

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

Numero 5
settembre
ottobre
2025



METROLOGIA LEGALE:
UN CONVEGNO IN CCIAA
PER ANALIZZARE IL
SETTORE

PREMIO IMPRESE
STORICHE: 6 NUOVI
INGRESSI TRA IL 2024
E IL 2025

COME FARSI TROVARE
ALL'ESTERO: BUSSOLA
DIGITALE PER L'EXPORT

VALORE AGGIUNTO
PRO CAPITE:
MODENA SESTA
IN ITALIA



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Numero 5 settembre-ottobre 2025

DOSSIER

- 1 Camere di commercio: 10 anni dalla riforma
- 2 Promos Italia: risultati 2025 e nuove prospettive per il 2026

INIZIATIVE

- 4 Quando la precisione fa la differenza: perché la metrologia riguarda tutti
- 6 Le aziende centenarie modenesi: 6 nuovi ingressi tra il 2024 e il 2025
- 8 Ultimi Weekend per "Modena Ti Regala una Notte" scade l'incentivo al turismo
- 9 Investire in sicurezza: raddoppiano i fondi per le imprese modenesi
- 10 Premio Impresa Ambiente: aperte le candidature per la XIII edizione

INNOVAZIONE

- 11 "Fare Digitale": un corso per capire e guidare la trasformazione digitale in azienda
- 12 L'Al per il Business: corso gratuito sulla trasformazione digitale
- 13 Conosci l'input perturbation attack?

EXPORT

- 15 Farsi trovare all'estero: la bussola digitale per l'export
- 16 Startup e PMI: le opportunità europee per innovare e crescere
- 17 Segnali contrastanti per l'export modenese nel secondo trimestre 2025

INDICATORI

- 21 Scenari Prometeia: riviste al ribasso le stime di crescita
- 23 Leggera crescita per le imprese modenesi nel terzo trimestre
- 26 Leadership femminile: una leva per lo sviluppo e la cultura del cambiamento
- 28 Pressoché stabili le imprese femminili nel terzo trimestre del 2025
- 30 Crescono le imprese giovanili nel terzo trimestre
- 32 Imprese gestite da stranieri: prosegue la crescita nel III trimestre
- 34 Valore aggiunto pro capite: Modena sesta provincia italiana
- 35 Dataview: l'istruzione in provincia di Modena
- 36 Dataview: gli indicatori congiunturali di ottobre 2025
- 37 Excelsior: in flessione le previsioni di assunzione delle imprese

MADE IN MODENA

- 39 Pasticceria Modenese: tra tradizione locale e pratiche contemporanee
- 41 La Corte di Dotti dove la tradizione si rinnova nel cuore di Modena

TIPICITA'

- 44 Marchio "Tradizione e Sapori di Modena"

NOTIZIE

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

Camere di commercio:

10 ANNI DALLA RIFORMA



UNIONCAMERE

Più donne al vertice, più laureati, più servizi innovativi dedicati alle imprese e al territorio. Alla resa dei conti, la riforma imposta alle Camere di commercio dalla Legge sulla pubblica amministrazione del 2015, per quanto complessa e non priva di inciampi, ha consegnato al Paese una rete di strutture più snelle ma più robuste, più efficienti ed efficaci nella propria azione.

Lo ha sottolineato il presidente di Unioncamere, Andrea Prete, nel suo intervento all'Assemblea di Unioncamere dello scorso 29 ottobre a Roma.

La legge, ha ricordato, imponeva di ridurre il numero delle strutture da 105 a 60, attraverso accorpamenti tra Camere dettati dal numero minimo di imprese iscritte (75mila); riduceva le aziende speciali, bracci operativi delle Camere nei territori, portandole da 117 a 60; tagliava alcune funzioni "storiche", come quella riguardante l'internazionalizzazione delle imprese, delimitandone e circoscrivendone altre.

"Il sistema camerale ha reagito bene agli input della riforma", ha detto Prete "e ha saputo riconquistare il

ruolo di amministrazione di riferimento delle imprese sui territori rinnovandosi al proprio interno".

Oggi le Camere di commercio registrano una maggiore presenza femminile negli organi di vertice (nei Consigli le donne sono intorno al 30%, quasi 10 punti in più del 2014); nel personale, che si è ridotto di numero, è cresciuto il numero dei laureati, ora superiore al 52% del totale dei dipendenti camerale (erano meno del 40% nel 2014); quasi un quarto del personale oggi si occupa di funzioni di promozione (dal 16% del 2014); è stata effettuata una concentrazione delle partecipazioni nelle diverse società, con una maggiore focalizzazione in quelle che operano per la diffusione dell'innovazione tecnologica e lo sviluppo locale.

Secondo il presidente Prete, "sui temi della digitalizzazione e delle nuove tecnologie, della transizione sostenibile, della semplificazione amministrativa, della composizione delle crisi di impresa, del mercato del lavoro e della finanza, il sistema camerale ha acquisito un nuovo ruolo e un riconoscimento ampio anche da parte delle imprese".

Promos Italia:

RISULTATI 2025 E NUOVE PROSPETTIVE PER IL 2026



Le imprese modenesi protagoniste dell'internazionalizzazione nel sistema camerale

Un incontro dedicato all'apertura verso i mercati esteri, alla crescita delle imprese e all'attrattività del territorio. È questo lo spirito che ha animato la giornata del 28 ottobre alla Camera di Commercio di Modena, dove si è svolta la presentazione dei risultati 2025 e delle nuove prospettive 2026 di Promos Italia, l'agenzia nazionale del sistema camerale per l'internazionalizzazione delle imprese, partecipata anche dall'Ente Camerale modenese.

Alla presenza del Presidente della Camera di Commercio Giuseppe Molinari, del Vicesegretario Generale Massimiliano Mazzini, del Direttore Generale di Promos Italia Giovanni Rossi, e di tre imprese testimonial del territorio, l'incontro ha rappresentato un momento di confronto importante per il mondo imprenditoriale modenese.

L'obiettivo? Fare il punto sulle attività svolte nel corso dell'anno e delineare le linee guida per il futuro, in un contesto economico in cui l'internazionalizzazione è sempre più un fattore strategico di crescita.

"L'internazionalizzazione è una sfida, ma anche un'opportunità concreta - ha ricordato il Presidente Molinari -. Il compito delle Camere di Commercio, e di Promos Italia, è accompagnare le imprese, so-

prattutto le PMI, in un percorso di crescita che rafforza l'intero territorio."

Un 2025 all'insegna dei risultati e delle collaborazioni

Il 2025 si chiude per Promos Italia con numeri significativi e risultati tangibili.

Il programma InBuyer - a livello nazionale - ha visto la realizzazione di 11 eventi B2B digitali, che hanno coinvolto 841 imprese italiane e 369 operatori esteri, per un totale di oltre 3.300 incontri virtuali e più di 4.000 business card scambiate. Un bilancio positivo, confermato anche dal grado di soddisfazione espresso dalle imprese: il 93% ha valutato l'esperienza in modo complessivamente positivo.

Anche la linea Outgoing, dedicata alla ricerca partner all'estero, ha registrato risultati di rilievo: 9 iniziative in 14 Paesi, con 135 imprese partecipanti e quasi mille incontri B2B organizzati. I settori protagonisti - arredo e design, edilizia, meccanica, agroalimentare e tecnologie - raccontano la varietà e la forza del made in Italy. Da Modena hanno preso parte 15 aziende, a conferma della vivacità e dell'interesse del tessuto produttivo locale verso i mercati internazionali.

Parallelamente, l'attività Advisory ha rafforzato l'offerta formativa e consulenziale, con 36 corsi NIBI, 22 consulenze Infoexport e 31 servizi digitali erogati.

ti, a supporto delle imprese nei percorsi di aggiornamento e digitalizzazione.

Tra i servizi più apprezzati spicca "Obiettivo Estero Modena", che nel 2025 ha gestito 105 richieste, 30 incontri individuali e 45 quesiti Infoexport su temi quali contrattualistica, dogane, pagamenti internazionali e marketing estero. Un'iniziativa che si conferma punto di riferimento per le aziende modenesi pronte ad affrontare con maggiore consapevolezza le sfide dei mercati globali.

Modena e l'attrattività dei territori

Tra i progetti di punta del 2025 si distingue anche "Attrattività dei territori: Modena", un'iniziativa che ha portato il nome della città al Swiss Medtech Day di Berna, principale evento svizzero dedicato all'innovazione nel settore medicale.

Grazie al supporto operativo della Camera di Commercio Italiana in Svizzera, il Tecnopolo TPM di Mirandola ha potuto presentare le proprie competenze e stabilire contatti con realtà di rilievo internazionale come CSEM e BIOTRONIK, firmando due accordi di riservatezza per future collaborazioni di ricerca.

L'attività si è estesa anche al comparto Pharma, con un'azione di scouting che ha suscitato l'interesse di importanti operatori elvetici.

Per il 2026 sono già in programma nuove tappe, tra cui un Tech Tour a Mirandola e la partecipazione ad

altri eventi internazionali dedicati all'innovazione farmaceutica.

Le linee guida per il 2026: digitalizzazione, opportunità e reti globali

Guardando al futuro, il Direttore Generale Giovanni Rossi ha illustrato le linee strategiche 2026 di Promos Italia, che si muoveranno lungo quattro direttrici fondamentali:

- Advisory, con percorsi di formazione, orientamento ed export digitale personalizzati sulle esigenze delle imprese;
- Matching, che integra incontri B2B virtuali e iniziative all'estero, grazie a piattaforme come B-Match e a programmi di incoming per buyer internazionali;
- Opportunità, dedicata al supporto per l'accesso a bandi e strumenti finanziari nazionali ed europei;
- Attrattività, focalizzata sulla promozione dei territori italiani, la ricerca di investitori esteri e i progetti di soft landing per nuove iniziative imprenditoriali.

Un approccio sempre più integrato tra internazionalizzazione, digitalizzazione e sostenibilità, in linea con le trasformazioni del contesto economico globale.



Quando la precisione fa la differenza:

PERCHÉ LA METROLOGIA RIGUARDA TUTTI

FRANCESCA RICCI

Un litro di carburante, il peso di un pacco, un kilo di mele, la pressione di una bombola: dietro ogni cifra che accompagna i nostri gesti quotidiani si nasconde un sistema complesso, fatto di controlli, tarature e regole. È un mondo poco visibile, ma indispensabile: quello della metrologia legale, la disciplina che garantisce che le misure su cui si basano le transazioni economiche siano corrette, affidabili e uguali per tutti.

Spesso non è materia di prima pagina, eppure sostiene in silenzio una parte essenziale della vita economica e sociale e, senza la quale, le relazioni di scambio perderebbero il loro equilibrio più elementare: quello tra quantità dichiarata e quantità reale. La metrologia legale è la parte della metrologia che si occupa delle unità, dei metodi e degli strumenti di

misura in relazione alle esigenze giuridiche dello Stato. Dietro la definizione tecnica c'è un obiettivo molto concreto: assicurare la correttezza delle transazioni economiche e tutelare chi opera nel rispetto delle regole. È ciò che impedisce, ad esempio, che una pompa di benzina eroghi meno di quanto dichiara, o che una bilancia commerciale favorisca, anche involontariamente, una delle due parti.

In Italia, la gestione di questa materia è affidata alle Camere di Commercio dal 1° gennaio 2000. Una scelta legislativa che ha portato il sistema dei controlli più vicino ai territori e alle imprese. Gli Uffici Metrici camerali svolgono attività di vigilanza, verificano la conformità degli strumenti di misura, gestiscono gli elenchi dei titolari metrici e collaborano con laboratori accreditati per garantire standard

**METROLOGIA
MANUTENZIONE
FORMAZIONE**

stato dell'arte ed evoluzione di un settore

5 NOVEMBRE, ORE 9:30
CAMERA DI COMMERCIO DI MODENA E ONLINE

elevati di affidabilità.

Il principio è semplice ma cruciale: le regole valgono solo se sono uguali per tutti, e la certezza della misura è una delle condizioni minime di parità nel mercato.

Chi immagina la metrologia come una materia statica, fatta solo di sigilli e bolli, non ne coglie la trasformazione. Oggi il settore è in evoluzione continua: l'introduzione di strumenti digitali, la diffusione dell'automazione industriale e l'uso dei dati di misura nei sistemi informatici richiedono competenze nuove e un aggiornamento costante. È qui che la metrologia incontra la formazione, la manutenzione e la certificazione, diventando parte integrante della qualità dei processi produttivi.

Non si tratta solo di rispettare una norma: si tratta di rendere affidabili le relazioni economiche, di proteggere la reputazione delle imprese e di creare un ambiente competitivo basato su regole trasparenti.

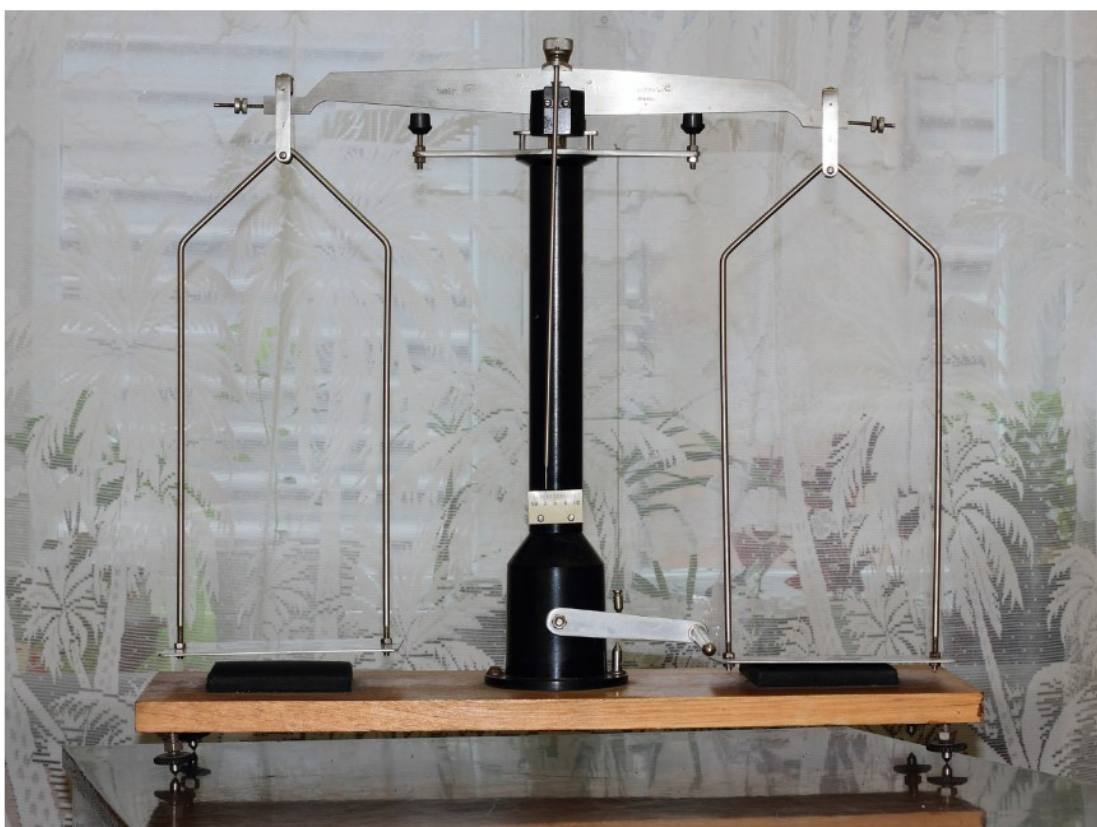
Nel territorio modenese, questo lavoro si concretizza nel quotidiano impegno sinergico della Camera di commercio di Modena, del Laboratorio Metrologico CEDEM, che svolge verifiche, controlli e attività di formazione tecnica. La collaborazione con Unioncamere, Accredia e le altre Camere dell'Emilia-Romagna consente di condividere esperienze, dati e strumenti, rafforzando un sistema pubblico che lavora a sostegno della correttezza del mercato.

In un contesto economico dove la fiducia è un valore fragile, la certezza delle misure resta un pilastro di stabilità spesso invisibile, ma decisivo.

Il 2025 è un anno simbolico per chi si occupa di misure: ricorrono i 150 anni della Convenzione del Metro, il trattato internazionale che nel 1875 ha fissato le basi di un sistema metrico comune, un anniversario che invita a guardare al futuro più che al passato, perché oggi l'esigenza di uniformità e affidabilità delle misure non riguarda solo la fisica, ma anche il digitale, la sostenibilità e la sicurezza dei consumatori.

Per questo, la Camera di Commercio di Modena ospiterà il 5 novembre 2025 il convegno "Metrologia, manutenzione, formazione: stato dell'arte ed evoluzione di un settore", un momento di confronto tra mondo associativo, istituzioni, esperti tecnici e imprese dedicato ai temi della manutenzione, della formazione e dell'evoluzione normativa.

Sarà l'occasione per analizzare uno scenario in rapido cambiamento, in cui la metrologia non è più solo garanzia di correttezza, ma anche strumento di competitività e innovazione perché dietro ogni misura c'è la scelta di costruire relazioni economiche basate sulla certezza, e non sull'approssimazione. E in tempi in cui quasi tutto può essere virtuale, sapere che almeno le misure restano reali, controllabili e condivise, è una forma concreta di sicurezza.



Le aziende centenarie modenesi:

6 NUOVI INGRESSI TRA IL 2024 E IL 2025

FRANCESCA RICCI

Il riconoscimento di Unioncamere per le «Imprese Storiche d'Italia» rappresenta un tributo concreto alle realtà imprenditoriali che da almeno un secolo operano continuativamente nello stesso settore merceologico, confermando una continuità di valori, competenze e responsabilità verso il territorio.

Il Registro Nazionale delle Imprese Storiche è stato istituito nel 2011 e raccoglie ad oggi migliaia di imprese che hanno attraversato epoche, trasformazioni di mercato, innovazioni e crisi, senza perdere la propria identità. Per la provincia di Modena, alle

precedenti iscrizioni se ne aggiungono ora sei nuove imprese per gli anni 2024-2025, che saranno ufficialmente celebrate con la cerimonia di consegna degli attestati il prossimo 6 novembre 2025 in Camera di commercio a Modena.

Le sei imprese modenesi - tutte con attività iniziata almeno 100 anni fa - sono:

- Cav. Emilio Giovetti S.r.l. - azienda con sede a Modena (località S. Donnino, Strada Vignolese 1629) attiva nella produzione e nella vendita di



IMPRESA STORICA D'ITALIA

prodotti floro-vivaistici e nella manutenzione del verde pubblico e privato. Le origini risalgono alla metà dell'Ottocento quando Luigi Giovetti avviò un'attività vivaistica, poi evoluta fino all'attuale struttura.

con sede a Sassuolo (Via Battisti 11 - MO). Le origini risalgono ad una spezieria attiva già dal tardo Cinquecento in zona Sassuolo, poi evolutasi in farmacia; l'attività ha avuto continuità generazionale con la famiglia Pacchioni/Balugani.

- C.M.B. Società Cooperativa Muratori e Braccianti di Carpi - cooperativa edile con sede a Carpi (MO), nata originariamente come "Cooperativa Muratori" nel 1908 e "Cooperativa Braccianti" nel 1904, poi fuse nell'attuale forma. Nel corso del Novecento e oltre ha realizzato importanti opere infrastrutturali e civili, e oggi si colloca tra le imprese di riferimento del settore costruzioni in Italia.
- Cantina di Santa Croce Soc. Agr. Coop. - cooperativa agricola con sede nella frazione di Santa Croce (Carpi - MO), fondata il 26 maggio 1907 da un gruppo di produttori di uva uniti per trasformare e commercializzare i propri conferimenti. La cantina lavora oggi oltre 250 soci e ha una potenzialità produttiva importante, puntando con forza sui vitigni autoctoni della zona (Lambrusco, Salamino, Sorbara).
- Roteglia 1848 S.r.l. - distilleria artigianale nata nel 1848 nel centro dell'Emilia (Sassuolo - MO) da una famiglia svizzera immigrata nel Ducato di Modena; ha mantenuto la produzione di liquori tradizionali e infusi, tramandando ricette che risalgono a oltre un secolo fa. Oggi l'azienda continua con forte legame al territorio e con produzione artigianale.
- Moreali Tessile Casa S.r.l. - impresa con sede a Sassuolo (MO), storica nella vendita di tessuti per la casa e biancheria, con una tradizione commerciale che risale al XIX secolo (tra i fondatori vi erano tessitori e commercianti di biancheria). L'attività ha mantenuto la continuità della sua presenza nel territorio e una forte specializzazione nel settore tessile-casa.
- Antica Farmacia Pacchioni del dott. Balugani Giulio & c. s.a.s. - farmacia e spezieria storica

Questo arricchimento al registro delle imprese storiche testimonia la vitalità e la profondità del tessuto imprenditoriale della provincia di Modena, che non solo conserva una memoria di lungo corso ma dimostra quotidianamente la capacità di adattarsi alle trasformazioni del mercato e dell'economia. Il riconoscimento non è soltanto simbolico: l'iscrizione al Registro comporta l'attribuzione dell'attestato della Camera di Commercio competente e la possibilità di utilizzare il marchio "Impresa Storica d'Italia", favorendo visibilità, prestigio e un racconto aziendale che può essere valorizzato anche in chiave formativa e strategica.

La cerimonia del 6 novembre sarà un momento di celebrazione per queste sei realtà e al contempo un'occasione per riflettere sul rapporto tra storia d'impresa, territorio e futuro. In una fase economica in cui l'innovazione, la sostenibilità e la responsabilità sociale diventano leve fondamentali, le imprese che hanno attraversato un secolo o più di storia rappresentano vere e proprie «sentinelle del cambiamento»: sanno che la continuità non significa immobilismo, ma capacità di reinventarsi, di tenere insieme radici e visione, generazioni e mercato. Per il territorio modenese, la presenza di queste imprese centenarie è un patrimonio da conoscere, valorizzare e far dialogare con le nuove generazioni imprenditoriali.

I nuovi ingressi 2024-2025 nel Registro delle Imprese Storiche per la provincia di Modena sottolineano come la storia aziendale possa costituire un fattore competitivo, un segno di affidabilità e un racconto di identità territoriale. Le sei aziende citate, ognuna nel suo ambito – vivaistica e verde pubblico, edilizia e infrastrutture, vitivinicolo, distillazione, tessile-casa, farmacia storica – mostrano quanto diversificato sia il tessuto produttivo locale e quanto è importante preservare e trasmettere un patrimonio di competenze che il tempo ha contribuito a costruire.



Ultimi Weekend per "Modena Ti Regala una Notte"

SCADE L'INCENTIVO AL TURISMO

L'iniziativa "Modena ti regala una notte", promossa per incentivare la permanenza turistica nel modenese, è entrata nella sua fase finale. Lanciata a giugno 2025, l'opportunità per i visitatori di ottenere il rimborso di un pernottamento sta per chiudersi: la scadenza ultima è fissata per domenica 14 dicembre 2025.

L'iniziativa prevede il rimborso diretto del costo di un pernottamento (camera) per una notte a tutti coloro che avranno soggiornato almeno due notti tra venerdì, sabato e domenica in strutture ricettive della provincia di Modena.

Il rimborso per ogni camera non potrà superare i 200,00 € e ciascun soggetto richiedente (turista o

impresa) non potrà ricevere rimborsi complessivamente superiori ai 2.000,00 €. Verrà rimborsata l'ultima notte del weekend.

Il progetto coinvolge tutte le attività ricettive (alberghiere o extralberghiere) della provincia di Modena, purché si tratti di strutture regolarmente iscritte al Registro Imprese. Per verificare l'iscrizione è possibile consultare l'elenco disponibile nel sito.

La richiesta di rimborso andrà inviata solo dopo aver effettuato il soggiorno.

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



 CAMERA DI COMMERCIO
MODENA


 VISITMODENA


 territori
Bologna
Modena


 VISIT EMILIA
ROMAGNA

Investire in sicurezza:

RADDOPPIANO I FONDI PER LE IMPRESE MODENESI

Domande aperte fino a dicembre 2025.

In un contesto in cui la sicurezza delle attività economiche resta una priorità, la Camera di commercio di Modena, in collaborazione con 32 Comuni del territorio aderenti all'iniziativa, ha deciso di rafforzare il sostegno alle piccole imprese locali attraverso il Fondo per la Sicurezza, raddoppiando le risorse camerali, che raggiungono i 100.000,00 €, a dimostrazione dell'impegno congiunto per salvaguardare il tessuto produttivo.

Il bando si rivolge specificamente alle piccole imprese del Modenese che intendono investire in nuovi sistemi di protezione per i propri locali.

Quali investimenti sono ammissibili?

Il Fondo è destinato a coprire le spese (al netto IVA) sostenute a partire dal 1° gennaio 2025 per l'acquisto e l'installazione di una vasta gamma di sistemi di sicurezza, distinguendoli in quattro categorie principali:

1. Tecnologia e Collaborazione con le Forze dell'Ordine: Rientrano in questa tipologia gli impianti di videoallarme antirapina conformi ai requisiti di protocollo (rinnovato da ultimo nel 2024), che prevedono un collegamento video diretto con la Questura e i Carabinieri. Questi sistemi rappresentano la priorità nell'assegnazione dei contributi.
2. Sistemi Attivi: Si tratta di impianti di videosorveglianza a circuito chiuso e sistemi antintrusione che includono allarmi acustici e i dispositivi nebbiogeni, utili a disorientare eventuali intrusi.
3. Sicurezza Passiva e Strutturale: Include tutti gli elementi fisici di protezione, dalle casseforti alle porte e serrande blindate, fino alle inferriate, ai vetri antisfondamento e ai sistemi antitaccheggio. Sono ammesse anche le spese per dispositivi di illuminazione specifici per rendere visibile l'interno dei locali da remoto o di notte.
4. Servizi di Vigilanza: Sono ammissibili anche i costi relativi ai canoni per i contratti stipulati con Istituti di vigilanza per la sorveglianza dei locali, a partire dal 2025.

L'entità dell'aiuto economico varia a seconda della localizzazione dell'impresa e della tipologia di impianto:

- Nei Comuni Aderenti (i 32 che cofinanziano l'iniziativa): il contributo copre il 50% delle spese ammissibili. Il tetto massimo di contributo è di 3.000 € per i sistemi di videoallarme antirapina (Tipologia 1) e di 1.200 € per le altre tipologie (2, 3 e 4).
- Nei Comuni Non Aderenti: la percentuale si riduce al 40% delle spese ammissibili, con massimali di 2.400 € (Tipologia 1) e 960 € (altre tipologie).

Inoltre, le imprese che dimostrano di essere in possesso del rating di legalità riceveranno una premialità aggiuntiva di 250 €. L'agevolazione è concessa in regime "de minimis" e non è cumulabile con altri bandi per la medesima spesa.

Le domande possono essere presentate, esclusivamente in modalità telematica sulla piattaforma Restart, fino alle ore 20:00 di venerdì 19 dicembre 2025.

Possono partecipare solo le imprese che non hanno beneficiato del Fondo Sicurezza, per qualsiasi tipologia di impianto, nelle tre annualità precedenti (2022, 2023, 2024) in riferimento alla stessa localizzazione aziendale. La graduatoria per l'assegnazione seguirà un ordine di priorità che premia, in primo luogo, gli investimenti in impianti di videoallarme collegati alle Forze dell'Ordine e determinate categorie di attività economica, e solo in ultima istanza, le altre tipologie di impianti.

Premio Impresa Ambiente:

APERTE LE CANDIDATURE PER LA XIII EDIZIONE

Riparte il Premio Impresa Ambiente, il principale riconoscimento nazionale dedicato alle aziende italiane che fanno della sostenibilità un fattore di innovazione e competitività. Il bando della tredicesima edizione è aperto dal 24 ottobre 2025 al 24 gennaio 2026, e invita imprese di ogni dimensione - dalle micro alle grandi - a candidarsi attraverso il sito ufficiale www.premioimpresambiente.it.

Promosso dalla Camera di Commercio di Venezia Rovigo e da Unioncamere, con il supporto di Assocamerestero e della Stazione Sperimentale del Vetro, il premio punta a valorizzare esempi concreti di imprese che hanno integrato la sostenibilità nelle proprie strategie di crescita, in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

L'iniziativa si rivolge non solo alle aziende italiane, ma anche alle imprese estere fondate da imprenditori italiani e iscritte alle Camere di Commercio del network Assocamerestero. L'obiettivo è diffondere una cultura d'impresa capace di coniugare innovazione, responsabilità sociale e rispetto per l'ambiente.

Come nelle precedenti edizioni, il premio si articola in quattro categorie principali:

- Miglior prodotto o servizio per lo sviluppo sostenibile, dedicato alle innovazioni che migliorano la qualità della vita e riducono l'impatto ambientale;
- Miglior processo o tecnologia per lo sviluppo sostenibile, per chi ottimizza risorse e promuove l'economia circolare;
- Miglior cooperazione per lo sviluppo sostenibile, riservato ai progetti nati da collaborazioni internazionali pubblico-private.

Accanto a queste, sono previsti Premi Speciali per il Giovane Imprenditore, la Start-up innovativa e le imprese del circuito Assocamerestero, che si distinguono per il loro contributo a modelli produttivi "verdi". Dopo una prima selezione tecnica, una giuria composta da esperti e rappresentanti delle istituzioni individuerà i vincitori.

Il Premio Impresa Ambiente rappresenta, ancora una volta, un'occasione per osservare da vicino come la sostenibilità possa tradursi in valore economico, sociale e ambientale - e in un laboratorio di idee per un'economia italiana più responsabile e competitiva.



Premio
impresa
ambiente

"Fare Digitale": UN CORSO PER CAPIRE E GUIDARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE IN AZIENDA

Comprendere la trasformazione digitale non è più un'opzione, ma una necessità per ogni impresa. A supporto di chi vuole orientarsi tra tecnologie, processi e nuovi modelli organizzativi, la PID Academy - la piattaforma di formazione gratuita promossa dai Punti Impresa Digitale delle Camere di Commercio - lancia il nuovo corso "Fare Digitale: principi e strumenti della trasformazione digitale".

Pensato per imprenditori, professionisti e responsabili aziendali, il corso offre un percorso pratico e accessibile per capire come avviare o rafforzare la digitalizzazione della propria attività.

Strutturato in otto video lezioni, accompagnate dalle slide didattiche, il programma affronta i concetti chiave della transizione digitale con un approccio concreto e operativo. Gli argomenti sono pensati per essere immediatamente applicabili alla realtà

aziendale, aiutando a tradurre la teoria in azioni quotidiane.

Essendo interamente registrato e fruibile online, il corso si adatta ai ritmi di ciascun partecipante: è possibile seguirlo in autonomia, mettere in pausa e riprendere quando si preferisce. Tutti i materiali restano poi disponibili nell'area riservata, così da poterli consultare in ogni momento.

Con "Fare Digitale", la PID Academy continua a promuovere una cultura digitale diffusa, mettendo a disposizione strumenti di formazione aperti e di qualità, pensati per accompagnare le imprese italiane nel loro percorso di innovazione.

Per informazioni e iscrizioni, è disponibile la pagina dedicata sul sito della PID Academy oppure contattata pid@mo.camcom.it 059/208501-502.



L'AI per il Business:

CORSO GRATUITO SULLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

La trasformazione digitale non è più un'opzione, ma una necessità strategica per la competitività delle imprese. Al centro di questo cambiamento si colloca l'Intelligenza Artificiale (AI), uno strumento che promette di rivoluzionare l'efficienza operativa attraverso l'automazione dei processi.

Per accompagnare imprenditori, manager e professionisti in questa transizione, la PID Academy, in collaborazione con la Camera di Commercio di Reggio Calabria, offre un Corso Gratuito introduttivo e fondamentale: Trasformazione Digitale con l'Intelligenza Artificiale.

Le basi dell'AI per l'automazione

Il corso è pensato per chiunque desideri esplorare le potenzialità dell'AI, anche senza alcuna esperienza pregressa in ambito tecnologico. In sole due ore di formazione, articolate in due moduli video e slide, il percorso fornisce una panoramica completa su come l'AI e l'automazione possono essere applicate in un contesto aziendale.

I partecipanti avranno modo di apprendere concetti chiave e strumenti pratici che oggi sono essenziali per l'ottimizzazione del business:

- **Workflow Automation:** L'introduzione all'automazione dei flussi di lavoro aziendali.
- **RPA (Robotic Process Automation):** Comprendere come i "robot" software possano gestire attività ripetitive.

- **AI Agenti basati su LLM (Large Language Models):** Esplorare l'uso dei modelli linguistici avanzati per funzioni specifiche.

Il focus del corso è pragmatico: l'obiettivo è far comprendere la differenza tra questi strumenti, valutarne i punti di forza e le limitazioni, e fornire le basi per scegliere la soluzione di AI e automazione più adatta alle specifiche esigenze aziendali.

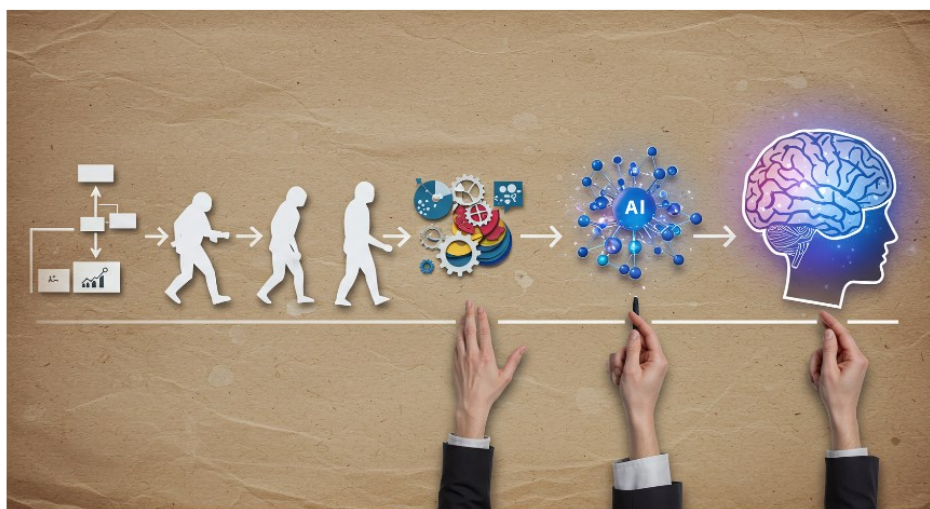
Formazione Flessibile e Riconoscimenti

Il corso è erogato in modalità online e vanta la massima flessibilità: è accessibile in qualsiasi momento e sarà disponibile fino al 31 dicembre 2025.

Il percorso formativo, che unisce teoria a esempi reali di implementazione dell'AI, offre anche approfondimenti essenziali su due aspetti spesso trascurati: i costi e i cambiamenti organizzativi che l'adozione dell'automazione comporta.

Al termine della formazione, i partecipanti riceveranno un Open Badge, una certificazione digitale delle competenze acquisite, utile per il proprio profilo professionale.

Per iniziare il percorso e scoprire come l'AI può diventare un fattore di crescita per il proprio business, è sufficiente registrarsi sulla piattaforma della PID Academy.



Conosci L'INPUT PERTURBATION ATTACK?

Dizionario di Cybersecurity

Nel mondo della cyber security aziendale, le minacce evolvono costantemente. Uno degli attacchi più subdoli e tecnicamente sofisticati degli ultimi anni è l'Input Perturbation Attack.

Questo tipo di attacco prende di mira i sistemi di intelligenza artificiale e machine learning (AI/ML), sempre più utilizzati dalle imprese per automatizzare processi, analizzare dati e prendere decisioni.

In questo articolo esploreremo cos'è un Input Perturbation Attack, come può colpire le aziende e come difendersi.

Cos'è un Input Perturbation Attack

Un Input Perturbation Attack, noto anche come attacco avversarial, è una tecnica attraverso cui un attaccante modifica impercettibilmente i dati in input a un sistema di intelligenza artificiale per ottenere un risultato errato o manipolato.

Queste perturbazioni sono quasi invisibili a occhio nudo, ma sufficienti a confondere modelli AI anche molto avanzati. Un classico esempio: un'immagine

di un semaforo leggermente alterata che viene classificata erroneamente da un sistema di guida autonoma come un cartello stradale.

Perturbation Attack: come avvengono gli attacchi alle imprese

Le imprese sono sempre più dipendenti da sistemi basati su Intelligenza Artificiale e Machine Learning per attività come:

- Riconoscimento facciale nei sistemi di sicurezza;
- Analisi dei dati finanziari;
- Rilevamento delle frodi;
- Diagnosi medica automatizzata;
- Controllo qualità automatizzato in ambito industriale.

Dunque, in un contesto aziendale, un attacco tramite Input Perturbation può portare a conseguenze gravi quali:

Manipolazione dei risultati
un attacco al sistema antifrode di una banca può





permettere il passaggio di transazioni fraudolente;

Compromissione della sicurezza nei sistemi biometrici, un volto contraffatto può superare i controlli d'accesso;

Sabotaggio industriale
piccoli cambiamenti nelle immagini dei prodotti possono ingannare sistemi di controllo qualità, permettendo l'uscita di merce difettosa;

Danni reputazionali
errori derivanti da modelli compromessi possono compromettere la fiducia di clienti e partner.

Chi sono gli autori di questi attacchi? Gli hacker possono essere sia esterni che insider, con accesso ai dati o al modello di AI da parte di chi è già dentro l'impresa.

Come proteggere la tua impresa dagli Input Perturbation Attack

In un'epoca in cui l'intelligenza artificiale e i sistemi automatizzati stanno rivoluzionando il mondo del business, gli input perturbation attacks rappresentano una minaccia concreta e sofisticata che gli imprenditori non possono più ignorare.

Proteggersi da questi attacchi richiede un approccio proattivo e multilivello. Ecco alcune strategie chiave:

Difese adversarial-aware nei modelli AI
Integrare tecniche di Adversarial Training, che addestrano il modello a riconoscere e gestire input manipolati. È simile a un vaccino: si "espone" il modello a perturbazioni durante l'addestramento.

Monitoraggio continuo degli input
Implementare sistemi che analizzano gli input in tempo reale alla ricerca di anomalie o segnali sospetti, ad esempio attraverso tecniche di anomaly detection.

Difese a livello di sistema

Non affidarsi unicamente ai modelli AI. Integrazione di controlli ridondanti (es. verifica umana, logica aggiuntiva, controlli basati su regole) può prevenire decisioni errate.

Blind test e audit periodici

Effettuare audit regolari sui modelli AI per testarne la robustezza contro attacchi adversariali. Utilizzare team red-team/blue-team per simulare attacchi reali.

Data governance e sicurezza dei dati

Proteggere i dati di addestramento: se un attaccante riesce a compromettere questi dati, può influenzare il comportamento del modello. È essenziale implementare rigorose policy di data security.

Concludendo, possiamo dire che per proteggere la tua azienda dagli input perturbation attacks, è importante considerare la sicurezza come parte integrante delle tue strategie digitali. Coinvolgere esperti e aggiornarsi costantemente può fare la differenza nel preservare l'affidabilità dei sistemi basati su intelligenza artificiale.

Input Perturbation Attack: la tua sicurezza inizia da qui

La cybersecurity non è più solo una questione tecnica: è una responsabilità strategica. Proteggere i propri modelli e dati significa proteggere il futuro stesso dell'impresa.

Ti stai chiedendo come fare? Potresti rivolgerti alla Camera di commercio del tuo territorio.

Se sei alle prime armi in tema di cybersecurity, a disposizione della tua impresa ci sono consulenze e servizi per aiutarti ad imboccare la strada corretta attraverso i [Punti Impresa Digitali](#) che mettono a tua disposizione soluzioni che vanno dalla formazione al mentoring. E proprio in tema sicurezza, puoi chiedere aiuto al PID col servizio [Cyber Check](#)

Farsi trovare all'estero: LA BUSSOLA DIGITALE PER L'EXPORT



In un panorama globale in costante evoluzione, per le imprese che puntano ai mercati esteri, non basta più avere un buon prodotto; è cruciale sapersi far trovare e comunicare efficacemente online. Per supportare le aziende in questa sfida, NIBI, la Business School di Promos Italia, propone un percorso formativo incentrato sulle fondamenta del marketing digitale per l'export: Social Media e SEO.

Il corso executive online, in programma dal 12 novembre al 3 dicembre 2025, si articola in quattro moduli con un obiettivo pratico: fornire strumenti aggiornati e concreti per aumentare la visibilità, intercettare potenziali clienti e generare conversioni sui mercati internazionali.

Il percorso formativo integra strategicamente due leve essenziali. Da un lato, l'uso mirato dei Social Media (come Facebook, Instagram e TikTok) non è inteso solo come vetrina, ma come strumento per costruire brand awareness e ingaggiare il pubblico, attivando veri e propri funnel di acquisizione tramite contenuti specifici e campagne sponsorizzate misurabili.

Dall'altro lato, si affrontano le più recenti tecniche di SEO internazionale (Search Engine Optimization)

per garantire che siti web ed e-commerce abbiano un posizionamento ottimale sui motori di ricerca globali come Google, Bing, Baidu, Yandex e Naver. Particolare attenzione viene data all'integrazione di strumenti digitali e all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale come supporto per l'analisi, l'ottimizzazione e la localizzazione dei contenuti.

Attraverso una serie di esempi e strumenti operativi, l'iniziativa mira a fornire una visione integrata per affinare la presenza digitale necessaria a competere con successo oltre confine.

Accesso e requisiti

Il corso è offerto in modalità gratuita ed è destinato alle aziende regolarmente iscritte al Registro Imprese di una delle Camere di Commercio delle province aderenti all'iniziativa (tra cui, ad esempio, Modena, Bergamo, Milano, Genova, Salerno e diverse altre sul territorio nazionale). Le aziende interessate hanno tempo per iscriversi fino all'11 novembre 2025.

Startup e PMI: LE OPPORTUNITÀ EUROPEE PER INNOVARE E CRESCERE

Il 14 novembre 2025, dalle 9:30 alle 10:30, torna un nuovo appuntamento del ciclo di incontri dedicato all'internazionalizzazione d'impresa con il Morning Talk "Opportunità per le Startup e le PMI dall'Europa", un evento online pensato per aiutare le imprese italiane a orientarsi tra i principali strumenti di finanziamento e supporto messi a disposizione dall'Unione Europea.

Organizzato nell'ambito delle attività della rete Enterprise Europe Network e promosso da Promos Italia, il webinar offrirà una panoramica concreta sui programmi europei che sostengono l'innovazione, la crescita e la competitività delle piccole e medie imprese.

Durante l'incontro verranno presentate le principali iniziative dell'UE a favore delle imprese - tra cui Horizon Europe, European Innovation Council (EIC), InvestEU, il Single Market Programme, Creative Europe e LIFE - con un approfondimento sulle misu-

re legate al PNRR e alla transizione verde e digitale.

Il Morning Talk rappresenta un'occasione preziosa per startup e PMI che vogliono scoprire come accedere a fondi europei, network internazionali e strumenti di investimento, e comprendere come le politiche europee possano trasformarsi in reali opportunità di sviluppo.

L'incontro è rivolto a imprese e professionisti interessati a espandere la propria presenza sui mercati esteri e a rafforzare la propria capacità innovativa. Per le imprese dei territori di Lombardia e Emilia Romagna il programma rientra nell'ambito delle attività della rete Enterprise Europe Network e le imprese potranno avere accesso a servizi aggiuntivi gratuiti.

Per informazioni e iscrizioni contattare euprojects@promositalia.camcom.it o business@promositalia.camcom.it



Segnali contrastanti per l'export modenese

NEL SECONDO TRIMESTRE 2025

Riprendono le vendite verso i paesi europei, tuttavia si palesano i primi effetti dei dazi americani

Sono in leggera crescita le esportazioni modenesi nel secondo trimestre del 2025: con un ammontare totale di 4.683 milioni di euro, guadagnano l'1,4% rispetto a marzo, pari a 64 milioni in più. Risulta tuttavia negativo l'andamento tendenziale, mostrando un calo del 3,6% rispetto al secondo trimestre del 2024. Questi i primi risultati dell'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati Istat.

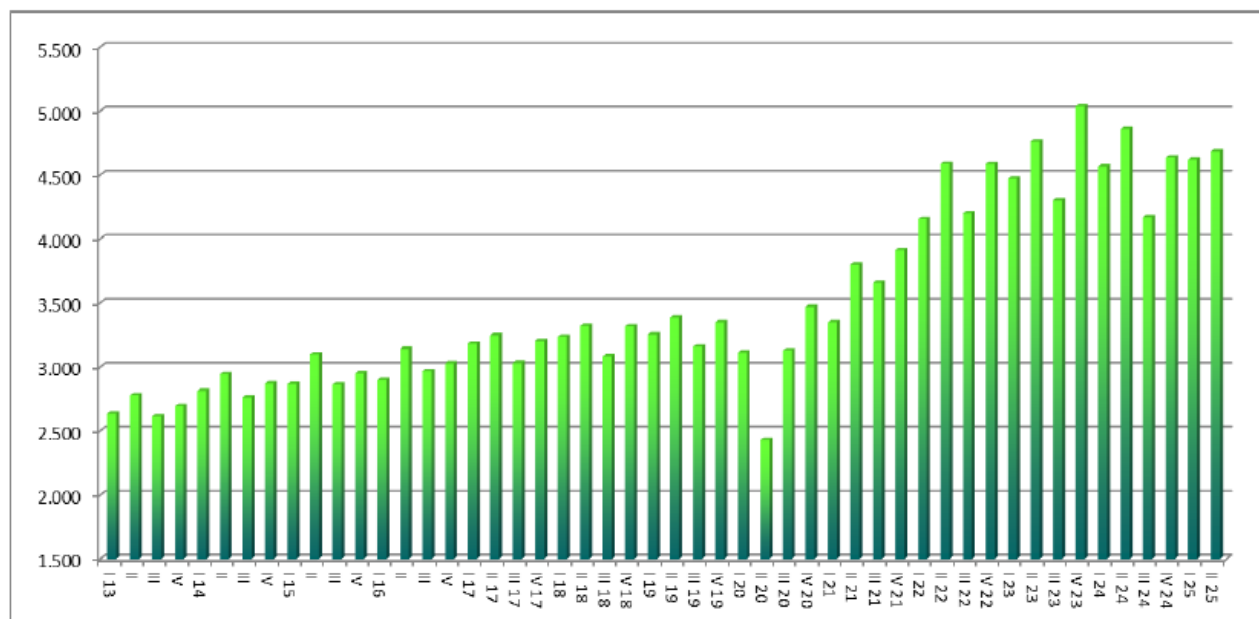
Anche l'intero semestre appare in calo rispetto al 2024: raggiunge un ammontare di 9.303 milioni di euro, perdendo l'1,3%, pari a 123 milioni di euro; tale risultato è lievemente migliore rispetto al dato regionale (-1,4%), che risente della diminuzione di ben sei province su nove. Risulta positivo, invece, il totale Italia che guadagna il 2,1% tendenziale.

Le prime dieci province per export vedono Modena

stabile in ottava posizione, Milano risulta sempre al primo posto (+3,7%), mentre Firenze ha raggiunto il secondo posto grazie ad un incremento del 38,8%, altrettanto sensibile è la crescita di Roma (+21,9%). Tali risultati sono dovuti all'incremento di export di articoli farmaceutici.

Tornando alla provincia di Modena, è molto differente l'andamento dei diversi settori economici, la metà di essi ha un trend positivo, come l'agroalimentare (+10,4%), i mezzi di trasporto (+5,6%) e la ceramica (+12,5%). Sensibile invece la diminuzione del biomedicale (-18,7%), prosegue la discesa del tessile abbigliamento (-15,4%) e perdono terreno anche le "macchine e apparecchi meccanici" (-10,8%). In questo modo cresce il distacco dei mezzi di trasporto rispetto agli altri settori, fino a rappresentare più di un terzo dell'export totale, mentre il tessile abbigliamento è divenuto il settore con la

Andamento trimestrale delle esportazioni modenesi - milioni di euro



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

quota più bassa (2,2%).

Tra le aree economiche, riprende la crescita dell'Unione Europea, verso cui sono dirette quasi la metà delle vendite estere modenesi: crescono sia i 14 paesi storici dell'Unione (+3,8%), sia i 13 paesi che si sono unificati per ultimi (+4,1%). Vi sono altre zone geografiche in crescita, tuttavia hanno un peso minore per le vendite all'estero della provincia: il "Canada e Groenlandia" sale dell'11,1%, il Medio Oriente del 2,1% e l'America Centro Sud è quasi stabile (+0,2%). Il resto del mondo mostra diminuzioni anche sensibili, come l'Africa del Nord (-17,6%), l'Oceania (-12,0%) e l'Africa Centro Sud (-8,6%). Perdono quota anche gli "altri paesi europei

non appartenenti alla UE" (-7,5%) soprattutto a causa del calo del Regno Unito, e l'Asia (-5,9%), dovuto al crollo dell'export verso la Cina.

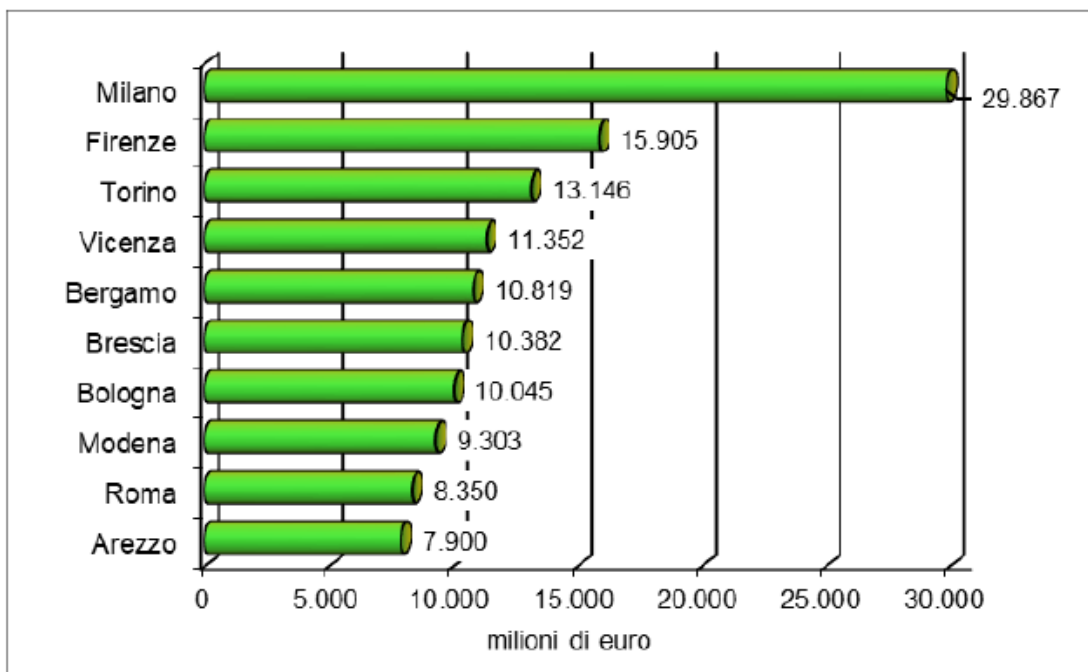
La classifica dei primi dieci paesi per export mostra gli stessi stati del trimestre precedente, tuttavia vi sono andamenti molto differenti: il Giappone registra una crescita poderosa (+22,4%), così come la Spagna (+19,6%), inoltre continua la ripresa dell'export verso Germania e Francia. Il Belgio evidenzia un brusco calo (-8,4%), così come il Regno Unito (-8,3%) e la Cina, ormai uscita dalla classifica, perde il 31,2%. Infine, si palesano i primi effetti dei dazi americani, con una diminuzione del 5,9% dell'export verso gli Stati Uniti.

Esportazioni in provincia di Modena, Emilia-Romagna e Italia

	migliaia di euro		
	I sem. 2024	I sem. 2025	var. %
Modena	9.425.800	9.303.071	-1,3
Emilia-Romagna	42.925.614	42.324.455	-1,4
Italia	315.878.082	322.625.810	2,1

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

Classifica delle prime dieci province italiane per valore di export – 1 semestre 2025



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

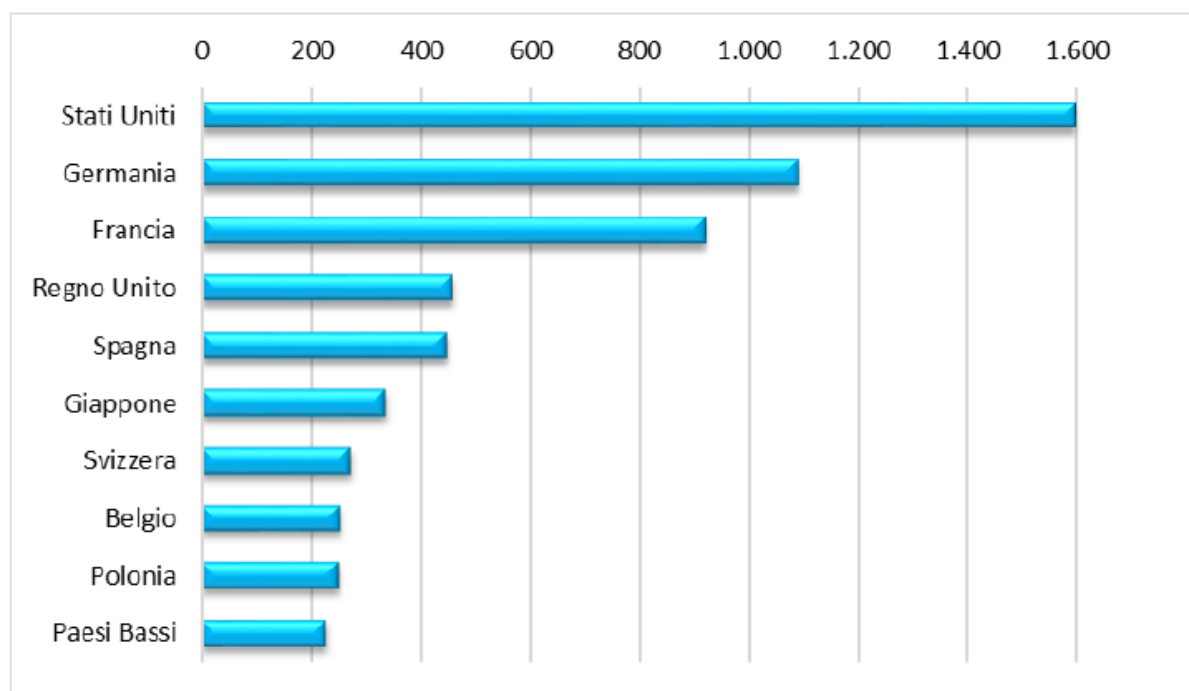
I sem. 2025			
	Milioni di euro	Composizione %	Variazione % I sem. 24/25
macchine e apparecchi meccanici	2.250	24,2	-10,8
mezzi di trasporto	3.407	36,6	5,6
agroalimentare	1.084	11,7	10,4
tessile abbigliamento	207	2,2	-15,4
biomedicale	260	2,8	-18,7
ceramico	1.347	14,5	1,5
altri settori	747	8,0	-7,0
totale Modena	9.303	100,0	-1,3

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 sem. 2025			
	Milioni di euro	composizione %	Var. % I sem. 24/25
Africa Centro Sud	58	0,6	-8,6
Africa Nord	139	1,5	-17,6
Paesi Europei non UE	1.047	11,3	-7,5
America Centro Sud	295	3,2	0,2
Asia	1.100	11,8	-5,9
Canada e Groenlandia	104	1,1	11,1
13 paesi entrati nella UE nel 2004, nel 2007 e nel 2013	822	8,8	4,1
Medio Oriente	390	4,2	2,1
Oceania	132	1,4	-12,0
Stati Uniti	1.597	17,2	-5,9
Unione Europea a 14 paesi	3.619	38,9	3,8
Totale	9.303	100,0	-1,3

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

Primi dieci paesi per valore delle esportazioni della provincia di Modena – I semestre 2025

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

Scenari Prometeia:

RIVISTE AL RIBASSO LE STIME DI CRESCITA

Stabile la crescita del Pil in provincia di Modena in un quadro internazionale di rallentamento

Nell'ultima edizione degli Scenari per le economie locali, pubblicata a ottobre 2025, Prometeia ha rivisto al ribasso le stime di crescita del Pil. Per la provincia di Modena sono previsti incrementi del +0,8% sia nel 2025 sia nel 2026. L'Emilia-Romagna mostrerà una variazione leggermente inferiore nel 2025 (0,6%) per poi accelerare nel 2026 (+0,9%). Il contesto nazionale procede più lentamente con previsioni di aumento del +0,5% nel 2025 e del +0,7 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 è in fase di rallentamento, raggiungendo il +2,9% nel 2025 e il +2,5% nel 2026. Negli Stati Uniti la decelerazione è più marcata e va dal +1,8% dell'anno corrente al +1,1% dell'anno prossimo.

I valori di crescita dell'Area Euro sono leggermente inferiori, ma in miglioramento rispetto al 2024, arrivando al +1,2% nel 2025 e al +1,0% nel 2026. In Europa nel 2026 si prospetta una ripresa della Germania, che raggiungerà il +0,9%, e una situazio-

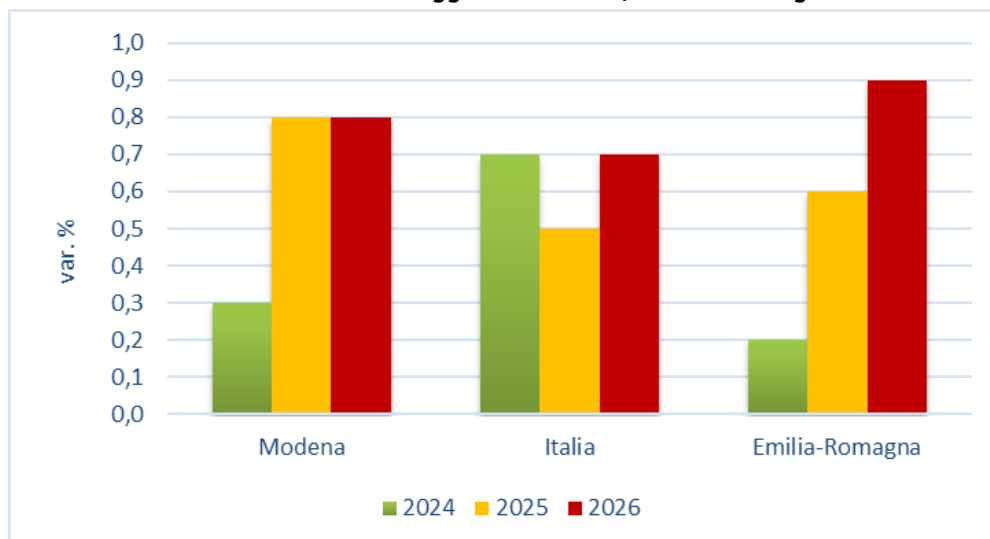
ne di stabilità per Francia (+0,6%) e Regno Unito (+0,9%). Rallenta invece la Spagna passando da +2,6% nel 2025 a +1,9% nel 2026. Nel gruppo dei paesi dell'Europa Centrale l'espansione sarà più incisiva, arrivando a una variazione del +2,9% nel prossimo anno.

Anche a causa del rallentamento dell'economia statunitense, principale mercato di sbocco per Modena, le esportazioni della provincia sono previste in calo del -1,2% nel 2025 per poi riprendersi nel 2026 (+1,1%). Le importazioni, invece, dopo la consistente contrazione del 2025 (-9,8%) mostreranno una ripresa nel 2026 (+6,0%).

La quota delle esportazioni sul valore aggiunto nel 2025 per Modena è del 58,3%, particolarmente elevata data la forte propensione all'export della nostra provincia. Basti pensare che la medesima quota per l'Emilia-Romagna si ferma al 46,5% mentre la media nazionale raggiunge appena il 30,5%.

Di contro, si attesta al 21,9% la quota delle importazioni sul valore aggiunto di Modena ed è nettamente inferiore alla media regionale (28,4%) e a quella nazionale (27,6%).

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



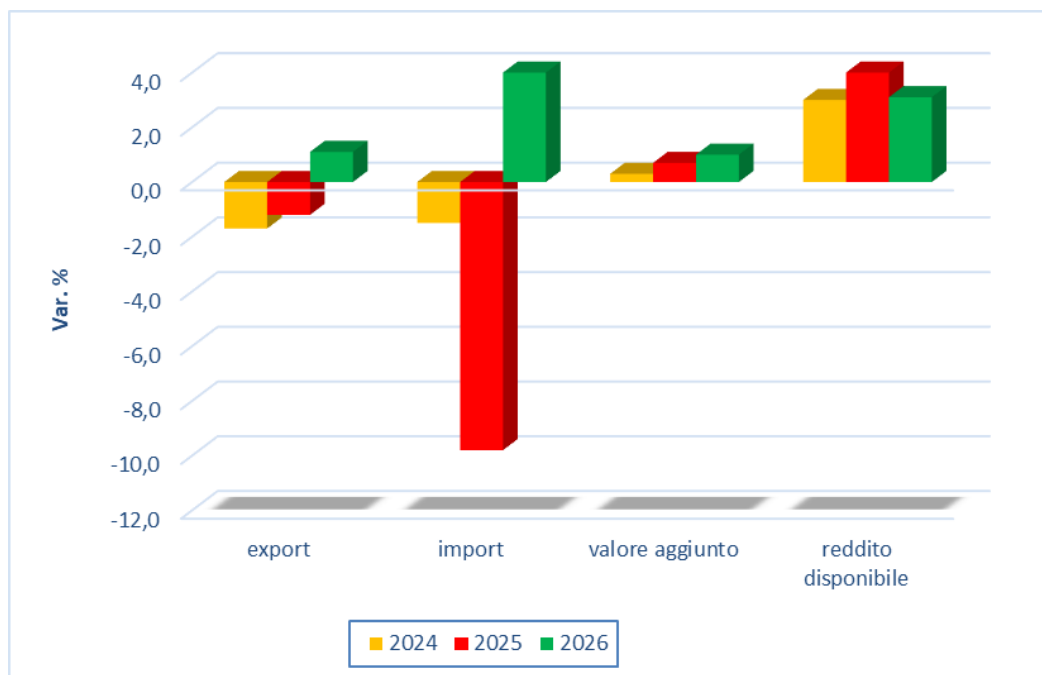
Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica C.C.I.A.A. di Modena – dati Prometeia, Scenari per le economie locali, ottobre 2025

Il trend del valore aggiunto per settori dell'economia modenese vede nel 2026 una ripresa dell'agricoltura (+3,4%) e dei servizi (+1,3%), una crescita stabile per l'industria (+1,1%) e una flessione per l'edilizia (-2,5%).

Gli occupati sono previsti in aumento sia nell'anno corrente (+1,5%), che nel prossimo (+0,7%) e il tasso di disoccupazione scenderà leggermente dal 4,7% al 4,4%.

Il reddito disponibile delle famiglie mostrerà un rallentamento passando da un tasso di crescita del +4,1% nel 2025 al +3,1% nel 2026. Infine, il valore aggiunto per abitante previsto nel 2026 sarà pari a 38,8 mila euro mentre quello per occupato si attesterà a 84,3 mila euro, in risalita di 0,2 punti percentuali rispetto al 2025.

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



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

Leggera crescita PER LE IMPRESE MODENESI NEL TERZO TRIMESTRE

L'industria manifatturiera è ancora in difficoltà, in particolare i mezzi di trasporto e la ceramica, molto positivi i "servizi di supporto alle imprese" e le "attività finanziarie e assicurative"

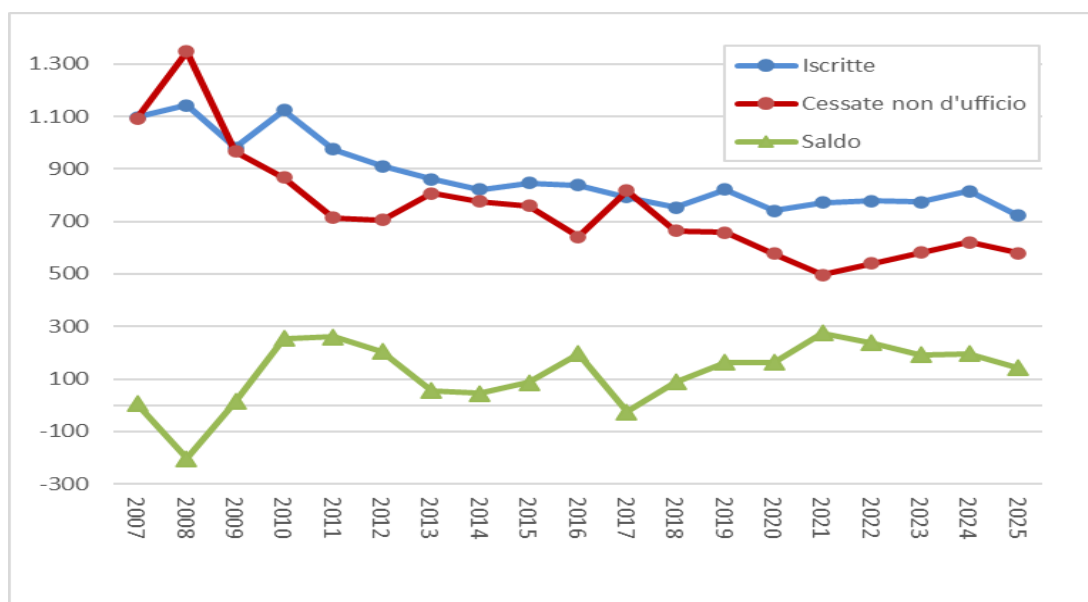
Sono in leggero aumento le imprese modenesi nel terzo trimestre del 2025: con 53 imprese registrate in più rispetto a giugno risultano 69.688 a fine settembre, pari ad una crescita dello 0,1%. Il confronto con l'anno precedente appare però negativo (-0,4%), migliore tuttavia sia del dato nazionale (0,6%), che di quello regionale (-0,8%).

Questi i primi risultati dell'elaborazione del Centro

Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati Infocamere relativi alla demografia imprenditoriale.

Il terzo trimestre dell'anno è generalmente caratterizzato da una diminuzione dell'attività imprenditoriale; tuttavia, quest'anno tale trend è molto marcato; infatti, rispetto allo stesso trimestre del 2024 sono in forte diminuzione le iscrizioni di nuove im-

Imprese iscritte, cessate non d'ufficio e saldo nel terzo trimestre di ciascun anno – Provincia di Modena



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

prese (-11,5%) arrivando ad un totale di 722; le cessazioni non d'ufficio sono inferiori (579) e diminuiscono in maniera minore (-6,6%), il saldo rimane però positivo pari 143 imprese.

Le iscrizioni di imprese da gennaio a settembre 2025 risultano 3.288, con un andamento negativo (-3,2%), le imprese cessate non d'ufficio diminuiscono in misura maggiore (-7,6%) arrivando a 2.670 imprese, il saldo appare quindi positivo, pari a 618 imprese. Tuttavia, la cancellazione d'ufficio da parte del Registro Imprese delle posizioni inattive da tempo, porta ad una diminuzione delle imprese registrate rispetto a settembre 2024, perdendo 285 imprese.

Le imprese attive (cioè quelle che hanno già dichiarato l'inizio di attività) risultano più stabili, diminuiscono infatti solamente dello 0,1% arrivando ad un totale di 63.263. Tra le forme giuridiche non si ferma la crescita delle società di capitali, che guadagnano più di 500 imprese (+2,7%), calano leggermente le imprese individuali (-0,8%), mentre risulta più rilevante la diminuzione delle società di persone (-2,9%) e ancor più negative sono le "altre forme giuridiche" (-6,1%).

L'analisi per macrosettori delle imprese attive mostra la continua diminuzione sia dell'industria mani-

fatturiera (-2,1%), che dell'agricoltura (-1,5%), mentre crescono lievemente le imprese dei servizi (+0,4%) e le imprese edili (+0,5%).

All'interno dell'industria manifatturiera, aumenta solamente il numero delle imprese di "riparazione e manutenzione" (+3,9%), è stabile la "stampa e supporti registrati", mentre tutti gli altri settori risultano in calo. In particolare, è sensibile la perdita di imprese dei mezzi di trasporto (-8,9%), della ceramica e della "fabbricazione di mobili" (entrambe -5,3%), in calo anche il "tessile abbigliamento" (-4,5%). La discesa risulta inferiore per altri due settori tipici della provincia: l'industria alimentare (-1,6%) e la metalmeccanica (-2,2%).

I servizi mostrano una performance migliore, con crescite sensibili di imprese attive nel "noleggio e servizi di supporto alle imprese" (+8,9%), nell'istruzione (+7,1%) e nelle "attività finanziarie e assicurative" (+6,3%). Perdono imprese solamente le "attività professionali scientifiche e tecniche" (-2,0%), il "trasporto e magazzinaggio" (-1,8%) e il commercio (-1,7%).

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

	Modena			Emilia-Romagna			Italia		
	genn-sett. 2025	genn-sett. 2024	var. %	genn-sett. 2025	genn-sett. 2024	var. %	genn-sett. 2025	genn-sett. 2024	var. %
Registrate	69.688	69.973	-0,4	432.563	436.235	-0,8	5.878.107	5.915.799	-0,6
Iscritte	3.288	3.397	-3,2	18.653	19.439	-4,0	246.467	250.936	-1,8
Cessate non d'ufficio	2.670	2.889	-7,6	16.391	17.670	-7,2	199.808	217.171	-8,0

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

Imprese attive per natura giuridica in provincia di Modena

Classe di Natura Giuridica	Imprese attive al 30/09/2025	Imprese attive al 30/09/2024	Saldo	Var. %
Società di capitale	20.719	20.170	549	2,7
Società di persone	9.715	10.005	-290	-2,9
Imprese individuali	31.842	32.090	-248	-0,8
Altre forme giuridiche	987	1.051	-64	-6,1
Totale	63.263	63.316	-53	-0,1

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

	IMPRESE ATTIVE			
	Totale imprese al 30/09/2025	Totale imprese al 30/09/2024	Saldo imprese attive	Variazione %
Agricoltura, silvicoltura pesca	6.947	7.050	-103	-1,5
Estrazione di minerali da cave e miniere	24	24	0	0,0
Attività manifatturiere	8.021	8.197	-176	-2,1
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata	113	108	5	4,6
Fornitura di acqua; reti fognarie	90	86	4	4,7
Costruzioni	10.721	10.670	51	0,5
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	11.693	11.899	-206	-1,7
Trasporto e magazzinaggio	1.946	1.981	-35	-1,8
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	3.902	3.901	1	0,0
Servizi di informazione e comunicazione	1.543	1.525	18	1,2
Attività finanziarie e assicurative	1.848	1.738	110	6,3
Attività immobiliari	5.338	5.274	64	1,2
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.345	3.414	-69	-2,0
Noleggio e servizi di supporto alle imprese	2.197	2.017	180	8,9
Istruzione	334	312	22	7,1
Sanità e assistenza sociale	341	339	2	0,6
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	756	732	24	3,3
Altre attività di servizi, riparazioni auto e moto	4.055	4.022	33	0,8
Imprese non classificate	49	27	22	81,5
Totale	63.263	63.316	-53	-0,1

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 30/09/2025	Totale imprese al 30/09/2024	Saldo imprese attive	Variazione %
Industria alimentare	814	827	-13	-1,6
Tessile abbigliamento	1.566	1.640	-74	-4,5
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero	272	277	-5	-1,8
Fabbricazione di carta e di prodotti di carta	71	72	-1	-1,4
Stampa e riproduzione di supporti registrati	205	205	0	0,0
Industria chimica e farmaceutica	104	107	-3	-2,8
Fabbricazione di articoli in gomma e materie plastiche	193	196	-3	-1,5
Fabbricazione di altri prodotti ceramica e terracotta	320	338	-18	-5,3
Metalmeccanico	2.948	3.013	-65	-2,2
Fabbricazione mezzi di trasporto	143	157	-14	-8,9
Fabbricazione di mobili	143	151	-8	-5,3
Altre industrie manifatturiere	381	385	-4	-1,0
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine	861	829	32	3,9
Totale manifatturiero	8.021	8.197	-176	-2,1

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

Leadership femminile: UNA LEVA PER LO SVILUPPO E LA CULTURA DEL CAMBIAMENTO

FRANCESCA RICCI

Ogni anno, il 25 novembre, la Giornata internazionale contro la violenza sulle donne ci richiama alla necessità di un cambiamento culturale profondo. Parlare di violenza di genere, infatti, significa non soltanto denunciare un fenomeno sociale drammaticamente diffuso, ma riflettere anche su come le strutture di potere, visibili e invisibili, continuino a riprodurre disuguaglianze. In questo contesto, discutere di leadership femminile non è un tema marginale, ma una parte essenziale del discorso sulla libertà, sull'autonomia e sulla possibilità di esercitare potere in modo consapevole e inclusivo - ragioni che hanno portato anche il 'Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile' della Camera di commercio di Modena, nello scorso mese di ottobre, ad affrontare la tematica durante un seminario.

La leadership è innanzitutto la capacità di influenzare un contesto, di creare un clima, di orientare per-

sone e processi verso obiettivi condivisi. Non si tratta solo di dirigere, ma di ispirare, motivare e rendere possibile il cambiamento. Nelle riflessioni che hanno accompagnato i percorsi formativi più recenti, come quello della dott.ssa Simona Cuomo (SDA Bocconi School of Management) "Essere leader al femminile: non è solo una questione di numeri", emerge un punto cruciale: il potere non è una prerogativa gerarchica, ma la possibilità di agire efficacemente nel proprio ambiente, di incidere sugli altri e sulla realtà. Il termine "potere", dal latino possum, rimanda alla possibilità e alla responsabilità. Tuttavia, il modo in cui questa possibilità si manifesta dipende da due forme principali: il potere formale, legato al ruolo e all'autorità, e quello espressivo, che nasce dall'autorevolezza personale, dalla credibilità e dalla coerenza di chi guida.

Quando si parla di leadership femminile, spesso si

Seminario
**LEADERSHIP
E PARITÀ DI GENERE:
UNA SFIDA CULTURALE**

MERCOLEDÌ 15 OTTOBRE 2025, ORE 15.00-18.00
Sale modulari, Camera di Commercio di Modena (via Ganaceto, 134)

Saluti istituzionali
Giuseppe Molinari, Presidente CCAIA Modena
Alessandra Camporota, Assessora alle politiche di genere Comune di Modena

Introduce e coordina
Eugenia Bergamaschi, Presidente Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Modena

Ore 15.30
Essere leader al femminile, non è solo una questione di numeri
Simona Cuomo, Sda Bocconi School of Management

Ore 16.45 - Pausa

Ore 17.00
Esperienze a confronto:

Donne modenesi protagoniste o comprimarie della crescita economica?
Rosamaria Papaleo, Segretaria generale Cisl, in rappresentanza di Cgil e Uil

Il ruolo femminile nelle professioni: evoluzione, sfide e leadership
Roberta Sighinolfi, Consulente del Lavoro

Conclusioni
Eugenia Bergamaschi, Presidente Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile della Camera di Commercio di Modena e *Alessandra Camporota*, Assessora alle politiche di genere Comune di Modena

ISCRIZIONI: www.mo.camcom.it

Per informazioni:
Francesca Ferrari, Comitato per la promozione dell'imprenditoria femminile: francesca.ferrari@mo.camcom.it

Coordinamento e organizzazione: Vittorina Maestroni, Centro documentazione donna

tende a ridurla a una questione numerica, a quante donne arrivano in posizioni di vertice. Ma limitarsi a contare quante donne siedono ai tavoli decisionali significa non comprendere la complessità del fenomeno. La vera domanda non è solo quante, ma come. Come le donne esercitano il potere? Come vengono percepite? Quali barriere incontrano nel farlo? Perché ancora oggi, in molti contesti, la leadership è percepita come un attributo maschile e non neutro?

Nonostante i progressi legislativi e sociali, i numeri raccontano che la parità è ancora lontana. L'Italia, secondo i dati più recenti del Global Gender Gap Report, si colloca all'87esimo posto su 146 paesi, in peggioramento rispetto al 63esimo del 2021. Le statistiche mostrano che la rappresentanza femminile nei ruoli apicali resta minoritaria, e le differenze salariali e di opportunità continuano a pesare.

Tuttavia, le esperienze aziendali e territoriali più virtuose dimostrano che dove le donne partecipano ai processi decisionali, le organizzazioni diventano più resilienti, inclusive e competitive. Le imprese che investono nella diversità di genere migliorano produttività, innovazione e benessere interno: una leadership più collaborativa favorisce ambienti di lavoro capaci di trattenere talenti e stimolare crescita sostenibile.

La Regione Emilia-Romagna ha fatto di questi principi una politica concreta, finanziando nel 2025 con un milione di euro - attraverso il bando gestito da Unioncamere Emilia Romagna - interventi per la certificazione di parità di genere. Le risorse, che coprono fino all'80% delle spese di consulenza, hanno permesso a molte imprese di intraprendere

percorsi di revisione organizzativa e di equità retributiva. Investire sulla qualità del lavoro femminile e sulla conciliazione vita-lavoro significa rafforzare la competitività dei territori e la coesione sociale, come hanno sottolineato il vicepresidente di Regione Vincenzo Colla e l'assessora Gessica Allegni,

I dati economici locali confermano questa direzione. Secondo le elaborazioni del Centro Studi della Camera di commercio di Modena, al terzo trimestre 2025 le imprese femminili sono 13.669, pari al 21,6% del totale provinciale: un dato stabile, ma superiore alla media regionale. Le donne si distinguono in particolare nei servizi alle imprese, nell'alloggio e nella ristorazione, settori in cui la capacità di innovare modelli organizzativi e di relazione si traduce in valore economico.

La leadership femminile, dunque, non è un tema di nicchia, ma un motore di sviluppo. Non è nemmeno "la leadership delle donne", ma una forma diversa di esercitare il potere, capace di integrare aspetti relazionali, inclusivi e sostenibili e riguarda la possibilità di ripensare il modo in cui le aziende e i territori generano valore: attraverso la partecipazione, la fiducia e la responsabilità condivisa. In questo senso, promuovere la presenza femminile nei luoghi decisionali significa rafforzare non solo l'equità, ma la competitività del sistema economico. Il cambiamento culturale non si misura soltanto con le leggi o con le quote, ma con la capacità di riconoscere che la leadership, quando è davvero inclusiva, diventa una forma concreta di libertà e di crescita collettiva.



Pressoché stabili le imprese femminili

NEL TERZO TRIMESTRE DEL 2025

Alcuni settori sono in difficoltà, come l'industria manifatturiera e l'agricoltura, mentre aumentano le imprese attive di alloggio e ristorazione e servizi alle imprese

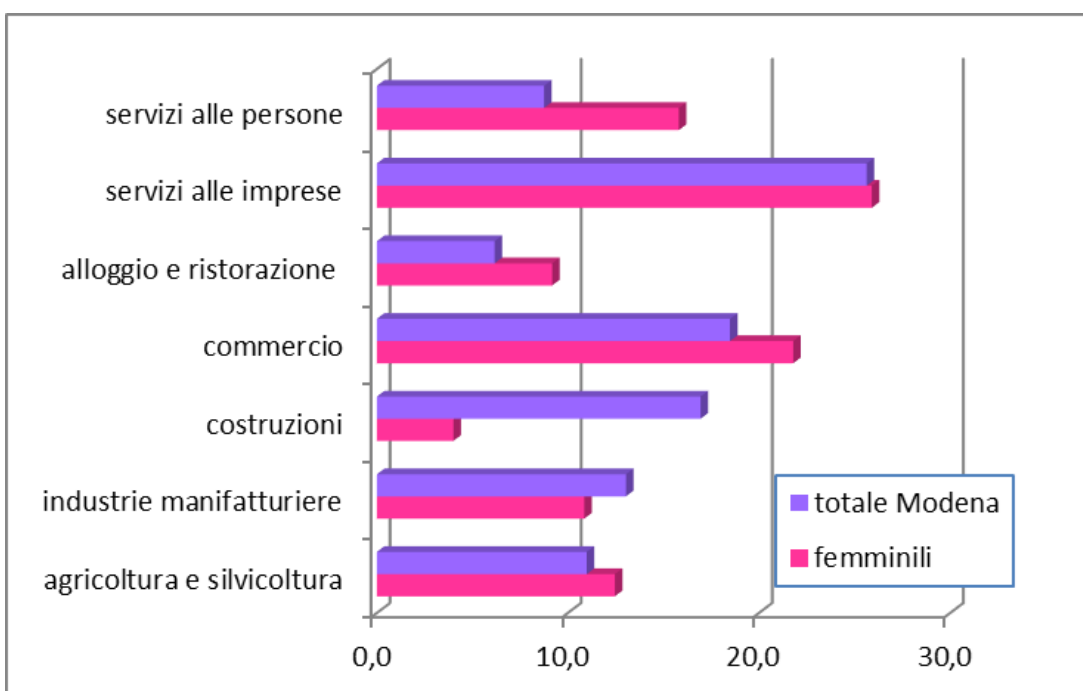
Ammontano a 13.669 le imprese attive femminili a settembre 2025, 19 in meno rispetto a giugno, pari al -0,1%. Il confronto tendenziale è leggermente peggiore: si perdono 24 imprese e la diminuzione è pari allo 0,2%. Questi i primi risultati sulla natalità delle imprese capitanate da donne elaborati dal Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena con i dati i dati Infocamere.

Rimane comunque costante il rapporto tra imprese

femminili e imprese totali (21,6%), superiore alla media regionale, che questo trimestre scende al 21,2%.

Tra i settori solamente i servizi registrano incrementi positivi di imprese attive: l'"alloggio e ristorazione" e i "servizi alle imprese" crescono entrambi del +2,1%, i servizi alle persone dell'1,9%; tutti gli altri settori perdono imprese come l'agricoltura (-3,1%), le industrie manifatturiere (-2,7%), le costruzioni (-

Distribuzione per settori economici delle imprese attive femminili e totali al 30 settembre 2025



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

2,3%) e il commercio (-1,8%).

Più di un quarto delle imprese capitanate da donne opera nei servizi alle imprese, seguiti dal commercio (21,8%) e dai servizi alle persone (15,8%), quest'ultimo settore registra una quota di imprese molto maggiore rispetto al totale imprese modenese (8,7%). A distanza vi sono 1.758 imprese in agricoltura, pari al 12,5%, e nelle industrie manifatturiere opera il 10,9% del totale. Discreto anche l'alloggio e ristorazione, che con il 9,2% supera anch'esso la quota delle imprese totali nel settore. Le costruzioni invece non sono congeniali al genere femminile: con 548 imprese rappresentano il 4,0% del totale, mentre nel totale Modena le imprese di questo settore sono il 16,9%.

All'interno dell'industria manifatturiera le imprese femminili sono concentrate in tre settori principali: il tessile abbigliamento (45,9% del totale manifatturiero), che però accusa perdite di imprese attive da numerosi trimestri e anche nel terzo trimestre 2025 scende del 5,0%. Perde imprese anche la fabbrica-

zione di prodotti in metallo (-4,2%), che include il 10,9% di imprese femminili manifatturiere. Uno dei pochi settori positivi sono le imprese "alimentari e delle bevande", che salgono del 6,9% e raggiungono la quota del 12,9%.

La distribuzione per forma giuridica è diversa dal totale imprese: nelle imprese capitanate da donne più del 60% è costituito da ditte individuali, nel totale imprese tale percentuale scende al 50,3%. Sono inoltre inferiori le società di capitali che si fermano al 24,9%, mentre nel totale imprese sono il 32,8%. Risultano più simili le altre quote: le società di persone femminili sono l'11,5% e le "altre forme" l'1,3%. Tuttavia, come nel totale imprese, sono sempre in aumento le società di capitali (+1,4%), mentre calano le società di persone (-2,7%), le "altre forme giuridiche" (-1,1%) e le imprese individuali (-0,3%).



Crescono le imprese giovanili

NEL III TRIMESTRE

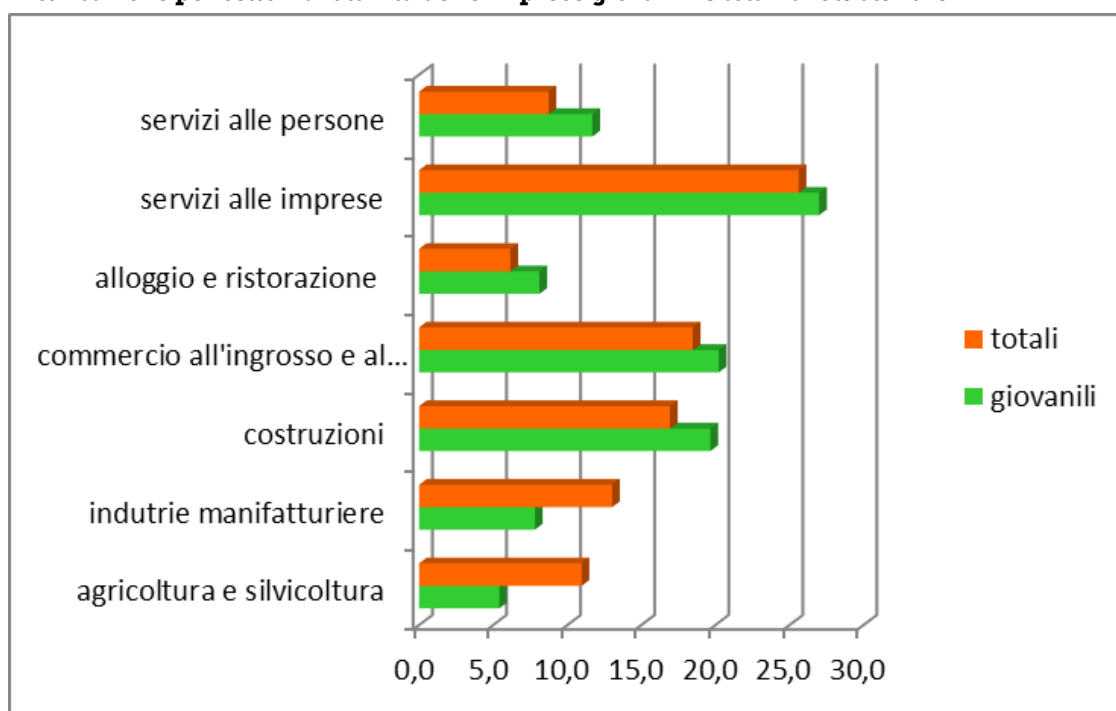
Cresce la presenza giovanile nei servizi alle imprese, nelle costruzioni e nei servizi alle persone, mentre risultano in difficoltà le industrie manifatturiere, il commercio e il turismo

Crescono le imprese giovanili attive nel terzo trimestre del 2025: guadagnano 91 imprese rispetto a giugno, pari ad un incremento dell'1,9%, arrivando a un totale di 4.982 imprese. Anche gli addetti sono in aumento, raggiungono infatti quota 10.682, in crescita del 13,8%, che corrispondono a una media di 2,1 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.

Il confronto annuale risulta pressoché stabile, con una lieve diminuzione dello 0,1% rispetto a settembre 2024. Nonostante ciò, aumenta la quota delle

Distribuzione per settori di attività delle imprese giovanili e totali al 30/09/2025



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

imprese giovanili sul totale, arrivando al 7,9%, superiore alla media regionale (7,4%) e seconda soltanto a Reggio Emilia (8,0%).

La distribuzione per settore di attività delle imprese attive under 35 è piuttosto differente rispetto al totale imprese modenese, le imprese giovanili si concentrano infatti in tre settori principali: più di un quarto di esse opera nei servizi alle imprese (27,0%), in crescita del 2,0% rispetto al 2024. Il 20,2% svolge un'attività di commercio, tuttavia tale categoria è in calo del 3,2%; anche le costruzioni rappresentano un quinto delle imprese giovanili e proseguono con una discreta crescita (+2,1%). Non sono congeniali ai giovani le attività manifatturiere, che rappresentano solamente il 7,8% e sono in calo del 5,6%, mentre la quota manifatturiera delle imprese totali è pari al 13,0%; anche l'agricoltura ha una percentuale minima (5,4%), ma la diminuzione risulta minore (-0,7%). Perde imprese attive l'"alloggio e ristorazione" (-3,6%) mentre molto positivi sono i "servizi alle persone" (+4,1%), che coprono una quota pari all'11,7% del totale, superiore al complesso delle imprese modenese.

Le imprese giovanili dell'industria manifatturiera sono molto concentrate e sono tutte in diminuzione: gran parte di esse opera nella "fabbricazione di prodotti in metallo" (26,3% del totale industria), in calo del 12,9%, segue la "riparazione e manutenzione" (21,4%) anch'essa in diminuzione (-2,4%), infi-

ne il tessile abbigliamento rappresenta il 15,1%, ma perde il 7,9% delle imprese. L'unico settore stabile è l'industria alimentare, che rappresenta il 9,1% dell'industria manifatturiera giovanile.

La forma giuridica prevalente delle imprese giovanili è concentrata nelle ditte individuali; infatti, ben tre quarti di esse appartengono a questa categoria, in crescita dell'1,8%. Sono abbastanza diffuse anche le società di capitale, tuttavia, con un quinto del totale, possiedono una quota sensibilmente inferiore rispetto a quella del totale modenese, inoltre le società di capitale giovanili mostrano un vistoso calo (-4,1%), mentre nel totale Modena aumentano costantemente. Risulta minima la quota delle società di persone (3,9%), con un evidente perdita rispetto al 2024 (-9,8%), infine le "altre forme giuridiche" sono residuali (0,5%) e presentano una diminuzione del 23,5%.

Appare significativa la quota di imprese giovanili gestite da stranieri (29,2%), pari a 1.456 aziende, l'attività che svolgono è concentrata in alcuni settori: circa il 40% di esse opera nell'edilizia, seguita a distanza dal commercio (17,2%). Seguono le attività manifatturiere (9,1%) e in egual misura le attività di "alloggio e ristorazione" e gli "altri servizi alle persone", entrambe pari all'8,9%.

Imprese gestite da stranieri:

PROSEGUE LA CRESCITA NEL III TRIMESTRE

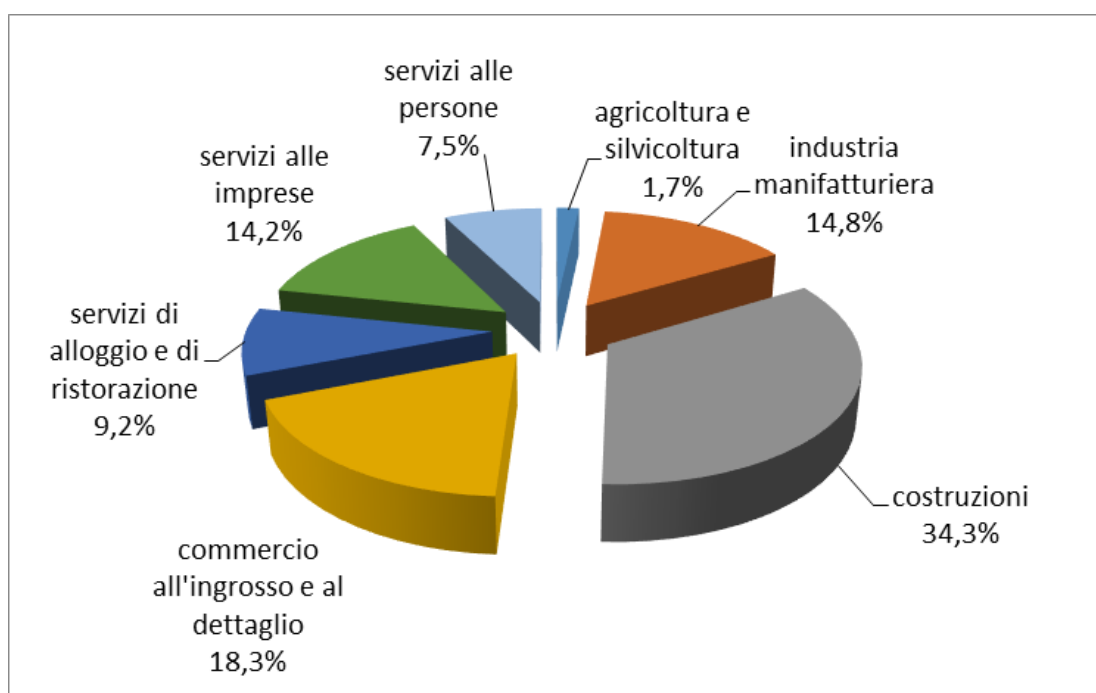
Tutti i settori registrano incrementi di imprese attive, ad eccezione del tessile-abbigliamento

Prosegue l'avanzata delle imprese gestite in maggioranza da persone straniere in provincia di Modena, che sono arrivate a rappresentare il 15,1% del totale imprese modenesi. Al 30 settembre 2025 risultano 9.535 le attive con un aumento annuo di 397 unità pari al +4,3% rispetto alla stessa data del 2024. Nel solo terzo trimestre sono cresciute di 92

posizioni ovvero il +1,0%. Questi, in sintesi, i primi risultati dell'elaborazione del Centro Studi e Statistica della Camera di Commercio di Modena sui dati Infocamere.

La diffusione di imprese condotte da stranieri è superiore alla media regionale pari al 14,6%. All'in-

Composizione settoriale delle imprese attive gestite da stranieri in provincia di Modena al 30 settembre 2025



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

terno della regione, Ferrara mostra la quota minore (11,9%), mentre Reggio Emilia quella maggiore (17,4%).

La ripartizione per settori merceologici evidenzia una particolare concentrazione nelle costruzioni (34,3%), nel commercio (18,3%), nella manifattura (14,8%) e nei servizi alle imprese (14,2%). Tutti i settori presentano incrementi annui di imprese attive, in particolare l'agricoltura (+9,3%), i servizi alle persone (+8,5%) e l'edilizia (+5,8%).

Nell'ambito dell'industria manifatturiera le imprese straniere sono maggiormente presenti nel tessile-abbigliamento dove rappresentano il 43,8% del settore, anche se in questo caso si registra una flessione del -1,8% rispetto al 30 settembre 2024. Cresce invece la fabbricazione di prodotti in metallo, che, grazie ad un aumento del 6,5%, supera la quota di un quarto delle industrie manifatturiere; in rapido aumento risulta il comparto "riparazione e manutenzione" (+14,8%) la cui quota arriva all'11% del totale.

Riguardo alla composizione per forma giuridica si evidenzia una particolare concentrazione nelle imprese individuali che rappresentano il 70,8% del totale (mentre nella media provinciale sono il 50,3%) e presentano un aumento del +2,8%. Tuttavia, si registra una tendenza al rafforzamento del tessuto imprenditoriale con un incremento

dell'11,5% delle società di capitali che raggiungono quota 23,7% sul totale. Le società di persone, invece, sono soltanto il 4,9%, e aumentano del +1,1%.

Negli ultimi dieci anni (30 settembre 2015-2025) si è assistito ad una rapida evoluzione della presenza di imprese gestite da stranieri che sono passate da una quota del 10,5% sul totale al 15,1% di oggi. L'incremento in valore assoluto è stato di +2.543 posizioni per una variazione percentuale del +36,4%. Nello stesso periodo le imprese di italiani sono diminuite di 5.987 posizioni (-10,0%). Si può pertanto affermare che la crescita delle imprese guidate da stranieri ha compensato soltanto per metà la perdita di imprese guidate da italiani.

Considerando le persone con cariche attive nel Registro Imprese (associando ad ognuna la prima carica ricoperta in ciascuna impresa) si contano in provincia 12.663 imprenditori stranieri, con un incremento del +29,8% negli ultimi dieci anni, mentre nello stesso periodo gli italiani (88.704) sono diminuiti dell'11,8%.

Al 30 settembre 2025 un imprenditore ogni 7 è di origine estera. Le prime cinque nazioni di provenienza concentrano la metà del totale stranieri e sono tutte in forte ascesa dal 2015 a oggi. Nell'ordine sono: Cina (+19,4%), Marocco (+9,8%), Albania (+87,4%), Romania (+32,8%), Tunisia (+32,6%).

Valore aggiunto pro capite: MODENA SESTA PROVINCIA ITALIANA

Rimane molto elevato il valore aggiunto pro-capite. Il valore aggiunto per settore mostra l'industria manifatturiera e le costruzioni in difficoltà, mentre risulta molto positiva l'agricoltura

Nel 2024 la provincia di Modena si conferma al sesto posto della classifica nazionale per valore aggiunto pro capite con 43.164,31 euro, pari al 29,4% in più della media nazionale, ed in aumento del 2,6% rispetto al 2023. Risulta invece in leggerissima diminuzione il valore aggiunto totale. Questi i primi risultati dell'analisi di Unioncamere e Centro Studi Guglielmo Tagliacarne che hanno appena diramato i dati relativi al 2024.

L'intera regione è al quarto posto con un valore aggiunto pro-capite di 39.460 euro, pari al 18,3% in più rispetto alla media nazionale, infatti al suo interno altre 3 province, oltre a Modena, sono nella top-ten per valore aggiunto pro-capite: Bologna, Parma e Reggio nell'Emilia.

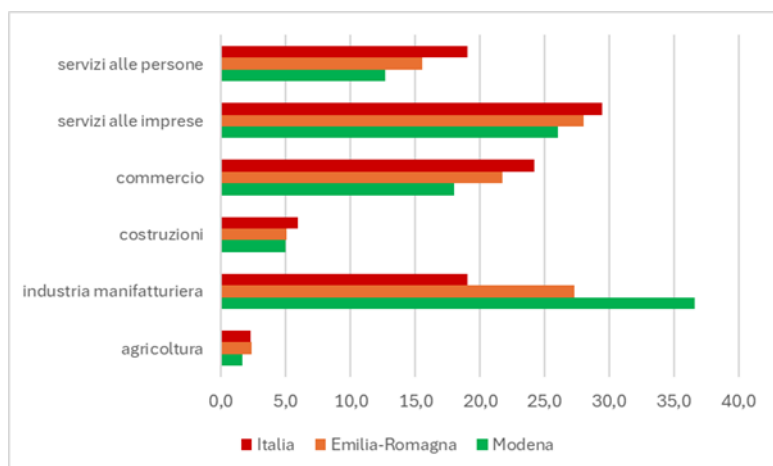
Il valore aggiunto complessivo della provincia è pari a 30.552 milioni di euro, in diminuzione dello 0,03% rispetto al 2023, ponendo Modena al 16-esimo posto della classifica provinciale. La regione Emilia-Romagna è quarta tra le regioni, con 175.943 milioni di euro, corrispondenti all'8,9% del totale nazionale e in crescita dello 0,95%. L'incremento del totale Italia risulta più sensibile

(+2,14%), grazie alla crescita più sostenuta delle regioni del Mezzogiorno.

Il debole andamento del valore aggiunto provinciale è dovuto soprattutto all'industria manifatturiera, che perde il 4,7% rispetto al 2023 anche a causa del rallentamento dell'export. Le costruzioni hanno un andamento peggiore (-5,2%), mentre risulta molto positiva l'agricoltura (+24,0%). Seguono i servizi alle imprese (+3,9%), i servizi alle persone (+3,5%) e il commercio (+1,9%).

Nonostante il trend negativo dell'ultimo anno, l'industria manifatturiera, con 11.119 milioni di euro ed una quota pari al 36,6% del totale, rimane il primo settore in provincia per valore aggiunto, con una quota molto superiore sia al dato regionale (27,3%), che nazionale (19,0%). Tornando alla provincia, sono molto rilevanti anche i servizi alle imprese (26,1%) e il commercio (18,0%), mentre partecipano con quote inferiori al valore aggiunto provinciale i servizi alle persone (12,7%) e le costruzioni (5,0%), infine rimane residuale l'apporto dell'agricoltura (1,6%).

Valore aggiunto per settori di attività Modena, Emilia-Romagna, Italia – anno 2024



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica CCIAA di Modena su dati Unioncamere – Istituto Tagliacarne

Dataview:

L'ISTRUZIONE IN PROVINCIA DI MODENA

Il Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne ha pubblicato la scheda con gli indicatori della provincia relativi all'istruzione

I dati relativi al livello di istruzione della provincia di Modena sono variegati: da una parte si ottengono ottimi risultati per ciò che riguarda gli indirizzi di studio prescelti dai giovani, dall'altra risulta maggiore della media italiana la quota di ragazzi che non conseguono titoli di studio elevati.

In particolare, in provincia è molto positiva la percentuale di studenti iscritti agli istituti tecnici sul totale degli studenti delle scuole superiori (38,3%) che porta Modena in 13-esima posizione nella classifica provinciale. D'altro canto, risulta molto elevata anche la percentuale di studenti universitari immatricolati nelle materie STEM sul totale studenti iscritti alle facoltà (32,5%) e per tale caratteristica Modena sale al 17-esimo posto della classifica. Si ottiene un analogo risultato per la percentuale di studenti che si iscrivono in una università al di fuori della regione (9,8%). Infatti, tale quota molto bassa

indica una notevole capacità di offerta formativa in Emilia-Romagna.

Modena ottiene risultati meno brillanti per ciò che riguarda la percentuale di studenti immatricolati all'università rispetto alla popolazione residente (55,3%): essendo tale quota più bassa rispetto alla media nazionale pone la provincia al 77-esimo posto. Risulta inoltre elevata la quota di popolazione tra i 25 e i 49 anni in possesso solamente della terza media (25,4%); rimane infine piuttosto bassa la quota di studenti iscritti alle scuole paritarie (3,7%).

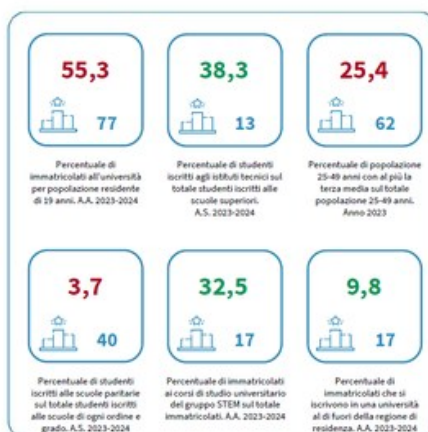
dataview
IL BAROMETRO DELL'ECONOMIA TERRITORIALE

L'ISTRUZIONE DELLA PROVINCIA DI MODENA

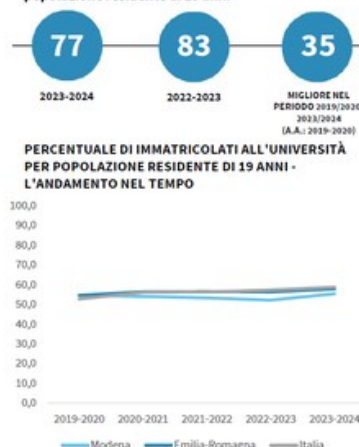
Percentuale di immatricolati all'università per popolazione residente di 19 anni.
Anno Accademico 2023-2024



INDICATORI E POSIZIONAMENTO NELLA GRADUATORIA PROVINCIALE



I piazzamenti nella graduatoria provinciale in base alla percentuale di immatricolati all'università per popolazione residente di 19 anni



Dataview:

GLI INDICATORI CONGIUNTURALI DI OTTOBRE 2025

Online l'infografica del Centro Studi Tagliacarne sulla situazione economica della provincia di Modena a confronto con le medie nazionali

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

Su dieci indicatori presentati, soltanto tre mostrano per Modena un andamento migliore rispetto alla media nazionale.

Per quanto riguarda il tessuto imprenditoriale, in provincia resta pressoché invariato (-0,1%) il numero delle imprese attive nell'ultimo anno (settembre 2024 - settembre 2025) mentre in Italia si registra un calo del -0,6%. Considerando il sottoinsieme delle start-up innovative, la nostra provincia mostra un decremento del -4,2%, a fronte di un decremento nazionale del -5,2%.

L'altro indicatore che ci colloca al di sopra della media italiana è la variazione annua della consistenza dei prestiti alle attività economiche da luglio 2024 a luglio 2025 che a Modena risulta del +1,8% mentre in Italia è pari -0,4%. I depositi bancari e il risparmio postale risultano invece in flessione a Modena (-1,0%), contro una variazione media nazionale del +0,4%.

Un dato positivo ma inferiore alla media è la variazione della consistenza delle istituzioni iscritte al RUNTS fra settembre 2024 e settembre 2025 che a

Modena è del +3,6%, contro il +7,2% registrato in Italia.

Per quanto concerne l'occupazione, si riscontra una tendenza negativa: gli occupati diminuiscono del -2,7% tra il primo semestre 2024 e quello del 2025, mentre in Italia aumentano del +1,4%.

Anche le prospettive occupazionali non sono favorevoli: nel trimestre ottobre-dicembre 2025 le assunzioni previste nelle imprese extra-agricole modenese risultano in calo del -8,3% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, a confronto con una flessione media nazionale del -2,5%.

Anche i dati della cassa integrazione guadagni sono negativi a Modena, mostrando un aumento del +44,5% delle ore concesse fra il primo semestre 2024 e lo stesso periodo del 2025 (+21,8% l'incremento medio riportato in Italia).

Per quanto riguarda le vendite all'estero, la provincia di Modena ha subito una contrazione del -1,3% fra il primo semestre 2024 e il primo semestre 2025, a fronte di un aumento nazionale del +2,1%. Infine, si evidenzia una crescita del numero di transazioni normalizzate di abitazioni leggermente meno espansiva del trend nazionale: +8,8% è l'incremento tendenziale del primo semestre 2025 registrato a Modena, rispetto al +9,5% conseguito in Italia.

dataview
IL BAROMETRO DELL'ECONOMIA TERRITORIALE

INDICATORI CONGIUNTURALI DELLA PROVINCIA DI MODENA



-0,1
ITALIA: -0,6
Variazione percentuale delle imprese attive fra settembre 2024 e settembre 2025

-4,2
ITALIA: -5,2
Variazione percentuale della consistenza delle start-up innovative registrate fra settembre 2024 e settembre 2025

+3,6
ITALIA: +7,2
Variazione percentuale della consistenza delle istituzioni iscritte al RUNTS fra settembre 2024 e settembre 2025



-1,3
ITALIA: +2,1
Variazione percentuale delle esportazioni fra primo semestre 2024 e primo semestre 2025



-2,7
ITALIA: +1,4
Variazione percentuale del numero di occupati fra primo semestre 2024 e primo semestre 2025

-8,3
ITALIA: -2,5
Variazione percentuale del numero di entrate previste di lavoratori delle imprese extra-agricole fra ottobre-dicembre 2024 e ottobre-dicembre 2025

+44,5
ITALIA: +21,8
Variazione percentuale del numero di ore di cassa integrazione guadagni fra primo semestre 2024 e primo semestre 2025



+8,8
ITALIA: +9,5
Variazione percentuale del numero di transazioni normalizzate di abitazioni fra primo semestre 2024 e primo semestre 2025



-1,0
ITALIA: +0,4
Variazione percentuale della consistenza dei depositi bancari e risparmio postale fra primo semestre 2024 e primo semestre 2025

+1,8
ITALIA: -0,4
Variazione percentuale della consistenza dei prestiti alle attività economiche fra luglio 2024 e luglio 2025

3/10

NUMERO INDICATORI CON PERFORMANCE SUPERIORE ALLA MEDIA NAZIONALE

DATA DI RILASCIO: 30 ottobre 2025



LEGENDA: TESTO IN VERDE = valore indicatore migliore rispetto alla media Italia TESTO IN ROSSO = valore indicatore peggiore rispetto alla media Italia
SIMBOLO VERDE = miglioramento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente SIMBOLO ROSSO = peggioramento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente

powered by **stat**

Excelsior:

IN FLESSIONE LE PREVISIONI DI ASSUNZIONE DELLE IMPRESE

Si prevedono maggiori ingressi nei servizi alle imprese e nel turismo, tra i gruppi professionali cresce la richiesta fra quelli meno specializzati

Nel mese di ottobre si rileva di nuovo una flessione dei nuovi ingressi di manodopera in provincia di Modena: le imprese prevedono di assumere 6.620 persone, in calo del 17,9% rispetto a settembre 2025 e del 7,0% rispetto a ottobre 2024. La quota di imprese che intende assumere rimane stabile al 19% del totale.

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

Anche il dato regionale risulta in flessione rispetto a settembre 2025 (-13,0%) così come il totale Italia (-8,6%), tuttavia il confronto con ottobre del 2024 mostra un andamento positivo per entrambe le zone geografiche: le assunzioni in regione salgono del +1,6%, mentre nel totale Italia del +6,3%.

Le previsioni dell'intero trimestre ottobre-dicembre 2025 per Modena mostrano 16.190 assunzioni, in calo del 20,9% rispetto al trimestre settembre-novembre 2025, la contrazione diviene minore confrontando lo stesso periodo dell'anno precedente (-4,9%).

Nel mese di ottobre salgono leggermente le assunzioni di giovani con meno di 30 anni arrivando al 34,8% del totale, più marcata la crescita di personale immigrato che sale al 29,0%.

Più della metà delle assunzioni verrà effettuata con contratti a tempo determinato (52,0%), cresce leggermente la quota dei contratti a tempo indeterminato (20%), quella dei "co.co.co e altri contratti non dipendenti" (5%) e quella dei "contratti di apprendistato" (6%). Restano stabili al 4% gli "altri contratti dipendenti", infine scende la quota dei contratti di

somministrazione (13%).

Tra i settori crescono le quote di assunzione nei servizi alle imprese (18,4%), nel turismo (17,2%) e nel commercio (14,6%), rimane stabile l'edilizia (9,2%), mentre perdono quota l'agricoltura (3,2%), i servizi alle persone (12,2%) e l'industria manifatturiera, che con 1.670 ingressi rimane comunque il settore con il maggior numero nuovi ingressi (25,2%).

Tra i gruppi professionali aumenta la quota delle professioni meno specializzate, come gli operai non qualificati (15,3%) e gli operai specializzati (19,0%), mentre scendono le professioni intellettuali (4,3%) e i conduttori di impianti e macchinari (13,4%). Piuttosto stabile la distribuzione fra le professioni tecniche (11,7%). Le professioni specializzate nelle attività commerciali e servizi, con più di un quarto del totale, rimangono il gruppo professionale più richiesto, in leggera crescita anche la proporzione degli impiegati (8,4%).

In ottobre aumenta la difficoltà di reperimento del personale da parte delle aziende (53,0%), i gruppi professionali più difficili da trovare sono soprattutto nell'ambito degli operai, come i "fabbrici ferri" (88,0%), i "fonditori saldatori e lattonieri" (82,0%), gli "operai addetti alle rifiniture delle costruzioni" (79,1%) e gli "operai specializzati nell'installazione e manutenzione" (78,5%). Le uniche figure professionali con elevata specializzazione difficili da reperire risultano gli ingegneri (80,6%).

La crescita di figure professionali meno specializzate va di pari passo con una diminuzione dei titoli di studio richiesti, così scende all'11,6% la proporzione di laureati e al 2,3% quella degli ITS. Arriva quasi ad un quarto del totale la richiesta di diplomati

(24,5%), mentre il titolo di studio maggiormente richiesto rimane la qualifica professionale (39,6%). Aumenta la richiesta di persone con solamente la scuola dell'obbligo arrivando a più di un quinto del totale.

L'area funzionale prevalente in cui verranno impiegati i nuovi assunti è la "produzione di beni ed erogazione di servizi" (48,2%), in lieve crescita rispetto a settembre così come l'area "amministrativa e finanziaria" (3,8%) e l'area "direzione e servizi generali" (4,7%). Rimane stabile la quota di assunti

nell'area "tecnica e di progettazione" (15,0%), mentre scendono i nuovi ingressi impiegati nelle aree commerciali (17,4%) e logistica (11,0%).

Martedì 21 ottobre partirà la rilevazione Excelsior sulle previsioni di assunzione del trimestre dicembre 2023 - febbraio 2024, che coinvolge un campione di imprese di diversi settori; la Camera di Commercio di Modena avvierà contatti telefonici per supportare le aziende nella compilazione del questionario. L'indagine è inserita nel Programma Statistico Nazionale e prevede l'obbligo di risposta.



Excelsior ottobre 2025 provincia di Modena



assunzioni: 6.620



giovani under 30:
34,8%



high skills: 1.060

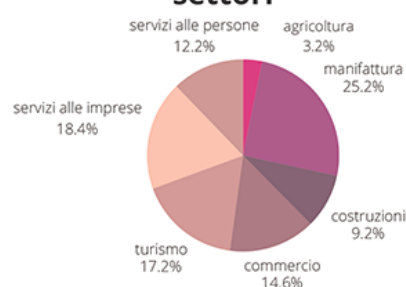


difficoltà di
reperimento: 53,0%

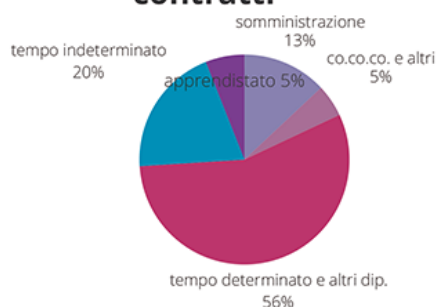
professioni



settori



contratti



titoli di studio

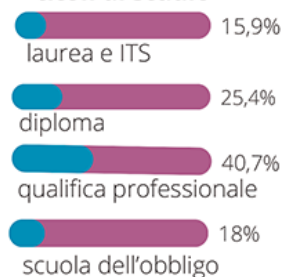


Figure professionali di difficile reperimento



fabbri e costruttori di
utensili



fonditori e lattonieri



tecnici ingegneri



operai specializzati costruzioni



installazione e manutenzione
attrezz. elettriche

Pasticceria Modenese:

TRA TRADIZIONE LOCALE E PRATICHE CONTEMPORANEE

FRANCESCA RICCI

Raccontare la storia della Pasticceria Modenese significa osservare come un laboratorio artigianale possa crescere senza perdere la propria identità, gestendo allo stesso tempo volumi importanti di produzione e una rete di punti vendita diretti al pubblico. L'azienda è parte del marchio "Tradizione e Sapori di Modena", che tutela prodotti tipici locali come gli Amaretti di Modena, conferendo loro riconoscimento ufficiale e controlli periodici, ma la storia che emerge è anche quella di scelte organizzative e operative precise, fatte per mantenere un equilibrio tra qualità e quantità.

«Il primo passaggio fondamentale - spiegano - è stato la creazione di un grande laboratorio centralizzato. Questa è stata una scelta strategica che ha permesso di aumentare i volumi di produzione per servire prima i bar e poi la grande distribuzione. Ma la vera mossa vincente è stata la decisione consapevole di non industrializzare i processi. Abbiamo scelto di investire nelle persone e di mantenere metodi di lavorazione manuali e artigianali, garantendo così che la qualità e la freschezza del prodotto non venissero mai compromesse, anche su larga scala».

Da questa struttura di base è nata la possibilità di aprire punti vendita diretti, un passaggio che ha modificato anche il rapporto con i clienti. «Passare

da essere un fornitore a diventare un marchio riconoscibile e un punto di riferimento per i modenesi è stato un passo decisivo. In questo modo, abbiamo potuto controllare l'intera esperienza del cliente, non solo vendendo un prodotto, ma offrendo un servizio completo con la caffetteria, la gelateria e un'accoglienza che rafforza il legame con il territorio».

La Pasticceria Modenese continua però a muoversi su più fronti. «Credo che la scelta che oggi fa la differenza sia la capacità di unire questa forte tradizione all'innovazione nei servizi. Strumenti come il configuratore di torte online, i servizi di catering per le aziende e i locker refrigerati dimostrano una visione moderna, attenta alle nuove esigenze dei clienti».

Il valore della manualità resta centrale, soprattutto nei prodotti simbolo dell'azienda. «Sicuramente la manualità contraddistingue il prodotto finito - spiegano - a parte l'ausilio di una planetaria per montare i bianchi dell'uovo e una raffinatrice per sminuzzare le mandorle, tutto il resto della lavorazione viene fatto a mano. Il contatto diretto con le materie prime ci consente di avere quella sensibilità che permette di fare fronte a tutti gli elementi esterni che possono intaccarlo, come umidità o freddo, riuscendo a creare sempre un prodotto a regola



d'arte in qualsiasi periodo dell'anno». A questo si aggiungono controlli annuali effettuati da ispettori per verificare il rispetto dei disciplinari, un dettaglio che conferma l'attenzione costante al rispetto delle regole e della qualità.

Quando si chiede quale dolce rappresenti meglio l'identità della Pasticceria, la risposta non indica un singolo prodotto, ma un ingrediente ricorrente in molti dolci. «Un dolce in particolare direi di no, ma abbiamo una materia prima che arricchisce buona parte dei nostri prodotti: la crema pasticcera. Ne produciamo più di 700 kg al giorno, sempre con la stessa ricetta dal lontano 1989. Il fatto di mantenere queste tradizioni per noi è davvero un vanto».

Gestire la produzione per la grande distribuzione comporta ulteriori sfide. «La GDO comporta ritmi e quantità davvero importanti – sottolineano – e abbiamo deciso anni fa di differenziare la produzione e tenere ben divisa la GDO da tutto il resto. Questo ci permette di seguire distintamente tutte le varie lavorazioni, dedicando le attenzioni necessarie e mantenendo così la qualità richiesta».

L'ingresso nel marchio "Tradizione e Sapori di Modena" è stato accolto come un riconoscimento significativo, ma ha comportato anche vincoli pratici. «Aderire al marchio è un grande onore e un fondamentale riconoscimento, ma credo che la sfida più complessa non sia stata tanto rispettare i singoli disciplinari - come quelli per gli Amaretti o il Belsone - quanto conciliare le loro stringenti direttive qualitative e territoriali con la nostra realtà produttiva in espansione».

Il panorama della pasticceria cambia rapidamente, così come le richieste dei clienti. «Sì, la pasticceria cambia: molte novità, tanta innovazione ma

anche mode molto passeggera. Sicuramente c'è molta più attenzione per quanto riguarda gli ingredienti, molta più informazione e sempre più persone che presentano novità e rivisitazioni. Una cosa che abbiamo notato, però, è che sono sempre mode o cambiamenti molto veloci. Alla fine dei conti, i classici rimangono sempre i primi della lista delle richieste che ci vengono fatte».

Infine, la Pasticceria Modenese ha ampliato la propria presenza oltre Modena, come nel caso della sede di Carpi, e si confronta con pubblici diversi. «Qualcosa che ci ha colpito in particolare direi di no, sicuramente parliamo di cinque realtà diverse. Questo comporta il far fronte a tantissime persone con abitudini e gusti ben differenti tra di loro. Fortunatamente la nostra varietà di prodotti ci permette di accontentare un po' tutti».

La storia della Pasticceria Modenese, osservata in questo modo, restituisce l'immagine di un'impresa attenta a coniugare tradizione e pratiche contemporanee, dove le scelte organizzative e l'attenzione ai dettagli contano quanto le ricette che da decenni definiscono i sapori della città.



La Corte di Dotti

DOVE LA TRADIZIONE SI RINNOVA NEL CUORE DI MODENA

FRANCESCA RICCI



Nel cuore della pianura modenese, l'Azienda Agricola La Corte di Dotti & C. S. Agr. S. racconta una storia di famiglia, passione e innovazione. Parte del marchio Tradizione e Sapori di Modena, con la loro Mela Campanina, i Dotti rappresentano un esempio virtuoso di agricoltura che sa evolversi senza dimenticare le proprie radici. «Noi cerchiamo di trovare un equilibrio in cui la tradizione viene preservata e valorizzata, ma supportata dalle tecnologie che rendono l'agricoltura più efficiente, sostenibile e in grado di rispondere alle sfide del momento», spiegano.

Oggi l'azienda è un organismo vivo, dove il passato convive con l'innovazione. «Abbiamo adottato impianti per l'agricoltura di precisione, come l'uso del GPS nei trattori e i collari biometrici che monitorano la salute dei bovini e la produzione del latte. Il robot spingi foraggio automatizza la distribuzione, riducendo il lavoro manuale e migliorando l'efficienza della gestione alimentare». A questo si affianca un impegno costante verso la sostenibilità ambien-

tale: «Nei nostri campi facciamo rotazione colturale in base al fabbisogno degli animali, migliorando la salute del suolo e riducendo l'uso di fertilizzanti e pesticidi chimici».

Alla Corte di Dotti tutto si tiene in un equilibrio naturale. «L'integrazione tra allevamento e coltivazioni offre vantaggi per entrambi: il letame animale arricchisce il suolo con nutrienti naturali, mentre le colture foraggere come erba medica e mais nutrono gli animali. È un ciclo chiuso in cui la terra nutre gli animali e gli animali restituiscono fertilità alla terra».

Tra queste rotazioni e campi rigogliosi, cresce anche la Mela Campanina, antica varietà modenese, conosciuta come la "mela della nonna". «Il nostro legame con la Mela Campanina nasce quasi per caso, dopo aver acquistato un podere nel 2014. Non è stato semplice, perché il "pom campanin" richiede una lavorazione lunga e particolare. Dopo la raccolta i frutti vengono stesi a terra per farli



arrossare, e l'escursione termica tra giorno e notte completa la maturazione, donando al frutto la sua tipica colorazione rossa». Un impegno che ha anche un valore affettivo: «Non possiamo dire di essere cresciuti insieme alla Mela Campanina, ma vogliamo essere ricordati per aver mantenuto viva questa varietà in ricordo dei nostri nonni che la custodivano nei granai».

È proprio la Mela Campanina ad aver portato l'azienda a entrare nel marchio Tradizione e Sapori di Modena, che tutela e promuove le eccellenze agroalimentari del territorio. «Abbiamo deciso di aderire perché rappresenta un'opportunità concreta per valorizzare il nostro lavoro, aumentare la visibilità e differenziarci sul mercato. Condividiamo i valori di qualità, trasparenza e responsabilità che il marchio promuove, e farne parte è una garanzia in più per i nostri clienti».

La valorizzazione passa anche attraverso la parte-

cipazione a fiere e manifestazioni, momenti fondamentali per incontrare il pubblico. «È molto importante partecipare con la Mela Campanina perché non tutti la conoscono. Molti pensano sia una mela da mangiare cruda, ma in realtà è ottima cotta al forno o nei preparati in cucina. Inoltre contiene sostanze antiossidanti quattro volte superiori alla Golden Delicious». Questi eventi diventano occasioni di racconto e memoria collettiva: «Spesso i consumatori ci parlano del loro legame con la Campanina, e lo fanno sempre con entusiasmo».

Allo stesso modo, le mostre zootecniche permettono all'azienda di confrontarsi e crescere. «Sono momenti per valorizzare la qualità del nostro allevamento e per restare aggiornati sulle migliori pratiche, grazie ai convegni e agli incontri con tecnici e genetisti».

Il benessere animale è una priorità quotidiana.





«L'osservazione costante è fondamentale: impari a riconoscere ogni animale e capisci subito se qualcosa non va. Se stanno bene loro, tutto funziona meglio». L'alimentazione viene calibrata con l'aiuto di un nutrizionista e si basa su mangimi tracciabili e foraggi autoprodotti. «Le nostre stalle sono spaziose, ben ventilate, con lettieri pulite e morbide. In estate utilizziamo ventilazione forzata e docce nebulizzanti per combattere lo stress da caldo». Anche i vitelli vengono allevati con grande attenzione: «Vogliamo garantire loro una crescita sana fin dai primi giorni di vita».

Lo sguardo verso il futuro resta lucido e concreto. «In questo settore le sfide non mancano: costi, normative, clima. Ma proprio per questo crediamo sia importante guardare avanti con idee chiare. Continueremo a investire nel benessere animale e nell'efficienza dell'allevamento». Per ora non sono

previsti ampliamenti frutticoli: «È già una sfida coltivare quello che abbiamo oggi».

E quando si parla del ruolo delle aziende agricole familiari, la loro visione è chiara e condivisibile: «La chiave per farle prosperare anche nel futuro sono la resilienza, l'agilità e l'adattabilità ai cambiamenti».

Una sintesi perfetta dello spirito della Corte di Dotti, dove tradizione e innovazione convivono ogni giorno, dimostrando che la vera modernità dell'agricoltura italiana nasce sempre dalle sue radici più autentiche.



Marchio

"TRADIZIONE E SAPORI DI MODENA"

La garanzia dietro al gusto: disciplinari e controlli

FRANCESCA RICCI



In Italia i marchi di tutela alimentare sono numerosi: oltre 300 tra DOP e IGP, cui si affiancano marchi collettivi locali che cercano di difendere prodotti radicati in un territorio ma non coperti da riconoscimenti comunitari. In questo contesto, si inserisce "Tradizione e Saperi di Modena", marchio nato nel 2003 su iniziativa della Camera di commercio di Modena con l'obiettivo di proteggere e promuovere alcune specialità della provincia. L'idea di fondo è semplice: dare al consumatore la certezza che dietro a un prodotto ci siano regole scritte, disciplinari precisi e verifiche indipendenti.

Il disciplinare rappresenta la carta d'identità di ciascun prodotto. Non si limita a indicare il nome o la provenienza, ma entra nel dettaglio: ingredienti ammessi, metodi di lavorazione, caratteristiche fisiche e persino le modalità di confezionamento e le diciture da riportare in etichetta. L'intento è evitare che la parola "tradizionale" diventi un'etichetta abusata, svuotata di contenuto, e

garantire una coerenza tra quello che il consumatore immagina e quello che effettivamente acquista. Naturalmente questo rigore comporta delle difficoltà: per un piccolo laboratorio può risultare complicato adeguarsi a procedure minuziose, documentare ogni passaggio e sostenere eventuali adeguamenti tecnici. È un prezzo da pagare per poter fare parte di un sistema che premia la qualità e la riconoscibilità.

Affinché le regole abbiano valore, è necessario che qualcuno le faccia rispettare. Per questo la verifica della conformità non spetta ai produttori né alla Camera di Commercio, ma a organismi terzi e indipendenti, accreditati a livello nazionale secondo standard internazionali. Le verifiche possono includere controlli documentali, audit in azienda e, in caso di necessità, analisi sui prodotti. È un approccio che garantisce imparzialità, ma che richiede tempo, competenze e costi che non tutti sono disposti o in grado di sostenere. Non sorprende quindi che, sebbene il marchio rappre-

senti un paniere importante, il numero delle imprese aderenti non coincida con l'intero tessuto produttivo modenese.

La trasparenza è uno dei pilastri di questo modello. I disciplinari sono pubblici e disponibili online, così come l'elenco aggiornato delle aziende che hanno ottenuto il marchio. Anche le etichette non lasciano spazio a dubbi: devono riportare logo, nome e sede del produttore. Questo sistema rende possibile al consumatore verificare la provenienza e la conformità di ciò che acquista, anche se resta da chiedersi quanti lettori si soffermino davvero a distinguere le differenze tra un marchio collettivo locale e le denominazioni di origine comunitarie, più note e riconoscibili anche fuori dai confini provinciali.

Nonostante queste criticità, disciplinari e controlli contribuiscono a costruire fiducia e ad oggi parliamo di 27 prodotti certificati e oltre 300 imprese aderenti, un risultato significativo se si pensa che vent'anni fa il progetto era poco più che un'idea. La crescita testimonia che, pur tra burocrazia e difficoltà, molte aziende trovano conveniente distinguersi attraverso un marchio che dà credibilità al loro lavoro. Parallelamente, il mercato alimentare italiano nel 2023 ha registrato un aumento del 13% nei consumi di prodotti DOP e IGP secondo un recente rapporto Ismea-Qualivita, segno che i consumatori cercano garanzie e non si accontentano di etichette generiche.

Negli anni, il marchio "Tradizione e Sapori di Modena" ha saputo dare voce a un patrimonio gastronomico che rischiava di restare confinato nelle botteghe o nei mercati locali, trasformandolo invece in un sistema riconosciuto capace di

riunire produttori diversi sotto un'unica visione di qualità e trasparenza. Non si tratta di un semplice bollino, ma del risultato di un lavoro collettivo che coinvolge istituzioni, artigiani, imprese e consumatori, tutti uniti dall'idea che la qualità non sia una dichiarazione d'intenti, ma un metodo di lavoro fatto di regole condivise e rispetto per le origini.

La vera sfida, oggi, consiste nel riuscire a consolidare questa fiducia, rafforzando la consapevolezza del pubblico e al tempo stesso semplificando il percorso di adesione per le aziende, così da favorire una partecipazione sempre più ampia. È un equilibrio complesso, che richiede attenzione e competenza, ma anche la capacità di comunicare in modo chiaro il valore aggiunto che il marchio rappresenta. In questo senso, la tutela non si esaurisce nella conservazione delle tradizioni, ma diventa uno strumento di sostenibilità e innovazione, capace di valorizzare chi produce con serietà e chi acquista con fiducia, in un circolo virtuoso che restituisce significato al concetto stesso di "tipico". In un mercato globale dove i loghi e le certificazioni si moltiplicano e rischiano di confondere, marchi come "Tradizione e Sapori di Modena" possono offrire una bussola affidabile, capace di coniugare identità territoriale, trasparenza e responsabilità economica.

Per conoscere nel dettaglio i prodotti certificati e le imprese aderenti al marchio, o per entrare a fare parte del marchio è possibile consultare il sito ufficiale: www.tradizionesaporimodena.it



Un CRM camerale PER UNA COMUNICAZIONE PIÙ SEMPLICE E VICINA ALLE IMPRESE

La Camera di Commercio di Modena ha rinnovato il proprio modo di dialogare con le imprese, adottando un nuovo sistema CRM (Customer Relationship Management) nell'ambito del Sistema Unico Nazionale Camerale. L'obiettivo è rendere la comunicazione più diretta, personalizzata e accessibile, offrendo alle aziende un'esperienza digitale più efficace e su misura.

Attraverso la nuova piattaforma CRM, imprese e professionisti potranno accedere a servizi evoluti semplicemente registrandosi all'area riservata a questo link. Una volta iscritti, gli utenti potranno ricevere informazioni e proposte in linea con i propri interessi - ad esempio, segnalazioni su iniziative, corsi e opportunità formative - oltre a usufruire di un nuovo servizio di assistenza trami-

te messaggistica, pensato per velocizzare il contatto con l'Ente camerale.

Il nuovo sistema garantisce una gestione trasparente e sicura delle informazioni, nel rispetto della normativa sulla privacy, assicurando agli utenti il pieno controllo dei propri dati e delle modalità con cui desiderano essere contattati.

Con questa innovazione digitale, la Camera di Commercio compie un passo avanti verso una relazione più trasparente, interattiva e personalizzata con il tessuto produttivo locale - un esempio concreto di come la digitalizzazione possa migliorare il rapporto tra pubblica amministrazione e imprese.



Censimento

PERMANENTE DELLE IMPRESE

Indagine Istat su industria e servizi

Dall'8 ottobre 2025 al 3 marzo 2026 Istat realizzerà la terza edizione della rilevazione multiscopo sulle Imprese nell'ambito dei Censimenti permanenti, con l'obiettivo di incrementare il patrimonio informativo sulla struttura del sistema economico nazionale e aggiornare la qualità dei Registri statistici delle Imprese, realizzati integrando fonti statistiche e fonti amministrative.

Questa edizione riguarderà le imprese italiane operanti nell'industria e nei servizi coinvolgendo

tutte le medie e grandi imprese con 20 addetti e oltre, e un campione di imprese che occupano da 3 a 19 addetti.

L'indagine prevede l'obbligo di risposta. La partecipazione alle rilevazioni censuarie è fondamentale per garantire la disponibilità dei dati necessari a orientare politiche di sviluppo del Paese.

