

N.3_2026_Anno V

Unioncamere

Economia & Imprese

Il magazine delle Camere di commercio italiane

*Il Sistema Excelsior fa l'identikit dell'artigianato:
vanno rafforzati appeal, formazione e apprendistato*

*Crisi d'impresa: la composizione negoziata in crescita
del 70% e dimostra l'interesse verso l'istituto*

*L'Economia di Francesco diventa paradigma
della sostenibilità per il Sistema camerale italiano*



INDICE

- 3 [Artigiani: difficoltà nel reperire personale e gap nelle competenze digitali. Servono Hub nazionali di Ai per far incontrare domanda e offerta](#)
- 4 [Sistema informativo Excelsior: identikit dell'artigianato, cuore pulsante del Made in Italy](#)
- 6 [L'artigianato italiano tra manifattura e terziario: un decennio di metamorfosi](#)
- 7 [Didacta 2026: il Sistema camerale protagonista nella scuola del futuro](#)
- 8 [Non è mai troppo tardi per l'Erasmus](#)
- 9 [Crisi d'impresa: composizione negoziata in crescita del 70%](#)
- 10 [Reddito: al Sud accelera il passo, ma al Nord è più alto](#)
- 11 [Il Medio Oriente nelle società italiane: 415 milioni di euro di partecipazioni](#)
- 12 [Competitività e sistema produttivo: le Marche ospitano la presentazione del 14° Rapporto Istat](#)
- 13 [Alps Benchmarking, firmata la convenzione per l'attività di confronto e collaborazione](#)
- 15 [L'Economia di Francesco: il nuovo paradigma della sostenibilità per il Sistema camerale](#)
- 17 [Impact: il progetto per misurare l'impatto sull'internazionalizzazione delle imprese](#)
- 18 [Il Premio eno-letterario Vermentino festeggia 10 anni: a Roma il lancio dell'edizione 2026](#)
- 19 [Olio Capitale 2026 conferma le attese: aumento degli espositori e consolidamento dei visitatori](#)
- 20 [Mirabilia torna a Udine: nel 2026 in Friuli Venezia Giulia la XIV Borsa del turismo culturale e agroalimentare](#)
- 21 [Salerno e Cilento: la nuova frontiera del turismo organizzato tra rigore scientifico e rete territoriale](#)
- 22 [Il cavallo come asset per una nuova economia rurale: una strategia per il valore aggiunto del territorio](#)
- 23 [Le Società benefit accelerano il passo e restituiscono più valore al lavoro](#)
- 24 [Società benefit: a Brindisi la seconda tappa della challenge nazionale](#)
- 25 [News da Bruxelles - News dal Mondo](#)

Unioncamere
Economia & Imprese
2026 N.3_Anno V
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

Condirettore:
Andrea Bulgarelli

Il numero è stato chiuso in
redazione il 31.03.2026
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, Roberta Giuffrida Assocamerestero, Simona Paronetto Unioncamere, Alberto Susini Camera di commercio Toscana Nord-Ovest, Matteo Zilocchi Promos Italia.

Artigiani: difficoltà nel reperire personale e gap nelle competenze digitali. Servono Hub nazionali di Ai per far incontrare domanda e offerta

Dalla Carta di Trieste sull'Intelligenza artificiale tre punti fondamentali per far crescere le Pmi in questa fase di profondo cambiamento

di Antonio Paoletti

Continua la complessità e l'impossibilità di trovare le competenze necessarie sul mercato del lavoro. Nelle prossime pagine troverete l'identikit tracciato dal Sistema Informativo Excelsior per il settore dell'artigianato. Quello che emerge è un tema che abbiamo più volte denunciato su queste pagine. Ovvero, per le imprese artigiane cresce in maniera ancora più marcata la difficoltà di reperire personale, in particolare operatori specializzati.

C'è un gap nelle competenze digitali e una complessità per le imprese medio-piccole di rimanere concorrenziali sul mercato soprattutto ove vi sia la necessità di dotarsi di strumenti di Intelligenza artificiale. Spesso la volontà di investire non trova corrispondenza nei fatti, a causa di risorse ridotte rispetto alle necessità e comunque non sufficienti per investimenti tali da mettere in competizione le nostre Pmi con player con maggiori disponibilità finanziarie e desiderosi di sostituirli. Temi, questi, che se da un lato hanno trovato parzialmente risposta all'interno della legge sull'Intelligenza artificiale approvata a settembre 2025, dall'altro hanno bisogno di un cambio di paradigma per dare al Made in Italy gli strumenti necessari per mantenerlo sul mercato.

Su questo tema ho condiviso i contenuti di un progetto di analisi e proposta relativo all'impiego e



alla regolamentazione dell'Intelligenza artificiale a cui abbiamo aderito come Camera di commercio Venezia Giulia, ovvero la Carta di Trieste sull'Intelligenza artificiale (Ai) dove, in particolare, si sottolinea la necessità di "valorizzare la predominanza di micro, piccole, medie imprese e startup innovative, adottando quindi politiche calibrate sulle loro specifiche". Quello che si è inteso evidenziare è che risulta quantomai necessario e urgente, la "creazione di Hub Nazionali di Ai diffusi su tutto il territorio italiano per l'incontro domanda e

offerta di competenze tecnologiche specializzate sull' Ai; la formazione specializzata per sviluppare le competenze necessarie offrendo programmi specifici sull' Ai, dal machine learning all'analisi predittiva, assicurando che le Pmi non solo adottino l' Ai, ma la integrino pienamente nelle loro strategie aziendali; sostenere le tecnologie abilitanti e l'utilizzo di dati sintetici, per sostenere le imprese nella competizione anche dimensionale che è elemento discriminante nell'accesso e nell'utilizzo delle risorse". Tre punti chiave per ridare impulso alla nostra economia ma soprattutto per consentire al genio italiano di trovare maggiore espressività attraverso l'utilizzo competente e consapevole dell'Intelligenza artificiale, trovando al contempo su mercato del lavoro le competenze necessarie per farlo.

Sistema informativo Excelsior: identikit dell'artigianato, cuore pulsante del Made in Italy

di Daniela Da Milano

Sono prevalentemente piccole e piccolissime, radicate e diffuse in modo capillare nei territori, in via di trasformazione per ricercare il giusto equilibrio tra tradizione e innovazione, anche se faticano a trovare le figure professionali adeguate in tal senso. A delineare l'identikit delle imprese artigiane del nostro Paese, cuore pulsante del Made in Italy, provvede la **pubblicazione "Imprese artigiane 2025" del Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere**, una panoramica dettagliata sul sistema produttivo artigiano, che include l'analisi dei fabbisogni professionali e di competenze che caratterizzano la domanda di lavoro nel settore. Si tratta di un comparto molto esteso, con oltre 1,14 milioni di imprese e circa 2,72 milioni di addetti (dati riferiti al totale delle imprese iscritte all'Albo delle imprese artigiane - art. 5 della Legge 443/1985 e confluite nell'apposita sezione speciale del **Registro delle imprese**), con un peso rilevante nel contesto delle Pmi. I dati confermano la sua centralità in termini di economia, lavoro e identità produttiva italiana, con una struttura dimensionale ancora sbilanciata verso la microimpresa, così come confermano la transizione in corso, considerati alcuni cambiamenti strutturali: riduzione del numero di imprese e di imprenditori, aumento del lavoro dipendente, ricerca di maggiore organizzazione.

I settori più rilevanti

Le costruzioni rappresentano l'ambito dominante per numero di imprese, mentre l'industria concentra una quota molto alta di dipendenti. Emergono alcuni settori chiave che combinano tradizione produttiva e rilevanza occupazionale (meccanica, metalli, tessile/abbigliamento, alimentare, legno-mobile) e servizi ad alta presenza artigiana (estetica/benessere, riparazioni auto/moto, logistica/trasporti, servizi operativi). Le dinamiche settoriali del 2025 non sono uniformi: nella manifattura, ad esempio, spiccano le industrie ali-

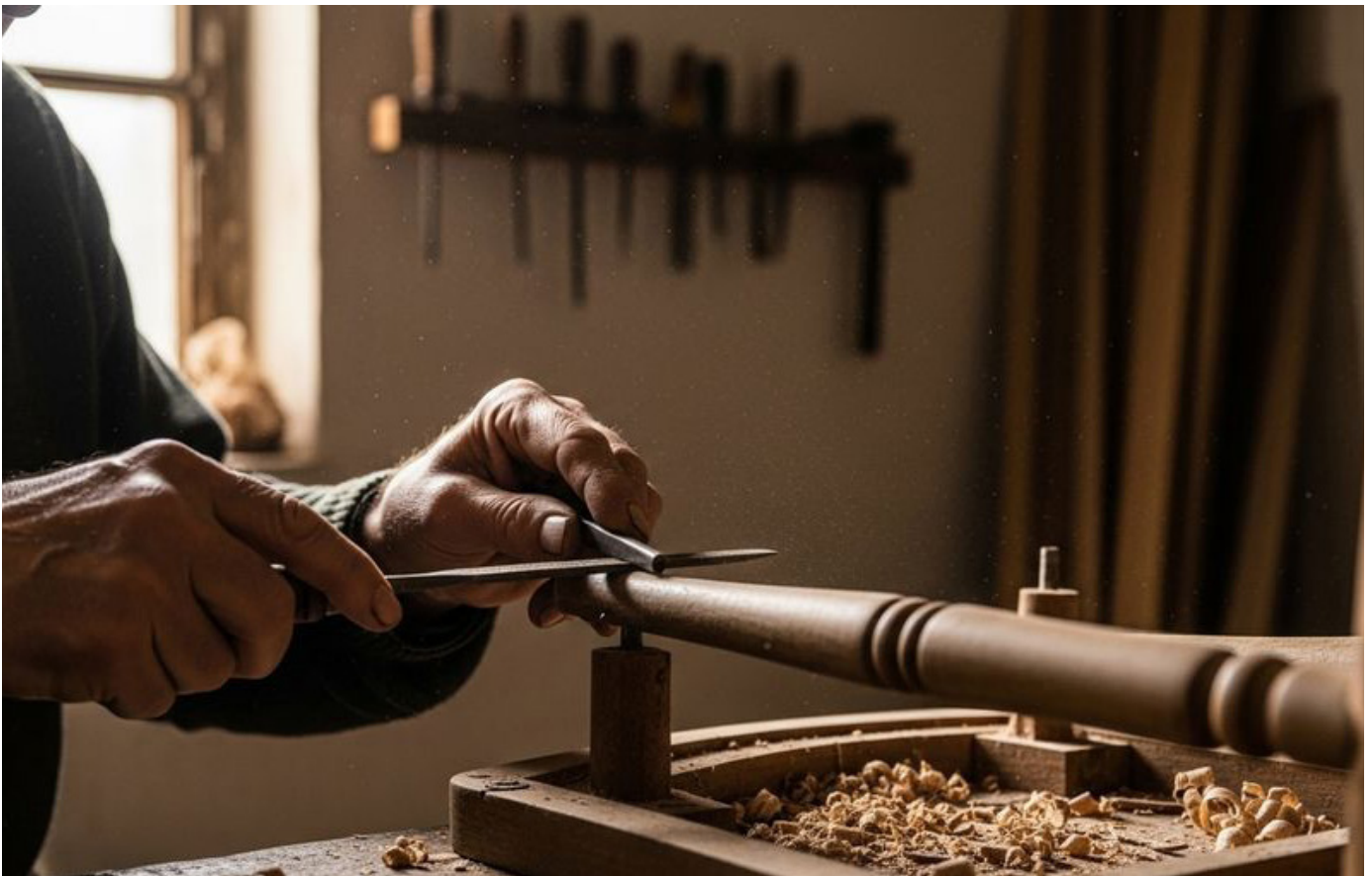
mentari, mentre comparti come carta/stampa ed elettronica risultano più deboli, sia per la pressione della digitalizzazione nel primo caso, sia per barriere tecnologiche e necessità di investimenti elevati nel secondo. Questo conferma che l'artigianato tende a crescere di più dove il valore è legato alla qualità del servizio/prodotto e alla domanda locale o di filiera e fatica di più dove la competizione richiede investimenti tecnologici e R&S, difficili da sostenere per le microimprese. La pubblicazione sottolinea inoltre come l'artigianato continui a generare una domanda di lavoro significativa (circa 491 mila ingressi programmati, pari all'8,5% del totale nazionale), mentre le forme contrattuali rivelano un comparto che usa la flessibilità (determinato/a chiamata) come modalità prevalente. Il ricambio generazionale non è solo un tema "anagrafico", ma produttivo, tanto che l'ottima tenuta della componente giovanile rappresenta un segnale positivo. Tuttavia si sottolinea la crescita dell'età media, l'aumento degli over 55 mentre si riducono alcune fasce giovani/intermedie, con un rischio evidente di perdita di continuità nelle competenze e nelle professionalità tipiche. Resta una criticità la bassa partecipazione femminile, specie nei settori dominanti come le costruzioni e alcuni settori industriali. Il ruolo crescente del lavoro immigrato appare invece strutturale: la sostenibilità del comparto passa anche da integrazione, qualificazione e stabilizzazione di questa forza lavoro.

La problematica del mismatch

La difficoltà di reperire personale cresce in modo marcato e risulta più intensa per le imprese artigiane. Le cause principali sono la carenza di candidati e l'inadeguatezza delle competenze disponibili rispetto ai fabbisogni. In risposta, le imprese riducono gradualmente la richiesta di esperienza e adottano strategie di "formazione sul campo" assumendo profili simili da far crescere, con qual-

che ricorso a leve retributive o a ricerche territorialmente più ampie. Il cuore della domanda resta centrato su operai specializzati e conduttori di impianti e proprio qui si concentra la maggiore difficoltà di reperimento. Si evidenzia in particolare un gap nelle competenze digitali richieste, anche se cresce l'interesse per l'innovazione di processo e aumentano i piani integrati di investimenti digitali, soprattutto nelle imprese over 10, e con progressi territoriali rilevanti (in particolare nel Sud e Isole). Sul fronte green, le imprese artigiane mostrano una sensibilità e una richiesta di competenze spesso superiore alle non artigiane (risparmio energetico e tecnologie green), ma gli investimenti

effettivi risultano talvolta meno diffusi rispetto alle non artigiane, soprattutto nell'industria. Le conclusioni della pubblicazione sottolineano come per restare un pilastro del Made in Italy e dell'occupazione territoriale l'artigianato italiano debba riuscire a scalare qualità e competenze, più che dimensioni: rafforzare formazione e apprendistato, rendere il settore più attrattivo per giovani e donne, ridurre il mismatch e accelerare la trasformazione digitale e green in modo compatibile con la sua micro-struttura. Altrimenti il rischio è un progressivo restringimento della base imprenditoriale con crescente difficoltà a garantire continuità e competitività.



L'artigianato italiano tra manifattura e terziario: un decennio di metamorfosi

di Carlo De Vincentiis

Il panorama dell'artigianato italiano sta attraversando una fase di profonda ristrutturazione che emerge chiaramente osservando i dati **Movimprese** dell'ultimo decennio elaborati da InfoCamere. La flessione complessiva dell'8,1% – con una perdita di circa 108.000 imprese – racconta però solo una parte della storia. La vera trasformazione risiede infatti nello "scollamento" tra la manifattura tradizionale e le nuove direttrici dei servizi e delle costruzioni. Il settore manifatturiero, in particolare, appare come l'area più esposta a questa transizione, avendo registrato una contrazione del 18,4%, un calo più del doppio rispetto alla media generale del perimetro artigiano. Scendendo nel dettaglio delle attività, la crisi ha colpito duramente i pilastri storici del "fatto a mano". La fabbricazione di macchinari e quella di prodotti elettronici hanno subito tracolli superiori al 35%, seguiti a ruota dai comparti del tessile e della pelle. Anche la fabbricazione di prodotti in metallo, pur confermandosi la colonna portante del settore per numero di unità operative (circa 53mila imprese), ha ridotto la sua platea di oltre 12mila imprese in dieci anni. Anche l'industria alimentare, solitamente più resiliente, ha segnato un passo indietro del 14,2%, pur riuscendo a contenere i danni rispetto alla media del comparto.

All'interno di questo scenario di riduzione numerica, emergono tuttavia segnali di una specializzazione sempre più orientata ai servizi. L'unico dato in netta controtendenza nel manifatturiero è infatti quello della riparazione e installazione di macchine, cresciuto del 21%. A indicare come l'artigiano moderno si stia spostando dalla produzione pura

verso l'assistenza e la gestione del ciclo di vita del prodotto. Questa tendenza trova conferma nell'analisi degli altri comparti artigiani. Mentre la manifattura arretra, settori come l'informatica, le comunicazioni e i servizi per gli edifici mostrano crescite a doppia cifra, agendo da ammortizzatori per l'intero sistema. In definitiva, la serie storica indica che il 2025 potrebbe rappresentare un punto di svolta: dopo anni di saldi negativi, il sistema artigiano registra un timidissimo segnale di stabilità con un saldo positivo di 187 unità. Questo fragile equilibrio non è però merito di una ripresa della manifattura, ma di un artigianato che sta cambiando pelle, diventando meno industriale e sempre più integrato nel mondo dei servizi avanzati e della manutenzione specialistica.

SALDO IMPRESE ARTIGIANE NEL DECENNIO 2016-2025



Fonte: Unioncamere-InfoCamere, Movimprese

Didacta 2026: il Sistema camerale protagonista nella scuola del futuro

di Rosalba Colasanto

Si è chiusa con un ottimo bilancio la 13esima edizione di **Didacta Italia**, la più importante manifestazione dedicata all'innovazione scolastica, che dall'11 al 13 marzo 2026 ha trasformato la Fortezza da Basso di Firenze nel cuore pulsante del sistema educativo nazionale. Con oltre 25mila presenze e un incremento del 35% degli eventi rispetto all'anno precedente, la fiera ha segnato un record storico, confermandosi piattaforma di riferimento per il confronto tra istituzioni, ricerca e imprese.



In questo scenario di eccellenza, il sistema delle Camere di commercio d'Italia, guidato da Unioncamere in stretta sinergia con la **Camera di commercio di Firenze**, ha ricoperto un ruolo di primo piano. Presso lo stand unico nel Padiglione Ghiaia, il network camerale ha presentato un'offerta formativa e informativa integrata, volta a colmare il gap tra istruzione e mercato del lavoro. Al centro workshop e seminari su data literacy, intelligenza artificiale, blockchain e internazionalizzazione, temi chiave anche per la competitività delle Pmi. Sui temi dell'orientamento e delle competenze – direttrici strategiche – la partecipazione camerale ha avuto una focalizzazione sulla "doppia transizione", digitale ed ecologica. Tra gli appuntamenti di maggior rilievo, la presentazione della piattaforma **Excelsior** ha mo-

strato come l'analisi dei dati del Sistema Informativo Excelsior possa trasformarsi in una bussola per docenti e orientatori, aiutando gli studenti a navigare tra le professioni di domani.

Il tema della certificazione delle competenze è stato il filo conduttore di diversi workshop. Unioncamere ha messo l'accento sulla valorizzazione delle esperienze formative non formali e sullo sviluppo di competenze imprenditive secondo il modello olivettiano, frutto della sperimentazione europea **EULEP**. Un approccio che mira a rendere gli studenti non solo fruitori di tecnologia, ma attori consapevoli in grado di "fare impresa" attraverso la piattaforma **SNI** (Servizio Nuove Imprese), che accompagna l'aspirante imprenditore dall'idea alla creazione del business.

Non è mancata l'attenzione alla dimensione globale, con sessioni dedicate alla mobilità internazionale in collaborazione con la rete delle **Camere di commercio italiane all'estero** (CCIE), fondamentali per garantire percorsi di qualità per gli ITS.

Il successo di questa edizione di Didacta – dedicata al bicentenario di Carlo Collodi – risiede nella capacità di aver unito la tradizione pedagogica alle sfide dell'intelligenza artificiale e della sostenibilità. Per il Sistema camerale, Didacta 2026 non è stata solo una vetrina, ma la conferma di un impegno strutturale: trasformare la scuola in un laboratorio di futuro dove le competenze certificate diventano il vero passaporto per l'occupabilità.



Non è mai troppo tardi per l'Erasmus

Il programma di mobilità europea sostiene l'imprenditorialità e l'internazionalizzazione, finanziando l'esperienze all'estero per i neo e aspiranti imprenditori

di **Valentina Montesarchio***

Anche chi ha un'idea d'impresa o ha aperto un'attività da meno di tre anni, indipendentemente dall'età e senza essere studente o universitario, può fare un'esperienza di scambio internazionale, usufruendo di un supporto imprenditoriale grazie all'affiancamento a un'impresa già avviata. Come ha fatto Andrea D'Arsiè, artista trentenne di Venezia interessato a suono, performance, arti visive e drammaturgia, che ha partecipato all'**Erasmus per giovani imprenditori** per confrontarsi con il contesto internazionale. Andrea ha avuto l'opportunità di lavorare con l'artista e ricercatrice brasiliana Mariana Carvalho nel suo studio di Berlino, trasformando la sua visione creativa in un percorso imprenditoriale concreto nel sound design e nelle installazioni. In oltre 15 anni, **Unioncamere del Veneto** ha accompagnato più di 300 imprenditori in uno scambio di competenze in paesi comunitari e più di un centinaio negli Stati Uniti.

Il programma di matching imprenditoriale Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) permette ad aspiranti o nuovi imprenditori dell'Unione europea di trascorrere all'estero un periodo da uno a sei mesi, con un supporto finanziario come contributo a fondo perduto erogato dalla Commissione europea. Il mentoring internazionale con un Host Entrepreneur, un CEO o fondatore di una Pmi o startup di consolidata esperienza, permette di sviluppare l'idea d'impresa e acquisire nuove competenze. L'Unione regionale delle Camere di commercio venete è ente intermediario del programma e capofila del consorzio

internazionale composto da nove organizzazioni, che hanno il compito di sviluppare l'EYE attraverso i progetti GYMNASIUM PLUS per i Paesi UE e GLOBAL2YOU per destinazioni extra-UE come Regno Unito, Singapore, Stati Uniti, Canada. Da febbraio 2025 Unioncamere del Veneto è entrato a far parte di un consorzio internazionale di sei organismi, in collaborazione con la **Italy America Chamber of Commerce** che funge da partner operativo negli Stati Uniti, e dalla fine di gennaio 2026 ne è diventato leader.

ERASMUS FOR YOUNG ENTREPRENEURS

CCIAA VENEZIA ROVIGO

Geyleen Gonzalez, responsabile del programma EYE per Unioncamere del Veneto, spiega l'opportunità di scambio professionale internazionale

Recentemente è stato accolto un partner ucraino per favorire la mobilità internazionale e l'imprenditorialità della comunità di cittadini ucraini che risiedono temporaneamente in Italia a causa della guerra. Un'opportunità per tutte le menti intraprendenti e creative, senza limiti di età anagrafica.

*Segretario generale Unioncamere Veneto

Crisi d'impresa: composizione negoziata in crescita del 70%

di Alessandra Altina

Quasi 1.800 imprese hanno fatto ricorso alla composizione negoziata nel corso del 2025, il 69,5% in più dell'anno precedente. Un dato chiaro dell'appel che sta riscuotendo questo istituto, incluso nel nuovo Codice della crisi del 2022. La composizione negoziata, infatti, consente alle aziende in crisi, ma con le potenzialità di restare sul mercato, di avviare un percorso volontario e stragiudiziale che può portare al risanamento e, quindi, alla prosecuzione dell'attività. Non a caso, il presidente di Unioncamere ha commentato positivamente l'evoluzione di questo istituto. "Questo strumento – ha detto Andrea Prete – offre reali opportunità alle aziende di ricomporre le situazioni di difficoltà e restare sul mercato. Un vantaggio anche in termini di mantenimento dei livelli occupazionali". In ogni caso, rispetto al 2024, tutte le procedure previste per la crisi d'impresa risultano in crescita. Complessivamente sono 13.500, con un aumento del 15,5% rispetto al 2024. Tra queste, la più numerosa è la liquidazione giudiziale, che conta 9.869 procedure aperte lo scorso anno, in aumento del 7,2% rispetto al 2024.

Composizione negoziata

Continua a crescere nel tempo la dimensione media delle aziende: a fine 2025, il valore medio della produzione delle imprese che hanno presentato istanza supera i 16 milioni di euro (era 10 milioni nel 2024), mentre il numero medio di addetti è 40.

Concordato semplificato

Le 143 procedure registrate (in aumento del 68,2% rispetto al 2024) provengono invece da imprese con un numero medio di addetti pari a 16 e un valore della produzione di 7 milioni di euro.

Concordato preventivo

Gli 895 concordati preventivi avviati nel 2025 (in crescita del 17,5% rispetto al 2024), fanno invece registrare un valore medio di 32 addetti per imprese e circa 7 milioni di euro di valore della produzione.

Accordo di ristrutturazione dei debiti

Aumenta del 6,7% anche il ricorso a questo istituto, che registra 348 procedure aperte a fronte delle 326 dell'anno precedente. In questo caso, il valore medio della produzione delle imprese è pari a 11 milioni di euro, mentre il numero di addetti è 89.

Liquidazione giudiziale

Con un numero medio di addetti per impresa pari a otto e un valore medio della produzione di 3 milioni di euro, la liquidazione giudiziale continua ad essere la procedura concorsuale più utilizzata dalle imprese più fragili e meno strutturate.

Liquidazione coatta amministrativa

A questo istituto hanno fatto ricorso lo scorso anno 439 imprese (in aumento dell'86% rispetto al 2024) con una assoluta prevalenza di cooperative, consorzi e società consortili operanti principalmente nella sanità e assistenza sociale (21,6%) e nelle attività amministrative e di servizi di supporto (13,1%).

Le procedure per la crisi di impresa avviate nel 2025

Procedure	2024			2025		
	N. procedure aperte	Var % vs anno presedente	%su totale	N. procedure aperte	Var % vs anno presedente	%su totale
Composizione negoziata	1.048	76,4%	9,0%	1.776	69,5%	13,2%
Concordato semplificato	85	23,2%	0,7%	143	68,2%	1,1%
Accordi di ristrutturazione dei debiti	326	-2,7%	2,8%	348	6,7%	2,6%
Concordato preventivo	762	12,4%	6,5%	895	17,5%	6,6%
Liquidazione giudiziale	9.203	19,8%	78,9%	9.869	7,2%	73,3%
Liquidazione coatta amministrativa	236	6,3%	2,0%	439	86,0%	3,3%
TOTALE	11.660	21,7%	100%	13.470	15,5%	100%

Reddito: al Sud accelera il passo, ma al Nord è più alto

di Loredana Capuozzo

In Italia il reddito disponibile delle famiglie viaggia su un doppio binario. Perché se al Sud cresce più velocemente, al Nord pesa decisamente di più nei portafogli. A fare i conti in tasca agli italiani è stata l'ultima analisi di Unioncamere e Centro Studi Guglielmo Tagliacarne che sembra dipingere un quadro in bianco e nero della capacità di spesa della nostra popolazione nel 2024. Al Mezzogiorno, infatti, il reddito delle famiglie è complessivamente cresciuto del 3,38% tra il 2023 e il 2024, con punte

al Meridione si ferma a 17.791 euro, vale a dire una differenza di oltre 8.800 euro. Un gap che delinea un solco profondo e radicato nel tempo della distribuzione della ricchezza lungo lo Stivale. Tanto è vero che le prime sei posizioni della graduatoria del reddito pro-capite sono occupate dalle stesse province dal 2021, con Milano in testa (36.188 euro nel 2024), Bolzano (32.680 euro), Monza e della Brianza (30.182 euro), Bologna (29.191 euro),

Parma (27.617 euro) e Genova (27.600 euro). Ma le differenze nel nostro Paese non si limitano allo "storico" confronto Nord-Sud.



del 3,95% in Sicilia, a fronte della media italiana del 2,98%. Non a caso nella relativa classifica nazionale tra le prime dieci posizioni ci sono sei province meridionali, mentre tra le ultime dieci compaiono ben nove del Centro-Nord. Tuttavia, nonostante la maggiore accelerazione del Sud sono ancora importanti le distanze accumulate che lo separano dal resto del Paese. Basti pensare che al Settentrione il reddito pro-capite è di 26.620 euro mentre

Secondo il direttore generale del **Centro Studi Tagliacarne**, Gaetano Fausto Esposito, anche le città metropolitane confermano il loro primato "costituendo dei veri hub di potenzialità: con un reddito pro-capite superiore del 14% rispetto alle altre province, anche per effetto delle retribuzioni più alte di quasi un terzo sostenute dalla concentra-

zione di attività direzionali meglio pagate e dal più elevato costo della vita". Proprio le spinte inflazionistiche, a partire dal caro energia, acuite dalle tensioni nello Stretto di Hormuz rischiano ora di erodere significativamente il potere di acquisto degli italiani. E di vanificare, così, quel processo di recupero del reddito disponibile che sembrava cominciato nel 2024 con incrementi superiori all'inflazione in tutte le ripartizioni territoriali.

Il Medio Oriente nelle società italiane: 415 milioni di euro di partecipazioni

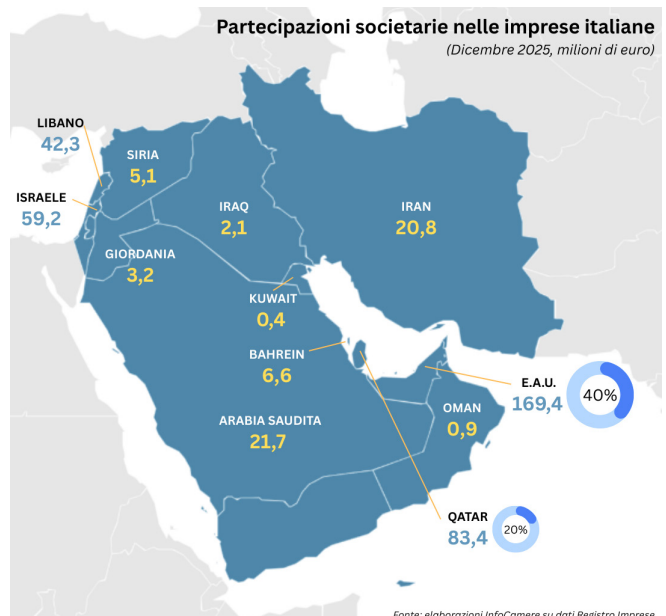
Sono 3.839 le società italiane che annoverano soci residenti nell'area del Golfo Persico e del Medio Oriente, per un totale di 415 milioni di euro in partecipazioni societarie. È la fotografia scattata al 31 dicembre 2025 da **InfoCamere**, che ha analizzato i dati del Registro delle imprese per misurare la rilevanza delle partecipazioni societarie di quest'area geopolitica nel sistema produttivo italiano, in un momento in cui le tensioni geopolitiche rendono il monitoraggio di questi flussi particolarmente strategico. Sul piano geografico, gli Emirati Arabi Uniti rappresentano la quota più rilevante, con circa 170 milioni di euro investiti pari al 40,5% del totale.

Il Qatar, pur presente in sole 32 società, detiene una quota media per impresa nettamente superiore — il 62% del capitale — per un valore complessivo di 83,4 milioni, pari al 20% del totale. Seguono Israele con 59 milioni (14,2%), Libano con 42,3 milioni (10,1%) e Arabia Saudita e Iran con circa 22 e 21 milioni rispettivamente. Il 60% delle partecipazioni fa dunque capo a soli due paesi: Emirati e Qatar.

Sul fronte settoriale, la manifattura assorbe la quota maggioritaria del capitale investito: 188 milioni, pari al 45% del totale. Rilevante anche il peso dei trasporti e della logistica (52,3 milioni, 12,6%) e delle attività finanziarie e assicurative, dove 73

imprese italiane registrano la presenza di soci mediorientali per 42,3 milioni di euro complessivi. La partecipazione non si limita a quote di minoranza: la quota media di possesso del capitale si attesta al 6,9%, ma per Qatar, Oman ed Emirati i valori salgono rispettivamente al 62%, 46% e 34%, segnalando partnership strutturali che vanno ben oltre la pura logica finanziaria.

C.D.V.



Competitività e sistema produttivo: le Marche ospitano la presentazione del 14° Rapporto Istat

L'evento si è tenuto alla Loggia dei Mercanti di Ancona, Capitale Italiana della Cultura 2028

di Simona Paronetto

Le Marche sede del dibattito economico nazionale: nei giorni scorsi, la Loggia dei Mercanti di Ancona ha ospitato la presentazione del 14° Rapporto Istat sulla competitività dei settori produttivi. L'evento, organizzato dall'Istat in collaborazione con la **Camera di commercio delle Marche**, il patrocinio della Regione Marche e il coinvolgimento dell'Università Politecnica delle Marche, ha segnato ufficialmente l'avvio delle celebrazioni per il centenario dell'Istituto Nazionale di Statistica. Presenti all'incontro, il presidente dell'Istat Francesco Maria Chelli, il presidente della Camera di commercio Gino Sabatini, il rettore dell'Università Politecnica delle Marche Enrico Quagliarini, il presidente della Regione Francesco Acquaroli.

L'indagine presentata analizza il posizionamento internazionale e le caratteristiche del sistema produttivo italiano – settori, imprese e filiere di produzione – a fronte delle complesse trasformazioni geopolitiche ed economiche in atto.

I dati relativi alle Marche, come evidenziato dal presidente della Camera di commercio Gino Sabatini, delineano un sistema economico solido, caratterizzato da una densità imprenditoriale superiore alla media nazionale e da una crescita sostenuta degli investimenti; i livelli di occupazione sono elevati, grazie soprattutto al contributo significativo della componente femminile.

Dal Rapporto emergono tuttavia alcuni elementi di attenzione legati al complesso contesto internazionale, che influenza negativamente le dinamiche dell'export. Per far fronte a tali criticità, il presidente Sabatini ha ribadito la necessità strategica di potenziare innovazione, digitalizzazione e internazionalizzazione, ambiti in cui le Camere di commercio sono chiamate a esercitare un ruolo fondamentale di accompagnamento per le Pmi,

rafforzando parallelamente i propri strumenti di monitoraggio dei dati per orientare le politiche industriali e supportare il sistema produttivo.

A margine dell'incontro, Sabatini ha commentato la proclamazione di Ancona a Capitale italiana della cultura 2028, sottolineando come l'Ente camerale abbia creduto fin dall'inizio nel progetto, sostenendolo in qualità di partner, nella consapevolezza che la cultura rappresenti una leva strategica di sviluppo economico, sociale e identitario. Un aspetto determinante, secondo il presidente, è stato il modello di collaborazione adottato: la sinergia tra istituzioni, associazioni, imprese e mondo culturale ha infatti dimostrato come il lavoro condiviso possa generare risultati ambiziosi e concreti, indicando questa come la rotta da seguire anche per il futuro.

Il Rapporto Istat sulla competitività dei settori produttivi e il Focus Marche sono disponibili al seguente [link](#).



Gino Sabatini - presidente Camera di commercio delle Marche

Alps Benchmarking, firmata la convenzione per l'attività di confronto e collaborazione

Le Cdc hanno presentato a Trento l'andamento demografico dei territori di montagna

di Donatella Plotegher

La collaborazione, il confronto e lo scambio tra le Camere di commercio dell'Arco alpino (Bolzano, Cuneo, Monte Rosa Laghi Alto Piemonte, Pordenone-Udine, Riviera di Liguria Imperia La Spezia Savona, Sondrio, Torino, Trento, Treviso-Belluno, Valle d'Aosta, Venezia Giulia Trieste Gorizia insieme a Unioncamere Lombardia e Unioncamere Piemonte) sono i cardini dell'attività di Alps Benchmarking, un'iniziativa che pone al centro del proprio operato la riflessione su temi di interesse comune e la condivisione di studi e analisi, utili allo sviluppo dei territori di montagna.

Nei giorni scorsi a Palazzo Roccabruna, la **Camera di commercio di Trento** ha ospitato il rilancio dell'iniziativa, partendo dalla firma di una nuova convenzione. I dettagli sono stati illustrati da Alfred Aberer, segretario generale dell'Ente camerale altoatesino, che ha puntualizzato come il documento impegni le Camere di commercio e le Unioni regionali dell'Arco alpino a porsi come obiettivo comune "la promozione di una politica economica favorevole alle imprese, la qualificazione della collaborazione tra le imprese, l'attività di networking finalizzata al sostegno dello sviluppo economico dei rispettivi territori montani".



"La convenzione Alps Benchmarking – ha commentato Andrea De Zordo, presidente della Camera di commercio di Trento – è un interessante strumento di collaborazione tra territori alpini che ci permetterà di rafforzare circuiti economici affini, di fare massa critica e avere più peso in ambito europeo. Inoltre, favorirà la condivisione di dati statistici e modelli di sviluppo economico, si occuperà di incentivare la formazione, di intervenire presso i decisori politici nazionali ed europei e di scambiare buone pratiche anche con le Camere di commercio estere, attive nei territori limitrofi. Credo che la firma di questo documento sia un'importante testimonianza di come il 'fare rete' e l'interscambio tra istituzioni possa moltiplicare le energie a sostegno dello sviluppo territoriale, aumentandone i risultati".

L'incontro non si è però limitato alla sola parte formale, ma è subito entrato nel vivo della propria attività presentando i risultati di un complesso lavoro di ricognizione, che ha approfondito il tema scelto per questo primo incontro dell'anno, incentrato sull'andamento della demografia della popolazione e delle imprese nei territori alpini.

Grazie agli approfondimenti, condotti dai rispettivi Uffici studi e ricerche degli Enti camerale coinvolti, è stato possibile delineare un quadro complessivo che ha messo in luce la necessità di reagire alle dinamiche in atto per contrastare il calo demografico nelle Terre alte.

Dopo una breve introduzione, affidata a Massimo Pavanelli (Camera di commercio di Trento), che ha spiegato l'approccio metodologico adottato e condiviso dai colleghi degli Enti camerale per la realizzazione degli studi presentati nel corso della mattinata, Federico Callegari (Camera di commercio di Treviso-Belluno) ha sviluppato il tema della distribuzione e delle dinamiche della popolazione residente nei territori italiani dell'Arco alpino, sud-

SISTEMA CAMERALE

diviso per aree orografiche e indici di accessibilità. Il suo intervento ha messo in luce come la sfida allo spopolamento delle Terre alte possa essere mitigata con “iniziative per l’attrattività dei giovani e il potenziamento dell’offerta di residenzialità, soprattutto in quei territori dove l’intensa attività turistica accentua l’indisponibilità di abitazioni a causa del fenomeno degli affitti brevi”. L’evoluzione della struttura imprenditoriale nei territori dell’Arco alpino è stata successivamente



delineata da Roberto Saletti (Camera di commercio di Torino). Nel corso del suo intervento, prendendo interessanti spunti dagli archivi camerali, ha spiegato che “i settori tradizionali dell’economia montana arretrano; l’agricoltura, pur fra tante difficoltà, resta comunque un pilastro fondamentale, mentre crescono i servizi e il turismo. Quello alpino è comunque un territorio che ha potenzialità enormi, ma che per esprimerle pienamente ha bisogno di essere accompagnato con politiche mirate, con servizi adeguati e con investimenti strutturali che riducano le asimmetrie e ne valorizzino le specificità”. Linda Giugovaz (Camera di commercio Venezia

Giulia) ha quindi tracciato nel dettaglio l’assetto demografico e le dinamiche imprenditoriali nella Venezia Giulia, portando evidenze empiriche, che hanno messo in luce come l’andamento della popolazione per fasce d’età dal 2000 al 2025 evidenzia un aumento della componente anziana, e percorsi di resilienza, che a livello imprenditoriale indicano un passaggio verso modelli giuridici più complessi e strutturati, capaci di garantire maggiore capacità produttiva e resilienza operativa.



Andrea De Zordo - presidente Camera di commercio Trento

L’incontro si è concluso con l’intervento di Matteo Degasperis (Camera di commercio di Trento) che ha curato uno studio focalizzato sugli strumenti necessari per fronteggiare lo spopolamento montano, proponendo una classificazione degli interventi, basata su integrazione e flessibilità. “La strategia supera la logica delle soluzioni standardizzate per adottare un approccio che tiene in considerazione le peculiarità del territorio al centro di un’azione che si fonda su sei pilastri: la rigenerazione dell’abitare, il potenziamento dei servizi di prossimità, la connettività digitale, il presidio sociale della scuola, l’attrazione di nuovi talenti e lo sviluppo delle filiere locali per garantire sostenibilità economica”.

L'Economia di Francesco: il nuovo paradigma della sostenibilità per il Sistema camerale

Cdc della Toscana Nord-Ovest lancia un piano da 500mila euro per guidare il sistema verso la transizione ESG

di Alberto Susini

In un'epoca in cui la sostenibilità è passata da essere un'opzione etica a un requisito imprescindibile per l'accesso al credito e la permanenza sui mercati, il Sistema camerale traccia una rotta che unisce radici profonde e visione sul futuro. L'occasione è solenne: l'ottavo centenario della morte di San Francesco, Patrono d'Italia e simbolo di un rapporto armonioso tra uomo e creato. In questo contesto, la **Camera di commercio della Toscana Nord-Ovest** ha presentato lo scorso 25 marzo a Pisa il progetto "Sostenibilità dello sviluppo economico: l'Economia di Francesco", un'iniziativa che non si limita alla celebrazione, ma traduce il messaggio francescano nelle moderne e rigorose metriche ESG (Environmental, Social, Governance).

Il progetto rappresenta una delle massime espressioni di come il network camerale sappia fare sistema, mettendo a valore le proprie competenze specialistiche per supportare il tessuto delle piccole e medie imprese. Con un investimento complessivo di 500mila euro tra servizi e contributi, l'Ente guidato da Valter Tamburini punta a trasformare la sostenibilità nel "nuovo passaporto" fondamentale per dialogare con il mondo del credito e con le grandi filiere globali.

"Dalla teoria ai bilanci": le parole del presidente "Vogliamo dimostrare che la sostenibilità non è un concetto astratto, ma il nuovo standard per l'accesso al credito e la competitività — sottolinea Valter Tamburini, presidente della Camera di commercio —. Guidiamo concretamente le nostre imprese nell'identificazione di quei fattori che incidono realmente sui loro bilanci e sulla loro reputazione, trasformando i valori etici in vantaggi misurabili e duraturi per tutto il territorio".

Il cuore pulsante dell'iniziativa risiede nell'attiva-

zione di percorsi formativi concepiti per trasferire competenze immediatamente spendibili sul campo attraverso due strumenti complementari: uno settoriale e uno tematico. Il percorso settoriale, in presenza, laboratoriale, nato dalla collaborazione scientifica con l'Università di Pisa e la Scuola Superiore Sant'Anna, è stato letteralmente cucito su misura per i comparti trainanti del territorio: dalla nautica al lapideo, passando per l'agroalimentare, la manifattura e il turismo. Il percorso tematico è pensato per la generalità dei settori produttivi, webinar, su temi di gestione ambientale, accesso al credito, assetto societario. In questo conte-



Prof. Marco Frey [coordinatore del Centro Interdisciplinare sulla Sostenibilità e il Clima della Scuola Superiore Sant'Anna], Valter Tamburini (presidente Cdc TNO), Cristina Martelli (segretario generale Cdc TNO), Prof. Saulle Panizza (Direttore del CIDIC dell'Università di Pisa)

AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ

sto, l'Ente camerale fa valere la propria capacità di fare sistema, integrando le eccellenze tecniche del network nazionale: Dintec per l'assessment digitale, Ecocerved per la conformità ambientale, Si.Camera per le Società benefit.

In questo ecosistema di competenze, un ruolo centrale è affidato al PID (Punto Impresa Digitale) gestito da Fondazione ISI. L'obiettivo è ambizioso: permettere a ogni impresa di uscire dal "cantiere" con tre linee di azione concrete e strumenti di misurazione precisi, trasformando i parametri ESG in fattori di crescita e resilienza.

Per le imprese che desiderano intraprendere questo percorso, il progetto prevede una manifestazione d'interesse per selezionare 75 realtà che beneficeranno anche dell'affiancamento dei "Tutor della Sostenibilità". Questi giovani specialisti (ESG Junior Specialist) opereranno come facilitatori tra l'azienda e i consulenti senior, aiutando gli imprenditori a raccogliere e sistematizzare i dati necessari per definire l'Informativa Banche, elemento ormai decisivo per valorizzare il proprio profilo di sostenibilità agli occhi degli istituti di credito.

Per concretizzare le azioni definite nei laboratori settoriali, a settembre scatterà il Bando Voucher ESG 2026. Con una dotazione di 350mila euro, l'Ente offrirà contributi a fondo perduto pari al 50% delle spese (fino a un massimo di 6.000 euro) per coprire i costi di nuove certificazioni aziendali o di prodotto, diagnosi energetiche e servizi specialistici di consulenza. Un incentivo concreto che premierà con

una priorità in graduatoria proprio le aziende che avranno investito nei workshop settoriali.

L'intero percorso, patrocinato dal Comitato Nazionale per l'ottavo centenario francescano, culminerà in autunno con il Forum "L'Impresa Fraterna". Sarà il momento in cui i dati raccolti durante l'anno diventeranno il primo "Rapporto sullo Stato ESG della Toscana Nord-Ovest", confermando come il Sistema camerale sia oggi il motore di un nuovo umanesimo industriale, dove il profitto genera benessere reale per la comunità e il pianeta.



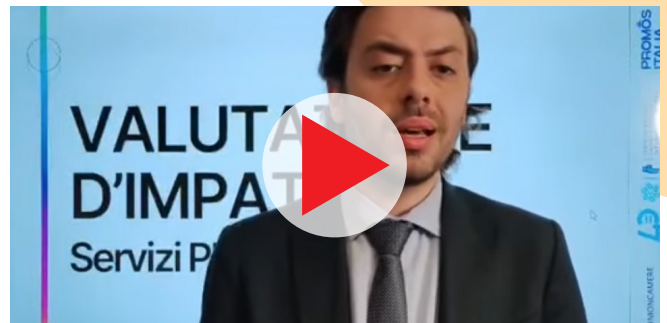
Cristina Martelli - segretario generale Camera di commercio Toscana Nord-Ovest

Impact: il progetto per misurare l'impatto sull'internazionalizzazione delle imprese

di Giovanni Rossi* e Gaetano Fausto Esposito**

Misurare in modo rigoroso l'efficacia delle politiche di accompagnamento all'internazionalizzazione rappresenta oggi una priorità strategica per le istituzioni. In un contesto in cui è sempre più richiesto dimostrare impatti concreti, leggibili e comparabili, non è sufficiente descrivere le attività svolte: è necessario evidenziare i cambiamenti effettivamente generati per le imprese.

In questa prospettiva, assume rilevanza un passaggio culturale chiave: orientare l'azione pubblica dalla rendicontazione delle iniziative alla misurazione sistematica degli effetti su indicatori oggettivi. Crescita dell'export, accesso a nuovi mercati, ampliamento della base delle imprese esportatrici costituiscono riferimenti essenziali per valutare l'efficacia degli interventi. L'analisi, condotta da **Promos Italia** con il **Centro Studi Tagliacarne** – in collaborazione con Unioncamere – restituisce un quadro articolato: i servizi attivati producono risultati e generano valore, ma soprattutto offrono elementi utili per una lettura puntuale delle dinamiche in atto. In particolare, emerge la possibilità di identificare con maggiore precisione: i contesti in cui l'impatto risulta più significativo; le aree in cui si evidenziano margini di miglioramento; i mercati e i segmenti nei quali le imprese mostrano performance differenziate; le combinazioni di strumenti che producono effetti più stabili nel tempo. In questo senso, la misurazione non si configura unicamente come attività di rendicontazione, ma come leva di supporto alle decisioni. Essa consente di: migliorare l'allocazione delle risorse; consolidare gli interventi più efficaci; intervenire in modo mirato sulle criticità; rafforzare la capacità di pianificazione, riducendo dispersioni e aumentando l'impatto complessivo. Particolare rilevanza assume, inoltre, la scelta di sviluppare l'analisi in una prospettiva longitudinale. La costruzione di un osservatorio permanente permetterà di monitorare nel tempo l'evoluzione degli effetti delle politiche attivate, offrendo una base informativa più solida per la valutazione e il confronto. Un approccio lon-



gitudinale consentirà, segnatamente, di: osservare l'evoluzione degli impatti nel medio-lungo periodo; cogliere i processi di adattamento e apprendimento delle imprese; valutare la persistenza degli effetti oltre il singolo intervento; costruire benchmark progressivamente più robusti; individuare in modo sistematico aree di miglioramento. In questa logica, la misurazione alimenta un processo continuo di continuous improvement, orientato all'aggiornamento e al rafforzamento delle politiche pubbliche. In un contesto internazionale caratterizzato da crescente complessità e instabilità, la capacità di leggere, misurare e adattare gli interventi rappresenta una condizione necessaria per sostenere in modo efficace i percorsi di internazionalizzazione delle imprese. Non si tratta soltanto di accompagnarle nei mercati esteri, ma di sviluppare, anche a livello istituzionale, un apprendimento continuo fondato su evidenze. In estrema sintesi, lo studio condotto evidenzia come le imprese che hanno usufruito dei servizi di Promos hanno mostrato un effetto incrementale medio del livello delle proprie esportazioni post-intervento pari al +21,8% rispetto al campione di controllo delle imprese che non ne hanno usufruito. Inoltre, mostrano una maggiore diversificazione, esportando in media verso un Paese in più, e una più alta probabilità di entrare nei mercati esteri nel caso delle imprese che prima non esportavano.

*Direttore Promos Italia

**Direttore Centro Studi Tagliacarne

Il Premio eno-letterario Vermentino festeggia 10 anni: a Roma il lancio dell'edizione 2026

di Marco Ledda

Il connubio tra la cultura del vino e l'arte della narrazione compie dieci anni. Il Premio eno-letterario Vermentino, nato nel 2017 da un'intuizione della **Camera di commercio di Sassari**, ha celebrato a Roma un importante traguardo con una presentazione ufficiale che apre le porte all'edizione 2026. Il concorso, che negli anni ha saputo trasformare il lavoro tra i filari in materia letteraria, si conferma un punto di riferimento nazionale grazie al patrocinio di Unioncamere e alla sinergia con i territori d'eccellenza di Olbia e Castelnuovo Magra.

A margine della presentazione capitolina, il presidente della Camera di commercio di Sassari, Stefano Visconti, ha sottolineato il valore strategico dell'iniziativa: "Raggiungere la decima edizione significa aver trasformato un'intuizione coraggiosa in una realtà consolidata del nostro panorama culturale ed economico. Il Premio 'Vermentino' non è solo una celebrazione del legame ancestrale tra la nostra terra e la vite, ma è diventato un potente strumento di marketing territoriale. Attraverso la letteratura, riusciamo a raccontare l'eccellenza dei nostri produttori e la bellezza del Nord Sardegna a un pubblico nazionale, dimostrando che la cultura è un volano imprescindibile per lo sviluppo del settore vitivinicolo".



Le case editrici italiane hanno tempo fino al 1.º giugno 2026 per candidare opere di narrativa edita ispirate al mondo del vino. La decima edizione conferma la sua vocazione inclusiva e internazionale:

oltre al vincitore assoluto, la giuria assegnerà la Menzione speciale "Premio Territorio" (per le opere legate all'identità locale) e la Menzione "Premio Narrativa Straniera", dedicata ai volumi internazionali tradotti in lingua italiana.

L'Albo d'Oro del premio, che ha coinvolto oltre 200 scrittori negli anni, testimonia la qualità della selezione, partendo dal premio alla carriera a Simionetta Agnello Hornby (2017) fino ai successi recenti, tra gli altri, di Cristina Caboni (2025), Roberta Schira (2024), Felicia Kingsley (2022).



Proprio sulla solidità di questo percorso si è espresso il segretario generale dell'Ente camerale, Pietro Esposito, evidenziando come la crescita del premio rifletta anche quella del mondo economico:

"Dieci anni di storia testimoniano la solidità di un progetto che ha saputo evolversi mantenendo intatta la propria identità. Con il Premio eno-letterario abbiamo creato un ponte unico tra il mondo della narrazione e quello della vita di impresa. In questa edizione speciale, i numeri ci confermano che la qualità delle opere in concorso continua a crescere, riflettendo la stessa ricerca della perfezione che i nostri viticoltori mettono in ogni calice. La Camera di commercio continua a investire su questo format perché crede nella forza dei simboli identitari come motore di competitività."

Il Premio Vermentino oggi è un vero "ecosistema" che unisce Sardegna, Toscana e Liguria.

Olio Capitale 2026 conferma le attese: aumento degli espositori e consolidamento dei visitatori

L'edizione 2027 avrà una sezione speciale che attesterà le proprietà benefiche del prodotto

Olio Capitale ha confermato le attese, con un aumento degli espositori e un consolidamento in crescita dei visitatori che da 14.200 sono passati a quasi 15mila, che ne attesta la vocazione internazionale, con la consapevolezza che questo evento ha contribuito in maniera determinata a far conoscere l'extravergine di qualità e le sue caratteristiche benefiche sulla salute.

L'unico salone internazionale degli oli extravergini tipici e di qualità con 233 espositori, da 14 regioni italiane e dalla Croazia, e con buyer da 13 Paesi di tutto il mondo con oltre 700 incontri d'affari calendarizzati, ha superato con successo il traguardo della maggiore età, con una diciottesima edizione ricca di proposte, curiosità, spettatori e importanti novità. Vincente la scelta di puntare sui giovani, sulle nuove generazioni di imprenditori protagoniste nel tramandare i saperi e la tradizione dell'olivicoltura italiana e presenti in moltissimi stand.



Olio Capitale è stato realizzato dalla **Camera di commercio Venezia Giulia**, attraverso la sua azienda in house Aries ed è co-organizzato dal Comune di Trieste, con partner l'Associazione nazionale delle Città dell'Olio e l'ISNART con il progetto speciale Mirabilia e il sostegno di Io Sono Friuli Venezia Giulia e Unioncamere.

Per quanto riguarda il 2026 è stato annunciato nel corso dell'evento il Concorso internazionale Olio Capitale 2027 che sarà il primo concorso che potrà annoverare la sezione speciale denominata O-liver®, per assegnare ai partecipanti, in base a particolari requisiti, un apposito bollino fornito dalla Fondazione Italiana Fegato, che attesterà le proprietà benefiche per la salute del fegato di quel determinato olio extravergine di oliva. La presenza della Fondazione Italiana Fegato a Olio Capitale è stato un aspetto di grande rilevanza anche per la continuità con cui questa realtà ha inteso operare per sensibilizzare i visitatori sugli effetti salutistici dell'olio extravergine d'oliva anche attraverso i numerosi incontri organizzati dall'Associazione Nazionale Città dell'Olio.

Particolare interesse ha riscosso il convegno "Turisolio, la valorizzazione della cultura dell'olio per lo sviluppo dei territori italiani", con l'intervento di Angelo Tortoreli, consigliere ISNART, coordinatore del progetto speciale Mirabilia. Nell'incontro è stato sottolineato come il turismo enogastronomico rappresenti un prodotto turistico rilevante dell'offerta turistica italiana: nel 2025, l'enogastronomia è stata la terza motivazione di vacanza in Italia, coinvolgendo il 17% dei turisti italiani e stranieri (fonte: Osservatorio sull'Economia del Turismo delle Camere di commercio).

Mirabilia torna a Udine: nel 2026 in Friuli Venezia Giulia la XIV Borsa del turismo culturale e agroalimentare

di Chiara Pippo

A dieci anni dalla precedente tappa friulana, **Mirabilia** torna a Udine. Il 16 e 17 giugno 2026 il quartiere fieristico di Udine Esposizioni, a Martignacco, ospiterà la XIV edizione della Borsa del Turismo culturale e delle produzioni agroalimentari di qualità, promossa da ISNART nell'ambito del Progetto Speciale Mirabilia, con l'organizzazione congiunta della **Camera di commercio di Pordenone-Udine** e delle Camere di commercio aderenti.



Per il territorio si tratta di un ritorno significativo: la Borsa Mirabilia, evento tradizionalmente itinerante, aveva toccato Udine la prima volta nel 2016, quando la città aveva ospitato la quinta edizione dell'iniziativa, che mette a fattor comune imprese e sistemi economici che ospitano sul proprio territorio siti UNESCO, in una rete coordinata dalle locali Camere di commercio. Il ritorno quest'anno, con una formula ormai consolidata, pensata per mettere in contatto le imprese con operatori internazionali interessati al turismo culturale e alle eccellenze agroalimentari italiane.

Il programma prevede due distinti appuntamenti B2B. Il primo è dedicato al turismo e coinvolgerà aziende del territorio di Pordenone-Udine con altre aziende delle altre aree Mirabilia d'Italia, tra tour operator, agenzie di viaggio, strutture ricettive e operatori dell'incoming, che potranno incontrare circa 55 buyer internazionali selezionati in collabo-

razione con IEG, provenienti da Stati Uniti, Canada, Europa e altri Paesi extra Ue. Il secondo sarà invece riservato al comparto agroalimentare, con imprese del territorio, italiane e 50 buyer internazionali selezionati in collaborazione con Assocamerestero, ITA Italian Trade Agency e ICE.

Le manifestazioni di interesse per partecipare ai B2B dei due comparti dovranno essere presentate entro mercoledì 1° aprile. Tutte le info nell'apposita sezione (in evidenza già dall'home page) del sito pnud.camcom.it.

L'appuntamento rappresenta una vetrina importante per il sistema economico locale, chiamato a presentarsi davanti a interlocutori qualificati dei mercati internazionali attraverso una proposta che intreccia paesaggio, cultura, ospitalità e produzioni di qualità.



E per Udine sarà anche l'occasione di riallacciare il filo con una storia già scritta nel 2016, riportando in Friuli un evento che in questi anni è diventato uno dei momenti di riferimento del network Mirabilia. Sono oltre 500 le persone attese per l'occasione, che potranno beneficiare sia di appuntamenti concreti di lavoro sia di visite mirate al territorio friulano. Un'opportunità dunque per presentare al meglio la regione, che ospita ben cinque siti UNESCO nei suoi confini, a un pubblico di operatori economici, imprenditori e professionisti di tutta Italia e dal mondo.

Salerno e Cilento: la nuova frontiera del turismo organizzato tra rigore scientifico e rete territoriale

di Gerardo Milito

Trasformare una provincia dalle potenzialità straordinarie in una destinazione turistica di respiro internazionale non è solo una sfida di marketing, ma un percorso di riposizionamento strutturale della destinazione. È questo il cuore di "Visit Salerno & Cilento - Essenza Mediterranea", il piano strategico avviato dalla **Camera di commercio di Salerno** che ha appena concluso una cruciale fase di concertazione territoriale per entrare nel vivo dell'operatività.

La genesi: una bussola scientifica per lo sviluppo

Il piano non nasce da intuizioni estemporanee, ma da un solido approccio metodologico. La solidità del progetto poggia infatti sulla base scientifica fornita da ISNART (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche e Culturali), i cui dati sui flussi e sulle tendenze di mercato hanno permesso a FTOURISM, sotto la guida dell'esperto Josep Ejarque, di elaborare una visione strategica d'impatto. L'obiettivo è duplice: superare la frammentazione storica dell'offerta e contrastare la stagionalità, posizionando il territorio come meta attrattiva 365 giorni l'anno. In questa architettura, l'Aeroporto di Salerno funge da pilastro infrastrutturale, elemento indispensabile per garantire quell'accessibilità necessaria a competere stabilmente sui mercati esteri.



Il coinvolgimento del territorio: sindaci e imprese al centro

Un piano strategico, per essere realmente efficace, richiede una "messa a terra" che passi attraverso il dialogo costante. La Camera di commercio ha dunque promosso un'intensa attività di animazione territoriale, coinvolgendo attivamente gli attori istituzionali. I sindaci della provincia sono stati chiamati a un ruolo di primo piano come facilitatori, con l'obiettivo di sensibilizzare le realtà produttive dei propri comuni sull'importanza di fare massa critica. Parallelemente, la roadmap degli incontri operativi ha toccato i punti nevralgici della provincia. Tra il 17 e il 19 marzo 2026, le tappe di Salerno, Capaccio Paestum, Pollica e Padula hanno registrato una partecipazione massiccia: più di 200 imprese della filiera — tra ricettività, enogastronomia, cultura e servizi — hanno preso parte ai tavoli tecnici. Questo network, aperto e gratuito, rappresenta lo strumento operativo per strutturare l'offerta e confluire nel primo catalogo dei prodotti turistici della destinazione.

La visione della governance

"Con questa regia coordinata vogliamo colmare le fragilità storiche del sistema," sottolinea Andrea Prete, presidente di Unioncamere e della Camera di commercio di Salerno. "Non facciamo più semplice promozione, ma governo del sistema: puntiamo su accessibilità e narrazione autonoma affinché il nostro territorio possa finalmente esprimere il suo valore economico reale".

Il cavallo come asset per una nuova economia rurale: una strategia per il valore aggiunto del territorio

di Marcella Ottino

Con il progetto "Toscana con il Cavallo", si definisce una nuova architettura dell'offerta territoriale, capace di trasformare il patrimonio ambientale in un asset competitivo e misurabile per le aziende della filiera agricola e turistica. La rete è il risultato di un lavoro di coordinamento che eleva il cavallo a vero driver economico per il territorio, integrando la tutela del paesaggio con un'ospitalità di eccellenza.



Attraverso il coinvolgimento operativo dell'Ambito Turistico "Terre di Pisa" e la collaborazione tecnica di soggetti specializzati come Final Furlong, è stato attivato un processo di aggregazione che ha permesso, in primo luogo, di mettere a sistema le imprese coinvolte. Nasce così un catalogo esperienziale che non si limita a una semplice mappatura, ma struttura un'offerta che fa perno

sulla spiritualità e la riscoperta delle antiche vie dei pellegrini. Queste radici storiche si intrecciano con un modello di agricoltura multifunzionale, dove il trekking a cavallo diventa il filo conduttore per esperienze di degustazione e partecipazione diretta alla vita delle aziende agricole locali. Il tutto è sostenuto da una visione di mobilità sostenibile che connette idealmente la costa con i borghi dell'entroterra, attraverso una rete di tappe capaci di garantire standard d'accoglienza d'eccellenza sia per il cavaliere che per l'animale.

Sono stati coinvolti oltre 40 soggetti tra operatori, professionisti e partecipanti. La filiera è oggi rappresentata da 30 realtà organizzate tra imprese ed enti, con una presenza diffusa che integra aree costiere, rurali e montane. Il sistema aggrega una decina di realtà della filiera equestre tra maneggi ed allevamenti, circa otto strutture ricettive rurali come agriturismi e aziende agricole, e oltre cinque operatori specializzati in servizi turistici e accompagnamento.

Questa sinergia ha permesso di strutturare un'offerta immediatamente fruibile, che comprende cinque esperienze giornaliere immersive, quattro format weekend tematici e una proposta di soggiorno settimanale. Tra le proposte simbolo spiccano l'equitazione naturale tra i borghi e i sapori della Lunigiana, le esperienze di relazione e benessere nella campagna volterrana e le cavalcate in montagna legate alle antiche tradizioni del lavoro con il bestiame. In questo contesto, l'azione camerale si è concentrata sulla standardizzazione dell'offerta, definendo requisiti di qualità che rendono il prodotto immediatamente riconoscibile e competitivo sui mercati.

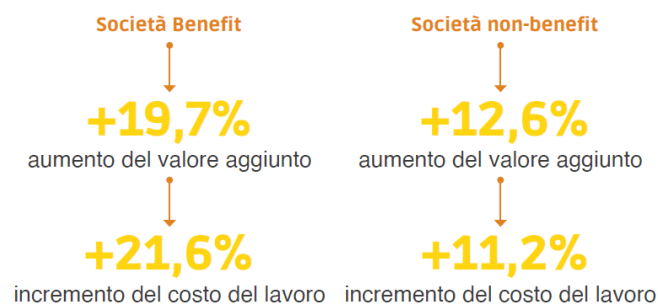
Attraverso questo modello, si vuole favorire l'afflusso di viaggiatori alto-spendenti verso le zone rurali, contrastando efficacemente la desertificazione commerciale e incentivando le imprese a diversificare le proprie entrate.

Le Società benefit accelerano il passo e restituiscono più valore al lavoro

I risultati della Ricerca Nazionale 2026 confermano un modello d'impresa in rapida espansione, con performance economiche superiori alla media e un impatto concreto su lavoratori e territorio

di **Francesca Sanesi e Carlo De Vincentiis**

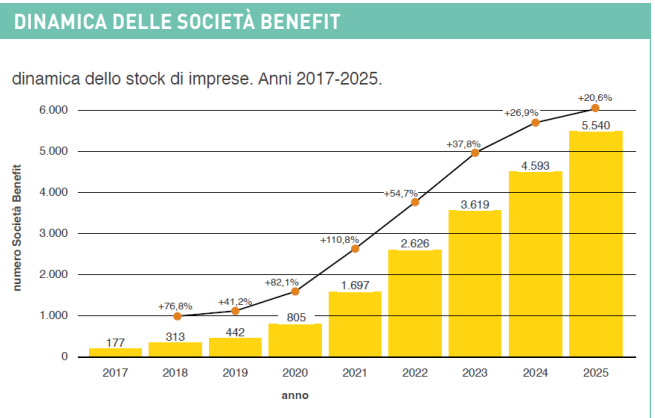
Alla fine del 2025 le Società benefit registrate in Italia sono 5.540, con una crescita superiore al 20% rispetto all'anno precedente. Queste imprese impiegano oggi circa 241.000 addetti e hanno generato 69 miliardi di euro di valore della produzione nell'anno fiscale 2024, pari al 2,5% del totale nazionale. È quanto emerge dalla Ricerca Nazionale sulle Società benefit 2026, realizzata da NATIVA, il Research Department di Intesa Sanpaolo, InfoCamere, l'Università di Padova, la Camera di commercio di Brindisi-Taranto e Assobenefit.



Il dato più significativo riguarda il capitolo del lavoro. Il salario per addetto nelle Società benefit, infatti, supera di circa 3mila euro quello delle imprese comparabili, elemento che assume ancora più significato in un contesto lungamente segnato dall'erosione del potere d'acquisto. Se si pensa che il 63% delle benefit ha aumentato i propri addetti nel triennio (15 punti percentuali in più rispetto al campione di confronto) si comprende l'orientamento concreto di queste imprese alla creazione di impatto positivo sulla comunità. Alla base di questo risultato ci sono performance

economiche più che positive. Nel periodo 2022-2024, infatti, le Società benefit hanno registrato una crescita del fatturato del 14,6%, a fronte del 5,3% delle imprese tradizionali comparabili. Il valore aggiunto è aumentato del 19,7% contro il 12,6%, e il margine operativo lordo cresce al 16,2% rispetto al 10,5% delle non-benefit: un segnale chiaro che integrare finalità di beneficio comune non penalizza la competitività, anzi la rafforza.

La ricerca evidenzia inoltre una governance più inclusiva e dinamica: il 47% delle Società benefit ha almeno una donna nel board (contro il 36% delle tradizionali) e il 29,3% include almeno un under 40. Le imprese con board più giovani mostrano performance superiori in fatturato, occupazione e valore aggiunto, confermando una correlazione tra rinnovamento della governance e migliori risultati economici. Per approfondire scarica la **Ricerca Nazionale 2026**.



Società benefit: a Brindisi la seconda tappa della challenge nazionale

di Francesca Sanesi

Il ministero delle Imprese e del Made in Italy sta promuovendo la **Benefit Competition**, challenge nazionale che intende contribuire ad accelerare una trasformazione già in atto nel tessuto produttivo del nostro Paese.

L'iniziativa si compone di cinque tappe territoriali nel corso delle quali Società benefit già costituite ed imprese che intendano farlo, dopo una prima selezione operata da un comitato di valutazione nazionale, si presentano davanti a giurie locali qualificate, con l'obiettivo di vincere la tappa ed arrivare all'evento finale.



La seconda tappa si è svolta a Brindisi il 12 marzo nella sede della **Camera di commercio di Brindisi-Taranto**, impegnata sul tema benefit dal 2016 e detentrica, insieme ad InfoCamere, della dashboard statistica nazionale sulle SB italiane, da qualche settimana disponibile anche in **versione open**. Le tre imprese premiate GenomeUp, BeNewtral - Società benefit e N&B Natural is Better hanno messo in luce la vitalità di un tessuto imprenditoriale capace di coniugare tecnologia, sostenibilità

e visione, proponendo progetti che rappresentano il segnale di un cambiamento ampio in cui l'impresa è sempre più attore sociale, oltre che economico. Dalla tavola rotonda, moderata dalla segretaria generale dell'Ente camerale Claudia Sanesi, è emersa l'idea che il modello benefit non sia solo una semplice evoluzione normativa, ma un vero e proprio cambio di paradigma che ha al centro il duplice scopo della generazione di utile e del contestuale perseguimento del beneficio comune.

Gli indirizzi del presidente della Camera di commercio Cesareo e della rappresentante del ministero delle Imprese e del Made in Italy Marchesano, il confronto fra Pompei (Unioncamere), D'Antini (Consigliera nazionale di parità), Cirillo (Assobenefit) e Pastore (Regione Puglia), le testimonianze aziendali (Comes SpA, in via di trasformazione e Andriani SpA, benefit consolidata) e, naturalmente, i pitch delle 10 finaliste, hanno evidenziato come il successo delle benefit sia legato anche alla capacità dei territori di accompagnarne la crescita, con la costruzione di un ecosistema favorevole in cui innovazione, sostenibilità e radicamento locale possano convivere.

La terza tappa della **Benefit Competition** si svolgerà ad Ancona il 26 giugno 2026.

Le candidature per partecipare sono aperte dal 23 marzo al 4 maggio 2026.

Il regolamento e il form di iscrizione sono disponibili al seguente [link](#).

Scopri le prossime tappe del Road Show organizzato da Si.Camera sulle Società benefit al seguente [link](#).

NEWS DA BRUXELLES

→ **Clean Energy Investment Strategy.** La Commissione Ue ha adottato la Clean Energy Investment Strategy per consolidare il quadro finanziario della transizione energetica e favorire la mobilitazione di capitali privati. A fronte di un fabbisogno stimato in 660 miliardi di euro l'anno fino al 2030, la strategia si articola su quattro pilastri: reti elettriche, credito bancario, tecnologie innovative ed efficienza energetica, coordinamento pubblico-privato.

Per info: [Clean energy investment](#)

→ **Innovation Fund: risultati sotto le attese.** La Corte dei Conti Ue attesta che i risultati dell'Innovation Fund in termini di riduzione delle emissioni restano inferiori alle aspettative. La volatilità delle entrate ETS, ritardi nei progetti e stime teoriche sulle riduzioni di CO₂, oltre all'assenza di un'analisi strutturata del panorama tecnologico, riducono la coerenza nell'allocazione delle risorse.

Per info: [Innovation Fund](#)

→ **Il primo congresso camerale sui progetti.** Il 22-23 giugno si terrà a Pisa la prima edizione di Cantiere Europa, il Congresso Nazionale delle Camere sulla progettazione europea, organizzato da Unioncamere, in collaborazione con la Cdc Toscana Nord-Ovest e Unioncamere Europa. L'iniziativa si inserisce in un percorso che comprende le attività di Eurochambres e di Unioncamere Europa a supporto della costruzione di partenariati nell'ambito dei bandi Ue.

Per info: [Cantiere Europa](#)

NEWS DAL MONDO

→ **Online il Catalogo Attività 2026 - Le iniziative delle Camere di commercio italiane all'estero**

Assocamerestero, con il contributo delle Camere di commercio italiane all'estero, ha realizzato la seconda edizione del Catalogo Attività 2026 - Le iniziative delle camere di commercio italiane all'estero per crescere sui mercati internazionali, lo strumento operativo che raccoglie alcune delle principali attività promosse dalla rete delle CCIE per accompagnare le imprese italiane nei percorsi di internazionalizzazione.

L'edizione 2026 raccoglie 101 iniziative, suddivise per area geografica, Paese e singola Camera. Per ciascuna attività è disponibile una scheda dedicata con informazioni su data e luogo di svolgimento, settori di riferimento, target, descrizione e contatti utili, offrendo alle imprese uno strumento chiaro e immediatamente fruibile per individuare le opportunità più in linea con i propri obiettivi di crescita.

Il Catalogo include un ampio ventaglio di iniziative: workshop, seminari, convegni e forum internazionali, fiere ed eventi promozionali B2B e B2C, missioni imprenditoriali incoming e outgoing, oltre a programmi di formazione, incontri di business matching e iniziative di networking rivolte alle comunità d'affari italiane nel mondo.

[Scarica il catalogo qui.](#)



SISTEMA
CAMERALE

