

N. 2\_Febbraio\_2025\_Anno IV

# Unioncamere

## Economia & Imprese

*Il magazine delle Camere di commercio italiane*



*L'impresa giovane in ritirata – 153 mila under 35 in 10 anni*

*PID-NEXT, l'innovazione digitale a portata di Pmi*

*BuyWine, una vetrina unica per le aziende*

# INDICE

- 3 [Non solo i talenti vanno all'estero: i giovani attratti da condizioni migliori](#)
  - 4 [Meno linfa nel sistema imprenditoriale italiano](#)
  - 6 [Giovani cercasi](#)
  - 7 [D'Eramo: Aree Interne, turismo e agroalimentare di qualità per crescita sostenibile](#)
  - 9 [Società Benefit: crescita e innovazione per un modello vincente](#)
  - 11 [L'impegno del Sistema camerale nel Piano nazionale dell'imprenditoria femminile](#)
  - 12 [L'export italiano negli USA tra opportunità e incertezze: il nodo dei dazi resta centrale](#)
  - 13 [I pilastri della trasformazione e del rinnovamento](#)
  - 14 [Enrico Lupi, presidente della Camera di commercio Liguria, alla guida di Euro Cin Geie. Voto unanime](#)
  - 15 [PID-NEXT: l'Innovazione digitale alla portata delle micro, piccole e medie imprese](#)
  - 16 [HUB4FIN, innovazione e finanza alternativa insieme per far crescere le imprese della Sardegna](#)
  - 17 [Giro d'Italia della CSR 2025, cinque tappe alla scoperta di esperienze virtuose e modelli di sviluppo sostenibile](#)
- Parte la seconda edizione del Premio Impresa Sostenibile**
- 18 [Euroflora torna a Casa](#)
  - 19 [Storie d'impresa, la Camera di commercio di Roma lancia il podcast RoMani d'Autore](#)
  - 20 [BuyWine, una vetrina unica per le aziende](#)
  - 21 [Supporto alla creatività pugliese con il Premio Sandro Ambrosi 2025](#)
- Al Palazzo camerale la cerimonia di premiazione degli studenti del "Verona Trento"**
- 22 [impresa.italia: arriva il Controllo Qualità per migliorare la compliance dell'azienda](#)
  - 23 [News da Bruxelles - News dal Mondo](#)

Unioncamere  
Economia & Imprese  
febbraio 2025  
N. 2\_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 6.2.2025

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

In Redazione: Alessandra Altina Unioncamere, Antonio Apparato Camera di commercio Brescia, Loredana Capuozzo Centro Studi Tagliacarne, Diomira Cennamo Assocamerestero, Rosalba Colasanto Si.Camera, Daniela Da Milano Unioncamere, Carlo De Vincentiis InfoCamere, Anna Galleano Camera di commercio Genova, Simona Paronetto Unioncamere

# Non solo i talenti vanno all'estero: i giovani attratti da condizioni migliori

**Servono degli attrattori che consentano di invertire la rotta anche per il Made in Italy lavorativo**

di Antonio Paoletti

È quasi impossibile trovare giovani per le imprese italiane. Ne parliamo all'interno di Unioncamere Economia & Imprese con i dati dell'osservatorio del Sistema Excelsior di Unioncamere e ministero del Lavoro, che non lasciano scampo a interpretazioni: per il 30% le imprese vorrebbero assumere under 30. Ma gli under 30 le stesse aziende non li trovano nel 48% dei casi, perché il nostro è uno dei Paesi dell'Unione europea con il minor numero di giovani.

Nella recente ricerca della Fondazione Nord Est troviamo conferma che i giovani vanno all'estero perché colgono opportunità di lavoro e stipendi migliori, il giusto equilibrio tra vita e lavoro e un concetto di meritocrazia che condividono. In pratica, sommando le due cose, il nostro Paese oltre a non aver giovani in grado di poter occupare le posizioni offerte dal mercato del lavoro, li vedono giustamente approdare in altri Paesi perché lì trovano condizioni di vita migliori. Chi può dar loro torto: se queste sono le condizioni offerte in altri Paesi è naturale stabilire percorsi di lavoro e di vita all'estero. Eh sì, perché si parla anche di percorsi di vita che in gran parte dei casi fanno



uscire dall'Italia molti talenti e volenterosi che una volta che lavorativamente si stabiliscono, decidono di costruire una famiglia in altre terre europee o anche al di fuori del Vecchio Continente.

Negli anni tanti giovani hanno preso la via dell'estero, come peraltro era avvenuto per molte imprese. Nel caso delle aziende si è parlato di reshoring e di condizioni migliori offerte nel nostro Paese per favorire il rientro di chi se ne era andato a produrre fuori dai confini. Servono degli attrattori che consentano di

invertire la rotta anche per il Made in Italy lavorativo che ha preso la via di altri Paesi. Il genio e le capacità italiane sono universalmente riconosciuti, quindi perché non valorizzarle con azioni che consentano di far lievitare le buste paga a vantaggio dell'attrattività del lavorare in Italia? Dopo i grandi investimenti realizzati per sostenere la formazione dei nostri giovani è davvero controproducente e svantaggioso vederli espatriare. Il marchio Made in Italy non è solo riferito al prodotto ma anche al valore aggiunto che il lavoro che noi italiani riusciamo a donare alle produzioni per renderle così uniche e desiderate.

## Meno linfa nel sistema imprenditoriale italiano

In dieci anni -153mila imprese giovanili

di Carlo De Vincentiis

L'inverno demografico, la "fuga dei cervelli" e le strettoie nella crescita economica stanno ridisegnando il perimetro dell'imprenditoria giovanile in Italia. Negli ultimi dieci anni, il numero di imprese guidate da under 35 è diminuito sensibilmente, come evidenziato dall'analisi condotta da **Unioncamere** e **InfoCamere** sui dati **Movimprese** relativi al periodo 2014-2024.

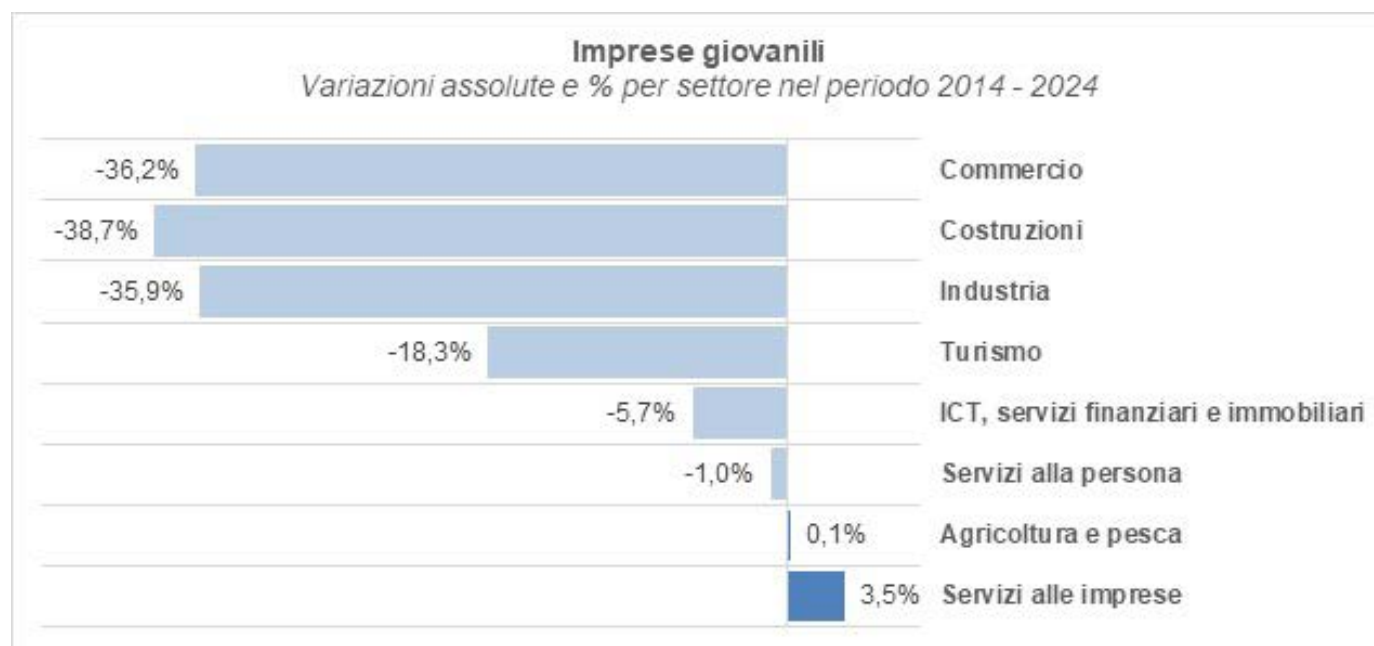
Secondo l'indagine, negli ultimi dieci anni 42 imprese giovanili sono scomparse ogni giorno dal tessuto imprenditoriale italiano, sia per cessazione dell'attività sia per il superamento dei limiti di età dei loro titolari e amministratori. Un bilancio che si traduce in circa 153mila aziende in meno (-24%) e che porta il numero complessivo delle imprese giovanili dalle quasi 640mila del 2014 alle 486mila di dicembre 2024.

Se da un lato il calo generale desta preoccupazione, dall'altro si osservano segnali di trasformazione del tessuto imprenditoriale giovanile. I settori a maggiore contenuto tecnologico e innovativo re-

gistrano infatti una crescita significativa. I servizi alle imprese, in particolare, registrano una crescita del 3,5% con quasi 2mila imprese giovanili in più nel decennio, mentre l'agricoltura mantiene una presenza stabile, confermandosi un'opportunità concreta per molti giovani imprenditori.

A segnare le maggiori contrazioni sono stati i settori più tradizionali. Costruzioni e commercio sono i comparti che hanno pagato il prezzo più alto: il primo ha perso quasi 40mila imprese under 35 (-38,7%), mentre il commercio ha visto sparire oltre 66mila attività (-36,2%). Pesante anche il calo registrato dalle attività manifatturiere, dove in dieci anni sono venute meno oltre 14mila imprese (-35,9%).

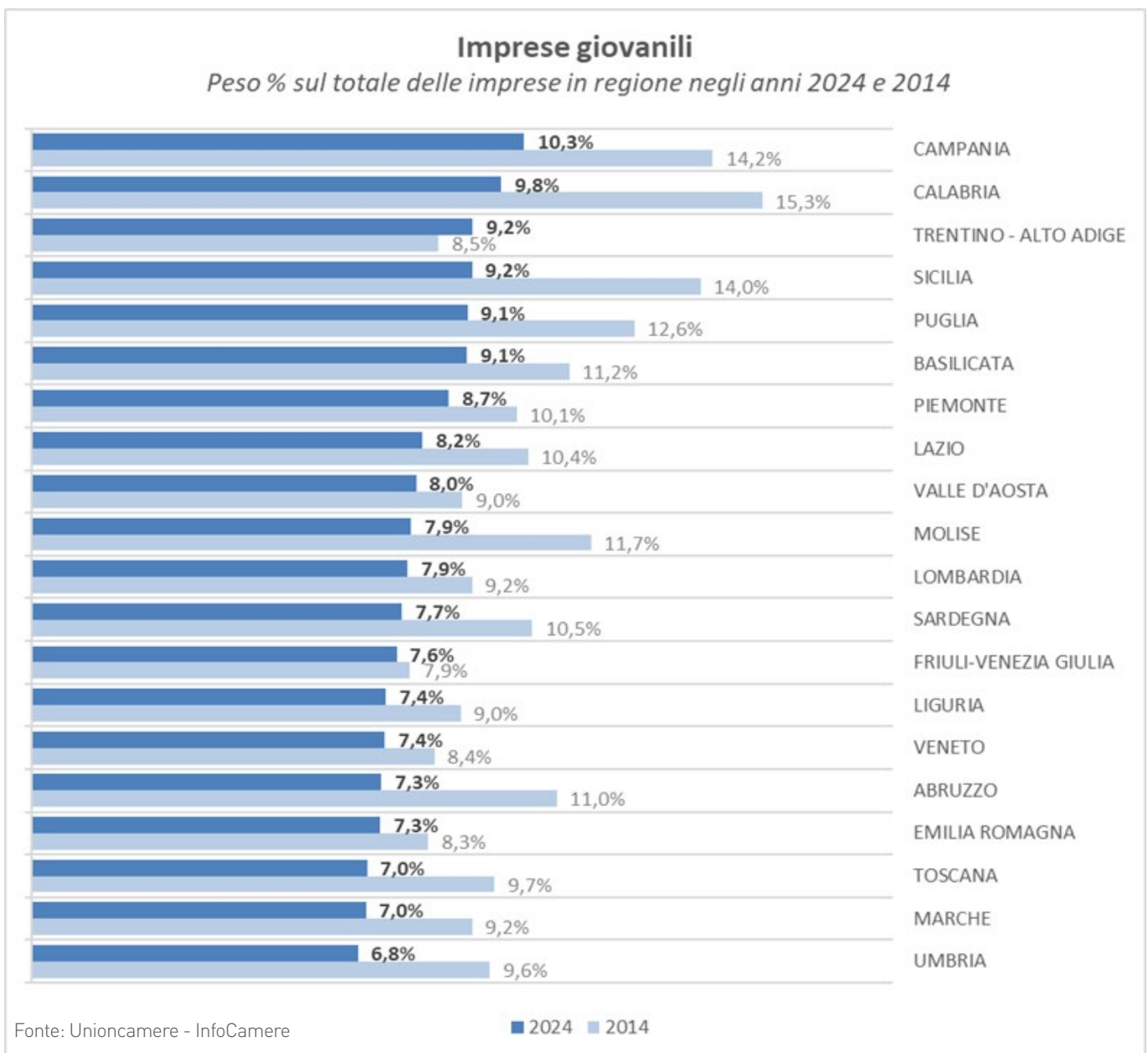
Se nel 2014 commercio e costruzioni rappresentavano insieme quasi il 45% di tutte le imprese giovanili, oggi la loro incidenza è scesa al 37%. Parallelamente, il peso dei servizi alle imprese è salito dall'8,7% all'11,8% e quello dell'ICT dal 6,4%



## GIOVANI E LAVORO

all'8%. Un chiaro segnale di come le nuove generazioni si stiano orientando verso settori a maggior contenuto tecnologico e di servizi avanzati. Dal punto di vista territoriale, la riduzione delle imprese giovanili non è uniforme. La Lombardia, che

resta la regione con il maggior numero assoluto di imprese under 35 (oltre 74mila), ha registrato nel decennio una contrazione del 15,1%. La Campania, seconda regione per presenza di imprese giovanili (oltre 61mila), ha subito perdite del 23,8%.



## Giovani cercasi

**Per il 30% le imprese vorrebbero assumere under 30. Non li trovano nel 48% dei casi**

di Alessandra Altina

Su quasi 59 milioni di abitanti, l'Italia conta (solo) il 15,1% di 15-29enni. In pratica, il nostro è uno dei paesi con la minore presenza di giovani dell'intera Unione europea.

Fanno peggio solo Bulgaria (13,4%), Lettonia (14,6%), Lituania e Slovenia (15%). I nostri ragazzi, quindi, stanno diventando sempre di più una "merce rara" per le nostre imprese che vogliono assumere. Tant'è vero che l'incontro domanda offerta di lavoro è difficile nel 48% dei casi. Come mostra il Sistema Excelsior di Unioncamere e Ministero del Lavoro, tra il 2019 e il 2024 le opportunità di occupazione che le imprese dell'industria e dei servizi espressamente destinano a chi è nato almeno a cavallo dei due secoli (o dopo) sono aumentate di 2,2 punti percentuali, passando cioè dal 27,3% al 29,5%.

È diminuita, invece, la quota di entrate programmate per le quali l'età non era considerata rilevante (-1,6 punti percentuali) mentre risulta pressoché invariata (-0,6 punti percentuali) l'incidenza della fascia over 30 anni, che comunque continua a concentrare la maggioranza relativa delle entrate.

Le imprese più inclini ad assumere giovani appartengono al settore dei servizi. Gli under 30 sono particolarmente ricercati in quelle attività ad elevato contenuto di conoscenza come i media/comunicazioni e servizi alle imprese, oppure in settori di stampo più tradizionale come il turismo, il commercio e i

servizi alle persone (soprattutto servizi culturali, sportivi e collegati al benessere). Settori altrettanto orientati verso i giovani sono i servizi finanziari, i servizi ICT e le industrie elettroniche, metalmeccaniche e chimiche, mentre quelli con le quote più basse sono le costruzioni, le public utilities e i trasporti/logistica.

Tra le professioni per le quali i giovani sono ricercati ma anche molto difficili da trovare, Excelsior indica i farmacisti (78% la difficoltà di reperimento lo scorso anno), gli analisti e progettisti di software (70%), i disegnatori industriali (69%), i tecnici meccanici (69%) tra le professioni più qualificate; estetisti e truccatori (69%), cuochi (63%) e acconciatori (59%) tra gli impiegati e le professioni commerciali e dei servizi; falegnami e attrezzisti di macchine per la lavorazione del legno (82%), elettricisti nelle costruzioni civili (80%) e meccanici artigianali, riparatori e manutentori di automobili (78%) tra gli operai specializzati.

### LE PROFESSIONI CON MAGGIORE DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO PER I GIOVANI

(entrate previste di giovani - quota % e v.a.)

		Difficoltà di reperimento media per i giovani 48%	giovani difficile	entrate giovani
Dirigenti, professioni con elevata specializzazione e tecnici	Farmacisti	78%	4.090	5.260
	Analisti e progettisti di software	70%	5.900	8.460
	Disegnatori industriali	69%	6.480	9.330
Impiegati, professioni commerciali e nei servizi	Tecnici meccanici	69%	3.530	5.110
	Estetisti e truccatori	69%	7.690	11.140
	Cuochi in alberghi e ristoranti	63%	38.100	60.220
Operai specializzati e conduttori di impianti e macchine	Acconciatori	59%	17.800	30.190
	Falegnami ed attrezzisti di macchine per la lavorazione del legno	82%	6.360	7.760
	Elettricisti nelle costruzioni civili	80%	27.900	35.040
	Meccanici artigianali, riparatori e manutentori di automobili	78%	14.680	18.870

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, Sistema Informativo Excelsior, 2024

# D'Eramo: Aree Interne, turismo e agroalimentare di qualità per crescita sostenibile

di Loredana Capuozzo

Le Aree Interne rappresentano un'importante risorsa per il nostro Paese e, in particolare, per lo sviluppo del settore agricolo anche considerando che il 45,7% delle imprese agroalimentari italiane opera in queste zone.

Tuttavia, mostrano diverse fragilità che rischiano di marginalizzarle. Proprio per questo il ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste ha presentato di recente insieme ad Unioncamere i primi risultati di un'analisi sulle 124 aree progetto, identificate nella Strategia Nazionale agricola per le Aree Interne, curata dal **Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne**. Ne parliamo con il sottosegretario Luigi D'Eramo per saperne di più.

**Spopolamento, invecchiamento della popolazione, una crescita imprenditoriale più lenta e frammentata rispetto ai centri urbani rappresentano le principali criticità. Come possono essere affrontate?**

Ricordo un dato emblematico dello studio recentemente presentato: in 20 anni, fra il 2002 e il 2022, le Aree Interne hanno perso 160mila giovani laureati. La considerazione da cui siamo partiti è che occorre mettere in condizione le nuove generazioni di poter restare a vivere nelle terre dove sono nati o dove hanno vissuto i loro nonni, i loro genitori. Perché questo sia possibile è necessario che siano garantiti i servizi essenziali, gli asili nido, le scuole, gli ospedali, la manutenzione delle stra-



Luigi D'Eramo, sottosegretario MASAF

de, le infrastrutture. E chiaramente che i giovani possano avere un lavoro, un'attività che consenta loro un reddito adeguato. Resto convinto che valorizzando l'agricoltura e l'allevamento ci possano essere significative opportunità di sviluppo, ma è chiaro che il rilancio delle Aree Interne del Paese coinvolge contemporaneamente molteplici aspetti. Allo stesso tempo sta aumentando la consapevolezza, in Italia come negli altri paesi europei, che non possono essere più rimandate azioni di contrasto all'abbandono. L'alternativa è una desertificazione che avrebbe effetti devastanti non solo da un punto di vista economico e sociale, ma anche per il depauperamento ambientale, l'aumento del rischio idrogeologico e la perdita di biodiversità.

**Ci sono, però, anche dei punti di forza su cui puntare per sostenere la crescita di queste aree che contano 1,2 milioni di imprese e ospitano quasi il 70% delle superfici boschive e più della metà della superficie agricola utilizzata. Quali sono?**

È una domanda che contiene in sé la risposta. Qui ci sono risorse preziose che al momento non sono sfruttate in tutte le loro potenzialità. Un esempio sono i boschi e la filiera del legno, ma anche la stessa agricoltura. Attualmente sono attive in queste aree 310mila imprese agricole, che rappresentano circa il 47% del totale nel Paese. Ci sono prodotti di eccellenza straordinaria, alcuni dei quali però fanno fatica a essere conosciuti da un pubblico più vasto o rischiano di scomparire nel giro di pochi anni con un enorme danno al patrimonio che può vantare l'Italia e che finora è stata una caratteristica vincente anche nello sviluppo del turismo enogastronomico. Ecco, proprio sul turismo e sul connubio con l'agroalimentare di qualità si può puntare per sostenere una crescita sostenibile. Se oggi, infatti, ci sono regioni che rappresentano modelli virtuosi da consolidare o imitare, si registrano ampi margini di miglioramento in diverse regioni del Centro-Sud. Soprattutto dopo la pandemia le

Aree Interne e di montagna sono state riscoperte come sinonimo di benessere, bellezza e buon vivere. Qui c'è anche una maggiore vocazione al biologico e una più elevata percentuale di aziende agricole bio. Un settore che stiamo sostenendo in modo convinto e la crescita di realtà come i biodistretti potrà di certo portare vantaggi alle economie locali.

Il ministero ha già avviato dei tavoli di confronto con le diverse associazioni imprenditoriali per ascoltare le esigenze che emergono dalla voce diretta dei territori e delle realtà produttive.

**Quali sono i prossimi passi in programma per mettere a punto un piano volto a preservare la vitalità di queste aree?**

Come per gli altri settori di cui ho la delega, ho sempre lavorato per arrivare a misure frutto di un dialogo quanto più ampio possibile. La presentazione al MASAF dei primi risultati delle analisi territoriali è stata un'ulteriore occasione di confronto con le organizzazioni agricole, i rappresentanti degli Enti locali e gli altri soggetti che possono portare il loro contributo al progetto. Proprio con questo spirito a breve convocherò una riunione del tavolo sulle Aree Interne e di montagna dove ho intenzione di coinvolgere anche realtà come gli Enti Parco, le Pro Loco, i GAL, le Comunità montane. Contrastare lo spopolamento è un obiettivo ambizioso e necessita di uno sforzo corale anche perché solo se si riescono a comunicare in modo capillare nei territori i progetti esistenti e le opportunità messe in campo riusciremo a ottenere risultati che ci siano prefissati. Iniziando dalla definizione di una SNAI agricola in grado di valorizzare le tante risorse agricole, turistiche, artigianali, ambientali ed agro-alimentari che ci sono nelle nostre regioni e che costituiscono il cuore, l'anima e l'identità dei territori, con la loro storia e le loro tradizioni uniche.



# Società Benefit: crescita e innovazione per un modello vincente

Presentata l'edizione 2025 della Ricerca Nazionale

di Francesca Sanesi e Roberto Susanna

Il 20 febbraio scorso si è tenuto a Roma, presso il Centro Congressi di Palazzo Rospigliosi, l'evento "Un'ondata di innovazione", dedicato alla presentazione dei risultati della Ricerca Nazionale sulle Società Benefit 2025. L'evento ha offerto un quadro aggiornato sulla crescita e l'evoluzione di questo modello d'impresa, grazie alle informazioni emerse dalla ricerca condotta da InfoCamere, NATIVA, il Research Department di Intesa Sanpaolo, l'Università di Padova, la **Camera di commercio di Brindisi-Taranto** e Assobenefit.

I dati presentati confermano che le Società Benefit rappresentano una realtà in forte espansione, con una crescita del 26% del fatturato tra il 2021 e il

2023, rispetto al 15,4% delle imprese non-benefit. Il trend si riflette anche in un incremento dell'occupazione più marcato: +62% contro +43% delle aziende tradizionali.

Un aspetto distintivo delle Società Benefit è l'attenzione alla redistribuzione del valore e al capitale umano. L'analisi ha evidenziato un aumento del costo del lavoro del 25,9%, quasi il doppio rispetto alle non-benefit, segnale di una maggiore valorizzazione delle risorse umane e della volontà di coniugare risultati economici con impatto sociale positivo.

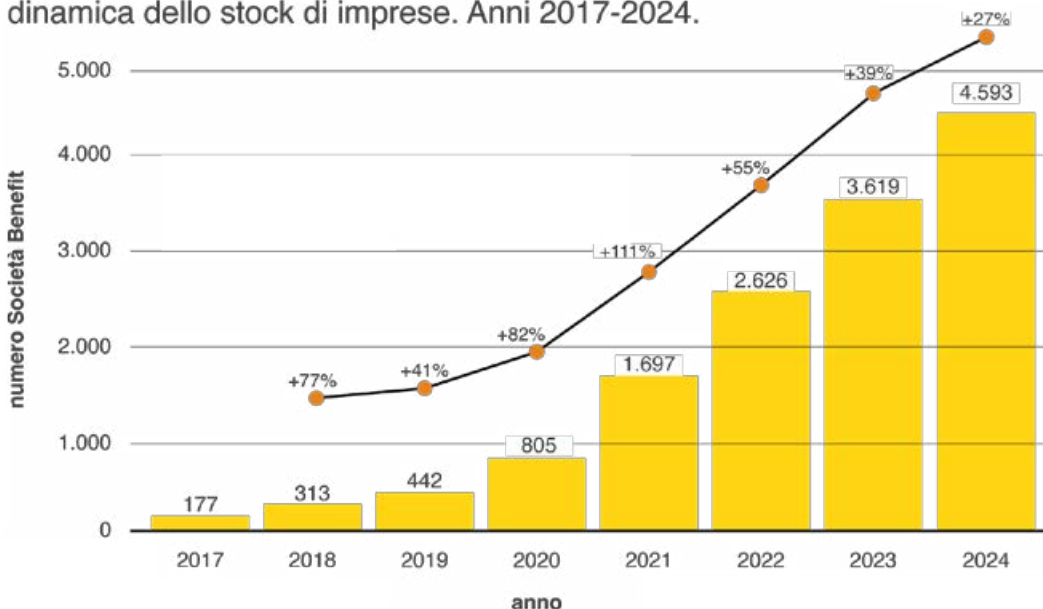
## Un modello di governance inclusivo

Le Società Benefit si distinguono per una gover-

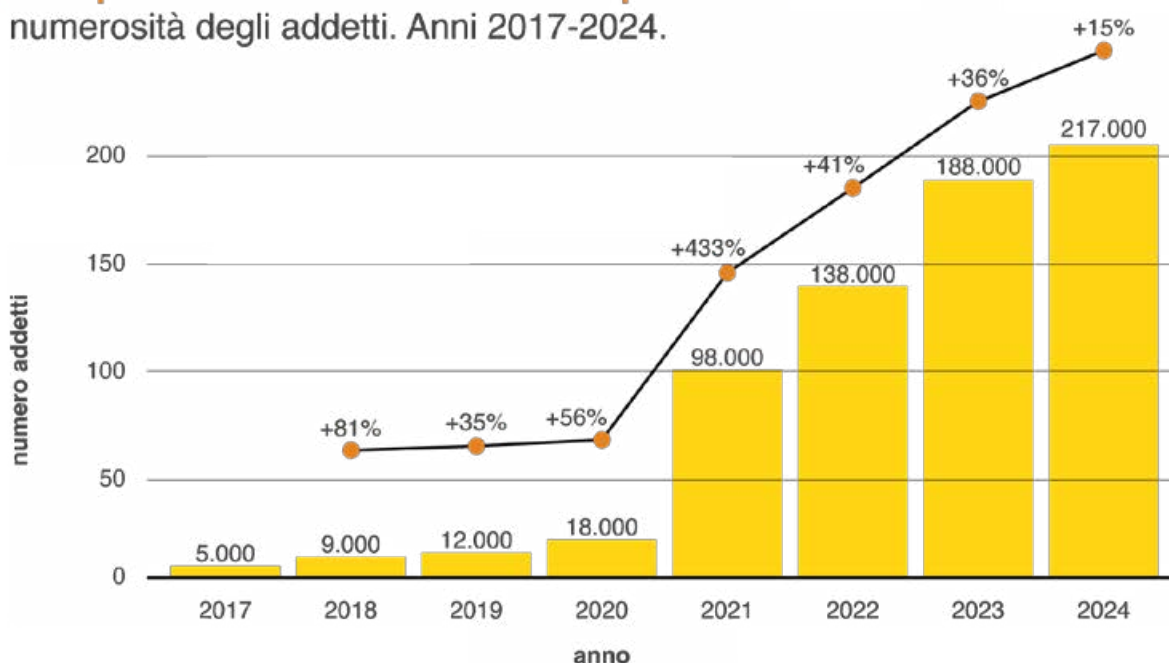
## I numeri delle Società Benefit

Nell'ultimo periodo le Società Benefit sono cresciute rapidamente, con un'accelerazione del fenomeno a partire dal 2020.

**Dinamica delle Società Benefit - fig.1**  
dinamica dello stock di imprese. Anni 2017-2024.



### Occupazione delle Società Benefit per anno numerosità degli addetti. Anni 2017-2024.



Fonte: Ricerca Nazionale sulle Società Benefit, 2025

nance più inclusiva, con una presenza femminile nei Consigli di amministrazione del 62% nelle grandi imprese, rispetto al 48% delle non-benefit.

Questo modello favorisce anche la leadership giovanile, con un impatto tangibile sul dinamismo aziendale: le aziende con almeno un membro del board sotto i 40 anni hanno registrato una crescita del 30,6% del fatturato, contro il 23,5% di quelle con dirigenti over 65.

#### Una diffusione capillare

Alla fine del 2024, le Società Benefit attive in Italia hanno raggiunto quota 4.593, con oltre 217mila addetti e un valore della produzione pari a 62 miliardi di euro. Le regioni con la maggiore diffusione di queste imprese sono la Lombardia, il Lazio, il Veneto e l'Emilia-Romagna.

Milano guida la classifica delle province con il più

alto numero di Società Benefit in rapporto al totale delle aziende, seguita da Trieste e Trento.

L'analisi ha evidenziato anche l'importanza degli investimenti in settori strategici come innovazione, internazionalizzazione, sostenibilità ed energie rinnovabili. Questo conferma come le Società Benefit siano un modello imprenditoriale capace di coniugare crescita economica e responsabilità sociale, anticipando le sfide del futuro.

#### Un modello vincente per il futuro

Con una crescita costante e un impatto positivo sempre più evidente, le Società Benefit si affermano come protagoniste di un nuovo paradigma economico che valorizza le persone e l'ambiente. Il loro successo dimostra che profitto e sostenibilità possono coesistere, offrendo un modello virtuoso per l'imprenditoria italiana e internazionale.

# L'impegno del Sistema camerale nel Piano nazionale dell' imprenditoria femminile

di Rosalba Colasanto

Nell'ambito del Piano nazionale dell'imprenditorialità femminile del ministero delle Imprese e del Made in Italy, finanziato dall'Unione europea con le risorse del Next Generation EU che Invitalia – soggetto gestore realizza in collaborazione con Unioncamere – il Sistema camerale ha portato avanti nel corso del 2024 diverse attività.

Dal 31 gennaio al 27 giugno il Paese è stato attraversato dal "Giro d'Italia delle donne che fanno impresa", che in 16 tappe ha animato le sedi territoriali delle Camere di commercio coinvolgendo oltre settecento partecipanti e contribuendo a promuovere la cultura dell'imprenditorialità al femminile.

Il roadshow, organizzato da Si.Camera, ha visto l'impegno della rete dei Comitati Imprenditoria femminile con la presenza di un ampio numero di stakeholder, tra cui imprenditrici, esperti di innovazione, rappresentanti istituzionali e del sistema creditizio.

La manifestazione non si è limitata alla sensibilizzazione, ma ha avuto un impatto concreto coinvolgendo i partecipanti in attività di divulgazione e confronto sulle best practice nazionali e territoriali. Per ogni tappa il Centro Studi Tagliacarne ha fotografato l'imprenditoria in ottica di genere a livello provinciale, con la produzione di report locali realizzati con l'obiettivo di tracciare direzioni di crescita e di rafforzare la consapevolezza sul ruolo delle donne nel sistema economico.

Sul fronte della formazione, ben tre le iniziative progettate e realizzate da Si.Camera "Donne in Digitale"; "Empowerment delle imprenditrici: le disruptive skills da potenziare in un mondo sempre più complesso e digitale"; "Smash or Pass".

Alla prima, hanno partecipato oltre mille tra imprenditrici e aspiranti tali, arrivando a raddoppiare i numeri dell'annualità precedente. Al termine del percorso, inoltre, è stata formata una community che conta attualmente 236 membri.

Il percorso a tema "Empowerment delle imprenditrici: le disruptive skills da potenziare in un mondo sempre più complesso e digitale" è un focus formativo specifico per il potenziamento e il consolidamento delle soft skill manageriali ad alto valore aggiunto innovativo. Ha avuto 27 adesioni per 184 ore di formazione fruite.

Infine Smash or Pass, inserito nell'ambito della Linea Diffusione valori e professioni STEM del Piano di Unioncamere, è un format progettato come momento di confronto sulle competenze STEM per gli studenti e le studentesse delle scuole secondarie superiori, per diffondere le opportunità offerte dalle discipline tecnico-scientifiche per il mondo del lavoro. L'iniziativa ha adottato un approccio interattivo e coinvolgente, sfruttando le dinamiche della gamification e un trend molto popolare su Instagram e TikTok. Hanno partecipato complessivamente 32 Istituti scolastici su tutto il territorio nazionale, con più di 1.600 studenti, di cui oltre 800 donne.

Oltre alle iniziative promozionali e di comunicazione e a quelle formative, sono stati erogati anche servizi di assesment e sostenibilità. Nel dettaglio, sono stati quasi 600 gli assesment realizzati, ben 389 in più rispetto al target previsto per l'annualità 2024. Il servizio è offerto da Dintec, che ha fornito la pagina di accesso e le informazioni sullo strumento di "SUSTAINability" messo a disposizione delle imprese.

# L'export italiano negli USA tra opportunità e incertezze: il nodo dei dazi resta centrale

di Giovanni Rossi\*

L'elezione di Donald Trump alla presidenza degli Stati Uniti non sembra preoccupare particolarmente le imprese italiane esportatrici oltreoceano, tuttavia, il timore di nuove barriere doganali e tariffarie resta un fattore da monitorare attentamente. Questo è quanto emerge dall'indagine condotta da **Promos Italia**, l'Agenzia Nazionale delle Camere di commercio per l'Internazionalizzazione delle imprese, su un campione di un centinaio di aziende italiane che già operano nel mercato statunitense. Secondo i dati raccolti, il 34,2% delle imprese percepisce il clima economico internazionale come neutrale, mentre un ulteriore 32,9% lo considera abbastanza favorevole. Questi numeri indicano un generale ottimismo tra le aziende italiane che esportano negli USA, sostenuto dalla solidità dell'economia americana e dai rapporti commerciali consolidati. Tuttavia, un 19% degli intervistati esprime preoccupazioni specifiche per eventuali misure protezionistiche, in particolare per l'imposizione di dazi su prodotti chiave dell'export italiano.

Se l'elezione di Trump non appare, di per sé, una minaccia immediata, il rischio di nuove barriere tariffarie è percepito come un elemento critico per il 59,5% delle imprese. I settori più esposti sono quelli dell'agroalimentare, del tessile e della meccanica strumentale, comparti che tradizionalmente fanno dell'export negli Stati Uniti una leva di crescita. In questo scenario, le aziende monitora-

no attentamente le decisioni della nuova amministrazione, pronte a rivedere le proprie strategie di internazionalizzazione se necessario.

Per il 45,6% delle imprese, la nuova presidenza – anche alla luce della prima amministrazione Trump – non avrà impatti significativi sul loro business negli Stati Uniti, mentre un 22,8% sta già valutando strategie di diversificazione per ridurre la dipendenza dal mercato americano. Tra le opzioni più citate emergono l'espansione verso il Sud-Est Asiatico e l'Africa, il potenziamento del canale e-commerce e il rafforzamento delle partnership commerciali in Europa. Strategie che mirano a ridurre il rischio di dipendenza da un singolo mercato e ad aumentare la resilienza del business.

“Dall'indagine emerge che gli allarmismi degli ultimi mesi sulle relazioni commerciali con gli Stati Uniti sono eccessivi – spiega Giovanni Da Pozzo, presidente di Promos Italia –. Certamente è necessario monitorare con attenzione l'evoluzione delle politiche commerciali americane, tuttavia, l'attuale complesso contesto geopolitico suggerisce comunque di diversificare i mercati di destinazione. Promos Italia, in questo senso, è a fianco delle Pmi supportandole nell'individuazione di partner commerciali in oltre 60 paesi di tutto il mondo.”

\*Direttore Promos Italia

# I pilastri della trasformazione e del rinnovamento

di Michl Ebner\*

Il 18 febbraio, Mario Draghi ha tenuto un discorso al Parlamento europeo, soffermandosi sulle sfide e le opportunità che l'Europa deve affrontare per mantenere e rafforzare la sua competitività globale. Pur evidenziando come le reazioni al rapporto sulla competitività abbiano creato slancio per il cambiamento, ha ribadito l'urgenza di agire, necessità ormai improrogabile. I temi da affrontare sono diversi:

1. Sotto i riflettori i progressi nell'intelligenza artificiale, che stanno accelerando rapidamente, con modelli che superano gli esperti umani in alcuni test. Tuttavia, la maggior parte di essi avviene fuori dall'Europa, principalmente negli Stati Uniti e in Cina. Questo divario potrebbe essere un ostacolo, ma la riduzione dei costi dell'IA offre all'Europa un'opportunità per mettersi al passo. L'azione, ancora una volta, deve essere rapida e l'Unione non può permettersi di restare indietro.
2. Il secondo tema riguarda il settore energetico. In evidenza l'instabilità dei prezzi del gas naturale, che sono aumentati drasticamente e le difficoltà legate all'alto costo dell'energia elettrica. La dipendenza dalle importazioni mette a rischio la competitività. L'Europa deve riformare il mercato energetico, migliorare le infrastrutture rinnovabili e creare interconnessioni per aumentare la sicurezza energetica. Tuttavia, la decarbonizzazione, se gestita correttamente, potrebbe rappresentare un'opportunità per stimolare la competitività senza compromettere la stabilità economica del settore verde.
3. Altro tema caldo, la geopolitica. Draghi ha indicato come l'Europa si trovi a fronteggiare sfide inaspettate, tra cui l'ascesa della Cina e le nuove politiche commerciali statunitensi. Ha messo in evidenza che, se non si rafforza la coesione europea, il Vecchio Continente rischia di restare ai margini, soprattutto riguardo a

temi di importanza mondiale, come il conflitto in Ucraina. L'unica via d'uscita efficace sembra quella di una risposta coordinata, che coinvolga tutti gli attori dell'Unione, dai governi nazionali alle Istituzioni europee.



Al centro dello speech non solo l'impegno nel presente, ma la preparazione del futuro. Draghi ha invocato il superamento delle barriere interne e la creazione di un mercato più integrato, dove le imprese innovative possano crescere senza ostacoli. Grazie a un mercato dei capitali più efficiente e l'eliminazione delle disuguaglianze, l'Europa potrebbe non solo recuperare terreno nella corsa all'innovazione, ma anche attrarre investimenti vitali. Riassumendo, l'auspicio è quello di un cambiamento radicale nelle politiche europee, in grado di riaffermare la posizione dell'Europa nel mondo. Attraverso il sostegno del Parlamento europeo, dei governi e delle istituzioni nazionali, si può rendere l'Europa un punto di riferimento per l'innovazione, la competitività e la sicurezza, in grado di affrontare le sfide globali e garantire prosperità ai suoi cittadini.

\*Onorevole, vicepresidente di Eurochambres  
capo delegazione Unioncamere  
presso Eurochambres  
presidente della Cdc di Bolzano

## Enrico Lupi, presidente della Camera di commercio Liguria, alla guida di Euro Cin Geie. Voto unanime

di Marco Casarino\*

Approvati nuovo statuto e regolamento di Euro Cin Geie, all'unanimità votato Enrico Lupi presidente, attuale presidente della **Camera di commercio Riviere di Liguria**.

Il gruppo europeo di interesse economico, costituito nel 1994 dall'Ente camerale imperiese, dalla Camera di commercio di Cuneo e da quella Nizza, nasce con l'obiettivo di facilitare cooperazione e sinergia transfrontaliera per promuovere e potenziare iniziative comuni sul territorio.

Tra queste l'integrazione economica, culturale e scientifica. Un'attività vivace che vede nello sviluppo il denominatore comune.

All'assemblea dell'organo giuridico, svoltasi nella Camera di commercio di Cuneo lo scorso mese di febbraio, cui ha partecipato Unioncamere Piemonte, rappresentata dal segretario generale Paolo Bertolin, è stato eletto all'unanimità presidente di Euro Cin Geie Enrico Lupi, che potrà contare sulla collaborazione del vice presidente Jean Pierre Savarino, attuale presidente della Chambre de commerce et de Industries di Nizza, e dei consiglieri Luca Crossetto, presidente della Camera di commercio di Cuneo, Luca Serale, assessore del comune di Cuneo e infine, Paolo Piacenza, segretario generale per

l'Autorità di sistema portuale del Mar Ligure Occidentale.

Il nuovo direttivo ha rimarcato la volontà di proseguire in un'azione sinergica fatta di dialogo, proposte ma soprattutto sviluppo territoriale. Non ha dubbi il neopresidente Lupi, nel definire "fondamentale uno strumento perfettamente in linea con il Trattato del Quirinale, il patto volto alla co-

operazione bilaterale tra Italia e Francia. La recente Assemblea - aggiunge - ha testimoniato impegno ed entusiasmo per una crescita costruttiva, progettuale e filosofica tra tutti gli Enti coinvolti.

Il territorio coinvolto è un territorio che, evidentemente, travalica le frontiere amministrative, rappresentando il cuore pulsante per lo sviluppo di questa vivace parte d'Europa. Sono estremamente convinto - chiude il neopresidente Enrico Lupi - che la collaborazione attiva tra il pubblico e il privato porterà ad importanti risultati nell'imminente futuro.

È un territorio che presenta un ottimo potenziale sotto più punti di vista, a partire dalla collocazione geografica e dalla condivisione di obiettivi comuni che vedono nella crescita la massima espressione".



\*Segretario generale  
Camera di commercio Riviere di Liguria

# PID-NEXT: l'Innovazione digitale alla portata delle micro, piccole e medie imprese

Nel panorama economico italiano, la digitalizzazione è ormai una necessità inderogabile per la crescita e la competitività delle imprese. Tuttavia, per molte micro, piccole e medie imprese (MPMI), il passaggio alle nuove tecnologie può rappresentare una sfida complessa, fatta di investimenti, competenze e scelte strategiche. È qui che entra in gioco PID-NEXT, il Polo di Innovazione del Sistema camerale, nato per accompagnare le imprese italiane in un percorso concreto verso la trasformazione digitale. Grazie a un avviso pubblico finanziato attraverso il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), PID-NEXT offre un'opportunità unica: un percorso gratuito di assesment e orientamento digitale, progettato su misura per ogni impresa partecipante. I costi dei servizi saranno coperti fino al 100% per le micro e piccole imprese e fino al 90% per le medie imprese, garantendo un accesso equo a strumenti e competenze fondamentali per la crescita digitale dell'impresa.

## Un percorso in tre fasi per accelerare la digitalizzazione

Il percorso con PID-NEXT è strutturato in tre fasi chiave:

1. **Analisi personalizzata della maturità digitale**  
First Assessment Digitale per valutare la ma-

turità digitale, gli obiettivi aziendali e i fabbisogni tecnologici necessari al loro raggiungimento.

2. **Orientamento strategico.**

Le imprese ricevono un report con gli esiti del primo incontro, partner consigliati ed eventuali possibilità di finanziamento ulteriori che potrebbero essere utilizzate.

3. **Accesso ad un network di partner pubblici e privati**

PID-Next facilita il trasferimento tecnologico e l'accesso a un network di partner, collaborando con la rete dei Punti Impresa Digitale (PID) delle Camere di commercio.

## La nuova scadenza: 29 maggio 2025

Il bando nazionale è stato recentemente prorogato fino alle ore 16:00 del 29 maggio 2025, dando così a un numero ancora maggiore di imprese la possibilità di accedere ai servizi offerti. Già oltre 400 imprese hanno presentato domanda: i posti sono limitati, le candidature verranno valutate in base all'ordine di arrivo e i fondi saranno assegnati fino a esaurimento. Per le aziende che vogliono rimanere competitive, innovare e sfruttare al massimo le opportunità offerte dalla trasformazione digitale, il bando PID-NEXT è un'opportunità da cogliere. Per info: [scarica il bando](#)



Progetto promosso da UNIONCAMERE in collaborazione con il Ministero delle imprese e del Made in Italy - MIMIT e finanziato dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

## HUB4FIN, innovazione e finanza alternativa insieme per far crescere le imprese della Sardegna

di Marco Ledda

Innovazione aziendale, crescita del territorio e nuove frontiere della finanza alternativa. Questo in sintesi, lo spirito di Hub4Fin, il progetto di cui **Camera di commercio di Sassari** è capofila in un laboratorio, un unicum a livello nazionale che coinvolge, insieme al Sistema camerale dell'Isola (con Cagliari-Oristano e Nuoro), anche Banco di Sardegna e le Università degli Studi di Cagliari e Sassari.

Tutto nasce in seno allo "Spoke 4 - Finanza e Credito per la transizione digitale della società", che avvia una serie di azioni per sostenere le micro, piccole, medie imprese (MPMI) della Sardegna nell'accesso al credito, rafforzandone le competenze e favorendo il loro consolidamento sul piano finanziario e creditizio.

Ed è proprio alle aziende dell'Isola che il Hub4Fin si rivolge, e insieme a loro anche ai professionisti - coach e advisor - per i quali il bando è ancora aperto. Per creare quell'ecosistema capace di attivare percorsi di innovazione, siano essi di servizio o di prodotto. Non a caso l'ecosistema dell'Innovazione "e.INS - Ecosystem of Innovation for Next generation Sardinia" è il programma globale per supportare i processi di innovazione, diffondendoli, e facilitare il trasferimento di tecnologia al sistema produttivo. Obiettivi raggiungibili che di fatto stanno coinvolgendo le comunità locali nelle sfide legate ad un'innovazione sostenibile e possa guidare il ter-

ritorio verso un'economia realmente basata sugli effetti positivi che animano il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) finanziato dall'Unione europea - Next Generation EU.

Innovazione sì, ma anche formazione e promozione con **Innexta** e **Si.Camera** partner efficaci e puntuali per esplorare nuove frontiere anche della finanziabilità progettuale che propone strumenti dinamici, spesso più agili e talvolta performanti del credito classico.

Le micro, piccole e medie imprese dell'Isola, sanno che per poter competere efficacemente sul mercato devono "ripensarsi" anche nelle strategie di breve e medio periodo, essere flessibili e capaci di rimodulare le azioni di gestione con tempi di reazione ridotti e performanti.



I processi innovativi, in questo senso, rivestono un ruolo insostituibile se per di più sostenuti da professionisti in grado di consigliare al meglio l'imprenditore indirizzandolo verso la scelta più adeguata. Hub4Fin racchiude tutto questo.

Per la trasformazione di uno scenario che vede anche le startup, punta di diamante dei processi di innovazione, destinatarie delle azioni previste da un progetto che sta iniziando a riscuotere interesse, suscitando la curiosità e la conseguente volontà di prendervi parte di chi immagina la propria impresa in un modo diverso.



# Giro d'Italia della CSR 2025, cinque tappe alla scoperta di esperienze virtuose e modelli di sviluppo sostenibile

di **Simona Paronetto**

La sostenibilità fa di nuovo il giro del nostro Paese. E lo fa attraverso il Giro d'Italia della CSR 2025, l'evento itinerante del Salone CSR che attraversa lo Stivale per scoprire gli esempi più virtuosi, raccontare le esperienze di valore e diffondere la cultura della sostenibilità, stimolando l'emulazione.



Organizzato dal Salone della CSR e dell'innovazione sociale, il tour vede anche in questa edizione Unioncamere, che da anni promuove la cultura della responsabilità sociale presso tutti gli operatori economici, istituzionali e sociali, tra i soggetti promotori. Il Giro d'Italia si dimostra ancora una volta un'occasione per ascoltare le esperienze delle organizzazioni che hanno fatto della responsabilità sociale un driver strategico. Cinque le tappe previste. Ogni appuntamento rappresenta un'ocasio-

ne di aggiornamento e collaborazione tra i diversi attori sociali. Si è partiti da Bologna lo scorso 25 febbraio. Nel corso dell'appuntamento, tenutosi al Binario Centrale del DumBo, si è affrontato il tema della collaborazione nel suo valore territoriale e legame tra il mondo pubblico e privato. "Tessere reti per realizzare cambiamento" il filo conduttore dell'incontro.

La tappa successiva, in programma a Gorizia il 24 marzo, avrà come tema guida "Il futuro oltre la frontiera". Nella cornice della sede goriziana dell'Università degli Studi di Udine l'appuntamento con la sostenibilità si soffermerà anche sull'operazione Go!2025, che vede la città di Gorizia compagna di viaggio della slovena Nova Gorica nell'esperienza di Capitale europea della cultura.

A seguire il tour si sposterà a Napoli, il 3 aprile; a Roma il 15 aprile, infine a Torino il 16 maggio. Per info: visita il [sito](#).



## Parte la seconda edizione del Premio Impresa Sostenibile

Riconoscere l'impegno profuso dalle realtà imprenditoriali del territorio nel realizzare progetti di sostenibilità d'impresa e valorizzare le imprese che si sono distinte nell'ambito della sostenibilità ambientale, sociale, economica e digitale, dimostrando spirito di adattamento e capacità di innovazione di fronte alle nuove esigenze di mercato, nonché attenzione agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Questo il fine del Premio Impresa Sostenibile del-

la Camera di commercio della Maremma e del Tirreno, che, dopo il successo della prima edizione, torna anche quest'anno per premiare quattro aziende che, a partire dal 1° gennaio 2023 e fino alla data di presentazione della domanda, abbiano realizzato progetti di sostenibilità d'impresa in una delle seguenti categorie: sostenibilità ambientale, sociale, economica e digitale. Il valore di ciascun premio è di € 5.000. Ulteriori informazioni sul [sito](#) della Camera di commercio.

## Euroflora torna a Casa

Genova, Waterfront di Levante,  
24 aprile - 4 maggio 2025

di Anna Galleano

Tenuta a battesimo da Grace Kelly e dal Principe Ranieri di Monaco nel 1966, nell'allora nuovissima Fiera di Genova affacciata sul mare, Euroflora è la prima e unica "floralie" italiana riconosciuta da AIPH, International Association of Horticultural Producers. Ora, dopo dieci edizioni in quella stessa fiera e due in trasferta ai parchi di Genova Nervi - per lasciare spazio al grande progetto di riqualificazione dell'ex fiera nel nuovo del "Waterfront di Levante" firmato da Renzo Piano - Euroflora sta per tornare a casa. In quasi sessant'anni ha visto la bellezza di 6.300 concorsi tra floricoltori, vivaisti, orticoltori, frutticoltori, fioristi, compositori floreali, paesaggisti italiani e stranieri: non per niente le hanno chiamate le Olimpiadi verdi.



Il motto di questa XIII edizione è "la Natura si fa spazio": uno spazio triplicato rispetto alle ultime due edizioni fuori fiera, un percorso nuovo e altamente spettacolare, fronte mare. L'ampiezza degli spazi consente l'esposizione di ogni tipologia di piante e il ritorno in grande stile di fiori recisi, composizioni floreali e bonsai. Ad orientare i visitatori in questo percorso fra arte e natura, quattro installazioni firmate dall'arch. Matteo Fraschini, chiamate "Origami verdi", di oltre 10 m. di altezza. Ci saranno le migliori produzioni florovivaistiche Made in Italy, dalla Liguria a Piemonte e Lombardia, dalla Toscana alle Marche, dalla Campania alla Puglia alla Sicilia, con presenze individuali e

collettive. Non mancheranno i ministeri dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, e poi Coldiretti, Confagricoltura, ANVE, Federfiori e AFFI. Il Museo Egizio di Torino ricostruirà un giardino del Nuovo Regno (1539-1076 a.C.), mentre l'Istituto Italiano di Tecnologia mostrerà le tecnologie per l'agricoltura 4.0 e quelle "bioispirate" a piante e semi. Sul fronte internazionale spiccano la Cina con Guangzhou, la Thailandia, il Bhutan e il piccolo regno dell'Himalaya orientale.

Ma Euroflora non è solo gloria, è anche business: 60 buyer selezionati da ICE, oltre a quelli proposti dal Sistema camerale e dalla Rete EEN, incontreranno gli operatori professionali presenti alla kermesse nella giornata dedicata agli affari: il 28 aprile.

La produzione italiana florovivaistica ammonta a 3 miliardi e 145 milioni di euro e rappresenta il 4,7% delle produzioni agricole. La Liguria è "regina dei fiori" con oltre 437 milioni di produzioni floricole, seguita da Sicilia e Campania, mentre la Toscana è prima con oltre 923 milioni nella produzione di piante da vivaio, seguita da Lombardia e Sicilia. Per quanto riguarda l'export l'Italia si conferma seconda in Europa e terza nel mondo, con oltre 1 miliardo e 200 milioni di prodotti vegetali (valore della produzione) pari al 5,2% dell'export mondiale. La bilancia commerciale è positiva, con un avanzo di +315 milioni di euro.

Per info: **Euroflora**



# Storie d'impresa, la Camera di commercio di Roma lancia il podcast RoMani d'Autore

di Daniela Da Milano

Il cappellaio: arte, identità e tradizione. L'ottico: tra arte, scienza e visione del futuro. Il fornaio: custode di tradizione e profumo di casa. Inizia con questi racconti il viaggio attraverso le botteghe artigiane della Capitale, attraverso il progetto "**RoMani d'Autore**", messo a punto dalla **Camera di commercio di Roma**. Qui le imprese artigiane non sono solo una tradizione, costituiscono piuttosto un'eredità da preservare e tramandare, in grado di trasformare materiali e idee in creazioni che portano con sé la memoria della città. Ogni oggetto è un pezzo di storia che prende forma, un ponte tra passato e futuro, tra radici profonde e nuove prospettive.

Il progetto si traduce in una serie di video podcast che celebra il saper fare romano attraverso un viaggio fatto di racconti, gesti e passioni. In tutto 20 episodi, in formato audio e video pubblicati con cadenza settimanale sul canale **YouTube della Camera di commercio**, per entrare nel cuore pulsante delle imprese artigiane della Capitale, scoprirne i protagonisti e le loro storie di dedizione, ingegno e creatività.

Ogni episodio si trasforma in un'immersione nel tessuto vivo della città, che consente di far emergere l'indissolubile legame tra il lavoro delle mani e l'anima di Roma. Attraverso le immagini e le

parole le imprese artigiane raccontano il proprio viaggio, il valore della propria arte e il contesto che l'ha vista nascere e crescere. Il loro racconto si intreccia con quello della Capitale, tra atmosfere sospese nel tempo, scorci di vita quotidiana e suggestioni che evocano la bellezza e la spiritualità della Città Eterna.

"RoMani d'Autore" è anche un invito a scoprire un turismo che va oltre le icone più celebri per entrare nel tessuto vivo della Capitale, fatto di luoghi nascosti e tradizioni che si intrecciano con la cultura e la quotidianità romana. Ogni episodio è un'esperienza che guida il visitatore alla scoperta di imprese artigiane capaci di trasformare la materia in opere d'arte, rivelando, al contempo, angoli inediti della città.

Attraverso la strategia comunicativa innovativa e coinvolgente di "RoMani d'Autore", la Camera di commercio di Roma si fa promotrice di un racconto autentico e vibrante, in grado di portare le storie delle imprese artigiane oltre i confini fisici delle loro botteghe e rendendole accessibili attraverso le principali piattaforme digitali: YouTube, Facebook, Instagram.



## BuyWine, una vetrina unica per le aziende

Il bilancio dell'evento  
svoltosi a Lucca il 5 e 6 febbraio

di Massimo Manetti\*

L'economia del vino è basilare per la Toscana, in termini di qualità, di immagine dei territori e soprattutto per i volumi produttivi che raggiungono 45 milioni di bottiglie l'anno.

Un ruolo fondamentale lo svolgono le piccole imprese vitivinicole, che spesso, a causa delle loro dimensioni, incontrano difficoltà ad affrontare i mercati internazionali, spesso lontani e costosi da raggiungere come Cina e Vietnam, e quelli del Sudamerica, Brasile, Colombia, Argentina, Perù ed Ecuador, che sono tornati ad affacciarsi a **BuyWine**, mostrando rinnovato interesse per le etichette toscane e affiancandosi alla presenza consolidata di buyer provenienti da Canada, Stati Uniti ed Europa Centrale.



Il primo obiettivo della **Camera di commercio di Firenze** è quindi quello di offrire alle aziende regionali meno strutturate una vetrina internazionale che funzioni. E ci rende quindi orgogliosi il fatto che il 70,4% dei venditori che hanno partecipato a BuyWine è costituito da aziende medio-piccole della regione con una produzione annuale fino ad un massimo di 500mila bottiglie. A questo dato si combina felicemente il fatto che nel 90% dei casi i venditori e i compratori hanno confermato un'alta aspettativa nella possibilità di sviluppare e portare a termine le trattative avviate.



Massimo Manetti

Positivi anche gli altri numeri della 15esima edizione di **BuyWine**: 210 produttori toscani partecipanti, di cui 96 biologici – 164 buyer provenienti da 37 diversi Paesi, oltre 4.000 incontri B2B, più di 20mila degustazioni delle 1.400 etichette di 50 denominazioni.

Non c'è dubbio che al successo di BuyWine contribuisca la nuova formula di promozione introdotta da cinque anni: l'evento, che quest'anno si è svolto presso la Fiera di Lucca, è mixato con il canale digitale di una piattaforma che permette di profilare e diffondere in anticipo le singole etichette, in modo che i buyer arrivino alla manifestazione in presenza con una consolidata conoscenza di base del catalogo.

E questo sta dando risultati eccellenti.

Guarda le testimonianze dei buyer:

**Winesa buyer USA**

**Bordo Buenos Vinos buyer Argentina**

**Firma Jan Björklund buyer Sweden**

\*Presidente Camera di commercio di Firenze

## Supporto alla creatività pugliese con il Premio Sandro Ambrosi 2025

Con l'obiettivo di promuovere l'eccellenza e il design pugliese sostenendo prioritariamente i designer che, nonostante esperienza e talento, affrontano criticità finanziarie durante la loro attività professionale, **Unioncamere Puglia**, in collaborazione con ADI Puglia e Basilicata e la Fondazione Animus Alessandro Ambrosi, lancia il Premio Sandro Ambrosi 2025.

L'iniziativa, volta a supportare i progettisti e le aziende locali che si distinguono per innovazione e creatività, e quindi a rafforzare il patrimonio culturale, tecnico e produttivo della Puglia, prevede una selezione pubblica, indetta da Unioncamere Puglia, per l'assegnazione di tre borse di studio destinate a designer nati o residenti nella regione e finalizzate in particolare a contribuire rispetto ai costi di partecipazione al Percorso Mostre proposto da ADI nell'ambito dell'**ADI Design Index**. Il riconoscimento, ispirato ai valori etici di Sandro Ambrosi, imprenditore e storico presidente della Camera di commercio di Bari, vuole anche rappresentare un gesto concreto di fiducia e investimento nel desi-



gn come forma di espressione culturale e come motore della crescita sostenibile del territorio. Al fine di garantire un'ampia partecipazione, nel rispetto dei tempi previsti dall'ADI Design Index e dal Percorso Mostre, l'avviso per la selezione, disponibile nella **[pagina dedicata](#)** del sito di Unioncamere Puglia, resterà attivo fino al 1° dicembre 2025.

S.P.

## Al Palazzo camerale la cerimonia di premiazione degli studenti del "Verona Trento"

di Marianna Barone

"La **Camera di commercio di Messina** è ben lieta di celebrare al Palazzo camerale lo straordinario risultato ottenuto dagli studenti dell'Istituto d'istruzione superiore 'Verona Trento' della specializzazione Elettrotecnica elettronica e automazione. Un'idea progettuale altamente innovativa, che prende spunto dalla nostra realtà territoriale, finalizzata alla realizzazione di prototipi di immediato utilizzo in applicazioni concrete". Così la segretaria generale dell'Ente camerale, Paola Sabella, nel lodare gli alunni della scuola messinese per l'affermazione del progetto "SiSmartME", Sistema

di manutenzione predittiva, vincitore a livello territoriale, nell'ambito della categoria "Istituti tecnici per percorsi PCTO - apprendistato di 1° livello" del Premio "Storie di alternanza e competenze" di Unioncamere.



## impresa.italia: arriva il Controllo Qualità per migliorare la compliance dell'azienda

Un nuovo servizio per tenere i dati della propria  
visura sempre aggiornati

Si amplia l'offerta dei servizi di **impresa.italia**, l'app gratuita delle Camere di commercio che permette ad ogni imprenditrice e imprenditore di avere sempre a portata di smartphone – e senza costi – i documenti ufficiali della propria azienda. Dall'inizio del 2025 è infatti disponibile il servizio di "Controllo Qualità" per controllare lo stato di salute della propria impresa, prerequisito fondamentale per ottenere credibilità e fiducia con clienti, fornitori e partner.

Usata da oltre 2,6 milioni di imprenditrici e imprenditori, la piattaforma gratuita impresa.italia realizzata da InfoCamere consente ai titolari e legali rappresentanti di verificare in tempo reale la propria posizione al Registro delle imprese.

Un servizio di grande utilità per non ritrovarsi all'ultimo momento – ad esempio in prossimità della scadenza di un bando o di una richiesta di finanziamento – nella necessità di regolarizzare qualche aspetto della propria posizione ammini-

strativa. Errori o incongruenze nella visura camerale possono diventare ostacoli imprevisti. Il nuovo servizio aiuta le aziende a prevenire questi problemi, evitando problemi e perdite di opportunità.

Oltre alla segnalazione di uno o più bilanci depositati per le annualità di riferimento, il servizio consente di verificare lo stato di attività risultante al Registro delle imprese con quello presente presso l'Agenzia delle Entrate; oppure la corretta iscrizione della PEC (domicilio digitale) nel Registro delle imprese. O ancora, nel caso di una società con socio unico, verificare se l'assetto proprietario sia coerente con le cariche iscritte al Registro delle imprese.

Grazie a queste funzionalità, impresa.italia diventa uno strumento ancora più strategico per ogni imprenditrice e imprenditore che vuole gestire la propria attività con efficienza e sicurezza.

C.D.V.

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



## NEWS DA BRUXELLES

→ **La cassetta degli attrezzi per l'internazionalizzazione delle Pmi.** Lo studio sull'internazionalizzazione delle Pmi dell'Ue, pubblicato dalla Commissione europea, esamina gli strumenti di supporto offerti a livello unionale e nazionale. Gli Stati membri forniscono sovvenzioni, credito all'export, consulenza e promozione commerciale, mentre l'Ue garantisce supporto tramite programmi come l'Enterprise Europe Network (EEN), l'EIC e la European Cluster Collaboration Platform. Iniziative geostrategiche quali il Global Gateway e gli accordi commerciali rafforzano i legami globali. Tuttavia, persistono ostacoli come disallineamenti tra politiche nazionali ed europee, sostegno insufficiente per settori innovativi e ritardi burocratici. Lo studio suggerisce di migliorare il coordinamento europeo, aumentare l'accessibilità degli strumenti di supporto e allineare gli sforzi alle priorità di digitalizzazione e transizione verde per garantire una crescita sostenibile e a lungo termine.

Per info: [\*\*Mosaico Europa Numero 3, 14-02-2025\*\*](#)

→ **Il rapporto annuale sul Mercato Unico e la Competitività 2025.** Sebbene il Mercato Unico rappresenti il cuore della competitività europea, coinvolgendo 450 milioni di persone e 23 milioni di imprese, il Rapporto annuale evidenzia alcune carenze significative. Nonostante alcuni progressi, l'integrazione resta lenta e persistono frammentazioni nei settori dei beni e dei servizi, insieme a oneri amministrativi elevati. L'Europa sta perdendo terreno nel campo dell'innovazione, con investimenti in ricerca che restano inferiori a quelli di Stati Uniti e Cina. Inoltre, la carenza di manodopera qualificata limita la competitività, mentre le transizioni verso la sostenibilità verde e la digitalizzazione avanzano con difficoltà. Per rafforzare la propria competitività e garantire una crescita sostenibile a lungo termine, l'Europa deve continuare a ridurre le proprie dipendenze strategiche e accelerare il proprio progresso.

Per info: [\*\*Mosaico Europa Numero 3, 14-02-2025\*\*](#)

→ **Primo Report sulla Cibersicurezza Ue.** Il primo Rapporto sullo stato della cibersicurezza nell'Unione europea, redatto dall'Agenzia ENISA della Commissione, mette in evidenza il livello avanzato della strategia dell'Ue in tema di sicurezza informatica, grazie alla disponibilità di numerosi strumenti e iniziative per affrontare le criticità in settori altamente strategici. Il documento, inoltre, raccomanda di potenziare le risorse umane, promuovere la formazione comune e migliorare la risposta agli incidenti informatici su larga scala, aumentando la consapevolezza e l'"igiene informatica" all'interno dell'Unione.

Per info: [\*\*Mosaico Europa Numero 3, 14-02-2025\*\*](#)

## NEWS DAL MONDO

→ **Who's Who 2025.** Guida alle Camere di commercio Italiane all'estero è la principale pubblicazione annuale delle Camere di commercio Italiane all'estero. Uno strumento realizzato da [\*\*Assocamerestero\*\*](#) che consente di entrare in contatto con il network delle CCIE e scoprire i servizi offerti alle imprese, per aiutarle ad affrontare al meglio lo sviluppo del proprio business sui mercati internazionali.

La Guida raccoglie dati anagrafici, riferimenti utili, accordi, collaborazioni e l'elenco dei servizi specifici per l'internazionalizzazione a disposizione delle imprese italiane. La versione cartacea viene distribuita in occasione di tutti i principali eventi che vedono protagoniste nel corso dell'anno le Camere di commercio Italiane all'estero, mentre la versione digitale è disponibile online sul sito di [\*\*Assocamerestero\*\*](#), dove può essere scaricata all'indirizzo: [\*\*assocamerestero.it/publicazioni/whoiswho\*\*](https://www.assocamerestero.it/publicazioni/whoiswho).



SISTEMA  
CAMERALE

60  
CAMERE  
DI COMMERCIO

UNIONCAMERE

10  
UNIONI  
REGIONALI

ASSOCAMERESTERO

39  
CAMERE  
DI COMMERCIO  
ITALO-ESTERE

86  
CAMERE  
DI COMMERCIO  
ITALIANE  
ALL'ESTERO

61  
AZIENDE  
SPECIALI

UNIVERSITAS  
MERCATORUM

ASSONAUTICA

BMTI

UNIONTRASPORTI

CENTRO STUDI  
TAGLIACARNE

UNIONCAMERE  
EUROPA

DINTEC

TECNOSERVICE  
CAMERE

ECOCERVED

TECNOHOLDING

IC  
OUTSOURCING

SICAMERA

IFOA

RINA  
AGRIFOOD

INFOCAMERE

PROMOS  
ITALIA

ISNART

INNEXTA

SOCIETÀ E  
ORGANISMI  
DI SISTEMA

[www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it)