

MODENA

ECONOMICA

Periodico della Camera di Commercio

**Numero 6
novembre
dicembre
2021**



**BILANCIO PREVENTIVO:
LE INIZIATIVE A FAVORE
DELL'ECONOMIA**

**LA COMPOSIZIONE
NEGOZIATA DELLA
CRISI D'IMPRESA**

**E-COMMERCE:
COME OTTIMIZZARE
LA STRATEGIA**

**MERCATO
IMMOBILIARE
IN RIPRESA A MODENA**



**CAMERA DI COMMERCIO
MODENA**



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA

Numero 6 novembre-dicembre 2021

DOSSIER

- 1 Bilancio preventivo: gli interventi a favore dell'economia

INIZIATIVE

- 3 Le migliori "Storie di Alternanza": premiato l'ITI Fermi
- 5 Yes I Start Up: come avviare una impresa da zero
- 6 On line Moda Makers Digital dopo Modena Fiere
- 8 Anniversario per la cooperazione sociale
- 11 Modena è città creativa Unesco per le Media Arts
- 12 La composizione negoziata della crisi d'impresa
- 14 Fallimenti: le procedure aperte nei primi nove mesi del 2021
- 15 Scioglimenti e liquidazioni di impresa in provincia di Modena

INNOVAZIONE

- 16 E-commerce: come ottimizzare la strategia aziendale
- 19 I crediti d'imposta per investire in innovazione
- 21 Nasce ID Infocamere, portale per l'identità digitale
- 23 In crescita le start up innovative a Modena
- 25 Buone performance per start up e pmi innovative dell'ICT
- 28 I City Rank 2021: Modena quarta città italiana

EXPORT

- 29 Riparte il progetto SEI: supporto all'export

INDICATORI

- 30 Mercato immobiliare: prospettive di ripresa
- 36 Dopo la ripresa autunnale, in calo le assunzioni a dicembre
- 38 Sul mercato del lavoro ricercate competenze green e digitali

TIPICITA'

- 40 Natale a Modena con il marchio Tradizione e sapori

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. 059/208259

ufficio.stampa@mo.camcom.it

Direttore Responsabile

Stefano Bellei

Caporedattore

Massimiliano Mazzini

Vicecaporedattore

Elisabetta Silvestri

In Redazione

Maura Monari

Marzia Pinelli

Questa testata è associata a

 **USPI**
Unione Stampa Periodica Italiana

Bilancio preventivo: GLI INTERVENTI A FAVORE DELL'ECONOMIA

La Camera di Commercio ha approvato il bilancio preventivo 2022 contenente le linee di intervento per promuovere l'economia modenese

MARZIA PINELLI

Il 30 novembre 2021 il Consiglio della Camera di Commercio ha approvato il bilancio preventivo per l'anno 2022. Le voci di entrata prevedono proventi correnti per euro 14,07 milioni in netto aumento rispetto al 2021 e al 2020, una crescita dovuta essenzialmente al miglioramento delle prospettive dell'economia modenese e conseguentemente dei bilanci aziendali sui quali viene calcolata la parte variabile dell'imposta camerale. Per quanto riguarda la sezione degli interventi economici, la voce che maggiormente impatta sulle imprese del territorio, si prevede di destinare una

somma pari a euro 2,31 milioni, in lieve aumento rispetto al preventivo dell'anno precedente. Tale importo comprende anche le somme previste per le progettualità finanziate con il + 20% del diritto annuale per il triennio 2020-2022 e che riguardano il Punto Impresa Digitale, l'Internazionalizzazione, i Servizi di Orientamento al Lavoro e alle Professioni, il Turismo, la Prevenzione crisi d'impresa e supporto finanziario, progetti che vanno a rafforzare le linee strategiche dell'ente. Il prospetto delle iniziative previste per l'anno 2022 conferma, di fatto,



l'assetto dell'anno precedente. E' stato inserito in realtà un unico nuovo "fondo" per "Iniziativa locali di valorizzazione dell'economia modenese"; ciò con l'obiettivo di intercettare le eventuali progettualità escluse dai finanziamenti di cui al bando pubblico auspicato dagli organi camerali per la realizzazione di azioni di marketing territoriale e per il quale sono stati accantonati 100 mila euro.

Rispetto al 2021 sono stati rimodulati in aumento gli importi per lo sviluppo di alcune specifiche iniziative: si tratta in particolare dell'ammontare dedicato ai "Progetti e/o iniziative per favorire l'internazionalizzazione delle imprese modenesi" (portati ad € 75.000) e al "Fondo al sistema fieristico modenese tramite Modena Fiere Srl" (portato ad € 70.000), immaginando che le attività correlate possano riprendere a fronte del superamento dell'emergenza sanitaria in atto.

In particolare sono stati avviati con-

tatti per la proposizione di un'iniziativa fieristica per la promozione della meccanica motoristica e dei materiali speciali.

In aumento anche (€ 50.000) le risorse destinate alle iniziative a favore di neo-imprese.

Gli organi camerali, che in questa fase si attengono ad un principio di prudenza, evidenziano che l'impianto approvato è dotato della necessaria flessibilità che potrà permettere, in corso d'anno, di rifinanziare eventuali bandi a fronte della disponibilità di ulteriori risorse o eventuali risparmi.

INTERVENTI ECONOMICI

BUDGET INIZIALE 2022

AREA STRATEGICA 1 : COMPETITIVITA' DELLE IMPRESE	1.502.952,49
Internazionalizzazione	697.671,27
Digitalizzazione, sviluppo e qualificazione aziendale e dei prodotti	695.838,93
Orientamento al lavoro	109.442,29
AREA STRATEGICA 2 : COMPETITIVITA' DEL TERRITORIO	762.047,51
Promozione infrastrutture	4.047,51
Marketing territoriale	683.000,00
Ambiente	10.000,00
Tutela della liquidità	65.000,00
AREA STRATEGICA 3 : COMPETITIVITA' DELL'ENTE	45.000,00
Semplificazione processi	10.000,00
Efficienza e qualità dei servizi	35.000,00
Trasparenza e anticorruzione	-
TOTALE PROMOZIONALI (al netto dei progetti finanziati dal diritto annuale)	2.310.000,00

Le migliori “Storie di Alternanza”: PREMIATO L’ITI FERMI

Il team dell’Istituto Tecnico Industriale di Modena vince il primo premio nella categoria PCTO presso Licei, Istituti tecnici e Istituti professionali

Una edizione rinnovata, 4 le categorie in gara, quasi 3.300 studenti coinvolti, 244 Scuole, Fondazioni ITS (Istituti tecnici superiori) e Centri per la formazione professionale partecipanti e oltre 330 progetti inviati: è questo il bilancio della IV edizione del Premio “Storie di alternanza”, promosso da Unioncamere e da 41 Camere di commercio per dare visibilità a racconti di alternanza e/o apprendistato realizzati nell’ambito di percorsi di formazione ITS, di percorsi duali o di Percorsi per le competenze trasversali e l’orientamento (PCTO).

ITI FERMI SUGLI SCUDI NELLA IV EDIZIONE DEL PREMIO

Tra i vincitori del premio, l’ITI Enrico Fermi di Modena, primo classificato nella categoria PCTO presso Licei, Istituti tecnici e Istituti professionali. I 5 studenti dello “sCANSATI team: oltre il CanSat” hanno realizzato e lanciato in cielo con un razzo una sonda elettronica per la rilevazione del particolato e la presenza di batteri nell’aria. Il video che racconta la loro esperienza ha ricevuto un premio di 2.500 euro, assegnati alla scuola.

Il progetto del Fermi aveva già riscosso importanti riconoscimenti: è stato infatti presentato al concorso CanSat in fase nazionale, aggiudicandosi il primo posto. Ha rappresentato successivamente l’Italia nella fase Europea 2021 Virtual European CanSat Competition, 29 settembre 2021 – 8 ottobre 2021, classificandosi al primo posto nella valutazione del progetto dal punto di vista tecnico (The prize for the Highest Technical Achievement).

IL BILANCIO DELLA PREMIAZIONE NAZIONALE

In tutto sono dodici le scuole italiane (Licei, Istituti tecnici e professionali, ITS e CFP) che si sono aggiudicate il riconoscimento consegnato il 25 novembre nell’ambito della trentesima edizione di Job&Orienta, il salone dell’orientamento, la scuola, la formazione e il lavoro 2021. I progetti sono stati elaborati e realizzati con il contributo di docenti, studenti e giovani degli Istituti Tecnici Superiori, degli Istituti scolastici italiani del secondo ciclo di istruzione e formazione e dei Centri di Formazione Professionale, con la collaborazione dei tutor esterni/aziendali.

I Ministri dell’Istruzione e del Lavoro, Patrizio Bianchi e Andrea Orlando, hanno voluto inviare un messaggio ai ragazzi presenti all’iniziativa. Il Ministro Bianchi ha sottolineato che il progetto “è un prezioso modello di educazione e formazione che coinvolge tutte le comu-



**STORIE
DI ALTERNANZA**

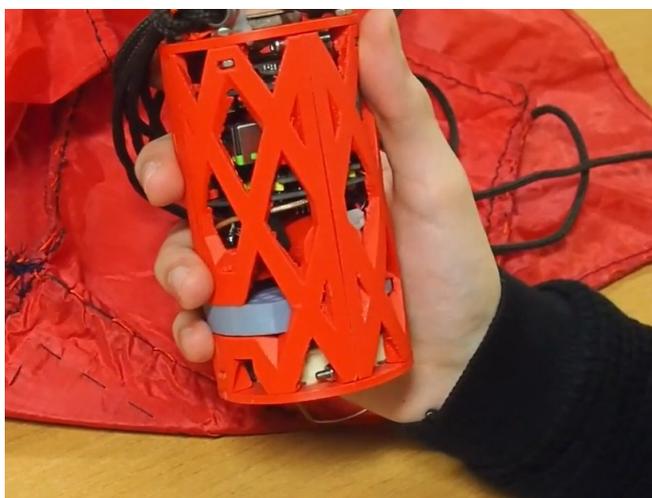
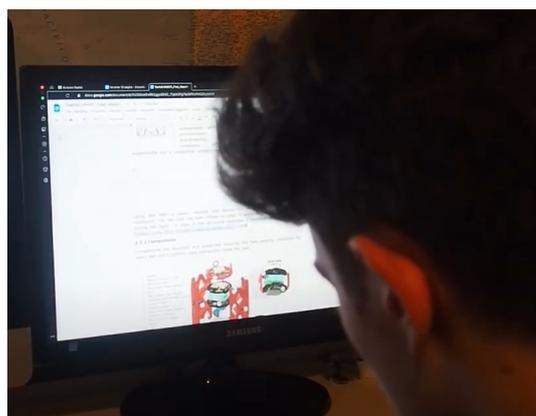
nità scolastiche in uno scambio di idee ed esperienze". Il Ministro Orlando ha invece evidenziato come i premi assegnati siano "a valle di un percorso di sicuro interesse e che rappresenta la strada sulla quale lavorare per rafforzare le competenze e rendere il nostro Paese più competitivo, con un sistema di incontro tra domanda e offerta di lavoro più efficace".

Anche nel 2021 è stato ampio il coinvolgimento dei docenti, degli studenti e delle imprese nelle varie iniziative di alternanza e/o apprendistato finalizzate a creare un circolo virtuoso per sostenere nei giovani l'acquisizione e il rafforzamento delle competenze da spendere poi nel mondo del lavoro.

I 335 progetti presentati dimostrano che gli studenti si sono confrontati con una ampia varietà di opportunità formative che le scuole, insieme alle imprese e alle istitu-

zioni dei territori hanno offerto loro. Tra le tematiche nel cui ambito si sono realizzate le esperienze di alternanza la più gettonata è la Sostenibilità ambientale (20%), seguono Attività sociali/Welfare e Comunicazione (ognuna 13%), Beni culturali e Applicazioni web (ognuna 11%), Meccatronica e Ristorazione/Turismo (ognuna 9%), Marketing (6%), seguono Management, Design/moda, Specificità territoriali/produzioni dei distretti e Sport/intrattenimento (complessivamente 10%).

Nel complesso sono stati 2.382 i progetti presentati nel corso delle sette sessioni che si sono susseguite dall'istituzione del premio nel 2017 e che hanno coinvolto oltre 27mila studenti.



Yes I Start Up: COME AVVIARE UNA IMPRESA DA ZERO

Al via un percorso gratuito di formazione all'autoimpiego che fornisce le competenze per trasformare un'idea imprenditoriale in realtà

Yes I Start Up è un percorso gratuito di formazione all'autoimpiego, di cui lfoa è soggetto attuatore, promosso da Anpal e dall'Ente Nazionale Microcredito, che ha istituito presso la Camera di commercio di Modena uno dei 180 sportelli informativi presenti a livello nazionale.

Il percorso di 80 ore fornisce le competenze necessarie a trasformare un'idea imprenditoriale in realtà: dalla creazione del business plan alla preparazione della documentazione richiesta per avviare l'attività.

Yes I Start Up è un modello sperimentato tra il 2018 e il 2020, attivo su

tutto il territorio italiano con la stessa modalità. La formazione gratuita è divisa in due moduli:

formazione di base a cui possono essere abbinate interazioni a distanza con allievi in live streaming

accompagnamento e di assistenza tecnico-specialistica e personalizzato, erogato in forma individuale o per piccoli gruppi.

Il progetto è indirizzato a giovani NEET (Not in Education, Employment or Training) fino a 29 anni iscritti a Garanzia Giovani, donne inattive e disoccupati di lunga durata.

Il progetto Yes I Start Up agisce in

sinergia con il Nuovo SELFIEmployment, strumento che offre condizioni di accesso e di erogazione di finanziamenti a tasso zero e senza garanzie reali per l'avvio di piccole iniziative imprenditoriali gestito da Invitalia.

Concluso il percorso formativo e creato il business plan, ai partecipanti sarà data la possibilità di realizzare la propria start up grazie all'accesso al credito agevolato del Nuovo SELFIEmployment.



FONDO ROTATIVO NAZIONALE SELFIEMPLOYMENT

SELFIEmployment è il fondo rotativo nazionale promosso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e gestito da Invitalia, rivolto ai giovani Neet, alle donne inattive e ai disoccupati di lunga durata che intendono avviare nuove piccole iniziative imprenditoriali e di lavoro autonomo attraverso l'accesso al credito agevolato. SELFIEmployment è valido in tutta Italia e finanzia con prestiti a tasso zero e senza garanzie reali progetti che prevedono spese per almeno 5.000 euro fino a un massimo di 50.000 euro.

Possono essere finanziate le iniziative in tutti i settori della produzione di beni, fornitura di servizi e commercio, anche in forma di franchising.

I finanziamenti sono a tasso zero e coprono fino al 100% delle spese, non richiedono garanzie personali e devono essere restituiti in 7 anni.

Le tipologie di finanziamento sono tre, con diverse modalità di erogazione dei contributi:

- microcredito per spese tra 5.000 e 25.000 euro
- microcredito esteso per spese tra 25.000 e 35.000 euro
- piccoli prestiti per spese tra 35.000 e 50.000 euro

Chi ottiene il finanziamento deve impegnarsi a costituire la società entro 3 mesi e completare il programma di investimento entro 18 mesi dalla stipula del contratto di finanziamento.

Online Moda Makers Digital DOPO MODENA FIERE

Dopo l'edizione a Modena Fiere, il progetto Moda Makers si presenta agli operatori internazionali con un portale dedicato alle collezioni autunno/inverno 2022/2023. Appuntamento a maggio con la prossima edizione fisica e le Collezioni Primavera/Estate 2023



Si è conclusa giovedì 11 novembre la 12^a edizione di Moda Makers, la manifestazione delle PMI italiane della moda programmata tenutasi per la prima volta nella nuova sede di ModenaFiere, e tornata a svolgersi in presenza dopo le passate tre edizioni esclusivamente online.

Ma la moda Made in Italy non finisce di mostrarsi ai buyers di tutto il mondo: è infatti online Moda Makers Digital (digital.modamakers.it), il portale con le Collezioni Autunno/Inverno 2022/2023 dedicato ai compratori che, a causa dell'incertezza rispetto alla situazione pandemica, non hanno potuto ancora fisicamente raggiungere la fiera.

Nonostante la situazione legata alla pandemia, la manifestazione ha fatto registrare una significativa presenza di buyers internazionali provenienti da oltre 16 paesi europei ed extra europei, tra i quali si segnalano Giappone, Corea del Sud, Stati Uniti, Germania, Austria, Spagna, Grecia, Olanda e Belgio. Ottima e qualificata anche la presenza di operatori provenienti da tutta Italia.

Soddisfazione espressa dagli organizzatori e dalle 34 aziende partecipanti per il ritorno dei visitatori all'edizione fisica, il cui prossimo appuntamento si svolgerà dal 10 al 12 maggio 2022, quando le aziende partecipanti presenteranno le Collezioni Primavera/



Estate 2023.

Marco Momoli, Direttore di ModenaFiere ha dichiarato: "Considerando l'incertezza tutt'ora perdurante rispetto alla situazione sanitaria globale, che limita ancora fortemente i viaggi dai Paesi più lontani e il numero delle aziende espositrici, siamo soddisfatti dell'andamento della fiera. I risultati di questa edizione sono il punto di partenza che ci permetterà di avere un'edizione a maggio, alla quale inizieremo a lavorare sin da domani, con ancor più espositori e visitatori."

Moda Makers è organizzata da ModenaFiere, e Moda Makers Digital dal Consorzio Expo Modena; a promuovere entrambe, il progetto Carpi Fashion System, di cui fanno parte CNA, LAPAM-Confartigianato, Confindustria Emilia, Camera di Commercio di Modena, Fondazione CR Carpi e Comune di Carpi, Fondazione Democenter-SIPE e ForModena.



Immagini della 12^a edizione di Moda Makers tenuta nei padiglioni di Modena Fiere dal 9 all'11 novembre 2021

Anniversario per la COOPERAZIONE SOCIALE

Compie trent'anni la legge 381/1991 che ha istituito le cooperative sociali. Confcooperative Modena ha celebrato l'anniversario con un incontro pubblico alla Camera di Commercio

Compie trent'anni la legge 381 che ha istituito le cooperative sociali. Fu approvata dal Parlamento l'8 novembre 1991. Per celebrare questo anniversario, Confcooperative Modena ha organizzato un convegno lo scorso 17 novembre alla Camera di Commercio.

Dopo i saluti del presidente di Confcooperative Modena Carlo Piccinini, di quello della Camera di Commercio Giuseppe Molinari e del direttore di Emil Banca Daniele Ravaglia, è stata presentata la ricerca "Il prima e il dopo la pandemia: siamo fuori dal tunnel?", realizzata dal vicesegretario generale e direttore del Centro Studi di Unioncamere Emilia-Romagna Guido Caselli.

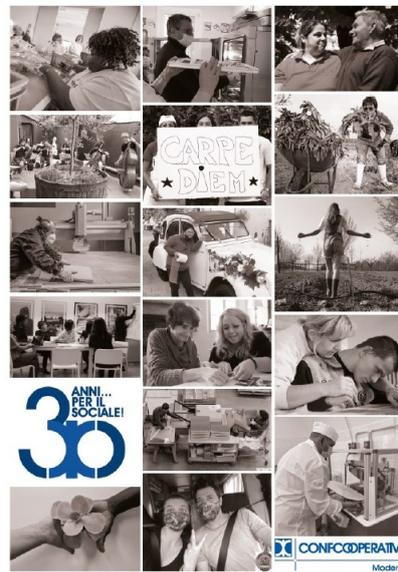
In apertura di intervento, Caselli ha illustrato i dati economici che fotografano la realtà del settore. C'è un dato che meglio di altri racconta la forte crescita della cooperazione sociale modenese negli ultimi dieci anni. Se si considerano le imprese che erano attive nel 2011 e lo sono ancora nel 2020 - quindi al netto delle imprese cessate e delle nuove iscritte - le cooperative sociali mostrano un tasso di incremento che è tre volte superiore a quello del totale delle cooperative, quasi il doppio rispetto a quello delle altre società di capitali.

Nello specifico, se si pone uguale a 100 il valore del fatturato del 2011 la cooperazione sociale nel 2020 raggiunge quota 141, contro il 114 del totale cooperativo e il 123 del resto delle imprese.

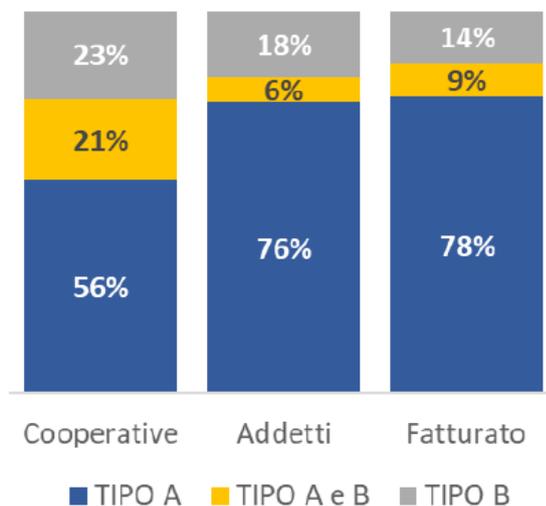
Secondo l'albo delle cooperative detenuto dal Ministero dello sviluppo economico le cooperative sociali con sede legale nella provincia modenese sono 138, mentre quelle effettivamente attive che hanno depositato i dati di bilancio in almeno uno degli ultimi due anni risultano essere 110 (fonte Camera di Commercio).

Il fatturato complessivo della cooperazione sociale modenese supera i 300 milioni di euro l'occupazione conta oltre 7.200 addetti.

Le cooperative di tipo A - tipologia che include le cooperative che si occupano della gestione

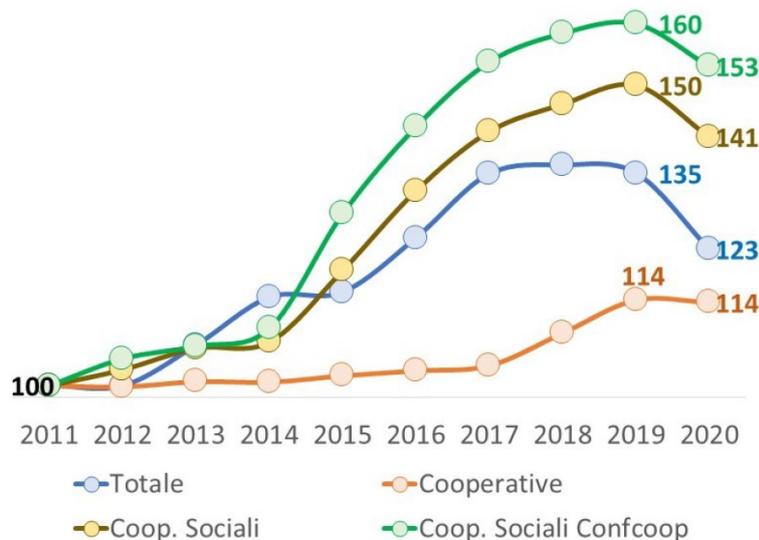


Cooperative sociali in provincia di Modena



Fonte: Centro Studi Unioncamere Emilia Romagna

Variazione del fatturato delle società modenesi. Anni 2011-2020, numero indice 2011=100



Elaborazione centro studi Unioncamere Emilia-Romagna su dati Aida, CCIAA e Confindustria Modena

dei servizi socio-sanitari, formativi e di educazione permanente – rappresentano oltre la metà delle cooperative sociali e i tre quarti dell'occupazione e del fatturato. Le cooperative di tipo B – impegnate nella gestione di attività finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate – rappresentano circa un quarto del totale e poco meno del 20 per cento in termini di addetti. Le restanti quote afferiscono alle cooperative di tipo misto, A+B, che svolgono sia attività connesse alla gestione di servizi, sia quelle di inserimento lavorativo di persone svantaggiate.

Il 2020, come ampiamente noto, è stato un anno devastante dal punto di vista economico. La diffusione della pandemia e i lunghi periodi di lockdown hanno avuto un forte impatto sulle dinamiche economiche mondiali e, ovviamente, sul territorio modenese. Il PIL (valore aggiunto) di Modena è diminuito dell'8,7 per cento, una flessione analoga a quella registrata dai ricavi dalle società di capitali, -8,1 per cento. Secondo le previsioni nel corso del 2021 l'economia modenese dovrebbe recuperare larga parte di quanto perso, +8 per cento la crescita prevista del valore aggiunto a fine anno, per consolidare il percorso di ripresa negli anni successivi.

Come osservato precedentemente con riferimento all'intero decennio 2011-2020, anche nell'ultimo anno la coope-

razione sociale modenese mostra una miglior dinamica rispetto alle imprese operanti in altri settori, confermando la sua natura anticiclica.

Da questi primi numeri si evince come la cooperazione sociale modenese abbia conseguito ottimi risultati nell'ultimo decennio e sia riuscita non solo a limitare l'impatto economico della pandemia, ma anche a creare nuova occupazione.

Venendo alla situazione economica attuale, Caselli ha sottolineato come sia ormai evidente che l'evoluzione avviene non su traiettorie lineari, ma attraverso momenti di rottura, di discontinuità, come ad esempio questa pandemia o il digitale.

Ci aspetta quindi un mondo diverso dove si possono trovare opportunità per coloro che hanno idee, competenze, coraggio e desiderio di mettersi in gioco. Ma sussistono anche minacce come il rischio ambientale o l'invecchiamento della popolazione e la denatalità che rappresentano il pericolo più grave.

Il grande cambiamento in atto è l'impetuosa trasformazione digitale che sta mutando il nostro modo di vivere. Nel mondo lo smartworking è diventato realtà anche in settori un tempo impensabili come gli scavi minerari, riguarda tutta l'industria. L'e-commerce con i suoi grandi marketplace sta rivoluzionando il mondo del commercio, le

città si stanno popolando di locker, luoghi dove ritirare i prodotti ordinati online.

Pensiamo ad esempio agli occhiali per la realtà virtuale che ci proiettano completamente immersi in un mondo parallelo: sono sempre più usati anche a scopi sanitari, per combattere dolore e ansia anche negli ospedali. Una professione sanitaria del futuro è lo scenografo dei ricordi.

I principali player di e-commerce stanno investendo pesantemente nella filiera socio-sanitaria. Si va verso una sanità on-demand e on-line, una sorta di GIG economy della salute. Chi saprà tutto di noi più del nostro medico sarà Alexa – ha aggiunto Caselli – evidenziando come si stanno moltiplicando le applicazioni per la telemedicina, per monitorare lo stato di salute a distanza.

La tecnologia sta prendendo il sopravvento ma non dobbiamo perdere di vista la “visione” – ha concluso Caselli – soltanto così sarà davvero “innovazione”. La sfida per le imprese nell’immediato futuro è tenere assieme profitto e sostenibilità. Non ci può essere crescita economica senza coesione sociale, il nostro destino dipende dagli altri, va sviluppata questa consapevolezza.

A seguire si è tenuta una tavola rotonda su “Equità e giustizia sociale: le risposte del territorio” alla quale ha partecipato Elena Oliva, coordinatrice di Federsolidarietà, l’organismo che rappresenta le cooperative sociali aderenti a Confcooperative Modena che ha dichiarato «Le cooperative sociali riescono a coniugare benessere sociale e risultati economici. Il nostro è un lavoro fatto di solidarietà, inclusione, impegno e partecipazione. Pur in condizioni drammatiche, abbiamo

garantito il lavoro per le persone fragili. Attualmente le nostre cooperative hanno circa 350 persone svantaggiate in inserimento lavorativo e altre forme di sostegno socio-occupazionale».

Al convegno è intervenuto anche il presidente nazionale di Federsolidarietà Stefano Granata. «In Italia si spende molto per il welfare ma, forse, si investe male. Degli oltre 508 miliardi di spesa pubblica per il welfare, solo 10 miliardi vanno alle spese sociali territoriali – ha detto – Gli investimenti innovativi delle cooperative sociali non sono sufficienti a compensare il gap tra domanda e offerta di servizi. Per cambiare volto al nostro Paese occorre investire di più sui servizi sociali territoriali, riducendo fortemente i trasferimenti monetari e rafforzando i servizi. Bisogna garantire diritti esigibili strutturando livelli essenziali di servizi sociali da erogare con il privato sociale in tutto il territorio nazionale. Le risorse non mancano», ha concluso il presidente nazionale di Confcooperative Federsolidarietà.



Modena è Città creativa UNESCO PER LE MEDIA ARTS

La nomina avvenuta a Parigi lunedì 8 novembre 2021. La Camera di Commercio tra i sostenitori della candidatura

Modena è città creativa Unesco ed è la prima città in Italia a ricevere questo riconoscimento per le "Media Arts". La nomina è stata formalizzata lunedì 8 novembre 2021 a Parigi, dalla direttrice generale dell'Unesco Audrey Azoulay nel corso della conferenza generale che ha designato 49 nuove Creative Cities nel mondo. Per l'Italia sono state designate Modena, per il cluster Media Arts, e Como, nel settore Artigianato e arte popolare. Salgono, così, a 13 le città creative Unesco in Italia. L'ingresso di Modena nelle città creative Unesco per le Media Arts premia il lavoro di rete svolto da tutto il comitato promotore, sostenuto anche tra gli altri enti dalla Camera di Commercio, volto a sostenere la candidatura in un percorso iniziato da più di un anno. Questo importante riconoscimento testimonia la grande vitalità del sistema cultura della città.
<https://modenafuturacreativa.it/>

Modena

**Città creativa UNESCO
per le Media Arts.**

Cultura, arte, digitale: Modena
alla sfida dell'innovazione - la
prima città italiana nel cluster
delle Media Arts

MODENA È CITTÀ CREATIVA UNESCO!

La composizione negoziata

DELLA CRISI D'IMPRESA

Online dal 15 novembre 2021 una piattaforma telematica dedicata, dove gli imprenditori in difficoltà economica possono presentare istanza per l'assistenza di un esperto che li supporti nel risanamento aziendale

L'imprenditore commerciale e agricolo che si trova in condizioni di squilibrio patrimoniale o economico-finanziario che ne rendono probabile la crisi o l'insolvenza, può chiedere la nomina di un esperto indipendente che agevoli le trattative tra l'imprenditore e i creditori e gli altri possibili soggetti interessati, al fine di individuare una soluzione per il superamento dello squilibrio economico dell'impresa.

Si tratta della "composizione negoziata della crisi d'impresa", il nuovo servizio

offerto dalle Camere di Commercio attraverso la piattaforma telematica nazionale online dal 15 novembre 2021. Perno fondamentale del nuovo istituto divenuto legge ad ottobre, è infatti il sito www.composizionenegoziata.camcom.it che costituisce il punto di riferimento su cui viaggia in automatico l'intera procedura volontaria, finalizzata a recuperare e riportare "in bonis" tutte le aziende, dalle commerciali alle agricole, che pur strutturalmente sane versano in condizioni di



squilibrio patrimoniale o economico/finanziario. La piattaforma camerale è composta da due aree, una pubblica di tipo informativo e l'altra "riservata" alle istanze formali, che guidano passo dopo passo l'imprenditore nel percorso individuato dalle misure attuative messe a punto dal Ministero della Giustizia, per cercare di raggiungere, se ne esistono le condizioni, il punto di equilibrio migliore tra le diverse esigenze dei creditori e del debitore.

L'accesso alla sezione pubblica permette all'imprenditore di svolgere il test facoltativo sulla perseguibilità – o meno - del possibile risanamento aziendale e di ottenere tutti gli altri elementi informativi relativi al nuovo strumento stragiudiziale. Attraverso l'area riservata, invece, l'impresa può presentare l'istanza, farsi assistere da un esperto e continuare l'iter mantenendo intatta, seguendo alcune specifiche regole, la continuità aziendale.

"Permettere alle imprese di riconoscere i segnali di crisi prima che si arrivi all'insolvenza, è fondamentale sia per le imprese interessate, ma anche per i creditori e l'indotto. Attraverso questo strumento, già nel giro di un anno e mezzo, si conta di potere contribuire a ridurre del 10% le oltre 48mila procedure concorsuali presentate tra il 2019 e il 2020. E a regime stimiamo che la nostra piattaforma possa essere utilizzata da 10mila imprenditori che chiederanno la collaborazione di un esperto per ristrutturare l'azienda, redigere un piano di risanamento per evitare, così, di ricorrere alle tradizionali strade giudiziali, spesso anticamera del procedimento di liquidazione giudiziale". E' quanto ha sottolineato il presidente di Unioncamere, Andrea Prete, che ha aggiunto "le Camere di commercio sono state pioniere della digitalizzazione, e la realizzazione di questa piattaforma è il segno della nostra capacità di innovare gli strumenti con i quali aiutare le imprese a dialogare ed

utilizzare una PA più moderna, più attenta e utile ai bisogni degli imprenditori."

Oltre alla gestione della piattaforma, al sistema camerale spetta anche la tenuta degli elenchi regionali degli esperti, la nomina diretta degli esperti per le imprese di dimensioni più piccole (quelle che hanno un attivo patrimoniale inferiore a 300mila euro, ricavi lordi sotto i 200mila euro e debiti inferiori a 500mila euro) ospitando le commissioni regionali cui spetterà, invece, l'onere di scegliere il miglior esperto per le imprese di dimensione maggiore.

E' proprio l'assegnazione dell'esperto, infatti, uno dei punti cardine per la riuscita di questo processo: a lui è assegnato il compito di assistere l'imprenditore nel percorso di risanamento ed a lui sta gran parte del successo della procedura, sulla base delle competenze specifiche, dell'esperienza ricoperta e della capacità di mediazione da cui dipendono il successo del procedimento.

Anche per questo le Camere di commercio hanno formato oltre 150 dipendenti in grado di supportare le imprese che faranno domanda, ma anche gli esperti nello svolgimento del proprio ruolo e le stesse commissioni regionali che li nomineranno.

A regime – dopo 6 mesi circa dalla partenza del 15 novembre – ci si attende che siano circa 40mila i professionisti abilitati che alimenteranno gli elenchi regionali degli esperti (concluso l'iter formativo di 55 ore stabilito dal Ministero): un numero questo che consentirà di avere una scelta più ampia per l'individuazione del giusto professionista, a tutto vantaggio del buon esito finale del provvedimento.

La crisi d'impresa e la nuova composizione negoziata

La piattaforma nazionale a supporto delle imprese in difficoltà

La **composizione negoziata** consente all'imprenditore, che si trova in condizioni di squilibrio patrimoniale o economico-finanziario, di perseguire il risanamento dell'impresa con il supporto di un esperto indipendente, che agevoli le trattative con i creditori e altri soggetti interessati.

[Scopri come funziona](#)



Fallimenti: le procedure aperte NEI PRIMI NOVE MESI DEL 2021

La pandemia non sembra aver causato ripercussioni sui fallimenti, che risultano inferiori ai livelli pre-Covid

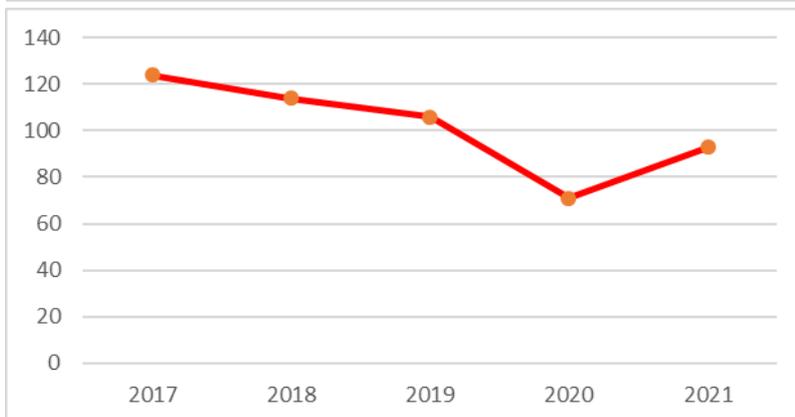
Dagli archivi del Tribunale di Modena elaborati da Infocamere, risultano 93 le procedure fallimentari aperte in provincia di Modena nei primi nove mesi del 2021, 22 in più rispetto allo stesso periodo del 2020 (+31,0%), ma in calo di 13 rispetto ai primi nove mesi del 2019 (-12,3%) e addirittura di 21 rispetto allo stesso periodo del 2018. Pertanto non si è verificata una recrudescenza dei fallimenti in seguito alla crisi della pandemia.

Le società di capitali rappresentano la mag-

gioranza delle imprese fallite (90,6%), mentre le società di persone sono solamente il 5,7% e le imprese individuali il 3,8%.

La suddivisione per settori economici mostra la maggior incidenza tra le imprese manifatturiere, che con 26 fallimenti rappresentano il 28,0% del totale, seguono le costruzioni (22,0%), i servizi alle imprese (21,0%) e il commercio (14,0%).

Serie storica delle procedure fallimentari aperte in provincia di Modena da gennaio a settembre di ciascun anno – periodo 2017-2021



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

Scioglimenti e liquidazioni DI IMPRESA IN PROVINCIA DI MODENA

Nei primi nove mesi dell'anno si registra un flessione rispetto allo stesso periodo del 2020

Una conferma della ripresa in atto proviene anche dai dati delle aperture di scioglimenti e liquidazioni di imprese che mostrano una generale flessione, in linea con quanto registrato a livello nazionale.

In provincia di Modena le imprese che hanno aperto una procedura di scioglimento o liquidazione volontaria nei primi nove mesi del 2021 sono state 537 con un calo del -14,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, contro il -9,2% registrato a livello nazionale.

Considerando i diversi settori economici, il più interessato dal fenomeno è quello dei servizi alle imprese (173, in crescita del +10,9%), seguito dal commercio (77, in

forte calo -37,9%), dall'edilizia (76, con una variazione negativa del 10,6%) e dal manifatturiero (65, anch'esso in forte decremento -36,9%).

Per quanto riguarda la forma giuridica, gli scioglimenti e liquidazioni si concentrano soprattutto tra le società di capitale (312 ovvero il 58,1%, in calo del -15,7% nei primi nove mesi del 2021 sempre rispetto allo stesso periodo del 2020). Tra le società di persone si registrano 183 casi ovvero il 34,1%, in calo del -19,7%.



E-commerce:

COME OTTIMIZZARE LA STRATEGIA AZIENDALE

Avviare, consolidare e rinnovare una strategia di e-commerce da zero è il tema affrontato nell'ultimo seminario del Punto Impresa Digitale sulle vendite online. Qui una sintesi di quanto emerso

ELISABETTA SILVESTRI

“Vendere online: avviare, consolidare e rinnovare una strategia di e-commerce da zero” è il titolo del webinar organizzato dal Punto Impresa Digitale il 22 novembre scorso, nell'ambito del programma formativo di Eccellenze in Digitale nato dall'accordo tra Unioncamere e Google Italia.

Il seminario, tenuto da Francesca Proietti, digital strategist, ha voluto offrire alle imprese una serie di indicazioni operative e suggerimenti per ottimizzare la strategia di commercio elettronico, e cogliere l'onda di una crescita esponenziale registrata dall'inizio della pandemia ad oggi, due anni in cui l'e-commerce ha raggiunto il

massimo storico, con tassi di incremento a due cifre in tutto il mondo.

Occorre tener presente tuttavia che questa non è una opzione esclusiva per i consumatori, anzi le chiusure forzate hanno portato a rivalutare l'esperienza fisica di acquisto. Continueranno quindi gli acquisti nei negozi e le situazioni ibride come ad esempio il “ROPO – Research online purchase offline” o il suo contrario, lo Showrooming, cioè visionare i prodotti nei negozi per poi acquistarli on line. Ci sarà quindi omnicanalità e fluidità.

Come supportare quindi l'esperienza dell'utente cosiddetto “phigital” (acronimo di phisical e digi-

tal)? Lavorando sulla immediatezza di accesso ai contenuti che offriamo sui nostri canali on line, garantendo una esperienza immersiva nel luogo fisico di acquisto e gestendo in chiave interattiva le comunicazioni con il cliente. La risposta è “Think global act local” cioè utilizzare tutte le strategie a disposizione considerando sempre la realtà dell'ambiente in cui è inserito il nostro utente.

Il monitoraggio degli indicatori di performance

Il percorso dell'utente è chiamato customer journey e rappresentato come





un imbuto: ogni fase va curata con attenzione e monitorata attraverso specifici indicatori a partire dall'engagement fino alla conversione, e oltre. Oltre ai tipici KPI (key performance indicator) afferenti ad un qualsiasi progetto web (come click through rate, cost per click, conversion rate) nel caso dell'e-commerce vanno considerati anche altri indicatori specifici come items per order, repeat purchase rate ecc.

L'impresa insomma deve avere un approccio data driven, cioè prestare attenzione ai dati, analizzarli e interpretarli per capire come migliorare le performance. Ogni indicatore infatti rispecchia una fase del percorso utente, per questo è importante controllarli tutti per individuare in quale fase possiamo attuare aggiustamenti.

Ad esempio: il tasso di conversione, cioè tra quelli che arrivano nel nostro sito, quanti sono quelli che decidono di acquistare? Perché lo abbandonano? È troppo difficile da navigare? Forse va rivisto il percorso di acquisto dell'utente o rivista la campagna promozionale che stiamo facendo online.

Un altro caso concreto: items per order serve per tenere sotto controllo il bilanciamento dei costi di impacchettamento e spedizione o assistenza del cliente; per aumentare il numero degli articoli acquistati da ogni utente possiamo suggerire altri prodotti simili, offrire spese di spedizione gratuite, sconti ecc., valutando l'efficacia delle promozioni attive.

Riacquisto o fidelizzazione si monitora con il tasso di acquisto ripetuto. Il cliente è soddisfatto e seguito con una buona attività di assistenza? Faccio attività di remarketing?

Il monitoraggio degli indicatori può aiutarci a intercettare i punti dove occorre risolvere criticità, investendo in modo più profittevole le nostre risorse che sono comunque sempre limitate.

Quali piattaforme scegliere per avviare un e-commerce

Vi sono numerose piattaforme di e-commerce che possono essere impiegate in autonomia per la creazione del proprio negozio online, oltre chiaramente alla possibilità di rivolgersi ad una società di consulenza. Si dividono in due categorie:

Unmanaged, sistemi software completi da installare nel proprio hosting, prevedono l'acquisto della licenza d'uso; Managed, si configurano come SaaS - software as a service; consentono di operare su una dashboard online che permette di gestire il negozio online in completa autonomia; si paga una tariffa periodica o in base alle vendite.

Come organizzare un catalogo

7 volte su 10 chi decide di avviare un proprio e-commerce ha già provato una vetrina sui marketplace. Poniamo quindi l'ipotesi di avere a disposizione

4 canali di vendita: negozi fisici, e-commerce, marketplace e social network. La soluzione ottimale è creare un catalogo online unico e centralizzato che dialoga con tutti i canali, anche per evitare duplicazioni e disallineamento delle informazioni in azienda.

La gestione delle spedizioni

La gestione delle spedizioni è l'inizio del percorso del prodotto, nel quale ci sono regole da rispettare come la normativa, ad esempio sull'etichettatura, e regole imposte del corriere.

Occorre valutare con attenzione la scelta dei materiali e del fornitore del packaging; ad esempio se vogliamo comunicare al nostro target una immagine di azienda attenta all'ambiente dovremo utilizzare un imballaggio riciclabile. Anche la scatola è importante, va personalizzata; inoltre abbiamo l'opportunità di inserire un biglietto dedicato al nostro cliente, depliant o cataloghi di suo interesse. Anche il momento dell'unboxing va considerato come una esperienza per il cliente, che a volte viene anche condivisa sui social. Va quindi considerato con attenzione.

Nella gestione delle spedizioni mi devo interfacciare con un corriere o un broker che si affida a più corrieri, stringendo un accordo che consideri anche rigore nei tempi di spedizione, importanti per la soddisfazione del cliente e richiesti specificatamente da determinati marketplace. I tempi promessi sul

sito devono corrispondere al vero pena recensioni negative e perdita del cliente; vanno stabiliti pensando alla capacità che avremo di rispettarli nei momenti dell'anno di maggiori vendite come ad esempio Black Friday o il Natale.

I costi di spedizione devono essere in linea con il mercato e comprendere non solo il trasporto ma anche il packaging e i costi dei dipendenti coinvolti nel processo.

Occorre chiarire bene sul sito di e-commerce le politiche di spedizione, la gestione dei resi e rimborsi, dei reclami. Importante curare il customer care e l'area FAQ. Il flusso di spedizione va sempre comunicato al cliente.

La gestione dei pagamenti

Circa la gestione dei pagamenti, la carta di credito rimane il metodo più usato 62%. Si stanno diffondendo, ora al 34%, i pagamenti con i wallet come ad esempio Paypal o Satispay, facili e sicuri da usare nelle transazioni da mobile, senza condividere i dati delle carte di credito. Il pagamento in contassegno è rimasto un metodo molto marginale, presente ormai solo nel food e grocery. Il bonifico anche è poco usato, ma rimane per le transazioni che riguardano beni di lusso. Si stanno diffondendo inoltre anche sistemi di pagamento rateale come Nexi Scalapay Cofidis e altri.

Come migliorare l'esperienza dell'utente nella fase di checkout? Ridurre e semplificare il percorso da fare prima del pagamento, non più di tre o quattro pagine, troppi passaggi stancano l'utente e lo inducono ad abbandonare il sito. Nei moduli da compilare chiedere solo i dati essenziali. Mettere una

barra di avanzamento che indichi a che punto siamo del percorso.

Il servizio di assistenza al cliente

Il servizio di customer care va effettuato con tutti i canali disponibili, perché i clienti amano contattare i fornitori in modi differenti, anche in base al contesto e all'orario di interazione. Opportuno centralizzare le comunicazioni con i clienti onde evitare sovrapposizioni, risposte multiple e contrastanti. A tal fine esistono tante piattaforme da utilizzare, molte si integrano con diversi canali di comunicazione.

Il personale dell'azienda va messo al centro di tutte queste attività: ottimale predisporre un team dedicato e formato, a cui fornire un workflow standardizzato per gestire tutte le procedure. Soprattutto quando si integrano nuove piattaforme occorre specifica formazione, che a volte è offerta direttamente dalle stesse. Nella scelta della piattaforma, teniamo anche presente questa facoltà.

Adempimenti legali

Il commercio elettronico ha le proprie regolamentazioni specifiche, cui si aggiungono le regolamentazioni facenti capo alla gestione dei dati personali. Se si lavora anche con l'estero, è bene eventualmente prendere nota di eventuali specificità presenti nel paese in cui il sito viene reso accessibile alla vendita ed in cui il prodotto viene spedito. In una fase iniziale è quindi utile farsi supportare da un consulente esperto.

Design pattern per aumentare l'usabilità

Nella costruzione dell'interfaccia di e-commerce è importante seguire un design pattern, gli elementi devono essere sempre al loro posto per agevolare gli utenti e la cosiddetta user experience. Tenere in considerazione che l'estetica e l'usabilità devono essere complementari. Occorre trasmettere sicurezza e fiducia, ad esempio il protocollo https è d'obbligo quando accettiamo pagamenti online. Inoltre oggi non basta più avere un sito responsive ma occorre essere mobile first, offrire una navigazione facile con una mano, e contenuti riservati al mobile che gratificano l'utente, oltre a un layout semplice e pulito.

Il listing con G Shopping

Il seminario, infine, ha affrontato il tema del listing. Google Shopping nasce come vetrina e comparatore di prezzi per i prodotti presenti sui siti e-commerce. La visibilità delle schede shopping è tradizionalmente legata all'investimento di budget su Google Ads e ad un approccio click to site con pagamento a cost per click. Per poter effettuare le campagne Shopping è necessaria l'apertura di un account su Google Merchant Center che svolge sostanzialmente un ruolo di acquisizione e trasmissione dati relativi al catalogo dei prodotti.



I crediti d'imposta per INVESTIRE IN INNOVAZIONE

Gli esiti del webinar sulle opportunità del Piano Transizione 4.0 promosso dal Punto Impresa Digitale di Modena

EMILIO BENASSATI - SIMONA LATO
PUNTO IMPRESA DIGITALE MODENA

Il Punto Impresa Digitale di Modena ha organizzato lo scorso 3 dicembre 2021 un incontro online dedicato alle imprese e al mondo cooperativo sul tema dei Crediti di Imposta, ovvero le misure del nuovo Piano Nazionale Transizione 4.0 per chi investe in innovazione, nell'ambito della collaborazione tra Ministero dello Sviluppo Economico e Unioncamere.

Obiettivo dell'evento è stato quello di illustrare alle PMI le misure agevolative per sostenere la trasformazione digitale, prevista dal Piano Nazionale Transizione 4.0 nell'ambito del PNRR - Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, incentivando gli investimenti a sostegno della digitalizzazione.

La sessione formativa è stata tenuta dal Dott. Orco, esperto di Finanza Agevolata, il quale ha illustrato in maniera completa ed esaustiva le misure, i loro diversi ambiti di applicazione e la normativa che le regola.

Un futuro 4.0 per la tua impresa?
Ora è il momento.

Webinar

TRANSIZIONE 4.0

**I CREDITI D'IMPOSTA PER CHI INVESTE IN INNOVAZIONE
COSA C'È DA SAPERE**

  **CAMERA DI COMMERCIO
MODENA**

Save the date

Venerdì 3 dicembre 2021
ore 10:30-12:30

 Ministero dello sviluppo economico

 UNIONCAMERE

 punto impresa digitale

Nasce ID Infocamere

PORTALE PER L'IDENTITÀ DIGITALE

Alla Camera di Commercio il nuovo punto di riferimento di imprese e professionisti per l'identità digitale della Certification Authority del sistema camerale

Dal 26 ottobre 2021 è in linea il nuovo portale di riferimento per l'Identità Digitale del Sistema camerale "ID InfoCamere" (id.infocamere.it) che rappresenta il punto di accesso per tutti i prodotti e servizi di identità digitale del sistema camerale. Questa iniziativa nasce dalla volontà di agevolare e rafforzare il posizionamento delle Camere di Commercio come ecosistema che aiuta concretamente le imprese a crescere digitalmente, con continui nuovi servizi e azioni mirati a supportare il loro percorso nella transizione digitale.

Tutti gli imprenditori e i professionisti del territorio possono quindi accedere

ai servizi per l'identità digitale attraverso la nuova piattaforma di InfoCamere - accreditata da Luglio 2020 come Qualified Trust Service Provider del sistema camerale italiano, dunque organo certificatore riconosciuto a livello europeo per l'erogazione di servizi fiduciari e per il rilascio della firma digitale. Le Camere di commercio mettono così a disposizione del tessuto produttivo un kit completo di strumenti tecnologicamente all'avanguardia, sicuri e semplici da usare per entrare a pieno titolo nell'economia digitale e accrescere efficienza e competitività.

Attraverso il portale <https://>

id.infocamere.it è possibile richiedere, gestire e rinnovare la propria firma con identità digitale: uno strumento oramai indispensabile per sottoscrivere contratti, ordini d'acquisto e accordi specifici (es. partnership o patti di riservatezza); verbali di assemblee o di consigli d'amministrazione e bilanci societari; polizze assicurative e domande di finanziamento; richieste di voucher e agevolazioni; comunicazioni e adempimenti verso le Pubbliche Amministrazioni e molto altro ancora. Con le soluzioni Token Digital DNA, smart card o Firma Remota è possibile autenticarsi e accedere ai numerosi servizi digitali messi a disposizione

ID InfoCamere
LA TUA IDENTITÀ DIGITALE

**Supereroe
o imprenditore?
Entrambi, con
ID InfoCamere.**

La firma digitale rilasciata e garantita
dalle Camere di Commercio.

 CAMERE DI COMMERCIO
D'ITALIA  IC

Le nostre soluzioni di Firma digitale



TOKEN DIGITAL DNA

Il massimo controllo ovunque tu sia.

Token wireless + APP dedicata che puoi utilizzare su pc e mobile.



SMARTCARD

La forma comoda per lavorare da pc.

Tessera con microprocessore all'interno da utilizzare con il lettore adatto.



FIRMA REMOTA

La soluzione pratica.

ID + Password + OTP per firmare legalmente i tuoi documenti.

dalle Camere di commercio, tra cui Il Cassetto digitale dell'Imprenditore (impresa.italia.it), Fatturazione elettronica, Libri digitali, Registro Imprese (ricerche e istanze), LEI Legal Entity Identifier, Albo Pretorio, Deposito bilanci, SUAP/SUE. Senza dimenticare i servizi di altre Amministrazioni quali, ad esempio, INPS, Agenzia delle Entrate e INAIL.

La procedura per ottenere la propria firma digitale ID InfoCamere può essere svolta sia presso la propria Camera di Commercio di riferimento oppure eseguita a distanza, grazie al video-riconoscimento. La procedura di ID InfoCamere è intuitiva, anche per chi ha poca dimestichezza con la tecnologia: è sufficiente compilare il form di richiesta sul sito web e, seguendo le istruzioni, fissare l'appuntamento per il riconoscimento a distanza grazie ad una videochiamata. Dopo il pagamento del servizio con Pago PA, si riceve il link per il collegamento nella data e l'ora concordate.

"Con il nuovo servizio offerto da ID InfoCamere, il Sistema camerale riafferma il

proprio ruolo a fianco delle imprese come ultimo miglio nel percorso verso la trasformazione digitale, mettendo a disposizione del territorio un patrimonio di conoscenze frutto di oltre quarant'anni di investimenti nell'innovazione" ha detto il Presidente di InfoCamere Lorenzo Tagliavanti. "Anche sulla spinta della crisi pandemica, che ha agito da acceleratore del cambiamento, le imprese e le attività professionali di qualsiasi dimensione e settore hanno compreso l'urgenza di abbracciare la digitalizzazione. Il Sistema Camerale ha raccolto questa esigenza affiancando e sostenendo le imprese con strumenti indispensabili per salvaguardare il business ed accrescere l'efficienza. In questo scenario, ID InfoCamere può rappresentare il passaportout con cui entrare a pieno titolo nell'economia digitale aumentando la propria competitività".

In crescita le startup INNOVATIVE A MODENA

La pandemia non frena gli innovatori. Una startup su cinque è guidata in prevalenza da under 35

E.S.

Sono 156 le startup innovative presenti in provincia di Modena al 15 novembre 2021, in aumento di 18 unità rispetto all'avvio della pandemia Covid (marzo 2020) con una crescita percentuale che risulta accelerata rispetto alla dinamica precedente, +13%. Nonostante questo dato positivo Modena scivola fuori dalla graduatoria delle prime venti province in Italia per numero di startup innovative. L'Emilia-Romagna è quinta nella graduatoria regionale con 1.086 startup, ovvero il 7,8% del totale nazionale e registra, rispetto al marzo 2020, un incremento del 16,5%. In Italia sono attive 13.970 startup, contro le 11.089 pre-pandemia: l'incremento medio nazionale registrato in questi ultimi 20 mesi è ancor più sostenuto: +26%. Le startup innovative hanno tutte caratteristiche abbastanza simili, infatti per ottenere tale requisito devono avere meno di tre anni di vita e dimostrare di essere innovative mediante più del 15% del maggiore tra costi e valore della produzione destinato a attività di ricerca e sviluppo, oppure due terzi del personale con laurea magistrale, oppure essere depositarie di brevetti o software registrati. Pertanto sono in gran parte imprese nuove e abbastanza piccole. Per quanto riguarda la forma giuridica si tratta in larga maggioranza di società a responsabilità limitata. In provincia di Modena le srl sono



Startup 

144, le srl semplificate sono 11, mentre esiste una sola società per azioni.

Geograficamente sono concentrate nel comune capoluogo, che ne ospita 93, pari al 60% del totale. Altri comuni con una discreta densità sono Carpi (12), Sassuolo (9) e Mirandola (8).

Riguardo al settore economico di appartenenza, la maggioranza appartiene ai servizi (105 startup), con in testa la "produzione di software e consulenza informatica" (48 unità) e la "ricerca scientifica e sviluppo" con 31 imprese. L'altra quota consistente lavora nell'industria (44 startup); durante la pandemia in provincia sono sorte startup anche in altri settori come le 5 del commercio, 1 nell'agricoltura e 1 nel turismo.

Le caratteristiche degli imprenditori nelle startup innovative sono molto differenti da quelle dell'imprenditoria modenese in generale; infatti in questo tipo particolare di imprese sono molto più rappresentati i giovani: 30 su 156 startup (19,2%) hanno nella compagi-

ne sociale una quota forte, maggioritaria o esclusiva di giovani under 35. Le startup con una compagine sociale al femminile sono 24 mentre soltanto 6 sono quelle con soci in gran parte stranieri.

Riguardo al requisito per ottenere lo status di startup innovativa, la maggioranza di esse (91 startup) dimostra di avere più del 15% del maggiore tra costi e valore della produzione che riguarda attività di ricerca e sviluppo, 46 startup hanno almeno due terzi del personale con laurea magistrale, mentre 38 possiedono un brevetto depositato o un software registrato.

Si precisa che una startup può possedere anche più di un requisito contemporaneamente, infatti sono 7 le startup che possiedono almeno due requisiti e tre quelle che li possiedono tutti.

Tra le startup modenesi sono 33 quelle che si classificano come imprese ad alto valore tecnologico in ambito energetico (21,1%), in quanto sviluppano e commercializzano esclusivamente

prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico in ambito energetico.

Uno sguardo alla data di inizio effettivo della attività ci informa che delle 156 startup attualmente operative a Modena sono 27 quelle avviate da gennaio a novembre 2021 (17,3%) e sono 37 quelle avviate nel corso del 2020 (23,7%), testimoniando la grande vitalità degli innovatori nonostante il difficile periodo economico caratterizzato dalla pandemia.

Il portale ufficiale delle startup innovative <http://startup.registroimprese.it/isin/home>

GLI INVESTIMENTI CORPORATE VENTURE CAPITAL NELLE START UP E PMI INNOVATIVE ITALIANE

La sesta edizione dell'Osservatorio Open Innovation e Corporate Venture Capital - promosso da Assolombarda e InnovUp, con la partnership scientifica di InfoCamere e degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano e con il supporto di Confindustria, Piccola Industria Confindustria e AnciLab - conferma la forte crescita degli investimenti in startup innovative da parte delle aziende italiane e internazionali e della conseguente dinamica positiva dell'Open Innovation nel nostro Paese.

Con l'aumento del numero di startup e PMI innovative operanti in Italia (oggi circa 16mila, +17,6% rispetto al 2020) nel 2021 crescono anche il numero di soci (74.184, +16,6%) e di quote di partecipazione dirette e indirette (109.834, +19,9%). Delle quasi 110mila quote di partecipazione in startup e PMI innovative, sono oltre 20mila quelle provenienti da soci Corporate Venture Capital: di queste, circa 9mila relative a investimenti diretti.

Guardando agli ultimi bilanci di esercizio, nel 2020 si registrano più di 1,7 miliardi di ricavi prodotti da startup (con il 45%, pari a 764 milioni, generato da realtà investite da Corporate Venture Capital) e oltre 1,4 miliardi di € provenienti dalle scaleup, cioè dalle startup diventate PMI innovative (con il 78%, cioè 1,1 miliardi, generato da realtà partecipate da soci CVC).

Il report completo è scaricabile gratuitamente sul sito web www.osservatorio-openinnovation.it/.

Buone performance PER STARTUP E PMI INNOVATIVE DELL'ICT

Anitec-Assinform e InfoCamere hanno presentato uno studio che testimonia la crescita di startup e pmi innovative nonostante la crisi indotta dalla pandemia

Malgrado le condizioni economiche sfidanti legate alla pandemia, le startup e pmi innovative del settore ICT hanno realizzato più valore aggiunto delle stesse imprese non-ICT e hanno migliorato la remunerazione del capitale nel breve periodo grazie alla elevata velocità e flessibilità nell'adattarsi ai cambiamenti improvvisi del mercato e un ottimo livello di competenze tecniche e informatiche.

Si osservano dinamiche leggermente più positive per startup e PMI innovative ICT attive in ambito IA, blockchain, cybersecurity, digital solutions.

Continua la fruttuosa collaborazione tra Anitec-Assinform, l'Associazione di Confindustria che raggruppa le principali aziende dell'ICT e InfoCamere, la società delle Camere di Commercio italiane per l'innovazione digitale, che hanno presentato il 16 novembre 2021 a Milano la se-

conda edizione dell'analisi di monitoraggio dedicata alle performance economiche delle startup e PMI innovative del settore ICT in Italia.

Attraverso la ricerca, "Startup e PMI innovative ICT: performance economica", focalizzata sulle performance economiche e finanziarie delle startup e delle PMI innovative del settore Ict, Anitec-Assinform e InfoCamere vogliono offrire un riferimento oggettivo e continuo per il monitoraggio di questo segmento che molto già contribuisce e contribuirà alla crescita del settore ICT e all'innovazione del sistema economico nel suo complesso.

Il rapporto presenta un aggiornamento a inizio ottobre 2021 per i dati relativi alle startup e alle PMI innovative ICT, al quarto trimestre 2020 per i dati relativi agli addetti, al periodo 2018-2020 per i dati annuali di bilancio.





La crescita demografica continua nel 2021

Nonostante la crisi innescata dal Covid-19, a inizio ottobre 2021 il numero di startup e PMI innovative del settore ICT iscritte alla sezione speciale del Registro delle Imprese ai sensi del decreto-legge 179/2012 è continuato a crescere arrivando a 7.749 in tutta Italia, +16,3% rispetto alle 6.663 di fine febbraio 2021, per una quota costante del 49% del totale di Startup e PMI innovative. Tutto ciò a dimostrazione della loro elevata capacità di resilienza e adattamento che hanno come punti di forza una grande attitudine al digitale e allo smart working, elevate velocità e flessibilità nell'adattarsi ai cambiamenti improvvisi del mercato e un ottimo livello di competenze tecniche e informatiche. Rispetto ai filoni di attività, si osservano dinamiche leggermente più positive per le startup e PMI innovative in ambito IA, blockchain, cybersecurity, digital solutions a conferma delle maggiori opportunità di crescita in questi mercati.

La performance economico-finanziaria mostra segnali incoraggianti

Complessivamente, le 4.537 startup e PMI innovative ICT italiane con bilancio depositato hanno prodotto nel 2020 beni e servizi per un totale di 1,2 miliardi di euro, contro complessivi 1,5 miliardi di euro delle 4.863 startup e PMI innovative non-ICT. Il valore della produzione medio per startup e PMI innovativa ICT nel 2020 risulta pari a 263,3 mila euro

(contro 310,6 mila euro per startup e PMI non-ICT), ma con valori medi più alti (verosimilmente grazie alla maggiore attrattività dei mercati) in ambito 4.0 (300,5 mila euro), ICT non specificato (299,8 mila euro), altre tecnologie digitali (293,3 mila euro) e digital enabler (279,4 mila euro).

Gli indicatori di produttività confermano che la ricerca di vantaggio competitivo in mercati molto innovativi e tecnologicamente avanzati si traduce in livelli più elevati di produttività, con medie superiori nei filoni di attività 4.0 e altre tecnologie digitali, anche se complessivamente restano inferiori a media e mediana di startup e PMI innovative nei settori non ICT, probabilmente a causa di tempi più lunghi di accesso ai mercati innovativi a elevato contenuto tecnologico o anche per la presenza di una quota maggiore di startup innovative in fase embrionale di sviluppo. Come nel settore ICT complessivo, anche le dinamiche di crescita della produzione di startup e PMI ICT sono solo parzialmente frenate dalla crisi economica associata al lockdown.

Indicatori di profittabilità: più valore aggiunto nel settore Ict

Complessivamente nel 2020 per ogni euro di produzione, le PMI e startup innovative ICT hanno generato 33,8 centesimi di valore aggiunto contro 22,2 centesimi nel segmento non-ICT, a conferma del maggiore incremento di valore generato dalle attività sviluppate dalle aziende specializzate nei mercati tecnologici avanzati. Tuttavia, anche a causa dei maggiori costi per addetto, gli indicatori di profittabilità sono meno remunere-

rativi nel settore ICT rispetto al settore non-ICT almeno nei primi anni di attività di startup e PMI innovative. L'incidenza maggiore dei livelli di perdita rispetto ai segmenti non-ICT conferma la necessità fisiologica di tempi più lunghi di accesso al mercato per startup e PMI innovative ICT, soprattutto nei filoni di attività legati al digitale.

Le 4.537 startup e PMI innovative ICT con bilancio 2020 depositato hanno generato valore aggiunto per 406 milioni di euro, un valore superiore ai 332,8 milioni del segmento non-ICT.

Le stesse differenze, ma ancora più marcate, si verificano a livello di valore aggiunto per addetto (21,8 mila euro di media e 17,7 mila euro di mediana nel segmento ICT contro 11,2 mila euro di media e 14,6 mila euro di mediana nel segmento non ICT), a conferma dell'elevato grado di conoscenza e competenze applicate nel segmento ICT. Nettamente più positivi i risultati delle startup e PMI innovative ICT con un valore complessivo di 18 Milioni di euro di MOL rispetto a quelle non ICT che registrano un MOL negativo di -27,8 milioni di euro. Una sostanziale parità di risultati e di capacità di autofinanziamento tra settore ICT e non-ICT è rilevabile anche dal MOL rappor-

tato al valore dei ricavi.

Le società in utile nel 2020 generano il 43,4% di produzione nel settore ICT contro il 47,6% nel settore non ICT. Passando alla redditività del patrimonio netto ovvero il ritorno economico dell'investimento effettuato dai soci dell'azienda, almeno il 50% delle startup e PMI innovative ICT registra stabilmente negli ultimi tre anni un valore pari o superiore all'1,1%.

Indicatori finanziari: la sostenibilità finanziaria migliora nel tempo

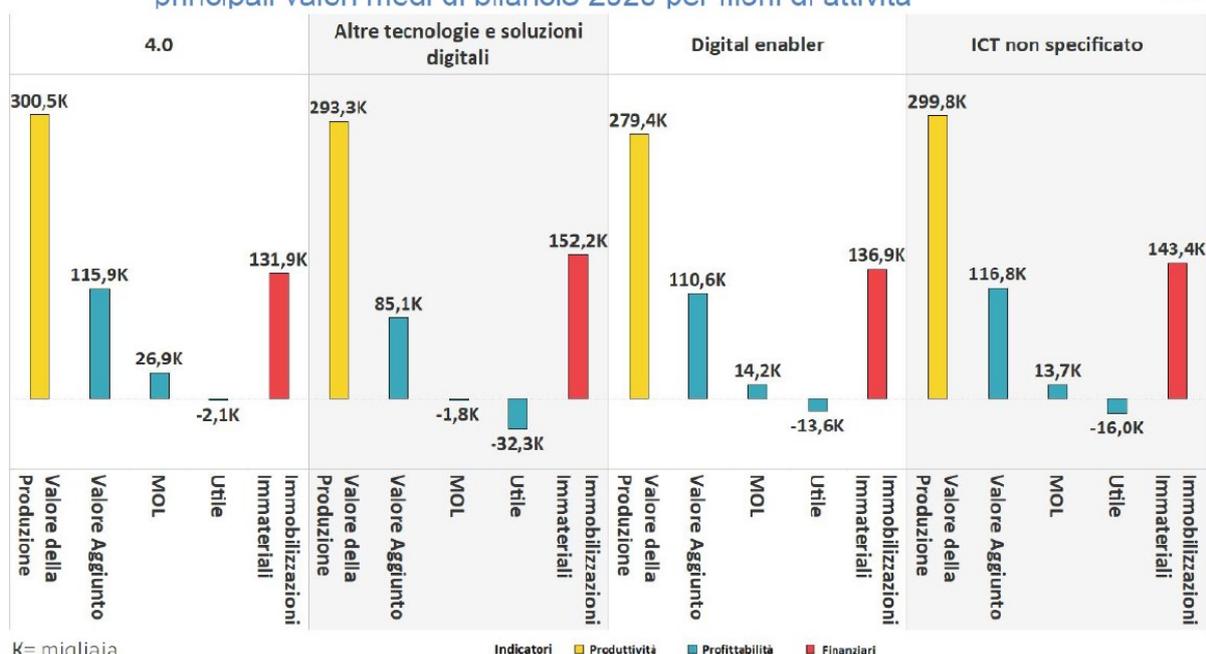
Gli indicatori finanziari - da quelli di equilibrio finanziario a quelli di rotazione degli asset a quelli sul potenziale delle risorse di generare valore lungo un arco temporale di più esercizi - confermano come l'apparente squilibrio finanziario iniziale di molte startup e PMI innovative ICT sia in realtà compensato con il consolidarsi delle attività successive alla fase iniziale e con il manifestarsi di trend di crescita importanti nella valutazione delle potenzialità effettive nel medio-lungo periodo. Le startup e PMI innovative ICT registrano un indice mediano di liquidità corrente pari a 1,6 (1,4 nel

segmento non ICT) e medio di 9,4 (17,5 nel segmento non-ICT). Il rapporto tra debiti (o mezzi di terzi) e mezzi propri di startup e PMI innovative ICT registra un valore mediano di 0,8 (1,0 settore non-ICT) ovvero appena sopra i livelli di equilibrio "limite", confermati anche nel tempo per le società con bilanci depositati nel periodo 2018-2020. Il ricavo mediano per unità di investimento presso le di startup e PMI innovative ICT è 0,3 contro 0,2 nel settore non ICT a fronte di una media rispettivamente di 0,6 per ICT e 0,5 per non-ICT.

Una seconda caratteristica distintiva di startup e PMI innovative è il valore elevato delle risorse immateriali (soprattutto brevetti, marchi, avviamento) che partecipano al raggiungimento del vantaggio competitivo aziendale. L'indice mediano è difatti pari a 1 presso startup e PMI innovative ICT (0,8 non-ICT) e l'indice medio è pari a 0,7 (0,6 non-ICT).

Startup e PMI Innovative in ambito ICT

principali valori medi di bilancio 2020 per filoni di attività



Fonte: Anitec-Assinform e InfoCamere, monitoraggio di novembre 2021

I City Rank 2021: MODENA QUARTA CITTA' ITALIANA

Modena tra i capoluoghi più digitali d'Italia secondo il rapporto annuale presentato al Forum PA Città

Modena tra le città più digitali d'Italia: questo il responso dell' I City Rank 2021, il rapporto annuale di FPA, società del Gruppo Digital 360, presentato il 23 novembre scorso al Forum PA Città.

Il report rappresenta uno strumento di monitoraggio volto a valutare i processi di trasformazione digitale dei centri urbani visti come luoghi in cui si concentra l'innovazione, ovvero una fotografia sullo stato di digitalizzazione dei 107 comuni capoluogo italiani.

Modena è quarta nella graduatoria delle città italiane, al pari di Roma e Bergamo. La precedono nell'ordine Firenze, Milano e Bologna.

Queste città, non solo si collocano nelle posizioni più elevate della classifica, ma soddisfano dei requisiti nelle valutazioni dei livelli assoluti raggiunti nella gestione delle diverse trasformazioni, che consentono di qualificarle come CITTÀ DIGITALI, cioè città che

«utilizzano - in modo più diffuso, organico e continuativo - le nuove tecnologie nelle attività amministrative, nell'erogazione dei servizi, nella raccolta ed elaborazione dei dati, nell'informazione, nella comunicazione, nella partecipazione e per portare avanti processi di innovazione istituzionale, culturale ed organizzativa al fine di migliorare la qualità della vita e dei servizi funzionali, i livelli di occupazione e la competitività, come risposta ai bisogni delle generazioni attuali e future, garantendo la sostenibilità economica, sociale e ambientale dello sviluppo urbano».

Nelle graduatorie settoriali che compongono l'indice di trasformazione digitale Modena è prima nelle App Municipali, e terza nella Digital PA. Inoltre il nostro capoluogo ben figura nella offerta di Servizi online dove è settima e risulta ottava nella classifica in base al Wifi pubblico.

Le innovazioni passano oggi, prevalen-

temente anche se non esclusivamente, dalle trasformazioni digitali che stanno investendo in modo rilevante le città sia dal punto di vista dell'organizzazione funzionale sia da quello delle modalità di governo e amministrazione. ICity Rank ha l'obiettivo di dare conto, in misura sempre più estesa e comprensiva, dell'articolazione territoriale di questi processi. Rappresenta quindi uno strumento di lavoro che può aiutare a individuare elementi di forza e debolezza e a stimolare la riflessione sulle strategie d'intervento.



Riparte il progetto SEI: SUPPORTO ALL'EXPORT

Al via la terza edizione del progetto di sostegno all'export curato da Promos Italia con check up, informazione e formazione su misura per le imprese esportatrici

Per promuovere l'export delle aziende potenzialmente e occasionalmente esportatrici Promos Italia rilancia il Progetto SEI - Sostegno all'Export che comprende attività di prima assistenza per supportare l'avvio o il consolidamento di rapporti commerciali con i mercati internazionali.

L'obiettivo che si intende perseguire con il programma è duplice: favorire l'avvio sui mercati esteri delle aziende che oggi non esportano pur avendone qualità, organizzazione e (parte degli) strumenti; rafforzare la presenza delle aziende che operano sui mercati esteri solo in maniera occasionale o limitata, contribuendo così all'incremento e al consolidamento delle relative quote di export.

Il progetto si rivolge alle piccole e medie imprese italiane che intendono avviare o consolidare le attività di export. Per le aziende aderenti, il Programma SEI offre servizi di informazio-

ne, formazione e assistenza all'estero per promuovere e rafforzare l'interscambio con partner sui mercati mondiali.

Ecco nel dettaglio le attività proposte alle imprese da Promos Italia:

- Profilazione sul sito www.sostegnoexport.it
- Area riservata personale in cui rimanere sempre aggiornato sui progetti e le attività riservate alle aziende e avere aggiornamenti sui principali mercati esteri con una nuova mappa interattiva
- Export check-up per identificare i bisogni e le necessità delle aziende
- Orientamento ai mercati esteri per identificare il mercato a più alta potenzialità per il prodotto dell'azienda
- Sviluppo di Piani Export per definire la strategia di ingresso nel mercato target
- Percorsi e iniziative di accompagna-

mento all'estero (Progetto EUMatch, Progetto Outgoing, Progetto Ready2Export)

- Percorsi formativi (Training on the Road, webinar, corsi di formazione, etc.)

La partecipazione al progetto è gratuita, restano a carico delle imprese eventuali costi di trasferta.

Per iscriversi occorre accedere a www.sostegnoexport.it. Le iscrizioni per il Progetto SEI nel suo complesso saranno accettate sino a Settembre 2022.

Progetto SEI

Sostegno all'Export dell'Italia



MENU

Supporto all'export
delle imprese italiane



Mercato immobiliare: PROSPETTIVE DI RIPRESA

Stabile lo stock di immobili in provincia, calano le compravendite nel 2020, ma l'andamento del primo semestre del 2021 promette un rapido recupero

MAURA MONARI

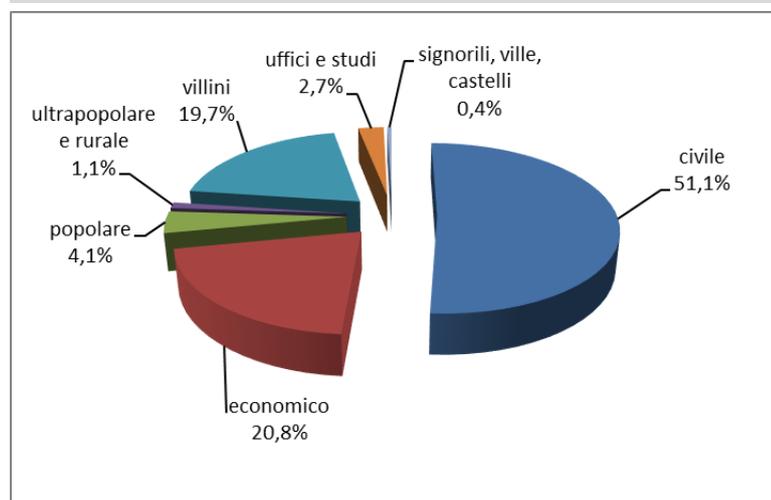
L'Agenzia delle Entrate, tramite l'Osservatorio Immobiliare, rilascia periodicamente i dati relativi agli stock immobiliari e alle compravendite di immobili registrate in ciascun anno. Di recente sono stati diffusi i dati relativi all'anno 2020: la pandemia ha provocato una battuta di arresto nell'andamento delle compravendite immobiliari sia in provincia di Modena che nel resto d'Italia.

Gli immobili residenziali in provincia di Modena

Rimane piuttosto stabile negli anni lo stock delle unità immobiliari ad uso residenziale in provincia di Modena, infatti al 31/12/2020 sono presenti 394.402 abitazioni, in lieve aumento rispetto al 2019 (+0,1%); anche la superficie è molto simile al 2019, con 47,5 milioni di metri quadri e 2,3 milioni di vani. La dimensione media è

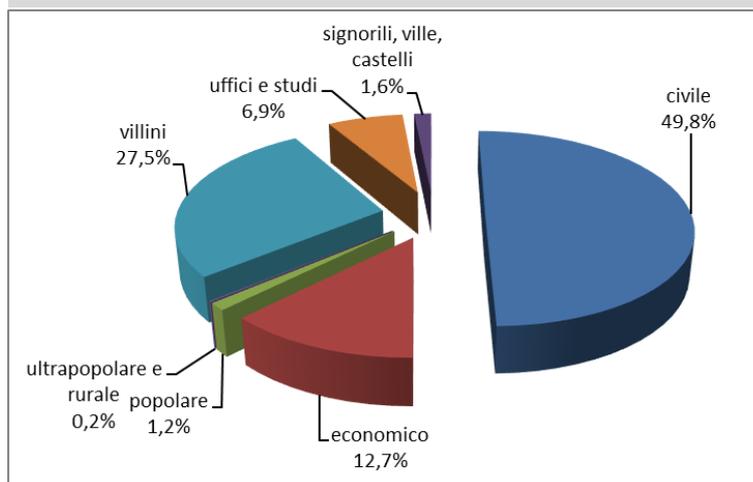
rimasta invariata ed è pari a 120 metri quadrati per abitazione, con un numero medio di vani pari a 5,8. La rispettiva rendita catastale ammonta a 221 milioni di euro, in aumento dello 0,3%. Il confronto con la popolazione mostra in media 67 metri quadrati di superficie abitabile per ciascun residente e 1,3 abitazioni per famiglia. Procede la progressiva riqualificazione dello stock abitativo modenese, infatti da diversi anni sono in crescita le abitazioni più confortevoli, mentre dimi-

Unità immobiliari ad uso abitativo in provincia di Modena al 31/12/2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

Rendita catastale delle unità immobiliari ad uso abitativo in provincia di Modena al 31/12/2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

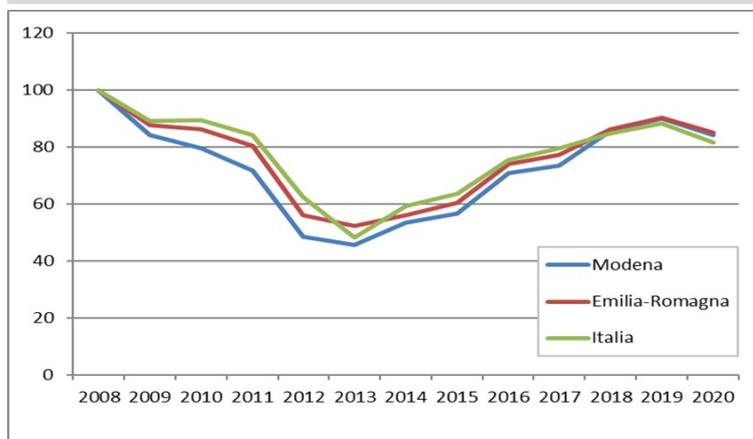
nuiscono quelle più vecchie e spartane. Più della metà delle unità immobiliari residenziali sono accatastate come abitazioni civili (51,1%), pari a 201.533 appartamenti con il trend in aumento come negli anni passati (+0,4% rispetto al 2019), altra quota rilevante è riservata alle abitazioni economiche (20,8%), che però quest'anno risultano in diminuzione (-0,2%), seguono a poca distanza i villini, tutti con il cortile privato, che arrivano al 19,7% del totale, anch'essi in aumento (+0,7%).

D'altro canto si riscontra un ulteriore calo sia delle abitazioni di tipo popolare (-2,0%), la cui quota diviene pari al 4,1% del totale, sia di quelle ultrapolari e rurali (-3,0% pari all'1,1%), infine le abitazioni signorili formate da ville e castelli rappresentano solamente lo 0,4% del totale, ma la loro superficie media è molto elevata ed in ulteriore aumento: 428 mq per abitazione con un numero medio di vani pari a 13,8.

L'Osservatorio Immobiliare fornisce anche informazioni sulle compravendi-

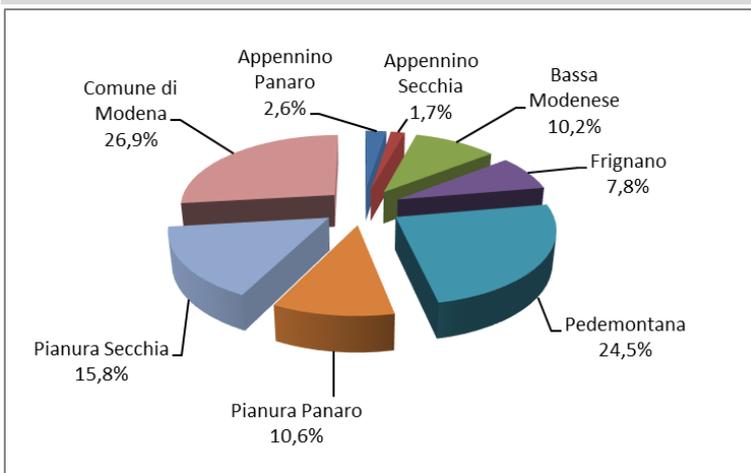
te di immobili registrate: in regione nel 2020 sono state effettuate 51.419 transazioni di immobili abitativi, il 5,7% in meno rispetto al 2019, ma pari al 9,2% del totale italiano. Bologna rimane la provincia più attiva, con il 25,0% delle transazioni regionali, tuttavia è anche la zona che ha subito maggiormente gli effetti della pandemia (-9,1%), Modena risulta la seconda provincia (15,6%) seguita da Reggio Emilia (11,0%). Nel 2020 tutte le province sono in calo, ma alcune presentano diminuzioni più contenute, come

Indice delle transazioni di unità immobiliari normalizzate ad uso abitativo dal 2008 al 2020 – anno 2008=100



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

Transazioni di unità immobiliari normalizzate ad uso abitativo in provincia di Modena per zona geografica – anno 2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

Ravenna (-1,6%).

In provincia di Modena la serie storica delle transazioni di unità immobiliari residenziali normalizzate (1) dal 2008 al 2020 mostra un crollo deciso nel 2009 a causa della crisi mondiale (-15,9%) e uno ancor maggiore nel 2012 (-32,6%) a causa della crisi del debito sovrano. In seguito vi sono stati diversi anni di sensibili aumenti, ma non sono mai stati raggiunti i livelli del 2008. Infine nel 2020 la pandemia ha portato conseguenze anche in questo settore: a causa dei vari blocchi della

circolazione degli individui e delle restrizioni sanitarie, le transazioni in provincia di Modena sono diventate 7.998, con una diminuzione del 6,7% rispetto al 2019, mentre nel totale Italia si arriva al -7,6%.

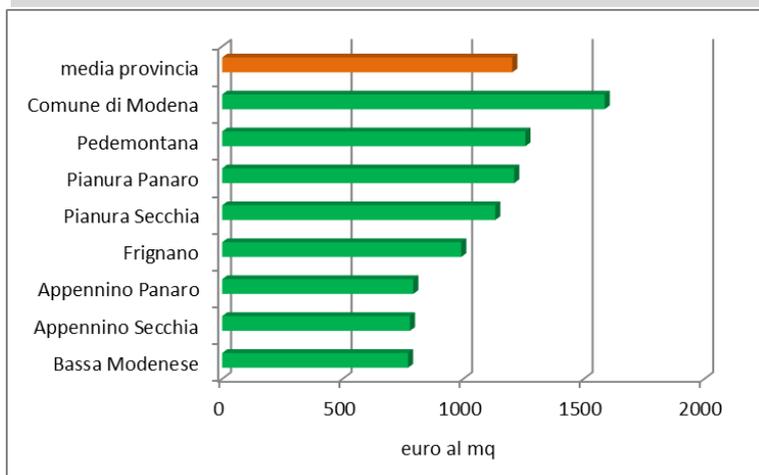
Le proiezioni per il 2021 tuttavia appaiono piuttosto incoraggianti, infatti nel primo semestre dell'anno si sono realizzate 5.479 compravendite di abitazioni, con un incremento del 59,0% rispetto al primo semestre del 2020 e risulta molto positivo anche il confronto con il primo semestre del

2019 (+33,3%).

Per avere informazioni relativamente ai diversi territori all'interno delle province, l'Agenzia delle Entrate ha creato delle aree geografiche omogenee suddividendo le varie zone provinciali in base alla presenza di elementi morfologici naturali (ad esempio fiumi) o artificiali (strade) che creano suddivisioni nette nel territorio e formano zone con caratteristiche simili riguardanti il mercato immobiliare.

Il dettaglio della provincia di Modena mostra che la maggior parte delle

Quotazioni al metro quadrato in zone omogenee della provincia di Modena – anno 2020



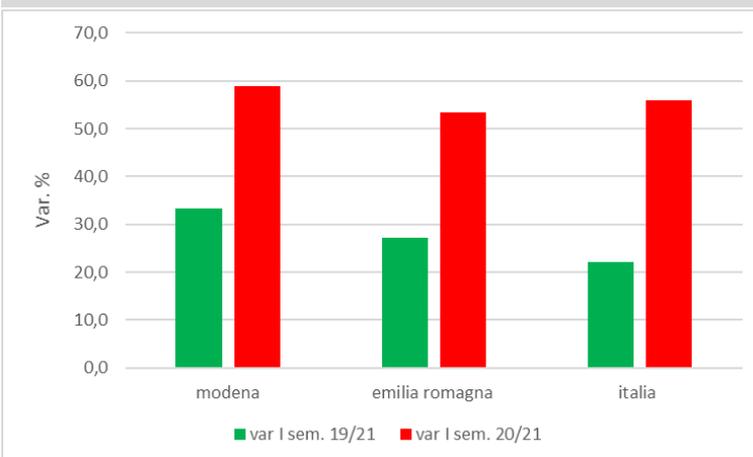
Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

NOTA

(1) Le compravendite dei diritti di proprietà sono contate tenendo conto della quota trasferita per ciascuna transazione, ad esempio se viene venduta la metà di una proprietà, la corrispettiva transazione verrà conteggiata per uno 0,5.

La zona OMI è una porzione continua del territorio comunale che riflette un comparto omogeneo del mercato

Variatione percentuale del numero di transazioni residenziali in provincia di Modena I semestre 20/21 e I semestre 19/21



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

compravendite si concentra nelle zone a più alta densità urbana: il comune di Modena registra la maggior parte delle compravendite provinciali con 2.149 transazioni pari al 26,9% del totale provinciale; anche l'area Pedemontana risulta molto vivace (24,5% del totale), mentre sono più contenute le compravendite nelle zone di pianura sia dalla parte del fiume Secchia (15,8%), che dalla parte del Panaro (10,6%). Tuttavia sono proprio le zone con maggiore intensità di transazioni che nel 2020 hanno risentito maggiormente delle

varie limitazioni dovute alla pandemia, così le diminuzioni maggiori nel numero di trasferimenti di immobili si sono avute nel comune di Modena (-10,0%), nella zona Pedemontana (-11,4%), nella zona di Pianura del Secchia (-10,4%) e nella zona di Pianura del Panaro (-6,4%). Risultano in sensibile aumento invece il numero di compravendite nelle zone montane, con l'Appennino Panaro che registra un piccolo (+40,9%), seguito dal Frignano (+14,9%) e dall'Appennino Secchia (+7,8%), tutte zone con bassa densità

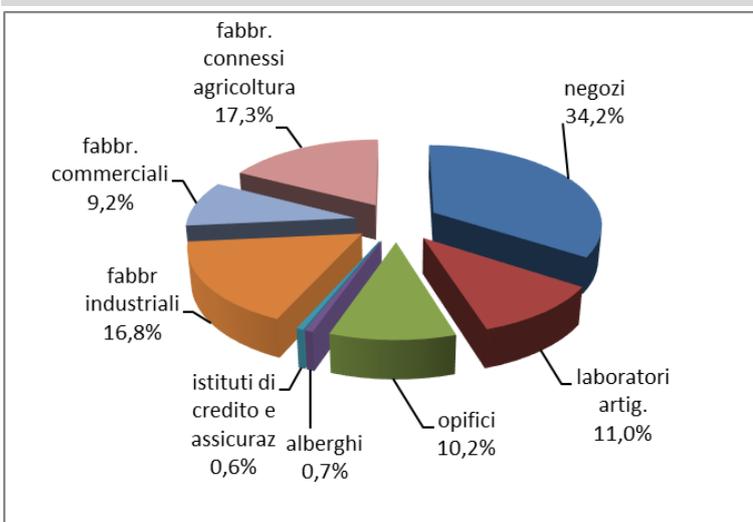
abitativa e con un numero di transazioni inferiore rispetto al totale provinciale. In lieve calo anche la Bassa Modenese (-3,2%), che con 812 scambi rappresenta il 10,2% del totale provinciale.

Negli anni passati, nonostante la ripresa delle transazioni, non c'è stato un corrispondente aumento nei prezzi di vendita, pertanto a maggior ragione nel 2020, con il numero di compravendite in calo, i prezzi sono risultati in leggera diminuzione. Infatti in base alle quotazioni OMI (2), la quotazione

NOTA

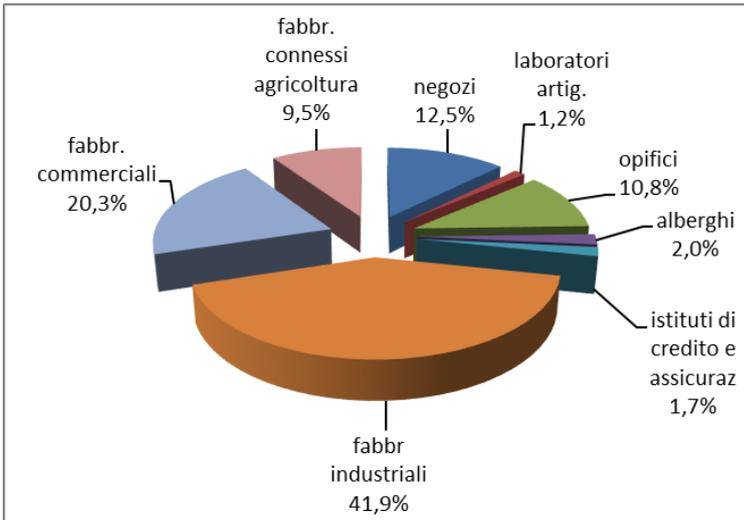
(2) La zona OMI è una porzione continua del territorio comunale che riflette un comparto omogeneo del mercato immobiliare locale, nel quale si registra uniformità di apprezzamento per condizioni economiche e socio-ambientali.

Immobili per uso commerciale/industriale in provincia di Modena secondo la destinazione al 31/12/2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

Composizione della rendita catastale degli immobili per uso commerciale/industriale per tipologia di immobile in provincia di Modena al 31/12/2020



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

media provinciale nel 2020 ammonta a 1.204 euro al metro quadrato. Il comune di Modena risulta la zona più cara, con 1.587 euro al metro quadrato supera del 31,8% la media provinciale, anche la zona Pedemontana ha prezzi leggermente superiori (1.258 euro/mq), mentre la Pianura Panaro risulta pressoché in media. Tutte le altre zone mostrano prezzi inferiori, con valori minimi nella Bassa Modene-

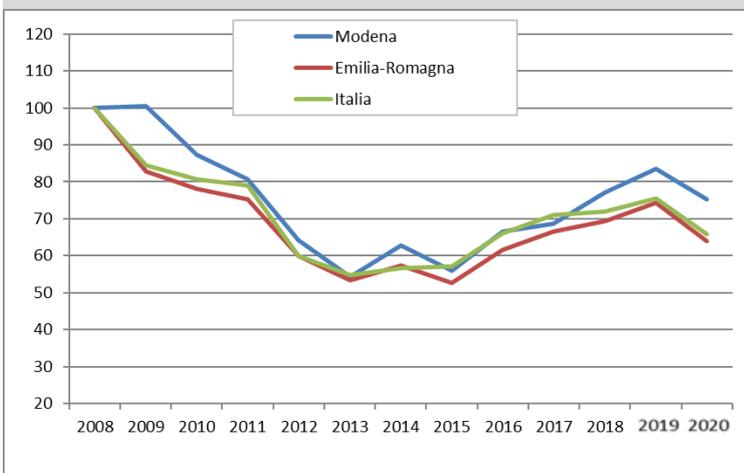
se (771 euro/mq) e nell'Appennino Secchia (779 euro/mq). Molte zone presentano prezzi costanti rispetto al 2019, mentre i cali maggiori si sono verificati nel Frignano (-0,5%), nella Pianura Secchia (-0,4%) e nella Pianura Panaro (-0,3%).

All'interno del comune capoluogo la zona più cara risulta il centro storico, con 2.719 euro/mq pressoché stabile rispetto al 2019, seguito dalla zona

“via della Pace/via Gobetti” (1.975 euro/mq) e “Morane Buon Pastore” 1.794 euro/mq. Mentre le zone meno care sono quelle industriali, come “Industriale Ovest” (1.238 euro/mq), “Industriale Nord” (1.295 euro/mq) e “Industriale Torrazzi” (1.267 euro/mq).

La zona con il maggiore incremento tendenziale risulta la Sacca (+0,9%), mentre quella con il calo più rilevante

Indice delle transazioni di unità immobiliari normalizzate ad uso commerciale/industriale dal 2008 al 2020 – anno 2008=100



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

è la zona “Tempio Musicisti” (-0,7%).

I fabbricati non residenziali

I dati relativi agli immobili non residenziali mostrano che al 31/12/2020 sono presenti 65.150 immobili per uso commerciale o industriale in provincia di Modena, in lieve aumento rispetto al 2019 (+0,3%). La rispettiva rendita catastale è pari a 252 milioni di euro, in aumento dello 0,5%.

La parte numericamente più rilevante è costituita dai negozi, che con 22.286 unità immobiliari, rappresentano il 34,2% del totale e sono in calo dello 0,2%. Seguono i fabbricati industriali, con 10.956 unità pari al 16,8%, in aumento dell'1,3% così come gli opifici (+1,5%). Buono anche l'andamento dei fabbricati connessi all'agricoltura, che crescono dell'1,2% e con 11.282 unità arrivano ad una quota del 17,3%. Infine sono in calo i laboratori artigianali (-1,2%), i fabbricati commerciali (-1,0%), ma soprattutto gli istituti di credito e assicurazione (-3,3%), che rappresentano però solamente lo 0,6% del totale.

La distribuzione per ammontare di rendita catastale, mostra come i fabbricati industriali, pur essendo quasi la metà dei negozi, detengano la rendita più cospicua, con una quota del 41,9% pari a 106 milioni di euro, seguono i fabbricati commerciali, cioè

costruiti per ospitare centri commerciali, supermercati e grandi negozi (20,3%) e i negozi, che pur essendo numericamente in maggioranza, registrano solamente il 12,5% di rendita totale. Piuttosto bassa anche la quota dei fabbricati connessi all'agricoltura (9,5%), mentre gli opifici mantengono sempre il 10,8% del totale.

Il trend delle compravendite di immobili ad uso commerciale/industriale è simile a quello degli immobili residenziali, infatti mostra anch'esso un calo sensibile dal 2008 al 2013 sia in provincia, che in Emilia-Romagna ed Italia. Tuttavia le compravendite di immobili non residenziali hanno una ripresa più lenta, registrando una ulteriore battuta di arresto nel 2015 (-11,0% a Modena), per poi risalire negli anni successivi. Tale trend è stato tuttavia bruscamente bloccato dalla pandemia che ha provocato una diminuzione di transazioni maggiore rispetto ai fabbricati residenziali sia a Modena (-9,8%), ma ancor di più a livello regionale (-13,9%) e nazionale (-13,0%).

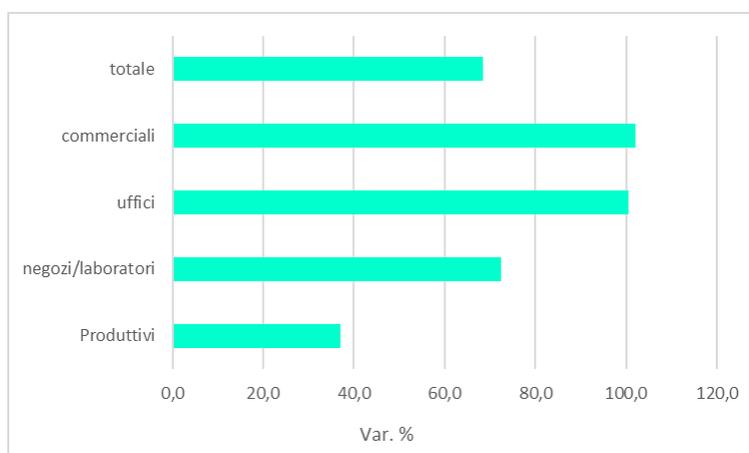
Come nel caso delle compravendite residenziali si tratta comunque di un calo temporaneo, infatti già nel primo semestre del 2021 si denota una decisa ripresa: risultano 626 compravendite, con aumenti del 68,4% rispetto al primo semestre del 2020. Le categorie più vendute risultano i fabbricati com-

merciali (+102,0%) e gli uffici (+100,5%).

Le compravendite dei diritti di proprietà sono contate tenendo conto della quota trasferita per ciascuna transazione, ad esempio se viene venduta la metà di una proprietà, la corrispettiva transazione verrà conteggiata per uno 0,5.

La zona OMI è una porzione continua del territorio comunale che riflette un comparto omogeneo del mercato immobiliare locale, nel quale si registra uniformità di apprezzamento per condizioni economiche e socio-ambientali.

Variatione percentuale del numero di transazioni non residenziali in provincia di Modena I semestre 2020/21 per destinazione d'uso



Fonte: elaborazione Centro Studi e Statistica Camera di Commercio di Modena su dati Agenzia delle Entrate – Osservatorio del mercato immobiliare

Dopo la ripresa autunnale

IN CALO LE ASSUNZIONI A DICEMBRE

Le previsioni del sistema informativo Excelsior confermano comunque un incremento rispetto all'anno scorso, con la maggioranza degli ingressi nell'industria

Il Sistema Informativo Excelsior, promosso da Unioncamere in collaborazione con l'Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro e le Camere di Commercio italiane, ha pubblicato il bollettino previsionale che analizza le entrate programmate dalle imprese nel mese di dicembre 2021.

Dopo la ripresa dell'occupazione verificatasi nei mesi precedenti, le imprese modenesi dichiarano una battuta di arresto nelle previsioni di assunzione dell'ultimo mese dell'anno. Già il mese di novembre mostrava un lieve calo, invece dicembre presenta una sensibile diminuzione, sia per Modena che nel resto dell'Italia. Infatti in provincia le imprese prevedono di assumere 3.940 persone, in diminuzione del 35,2% rispetto a novembre; i dati regionali presentano all'incirca lo stesso andamento (-35,9%), mentre a livello nazionale la diminuzione è meno rilevante (-23,9%).

Nonostante il vistoso calo congiunturale, il

confronto con dicembre 2020 appare ancora ampiamente positivo, con la provincia di Modena in aumento del 66,9%, l'Emilia-Romagna dell'82,2% e il totale Italia dell'84,4%. Questi incrementi sono piuttosto sostanziosi visto il particolare andamento negativo che ha caratterizzato l'anno scorso, tuttavia anche se si esamina il 2019 il risultato rimane positivo, con la provincia di Modena in crescita del 6,2%, l'Emilia-Romagna del 20,0% e il totale Italia del 17,6%.

L'intero trimestre dicembre 2021- febbraio 2020 appare meno negativo, con un totale di assunzioni previste in provincia di Modena pari a 19.900, in calo solamente del 4,7% rispetto al trimestre precedente e positivo nel confronto tendenziale con lo stesso trimestre del 2020 (+74,7%).

La distribuzione per forma contrattuale utilizzata dalle aziende rimane in linea con il mese precedente, con il contratto a tempo determi-



nato impiegato nella maggioranza delle assunzioni (56,0%), seguito dagli ingaggi a tempo indeterminato (25,0%) e dai contratti di apprendistato (5,0%). In continuo calo risultano i contratti di somministrazione che rappresentano ora solo una piccola percentuale del totale (4,0%) e la loro quota arriva al disotto degli “altri contratti non dipendenti e co.co.co.” che di solito erano in minoranza (6,0%).

La vocazione industriale della nostra provincia si conferma anche a dicembre, con quasi la metà delle nuove assunzioni che avvengono nell'industria manifatturiera (41,4%) pari a 1.950 nuovi ingressi; pressoché costanti restano le quote del turismo (8,6%), del commercio (9,7%) e delle costruzioni (8,1%), mentre aumentano di due punti percentuali i servizi alle imprese (24,3%). Infine si riduce il peso dei servizi alle persone (7,8%).

Le figure professionali maggiormente richieste rimangono gli “operai specializzati” (23,0% del totale), seguiti dai “conduttori di impianti e macchinari” (18,6%) e dalle “professioni qualificate nel commercio e nei servizi” (17,5%). Le professioni non qualificate rimangono il 12,0% del totale, mentre aumenta la richiesta di lavoratori con maggiori competenze, infatti aumenta la quota dei profili ad elevata specializzazione (7,8%) e delle professioni tecniche (14,8%) a scapito degli impiegati, che rimangono il 6,1%.

In complesso è mediamente difficile reperire la manodopera necessaria: si attesta infatti al 43,6% la quota di imprese che dichiarano problematicità nel reperimento delle figure ricercate. I

profili più introvabili sono gli “specialisti informatici e chimici” (86,4%) i “cuochi e camerieri” (63,8%), gli “ingegneri e progettisti” (62,6%) e gli operai edili (61,0%).

Scende leggermente il livello di istruzione richiesto ai nuovi candidati, infatti aumenta la proporzione delle persone ricercate senza alcun titolo di studio che arrivano a più di un terzo del totale (34,2%) a discapito dei diplomati che si fermano al 28,9% e della qualifica professionale (22,0%), mentre migliora la laurea, che insieme agli ITS raggiunge il 15,0% del totale.

Infine, all'interno dell'azienda l'area funzionale in cui saranno inseriti la maggior parte dei neoassunti è la “produzione di beni ed erogazione di servizi” (43,0%), un quarto confluirà nell'area tecnica progettuale ed il 13% nella logistica. L'area amministrativa assorbirà il 4% dei nuovi ingressi e la direzione e affari generali solamente il 2%.



Sul mercato del lavoro

RICERCATE COMPETENZE GREEN E DIGITALI

Pubbligate le previsioni a medio termine (2021-2025) del Sistema informativo Excelsior di Unioncamere

Entro il 2025, 6 lavoratori su 10 dovranno avere competenze green o digitali. Nei prossimi cinque anni, infatti, il mercato del lavoro in Italia avrà bisogno di almeno 2,2 milioni di nuovi lavoratori in grado di gestire soluzioni e sviluppare strategie ecosostenibili (il 63% del fabbisogno del quinquennio che include anche il turnover) e di 2,0 milioni di lavoratori in grado di saper utilizzare il digitale (il 57%).

Ecosostenibilità e digitalizzazione sono infatti tra i principali fattori di trasformazione per il mercato del lavoro, come mostrano le previsioni a medio

termine (2021-2025) del Sistema informativo Excelsior di Unioncamere presentate il 25 novembre 2021 nell'ambito della trentesima edizione di Job&Orienta 2021. E a partire dal 2022 un ulteriore impulso arriverà grazie all'attuazione delle misure previste nel PNRR.

Già nell'ultima parte del 2021, come emerge dalle informazioni Excelsior sul IV trimestre, le imprese hanno intrapreso la caccia alle competenze per il green e il digitale per dare slancio alla ripresa. Le competenze green sono ritenute strategiche principalmente per

i profili legati all'edilizia e alla riqualificazione abitativa (tecnici e ingegneri civili e installatori di impianti), per ingegneri elettronici e delle telecomunicazioni, tecnici e gestori di reti e sistemi telematici e tecnici chimici. Le competenze digitali sono state richieste invece prevalentemente ai profili professionali ICT, quali analisti e progettisti di software, progettisti e amministratori di sistemi ma anche a ingegneri energetici e meccanici e a disegneri industriali.

In questa fase sono i percorsi formativi STEM, soprattutto le diverse lauree in

FABBISOGNI DI PROFESSIONI CON COMPETENZE GREEN NEL PERIODO 2021-2025



FABBISOGNI DI PROFESSIONI CON COMPETENZE DIGITALI NEL PERIODO 2021-2025



Fonte: Unioncamere – ANPAL, Sistema Informativo Excelsior

ingegneria, quelli che accomunano le ricerche delle imprese per sostenere le due grandi transizioni. Tra gli indirizzi più specifici per la domanda di competenze green emergono il diploma di tecnico superiore (ITS) in tecnologie innovative per i beni e le attività culturali, il diploma secondario in produzione e manutenzione industriale e la qualifica professionale nell'ambito agricoltura. Sul fronte delle competenze digitali sono tra i più richiesti il diploma di tecnico superiore (ITS) in tecnologie della informazione e della comunicazione, il diploma secondario in informatica e telecomunicazioni e la qualifica professionale nell'ambito elettronico.

Questa trasformazione del sistema imprenditoriale in chiave di sostenibilità e l'accelerazione per l'adozione delle tecnologie digitali investirà il mercato del lavoro di tutto il quinquennio. Le previsioni a medio termine mostrano infatti che la domanda di competenze green riguarderà in maniera trasversale tanto le professioni ad elevata specializzazione e tecniche, che gli impiegati come gli addetti ai servizi commerciali e turistici, gli ad-

detti ai servizi alle persone come gli operai e gli artigiani. La spinta verso la transizione verde farà emergere, inoltre, la necessità di specifiche professioni green in alcuni settori come il progettista in edilizia sostenibile, lo specialista in domotica, i tecnici e gli operai specializzati nell'efficientamento energetico nelle costruzioni; il certificatore di prodotti biologici nell'agroalimentare; il progettista meccanico per la mobilità elettrica.

Questo fenomeno sempre più pervasivo in tutti i settori dell'economia interesserà non solo nuovi green jobs ma anche occupazioni esistenti. Per esempio, anche per i cuochi saranno sempre più importanti le competenze legate alla ecosostenibilità richieste dai consumatori e vantaggiose per le imprese, come l'attenzione alla riduzione degli sprechi, all'uso efficiente delle risorse alimentari e all'impiego di produzioni di qualità e legate al territorio (a chilometro zero).

Altrettanto ricercate saranno le competenze digitali, considerate una competenza di base per la maggior parte dei lavoratori. Queste saranno rilevanti non solo per tecnici informatici, telematici

e delle telecomunicazioni, specialisti in scienze matematiche, informatiche, chimiche e fisiche, ma anche per professori, specialisti in scienze sociali, impiegati addetti alla segreteria e all'accoglienza, addetti alla contabilità. Del resto, il processo di digitalizzazione si sta diffondendo in due principali direttrici: da un lato il passaggio al digitale di sistemi di lavoro e attività produttive (smart working, commercio on line, digitalizzazione delle procedure in molti servizi alle imprese e alle persone) e dall'altro una forte spinta all'innalzamento delle competenze digitali sia dei lavoratori, ma anche di un'ampia fascia della popolazione, con particolare riferimento agli studenti e ai professori di tutte le scuole di ogni ordine e grado.

Natale a Modena

CON IL MARCHIO

TRADIZIONE E SAPORI

Luminarie, doni, libri e tv, tutte le iniziative del marchio collettivo camerale per il periodo delle festività

E. S.

Ripendiamoci il Natale! Per celebrare la festa più amata da grandi e piccini la Camera di Commercio e il marchio Tradizione e sapori di Modena, in collaborazione con Modenamoremio, partecipano all'allestimento delle luminarie nella rotonda di Piazzale Natale Bruni e all'iniziativa del Trenino di Natale, che attraversa il centro storico della città per far sentire a tutti la magia e il calore del Natale.

Il trenino, con capolinea in Piazza Grande, viaggerà tutti i giorni fino al 9 gennaio 2022.

Il Paniere delle Eccellenze 2021

Il Marchio Tradizione e sapori di Modena collabora anche quest'anno con la Fondazione ANT Italia Onlus di Modena e provincia per l'iniziativa "Il Paniere delle Eccellenze", un cesto di prodotti enogastronomici di qualità del territorio, certificati e provenienti da imprese, consorzi e associazioni. Nei panieri ANT 2021 sarà infatti possibile trovare gli Amaretti di Modena tutelati dal marchio, classici dolci con cui concludere pranzi e cene delle festività.

Il paniere è una idea regalo solidale in

vendita nel periodo natalizio per sostenere la prevenzione e l'assistenza medico-specialistica ai pazienti oncologici. I panieri si possono trovare presso i Merc'Ant di Natale e sul sito ant.it/emiliaromagna/.

Alla Luciano, un libro con le ricette del Tenorissimo

Luciano Pavarotti è conosciuto in tutto il mondo ma forse non tutti sanno che il Maestro nutriva una grande passione, oltre che per la musica, anche per la buona cucina, anzi amava cucinare personalmente per gli amici che andavano a fargli visita. Le sue ricette della



Ritorna a viaggiare il trenino natalizio per le vie del centro storico di Modena

L'allestimento luminoso nella rotonda di Piazzale Natale Bruni offerto dal marchio Tradizione e sapori di Modena



tradizione modenese e non solo, sono ora racchiuse in un libro che riporta anche episodi e immagini della sua vita: "Alla Luciano, le ricette originali ed i segreti del Maestro Pavarotti in cucina".

La Camera di Commercio di Modena, attraverso il marchio Tradizione e sapori di Modena, ha contribuito alla realizzazione del progetto curato da Nicoletta Mantovani, presidente della Fondazione Pavarotti, insieme allo chef stellato Luca Marchini. Il libro, di cui è stata stampata anche una versione in inglese, si può trovare presso la Casa Museo Pavarotti, alle porte di Modena.

CuciniaMo, il contest dei ristoranti modenesi

Alla scoperta della gastronomia modenese: dal 28 novembre 2021 è tornata CuciniaMo, la trasmissione dedicata alla cucina tipica del territorio che va in onda dal 2009 su TRC' TV. Ideata da Andrea Barbi, che ne è anche il conduttore, è realizzata in collaborazione con il marchio Tradizione e sapori di Modena.

Questa nuova edizione si snoda su 15 puntate, ciascuna dedicata a un ristorante tradizionale della provincia di Modena che realizzerà un menù a tema con i prodotti tipici modenesi par-

tecipando ad una gara per aggiudicarsi il titolo di CuciniaMo The Best. Giudice sarà il pubblico televisivo che potrà votare il proprio ristorante preferito sul portale CuciniaMo <https://www.cuciniamo.tv/> Appuntamento alla primavera 2022 per il gran finale, ovvero una diretta di "Ci vediamo in piazza" con la proclamazione del vincitore del contest.

Festa per l'accensione delle luminarie natalizie il 26 novembre 2021 nel centro storico di Modena

