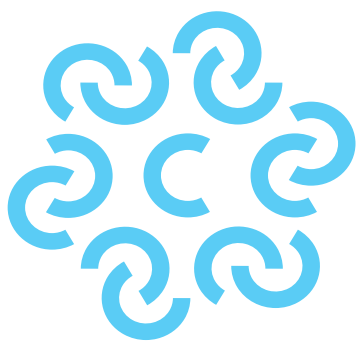




N. 3_Marzo_2025_Anno IV

Unioncamere

Economia & Imprese

Il magazine delle Camere di commercio italiane



*Cresce il Magazine Unioncamere
Economia & Imprese: strumento di
informazione e comunicazione nazionale*

*“Verso il futuro”: a Brescia
la Conferenza nazionale
delle Camere di commercio*

*Piacere, sono Adriano: il primo
dipendente robotico della Pubblica
Amministrazione italiana*

INDICE

- 3 Cresce il Magazine Unioncamere Economia & Imprese: strumento di informazione e comunicazione nazionale
- 4 “Verso il futuro”: a Brescia la Conferenza nazionale delle Camere di commercio
- 6 Reddito delle famiglie, cresce in tutte le province ma restano le disuguaglianze
- 7 Unione risparmi e investimenti: l'Europa e il valore della fiducia
- 8 Statistiche e imprese: partita la riclassificazione delle attività economiche con la codifica ATECO 2025
- 9 Le imprese di stranieri mettono radici: sono 250mila quelle con più di dieci anni di attività
- 10 Il Sistema camerale a fianco della logistica agroalimentare: accordo tra Uniontrasporti, BMTI e OTCR
- 11 Logistica collaborativa, un roadshow di Unioncamere e Uniontrasporti
- 12 Oltre le Infrastrutture, per lo sviluppo della connettività tra le Marche e la Macroregione Adriatico-Ionica
- 13 Bari guarda a Barcellona per rilanciare il commercio di vicinato
- 13 Io penso positivo 2025: educazione finanziaria a misura di studenti
- 13 Accoglienza e integrazione di studenti immigrati nella sede camerale di Crotone
- 14 Italia best practice in Europa per l'attuazione del Single Digital Gateway: l'apporto del Sistema camerale
- 15 Piacere, sono Adriano: il primo dipendente robotico della Pubblica Amministrazione italiana
- 16 Volti di imprenditori nel nuovo Instagram della Cdc Pn-Ud
- 17 Turismo sostenibile: i brand delle Dolomiti e del Prosecco tra percezione e opportunità
- 18 La Borsa internazionale dei Laghi del Nord Italia chiude in positivo
- 19 La Camera di commercio della Maremma e del Tirreno ha ottenuto la certificazione della parità di genere
- 20 Sopravvivere alla guerra dei dazi. Le strategie dalla Camera di commercio italiana a New York e Assocamerestero
- 21 News da Bruxelles - News dal Mondo

Unioncamere
Economia & Imprese
Marzo 2025 N.3_Anno IV
Mensile di
informazione tecnica

Editore:
Unioncamere - Roma
unioncamere.gov.it

Redazione:
Piazza Sallustio, 21
00187 Roma
Tel. 0647041

Direttore editoriale:
Andrea Prete

Direttore responsabile:
Antonio Paoletti

Condirettori:
Andrea Bulgarelli
Willy Labor

Il numero è stato chiuso in
redazione il 04.04.2025

Registrazione al Tribunale
di Roma N° 100/2022
del 12 luglio 2022

In redazione: Alessandra Altina Unioncamere, Loredana Capuozzo Centro Studi Tagliacarne, Rosalba Colasanto Si.Camera, Daniela Da Milano Unioncamere, Carlo De Vincentiis InfoCamere, Anna Galleano Camera di commercio Genova, Roberta Giuffrida Assocamerestero, Simona Paronetto Unioncamere.

Cresce il Magazine Unioncamere Economia & Imprese: strumento di informazione e comunicazione nazionale

Il coinvolgimento delle Camere di commercio ha consentito di mettere in rete professionisti dell'informazione costituendo un unicum nel sistema pubblico italiano

di Antonio Paoletti

Il Magazine Unioncamere Economia & Imprese è ormai diventato lo strumento di informazione e comunicazione nazionale, con una ampia diffusione attraverso i vari canali interni ed esterni al Sistema camerale.

C'è stato un gran lavoro di squadra che sta generando crescente attenzione e interesse verso il Sistema Camerale, anche da parte dei media che trovano nel magazine elementi utili per ampliare o stimolare approfondimenti, confermandone in tal modo l'attendibilità. Cito con piacere, tra le altre testate, che La Repubblica in una indagine pubblicata l'8 gennaio 2025 indica come fonte Unioncamere Economia & Imprese.

La conoscibilità del Sistema della Camere di commercio italiane va ora implementata anche in ambito locale. È necessaria una attività sempre più diffusa, capace di penetrare i singoli territori di riferimento delle varie Camere di commercio. Per riuscire ad arrivare all'impresa e ai cittadini è imprescindibile un'azione capillare di informazione e comunicazione, che con questo strumento stiamo sostenendo e affiancando.

Il Magazine è stato pubblicato per la prima volta a maggio 2022 e fino ad ora sono stati pubblicati 30 numeri in totale (8 nel 2022, 10 nel 2023, 10 nel 2024 e 3 nel 2025). Con questo numero abbiamo superato i 650 articoli editati con crescenti contributi che arrivano direttamente dalle varie Camere



di commercio. La redazione diffusa coinvolge nell'arco dell'anno i referenti degli uffici stampa di vari Enti camerali con un lavoro congiunto con l'Ufficio stampa di Unioncamere, Si.Camera e il coordinamento dei condirettori Willy Labor e Andrea Bulgarelli che mensilmente mi affiancano nella gestione dei contenuti della testata. Un impegno che per tutti si affianca al lavoro quotidiano e anche per questo motivo il mio ringraziamento va a tutta la squadra di Unioncamere Economia & Imprese. Come avevo già rilevato lo scorso anno la scelta di puntare sulla diffusione

attraverso campagne crossmediali necessita di un sostegno importante in termini di investimento soprattutto se riferite a un prodotto editoriale che dura tutto l'anno. Un sostegno che non è mai mancato – e ringrazio per la fiducia – da parte dell'Ufficio di presidenza di Unioncamere, dal presidente Andrea Prete e dal segretario generale, Giuseppe Tripoli.

La testata sta crescendo di anno in anno e il coinvolgimento delle Camere di commercio ha consentito di mettere in rete professionisti dell'informazione e della comunicazione amplificando le singole attività sui territori. Una messa in comune delle informazioni che è un unicum nel sistema pubblico italiano. E in linea con questo primato continueremo a informare il Sistema Camerale e a informare del Sistema Camerale.

“VERSO IL FUTURO”: A BRESCIA LA CONFERENZA NAZIONALE DELLE CAMERE DI COMMERCIO

Il modello delle Pmi è in crisi? I trend evidenziati dal Censis e il ruolo delle Camere come hub dei territori

di Alessandra Altina

“Conosciamo la realtà del territorio, il mondo delle imprese e abbiamo strumenti consolidati: ecco perché chiediamo di poter svolgere un ruolo ancora più significativo, partecipando ai momenti decisionali delle istituzioni”.

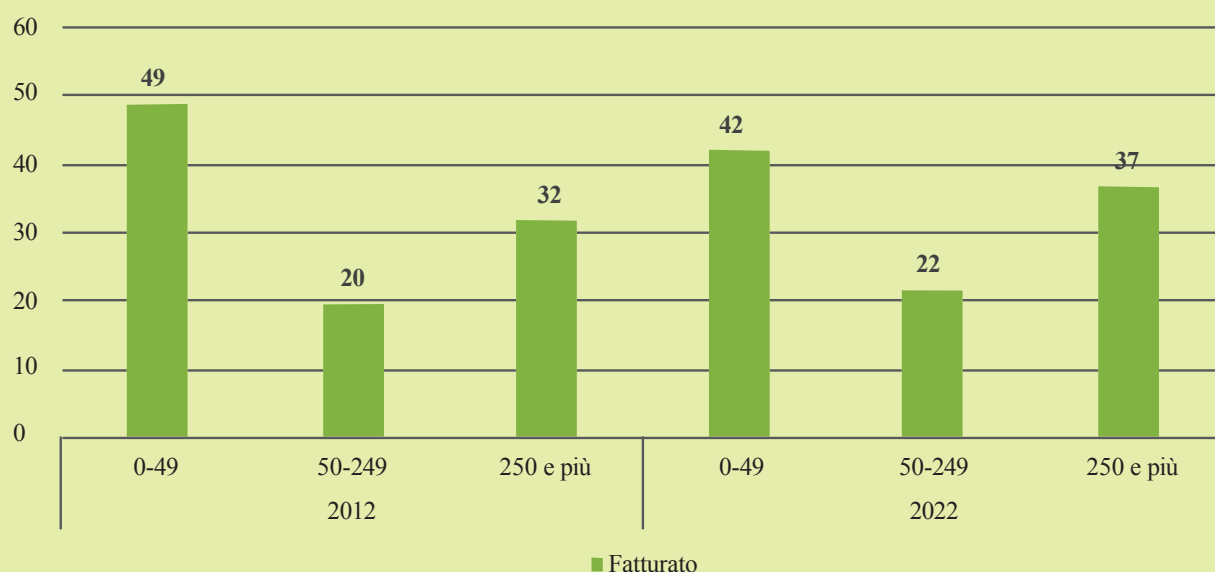
Lo ha detto il presidente di Unioncamere, Andrea Prete, nel corso della seconda Conferenza nazionale delle Camere di commercio “Verso il futuro”, svoltasi a Brescia nell’ambito della fiera FuturaExpo. Il richiamo del vertice di Unioncamere risponde a un evidente segnale di attenzione da porre a quello che storicamente è stato il modello di sviluppo italiano, fondato essenzialmente sulla piccola impresa diffusa. Ebbene questo modello, stante le elaborazioni contenute in uno studio del Censis presentato in quella sede da Giorgio De Rita, è oggi in difficoltà. Le piccole imprese, che

rappresentano numericamente la grande maggioranza del nostro sistema produttivo (97,4%) e più della metà dell’occupazione privata (53,8), in 10 anni hanno perso peso in termini di fatturato a vantaggio delle medie e grandi aziende, passando dal 49% del 2012 al 42% del 2022. Dall’altra parte, le medie imprese pesavano per il 20% nel 2012 e per il 22% nel 2022, mentre le grandi imprese sono passate dal 32% al 37%.

Questa dinamica suggerisce che il Paese si trovi all’interno di un processo di spostamento della produzione di valore dalle imprese più piccole a quelle più grandi.

“Le complessità di questa fase storica rischiano di penalizzare fortemente le Pmi del nostro Paese e richiedono perciò a tutte le istituzioni di multipli-

Dal 2012 al 2022 le medie e grandi aziende hanno aumentato il loro peso in termini di fatturato (val %)



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

care gli sforzi”, ha sottolineato il presidente Prete. “Registriamo da diversi anni la difficoltà di reperire le figure professionali più qualificate. Questo colpisce in misura maggiore le imprese più piccole che fanno fatica ad attirare i talenti necessari. Inoltre, la tecnologia va veloce e per stare al passo occorrono investimenti crescenti che sono difficilmente sostenibili per le Pmi che non fanno parte di reti. Le Camere di commercio, che sono presenti su tutto il territorio nazionale, possono aiutare soprattutto le piccole imprese in questo momento di turbolenze internazionali”.



Giorgio De Rita - Segretario Generale CENSIS

Il Rapporto del Censis “La dimensione comunitaria delle Camere di commercio” mette in evidenza anche una serie di problematiche legate all’innovazione delle Pmi. Nel decennio preso in esame gli investimenti in Ricerca&Sviluppo sono cresciuti costantemente in rapporto al PIL sia per il totale dell’economia, sia per le imprese, aumentati entrambi dello 0,2%. Dalla pandemia, si assiste invece a una flessione degli investimenti che ritornano, in rapporto al Pil, ai livelli raggiunti nel 2016. Questo andamento non è stato però lo stesso per le diverse dimensioni di impresa. Nel periodo pre-pandemico, le Pmi hanno visto una crescita in termini

reali costante e a un tasso maggiore rispetto alla grande impresa (dai 900 milioni di euro del 2012 ai 2,7 miliardi del 2019, +200%). Alta la crescita degli investimenti anche nelle aziende medie (+97,5%, da circa un miliardo mezzo a 3 miliardi di euro).

Anche gli investimenti delle grandi aziende sono cresciuti, ma con un andamento meno costante e con una variazione reale tra il 2012 e il 2019 del 21,4%, essendo passati dai 7,5 ai 9,1 miliardi. Dalla pandemia in poi, tuttavia, mentre gli investimenti delle grandi imprese hanno continuato a crescere sino a superare i 10 miliardi nel 2022 (+8,8% tra il 2019 e il 2022), quelli delle piccole sono scesi a 1,6 miliardi nel 2022 (-41,4% tra il 2019 e il 2022), e le medie li hanno ridotti a 2,2 miliardi (-27,9% tra il 2019 e il 2022). Rimane da comprendere se dopo il 2022 gli investimenti delle Pmi siano ritornati a crescere, dice il Censis. Di fatto, però, nel 2024 le imprese con meno di 50 addetti hanno previsto una contrazione degli investimenti del 7,5% e le imprese fino a 200 addetti una contrazione del 4,2%, mentre per le imprese con oltre 500 dipendenti è atteso un aumento degli investimenti del 7%.

Rafforzare il ruolo delle Camere di commercio nella gestione dei fondi pubblici, nella pianificazione degli investimenti e nel sostegno all’internazionalizzazione delle imprese, rendendole un hub strategico per la crescita dei territori, l’attrazione degli investimenti e la “doppia transizione” digitale ed ecologica. Sono i principali obiettivi della ricerca Magna Carta, “Sussidiarietà applicata: il ruolo delle Camere di commercio”, curata dai giuristi Mario Esposito e Francesca Piergentili e presentata anch’essa nell’ambito della Conferenza nazionale delle Camere di commercio. Lo studio, che sottolinea come il Sistema camerale possa svolgere un ruolo di “cerniera” con le istituzioni, a supporto della loro azione e a tutela delle imprese, specialmente di piccole dimensioni, propone un modello di governance fondato sulla sussidiarietà e sull’autonomia funzionale degli organismi camerali, per rafforzare il legame con le istituzioni europee e i mercati globali, rendendo il sistema economico italiano più dinamico e competitivo.

Reddito delle famiglie, cresce in tutte le province ma restano le disuguaglianze

di Loredana Capuozzo

Un quarto del reddito complessivo disponibile delle famiglie si concentra in appena quattro province italiane. Si tratta di Milano (8,6%), Roma (8,2%), Torino (4,3%) e Napoli (3,8%) che svettano nel 2023 ai primi posti della relativa classifica provinciale. Ma se osserviamo la velocità con cui cresce questo "tesoro", la mappa geografica cambia sensibilmente. Tra il 2021 e il 2023, a mostrare gli incrementi maggiori sono, infatti, Sondrio (+17,0%), Belluno (+15,4%) e Imperia (+15,1%). Tuttavia, a livello di pro-capite si conferma Milano la provincia più ricca d'Italia con un reddito di 34.885 euro a testa nel 2023, seguita da Bolzano 31.160 e Monza e della Brianza 29.452. A fotografare i tanti volti delle province italiane sulla base della stima del 2023 del reddito disponibile delle famiglie è stata l'**analisi** di Unioncamere-Centro Studi Tagliacarne.

Nel complesso, lo studio restituisce un'istantanea in bianco e nero perché, se il reddito a prezzi correnti è cresciuto in ogni provincia italiana tra il 2021 e il 2023, l'incremento medio dell'11,3% registrato a livello nazionale non è riuscito a recuperare la perdita del potere d'acquisto generato dall'inflazione aumentata del 14,2% nello stesso arco temporale. Ad essere più colpite sono soprattutto le famiglie del Centro Italia, i cui redditi hanno fatto più fatica ad allungare il passo (+10,3%).

Basti pensare che Roma, con un aumento del 9,5%, si colloca soltanto al 94° posto di questa speciale graduatoria provinciale. In generale, a contribuire alla crescita nominale del reddito disponibile è stata in particolare la componente legata al reddito da lavoro dipendente (prin-

cipale voce delle entrate delle famiglie italiane) aumentata dell'11,8%, soprattutto a causa dell'incremento della platea degli occupati, con punte del 12,5% al Mezzogiorno. Tuttavia, le distanze tra il Sud ed il resto del Paese rimangono elevate. Le retribuzioni per dipendente al Meridione restano inferiori di circa il 15% rispetto al valore medio nazionale, un differenziale che arriva a circa il 30% se restringiamo il perimetro al settore privato.

Anche per questo, ben 18 province del Mezzogiorno si trovano agli ultimi 20 posti della graduatoria per reddito disponibile pro-capite, con Foggia fanalino di coda (14.554 euro a testa). E, in pro-



spettiva, preoccupano i potenziali effetti sulle tasche degli italiani derivanti dall'incertezza politica ed economica internazionale che non è mai stata così alta dai tempi del Covid, come rileva l'ultimo World Uncertainty Index.

Unione risparmi e investimenti: l'Europa e il valore della fiducia

di Giuseppe Tripoli*

C'è qualcosa di profondamente europeo, quasi "civico", nel parlare di risparmio. È un gesto quotidiano, silenzioso, ma carico di fiducia: nel domani, nelle istituzioni, nella stabilità di un sistema che protegge e valorizza. Con la comunicazione della Commissione europea sull'Unione dei risparmi e degli investimenti, quel gesto torna al centro di una riflessione strategica. E con esso, torna la domanda fondamentale: come possiamo rimettere in circolo le energie dormienti dell'Europa?

Si parla di mobilitare fino a 10.000 miliardi di euro di risparmi privati. Una cifra che impressiona, ma che soprattutto interroga. Perché quel capitale esiste già: è nei conti correnti delle famiglie, nei



portafogli prudenti degli investitori retail, nei patrimoni fermi per incertezza o mancanza di alternative accessibili. L'Europa, oggi, non chiede nuovi sacrifici, ma propone di valorizzare ciò che già c'è, costruendo le condizioni per far fluire il risparmio verso progetti produttivi, innovazione, infrastrutture verdi e digitali.

È, in fondo, una questione di fiducia e di trasparenza. Perché le persone si fidano se capiscono. E investono se percepiscono un ritorno, non solo economico ma anche sociale, territoriale, culturale.

In questo, la nuova Unione dei risparmi e degli investimenti ha un potenziale trasformativo. Ma servirà fare rete. Servirà che le istituzioni europee dialoghino con i soggetti che animano l'economia reale: Camere di commercio, associazioni, banche del territorio, organismi di educazione finanziaria. È un'occasione che riguarda da vicino anche la nostra rete camerale. Le Camere possono diventare punti di snodo tra risparmio e impresa, tra cittadino e mercato dei capitali. Possono contribuire a ridurre la distanza – che è ancora ampia – tra l'architettura della finanza e la vita delle imprese, soprattutto quelle più piccole, che oggi faticano ad accedere a strumenti alternativi al credito bancario.

In questo senso, c'è bisogno di un'azione diffusa, che unisca prossimità e visione. Le Pmi non hanno solo bisogno di capitali: hanno bisogno di essere accompagnate, di capire come accedere a nuovi strumenti, di sentirsi parte di un ecosistema in cui investire non è un rischio solitario, ma un'opportunità condivisa. Così come i cittadini devono poter leggere il mercato finanziario non come un territorio ostile, ma come uno spazio di possibilità, se guidato da regole chiare, obiettivi comuni e presidi credibili. È qui che i territori possono fare la differenza: perché educazione finanziaria, cultura d'impresa e fiducia si costruiscono a livello locale, nel dialogo quotidiano tra istituzioni, comunità e operatori economici.

Ma c'è di più. Questo progetto parla anche di cultura. Perché mobilitare il risparmio non significa solo disegnare incentivi fiscali o semplificare i prospetti informativi. Significa promuovere una nuova alleanza tra chi risparmia e chi investe, tra chi produce valore e chi lo mette a frutto.

E allora il compito più grande sarà quello di convincere i cittadini a investire, ma insieme di meritare il loro investimento, costruendo fiducia e trasformandola in crescita.

*Segretario Generale Unioncamere

Statistiche e imprese: partita la riclassificazione delle attività economiche con la codifica ATECO 2025

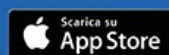
di Carlo De Vincentiis

Ha preso il via il 1° aprile scorso, come previsto, la riclassificazione massiva e automatica dei codici di attività economica dei circa 6 milioni di aziende iscritte al Registro delle imprese delle Camere di commercio. I nuovi codici - definiti nel nuovo sistema di classificazione ATECO 2025, adottato dal 1° gennaio di quest'anno in base al **Regolamento delegato (Ue) 2023/137** - hanno l'obiettivo di descrivere più accuratamente le attività

- nel caso ricorressero le condizioni - le indicazioni per utilizzare il servizio di Rettifica gratuita della codifica attribuita d'ufficio, disponibile dal 15 aprile sul sito **rettificaateco.registroimprese.it**.

Per essere sicuri di ricevere le comunicazioni dell'avvenuta riclassificazione e l'aggiornamento della propria visura camerale, basta scaricare l'app impresa italia dal sito **impresa.italia.it** o dai principali store digitali e attivare le notifiche.

Scarica gratuitamente **impresa italia**, l'app delle Camere di commercio.
E porta la tua azienda sempre con te.



svolte dalle imprese, considerando i processi di innovazione e le recenti trasformazioni che hanno interessato l'economia e la società.

Per agevolare il passaggio alla nuova codifica, **Unioncamere** e **InfoCamere** hanno programmato alcuni webinar informativi rivolti alle imprese, ai professionisti e alle organizzazioni di categoria per illustrare le modalità di adozione di Ateco 2025 e gli impatti previsti. I primi due incontri si sono svolti nella seconda metà di marzo ed hanno registrato un'ampia partecipazione che, complessivamente, ha superato i 2.000 partecipanti. Il 14 e 15 aprile sono previsti ulteriori due incontri per illustrare le funzionalità che consentiranno, alle imprese o ai loro delegati, di rivedere i codici Ateco attribuiti nel processo di ricodifica.

Al termine della riclassificazione, il titolare o il legale rappresentante dell'impresa riceverà una notifica dell'avvenuta assegnazione dei nuovi codici e

Per informazioni su ATECO 2025, è disponibile il sito **ateco.infocamere.it**.

ATECO 2025: i documenti ufficiali

Dall'inizio dell'anno l'ISTAT - responsabile dell'implementazione del nuovo sistema nel nostro Paese - ha rilasciato una serie di documenti utili per il corretto utilizzo della classificazione ATECO 2025 da parte degli utenti. L'ultimo in ordine di tempo è il file con la struttura della classificazione in formato .pdf (sia in lingua italiana sia in lingua inglese) che si aggiunge e integra la documentazione già rilasciata nei mesi scorsi, ovvero la struttura (codici e titoli) di ATECO 2025 e la tabella di corrispondenza tra le classificazioni ATECO 2025 e ATECO 2022.

Tutta la documentazione ufficiale relativa alla classificazione ATECO 2025 è disponibile esclusivamente sul sito dell'Istat nella sezione dedicata alla documentazione tecnica.

Documentazione tecnica e classificazioni - Istat.

Le imprese di stranieri mettono radici: sono 250mila quelle con più di dieci anni di attività

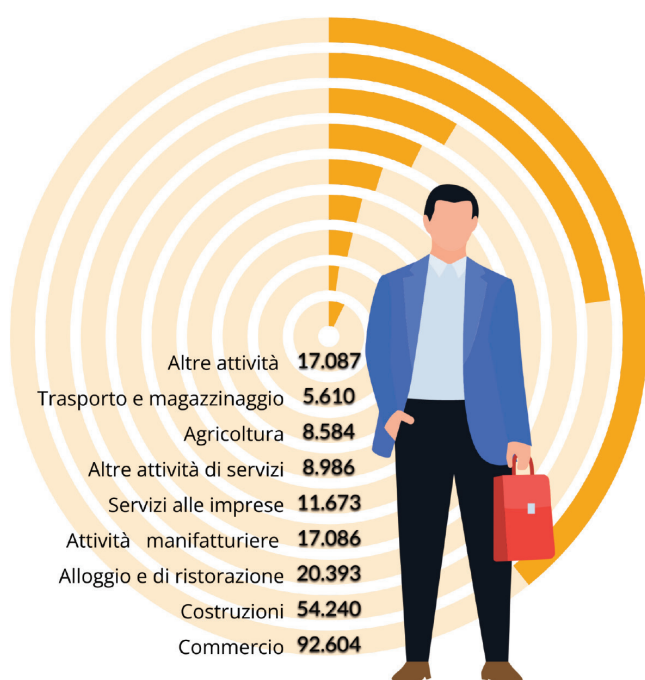
In un'Italia che negli ultimi dieci anni ha visto contrarsi il proprio tessuto imprenditoriale, le imprese a guida straniera vanno contro corrente e rafforzano le proprie radici. Oltre un terzo di queste, infatti, ha superato il traguardo dei 10 anni di attività, sostenendo la crescita di un movimento che alla fine del 2024 conta circa 670mila realtà: 140mila in più rispetto alla fine del 2014, pari ad una crescita percentuale superiore al 27% nel decennio. A rivelarlo sono i dati Unioncamere-InfoCamere aggiornati al 31 dicembre 2024, elaborati sulla base del Registro delle imprese delle Camere di commercio. Alla forte dinamica delle imprese a guida straniera ha fatto eco, nel periodo considerato, una riduzione del 5,6% delle imprese autoctone, passate dai

5,5 milioni del 2014 ai 5,2 milioni attuali. I numeri raccontano una storia di integrazione economica di successo con oltre 246mila imprese straniere che hanno dimostrato capacità di inserirsi nei territori, costruendo rapporti duraturi con le comunità locali e accreditandosi sul mercato.

Dal commercio all'artigianato: i settori della resilienza

Il commercio si conferma il settore prediletto, con 92.604 imprese straniere ultradecennali (37,5% del totale). Le costruzioni seguono con 54.240 imprese (22%), mentre ristorazione e alloggio rappresentano l'8,3% del totale con 20.393 attività. Significativa anche la presenza nel manifatturiero (17.086 imprese) e nei servizi alle imprese (11.673). Particolarmente rilevante il contributo all'artigianato italiano: quasi il 30% delle imprese straniere di lunga data opera in questo comparto, evidenziando un forte radicamento nelle tradizioni produttive locali.

Imprese straniere registrate al 31 dicembre 2024 ed iscritte da oltre 10 anni per settore di attività



La mappa dell'imprenditoria straniera consolidata

La Lombardia guida la classifica delle regioni con 44.069 imprese straniere di lungo corso (17,9%), seguita da Lazio (27.834) e Toscana (23.102). Completano la top five la Campania (21.097) e l'Emilia-Romagna (20.523), delineando una presenza che abbraccia Nord, Centro e Sud del Paese. Questi dati evidenziano come le imprese straniere non rappresentino più un fenomeno transitorio, ma un elemento strutturale e dinamico della nostra economia. La loro capacità di consolidarsi e prosperare anche in periodi di contrazione generale dimostra un contributo fondamentale alla diversificazione e alla resilienza del sistema imprenditoriale italiano.

Il Sistema camerale a fianco della logistica agroalimentare: accordo tra Uniontrasporti, BMTI e OTCR

di Daniela Da Milano

Affrontare le sfide complesse del settore agroalimentare puntando su innovazione, efficienza e sostenibilità: questo l'obiettivo dell'accordo quadro di collaborazione siglato da due delle società del Sistema camerale, Uniontrasporti e BMTI e l'associazione Observatory Transport Compliance Rating (OTCR). Un'alleanza che nasce con l'intento di portare un forte contributo alla conoscenza del settore della logistica, del trasporto e della gestione dei mercati agroalimentari.

"Si tratta di un'iniziativa perfettamente in linea con



la mission di Uniontrasporti e con le Linee strategiche triennali recentemente approvate dai soci. La conoscenza dei principali aspetti dell'intera filiera logistica del settore agroalimentare rappresenta il primo step per efficientare tutto il sistema, permettendo agli operatori e agli stessi mercati di essere più competitivi" afferma Antonello Fontanili, Direttore di **Uniontrasporti**.

Core della collaborazione è la valorizzazione della filiera agroalimentare, creando ecosistemi virtuosi che aiutino le imprese a essere più competitive in un mercato globalizzato. Grazie a questa partnership, sarà possibile sperimentare una raccolta e un'analisi di dati relativi ai costi, ai percorsi e alle modalità di trasporto dei servizi logistici del settore agroalimentare, valutandone l'impatto. Inoltre, l'accordo promuove la diffusione della cultura della sostenibilità e della compliance, ovvero la diffusione di pratiche virtuose legate alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica, relative alla sicurezza, gestione dei rischi e continuità operativa delle aziende che operano nei settori del trasporto, della logistica e dei mercati agroalimentari.

"L'unione delle competenze di BMTI, Uniontrasporti e OTCR non è solo un atto di collaborazione operativa ma rappresenta un passo importante per rispondere in maniera efficace e innovativa alle esigenze del settore agroalimentare – sottolinea Riccardo Cuomo, direttore generale di **BMTI** – Queste esigenze includono la crescente domanda di soluzioni all'avanguardia per ottimizzare i servizi logistici, senza trascurare il tema dell'impatto ambientale e delle eque remunerazioni di chi opera nel settore."

Infine, l'accordo prevede la realizzazione di programmi di formazione, eventi divulgativi e campagne di sensibilizzazione rivolte ad aziende, istituzioni e cittadini su tematiche come la compliance, la sostenibilità, la trasparenza e l'innovazione tecnologica. "Questo accordo rappresenta un'importante opportunità per promuovere una logistica più trasparente, efficiente e sostenibile nel settore agroalimentare. Solo attraverso un approccio basato su dati oggettivi e una gestione responsabile della supply chain potremo garantire maggiore competitività e resilienza a un settore strategico per l'economia del Paese" dichiara Massimo Marciani, segretario generale di OTCR.

Logistica collaborativa, un roadshow di Unioncamere e Uniontrasporti

di Antonello Fontanili*

Ha preso il via il 24 gennaio, dalla Camera di commercio di Roma, un roadshow dedicato alla logistica collaborativa promosso da Unioncamere con il supporto tecnico di Uniontrasporti e dell'Osservatorio Transport Compliance Rating. Dopo la seconda tappa alla Camera di commercio di Padova, il 27 febbraio, questi tavoli di confronto, che hanno già coinvolto decine di imprese e associazioni del settore, si replicheranno nei prossimi mesi nelle principali città italiane.

La logistica collaborativa potrebbe diventare infatti una sorta di formula magica per un settore che si avvia a valere il 10% del PIL nazionale, soltanto se dalle parole si riuscisse a passare, e in maniera estesa, ai fatti. Cosa proverbialmente non facile, ma sulla quale Unioncamere e Uniontrasporti hanno lanciato un'impegnativa quanto doverosa sfida. Obiettivo concretizzare potenziali partnership e costruire un efficace coordinamento, condivisione e cooperazione tra tutti gli attori della filiera, dalla produzione al cliente finale, per costruire un modello di business più sostenibile, resiliente e competitivo nel mercato globale. Un modello, si stima, capace di sviluppare a pieno regime benefici per oltre 10 miliardi di euro a livello nazionale, con positivi riflessi sull'ambiente e sulla società. Come? Decongestionando strade e autostrade, abbattendo emissioni nocive, consumo del suolo e tassi di

incidentalità con tutti i relativi, pesantissimi costi esterni. Tra l'altro occorre ricordare come gli ultimi dati Inail segnalino, alla voce logistica e magazzinaggio, una percentuale di infortuni mortali che va oltre il 17% del totale. E altissima è anche la percentuale di incidenti che coinvolgono persone e mezzi privati.

Perché dalla teoria si passi alla pratica occorre volere e sapere condividere informazioni e dati, approntando piattaforme digitali e sistemi di gestione integrata ad hoc, per prendere decisioni più rapide, coordinate ed efficaci. Occorre ottimizzare, fino a condividerle nel comune interesse, le risorse o il loro utilizzo, dai magazzini agli hub di distribuzione, dai mezzi di trasporto al personale, per contenere i costi, aumentare la produttività, utilizzare al meglio le infrastrutture.

Il percorso è lungo e difficile ma l'unico strumento per compierlo è il dialogo e un confronto franco e trasparente tra le imprese che il Sistema camerale italiano, con questa iniziativa, intende promuovere. Occorre abbattere diffidenze e timori per condurre il settore a una crescente efficienza, flessibilità e competitività generale che si possono tradurre in maggiori ricavi, benefici sociali e ambientali e interessanti risvolti occupazionali.

*Direttore Uniontrasporti



La prima tappa del Roadshow alla Cdc di Roma

Oltre le infrastrutture, per lo sviluppo della connettività tra le Marche e la Macroregione Adriatico-Ionica

di Silvia Veroli

Presentata in **Camera Marche** ad Ancona la terza annualità del progetto Infrastrutture curato dall'Ente, che lo ha focalizzato nel 2025 sulle connessioni all'interno del bacino adriatico ionico, forte della sua partecipazione attiva di socio del **Forum delle Camere di commercio dell'Adriatico e dello Ionio**: associazione transfrontaliera nata all'indomani della fine del conflitto nei Balcani. Alla presentazione hanno preso parte: Gino Sabatini (presidente della Camera di commercio delle



Gino Sabatini - Presidente Camera di Commercio delle Marche

Marche e del Forum AIC), Antonello Fontanili (direttore di Uniontrasporti), Michele De Vita (segretario generale del Forum delle Camere di commercio dell'Adriatico e dello Ionio), Robert Rakar (direttore della Camera di commercio di Primorska (Slovenia) – collegato online), Milica Dubljevic (Associazione dei Trasporti della Serbia). Le conclusioni sono state affidate al presidente della Regione Marche Francesco Acquaroli. Il Focus si articola in un roadshow destinato a imprese e istituzioni per informarle sulle potenzialità di sviluppo economico legate un miglioramento delle reti di trasporto. Tre tappe saranno ospitate nei territori di competenza del Forum AIC (in Grecia, Slovenia e Serbia) con l'obiettivo di coinvolgere attivamente gli stakeholder locali, l'evento conclusivo si svolgerà a Roma, presso Unioncamere, in settembre. Tra gli obiettivi da realizzare a livello di macro area il raggiungimento di maggiore accessibilità dell'Italia dai Balcani occidentali, migliori collegamenti aerei, rafforzamento delle infrastrutture in termini di capacità e standard di sicurezza. Strategici anche il collegamento dell'ultimo miglio tra porti, terminali intermodali e rete ferroviaria/stradale e lo sviluppo delle autostrade del mare.

Bari guarda a Barcellona per rilanciare il commercio di vicinato

di Chicca Maralfa

Strategie pubbliche condivise per valorizzare la vocazione commerciale di Bari ed in particolare del commercio di vicinato in un panorama economico in rapida evoluzione: se ne è parlato in un incontro alla **Camera di commercio di Bari** tra rappresentanti istituzionali, delle associazioni di categoria e realtà europee. Ospite Josep Xurigué Campubri, vicedirettore di Barcelona Comerç, fondazione che aggrega oltre 25mila negozi e promotrice di "Bar-

cellona Capitale Europea del Commercio Locale 2026". Il confronto ha evidenziato l'urgenza di una rete mediterranea per sostenere i piccoli esercizi, che vanno "supportati attraverso strategie ben definite, mutuando esperienze vincenti come quella della città catalana", ha affermato la presidente, Luciana Di Bisceglie, "per ottenere effetti durevoli nel tempo che investano tutto il tessuto economico urbano e metropolitano".

Io penso positivo 2025: educazione finanziaria a misura di studenti



Un ciclo di 10 Live Show, a cui partecipare sia in presenza che da remoto, e un workshop interattivo “Librogame” che trasforma gli studenti in giovani imprenditori, grande novità di quest’anno: è partita l’edizione 2025 di **“Io Penso Positivo. Educare alla finanza”** il progetto finanziato dal ministero delle Imprese e del Made in Italy e realizzato da Unioncamere, in collaborazione con il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria. Il progetto si rivolge alle studentesse ed agli studenti degli ultimi tre anni delle scuole secondarie di secondo grado.

Ogni Live Show, in programma tra marzo e maggio, intende approfondire alcuni temi dell’educazione finanziaria insieme ad esperti e imprenditori, che condividono con i partecipanti la loro esperienza su come sviluppare un’idea di business ed entrare nel linguaggio della finanza fino a padroneggiare concetti e argomenti fondamentali. Tra questi la previdenza complementare, la finanza digitale, l’intelligenza artificiale, il sovraindebitamento, la finanza sostenibile e alternativa, il sistema bancario e prodotti finanziari, nonché temi legati all’imprenditorialità, all’avvio e alla gestione di un’impresa.

A questo si aggiungerà il workshop “Librogame” che offrirà ai partecipanti un’esperienza di apprendimento innovativa, basata sulla metodologia del gaming. Durante la sessione, le classi saranno guidate in un percorso interattivo che consentirà loro di esplorare scenari reali di economia, investimenti e sicurezza digitale, prendendo decisioni strategiche per avanzare nel percorso che li porterà alla redazione di un business plan, anche grazie all’utilizzo di strumenti di AI.

D.D.M.

Accoglienza e integrazione di studenti immigrati nella sede camerale di Crotone

In virtù del Protocollo d’Intesa tra **Camera di commercio di Catanzaro Crotone Vibo Valentia** e Società Dante Alighieri–Comitato di Crotone, per favorire percorsi di inclusione e integrazione, studenti immigrati, provenienti dall’Etiopia e da altri paesi extracomunitari sono stati accolti nella sede crotone di Crotone dell’Ente camerale per partecipare ad un incontro informativo sul sistema delle imprese. I ragazzi hanno così appreso di attività economiche, prodotti tipici e bellezze paesaggistiche del

territorio, nonché di servizi e attività della Camera di commercio per imprese e territorio.

“È importante riconoscere e valorizzare il contributo apportato dai giovani migranti al sistema sociale ed economico del territorio – commenta il presidente dell’Ente camerale Pietro Falbo – e considerare le diversità come valore e le differenze come risorse per una società più equa e inclusiva”.

S.P.

Italia best practice in Europa per l'attuazione del Single Digital Gateway: l'apporto del Sistema camerale

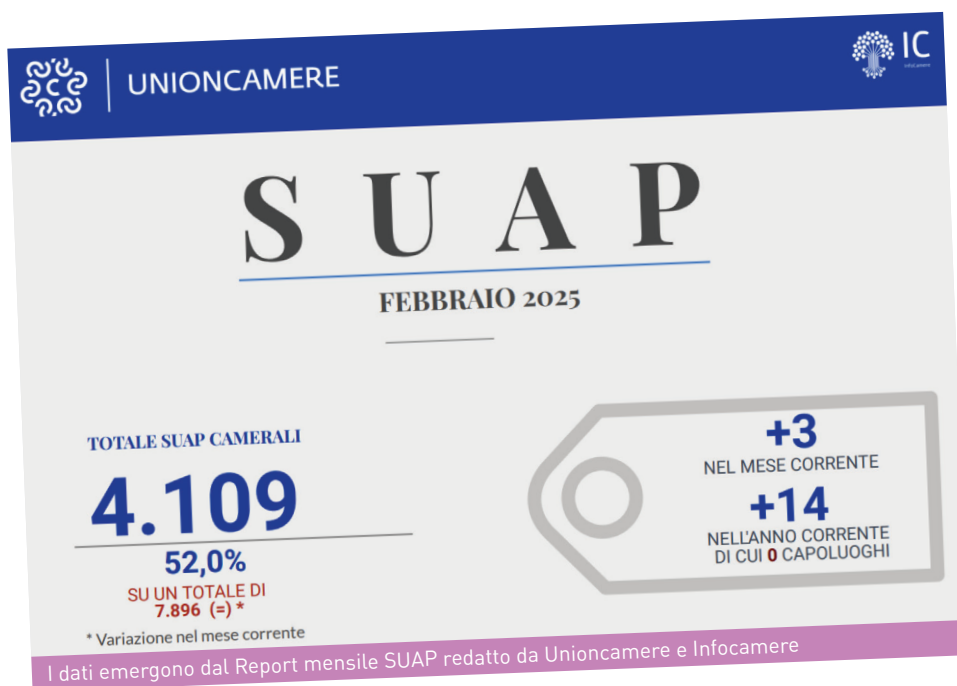
di Simona Paronetto

L'Italia ha recentemente ricevuto il riconoscimento di best practice in Europa per l'attuazione del **Single Digital Gateway**, il punto di accesso digitale unico a livello europeo per informazioni, procedure e servizi erogati dalle PA a cittadini e imprese che operano in più Stati membri. Ne dà notizia l'**AglID**, l'Agenzia per l'Italia Digitale, che spiega che il team italiano ha assicurato nei tempi stabiliti dall'Europa il completamento delle attività previste, garantendo l'accesso alle 19 procedure prioritarie (tra cui la procedura SUAP "Avvio, gestione e chiusura di un'impresa") individuate dall'Europa attraverso il **Catalogo dei servizi italiano** che regola oltre 150 procedimenti amministrativi afferenti a 33 diverse Pubbliche Amministrazioni italiane.

Previsto dal Regolamento UE 2018/1724, lo Sportello unico digitale è operativo dal 12 dicembre 2020 ed è accessibile attraverso il portale **Your Europe**. Il progetto è coordinato dall'AglID e coinvolge anche attivamente Unioncamere, poiché – in attuazione della Direttiva Servizi (la direttiva 2006/123/CE) – il portale **impresainungiorno.gov.it** del Sistema camerale costituisce il Punto Singolo di contatto nazionale (PSC) attraverso il quale imprese e professionisti accedono alle informazioni relative alla prestazione occasionale e temporanea di servizi e/o all'esercizio del diritto di stabilimento negli

Stati membri dell'Unione europea.

Iscriversi alle università all'estero, trasferirsi a vivere e lavorare in un altro Stato UE, avviare una impresa in Europa: con lo Sportello unico digitale diventa tutto più semplice, anche in virtù del principio "once-only" dell'unicità dell'invio, in base al quale le informazioni verranno richieste e fornite una sola volta grazie ad un'ulteriore valorizzazione dell'interoperabilità.



Nel mese di febbraio 2025, tre nuovi sportelli digitali SUAP si sono uniti agli oltre 4mila punti di accesso che il Sistema camerale mette a disposizione dei comuni per interfacciarsi con le imprese in relazione a tutte le vicende amministrative riguardanti la loro attività produttiva.

Piacere, sono Adriano: il primo dipendente robotico della Pubblica Amministrazione italiana

di Massimo Piagnani

La **Camera di commercio di Roma** ha presentato ADRIANO, il primo dipendente robotico della Pubblica Amministrazione italiana, pronto a innovare l'accoglienza e l'informazione ai visitatori del Tempio di Vibia Sabina e Adriano, prestigiosa sede dell'Istituzione economica della Capitale. Dotato di intelligenza artificiale e tecnologia innovativa, ADRIANO è stato realizzato per accogliere cittadini e turisti e fornire informazioni, in italiano e inglese, sulla storia di Roma e sullo storico sito della Camera.

Il robot, dalle sembianze umanoidi, è equipaggiato con sensori per la Computer Vision e muscoli artificiali che gli consentono di interagire in modo sicuro ed efficace con l'ambiente circostante e con le persone. Grazie alle mani robotiche avanzate, la sua interazione non si limita alla comunicazione verbale, ma include il contatto fisico: può manipolare oggetti, stringere la mano a un visitatore, garantendo sempre un elevato livello di sicurezza.

Si tratta di un progetto innovativo e altamente sperimentale.

Una delle sue caratteristiche più innovative, che verrà integrata a breve, è anche la capacità di permettere la visita da remoto del Tempio di Vibia Sabina e Adriano, offrendo un'esperienza immersiva unica a chi non può essere fisicamente presente, ma semplicemente dotato di un visore. In questo modo, ADRIANO rappresenta un unicum nel suo genere, muovendosi e interagendo con l'ambiente circostante per conto dell'utente, mostrando in tempo reale dettagli e reperti storici.

ADRIANO è "nato" dalla collaborazione tra quattro eccellenze italiane nei campi della robotica e dell'intelligenza artificiale (Istituto Italiano di Tecnologia, La Sapienza Università di Roma, Babelscape e qrobotics) e dal lavoro di un team di oltre 30 tra ingegneri, tecnici e ricercatori di elevate competenze, impegnati in un processo di sviluppo durato 18 mesi.



Volti di imprenditori nel nuovo Instagram della Cdc Pn-Ud

di Chiara Pippo

Nuova linea editoriale per la pagina Instagram della **Camera di commercio Pordenone-Udine**. La parola, dall'ente camerale, passa agli imprenditori. Sì, perché da ottobre scorso, ad animare il profilo della Cdc sul social network più fotografico **@camcompnud** sono proprio i loro volti e le loro storie. "Con il nostro ufficio stampa e comunicazione abbiamo voluto lavorare molto per migliorare il nostro modo di rivolgerci a cittadini e imprese – commenta il presidente dell'Ente Giovanni Da Pozzo -. Per quanto riguarda i social, nello specifico, su Facebook e LinkedIn continuiamo a infor-

proprio il racconto personale, privilegiando esperienze imprenditoriali originali, creative, giovani o di nicchia. Storie che possono ispirare e magari essere di aiuto a chi vuole mettersi in proprio e ha bisogno di un piccolo consiglio o incoraggiamento. Non c'è niente di meglio, per questo, che sentire le esperienze di chi ci ha creduto e si è messo in moto sulla strada dell'imprenditoria, con percorsi non sempre lineari o facili, ma mai banali e sempre con fiducia ed entusiasmo. Spesso trovando nelle associazioni di categoria e nella Camera di commercio un partner utile ed efficace". Le foto,



mare prevalentemente sulle nostre attività e servizi, e su LinkedIn con una maggior connotazione in termini di dati e info utili per il lavoro e le imprese. Instagram, invece, abbiamo scelto di dedicarlo interamente a chi ogni giorno, col proprio lavoro e passione, dà senso a tutte quelle attività e servizi che il Sistema camerale mette in opera per il loro sviluppo". I ritratti degli imprenditori sono realizzati da una fotografa professionista del territorio, che ne coglie l'essenza nei tratti, nello sguardo, nelle espressioni del viso. Le immagini sono accompagnate da una didascalia sulla storia dell'imprenditore, "perché vogliamo mettere in evidenza

volutamente in bianco e nero, sono alternate episodicamente da schede colorate che riguardano specifici servizi della Cdc a favore degli imprenditori. Le immagini sono messe a disposizione degli imprenditori stessi per le loro condivisioni "e siamo davvero felici di coinvolgerli in questo progetto, che è anche un modo nuovo di connetterli con più forza all'Ente stesso", conclude il presidente.

Stories in evidenza con brevi video di backstage dello shooting fotografico fatto agli imprenditori, accompagnano la pubblicazione di ogni post fotografico.

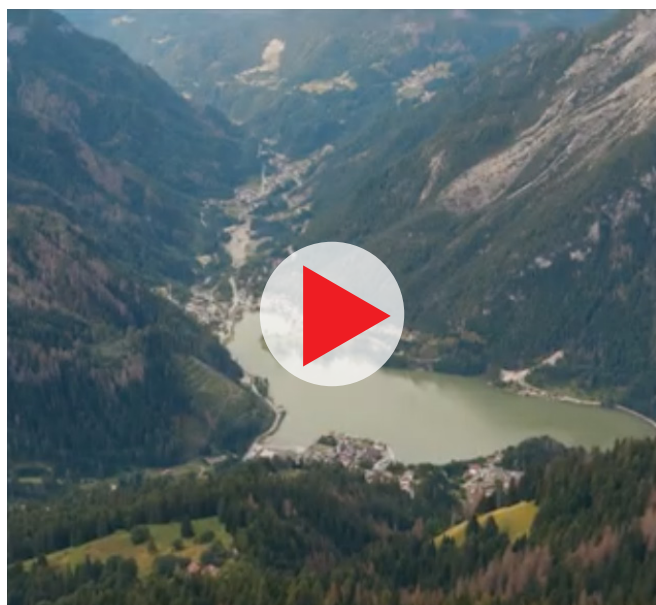
Turismo sostenibile: i brand delle Dolomiti e del Prosecco tra percezione e opportunità

I risultati di una ricerca condotta sui mercati chiave per il turismo: Italia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti

di Francesco Rossato*

La **Camera di commercio di Treviso-Belluno | Dolomiti** ha presentato, in collaborazione con Venicepromex, nella splendida cornice di Castelbrando, la ricerca sul turismo sostenibile delle Dolomiti e delle Colline del Prosecco di Conegliano - Valdobbiadene, affidata alla dott.ssa Roberta Garibaldi. L'analisi ha permesso di esplorare in profondità il modo in cui i viaggiatori di Italia, Germania, Regno Unito e Stati Uniti scelgono le loro mete, individuando le leve emozionali e le motivazioni che li spingono a vivere un'esperienza in sintonia con la natura e la cultura locale.

Uno degli aspetti più interessanti emersi dallo studio riguarda il diverso modo di intendere il turismo sostenibile. Se per gli operatori del settore, la sostenibilità è spesso legata a certificazioni, riduzione dell'impatto ambientale e aspetti tecnici, i viaggiatori la percepiscono come un'esperienza che permette di rallentare, immergersi nella bellezza



Video dell'evento di presentazione della ricerca sul turismo sostenibile: i brand delle Dolomiti e del Prosecco tra percezione e opportunità. Intervento del presidente Pozza dal min. 1:00

dei luoghi e riscoprire sapori autentici. Questa differenza di prospettiva rappresenta un'opportunità straordinaria per costruire un racconto che metta al centro le persone, le emozioni e il legame profondo con il territorio.

I risultati della ricerca tracciano un percorso chiaro: raccontare il turismo sostenibile attraverso storie che parlano di esperienze reali, di benessere e di armonia con l'ambiente.

Le nuove generazioni, in particolare, guardano al turismo con occhi diversi, cercando esperienze più immersive e consapevoli. Il turismo sostenibile è un percorso in continua evoluzione, che si adatta alle esigenze di chi viaggia e si arricchisce grazie ai nuovi strumenti di comunicazione. Interpretare questi cambiamenti significa trasformare ogni sfida in un'opportunità di crescita, rendendo il territorio ancora più attrattivo e competitivo a livello internazionale.

“La ricerca ci stimola a guardare avanti con una nuova prospettiva – evidenzia il presidente della Camera di commercio Mario Pozza –, mettendo al centro le persone più che le regole. Il turismo sostenibile non è solo un insieme di buone pratiche, ma un modo di vivere e far vivere il territorio”.

“Abbiamo – conclude Pozza – un'opportunità straordinaria: rafforzare le connessioni istituzionali e valorizzare il ruolo delle Camere di commercio italiane all'estero nel trasmettere il fascino e l'eccellenza dell'Italia. Grazie alla loro profonda conoscenza del Paese e alla loro capacità di tradurne l'essenza, queste strutture rappresentano un ponte strategico per promuovere il Made in Italy nel mondo. Dobbiamo far sì che le Dolomiti e le Colline del Prosecco di Conegliano - Valdobbiadene siano tra le porte d'accesso per chi vuole portare nei propri cuori l'Italia più vera”.

*Vicesegretario generale vicario
Cdc Treviso - Belluno | Dolomiti

La Borsa internazionale dei Laghi del Nord Italia chiude in positivo

81 buyer internazionali per un matching con oltre 100 operatori turistici di alto profilo

di Roberta Doardo

Dal 19 al 23 marzo, la sponda veronese del Lago di Garda ha ospitato la 4^a edizione della più importante manifestazione di incoming dedicata alla promozione dei laghi prealpini come destinazione unica sui mercati internazionali, in grado di sviluppare un'offerta turistica da 34,4 milioni di presenze l'anno. Ideata 24 anni fa dalla Camera di commercio di Brescia, la Borsa dei Laghi è diventata itinerante nel 2022, per favorire la sinergia tra enti e operatori dei territori coinvolti. Quest'anno l'organizzazione è stata affidata alla **Camera di commercio di Verona**, in collaborazione con le Camere di commercio di Como-Lecco, Monte Rosa Laghi Alto Piemonte e Varese, Visit Brescia s.c.r.l. e Trentino Marketing s.r.l., in partnership con Navigarda, Verona & Garda Foundation e con il patrocinio di Enit, Regione del Veneto e Comune di Peschiera del Garda.



Incontri business to business e tour esperienziali

Alla cinque giorni, hanno partecipato 81 buyer provenienti da 27 Paesi e oltre 100 operatori turistici di alto profilo. In calendario, una giornata business con oltre 2.000 appuntamenti e un fitto programma di educational tour dedicati alla scoperta delle

destinazioni protagoniste, a partire dalla sponda scaligera del Lago di Garda, al Lago di Como a quello di Varese, dal Lago d'Orta al Lago Maggiore senza dimenticare il Lago d'Iseo e le sponde bresciana e trentina dello stesso Lago di Garda. Tra le novità del 2025, anche un media trip organizzato con Enit Usa, che ha visto il coinvolgimento di cinque giornalisti americani in una settimana di full immersion tra le varie mete turistiche.



I numeri delle destinazioni dei Laghi del Nord Italia

Nel 2023, i Comuni che si affacciano sui Laghi del Nord Italia con i rispettivi entroterra hanno registrato oltre 9,1 milioni di arrivi e 34,4 milioni di presenze con una media di quasi quattro giornate di permanenza. La quota più rilevante riguarda i turisti provenienti dall'estero (il 72,3% degli arrivi e l'81,9% delle presenze).

Il turismo sulla sponda veronese del Lago di Garda nel 2024 ha registrato oltre 14,7 milioni di presenze, in crescita del 2,8% sul pari periodo del 2023, che valgono il 75,5% sul totale turistico di Verona e provincia (elaborazioni Ufficio Studi della Camera di commercio di Verona su dati della Regione Veneto su base Istat).

La Camera di commercio della Maremma e del Tirreno ha ottenuto la certificazione della parità di genere

La presentazione al Senato: l'impegno dell'Ente come buona pratica per la diffusione delle pari opportunità nella PA

di Alessandra Siotto

La **Camera di commercio della Maremma e del Tirreno** ha ottenuto la certificazione della parità di genere UNI/PdR 125:2022, introdotta dal PNRR per promuovere maggiore inclusione delle donne nel mercato del lavoro, incentivare ad adottare policy adeguate e assicurare maggior qualità del lavoro femminile. Il percorso della Cdc delle province di Grosseto e Livorno, prima Camera in Toscana e fra i primi enti della regione certificati, è stato presentato il 12 marzo al Senato. Al centro dell'incontro, in cui sono intervenuti la senatrice Simona Petrucci, il presidente della Camera Maremma e Tirreno Riccardo Breda, il segretario generale della Cdc Pierluigi Giuntoli, il presidente di Unioncamere Andrea Prete e la consigliera Nazionale di Parità Filomena D'Antini, il valore della certificazione della parità di genere e l'impegno della Camera come buona pratica per la diffusione della UNI/PdR 125:2022 nella PA. "Questo risultato certifica le azioni messe in campo dall'ente per ridurre il divario di genere che ancora permane – ha detto Breda – il nostro percorso può essere da stimolo per altri enti pubblici e per le aziende: la certificazione nasce proprio per accompagnare e incentivare le imprese ad adottare policy adeguate".

Dintec ha supportato la Camera nel percorso per la certificazione. "Le politiche della Cdc per la pa-

rità hanno soddisfatto tutti i requisiti richiesti – ha illustrato Giuntoli – sono declinate in azioni esterne e interne tra cui la formazione del personale, politiche per gestione della carriera, equità salariale, genitorialità e cura, conciliazione dei tempi vita-lavoro come lavoro agile, part-time, benessere organizzativo, un programma di welfare e attività di prevenzione di ogni forma di abuso sul luogo di lavoro". Oltre a promuovere eventi sulla parità anche per gli istituti superiori e azioni di advocacy, sul fronte delle imprese la Cdc ha previsto incentivi premianti nei suoi bandi rivolti alle aziende, sostenendo le imprese femminili e quelle che adottano standard di genere.

"Il Sistema camerale è particolarmente contento di poter contribuire alla diffusione della certificazione, perché innesca un percorso di maggior consapevolezza e di miglioramento in tutte le organizzazioni, pubbliche e private, che lo adottano" ha detto Prete.

"Le consigliere di Parità – ha chiuso D'Antini – sono da tempo a fianco delle donne nella lotta alle discriminazioni sul lavoro e controllano il mantenimento degli indicatori della certificazione di genere affinché ci sia continuità sulla condotta da parte del datore di lavoro a sostegno dell'occupazione femminile".



Riccardo Breda - Presidente della Camera Maremma e Tirreno



Simona Petrucci - Senatrice della Repubblica

Sopravvivere alla guerra dei dazi. Le strategie dalla Camera di commercio italiana a New York e Assocamerestero

di Pina Costa*

Si è svolto a New York a fine febbraio un incontro, promosso dalla Camera di commercio italiana locale e da **Assocamerestero**, che ha riunito online imprenditori e aziende italiane con sede negli Stati Uniti, con l'obiettivo di analizzare i rischi e le opportunità della politica dei dazi USA e individuare strategie efficaci per limitarne l'impatto sulle imprese italiane. Per supportare le aziende italiane di fronte a queste nuove misure tariffarie, la Camera di commercio italiana a New York e Assocamerestero hanno presentato uno studio condotto in collaborazione con lo Studio legale specializzato in commercio internazionale e diritto doganale "Grunfeld, Desiderio, Lebowitz, Silverman & Klestadt" LLP. Questo studio è anche l'advisor ufficiale della Camera di commercio italiana a New York da oltre trent'anni e ha assistito tutte le maggiori multinazionali italiane (e non solo) presenti in USA. L'analisi ha evidenziato strategie concrete per mitigare l'impatto dei dazi, offrendo soluzioni pratiche che le imprese possono adottare per ridurre i costi e ottimizzare le operazioni commerciali con gli Stati Uniti.

Strategia #1. Riclassificare i prodotti alla dogana

Tra le principali strategie individuate, vi è la possibilità di rivedere la classificazione doganale dei prodotti, in modo da beneficiare di tariffe più vantaggiose. Un esempio pratico riportato nello studio riguarda i gaiters, ovvero gli scaldacollo che, se classificati come cappelli, sono soggetti a un dazio del 25%, ma, se riclassificati come sciarpe scontano una un'aliquota inferiore, consentendo così un notevole risparmio.

Strategia #2. Ottimizzare le condizioni di esportazione dei prodotti

Un'altra soluzione è l'ottimizzazione delle condizioni di importazione, modificando la modalità con cui determinati beni entrano nel mercato statunitense. Per esempio, le unità di condizionamento d'aria importate già assemblate sono soggette a tariffe elevate, mentre, importandone separatamente le componenti, è possibile accedere a categorie con dazi inferiori.

Strategia #3. Rilocalizzare alcune fasi di produzione

Un ulteriore approccio strategico riguarda il cambiamento del Paese di origine, spostando alcune fasi della produzione in Stati non soggetti a dazi aggiuntivi.

Strategia #4. Richiedere esenzioni tariffarie ad hoc

Le aziende possono inoltre richiedere esenzioni tariffarie per alcuni beni, monitorando costantemente le opportunità offerte dalle autorità statunitensi.



Foto di Madeinitaly (Pixabay)

Strategia #5. Appellarsi alla legge del "first sale"

Attraverso la "First sale rule", è possibile inoltre dichiarare un valore doganale inferiore rispetto al prezzo finale di vendita, facendo valere il prezzo al produttore anziché quello all'intermediario, riducendo così l'imposizione tariffaria e ottenendo un risparmio fino al 30%.

Strategia #6. Sottrarre ai dazi i costi non produttivi del prodotto importato

Infine, le aziende possono ottenere significativi risparmi sui dazi attraverso il programma "Buying Agency". Questo approccio consente di distinguere, tra le componenti del prezzo della merce, i costi relativi a servizi non produttivi, tipici delle agenzie di acquisto, che possono essere considerati non soggetti a dazi.

Per ulteriori informazioni, è possibile contattare la CCIE New York all'indirizzo info@italchamber.org.

*Responsabile Comunicazione e servizi digitali Assocamerestero

NEWS DA BRUXELLES

→ **Europa Creativa: un training per il personale camerale.** Un'interessante opportunità formativa è in arrivo per il personale delle Camere di commercio: si tratta del training "Creative Europe", un percorso interamente dedicato al programma Europa Creativa, iniziativa chiave dell'Unione europea per il sostegno ai settori culturale e creativo. Organizzato da Matera Hub in collaborazione con Unioncamere Europa, il corso si propone di fornire strumenti pratici e teorici per orientarsi nel panorama dei finanziamenti europei, con l'obiettivo di rafforzare le competenze progettuali del personale camerale.

La formazione si svolgerà in modalità online, articolata in quattro mezze giornate – dal 5 all'8 maggio 2025 – con sessioni mattutine dalle ore 9:00 alle 12:00. Il programma si aprirà con una panoramica sulle opportunità offerte da Europa Creativa, per poi entrare nel vivo con un modulo pratico dedicato a registrazione, creazione del PIC number e utilizzo dei template ufficiali (Parte A, Parte B, Budget). Seguiranno l'analisi di casi studio di progetti finanziati e un workshop finale interattivo, nel quale i partecipanti avranno la possibilità, lavorando in gruppo, di sviluppare un'idea progettuale.

Il training è rivolto in particolare agli operatori camerali interessati a presentare proposte per partecipare ai programmi europei, e rappresenta un'occasione concreta per migliorare la partecipazione delle Camere ai bandi Ue.

Le iscrizioni sono già aperte. È possibile registrarsi compilando il modulo disponibile al seguente [link](#). Per maggiori informazioni, è possibile contattare Unioncamere Europa all'indirizzo: sede.bruxelles@unioncamere-europa.eu.



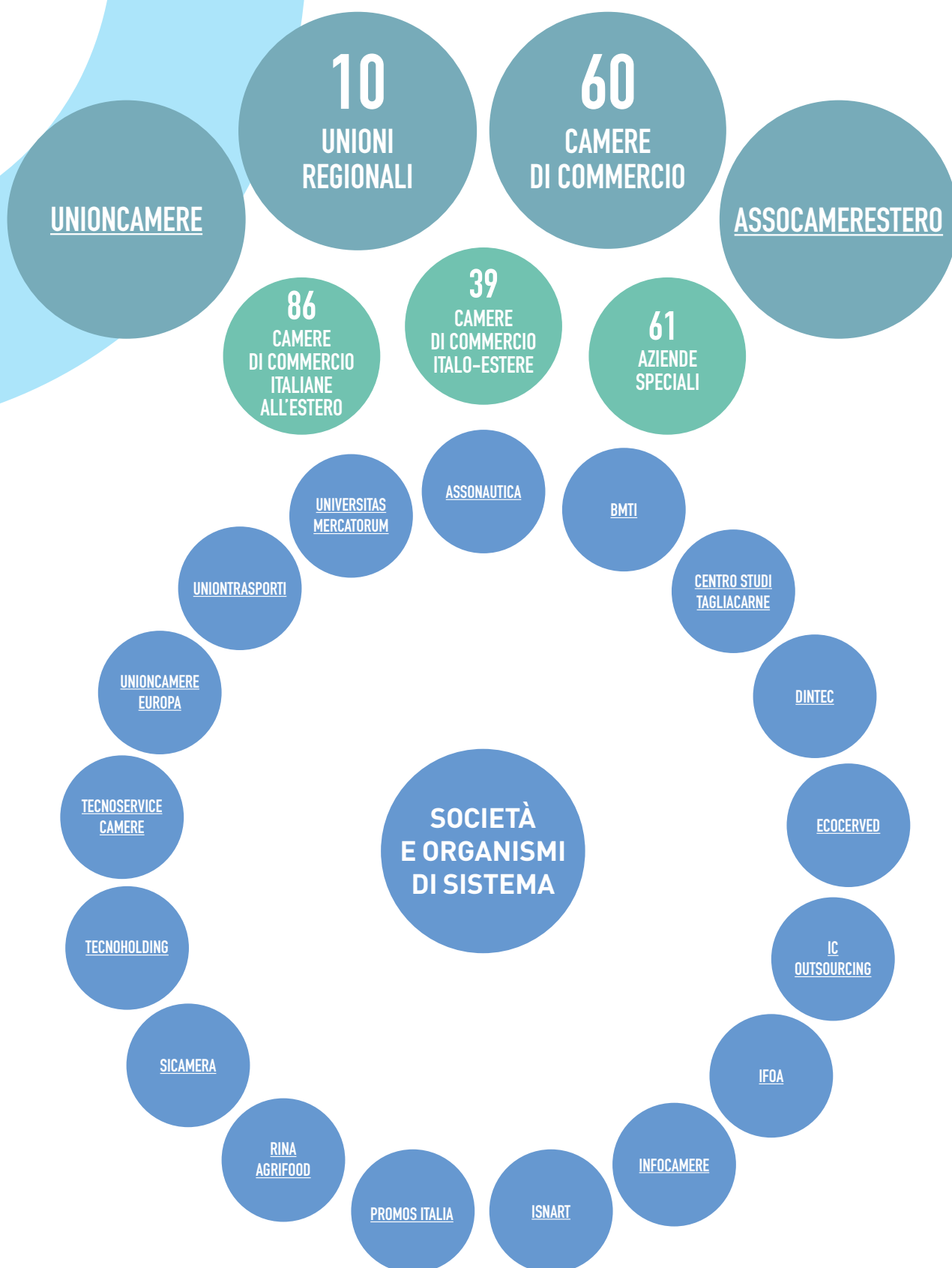
NEWS DAL MONDO

→ **Assocamerestero** ha realizzato il Catalogo 2025 delle iniziative delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE). In questa prima edizione, il Catalogo raccoglie ben 106 iniziative suddivise per area geografica, Paese e CCIE. Attività funzionali allo sviluppo del business delle aziende italiane interessate ai mercati esteri di riferimento attraverso la promozione di prodotti e servizi e il potenziamento del networking. A ogni iniziativa è dedicata una scheda che riporta data e luogo di svolgimento, settori di interesse, target, descrizione delle attività e riferimenti utili.

Si va da workshop, seminari, convegni, tavole rotonde, conferenze, forum e summit, fino a fiere ed eventi promozionali B2B e B2C in Italia e all'estero, missioni di incoming/outgoing, festival nazionali e internazionali e, ancora, a cerimonie, premi e concorsi, attività di formazione e di scambio dedicate alle business communities in Italia e all'estero.

Il Catalogo è consultabile e scaricabile all'indirizzo: assocamerestero.it/notizie/catalogo2025.

SISTEMA CAMERALE



www.unioncamere.gov.it