,3%) la cui quota diviene il 10,8% del totale.

Preponderante è la scelta dell'impresa individuale come forma giuridica (71,1%) in crescita del 4,0%. Si registra inoltre un aumento deciso per le società di capitali (+10,2%), che in questo modo raggiungono quasi un quarto dell'imprenditoria straniera; rimangono invece molto al disotto della media modenese le società di persone, la cui quota rimane al 4,9%, in calo dello 0,2%. Segnano infine una discesa significativa le "altre forme societarie" che diminuiscono del 29,4% arrivando appena allo 0,6% del totale. In questo caso la diminuzione più consistente è dovuta alle cooperative.

Esaminando la serie storica del numero delle imprese attive gestite da italiani e da stranieri emerge che le prime sono costantemente in calo, perdendo il 10,2% di imprese dal 2015 ad oggi, mentre le imprese gestite da stranieri crescono del 36,5%. I cinesi risultano avere il numero maggiore di cariche all'interno delle imprese modenesi (1.659 pari al 13,7% del totale stranieri), seguiti dai marocchini, dagli albanesi, dai rumeni e dai tunisini.

Andamento delle imprese attive gestite da stranieri e da italiani in provincia di Modena anno 2015=100



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

Dataview:

GLI INDICATORI SUL TURISMO IN PROVINCIA DI MODENA

Il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne ha pubblicato la scheda con gli indicatori annuali sul turismo in provincia di Modena.

Modena non è una provincia ad elevata vocazione turistica, tuttavia negli ultimi anni ha mostrato diversi miglioramenti. Ad esempio, le presenze turistiche per kmq di superficie consumata ammontano a 6.394 nel 2024, in aumento del 6,0% rispetto al 2023. In tal modo Modena sale di una posizione nella classifica provinciale arrivando al 79° posto.

Molto buono inoltre l'andamento quinquennale, Modena infatti guadagna il 13,28% di presenze turistiche dal 2019 al 2024, portando la provincia al 28° posto in classifica, con un guadagno di 8 posizioni.

Un altro dato incoraggiante è che le presenze turistiche si distribuiscono pressoché equamente nei vari periodi dell'anno; infatti, l'indice di concentrazione mensile è piuttosto basso (0,092), ponendo Modena al 6° posto della classifica.

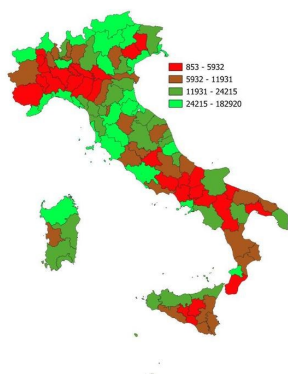
Risulta tuttavia molto bassa l'incidenza del valore aggiunto delle attività di alloggio e ristorazione sul totale dell'economia provinciale: 2,65%, tale dato appare però in aumento rispetto al 2023 e pone la provincia al 97° posto della classifica. Tale risultato deriva dalla vocazione industriale di Modena, il cui valore aggiunto proviene principalmente dall'industria manifatturiera, che risulta preponderante rispetto agli altri settori.

In provincia infine non sono molto diffusi gli alloggi Airbnb; infatti, la loro concentrazione per kmq è piuttosto bassa (0,89) e colloca Modena al 76° posto; tuttavia, è migliore il tasso di occupazione di tali alloggi che arriva al 25,19%, maggiore della media nazionale e grazie a ciò la provincia si attesta al 49° posto della classifica provinciale.

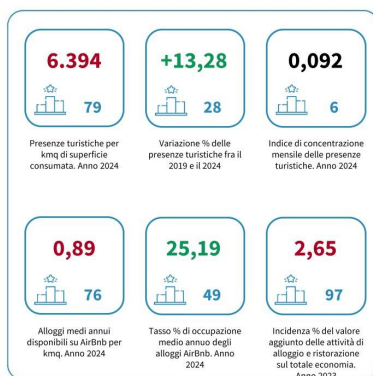
dataview
IL BAROMETRO DELL'ECONOMIA TERRITORIALE

IL TURISMO DELLA PROVINCIA DI MODENA

Presenze turistiche per kmq di superficie consumata. Anno 2024



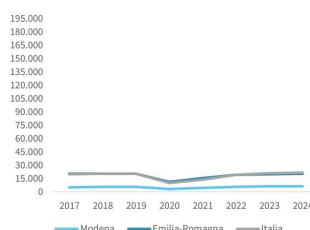
INDICATORI E POSIZIONAMENTO NELLA GRADUATORIA PROVINCIALE



I piazzamenti nella graduatoria provinciale per presenze turistiche per kmq di superficie consumata



PRESENZE TURISTICHE PER KMQ DI SUPERFICIE CONSUMATA - L'ANDAMENTO NEL TEMPO



Excelsior: OLTRE 4 MILA ASSUNZIONI PREVISTE AD AGOSTO

Flessione stagionale per le previsioni di nuovi ingressi nelle imprese modenesi, resta elevato il mismatch tra domanda e offerta di lavoro

Nel mese di agosto in provincia di Modena sono previste 4.420 assunzioni con un decremento del -36,9% rispetto alle previsioni di luglio e solo una lieve flessione se confrontate con quelle dell'agosto 2024: -1,3%.

Anche la quota di imprese disposte ad assumere passa dal 18% di luglio al 13% di agosto.

Questi i dati elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena relativamente al Sistema informativo Excelsior, realizzato da Unioncamere e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, grazie al Programma nazionale Giovani, donne e lavoro, cofinanziato dall'Unione europea.

Il dato regionale mostra una variazione congiunturale più grave: con 29.400 ingressi previsti si registra infatti una diminuzione del -42,0% rispetto al mese precedente, ma se il confronto viene effettuato con l'agosto 2024 emerge una crescita dell'8,1%.

Anche il totale Italia presenta un andamento analogo: si registra un calo sensibile rispetto a luglio 2025 (-41,7%), mentre cresce del 6,3% nel confronto con lo stesso mese dell'anno precedente.

Tornando ai dati provinciali, le previsioni sul trimestre agosto-ottobre 2025 indicano 19.380 entrate con una crescita dell'1,4% rispetto al trimestre maggio-luglio 2025 e una flessione dell'1,0% rispetto allo stesso trimestre del 2024.

Ad agosto scende anche la quota di giovani assunti con meno di 30 anni (35,2%), mentre resta quasi invariata la richiesta di personale immigrato, con una quota del 24%.

Nel mese di agosto il contratto a tempo determinato rappresenta più della metà del totale delle assunzioni anche se la quota è in lieve flessione (55%); in discesa anche la quota dei contratti a tempo inde-

terminato (14%) e quella dei "co.co.co e altri contratti non dipendenti" (3%). Restano stabili i contratti di somministrazione (16%) mentre risale l'apprendistato (5%). Si attestano al 7% le richieste di personale con altri contratti dipendenti.

Nelle previsioni del trimestre agosto-settembre, le quote di assunzioni per settore di attività presentano un riassetto, a cominciare dal settore agricolo, che con 470 nuovi assunti sale al 10,6% del totale. In notevole contrazione risulta la quota di richieste provenienti dall'industria manifatturiera, che con 1.440 ingressi scende al 23,3% del totale neoassunti. Seguono a distanza i servizi alle imprese che con una quota del 14,3% mostrano un calo, mentre il settore turistico è in leggera crescita (16,4%). La quota del commercio sale al 14,3%, i servizi alle persone arrivano all'11,9%, mentre le costruzioni rimangono pressoché stabili al 9,2% del totale.

Tornando al confronto luglio/agosto 2025, per quanto riguarda gli ingressi per gruppi professionali continua la crescita delle professioni svolte nelle "attività commerciali e servizi", che sono arrivate a rappresentare il 28,2% delle assunzioni totali, degli "operai specializzati" (20,2%) e delle professioni non qualificate (18,6%).

Resta molto elevata, seppur in lieve calo, la difficoltà di reperimento delle figure professionali da parte delle imprese, presente nel 47,8% delle ricerche di personale. Comunque, tale quota è variabile a seconda della professione: in particolare, ad agosto risultano praticamente introvabili gli "operai specializzati nella installazione/manutenzione di attrezzature elettriche/elettroniche" (al 91,7% la difficoltà evidenziata dalle imprese) così come gli "operai di macchine automatiche e semiautomatiche per lavorazioni metalliche e di produzioni minerali" (81,4%). Difficili da reperire anche figure come gli "operatori della cura estetica" (73,8%), i condut-

tori di veicoli (69,4%) e i “docenti di scuola primaria e pre-primaria” (67,6%).

La distribuzione per titolo di studio vede in calo le quote dei diplomati (22,2%), dei laureati (8,0%), e degli ITS (1,8%), a fronte di un netto incremento della scuola dell’obbligo (25,4%), e di un lieve aumento delle qualifiche professionali (42,6%), che si confermano come il titolo di studio più ricercato dalle imprese.

L’area funzionale prevalente in cui verranno impiegati i nuovi assunti è la “produzione di beni ed erogazione di servizi”, che supera la metà del totale

(50,4%) ed è in aumento rispetto a luglio; le altre aree perdono quota portandosi al 16,1% per l’area “tecnica e progettazione”, al 15,6% per l’area commerciale e al 10,9% per l’area logistica. Restano residuali la “direzione e servizi generali” (4,3%) e l’area “amministrativa e finanziaria” (2,7%).

In data 1 settembre la Camera di Commercio di Modena avvierà la rilevazione Excelsior sulle previsioni di assunzione del trimestre ottobre-dicembre 2025, contattando via PEC e telefonicamente un campione di imprese della provincia. L’indagine è inserita nel Programma Statistico Nazionale e prevede l’obbligo di risposta.



Excelsior agosto 2025 provincia di Modena



assunzioni: 4.420



giovani under 30:
35,2%



high skill: 470



difficoltà di
reperimento: 47,8%

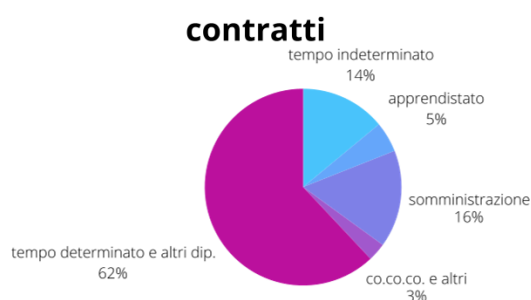
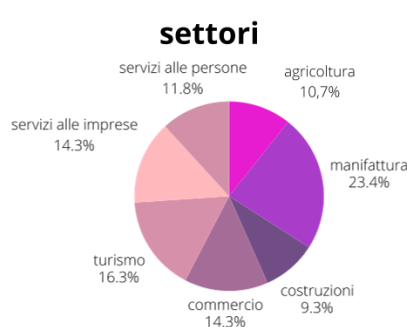
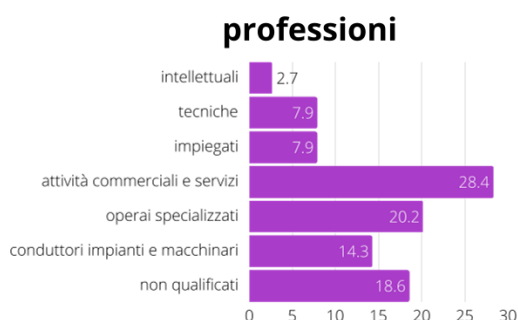
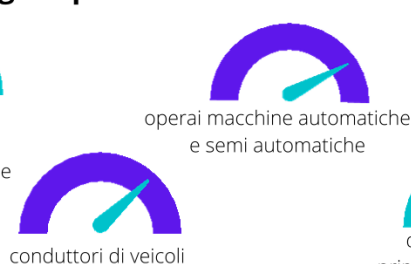


Figure professionali di difficile reperimento



Tec Star e le nanotecnologie:

RICERCA, APPLICAZIONI E NUOVE SFIDE

L'innovazione che parte da Modena e le prospettive per un settore in espansione.

FRANCESCA RICCI

Nata in un contesto accademico d'eccellenza, Tec Star Srl di Bomporto (MO) è oggi una delle realtà italiane più attive nel campo delle nanotecnologie applicate. Con l'ingresso recentissimo di Bromance nel capitale, l'azienda si prepara a diventare parte di un polo nanotecnologico privato e integrato, capace di coprire l'intera filiera, dalla ricerca alla realizzazione di soluzioni su misura per diversi settori produttivi. In questa intervista a Modena Economica, il Presidente e CEO Alberto Borghi ripercorre le origini dell'impresa, parla del ruolo della ricerca e delle prospettive per un settore in crescita, ma non privo di sfide.

Il percorso che ha portato alla nascita di Tec Star affonda le sue radici nel periodo post laurea di Borghi presso il Dipartimento di Fisica dell'Università di Modena, allora in stretta collaborazione con l'Istituto Nazionale di Fisica della Materia, poi confluito nel CNR. Era il tempo in cui si sviluppavano i Tecnopoli regionali e, a Modena, le attività di trasferimento tecnologico verso le imprese si concentravano sul tema delle superfici innovative. La fisica delle superfici, tradizionalmente legata ai semiconduttori e al magnetismo, cominciava a dialogare con il mon-

do della meccanica, introducendo materiali a basso coefficiente di attrito e scarsa usura. Da qui l'idea di un'impresa in grado di portare sul mercato queste competenze, sfruttando le possibilità emergenti delle nanotecnologie.

Un ruolo centrale in questo percorso è stato assunto dal laboratorio interno, supportato da collaborazioni strategiche con università e istituti di ricerca. Questi partenariati, sottolinea Borghi, "consentono di accedere a tecnologie all'avanguardia e di rimanere costantemente aggiornati", oltre a offrire ai clienti soluzioni sempre innovative, spesso sconosciute nei loro benefici e potenzialità applicative.

L'ingresso di Bromance nel capitale sociale di Tec Star rappresenta un passaggio chiave. Secondo Borghi, il primo impatto sarà sulla capacità di marketing e comunicazione, aree in cui l'azienda, formata prevalentemente da ricercatori, non aveva un'impostazione strutturata. "Comunicare efficacemente le opportunità e i limiti delle nanotecnologie, oltre a saperle applicare con personale specializzato, può costituire un vero booster per molti settori produttivi", spiega. Un obiettivo che richiederà di





tradurre le competenze tecniche in proposte comprensibili e utilizzabili dalle imprese.

Sul piano applicativo, oggi le richieste più frequenti riguardano i nanoCoatings, rivestimenti ultrasottili in grado di conferire nuove proprietà ai materiali, e i nanoFluidi, soluzioni a base acqua o solvente con nanoparticelle utilizzabili in campi che vanno dall'agricoltura, con la riduzione dei fertilizzanti chimici, ai carburanti a basso impatto ambientale.

Il contributo delle nanotecnologie alla sostenibilità è concreto. In edilizia, spiega Borghi, possono essere impiegate per "rivestimenti riflettenti ed emissivi che controllano passivamente la temperatura degli edifici, per trattamenti che riducono l'adesione dello sporco e migliorano la qualità dell'aria, per proteggere i materiali prolungandone la durata o per migliorare l'efficienza dei pannelli solari". Nei trasporti, nanoadditivi specifici permettono ridurre le emissioni, aumentando la durata dei componenti.

La verticalizzazione della filiera, resa possibile dall'unione con Bromance, è considerata un fattore determinante. Le nanotecnologie, pur conosciute da anni nel mondo della ricerca e in parte nel manifatturiero, incontrano difficoltà nel passaggio dalla scala di laboratorio a quella industriale. Bromance agirà come porta di accesso per le imprese, offrendo un servizio completo, "dallo studio del problema alla fornitura di prodotti o applicazioni dedicate", e riportando a Tec Star le esigen-

ze del mercato, così da valutare la fattibilità di soluzioni nanotecnologiche adatte.

L'approccio di Tec Star resta "sartoriale": non esiste un'unica soluzione valida per tutto. Ogni applicazione richiede verifiche e talvolta modifiche profonde alla formulazione, partendo dalle molecole fino alle nanoparticelle. "Non sempre si arriva al risultato, ma anche questo, nel mondo della ricerca, rappresenta un esito utile", osserva Borghi.

Guardando al futuro, Borghi individua due ambiti di grande potenziale: i nanoCoatings, in forte crescita globale grazie alla riduzione dell'uso di materie prime e alla maggiore durabilità dei materiali, e il settore dell'energia, con carburanti e lubrificanti a basso impatto, materiali innovativi per l'efficienza energetica, componenti leggeri per i trasporti e nanomateriali per batterie e celle a combustibile. Per il manager modenese, "le nanotecnologie sono un fattore di accelerazione" e la sfida è saperle utilizzare in modo mirato.

L'esperienza di Tec Star mostra come la contaminazione tra ricerca accademica e industria possa generare imprese capaci di posizionarsi su mercati ad alta tecnologia. L'alleanza con Bromance segna un'evoluzione nella capacità di trasformare innovazione scientifica in soluzioni industriali concrete, confermando il ruolo centrale della provincia di Modena nello sviluppo di tecnologie avanzate con potenzialità globali.



Pasticceria Turchi:

DAL CROCCANTE ARTISTICO AL CIOCCOLATO D'AUTORE

Marisa Tognarelli, maestra artigiana, porta nel marchio “Tradizione e Sapori di Modena” il croccante e il gusto autentico dell'Appennino.

FRANCESCA RICCI

Tra le vie di Sestola, immersa nell'Appennino modenese, la Pasticceria Turchi è da oltre cinquant'anni un punto di riferimento per chi cerca eccellenza artigianale e creatività. Fondata nel 1973, ha saputo coniugare tradizione e innovazione, portando le sue specialità - dal croccante artistico al cioccolato in tutte le sue forme - ben oltre i confini locali. È proprio con il croccante artigianale del Frignano, dolce tipico della zona appenninica del Frignano, realizzato con zucchero caramellato e mandorle tritate, che l'azienda fa parte del marchio 'Tradizione e Sapori di Modena' da circa 20 anni.

Alla sua guida, Marisa Tognarelli, maestra nell'arte dolciaria, socia dell'A.C.A.I. e protagonista di numerosi riconoscimenti nazionali, ci ha fatto entrare nel cuore del suo lavoro, parlando di prodotti, territorio, premi e futuro. La Pasticceria Turchi nasce nel cuore dell'Appennino modenese e oggi è riconosciuta a livello nazionale. Come si è evoluta la vostra produzione artigianale nel tempo, e quali prodotti sente oggi più rappresentativi della vostra identità? “È dal

lontano 1973 che sono entrata in questa attività, i prodotti che più mi rappresentano sono la lavorazione artistica del croccante e del cioccolato.”

Fate parte del paniere “Tradizione e Sapori di Modena”, che valorizza le eccellenze locali. Che tipo di impatto ha avuto questo riconoscimento sul vostro posizionamento economico e sulla percezione del marchio, anche fuori provincia? “Fare parte di questo marchio per una piccola attività è molto importante. Agli occhi del cliente è un segno di garanzia e qualità. Valorizza il mio prodotto in tutti gli ambiti”.

Nel vostro laboratorio convivono tradizione dolciaria e sperimentazione con ingredienti del territorio come Parmigiano Reggiano, aceto balsamico, castagne e miele. Quanto conta oggi creare rete con produttori locali per offrire un prodotto distintivo e sostenibile? “Sono riuscita ad abbinare il cioccolato di qualità con i prodotti del mio territorio. I miei clienti del territorio, e non solo, apprezzano molto tutte le mie preparazioni. Infatti, avendo tante ri-





chieste, in particolare per il cioccolato in tutte le sue forme e per il croccante per le cerimonie 'come una volta', sono molto soddisfatta dei risultati."

Appartenete all'A.C.A.I. – Associazione Cioccolatieri Artigiani Italiani – e avete ricevuto importanti riconoscimenti, come il podio al Sigep di Rimini o il premio per la miglior pralina all'aceto balsamico tradizionale. Che valore hanno avuto questi risultati per la vostra credibilità e competitività sul mercato nazionale? "Sì, essere cioccolatiere appartenente al gruppo A.C.A.I. è molto importante. Sono riuscita a portare il mio prodotto in diverse città italiane con gli eventi che abbiamo sempre organizzato e sono stata premiata tante volte per le mie sculture ed i miei cioccolatini, specialmente nell'abbinamento con l'aceto ABTM DOP. Questo ha creato un'immagine di me positiva sui clienti ed un mercato redditizio."

Sestola è una realtà montana con vocazione turistica, ma anche con sfide logistiche per chi produce artigianalmente. Quali difficoltà affrontate nella gestione quotidiana, se presenti, e che vantaggi offre invece lavorare in un contesto di questo tipo? "Lavorare a Sestola offre più vantaggi. Il primo è l'arrivo di turisti, che permette al mio prodotto di viaggiare in tutta Italia. Inoltre, grazie ai social media, non mi sento isolata e riesco a gestire consegne e spedizioni ovunque."

Ogni anno organizzate i "Giochi di Cioccolato e Croccante", evento che unisce cultura, gusto e artigianato. Che tipo di ricaduta ha questa manifestazione sul territorio, sia in termini economici che di promozione culturale locale? "Tutti mi chiamavano "Madam Binoche" quando, nel lontano 2002, organizzai questa manifestazione per la prima volta. Allora non avevo idea di quanto sarebbe diventato importante questo evento. Quella volta arrivò una marea di gente e nessuno si aspettava un successo così grande. Tutto ciò ha

cambiato anche il mio modo di lavorare: avevo capito che dovevo perfezionarmi. Sapevo già lavorare il croccante, ma cominciai a curare la mia formazione nel campo del cioccolato, frequentando scuole e corsi di pasticceria, in Italia ed all'estero. Viaggiai per il mondo visitando le piantagioni di cacao per toccare con mano questo alimento favoloso."

Avete recentemente realizzato un'opera speciale per la Federazione Italiana Suonatori di Campane, donata a Papa Leone XIV in occasione del Giubileo dei Campanari. Com'è nato questo progetto e cosa ha rappresentato per voi portare l'artigianato dolciario fino in Vaticano? "Ero stata contattata in primavera da un componente della Federazione Nazionale Suonatori di Campane, il signor Gabriele Sarti. Ho preparato un progetto e ho realizzato una campana di croccante alta cm 70 e del peso di kg 8,50. È stata molto apprezzata da tutti, con grande orgoglio anche per il mio paese e i miei clienti. È stata una soddisfazione enorme per il mio lavoro."

Guardando al futuro, come immagina il passaggio generazionale della Pasticceria Turchi? Sta cercando giovani da formare o pensa a un modello di continuità differente per mantenere viva l'identità e la qualità dell'azienda? "Come in tutte le aziende artigianali, questi tempi sono un po' duri. Si trova poco aiuto e malformato, le giovani generazioni non sono interessate ai lavori manuali. Faccio il possibile per formare giovani ed insegnare questa realtà, vedremo dove ci porterà il futuro."

La storia di Marisa Tognarelli è quella di un'artigiana che ha saputo unire arte, sapori e identità territoriale. Con il croccante e il cioccolato come ambasciatori dell'Appennino modenese, la Pasticceria Turchi non è solo un'impresa, ma un tassello vivo della cultura locale, proiettato verso un futuro che spera di condividere con nuove generazioni di artigiani.