Supplemento a Target Notizie, nr 12 Dicembre 2023 - Spedizione in abbonamento postale 70% - Poste Italiane Spa - DCB Verona - Copia gratuita - Sono state distribuite gratuitamente 6.000 copie

L'ADIGE

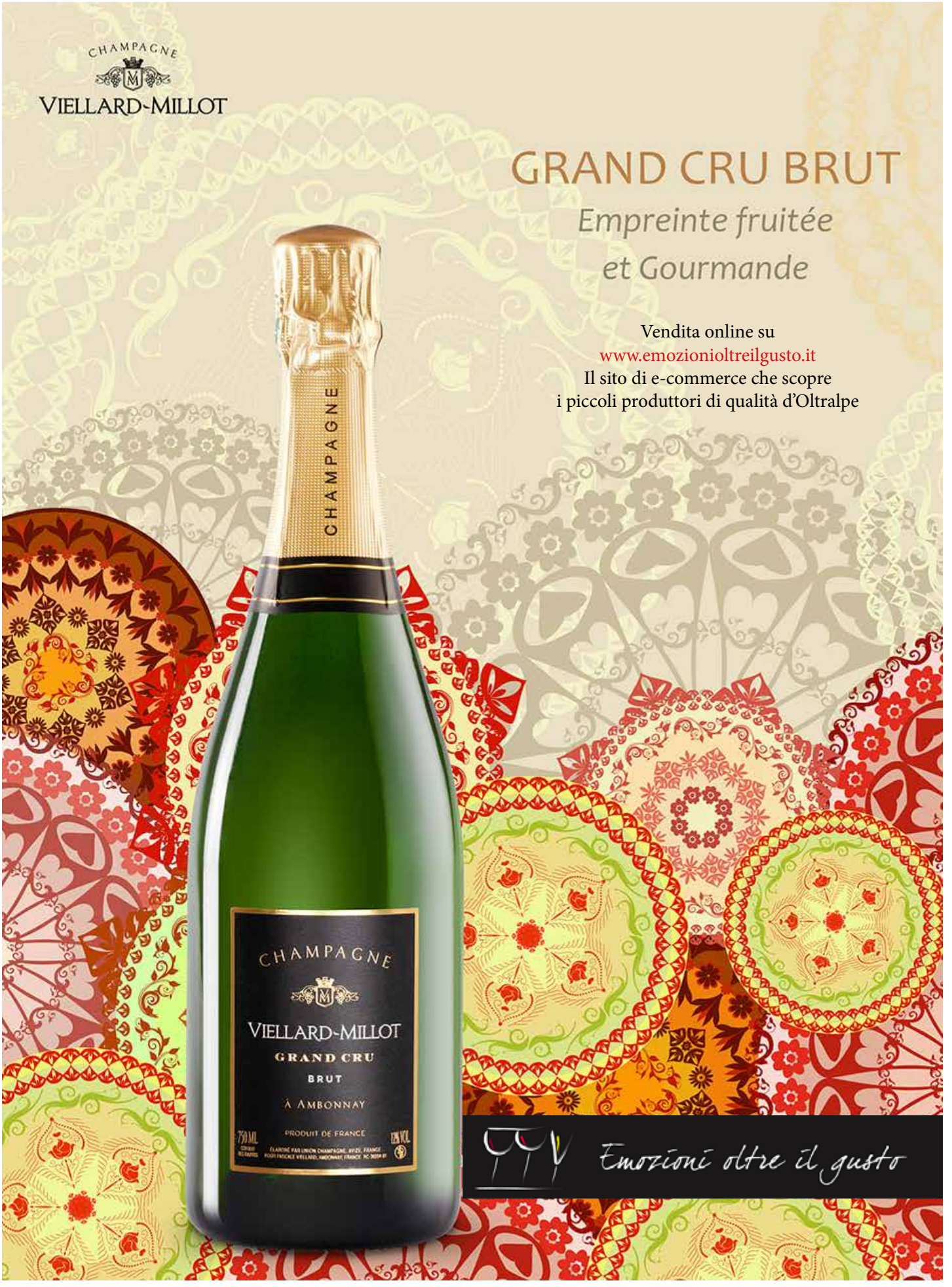
Economia & Territori

In collaborazione con AIV L'Impresa di crescere.

2024, la ripresa scaligera cambia scenario

Enrico Marchi, il nuovo Doge del Nord Est

a pagina 34


CHAMPAGNE
VIELLARD-MILLOT
GRAND CRU BRUT
Empreinte fruitée
et Gourmande
Vendita online su
www.emozionioltreilgusto.it
Il sito di e-commerce che scopre
i piccoli produttori di qualità d'Oltralpe
CHAMPAGNE
CHAMPAGNE
VIELLARD-MILLOT
GRAND CRU
BRUT
À AMBONNAY
PRODUIT DE FRANCE
Emozioni oltre il gusto

Editoriale

Si è sempre guardato all'economia veronese con un occhio di riguardo per il suo Capoluogo. Come se tutto quello che contava davvero transitasse esclusivamente dalle parti di Piazza Bra e fra Piazza Nogara e Via Garibaldi. La realtà è sempre stata ben diversa con una provincia vitale, capacissima di realizzare grandi performance nonostante alcuni limiti infrastrutturali che proprio il cuore del potere politico (nel Capoluogo) ha affrontato con estenuante lentezza.

La provincia, o meglio la "grande Verona", ha portato acqua al Capoluogo e soltanto in parte ne è stata ricompensata con investimenti adeguati alle sue potenzialità e alle sue realtà.

Ora la situazione è radicalmente cambiata. E lo scenario a tendere – ma è sempre di più realtà e sempre meno progetto – è una vasta area produttiva strettamente interconnessa con una logistica avanzata in grado di lavorare e smistare le grandi partite internazionali che dal Mediterraneo debbono salire al nord Europa. La nuova centralità italiana nell'Indo-Pacifico, quella "via del Cotone" che ha preso il posto nello scenario geostrategico nazionale della "via della Seta", vede il territorio veronese quale hub di riferimento continentale.

Una posizione "benedetta dagli Dei" che va ben oltre quanto potrà fare (se mai arriverà) l'investimento di Intel che, comunque, conferma la strategicità di un territorio che oggi ha una mission ben chiara ed un obiettivo a portata di mano: diventare la centralità del nuovo sviluppo europeo. Ci sono le aree, c'è una viabilità che sta crescendo, ci sono due aeroporti, una nuova relazione col territorio limitrofo (da Mantova a Trento), una Università sempre più votata al business, ci sono le imprese e gli imprenditori. Ci sono scuole che ben preparano e giovani di qualità. Una nuova generazione.

La "grande" Verona – quella che va ben oltre il suo Capoluogo, bellissimo ma "stretto" per questo scenario – ha davanti a sé un grande obiettivo. Può raggiungerlo.

Ed è questo il tema dello Speciale Economia & Territori che il Gruppo L'Adige, coi suoi free press Target Notizie e InCassetta, ha realizzato.

WHERE IDEAS MEET ENTERPRISES

veronafiere
Trade shows & events since 1898

VERONAFIERE.IT

Sommario

Scenario

Cosa si attendono dal 2024 le imprese 7
Multinazionali nel Veronese 14
AIV, il motore dello sviluppo 18
Lavoro, scelte non scontri 24

Protagonisti

Enrico Marchi, il nuovo Doge del Nordest 34
Filippo Manfredi, il 2024 di Fondazione CariVerona 38
Flavio Piva, ritorna la banca "del popolo" 42
Maurizio Ascione, lo zar delle rinnovabili 46
Paolo Arena, un manager per la capitale del vino 86

Economia reale

A fianco del colosso VeronaFiere crescono le rassegne di territorio 48
Infrastrutture: così la "mezzaluna" diventa l'hub d'Europa sulla "via del Cotone" 58
La leadership scaligera nella grande distribuzione 70
Agroindustria, 2024 decisivo per il mondo del vino 79

Appendice statistica 112

Target

Fondato nel 1995

Direttore Responsabile
BEPPE GIULIANO
boss@giornaleadige.it
Coordinamento
L'Adige Economia & territori
STEFANO TENEDINI
Stefano.tenedini@giornaleadige.it
Caporedattore
FABIO LONARDI
direttore@incassetta.it
Società Editrice
GIORNALE ADIGE SRL
Direzione, amministrazione, pubblicità
Piazza Cittadella 16 – 37121 Verona
Foto copertina Angelo Sartori-Fotoland
Foto: Archivio Target Notizie, Giornale Adige
Le grafiche dello Speciale sono tratte dal Rapporto Coop 2023, cui partecipa la nostra Redazione.
Progetto grafico e impaginazione:
Emanuele Delmiglio, redazione@delmiglio.it
Redazione: Via Torricelli nr 37,
37136 Verona
Codice Fiscale/Partita IVA 04729460230
Codice SDI: M5UXCR1
Pec: giornaleadige@pec.it
Redazione: info@targetnotizie.it
Iscritta al Registro Nazionale degli Operatori della Comunicazione:
nr 37822 del 18/02/2022
Registrazione Tribunale di Verona:
nr 1144 del 24.02.1995
Foto: Archivio Target Notizie, Giornale Adige
Le grafiche dello Speciale sono tratte dal Rapporto Coop 2023, cui partecipa la nostra Redazione
Tipografia: FDA Eurostampa SRL,
via Molino Vecchio, 185 – Borgosatollo BS
Distribuzione: Mattia Zavanella,
via Goffredo Mameli 124, Verona
Copia gratuita, disponibile anche
nelle edicole di Villafranca.
Distribuzione porta a porta a: Dossobuono, Alpo, Pizzoletta, Quaderni, Povegliano, Valeggio, Mozzecane, Nogarole Rocca, Castel d'Azzano, Sommacampagna, Sona, Castelnuovo del Garda, Peschiera del Garda, Bussolengo, Isola della Scala, Nogara, Zevio, San Giovanni Lupatoto e San Martino Buon Albergo.
Dello Speciale *L'Adige Economia & territori* di dicembre 2023 sono state stampate e distribuite gratuitamente 6.000 copie. Numero chiuso in tipografia l'8 dicembre 2023
Target Notizie è depositato nelle Biblioteche Nazionali di Roma e Firenze e in doppia copia in quella di Verona, ufficio periodici, secondo quanto disposto dalla legge 106/2021

rossetto
365 giorni di grande risparmio

Il 2024 dell'economia

Previsioni sempre più difficili, ma alcuni dati restano certi: la capacità resiliente dell'impresa veneta, il potenziale dell'Unione Europa e il peso sempre più insopportabile del debito pubblico che erode la nostra ricchezza

Se il Novecento è stato il "secolo corto", il Duemila lo sarà certamente ancora di più. Almeno, i primi vent'anni di storia ci dicono questo e gli ultimi due ci confermano che caduta dei blocchi politici generati dalla Seconda guerra mondiale e globalizzazione non hanno ridotto l'incertezza, ma anzi l'hanno amplificata.

Cosa ci attenderà dunque nei prossimi mesi? La partita si giocherà su tavoli più grandi del Veneto e dell'Italia e basterà poco per modificare totalmente il quadro. In positivo, allontanando il rischio recessione in Europa, o in negativo se i due conflitti regionali (in Ucraina e in Israele) incendieranno aree ancora più vaste.

Il sentiment degli imprenditori – interpellato in più sondaggi ai quali ha partecipato anche la redazione economica de L'Adige – prima dell'ultimo shock in Medio-oriente era tendenzialmente favorevole. Soprattutto nel nostro Veneto dove i principali dati macroeconomici – Pil, spesa delle famiglie, investimenti fissi lordi e interscambio commerciale – registravano valori migliorativi rispetto a quelli nazionali. Pil a più 0,9 contro lo 0,7% nazionale; consumi delle famiglie all'1,7 contro l'1,4% italiano; investimenti fissi lordi a più 0,6 contro lo 0,3%. Inflazione al 5,1 contro il 5,5% nazionale in calo di quasi tre punti rispetto al 2022.

Rispetto all'Italia, il Veneto però esporta un punto di meno fermandosi al 3,2 contro il 4,2%. Pesa la frenata tedesca, economia cui siamo sempre più interconnessi, che ci allontana clamorosamente da quel più 16% che il Veneto aveva raggiunto l'anno scorso.

Prodotto Interno Lordo

Quali tra i seguenti fattori potrebbero favorire una CRESCITA DEL PIL DELL'ITALIA SUPERIORE ALLE ATTESE ?

1°	Accelerazione nell'attuazione del PNRR	43%
2°	Attuazione di riforme strutturali	38%
3°	Rapido rientro dell'inflazione	34%
4°	Aumento dei consumi delle famiglie	26%
5°	Fine del conflitto tra Russia e Ucraina	25%

E quali, viceversa, potrebbero PEGGIORARE L'ANDAMENTO DEL PIL RISPETTO ALLE ATTESE ?

1°	Mancato utilizzo dei fondi PNRR	48%
2°	Nuova spinta inflazionistica	39%
3°	Calo dei consumi delle famiglie	37%
4°	Mancata attuazione di riforme strutturali	30%
5°	Andamento negativo dell'economia globale	23%

Base: Totale campione (518)

Materiali riservati. Per riproduzione e divulgazione ulteriore è necessaria espressa autorizzazione

In balia del mondo esterno? In parte, il Veneto e l'Italia hanno una grande capacità di crescita interna che non viene sfruttata. È quanto crede il campione di imprenditori coinvolti nel più recente Rapporto Coop: se osservate la tabella a pagina 9, per crescere l'Italia deve sfruttare bene la carta PNRR e attuare quelle riforme strutturali (mercato del lavoro, apparato pubblico, giustizia civile) di cui si parla dal 1994 e che un governo politico, dall'arco temporale ampio, potrebbe – magari – realizzare.

Ed è per questo che il 63% degli imprenditori immagina una crescita dell'economia globale contro un 24% di probabilità di stagnazione ed un 13% di attesa di recessione.

Il 2024 sarà però comunque un anno in cui la geopolitica la farà da padrona: si voterà per il nuovo governo dell'Unione Europea da cui dipendono le grandi strategie – quella sulla transizione ecologica in primis – che impattano direttamente la vita delle nostre imprese: clima, leadership globale e economia più solida sono le tre sfide che, per il nostro campione di imprenditori, dovrà affrontare la nuova Commissione con due temi su tutti: la riduzione dei tassi di interesse da parte della BCE entro il 2024 e l'approvazione del nuovo Patto di stabilità dopo gli anni di flessibilità di bilancio imposti dalla pandemia. Se si realizzeranno, e bene, questi due momenti-clou il PIL nell'eurozona potrebbe crescere per il 70% del campione con percentuali superiori a quelle che si registreranno quest'anno.

Cosa resta un rischio davvero grande per il sistema Paese? Non c'è dubbio che sia l'enorme mole del debito pubblico che sottrae risorse miliardarie ogni anno come interessi da pagare ai nostri creditori e impedisce investimenti e scelte di lungo periodo. Anche la Finanziaria 2024 si è chiusa a debito con un deficit atteso di 16 miliardi, meno di quello previsto dalle opposizioni che implicavano uno sforamento compreso fra i 24 ed i 35 miliardi. Il segno che la politica nazionale continua a suonare sulla tolda del Titanic senza iniziare ad immaginare una strategia diversa che senza uccidere il malato curi questa patologia che, alla fine, pagheranno i nostri figli e nipoti e marginalizzerà il nostro Paese.

Negli ultimi cinque anni i grandi gruppi stranieri in Italia sono aumentati del 29%

Multinazionali in crescita grazie a posizione e infrastrutture

A Verona oltre un centinaio le "big" di proprietà estera o mista, attratte da manodopera qualificata e servizi per le imprese. Molto spazio per l'espansione nell'area sud-ovest

Si temeva che la pandemia avesse assestato un duro colpo all'attrattività del nostro Paese, ma fortunatamente non sembra stia andando così male. I dati di InfoCamere dicono infatti che nei cinque anni dal 2017 al 2022 le industrie italiane multinazionali (o con almeno parte di proprietà straniera) sono salite da poco più di 4218 a 5435 dopo il Covid, il 29% in più. Ancora meglio hanno fatto le aziende in cui l'azionista unico è straniero, il che fa crescere dall'1,4% fin quasi alla soglia del 2% le imprese controllate da soci internazionali.

Una dinamica che Verona conosce molto bene, visto che le multinazionali in provincia sono oltre in centinaio, ben distribuite tra i settori e le zone. Oltre ai rilevanti insediamenti nella cintura del capoluogo, spesso siti direzionali e non solo produttivi, il nostro territorio viene scelto per la posizione strategica di autentico crocevia da e per i mercati del Nord Europa e per i Paesi dell'Est, la presenza di infrastrutture, strade, autostrade, ferrovia e l'aeroporto che sono strumenti necessari per la movimentazione di merci e la mobilità, un bacino di manodopera qualificata e una ricca dotazione di servizi per l'impresa.

In questo contesto già molto stimolante l'area sud-ovest del Veronese, che dal lago scende seguendo il Mincio e la provincia di Mantova, si distingue grazie a un costante sviluppo della logistica, stimolata dai grandi spazi disponibili e dal sistema viario e richiamo per autotrasportatori, spedizionieri e corrieri.

Nella zona sono ben rappresentati commercio e produzione e non manca una tradizionale presenza agricola, mentre sono in crescita start up e innovazione di processo e prodotto. Sia pure per adesso con numeri e volumi limitati, esse si collocano nella scia di un territorio ormai tra le prime dieci province italiane per le nuove imprese hi tech iscritte alla Camera di Commercio. A settembre Verona con ben 216 società registrate, risultava la seconda provincia veneta.

Secondo i dati elaborati da Confindustria Verona in occasione dell'assemblea 2023, la nostra provincia si distingue nel Veneto e in Italia per gli investimenti esteri che generano sviluppo e occupazione, rafforzano l'indotto, la cultura e la managerialità. I dati testimoniano l'apertura internazionale del territorio (al settimo posto nazionale per interscambio manifatturiero), tanto che nel 2022 l'export veronese è cresciuto 12,7% in un anno, raggiungendo i 14,7 miliardi e facendo di Verona la decima provincia italiana nell'export. Verona si distingue anche nell'import: è al quarto posto nazionale dopo Milano, Roma e Torino.

Oltre a un'indiscutibile eccellenza nella logistica, rafforzata dalla presenza del Quadrante Europa e delle attività a servizio dei settori agricolo, commerciale, distributivo e industriale, l'industria veronese è leader in molti mercati grazie alla forza dei brand globali, anche stranieri, che hanno scelto di investire qui. Si tratta inoltre di un territorio in equilibrio tra i comparti: oltre a un'industria manifatturiera dinamica e internazionalizzata, l'agricoltura e l'agroindustria di trasformazione sono moderne ed efficienti, attive in prevalenza (ma non solo) nel sud e nel sud-ovest, mentre il commercio e i servizi sono diffusi ovunque e in costante crescita anche grazie alla disponibilità di personale qualificato.

Molti dati confermano questa solidità complessiva. Verona è prima in Veneto per la concentrazione di aziende oltre i 250 addetti, il valore della produzione e il PIL pro capite, largamente sopra la media italiana. È la seconda in Europa per l'attività dell'interporto e settima a livello nazionale per l'interscambio del manifatturiero. Inoltre solo alla voce export è la prima provincia italiana per il mar-

mo, seconda per le bevande, terza per cisterne e radiatori e gli alimentari, sesta per calzature e tessile-abbigliamento, e infine decima per i macchinari.

Tornando al territorio del sud-ovest, negli ultimi anni le dinamiche di natalità e mortalità delle aziende hanno reso disponibili spazi e insediamenti destinati a imprese e servizi. Numerose le opportunità mappate sul piano urbanistico e amministrativo. Tra le zone in cui sono presenti aree utilizzabili (sia produttive che logistiche) esistono piani di sviluppo, oltre che a Villafranca come comune di riferimento principale, a Sommacampagna, a Sona e a Valeggio sul Mincio, a Povegliano, Mozzecane, Vigasio e Nogarole Rocca, poi più verso sud a Erbè, Trevenzuolo e Sorgà. E risalendo verso Verona: Buttapietra e Castel d'Azzano.

Lavoro, rivoluzione IA

AIV, il motore del territorio resta l'impresa

Formazione, informazione e relazione: dopo più di trent'anni resta strategica l'associazione che raccoglie gli imprenditori. Fondata come lobby oggi vuole imporsi come stanza di compensazione sui grandi temi. Dal passaggio generazionale, alla digitalizzazione, all'intelligenza artificiale

Se la "mezzaluna" che passa immediatamente a sud del capoluogo è la "mezzaluna fertile" del prossimo sviluppo del Veronese, è ovvio che buona parte del suo successo dipenderà dalla classe dei suoi imprenditori e della loro voglia di fare squadra, di mettere a sistema le esperienze passate e di condividere nuovi progetti e percorsi di crescita. Per questo, più di trent'anni fa i nomi storici dell'industria castellana trovarono nell'AIV, l'associazione che li riuniva, la casa comune dove programmare lo sviluppo della seconda città veronese, andando oltre la sua storica specificità commerciale.

Più di trent'anni dopo, Giovanni Passarella, presidente di AIV e Barbara Massei, direttrice dell'associazione, vogliono cogliere il momento favorevole, ricco di progettualità, per far ripartire il comparto produttivo villafranchese: «La cosa più importante per noi oggi – hanno spiegato nel corso della recente Settimana Veronese della Finanza – è quella di fare cultura di impresa e networking: l'imprenditore è sempre affaccendato, sempre preso dalla conduzione dell'azienda: avere le informazioni giuste da parte dei colleghi è un valore importantissimo. Si pensi solo all'industria 4.0 che noi imprenditori abbiamo abbracciato come un grande stimolo ad innovare da parte dello Stato: peccato però che poi non è stata spiegata nel modo corretto, nemmeno dai governi, è quindi il nostro ruolo è stato quello di raccontare veramente qual era il senso della legge, come e quando utilizzarla».

Da Villafranca avete associato imprese anche non esattamente del posto…

«Non esiste un confine nelle problematiche delle imprese; fuori dai nostri cancelli c'è l'Europa, c'è la globalizzazione. Abbiamo delle necessità comuni, abbiamo delle richieste comuni che vanno in una infrastrutturazione di qualità che sia utile a tutto il territorio. Naturale, quindi, coinvolgere anche i colleghi imprenditori di un territorio più vasto».

Qual è il collante allora di queste imprese?

«Crediamo che dobbiamo tornare ai tre valori che risultano dal nostro statuto ormai ultratrentennale che sono valori di sostenibilità. Oggi è stato dato un nome, un termine che riconosce nell'epoca moderna quelli che erano i valori solidi e abbastanza radicati dei nostri fondatori che già all'epoca parlavano di etica imprenditoriale in termini di ricaduta positiva delle attività di un'impresa sul territorio all'interno del quale è insediata. Secondo valore: l'importanza data alle famiglie dei collaboratori in azienda. Terzo, la cultura d'impresa tramandata dai senior agli junior. Infine, il rapporto di collaborazione istituzionale con l governo locale, cosa possiamo fare insieme? Cosa possono fare i governi locali evitare un po'la solitudine dell'imprenditore».

«Lo facciamo attraverso una serie continua di incontri – proseguono passarella e Massei – affinchè vi sia un costante scambio di informazioni. Abbiano davanti sfide epocali: il valore economico riconosciuto all'etica di impresa anche dal sistema bancario, i crediti ESG, e l'intellingenza artificiale che cambierà il volto delle nostre imprese. Mancheranno milioni di lavoratori, quindi stiamo andando incontro un mondo digitale che compenserà probabilmente, forse non riuscirà nemmeno a compensare questa mancanza di forza lavoro. Su questi temi le imprese non possono non dialogare con la politica locale: dobbiamo fare oggi delle scelte che varranno nei decenni a venire».

Quanto è cambiato l'interesse verso l'associazionismo? Si parla di crisi dei corpi intermedi…

«Per quello che ci riguarda c'è una crescita di interesse, anche grazie all'attivismo della nostra direzione. Noi vogliano amplificare ulteriormente il nostro sforzo. Noi vogliamo schiacciare sull'acceleratore perché dai nostri incontri siamo sempre tornati a casa con qualcosa in più per tutti noi. Questa grazie anche alla pluralità dei settori economici dei nostri associati ed è importante vedere come realtà diverse dalla propria affrontano problematiche simili. Di associazioni di categoria ce ne sono tante, però noi siamo un po'diversi, ecco, lo scopo nostro è veramente quello di crescere a vicenda, di farci crescere grazie a quello che ci diciamo.

Devo dire – continua Giovanni Passarella – che abbiamo vissuto dei momenti anche emozionanti nel vedere imprenditori che hanno consolidato delle imprese riconosciute ad oggi a livello internazionale sul nostro territorio, confrontarsi con le nuove generazioni e ricordare assieme il percorso che hanno fatto sino ad oggi, che cosa è cambiato e come è cambiato. Sappiamo quanto è ancora oggi difficile il passaggio generazionale coi rischi che comporta nati spesso dall'incapacità di delegare, di coinvolgere o di appoggiarsi ad un ambito manageriale».

Dall'esperienza di AIV nasce anche AIV Formazione, una società cooperativa senza fine di lucro, strutturata per l'erogazione di pacchetti di formazione…

«AIV Formazione- risponde Barbara Massei- è nata proprio in senno all'AIV oltre 30 anni fa ed è accreditata dalla Regione Veneto per l'erogazione dei finanziamenti a fondo perduto, diretti prevalentemente al continuo aggiornamento e alla formazione dei lavoratori. Non si escludono per questo finanziamenti anche diretti all'innovazione all'interno delle imprese. Il campo è molto vasto, con tantissimi progetti che vengono strutturati e progettati dalla Regione e successivamente riconosciuti dal Fondo Sociale Europeo. Ecco, magari talvolta non sono allineati col fabbisogno realistico, operativo quotidiano delle nostre imprese, per cui c'è una complessità dovuta sempre un po'a una distonia di comunicazione che non li rende così facilmente accessibili. Però ci sono, e il compito nostro è quello di motivare e stimolare le imprese del territorio, non solo degli associati, a informarsi, a chiedere, a usufruirne perché sono finanziamenti, ripeto, a fondo perduto, che sono fondamentali nel supportare la crescita delle nostre imprese».

Il dramma del lavoro che non paga

CON L'INFLAZIONE SALARI E PROFITTI RESTANO AL PALO...

(IPCA 2022 su base 2019, var% 2022-2019 profitti unitari delle imprese, var% 2022-2019 costo unitario del lavoro)

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Eurostat

... E GLI ITALIANI DIVENTANO PIÙ POVERI

(Stipendio annuo netto di una persona single senza figli, valori in euro a parità di potere d'acquisto, e incidenze dei lavoratori a rischio di povertà, 2022)

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nomisma su dati Eurostat

68%
Manager favorevoli all'introduzione del salario minimo

6 mln
Lavoratori italiani pronti a battersi* per il salario minimo

7,8 mln
Sono pronti a farlo per il CCNL e un aumento dei salari

* raccolta firme, petizioni, manifestazioni ...

GLI ITALIANI SI SENTONO MALPAGATI

(Ritiene che l'attuale remunerazione del suo lavoro sia adeguata rispetto a ...?, Valori percentuali, Campione lavoratori che ritengono la remunerazione non adeguata)

L'UTOPIA DI UN AUMENTO SALARIALE

(In che misura si attende che il suo reddito mensile aumenti nei prossimi 12/18 mesi?, Percentuale lavoratori)

	Totale lavoratori
Mi è già stato promesso un prossimo aumento di stipendio	7%
Si parla di un possibile rinnovo del contratto collettivo nazionale	15%
Spero ci possa essere un aumento ma non ho elementi concreti	36%
Sono abbastanza sicuro che non guadagnerò di più	28%
Purtroppo mi aspetto di dover guadagnare di meno	10%
Avverto il rischio di poter perdere il mio lavoro attuale	4%

Fonte: Ufficio Studi Coop-Nomisma, "Whats Up", Consumer Survey, "Beyond Future" Executive Survey, Agosto 2023

Chi rimane senza un impiego è spesso perché non ha le qualifiche richieste dal mercato

Il nuovo paradosso del lavoro: tanti disoccupati ma aziende a secco

A mani vuote, a rischio di rallentare la crescita, imprese che cercano tecnici specializzati o figure nei settori sanitari, ingegneri nei campi innovativi e addetti all'export

Con un'economia che tiene, anche se non sta brillando a causa di dinamiche internazionali con ricadute locali, il problema che più inquieta le aziende del Veronese non sono i concorrenti o le materie prime, ma i dipendenti che non si trovano. Lo conferma a scadenze mensili Unioncamere con le rilevazioni del bollettino Excelsior, curato insieme ad Anpal: non ci sono abbastanza addetti da inserire nel processo produttivo o nella ricerca, nella logistica, perfino negli uffici amministrativi e commerciali.

Il punto è che le persone che cercano un lavoro non hanno le qualifiche che servono alle imprese che assumono.

Tanti disoccupati ma aziende a secco, è il paradosso che si aggrava e crea una spirale negativa. Cioè: per assurdo ora si trova più facilmente impiego, seppur di solito sottopagato, in settori che ai giovani non interessano se non per una stagione o come lavoretto durante l'università. Parliamo di commessi, autisti di furgoni, baristi e camerieri privi di competenze o esperienza. A restare con le mani vuote e a rischio di veder frenata la crescita sono aziende che cercano tecnici specializzati, figure da inserire in sanità, addetti all'export che parlano le lingue del commercio, ingegneri per i settori più innovativi. Lo squilibrio tra la domanda e l'offerta è un aspetto sconcertante del mercato del lavoro.

I bollettini avvertivano che 23 mila imprese veronesi, molte delle quali situate nella zona sud-ovest che ha uno dei tassi di sviluppo più dinamici, avrebbero dovuto assumere entro fine novembre oltre 8000 dipendenti, più altri 16 mila da qui a fine gennaio. Ma solo poche di queste ricerche andranno a buon fine. Vale in tutto il Veneto: in sette province le aziende cercavano 40 mila addetti, il +8,25% sul 2022. Tutti a setacciare il territorio, sapendo che oltre la metà di queste figure professionali non si troveranno: studiano o sono già in azienda.

Solo in novembre a Verona si cercavano 8000 dipendenti, più altri 16 mila entro fine gennaio: introvabili nel tessile-abbigliamento ma anche fabbri, saldatori, lattonieri e carpentieri

A Verona la situazione è critica: per le tipologie di dipendenti citate prima, la percentuale di ricerche a vuoto oscilla da un massimo del 74% nell'area sanità al 69% dell'export e a un minimo del 65% per ingegneri e amministrativi. Vale anche per chi è laureato negli indirizzi economici, formazione, farmaceutica e chimica, sanitari e paramedici e commerciali, salvo gli addetti alle vendite. Va detto che anche nella ristorazione non è facile trovare personale: segno che il settore del turismo e dell'accoglienza non va in letargo con la fine dell'estate. E infatti si continua a cercare personale nella logistica e nei servizi di pulizia.

Una situazione ancora più seria riguarda le imprese edili, che non trovano più operai specializzati (rimangono

senza risposta quattro ricerche su cinque). Col risultato che i cantieri frenano: per terminare un edificio ci sono tempi lunghi come se ci fosse ancora il superbonus. La "carestia" di giovani da impiegare si fa sentire in percentuali critiche nell'artigianato, con figure ormai introvabili. Quasi irreperibili gli specialisti nel tessile-abbigliamento, i fabbri e i saldatori, i lattonieri e i carpentieri: tanto che per averli i titolari delle imprese si dicono pronti a corrispondere stipendi superiori a quello di un laureato.

Il paradosso è che domanda e offerta restano disallineate perché non cambia l'approccio. Un tempo le aziende potevano scegliere e stabilire il prezzo: ora spesso sono i lavoratori a decidere (soprattutto giovani) valutando orari, paga ed equilibrio vita-lavoro. Poi c'è il problema demografico: meno italiani in età da lavoro, quindi meno offerta e i lavoratori hanno nuove esigenze e priorità. Di certo la colpa non è dell'automazione: l'azienda innovativa è più efficiente e funziona meglio proprio perché accoglie di dipendenti davvero qualificati.

Scelte, non scontri: anche il lavoro è cambiato

L'area sud-ovest cresce grazie alle infrastrutture e alla logistica, ed è il terziario a trainare l'occupazione. "Investire sulle persone per rafforzare la produttività"

«L'area economica attiva nel sud-ovest del Veronese si sta sviluppando in vari settori tra i quali spicca un settore logistico in forte crescita. Molte aziende tra cui straniere e multinazionali si insediano qui per gli spazi e le infrastrutture. E non è la sola zona in buona salute: non abbiamo allarmi né li prevediamo nel breve periodo né nell'industria né in agricoltura e soprattutto nei servizi. Però stiamo attenti ad altre zone del territorio a rischio spopolamento per minore attrattività: e direi più la Bassa che la montagna".

Parla delle sfide nel 2024 attendono il Veronese, ma senza accenti pessimistici Giampaolo Veghini, segretario generale della Cisl. "Il territorio, dopo le grandi crisi dal 2008 a oggi, da Lehman alle guerre passando per i dissesti economici, gli eccessi della globalizzazione e la pandemia, ha vissuto anni dolorosi come tutta Italia", spiega. "Per le aziende ci sono state forti difficoltà: materie prime e trasporti, componentistica ed energia, ma i danni sono stati assorbiti".

"È il momento di riportare le persone al centro del processo produttivo, così che la produzione si rafforzi", aggiunge". Anche l'occupazione è cambiata: da territorio agricolo e manifatturiero Verona è passata a un 65% impiegato fra il terziario e i servizi col 27% nell'industria e agroindustriale di trasformazione. Il resto, poco meno del 10%, è rimasto in campo agricolo con 30 mila occupati circa su un totale provinciale di circa 400 mila addetti. Ripartiamo da qui".

Guardando al futuro Veghini conferma di non avere del 2024 una percezione negativa: il barometro insomma non annuncia tempeste né per settori o pezzi di territorio né come singole aziende. "È una fase di transizione e riordino: le imprese conquisteranno lo sviluppo stimolando la formazione e riqualificando i dipendenti", conferma. "Chi investe sulle persone sa che lavoratori preparati portano un contributo sia sul piano economico che su quello progettuale. Lo dimostra il successo degli ITS, gli istituti tecnici che rafforzano la competitività delle aziende. Vorrei che nel 2024 si facesse anche più attenzione al modello di sviluppo del lavoro, come ha fatto la Cisl rilanciando la partecipazione".

"Il 2024 sarà un anno di transizione e riordino: le imprese potranno svilupparsi formando e riqualificando i dipendenti". Multinazionali grande risorsa ma delicata

Gli indicatori restano quindi positivi: siamo in una fase delicata tra il bicchiere mezzo pieno e mezzo vuoto, ma dipende dalla visione e dalle prospettive. E a proposito delle situazioni di crisi nel Veronese, tra i problemi ricorrenti pesa più il ricambio generazionale di strategie errate o congiunture negative. "Nel momento del passaggio le aziende virtuose rilanciano e crescono con progetti di crescita, mentre altre soffrono e rischiano", commenta Veghini. "In questo caso però ci vanno di mezzo lavoro e stabilità sociale. Le multinazionali? Sono una risorsa, ma seguono logiche esterne: se il mercato suggerisce di spostarsi, per trattenerle occorre una forte sinergia di sistema tra politica ed economia".

Per questo il segretario della Cisl ritiene nel 2024 servirà ascoltare. Al di là dei ruoli tra sindacato e associazioni datoriali bisogna cercare punti di contatto e soluzioni, non conflitti. Collaborazioni che portino a volare più alto, confronti che guardino allo sviluppo. "Investire anche se Verona è forte, ricca, si difende bene: in politica serve fiducia reciproca tra maggioranze e opposizioni. La Cisl sente il dovere di partecipare, ma per sbloccare il Paese anche l'impresa deve fare sistema per sostenere il territorio".

Un percorso che la Cisl vuole intraprendere rinforzando la propria struttura in provincia (oggi oltre 40 sedi per 78 mila iscritti), come in quel sud-ovest molto dinamico però fragile, perché la popolazione invecchia. "Siamo determinati a raggiungere i lavoratori anche nelle singole grandi aziende: un sindacato di prossimità, che presta attenzione alla persona e interviene sulle politiche del territorio. Vogliamo seguire i lavoratori quando lavorano", conclude, "ma non dimenticarli quando vanno in pensione. La demografia ci parla: ascoltiamola".

Verona è la terza provincia del Veneto con 18 mila società attive e una quota del 20,5%

Sempre più imprese femminili In testa i servizi e la ristorazione

Tra le attività più diffuse prevalgono immobiliariste, agenzie viaggi, estetica, parrucchiere e lavanderie. Solida presenza di commercio e agricoltura, più staccata l'industria

Un'impresa su cinque oggi a Verona è declinata al femminile. La provincia si conferma al terzo posto nel Veneto per le donne al vertice di un'azienda, col 20,5% delle registrazioni insieme a Padova e dopo Rovigo e Belluno e davanti a Venezia, Treviso e Vicenza. Il tasso medio regionale è del 20,5%, di poco più basso di quello rilevato in ambito nazionale, che si colloca al 22,2%.

I dati aggiornati a fine 2022 danno per Verona quasi 18 mila imprese attive. In Italia la concentrazione è più alta nelle regioni del centro-sud e quindi scende nel centro-nord. Sempre a Verona il saldo tra iscrizioni e cessazioni è positivo e coincide con l'espansione riscontrata nel totale delle imprese. Per quasi due terzi sono imprese individuali, ma nel 2022 si è segnalata anche la crescita di società di capitali, che hanno raggiunto quasi il 24% del totale.

Fra i settori economici i servizi si confermano alla testa con una quota del 37% del mondo im-

prenditoriale femminile. In particolare i servizi hanno superato il 26% delle aziende e aumentano sull'anno precedente. All'interno dei servizi, tra le attività femminili veronesi prevalenti spiccano le attività immobiliari, le agenzie di viaggio, i supporti alle imprese e le attività professionali, tecniche e scientifiche. Una citazione a parte per i servizi alla persona con una quota del 50% di donne tra parrucchiere, lavanderie e

Prime per età le più giovani (18-29 anni) e le imprenditrici over 50. Straniere in crescita: in testa Romania e Germania per gli Stati UE e Cina e Nigeria dai Paesi extraeuropei

centri benessere e di estetica.

Nel Veronese il secondo posto va al settore del commercio con un tasso pari a quasi il 23% di titolari donne, in leggera flessione. A seguire l'agricoltura con il 19,5%. C'è una presenza femminile molto elevata tra i servizi di ristorazione e alloggio (32% circa), mentre il settore industriale, con il 14,4%, è costituito in misura prevalente dalle attività manifatturiere (tra cui la confezione di articoli di abbigliamento, i prodotti in metallo e le industrie alimentari). Meno diffuso il settore costruzioni, che si segnala anche per un tasso marginale del 5,6%.

Interessanti i dati sulla distribuzione territoriale delle imprenditrici veronesi. A livello comunale la concentrazione premia l'area del Baldo-Garda, con in testa Affi. La vocazione turistica del territorio fa prevalere la ristorazione e alloggio e il commercio. In altre zone, come a Rivoli Veronese, è presente l'agricoltura che ha un ruolo rilevante in zone collinari e di montagna. Il commercio spicca nei maggiori centri urbani: Verona, San Bonifacio, San Martino Buon Albergo, i comuni a sud del capoluogo e Villafranca o Valeggio sul Mincio a sud-ovest.

La distribuzione per fasce d'età delle imprenditrici vede la maggiore presenza di donne delle generazioni più giovani, tra i 18 e i 29 anni di età (pari al 33%), anche se in termini numerici è la classe di età tra 50 e 69 anni a prevalere in ambito femminile, con la quota del 46% spesso indice di attività di lunga data.

Tra le imprenditrici di origine straniera, in media più giovani delle italiane. A Verona infatti hanno meno di 50 anni il 70% delle extracomunitarie e il 60% di europee: non a caso Verona ha il record veneto sia di imprenditrici UE (24,1%) che extra UE (19,9%). Tra gli stati di nascita per la UE prevale la Romania con il 15% del totale di straniere, ci sono Germania in crescita e Francia, Polonia e Belgio in calo. Poi brilla l'Austria con il + 22,6%. Dai Paesi Extra UE la prima è la Cina (quasi a pari con la Romani), davanti a Nigeria, Marocco e Moldavia.

Le attività prevalenti delle imprese femminili straniere vedono in testa i servizi tra cui parrucchiere e trattamenti estetici, davanti al commercio al dettaglio e in particolare vendita ambulante di prodotti tessili, abbigliamento e calzature. A seguire infine servizi di ristorazione con 482 unità, tra cui 230 bar e simili.

Imprese femminili: analisi a cura del Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio di Verona (ed. 2023)

La resistenza delle società alle difficoltà di mercato mostra che il sistema è solido

La carica delle «ottantenni» Lunga vita e prosperità all'impresa

La durata media delle aziende risente molto dei boom e delle crisi. Le veronesi si attestano intorno a 13,2 anni: poco meno della media veneta, ma meglio di quella italiana

Senza nulla togliere alle start up, sono le aziende più storiche a dimostrare la stabilità di un sistema produttivo: e la nostra provincia ce la cava molto bene. Alla fine del 2022 le imprese veronesi nate dieci anni fa, cioè dal 2013 in poi, erano poco meno di 35 mila (41% del totale) mentre oltre la metà di queste (il 23,6% del totale) sono apparse dal 2018 ad oggi, cioè negli ultimi cinque anni. Nello stesso decennio in Italia hanno iniziato a operare 2,17 milioni, il 42,3% del totale imprese ancora in attività a fine 2022. In Veneto le imprese attivate nell'ultimo decennio sono 169 mila, con un'incidenza del 39,7% sulle imprese attive (22,5% quelle nate a partire dal 2018).

A Verona e nel Veneto sono il 26,1% le imprese nate nel decennio 2003-2012, un dato poco superiore di quello nazionale (26%). Nell decennio 1993-2002 si era registrato il 21,8% di aziende nate in Italia, un 21,2% venete e un 19,2% di veronesi. Con il 9% di nascite nel 1983-1992 e un 5,1% precedente al 1983, il Veneto supera Verona e l'Italia. Le imprese più giovani sono in Lazio: il 47,7% è nato nell'ultimo decennio, dato ridotto al 39,4% in Basilicata e Friuli Venezia Giulia. La Lombardia è

al vertice per imprese nate prima del 1983 (il 6,5%) e il 14,7% ante 1993 (ma dietro la Valle d'Aosta con il 14,9% di nate fino al 1992).

Più nel dettaglio, nella provincia scaligera 279 imprese sono ultrasessantenni e di queste 48 hanno 80 anni o più. Quasi 670 hanno tra 50 e 60 anni, mentre ben 2.778 imprese quarantenni sono sorte tra il 1973 e il 1982. Un 8% delle imprese veronesi, 6809, sono nate nel 1983-1992; 18.433, pari al 21,8%, tra il 1993 e il 2002; nel 2003-2012 sono nate 20.922 imprese pari al 24,7%. Infine 34.724 imprese attive a fine 2022 (il 41%) sono nate negli ultimi dieci anni.

I tassi di sopravvivenza delle imprese nel breve, medio e lungo termine, sono calcolati valutando la quota percentuale di imprese ancora attive a fine 2022, iscritte alla Camera di commercio nel 2021, 2017 e 2012). A fine 2022 erano attive l'84,2% delle imprese nate nel 2021, un 63,4% di quelle nate nel 2011 e il 41,2% di quelle nate 10 anni fa. Verona e il Veneto muovono i primi passi meglio che nella media italiana: a un anno dall'iscrizione le aziende regionali registrano l'84,4% di sopravvivenza, contro l'80,2% di quelle italiane.

La vita media delle imprese veronesi, che si ottiene analizzando le imprese cessate per anno di iscrizione, era nel 2022 di 13,4 anni; nel 2021 era di 14,3 anni, nel 2020 di 14,7 anni e nel 2019 era pari a 13,3 anni. Il dato veronese si mantiene negli anni leggermente inferiore al dato veneto, ma resta superiore al dato nazionale. La vita media delle imprese italiane calcolata al 2022 è di 13,1 anni, mentre quelle venete registrano una media di 14 anni. Le province in cui le imprese durano più della media, indice di settori di tipo tradizionale, sono Belluno (15,5 anni), Vicenza (14,6), Treviso (14,3) e Rovigo (14,2).

Per quanto riguarda la longevità per attività economica, le imprese locali con vita media più elevata operano nell'agricoltura con un valore pari a 18,3 anni, seguite da quelle dell'industria con 15,9 anni. Segue il commercio (13,8 anni), costruzioni (13), servizi (12,2) e alloggio e ristorazione (10,2). Nel commercio le imprese con vita media più elevata sono quelle all'ingrosso e al dettaglio e riparazione di veicoli (18 anni). Nell'ingrosso la vita media è di 13,2 anni e per il dettaglio di 13,1 anni. Per la ristorazione 10,3 anni, 9,6 anni per gli alberghi.

Le più longeve sono nel settore alimentare e bevande (25,3 anni), davanti a metallurgia,legno-mobili, chimica e macchinari. A fine classifica gomma e plastiche e riparazione apparecchiature

Analizzando nel dettaglio le attività manifatturiere emerge che le imprese più longeve sono nel settore alimentare e bevande (25,3 anni), poi la metallurgia (23,5 anni), l'industria del legno e mobili (23,2 anni) e la fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi (22,4 anni). Le imprese di vita breve fabbricano prodotti in gomma e plastiche (6,3 anni) e riparazione, manutenzione e installazione di macchine e apparecchiature (10,3 anni).

Vita media delle Imprese: analisi a cura del Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio di Verona (ed. 2023)

Siamo al primo posto nel Veneto per la presenza di imprese straniere: quasi 12 mila

Verona crocevia d'Europa Salgono anche le aziende extra UE

Tra i settori costruzioni in testa (40%), poi trasporti, commercio all'ingrosso e manifatturiero. Da fuori continente dettaglio, servizi alle imprese, ristorazione e confezioni

Le imprese straniere attive a Verona a fine 2022 erano quasi 12 mila, il 12,5% delle aziende totali: circa un quarto da Paesi europei e il resto extra UE. È una presenza superiore rispetto al 2019 ma in flessione da fine 2021. Nonostante il calo, Verona è al primo posto nel Veneto per numero di imprese straniere, e seconda per concentrazione dopo Venezia che raggiunge un'incidenza pari al 12,5%. La media veneta è dell'11,3% e quella su base nazionale del 10,8%.

Verona è la nona provincia italiane per numero (prime Roma, Milano, Torino) e 24a per incidenza, staccata dalle prime tre Prato, Trieste e Imperia che sono al 17,5%. Il 2022 ha segnato un saldo positivo, tra iscritte e cancellate, di 617 imprese. Due terzi delle ditte straniere sono individuali; il 22% sono società di capitale, cresciute del 10,5% sul 2021, in misura maggiore di quelle italiane.

Nonostante il rallentamento nel 2022 si registrano variazioni in positivo per il settore primario e in

Origine prevalente la Romania, davanti a Marocco e Cina. Tra gli Stati UE crescono Olanda, Austria e Bulgaria. Aumentano di numero Moldavia e India, in calo Albania e Nigeria

quello della ristorazione. Positivi nel complesso anche i servizi, mentre pesanti perdite si concentrano tra le costruzioni, il commercio e l'industria, anche a causa di numerose cancellazioni per cessata operatività. Le costruzioni con oltre il 40% dominano però la distribuzione settoriale delle ditte straniere, davanti a trasporti e magazzinaggio, commercio all'ingrosso e attività manifatturiere industriali, in prevalenza comunitarie. Extra UE diverse imprese straniere nel commercio al dettaglio, seguite tra le extracomunitarie dai servizi alle imprese, costruzioni, ristorazione e confezioni/abbigliamento.

Tra le imprese straniere quelle di under 35 pesano per il 14,5% del segmento, con una concentrazione nel commercio e servizi, costruzioni e ristorazione. La nazionalità preminente è quella rumena (15,6%, in calo), seguita dal Marocco e dalla Cina. In generale gli imprenditori stranieri calano del 3,3% sul 2021. Le provenienze dagli Stati UE vedono salire Olanda, Austria e Bulgaria. Il numero cresce per Moldavia e India mentre si calano sensibilmente Albania e Nigeria.

Le attività prevalenti. I settori economici che registrano il maggior numero di imprenditori nati in paesi stranieri sono il commercio, le costruzioni, i servizi di ristorazione, le attività manifatturiere i trasporti. Leggendo le nazionalità il peso maggiore delle persone extra UE è nei trasporti, davanti a ristorazione e costruzioni. Il settore con più frequenza di imprese extra UE è il commercio, a partire dalla Nigeria, seguita da Marocco e Cina. Nelle costruzioni prevalgono gli imprenditori extra UE dall'Albania, dal Brasile e dal Marocco. Ristorazione e attività manifatturiere a maggioranza presidiate dai cinesi, mentre i trasporti vedono in testa Marocco e Sri Lanka. Vengono dalla Romania gli imprenditori di area UE primi come numero di iscritti (2553 alla fine del 2022), con attività prevalente le costruzioni: sono più di un terzo di tutti gli stranieri in edilizia.

Le imprese straniere del territorio veronese scelgono il capoluogo (nel quale il numero sfiora le 6400 unità, mentre in termini percentuali il comune con la maggiore presenza (17,6%) è Nogara, con ai primi posti India e Romania e una prevalenza del commercio. Segue poi Bussolengo con un'incidenza del 15,2% e più di un terzo (34,4%) degli imprenditori edili sono stranieri. A Nogara c'è anche il primato per extracomunitari con ruoli aziendali provenienti da India, Marocco e Nigeria (32). Invece Affi si segnala per un'alta incidenza di stranieri comunitari, il 6,3%, in prevalenza di nazionalità rumena e tedesca.

Imprese straniere: analisi a cura del Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio di Verona (ed. 2023)

Enrico Marchi, il nuovo Doge del Nord Est

Banche d'affari, assicurazioni, concessioni aeroportuali e ora giornali: ritratto del Cavaliere del lavoro che sta rivoluzionando Verona e tutto il Triveneto

di Giulio Bendfeldt

Lucido, attento, visionario. Gran tessitore. Lui, Enrico Marchi, è riuscito dove il governatore del Veneto Luca Zaia non è ancora arrivato: concretizzare nei suoi campi d'azione l'autonomia del Nord Est. Prima negli aeroporti con la "sua" società Save che gestisce gli scali di Venezia, Treviso, Verona e Brescia. E ora nei media con Nem, la cordata di imprenditori veneti e friulani che ha promosso e capitanato per acquisire i quotidiani ex Gedi, dal Mattino di Padova al Piccolo di Trieste passando per Tribuna Treviso, Nuova Venezia, Corriere delle Alpi a Belluno e Messaggero Veneto a Udine che si candida, investendo anche in radio tv e nel web, a diventare la Voce del Nord Est, il megafono a Roma e in Europa di quest'area avanzata ex locomotiva d'Italia che spesso si è sentita marginalizzata (ultimo caso, pista da bob di Cortina).

Trevigiano di Sernaglia della Battaglia, classe 1956, laurea alla Bocconi, Marchi ha sempre pensato in grande fin dal suo inizio nel 1980 con la Finanziaria Internazionale, fondata a Conegliano (Treviso), Nordest pedemontano non ancora baciato dal boom del Prosecco, fuori da ogni salotto buono del capitalismo italiano.

«In un Veneto che ha perso banche, autostrade e non è riuscito a creare una grande multiutility del Nordest, siamo gli unici che hanno saputo fare sistema e che hanno mantenuto qui il cervello del loro gruppo senza andare a Roma o a New York. Save è un esempio virtuoso che io voglio mantenere saldamente in Veneto. Per questo appena possibile aumenterò la mia quota», dichiarava nel 2017 dopo essere riuscito a doppiare con successo l'ennesima boa cruciale della sua storia imprenditoriale e finanziaria, l'Opa su Save fatta decollare per liquidare l'amico e socio di una vita Andrea De Vido finito in difficoltà finanziarie proprio per il crac Popolare.

...il megafono a Roma e in Europa di quest'area avanzata ex locomotiva d'Italia che spesso si è sentita marginalizzata (ultimo caso, pista da bob di Cortina).

Era un momento delicato, la sua seconda creatura – appunto la società che gestisce gli aeroporti di Venezia, Treviso, Verona e Brescia, più il belga Charleroi – rischiava di finire in altre mani, gruppi internazionali e, forse, anche ai "maestri" di una vita, i Benetton, che nel settore sono ben presenti con gli aeroporti di Roma e che allora acquisirono il 22% di Save mettendo più di un piede nella società di cui Marchi è presidente dal 2000 e che aveva scalato con pazienza negli anni acquisendo piccole quote da soci pubblici e privati per poi fare un'alleanza di ferro con la Regione Veneto di Giancarlo Galan. Utilizzando la rete di rapporti che aveva intessuto nell'alta finanza, Marchi riuscì a sventare "invasioni" imbarcando il fondo francese InfraVia e Deutsche Am (gruppo Deutsche Bank).

«Gilberto Benetton ha sempre detto che il loro investimento in Save era finanziario, sono contento che abbia guadagnato apportando il suo 22% all'Opa, magari in futuro potremo fare altri affari insieme in altri campi. Ora tocca a noi: abbiamo tutti i mezzi per sviluppare gli scali del Nordest a partire da quello di Venezia», disse allora.

Finint della Save oggi ha una quota di minoranza, ma i patti di sindacato con gli stranieri sono blindati: a lui è andata la gestione della società in piena autonomia e chissà che nel prossimo futuro, con una delle sue operazioni di alta ingegneria finanziaria, non arrivi a tornare in maggioranza da solo liquidando i fondi che pazienti lo sono stati nel profondo rosso del Covid e che ora, pare comincino a riflettere su come realizzare un investimento a suo tempo molto consistente, circa 600 milioni.

Nel frattempo Save ha ricominciato a macinare ricavi e profitti sull'onda del boom turistico post pandemia chiudendo il 2022 con 255,6 milioni di ricavi dopo gli 86,5 del 2021, 94,6 milioni di risultato netto contro il rosso di 37 dell'anno prima e quasi 12 milioni di passeggeri contro 4,6. Un vero decollo. E la Borsa potrebbe tornare d'attualità anche per sistemare i grandi soci stranieri.

Profondamente innamorato del Veneto, casa a Venezia affacciata sul Canal Grande, sposato con Emanuela Seguso dalla quale ha avuto quattro figli, Marchi ha saputo con pazienza costruire il suo impero diversificato partendo dalla finanza sentendosi sempre poco ingessato nel ruolo: "Il finanziere già evoca qualcosa di poco chiaro, se poi vieni da Conegliano sei morto. – dichiarava in una intervista di qualche mese fa – Ma io ho sempre creduto nella forza delle cose e in questi anni ho sentito crescere l'apprezzamento per quello che è stato fatto. Save è diventata un'eccellenza nel panorama aeroportuale, abbiamo scalato posizioni: oggi Venezia è il terzo aeroporto intercontinentale italiano. Nel Duemila, quando sono diventato presidente, era uno dei tanti scali medi. Di questo vado molto orgoglioso, ma io faccio solo il direttore d'orchestra, il merito è di tutti quelli che lavorano nello scalo".

«In un Veneto che ha perso banche, autostrade e non è riuscito a creare una grande multiutility del Nordest, siamo gli unici che hanno saputo fare sistema e che hanno mantenuto qui il cervello del loro gruppo senza andare a Roma o a New York.

Nella sua "orchestra" finanziaria targata Finint – leader nelle cartolarizzazioni e nel mercato dei minibond, 600 addetti e oltre 190 consulenti finanziari, circa 11,5 miliardi di attivi gestiti a fine 2022, sedi a Milano, Roma, Trento, Torino, Firenze,

ma quartier generale sempre nella cara e vecchia Conegliano - ha saputo imbarcare manager veneti di primo piano come Giovanni Perissinotto (ex Ad di Generali), Fabio Innocenzi (ex Intesa, Carige e Popolare Verona) e l'ex Popolare Vicenza e Banca Ifis Luciano Colombini, Massimo Mazzega (Cassa Venezia e Alba Leasing), ma anche giovani di talento che non sono "emigrati" all'estero come tanti coetanei proprio perché hanno trovato nel suo gruppo finanziario una palestra d'eccellenza dove poter crescere e sperimentare nuove soluzioni nel campo della finanza e del digitale.

Una sfida ambiziosa che Marchi ha vinto guardando sempre avanti, con quell'idea in testa di far grande il Nord Est che lo portò negli anni '90 a costruire un "nocciolo duro" di azionisti in Generali, da secoli la cassaforte dei benestanti di Veneto e Friuli Venezia Giulia, che arrivò a controllare un 3% scarso della compagnia con base a Trieste. In quel gruppo riunito in Effeti e Ferak c'erano Palladio Finanziaria, i vicentini dell'acciaio Amenduni, Fondazione Crt, Veneto Banca. Una cordata che si diceva appoggiasse dall'esterno proprio Perissinotto, top manager che nel 2012 entrò in rotta di collisione con Leonardo Del Vecchio e venne estromesso dalla compagnia.

Fabio Innocenzi

Altri anni, altre sfide, come la politica, accarezzata negli anni '80 nelle fila del partito Liberale al seguito di Renato Altissimo e Valerio Zanone. A metà degli anni '90 fu anche assessore tecnico al Bilancio della Provincia di Treviso, quella che vide ai vertici anni più tardi un giovane leghista rampante, Luca Zaia. Dopo gli scontri al calor bianco col sindaco di Venezia Luigi Brugnaro sull'aumento della tassa d'imbarco. C'è chi lo vorrebbe anche in corsa come sindaco nella Serenissima. Lui si è schermito con una battuta delle sue - "Ora manca solo la designazione a patriarca" - ma chissà che la guida di Nem non lo porti a coltivare altri sogni dopo quello di diventare presidente di Confindustria Venezia stroncato nel 2009 in aperta polemica con l'associazione nazionale allora guidata da Emma Marcegaglia. E chi arrivò al suo posto? Proprio il "Gigio" veneziano.

L'unica cosa che lo potrebbe accomunare col sindaco veneziano è il carattere spigoloso e reattivo, ma a differenza del "paron" Brugnaro, Marchi sa giocare di squadra.

L'ha dimostrato anche nel salvataggio della bellunese Ceramica Dolomite, azienda dei sanitari dalla storia gloriosa finita in vendita, dove ha saputo radunare perfino la Delfin della famiglia Del Vecchio oltre alle finanziarie di Luigi Rossi Luciani e Bruno Zago. E nel 2021, in piena bufera per la compagnia, ha anche ipotizzato di entrare in Cattolica Assicurazioni con altri compagni di "scalata".

L'ultima aggregazione, quella per Nord Est Multimedia, è forse quella più delicata e politicamente impegnativa viste anche le elezioni prossime venture in Regione e a Venezia. Ma la sua opera paziente è riuscita a tessere una tela composita che vede soci Enrico Carraro (presidente di Confindustria Veneto e del gruppo meccanico padovano), Giampietro Benedetti (Danieli), VideoMedia (tv Telechiara e Tva, proprietà Confindustria Vicenza), le famiglie Zanatta (Tecnica), Nalini (Carel), Canella (supermercati Alì), Banzato (Acciaierie Venete) e altre, Fondazioni come Cariverona e Cr Trieste, Confindustria e Ance Udine e chissà che in futuro non entrino altri soci se in giugno, come si vocifera, verrà fatto un aumento di capitale da 50 milioni per fare altri investimenti e arrivare a completare tra Verona e Trento quella "Voce del Nordest" multimediale e determinata che aveva pensato decenni fa Giorgio Lago, direttore del Gazzettino che vedeva tra i soci tanti imprenditori veneti e che nel 2006 finì nelle mani del costruttore Francesco Gaetano Caltagirone, con tanti saluti al Nordest e al federalismo dell'informazione e non solo. Allora, davanti agli "schei" di Roma tutti si inchinarono e incassarono.

Puliedisal
MULTISERVIZI VERONA

CINQUANT'ANNI
SEMPRE AL FIANCO DI VERONA.
DA PROFESSIONISTI

Puli Edisal dal 1973 è specializzata in servizi integrati ad alto standard qualitativo per aziende, comunità, istituzioni, strutture sanitarie, uffici e complessi residenziali. Al timone dell'attività è da sempre la famiglia Padovani, rappresentata da Marco, uno dei soci fondatori e attuale direttore generale, dal figlio Francesco e dal cugino Nicola.
L'esperienza acquisita negli anni, tecnici selezionati, personale in costante formazione, ricerca continua di soluzioni organizzative efficaci e flessibili, tecnologie strumentali innovative, partnership affidabili, PuliEdisal una realtà all'avanguardia nel settore delle aziende multiservizi.
Puli Edisal applica un metodo di lavoro, di organizzazione e linee guida interne che hanno ottenuto le certificazioni ISO9001-Qualità e ISO 14001-Ambiente nell'ambito dei servizi di Pulizia, accreditate dall'organo di controllo Accredia.

Più presente e dinamica: il DG Filippo Manfredi descrive il nuovo ruolo della Fondazione

Le strategie di Cariverona "Siamo un partner per lo sviluppo"

La scelta di andare oltre l'assistenza e puntare al rilancio dei territori ha già generato numerosi progetti. E per il 2024 saranno a disposizione risorse per oltre 25 milioni

«Investiamo per lo sviluppo dei territori perché l'assistenza da sola non basta. È una scelta meditata, e non solo di Cariverona ma una visione comune delle fondazioni, perché gli interventi economici vanno affiancati ai progetti. È una decisione di cui siamo convinti, ma in definitiva anche uno sviluppo obbligato. In ogni caso, dopo aver operato sul patrimonio per affrontare alcuni punti di debolezza, oggi è più diversificato e lo riteniamo adatto ai futuri impegni. Con 40 milioni di ricavi e un avanzo di esercizio di almeno 30 milioni, al netto della riserva abbiamo stilato un appropriato piano di investimenti: il Documento di programmazione annuale del 2024 tiene infatti conto non solo di Verona ma anche degli altri territori di riferimento e delle loro particolarità".

A Verona operazioni come Fiera e aeroporto anche come stimolo ai soci locali. "In Nem siamo entrati come investitori e anche perché l'informazione è un asset per l'economia"

Così il direttore generale Filippo Manfredi, chiamato nel 2021 dal presidente Mazzucco al vertice di Fondazione Cariverona, conferma e consolida la scelta che all'inizio alcuni avevano considerato una forma minimalista di cautela ma altri avevano accolto come una svolta oltre la beneficenza per far crescere il territorio secondo logiche di sviluppo. Una visione che si riflette nelle risorse che saranno dedicate alle attività per ambiente, persone e comunità: ben 25 milioni, con aumento pari al 25% sull'esercizio precedente, già previsto in 20 milioni. E la somma sale a 27,8 milioni conteggiando alcuni crediti di imposta.

Il Documento di programmazione 2024 si innesta su una situazione veronese positiva, sottolinea Manfredi definendo in sintesi alcuni dei principali obiettivi strategici. "Il 2023 tutto sommato è andato bene: organismi locali, aziende e multinaziona-

ANNIVERSARIO 20°

Lupatotina Gas e Luce
da vent'anni
al servizio del cliente

Lo scopo di Lupatotina Gas e Luce è di:

- fornire ai propri clienti i migliori prezzi con la massima trasparenza nelle bollette.
- fornire un servizio attento anche tramite gli sportelli aperti al pubblico.
- sostenere sia le associazioni sportive che quelle con finalità sociali.

Lupatotina Gas e Luce ha iniziato la sua attività nel 2003 ed è presente in tutti i Comuni della Provincia di Verona.

Mercato tutelato e mercato libero: da gennaio 2024 funzionerà solo il mercato libero

La differenza sta nel fatto che nel mercato tutelato il prezzo lo stabilisce l'Autorità, mentre nel mercato libero il venditore stabilisce liberamente i prezzi.

Il mercato tutelato, comunque, terminerà con il 10 gennaio 2024, quindi da quella data gli utenti saranno obbligati ad entrare nel mercato libero.

I vantaggi di Lupatotina Gas e Luce

Lo scopo di Lupatotina Gas e Luce è di fornire ai propri clienti i migliori prezzi con la massima trasparenza nelle bollette. "Siamo i più vantaggiosi di tutta Italia" riferisce l'amministratore delegato Loriano Tomelleri. "La nostra azienda ha sportelli aperti a San Giovanni Lupatoto capoluogo e nella frazione di Raldon, Buttapietra, e Ronco all'Adige.
Sportelli che rappresentano una comodità notevole ai cittadini".

I nostri sportelli a Verona

SAN GIOVANNI LUPATOTO
Via San Sebastiano, 6
ORARIO
dal Lunedì al Sabato
dalle 9.00 alle 12.00
e il Martedì
dalle 9.00 alle 16.00

BUTTAPIETRA
Via Cavour, 9
ORARIO
il Lunedì e il Venerdì
dalle 9.00 alle 13.00

RALDON
Via Croce, 2
ORARIO
il Mercoledì
dalle 9.00 alle 12.00

RONCO ALL'ADIGE
Piazza Garibaldi, 22
ORARIO
il Giovedì
dalle 9.00 alle 13.00

È disponibile l'APP "Lupatotina Gas e Luce",
sia per iOS che Android, scaricabile dal proprio store

Tel. 0458753215 WhatsApp 371 4635111 info@lupatotinagas.it Numero Verde 800 833 315

www.lupatotinagaseluce.it

li hanno concorso a una crescita rassicurante". E fa un esempio mirato. "Finanziamo e siamo partner del Verona Agrifood Innovation Hub, un polo agroalimentare per dar vita a un ecosistema per l'agrifood-tech italiano. Con imprenditori, startup, università, PMI e grandi gruppi coinvolgeremo sia la ricerca che impresa, per richiamare le migliori competenze del settore".

Ed ecco gli snodi strategici. Per l'obiettivo 1 (Protezione, Cura dell'ambiente e valorizzazione dei territori) sono a disposizione fondi per 5,25 milioni, mentre all'obiettivo 2 (Valorizzazione del capitale umano, promozione di opportunità per i giovani) andranno 6,67 milioni. Infine l'obiettivo 3 (Innovazione sociale, benessere, qualità della vita per la promozione di comunità inclusive e coese) potrà contare su 5,87 milioni. Il totale complessivo raggiungerà così i 17,78 milioni, mentre le altre risorse a carattere trasversale, pluriennale o iniziative culturali, umanitarie e dirette riceveranno nel complesso circa 7,22 milioni.

Un amplissimo ventaglio di opportunità, che va a toccare numerosi percorsi di crescita con un forte impatto sull'economia e la società. Impossibile ricordarli tutti, ma la Fondazione diffonde costantemente le informazioni sui bandi e le attività in corso e in arrivo. Fra tutti, Manfredi cita alcuni dei modelli rilevanti per il cambiamento. "Come l'impegno ad avvicinare sempre più la scuola e le professioni, partendo dai bisogni di imprese e aziende sociali per attrarre gli studenti. Promuoviamo l'innovazione anche nella scuola, per trasmettere gli insegnamenti in modo non tradizionale. Per ambiente e comunità", spiega poi il DG di Cariverona, "occorre fornire nuovi strumenti a giovani e docenti per interpretare l'oggi e costruire il domani. Inoltre vorremmo rendere attrattivi i territori, non solo per richiamare i giovani talenti che hanno scelto di andare all'estero, ma anche per spingerli a rimanere invece di decidere di partire".

Di recente Cariverona è entrata in Nem, società editoriale che fa capo a Enrico Marchi e ha rilevato i giornali del Nordest dal gruppo Gedi. Per quale motivo? "Perché l'informazione è un'infrastruttura e un asset e rientra nel compito di sostenere anche così l'economia locale. Inoltre nell'ottica del territorio è una opportunità e un'apertura che può risultare utile a Verona, se vuole diventare un punto di riferimento. I nostri orientamenti sono sostenuti dall'autonomia patrimoniale e dalla nostra velocità operativa", precisa Manfredi. "Noi saremo partner, non protagonisti: quel che ci preme davvero è innovare il metodo".

L'ultimo passaggio è sui grandi temi di politica economica veronese, perché la Fondazione nell'ultimo periodo ha fatto scelte non scontate che hanno aperto scenari inattesi. "Da un lato stiamo gestendo gli asset immobiliari, ma stiamo anche investendo e disinvestendo, come in Fiera e in aeroporto", dice. "Ma lo facciamo come soci esterni, privati e indipendenti. La Fiera conferma l'ottimo potenziale, con buoni risultati e prospettive. Il Catullo si sta riprendendo ma è necessario che sia supportato anche dai soci locali. E per renderlo più efficace occorre un turismo di qualità, che richiede anche un'adeguata ricettività".

La "grande sfida": ricostruire la finanza veneta

Obiettivo ambizioso, ma necessario, per la BCC Veneta nata dalla fusione fra Verona-Vicenza e Patavina: il risparmio regionale ha di nuovo la sua "casa"

La sfida è insita già nel nome: l'aggettivo "veneta" o "veneto" nelle banche non ha portato molta fortuna, VenetoBanca, AntonVeneta stanno a ricordarci di un passato di sconfitte per il risparmio della nostra regione. Ma l'obiettivo della nuova BCC Veneta – nata dalla fusione fra le Bcc di Verona e Vicenza e la Bcc Patavina – è proprio quello di ricostruire l'alleanza fra risparmiatori e banche locali, il vero motore del successo degli Anni Settanta e Ottanta del Veneto e di ricostruire quella fiducia che altri banchieri hanno minato.

La "grande sfida" di Flavio Piva sta tutta qui. E farebbe tremare i polsi a chiunque. Una sfida che però Piva (classe 1965, nato a Bressanone ma cresciuto a San Massimo, formazione cattolica, con una lunga esperienza professionale transitata anche da VeronaFiere, Cattolica Assicurazioni, Accenture, Fondazione Arena e Aeroporto Catullo) ha "cercato" negli anni costruendo dal basso, partendo da consigliere della BCC di Verona Cadidavid, proprio per non vedere distrutto il patrimonio economico e sociale del modello veneto. Un modello che, senza più banche a proteggere il tessuto di micro e piccole imprese famigliari, potrebbe implodere con conseguenze nefaste.

L'obiettivo è stato raggiunto quasi all'unanimità: un unico voto contrario a Padova su circa 2100 presenti, 2703 sì a Vicenza con 12 astenuti. A conferma che l'esigenza, la voglia di tornare ad avere una banca "di popolo" c'è ed è fortissima.

«Siamo orgogliosi che i soci abbiano accolto con favore il progetto di fusione – sottolinea Piva – Bcc Veneta fonda la propria missione sui valori del credito cooperativo, valorizzando l'identità e le specificità dei territori, sempre vicina a persone e imprese per un progetto veneto comune».

«I soci in assemblea hanno dato il loro benestare alla proposta di integrazione. – aggiunge Leonardo Toson, presidente della Patavina – Il nostro impegno è di continuare ad essere Bcc a forte vocazione mutualistica, che genera valore per la comunità, attenta alla sostenibilità sociale ed ambientale, rivolta in particolare ai giovani».

Con le assemblee è stato nominato il consiglio di amministrazione della futura Bcc che partirà ufficialmente dal 2024.

Classe 1965, nato a Bressanone ma cresciuto a San Massimo, formazione cattolica, con una lunga esperienza professionale, Flavio Piva vuole ricostruire la fiducia dei risparmiatori veneti

Per la Bcc Verona Vicenza: Sergio Bassan, Maria Maddalena Buoninconti, Paolo Cappellotto, Simone Facci, Nicoletta Merlin, Paolo Michelon, Romano Mion, Romeo Pedon, Flavio Piva (Presidente che dovrebbe diventare leader della futura Bcc Veneta), Giorgio Sandini, Giovanni Tessarollo.

Quattro i nominati per la Patavina: Leonardo Toson (presidente uscente, potrebbe essere uno due nuovi vice), Vanni Ceccarello, Manuela Menin e Gian Filippo Panazzolo. È stato anche nominato il collegio sindacale, composto da: Franco Volpato (Presidente), Giancarlo Luigi Bagnara (effettivo), Marco Callegari (effettivo, da Patavina), Marco Ceola (effettivo), Edda Delon (effettivo), Samuele Castellani (supplente), Beatrice Frazza (supplente).

Le assemblee di Bcc Verona e Vicenza e di Banca Patavina rappresentano l'ultimo passaggio di un

percorso aggregativo che precede la formalizzazione del percorso di fusione dopo l'autorizzazione da parte della Banca Centrale Europea in settembre.

La Veneta sarà la terza Bcc a livello italiano per sportelli (92), la quarta per attivo (6,49 miliardi), la sesta per soci (29 mila) e fa parte del gruppo Iccrea. Il territorio di competenza della nuova Bcc abbraccerà 237 comuni a presidio delle province venete di Verona, Vicenza, Padova, Venezia, Treviso, Rovigo e le confinanti province di Trento e Mantova.

La nuova BCC Veneta avrà una raccolta totale di oltre 6 miliardi e impieghi diretti nell'economia regionale per quasi tre

Bcc Veneta potrà contare su più di 700 collaboratori, oltre 130mila clienti e un prodotto bancario lordo di circa 9,5 miliardi di euro.

Si stima che a fine anno le due banche insieme a fine anno produrranno una raccolta diretta pari a 4,08 miliardi (+ 0,6%), impieghi netti per 2,98 miliardi (+ 0,9%), una raccolta indiretta per 2,46 miliardi (+ 13%), oltre a un significativo profilo di solidità patrimoniale.

Il patrimonio sarà di 470 milioni, con una stima di utili netti per 60 milioni a fine 2023.

Non sono previste riduzioni di sportelli, ma – anzi – una ulteriore crescita sull'asse della A4 con uno sbarco sulla costa scaligera del Garda e, nel Padovano, nell'area di Cittadella, Camposampiero e Tombolo anche attraverso una rimodulazione delle presenze delle filiali.

Lo zar delle rinnovabili

Maurizio Ascione Ciccarelli è uno dei tre commissari straordinari della multinazionale Fimer col compito di riportarla in bonis e, soprattutto, di mantenerla italiana

Il decreto firmato dal ministro Adolfo Urso è del 7 dicembre scorso e fa seguito a quello del Tribunale di Milano che il 30 novembre ha decretato l'apertura dell'amministrazione straordinaria per la Fimer, multinazionale con sede a Vimercate (MB), il leader italiano degli inverter per il settore del fotovoltaico, travolta da una crisi di crescita e che oggi con l'arrivo di tre commissari spera di tornare a crescere e, soprattutto, di restare italiana.

Dei tre commissari fa parte l'avvocato veronese Maurizio Ascione Ciccarelli (già all'Agec aveva puntato sull'efficientamento energetico degli immobili comunali) che negli ultimi tre mesi (da quando è iniziata la prima fase con l'analisi della realtà aziendale su mandato sempre del tribunale e del Ministero del Made in Italy) ha passato non poche ore sull'asse Verona-Vimercate- Terranuova Bracciolini ovvero le due sedi produttive in Italia dove Fimer realizza inverter centralizzati, inverter a stringa e wall-box per la ricarica delle auto elettriche.

L'inverter è il cuore e il cervello dei sistemi fotovoltaici. Oltre alla iniziale richiesta di trasformare la corrente da continua, così come generata dai pannelli che si trovano sui nostri tetti, in corrente alternata per immetterla nella rete e/o essere utilizzata, adesso deve avere anche capacità computazionali, di immagazzinamento, compatibilità con la blockchain, capacità analitiche e di cloud per una gestione/connessione da remoto.

E se prima erano gli inverter centralizzati quelli più appetiti dal mercato (interessato a grandi impianti solari come quello che alimenta una megalopoli come Città del Messico, uno dei progetti firmati Fimer nel recente passato) oggi sono quelli a stringa quelli più richiesti perché si adattano ad impianti più piccoli, come quelli domestici e le nascenti comunità energetiche. Senza contare che gli inverter rappresentano una parte di grande sviluppo nel settore automotive (la ricerca si svolge con le vetture di Formula Uno e del Mondiale Endurance) per consentire di raddoppiare le potenzialità di stoccaggio delle batterie montate sui veicoli.

Fimer è stata fondata nel 1942 per produrre saldatrici e il grande salto di qualità l'ha fatto nel 2019 quando ha rilevato il settore solare dal colosso svedese ABB che portò in dote alla società italiana decine di filiali nel mondo ed un mercato in espansione tanto che il fatturato decollò da 40 a 340 milioni di €. In dote anche centinaia di brevetti (oggi ne ha in portafoglio 670) e mille100 dipendenti, dei quali ne sono rimasti 343 in Italia. Il grande sviluppo del fatturato da un lato ha rappresentato la conferma che la strada imboccate era quella vincente; dall'altra ha evidenziato i limiti manageriali di una struttura familiare. Alcune scelte sbagliate durante la pandemia, come quella di alleggerire il magazzino, hanno esposto Fimer all'inazione nel momento in cui il mercato ripartiva a livello globale con tassi a due cifre.

Salvaguardare il know how di Fimer è il però vero challenge per Maurizio Ascione e i suoi colleghi D'Amico e Losito: si tratta di ingegneri con alte competenze che sono inseguiti dalle società concorrenti. Soprattutto quelli che stanno sviluppando la ricerca nel settore automotive. Nel frattempo, bisogna far ripartire la componente produttiva: il fatturato 2023 è sceso sotto i 100 milioni e bisogna trovare nuova finanza per acquisire nuovi contratti (che non mancano perché vi sono continue richieste di preventivi) e regolarizzare le posizioni dei fornitori e ricostruire la rete di assistenza nel mondo. I clienti di Fimer sono alcune fra le società più importanti del mondo come Tesla e i giganti europei dell'energia come Iberdrola e Enel.

Ascione ha trovato orecchie attente nel mondo della finanza – alcune linee di credito sono state riaperte e la lista dei clienti da soddisfare è lunga – e si trova a dover mettere ordine nella rete internazionale di Fimer: non tutte le filiali internazionali (la cui organizzazione e le relazioni con la casa madre non sono state sempre ottimali) verranno probabilmente confermate; ci si concentrerà sui mercati in espansione e sui clienti più importanti.

E c'è una sfida nella sfida: non soltanto trattenere i cervelli italiani, ma anche salvaguardare l'italianità di Fimer diventata per la sua debolezza finanziaria una preda ambita da fondi e investitori stranieri. Mantenere un presidio nazionale nella fase più importante e delicata del fotovoltaico è una scelta strategica del sistema-Paese se vuole mantenere il know how e sfruttare la ricerca che è stata sin qui condotta. Serve una scelta di politica industriale forte per salvaguardare questo patrimonio, garantire lavoro di qualità ed assumere una postura vincente nella difficile competizione delle rinnovabili.

Veronafiere, dove nasce il business

Il 2024 parte con la 116.ma edizione di Fieragricola che nel 1898 diede il via alla leadership scaligera. Che oggi si rafforza "partendo" dall'estero

Delle grandi infrastrutture scaligere, VeronaFiere è indubbiamente quella di maggior fascino e coinvolgimento: Fieragricola, Vinitaly, FieraCavalli, Marmomac…sono tutti brand evocativi, conosciuti praticamente da tutti, specie i non addetti ai lavori.

Eventi scelti come ribalta privilegiata dalla politica nazionale, appuntamenti dove fissare i concetti-chiavi dell'azione di governo a favore di centinaia di telecamere. Colore, politica, gossip ma soprattutto affari con un indotto generato su Verona e la sua provincia a nove zeri.

Una "macchina" – avviata nel 1898 grazie ad una delibera del consiglio comunale scaligero che "normava" le due fiere, quella agricola e quella dei cavalli, che allora si tenevano – che sforna il più alto numero di manifestazioni organizzate direttamente da una fiera in Italia e che con oltre 107 milioni di fatturato (di gruppo) e un Ebitda di 17,7 è uscita dallo stop imposto dalla pandemia meglio delle sue dirette concorrenti nazionali.

Dal 2022 al timone di VeronaFiere c'è Federico Bricolo, già senatore della Lega (dove ha guidato la casa editrice del giornale quotidiano di via Bellerio), già sottosegretario di Stato alle Infrastrutture, già segretario della Commissione Antimafia. Classe 1966 è stato l'unico manager pubblico del centrodestra a trovare una linea di equilibrio col nuovo sindaco di centrosinistra e suo primo azionista, Damiano Tommasi, facendo valere uno spirito di collaborazione istituzionale altrove quasi sconosciuto.

Il 2024 vedrà iniziare la seconda parte del suo mandato che si concluderà nel 2025 firmando anche il nuovo piano industriale.

E il primo tassello da fissare, è la 116.ma Fieragricola che sarà ai nastri di partenza già a gennaio.

«Vero, stiamo lavorando davvero sodo su Fieragricola e ci sono tante aspettative. – spiega Federico Bricolo intervistato nel corso della Settimana Veronese della Finanza – Abbiamo fatto un tour in tutta Italia per coinvolgere tutte le associazioni di categorie, tutti gli stakeholder del settore. Non ci siamo presentati a mani vuote: abbiamo portato avanti un'iniziativa molto importante, Fiera Agricola Tech, dove si presenteranno tutte le novità che la tecnologia porta nel settore produttivo, agricolo e negli allevamenti. Ce ne sono davvero tantissime e sono indispensabili per riuscire a dare risposte importanti, soprattutto rispetto ai cambiamenti climatici. Combattere lo spreco d'acqua dolce, connettersi col farm-to-fork dell'Unione europea, integrarsi con la produzione di energia rinnovabile: sono soltanto alcune delle sfide del settore e dei temi della prossima Fieragricola.

Del resto – prosegue il presidente – a monte di ogni rassegna c'è un lavoro davvero incredibile fatto da dei grandi professionisti che lavorano all'interno della nostra azienda che ne sono un po'un fiore all'occhiello. Verona non deve scordare che la sua Fiera non è una semplice "affittuaria" di spazi, ma è operatrice in prima persona: la stragrande maggioranza delle fiere che ospitiamo sono di nostra proprietà.

Sono impostate dal nostro staff che segue per un anno intero il settore economico di riferimento, le associazioni di categoria, gli espositori: così possiamo sapere, praticamente in tempo reale, le necessità di ogni singolo comparto, i suoi fondamentali, dove si vanno posizionando i mercati di riferimento. È questo lavoro di "business intelligence" che rende le nostre manifestazioni così determinanti.

Ad esempio, al Vinitaly arriviamo dopo un lavoro impressionante fatto nei mesi precedenti e di un'importante attività all'estero. Diventa sempre più fondamentale essere sempre più presenti a livello internazionale se vogliamo assicurarci l'arrivo a Verona dei più importanti buyer del mondo. È all'estero che li "ingaggiamo" e li convinciamo a venire a Verona così da garantire alle nostre imprese vitivinicole una presenza sempre più ricca di operatori in grado di prendere decisioni».

Colore, politica, gossip ma soprattutto affari con un indotto generato su Verona e la sua provincia a nove zeri.

In quali aree si sviluppa questo nuovo percorso di internazionalizzazione?

«Come detto, ingaggiare buyer diventa fondamentale – risponde Federico Bricolo – e per questo abbiamo creato un ufficio esclusivo e su questa attività stiamo dedicando il massimo delle nostre forze. Focus sui mercati tradizionalmente più importanti – Canada, Stati Uniti – ma anche su quelli con un grande potenziale ancora tutto da sfruttare come Sud America e Cina. Accompagniamo il nostro sistema produttivo con una fiera a Shenzhen che è l'area più importante dal punto di vista fieristico in tutta l'Asia e siamo negli Stati Uniti d'America quest'anno la prima edizione in partnership realizzata a Chicago.

Siamo in Sud America, in Brasile, ed anche nei Balcani: siamo appena rientrati da Belgrado dove la manifestazione che si è appena conclusa ha avuto un grande successo di presenze e con tanti esibitori – molte le cantine venete – che hanno voluto sondare un mercato con un grandissimo potenziale, che è sempre più integrato con l'economia europea, e dove il made-in-Italy ha indubbiamente un fascino importante e dove si possono quindi aprire spazi commerciali importanti».

«Se siamo cresciuti così tanto – conclude Federico Bricolo – è proprio perché c'è questa capacità di vedere dove va il mercato nel prossimo futuro e di restare sempre a fianco degli imprenditori: sono loro la nostra forza. Non dimentichiamo che nasciamo dai distretti produttivi e sono stati loro a rendere Verona il punto di riferimento di diversi comparti economici che oggi guidano la ripresa del Paese»..

Maurizio Danese confermato alla guida di AEFI

Superata l'emergenza Covid l'obiettivo è sviluppare la presenza all'estero

Maurizio Danese è stato confermato all'unanimità alla guida di Aefi, l'associazione di riferimento per il sistema fieristico italiano; lo affiancheranno i vicepresidenti Simona Rapastella, Antonio Bruzzone, Maurizio Renzo Ermeti e Renato Pujatti. La nomina è arrivata nel corso dell'Assemblea che si è tenuta a Palazzo Piacentini, dopo aver eletto anche il nuovo Consiglio direttivo in presenza, tra gli altri, del ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso.

Tra i membri designati, nella categoria "quartieri fieristici", Antonio Bruzzone (dg BolognaFiere), Maurizio Renzo Ermeti (presidente Italian exhibition group), Pietro Piccinetti (Sicilia Fiera), Renzo Piraccini (presidente Cesena Fiera) e Renato Pujatti (presidente Pordenone Fiere). Per la categoria "organizzatori", Brenda Bellei (Ceo di White), Simona Rapastella (dg FederUnacoma-Eima) e Silvio Viale (presidente Salone internazionale del libro di Torino).

"Il secondo mandato si prospetta certamente meno complicato, ma non certo meno sfidante, rispetto al primo – ha detto il presidente Aefi, Maurizio Danese – in cui la pandemia ha imposto uno stop temporaneo a tutto il sistema fieristico. Se stiamo ancora progettando la crescita del comparto è in buona parte grazie alle istituzioni del Paese, che hanno ben compreso il ruolo delle fiere quale principale vettore del made in Italy contribuendo in modo determinante alla tenuta di un sistema quasi azzerato negli anni Covid. Oggi – ha concluso il presidente, anche ad di Veronafiere - Aefi rilancia la propria missione, rafforzando la rappresentatività unitaria dell'industria fieristica. Al contempo, lavorerà assieme al Governo per una decisa accelerazione sul fronte delle manifestazioni organizzate all'estero e aprendo sempre più la compagine associativa agli organizzatori di grandi eventi".

Prova ne è la recente crescita dei nuovi soci: oltre ai 40 tra i principali quartieri fieristici italiani si sono aggiunti 13 organizzatori di manifestazioni in rappresentanza dei diversi comparti del made in Italy.

Per il ministro Adolfo Urso (Mimit): "Dobbiamo migliorare la capacità di proiettarci sui mercati internazionali: insieme si vince, divisi si perde. Questo slogan emblematico vale anche per il sistema fieristico italiano: c'è bisogno di lavorare assieme per creare un unico braccio che possa consentire alle fiere di presentarsi compatte all'estero. L'obiettivo è portare a sistema le proprie peculiarità. Il ministero – ha concluso Urso – è disponibile a lavorare con il settore per rendere l'Italia più competitiva a livello globale".

Fiera di Isola della Scala

parte dal riso la riscossa dell'agroalimentare di qualità

Roberto Venturi con il sindaco di Isola della Scala Luigi Mirandola

di Fabio Lonardi

Un nuovo direttore, più qualità e convegni per rilanciare l'Ente Fiera di Isola della Scala non solo come manifestazioni, ma soprattutto come punto di riferimento dell'agroalimentare scaligero e del settore risicolo a livello nazionale.

Dopo due anni, Roberto Venturi, amministratore dell'Ente isolano, traccia un bilancio e fa il punto sui progetti futuri della Fiera.

«Ho preso in mano una macchina nel 2022 che era ferma ai box da due anni a causa della pandemia, e nel giro di sei mesi l'abbiamo rimessa in pista: la Fiera del Riso 2022 ha superato brillantemente il risultato del 2019, se si considera il medesimo arco temporale di 3 settimane, con quasi 320.000 piatti consumati».

Lo scorso anno tuttavia il bilancio ha chiuso in perdita.

«Sì, alla fine il saldo è stato negativo per 144mila euro. Ma era inevitabile, abbiamo fatto due anni e nove mesi senza incassare. Abbiamo accorciato di una settimana la nostra manifestazione di punta, la Fiera del Riso, per lasciare spazio ai Mondiali Endurance che poi non si sono tenuti. Inoltre, abbiamo dovuto fare i conti con l'aumento dei costi per allestimenti ed energia. Tutto sommato è andata bene, altre manifestazioni fieristiche italiane hanno chiuso con perdite di molto superiori».

Questo però non ha frenato gli investimenti.

«Certo che no. Se vogliamo mantenere alto il livello dobbiamo valorizzare l'area fieristica: abbiamo apportato miglioramenti nella hall e nell'illuminazione. Le strutture esterne sono le stesse utilizzate per gli allestimenti della Mostra del Cinema di Venezia. Infine, abbiamo realizzato il nuovo ristorante: "Taste of Earth"».

Dove "Sapore della Terra", non è solo l'insegna?

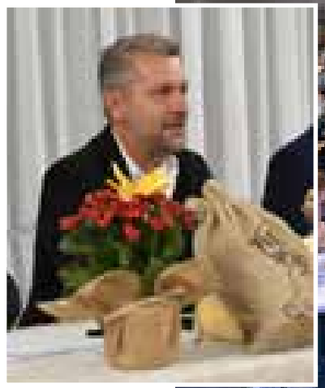
«Esatto. È lo slogan che ci deve guidare sulla strada dell'internazionalizzazione. La mission della nostra Fiera è da un lato valorizzare il nostro Vialone Nano, anche sui mercati internazionali e dall'altra parte la formula del ristorante "Taste of Earth", con serate dedicate alle eccellenze della cucina internazionale. Inoltre, la ricerca sul consumo di riso in Italia che con il supporto ed il patrocinio dell'Ente Nazionale Risi e del Consorzio di Tutela della I.G.P. Riso Nano Vialone Veronese abbiamo commissionato ad Astra Ricerche, una società leader in Italia nelle indagini di mercato, dimostra che il nostro Ente vuole giocare sempre più un ruolo da protagonista a livello italiano nella tutela e valorizzazione del nostro prodotto tipico e delle nostre aziende».

Quest'anno è arrivato anche un nuovo direttore dell'Ente.

«Sì, il rilancio dell'ente non può prescindere da professionalità specifiche e competenti nell'organizzazione di manifestazioni. Daniele Pagliarini, giornalista-pubblicista, è esperto di marketing e promozione di eventi complessi, fino a pochi mesi fa era nello staff della Fondazione Bardolino Top: a lui ho affidato l'incarico di rimettere in pista la macchina organizzativa secondo un progetto di rilancio dei format dei due eventi principali: la Fiera del Riso e la Fiera del Bollito con la Pearà, nonché di promuovere al meglio le manifestazioni isolane. Le collaborazioni messe in piedi quest'anno con le Strade del Riso di Verona, Mantova, Vercelli e Novara, nonché con alcune fra le principali Aziende vinicole veronesi per la valorizzazione dei reciproci prodotti sono un assaggio delle potenzialità che la nostra Fiera può esprimere»

Ente Fiera è tornato a guardare con fiducia al futuro e agli investimenti, quali sono i prossimi passi?

«La valorizzazione del Palarisitaly deve essere portata anche all'esterno: dobbiamo investire per migliorare i parcheggi e in generale l'accessibilità e il decoro dell'area fieristica. Dobbiamo rendere appetibile la struttura per congressi, cene aziendali ed altri eventi, cosa che abbiamo già iniziato a fare. Servono poi risorse da investire nella realizzazione del parco del Riso e migliorare il collegamento pedonale verso il centro del paese. Oltre a questo, come ho detto prima è in corso un generale ripensamento e riprogettazione del format dei nostri eventi. La pandemia ha cambiato il mondo ed ha cambiato anche l'interesse dei visitatori che non si accontentano più di venire a mangiare un buon risotto o un eccellente bollito, ma chiedono di vivere un'esperienza completa sotto diversi aspetti: enogastronomico, culturale, paesaggistico, insomma turistico nel senso più ampio del termine, considerato che il nostro territorio ha molte bellezze storiche e naturali da scoprire. Con la Fiera del Bollito abbiamo dunque invertito la rotta, abbellendo il Palariso, creando un'atmosfera soffusa con i colori dell'autunno e decori natalizi, abbiamo poi allestito una piazzetta riscaldata dove i nostri ospiti hanno potuto sedersi ad un tavolino, ascoltare musica e prendere un aperitivo ed infine abbiamo ampliato l'offerta creando una Show Time Arena e proponendo spettacoli di musica e di cabaret con nomi noti dello spettacolo. Il risultato è stato molto positivo, oltre le aspettative, tanto che abbiamo registrato un sensibile aumento dei ricavi della manifestazione rispetto all'edizione dell'anno scorso. Questo esperimento ci ha indicato che la via che abbiamo intrapreso è senz'altro quella giusta».



Umberto Panarotto, presidente di Vigasio Eventi

La Fiera della Polenta di Vigasio la vittoria della tradizione

Sorride la "sorella minore" dell'Ente Fiera isolano, Vigasio Eventi, che festeggia il 2023: «La 25ma edizione della "Fiera della Polenta" – spiega il presidente Umberto Panarotto – ha chiuso con numeri da record, a cominciare dall'affluenza stimata in oltre 100.000 visitatori, addirittura migliore rispetto al periodo pre covid. Tant'è che nei fine settimana le tre sale a disposizione hanno fatto registrare il tutto esaurito, ospitando circa 3.000 persone».

Rispetto all'anno precedente, le cucine sono passate da 12 a 13, per la prima volta tutte nella stessa sala, la numero 1, coinvolgendo associazioni in gran parte vigasiane, con oltre 300 persone impegnate ai fornelli che si sono alternate nell'arco dei 25 giorni della manifestazione.

«È stata utilizzata nel corso della fiera – sottolinea Panarotto - una cinquantina di quintali di farina di mais autoctona, ottenuta da grani antichi: significa che la semente non ha bisogno di essere riprodotta come le sementi ibridi e quindi parliamo di un prodotto di altissima qualità, senza alcun trattamento né manipolazione a livello genetico. Farina utilizzata per cucinare ben 130 portate che i vistatori hanno potuti ordinare anche tramite due totem per smaltire l'afflusso alle casse soprattutto nelle ore di punta».

Per quanto riguarda le pietanze tra le più gettonate, ancora una volta, Polenta e baccalà, ma anche il bollito e pearà proposto fin dal primo giorno della kermesse, i bigoli abbinati ai vari sughi, le pizze a base di mais, la frittura mista, i dolci. Polenta autoctona che, messa in vendita nell'ambito della manifestazione, è andata completamente esaurita, segno evidente dell'apprezzamento da parte dei visitatori.

«Un ringraziamento particolare va all'Amministrazione comunale e a tutto lo staff organizzativo per il grande impegno profuso - commenta soddisfatto il presidente di Vigasio Eventi -. Anche il prossimo anno confermiamo la medesima durata, 25 giorni, e stiamo pensando di utilizzare una ulteriore sala per aumenetare i posti a sedere. Vorrei poi sottolineare la notevole partecipazione riscontrata sabato e domenica a pranzo, con la presenza di molte famiglie e gruppi di giovani provenienti anche dal Triveneto e dall'Emilia».

Festa dell'Uva di Bardolino

record di presenze per il turismo enogastronomico

Ivan De Beni, presidente della Fondazione Bardolino Top"

Lauro Sabaini, sindaco di Bardolino

La 92° edizione della Festa e dell'Uva di Bardolino (28 settembre - 2 ottobre 2023) si è chiusa con numeri da record: 200mila presenze sfiorate, una delle migliori edizioni di sempre. Complice l'onda lunga del meteo estivo, il collaudato binomio vino-cibo abbinato all'intrattenimento di qualità e a una logistica efficace ha raccolto risultati straordinari che consolidano l'evento tra i più attesi legati alla vendemmia sul panorama nazionale e non solo. Le strutture ricettive e i campeggi bardolinesi hanno registrato il tutto esaurito, capacità di occupazione fino al 90% nei comuni limitrofi, impennata di presenze tedesche e austriache.

La cinque giorni di manifestazione vista lago con cuore dell'evento a Parco Carrara Bottagisio, la "piazza" della festa con palco coperto, ha registrato il picco di presenze sabato già dalle prime ore del pomeriggio. Significativa anche la distribuzione dei kit degustazione: venduti 64mila bicchieri in vetro con il logo della festa, in linea con la

scelta green di ridurre al minimo il non-riciclabile.

Grande soddisfazione per la Fondazione Bardolino Top e il Comune di Bardolino, da mesi impegnati nell'imponente macchina organizzativa e già all'opera in vista delle prossime edizioni che avvicinano al traguardo dei cento anni di storia.

«Se la Festa dell'uva e del vino è andata così bene è merito di tutti i volontari, delle associazioni e delle aziende vitivinicole che si sono date da fare per lavorare alacremente, tenendo alto il nome di Bardolino e dandosi da fare tra gli stand. – il commento del sindaco di Bardolino, Lauro Sabaini, che prosegue – Un grazie va anche alle Forze dell'Ordine per aver garantito la sicurezza in una manifestazione così affollata e a chi si è occupato delle pulizie per far sì che ogni giorno si ripartisse con il giusto decoro. Insieme alla Fondazione Bardolino Top portiamo a casa un'altra edizione di grandissimo gradimento per i tanti visitatori, italiani e stranieri».

Palpabile l'entusiasmo anche tra le 27 associazioni di volontariato e sportive locali che, con le vendite dei diversi piatti (ognuna ha proposto un menù diverso) e del vino Bardolino nelle versioni Classico, Superiore e Chiaretto, finanziano mission solidali. Un esercito di 700 volontari, tanti giovani e giovanissimi, memorie storiche e pensionati, che si sono messi a disposizione per sostenere le buone cause del territorio.

L'account Instagram Bardolino Top fotografa migliaia di interazioni con i post e altrettante condivisioni di foto e filmati lanciati in rete dagli utenti. Le visualizzazioni dei contenuti digital arrivano da diverse parti di Italia e dall'estero, segno che la kermesse diventa sempre più attrattiva per il turismo, per i wine-lovers appassionati e, in particolare, per i giovani.

«Dopo gli anni bui del Covid, con la cancellazione ed il cambio di format, la Festa dell'Uva torna ad essere l'evento più importante di tutto il Lago di Garda - le parole di Ivan De Beni, presidente della Fondazione Bardolino Top - Quest'anno i numeri parlano chiaro. Favoriti da un meteo estivo inusuale si è registrato un tutto esaurito già dal primo giorno e per tutta la durata della manifestazione. Parcheggi esauriti, hotel al limite della loro capienza e operatori economici entusiasti, fotografano l'andamento più che positivo dell'evento. Il tutto è stato reso possibile grazie ad un proficuo gioco di squadra tra i vari attori coinvolti, a partire dall'Amministrazione Comunale di Bardolino, alla Fondazione Bardolino Top organizzatrice della Festa, le forze dell'ordine impegnate sul campo, le 27 associazioni di volontariato di Bardolino vero motore di questa kermesse. La macchina organizzativa è stata messa a dura prova, in particolare la serata del sabato, ma grazie ad un'adeguata pianificazione e programmazione, non si sono registrate criticità di rilievo. È il frutto di un grande gioco di squadra che Bardolino ha consolidato in questi anni e che torna fieramente ad essere, almeno per cinque giorni, capitale del lago di Garda».

VIVERACQUA
GESTORI IDRICI DEL VENETO

Informati meglio sul nostro sito

Solo carta igienica!

Il tuo WC non è un cassonetto. Si può buttare **solo carta igienica**, tutto il resto inquina, intasa, danneggia.

#solocartaigienica

AcqueVeronesi CUSTODI DELL'ACQUA
acqueveronesi.it
Servizio Clienti 800-735300
Pronto Intervento 800-734300

Infrastrutture, la grande rivoluzione

Così cambierà l'area che dal Garda raggiunge l'Est della provincia passando a sud del Quadrante Europa: una rete di investimenti che proiettano questa parte del Veronese direttamente nell'economia del futuro

Elisa De Berti, vicepresidente della Regione Veneto con delega alle Infrastrutture

Giovanni Dal Cero, sindaco di Castelnuovo del Garda

di Jacopo Burati

Mentre la mobilità a nord della città di Verona torna indietro di vent'anni cancellando il Traforo, con l'Amministrazione Tommasi che rispolvera il progetto della "Strada di Gronda" per collegare direttamente la Valpolicella e Tangenziale Nord, è nella zona sud che si concentrano e sono in fase avanzata i progetti infrastrutturali più importanti della provincia.

VARIANTE ALLA STATALE 12.

Anas ha dato il via alle procedure di esproprio dei terreni lungo il tracciato della Variante alla Statale 12 da Isola della Scala a Verona, mentre la Regione ha messo sul tavolo 1.250.000 euro per il progetto definitivo. A complicare l'iter però è arrivato il VIA, la Valutazione d'Impatto Ambientale del ministero dell'Ambiente, che ha dato parere positivo, ma ha anche introdotto diverse prescrizioni alle quali ora i comuni di Buttapietra, Castel d'Azzano, Isola della Scala, Vigasio e Verona e la Regione Veneto dovranno rispondere per adeguare il progetto.

La Variante avrà una lunghezza di 14,5 chilometri (da Isola della Scala alla Tangenziale Sud di Verona), con intersezioni, svincoli e strade secondarie che possano garantire il collegamento con la viabilità ordinaria e le zone industriali dei comuni coinvolti. La cifra aggiornata del costo totale dell'opera è di 263 milioni.

«Anas sta adeguando il progetto alle prescrizioni del VIA. – annuncia la vicepresidente della Regione Veneto Elisa De Berti – Sono state fatte parecchie osservazioni sul tracciato e per gran parte sono state recepite. Nei prossimi mesi saranno definiti sia il progetto sia tutti gli adeguamenti».

«Nei primi mesi del 2024 attendiamo che venga pubblicato il bando di gara per l'appalto. – continua De Berti – La Variante è un'infrastruttura che considero incanalata nel giusto percorso. Non è più in discussione la sua fattibilità. Tutti la vogliono: Ministero per le Infrastrutture, Anas e Regione Veneto. Il ministro Matteo Salvini lo ha detto in più occasioni: è una delle opere prioritarie a livello statale, assolutamente prioritaria per il Veneto e appaltabile a breve. Ci sono tutte le condizioni per andare avanti con convinzione. Il mio compito di pressione terminerà nel momento in cui Anas uscirà col bando di gara. Da allora la mia sarà un'attività continua di monitoraggio affinché l'opera venga realizzata».

IL CASELLO DI CASTELNUOVO.

Preoccupati i primi cittadini di Affi e Castelnuovo poiché il nuovo intervento, se non accompagnato da ulteriori opere di collegamento viario, causerebbe aumenti di traffico in direzione Affi e Castelnuovo. Dallo studio del traffico, commissionato dai comuni di Castelnuovo del Garda, Peschiera del Garda e Valeggio sul Mincio allo Studio Righetti & Monte, è emerso che il quadro del traffico giornaliero attuale vede un movimento di oltre 156mila veicoli così ripartito: 31mila movimenti giornalieri entrata/uscita dall'attuale casello, 39.600 autovetture sulla variante alla Strada regionale 11; 37.700 sulla tangenziale Affi-Peschiera, con 25.200 veicoli che attraversano il centro di Castelnuovo del Garda e 23mila che percorrono la Gardesana.

Con la realizzazione del nuovo casello si avrà come effetto la riduzione di traffico sulla rete stradale afferente il Comune di Peschiera del Garda (- 40% di movimenti in ingresso e uscita al casello).

Se l'effetto sarà positivo su Peschiera, non altrettanto si può dire di Castelnuovo dove è

Eddi Tosi, sindaco di Vigasio

previsto un incremento dei flussi veicolari e delle percorrenze sulla rete viaria ordinaria afferente il Comune. Si prevedono in termini di transiti veicolari giornalieri bidirezionali: 18/20mila movimenti di ingresso e uscita giornalieri previsti al casello di Castelnuovo, 14.000 veicoli giornalieri sul primo tratto della Strada regionale 450, 6mila veicoli giornalieri sulla S.R. 11 e 5mila veicoli giornalieri su via Stazione.

Per tali motivi sono necessari interventi di viabilità di raccordo per evitare l'aumento delle attuali criticità e la congestione del traffico sull'intera area. Interventi per i quali il Comune di Castelnuovo ha già i progetti pronti e che verranno messi in atto una volta iniziata la realizzazione del nuovo casello: «Stando al cronoprogramma i lavori dovrebbero partire nei primi mesi del 2024 - afferma il sindaco Giovanni Dal Cero -. Ora bisogna mettersi al tavolo per discutere le altre opere necessarie affinché il traffico non si riversi sul territorio del nostro Comune».

Il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti aveva sottoscritto il decreto di nomina della commissione di gara per l'aggiudicazione dei lavori per la realizzazione di un nuovo casello a Castelnuovo. Un passo avanti: entro due mesi la commissione valuterà le quattro offerte pervenute attraverso il bando europeo del 28 giugno e assegnerà l'appalto.

In questa prospettiva i lavori dovrebbero prendere avvio entro il mese di maggio per concludersi a fine 2026. L'ammontare dell'intera opera si aggira su un impegno economico di 87 milioni di euro.

Luca Trentini, vicepresidente della Provincia con delega all'Autobrennero

I PROGETTI DELL'AUTOBRENNERO SU VERONA.

Lo scorso dicembre Autostrada del Brennero SpA ha ottenuto il via libera del Ministero per le Infrastrutture e i Trasporti alla proposta di finanza di progetto da 7,2 miliardi di investimenti. Tra questi ci sono il casello di Vigasio, fondamentale per lo sviluppo del District park, e il collegamento con Isola della Scala, dove sempre ad opera di A22 è in progetto la costruzione di un nuovo Centro Intermodale per lo scambio delle merci gomma rotaia.

L'obiettivo di Autobrennero è quello di creare il "Green Corridor d'Europa", coniugando il rispetto per l'ambiente e i territori attraversati con la necessità di avere un'infrastruttura all'avanguardia, performante e sicura e capace di assorbire, insieme alla rotaia, la grossa mole di traffico di merci e persone che ogni giorno attraversano il Brennero.

La notevole mole finanziaria di investimenti è finalizzata non solo a garantire la manutenzione, il periodico risanamento e il complessivo ammodernamento dell'infrastruttura esistente, ma a trasformare l'arteria da analogica a digitale, a favorire la transizione ecologica e una mobilità intermodale.

Lo sviluppo di hub intermodali, come quello di Isola della Scala in collaborazione col Quadrante Europa, è per la A22 fondamentale. Il Gruppo Autobrennero è il primo operatore privato del settore merci e mobilita quasi 20.000 treni all'anno, contribuendo così a spostare dall'autostrada alla rotaia 1.000 mezzi pesanti al giorno. La posizione di Isola della Scala è davvero strategica, a crocevia tra gli scambi economici e commerciali del nord e il sud Europa e tra Oriente e Occidente.

«Tutto è legato al rinnovo della concessione – spiega Luca Trentini, sindaco di Nogarole Rocca e vicepresidente della Provincia con delega specifica all'A22 – che dovrebbe arrivare entro il 2024. Il ministero delle Infrastrutture ha infatti approvato il piano di investimenti dell'Autoobrennero, ma prima di rinnovare la concessione deve accertare, tramite bando, se ci siano operatori economici in grado di fare di più o meglio di A22».

La concessione infatti è scaduta nel 2014, mentre il piano degli investimenti della società autostradale arriva fino al 2048, il via libera del ministero delle Infrastutture al project financing potrebbe essere l'anticamera al rinnovo della concessione e quindi alla realizzazione degli interventi. Interventi quanto mai urgenti visto che l'apertura, prevista nel 2032, del Tunnel di base del Brennero permetterà lo sviluppo dell'alta velocità ferroviaria anche nel settore merci. La capienza della rete aumenterà di circa 60-90 treni al giorno e i carichi si stima potranno essere del 20% più pesanti.

«Nella nostra provincia – continua Trentini – Autobrennero ha in programma investimenti per 1,2 miliardi di euro. La prima opera in programma è l'allargamento a tre corsie del tratto Verona-Modena, un intervento che, a mio avviso, verrà realizzato in tempi brevi perché verrà sfruttato il corridoio presente oggi tra le due carreggiate».

Ma dopo la terra e la rotaia Autobrennero guarda anche all'acqua, con lo sviluppo del porto di Valdaro che collega Mantova al mare attraverso 136 chilometri di canali navigabili. Mercati e realtà produttive saranno così connesse dalle Alpi all'Adriatico.

Attualmente l'interporto isolano è in attesa di passare dalla carta alla fase realizzativa: manca infatti il progetto esecutivo che consentirà di andare in appalto, ma il sindaco di Isola della Scala Luigi Mirandola è cauto: «Da tempo il progetto del terminal intermodale di Autobrennero c'è e c'è anche il piano per i fondi. Al momento, non ci risultano novità particolarmente determinanti. È facile pensare che questo e altri progetti dipendano da un fattore importante: il futuro rinnovo della concessione autostradale».

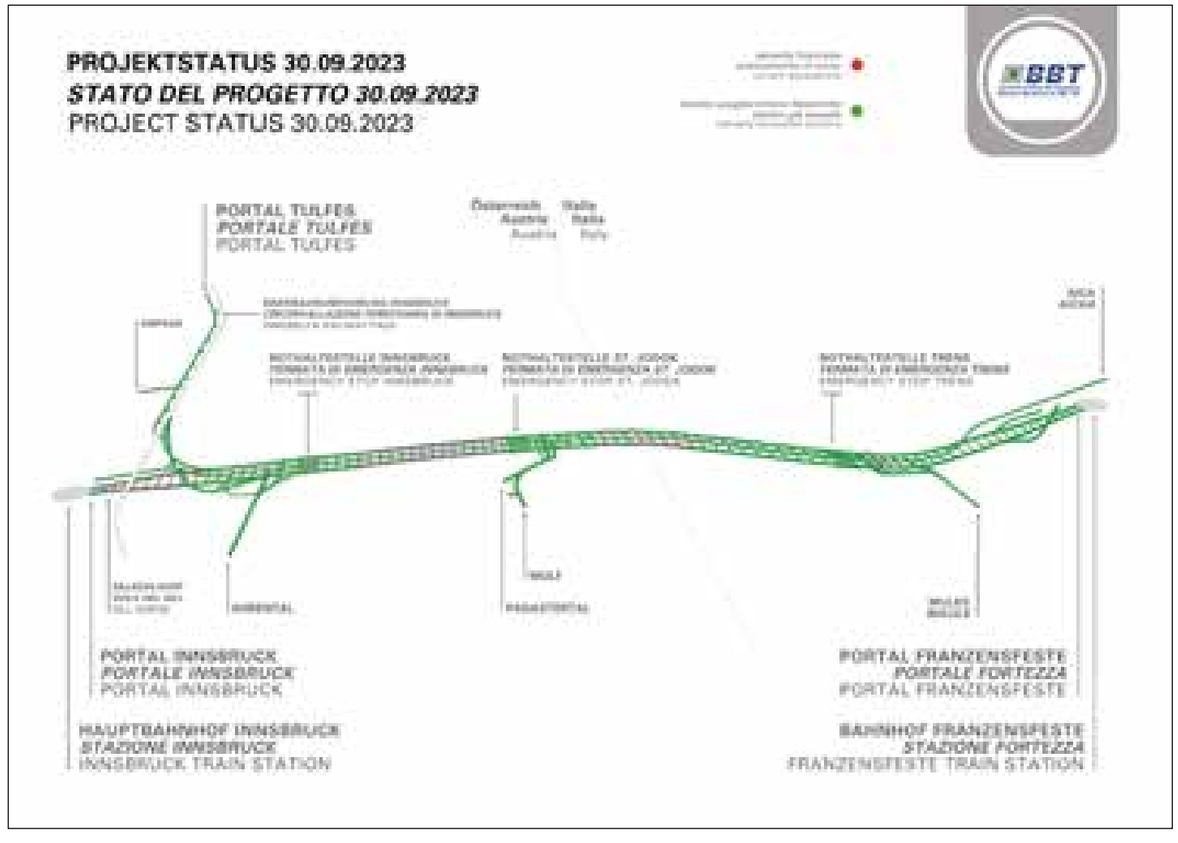
Intanto, continuano i lavori di completamento del District Park, l'area destinata alla logistica a sud di Vigasio in prossimità dell'autostrada del Brennero. Due strutture sono state già occupate dal 2018 da Honda e Papp Logistics (azienda specializzata nella movimentazione di ortofrutta e alimentari), a cui si sono aggiunti cinque moduli da 7000 metri quadrati occupati da altre aziende, sempre nell'ambito della logistica.

A breve sarà conclusa l'edificazione dei 500.000 metri quadrati di superficie (per il 50% al coperto a uso logistico) che completerà il primo stralcio del parco.

«Le realtà che si stanno insediando – commenta il sindaco di Vigasio Eddi Tosi – portano una ricaduta positiva sul territorio. Più di qualche cittadino di Vigasio è impiegato in queste aziende. Il ritorno sul nostro Comune non è solo in ambito occupazionale ma anche per la quota degli oneri secondari versati all'ente».

Gli oneri andranno a finanziare i lavori compresi nel piano triennale delle opere pubbliche.

Per far decollare definitvamente l'area, ora si attende il nuovo casello autostradale di Vigasio sull'A22 che si aggiungerà a quello di Nogarole Rocca e i collegamenti stradali a supporto dell'area.



Tunnel del Brennero: confermato l'avvio nel 2032

Martin Ausserdorfer: L'area veronese cuore del nuovo sviluppo

di Alessandro Bonfante

Martin Ausserdorfer è il direttore dell'Osservatorio Galleria di Base del Brennero di BBT SE, società per azioni europea finalizzata alla realizzazione della galleria ferroviaria tra Italia e Austria, opera progettata e realizzata su incarico delle Repubbliche italiana e austriaca oltre che dell'Unione Europea. A lui abbiamo chiesto cosa cambierà per Verona e il nostro territorio con la realizzazione di questa infrastruttura.

«Oggi abbiamo una linea storica sul Brennero, è vecchia 160 anni ed il problema è che quella linea non regge più alle esigenze di un traffico – per persone e soprattutto merci – all'altezza del nostro tempo e soprattutto il tunnel del Brennero è più che utile per trasferire le merci dalla gomma al ferro. Quanto allo stato dei lavori: il lato italiano del tunnel del Brennero oggi vede quasi finito lo scavo; in Italia si fa anche un grande sforzo per le tratte d'accesso, come la fortezza Ponte Gardena in costruzione, la circolazione di Trento e si lavora anche sulla progettazione delle circolazioni di Bolzano e l'entrata di Verona.

Quindi tra qualche anno avremo una nuova infrastruttura che sarà la vera concorrenza alla gomma, una struttura funzionante dove i treni saranno il top e quindi per gestire tutto questo serve un'interoperabilità vera, servono abbastanza spazi negli interporti e io mi auguro che tutta Verona, la macro regione qua, al sud degli Alpi, si prepari a questa sfida perché solamente così riusciremo tutti insieme a fare bene la transizione ecologica».

Cosa può cambiare per il polo logistico di Verona?

«La situazione di Verona è quella della sua posizione geografica, Verona è la porta verso l'Italia in direzione Milano, in direzione Venezia; inoltre Verona ha anche il collegamento ai porti di Genova, Trieste e Ravenna e un domani i più importanti porti per tutta l'Europa, con l'evoluzione della logistica, potranno essere quelli italiani. Il Governo italiano sta avviando diverse iniziative e l'hub per trasferire le varie merci dai porti italiani in direzione nord sarà obbligatoriamente Verona.

E quindi avremo necessità di tanti spazi interportuali per andare poi col treno in modo sostenibile al cuore dell'Europa per alimentare l'economia. Non ci sono alternative: il Gottardo serve alla Svizzera ed alle zone del nord ovest mentre noi al centro e nord est avremo il futuro "nuovo" valico del Brennero. La vera porta d'Europa».

Quando sarà conclusa l'infrastruttura?

«Sinceramente bisogna dire che sul tunnel del Brennero abbiamo trovato dei problemi che nessuno immaginava mai prima. Un'impresa è andata in concordato preventivo e questo istituto non è presente nel diritto austriaco, quindi abbiamo avuto problemi legali che dovevamo risolvere. Ogni giorno abbiamo lavorato alla risoluzione di problemi e oggi mi ritengo molto fiducioso sulla data di avvio del 2032, perché i cantieri sono tutti affidati, già in costruzione e quindi l'attività non è più legata alle gare o al contenzioso legale, ma al lavoro tecnico sul campo e lì siamo veramente bravi».

Villafranca, la nuova centralità

di Giancarlo Tavan

Basta traffico, abbattere l'inquinamento e creare più sicurezza. Sono questi gli obiettivi che da decenni la popolazione chiede alla politica villafranchese pur con la consapevolezza che si tratti di interventi di portata (e finanziamento) sovracomunale. La ridisegnazione della viabilità con i progetti in cantiere per il Comune di Villafranca, però, autorizza finalmente ad essere fiduciosi. Il sindaco Roberto Dall'Oca potrebbe entro fine mandato tagliare il nastro sia della Grezzanella che della Tangenziale Sud completando quell'anello circonvallatorio che risolverà per sempre il problema del traffico di attraversamento. «Stavolta non sono sogni ma certezze - sottolinea -. Arriveranno benefici anche ai Comuni limitrofi di Povegliano, Vigasio, Mozzecane e Sommacampagna. Ma, restando a Villafranca, ci permetterà di creare una mobilità diversa in centro e anche chiudere le strade per eventi facendo scorrere il traffico all'esterno. Per la popolazione sarà un beneficio enorme e noi a questo puntiamo anche se ancora qualcuno si mostra contrario invocando progetti alternativi tecnicamente improponibili. E abbiamo ben presente anche i problemi di Dossobuono».

GREZZANELLA. Il progetto del secondo tratto, che da via Sant'Eurosia passando a Sud di Villafranca si ricongiungerà con una rotonda alla strada regionale 62 per Mantova, in linea di massima va a riesumare quello degli anni duemila quando si parlava solo di Grezzanella in termini di circonvallazione di Villafranca. Poi il secondo tratto venne inserito (insieme al terzo che doveva arrivare alla rotonda di Roverbella) nelle opere accessorie della Tibre. Ma l'opera dell'Autocisa si impantanò. Quello appena appaltato riguarda un tratto stradale di 2,6 km, quasi tutto zona di campagna senza grandi elementi di sottoservizi da spostare e con una parte modesta in trincea, 2 corsie di larghezza 3,75 metri ciascuna e banchine pavimentate di 1,50. Nastro principale di 12 metri complessivi. Sul Tione un ponte con due strade poderali, sottopasso sulla linea ferroviaria e 3 rotatorie. Previste le barriere antirumore a protezione delle abitazioni. Il cantiere, che prevede un investimento da oltre 21 milioni di euro su un complessivo di 35,1 stanziati dalla Regione, prenderà il via a inizio 2024 e si protrarrà per 980 giorni.

TANGENZIALE SUD. A metà dicembre scadrà il termine per presentare le osservazioni al progetto definitivo che è stato presentato in sala consiliare con la partecipazione di uno sparuto gruppo di persone (in gran parte legate all'opposizione di Centrosinistra da sempre fortemente contraria all'opera).

Il capo Ufficio Tecnico Matteo Faustini, presente con il responsabile del progetto Enrico Scomazzon, il vice sindaco Francesco Arduini e i tecnici dell'associazione temporanea di aziende che si è aggiudicata l'incarico per la progettazione, ha scandito i tempi per arrivare all'inizio dei lavori previsto per il 2025. «Con la Provincia abbiamo concordato di fare la Valutazione di Impatto Ambientale anche se non prevista dalla normativa nazionale per essere sicuri che tutto sia a posto anche se questo comporterà almeno sei mesi di ritardo sulla tabella di marcia». Il progetto, in 3 stralci, prevede 4 nuove rotatorie, un ponte sul Tione di 20 metri con unica campata salvaguardando il percorso ciclopedonale con due passerelle e due sottopassi su via Porta e via Volpare, la realizzazione di 5 sottopassi faunistici e di barriere acustiche, l'inserimento di fasce arboree lineari lungo i margini della nuova viabilità. La bretella, lunga circa 3 chilometri, si raccorderà al nuovo tratto previsto per la Grezzanella e andrà a immettersi nella Sp 24 'del Serraglio', in direzione di Valeggio. Il costo è di oltre 17 milioni e la stima prevede la realizzazione in 802 giorni.

DOSSOBUONO. È al centro di tanti progetti per ridurre traffico e inquinamento della frazione che ha due attraversamenti autostradali e l'aeroporto. Quello più importante è la bretella di collegamento dalla tangenziale, da est verso l'aeroporto. Dopo la creazione della rotonda a Madonna di Dossobuono, tutto il traffico per il Catullo e verso Villafranca-Mantova si è riversato su via Cavour con effetti nefasti.

«Darebbe una risposta importante per ridurre molto il traffico di attraversamento - spiega il sindaco -. Un intervento chiesto dal territorio ad A22 come opera fondamentale e già progettato ma legato al rinnovo della concessione che purtroppo tarda ad arrivare. Nell'attesa stiamo studiando soluzioni alternative come il senso unico in uscita che però comporterebbe uno stravolgimento per i residenti. Per questo dovrà essere condiviso con la comunità. Dobbiamo dare una risposta complessiva per evitare di spostare il problema accontentando solo chi adesso va in strada a protestare».

METROPOLITANA LEGGERA. Il collegamento ferroviario Verona-Mantova con casello al Catullo sembrava cosa fatta ancora nel 2003. Sono passati vent'anni e ultimamente è stato riesumato con l'allargamento al Lago. «Voglio essere fiducioso anche se il progetto molto più ridotto era stato fermato perché non idoneo nel rapporto benefici-costi, senza invece considerare l'impatto positivo dal punto di vista ambientale e sociale. Sto seguendo con attenzione anche le discussioni sulla strada di gronda che il comune di Verona vuole fare sempre sui confini con Villafranca. Vedremo le decisioni che verranno prese».

Visione e condivisione per cogliere questa opportunità

di Roberto Dall'Oca

«Villafranca ha una realtà commerciale e industriale di primissimo livello . Sul territorio trovano sede 3000 aziende alcune di interesse mondiale. Realtà importanti per l'economia e per il mondo del lavoro. Potrei citare l'aeroporto

Catullo che é anche volano per il mondo del turismo e la promozione di tutto il territorio; il gruppo Calzedonia; il gruppo Cappellotto che da pochi mesi ha aperto a Villafranca la sua settima sede: una realtà da 124 milioni di fatturato e 550 dipendenti. Potrei citarne tante altre senza dimenticare realtà locali come Nicolis , Beladelli , Franchini, Martinelli.

Villafranca gode del beneficio di una posizione geografica invidiabile al centro dei corridoi europei uno e cinque, a ridosso di un centro di grande sviluppo logistico come la Marangona con quattro caselli autostradali a breve distanza (Sommacampagna, Verona sud, Verona Nord e Nogarole Rocca) con una viabilità e una progettualità in evoluzione e in completamento.

La nostra attenzione guarda già al futuro: come riprendere il progetto della TIBRE (Tirreno- Brennero), il futuro interporto di Isola della Scala , il casello autostradale a Vigasio e l'ipotesi Intel. Aggiungo gli incontri fatti per il collegamento ferroviario Mantova-Villafranca-aeroporto Catullo- Verona-lago di Garda magari con una nuova stazione anche nella zona industriale di Villafranca e un piccolo interporto per favorire l'intermodalità ed il trasporto su rotaia e l'arrivo in treno degli operai che lavorano in zona.

Tutte queste progettualità, proprio perché di interesse ampio, dovranno essere fatte e condivise. Ci dovrà essere almeno una regia Provinciale dove trovino posto i Sindaci, i rappresentanti dell'Università, degli industriali, delle categorie e di tutti gli attori interessati allo sviluppo economico della provincia. La politica ha il dovere e la responsabilità di fare le scelte passando però dal confronto e dall'ascolto».

Il presidente Trestini: "I fondi UE vanno spesi entro tre anni, la richiesta crescerà"

ANCE spera in un buon 2024 grazie al PNRR e ai lavori pubblici

Superbonus ferita aperta, timori per i crediti incagliati e le cause per opere non finite: "Occorrono nuove regole più trasparenti e oneste". E un auspicio: il calo dei tassi

Affrontata – e in buona misura stabilizzata – una situazione di mercato che da un paio d'anni tiene le imprese sull'ottovolante. Alle prese con i residui tossici del superbonus 100%, con buone prospettive di andare oltre la fase delicata e trarne utili insegnamenti operativi. Qualche ombra sul futuro per la tensione continua sui tassi e i costi di materiali e cantieri, però si guarda alla ripartenza delle opere pubbliche che favorirà un settore trainante dell'economia.

I costruttori puntano a un'alleanza di filiera con il Comune e gli Ordini professionali: "Edilizia centrale se partono i progetti di rigenerazione urbana, sismica e ambientale"

È l'analisi realistica ma tutto sommato ottimista di Carlo Trestini, presidente di ANCE Verona, alle prese con un bilancio del 2023 e uno sguardo al 2024. Sono più gli aspetti positivi che le preoccupazioni, che pure rimangono: sintetizzata con una battuta, potrebbe essere "tutto considerato non sta andando affatto male". E lo spiega con una considerazione riassuntiva: "Il 2023 malgrado tutto è stato un anno positivo: ha portato al settore delle costruzioni un aumento di occupati, nuove aziende e massa salari e – nella media – una buona crescita. Certamente ci aspettiamo nuovi rischi, ma il sistema è in grado di affrontarli".

"Quest'anno abbiamo fermato l'altalena dei prezzi del 2022 che ha portato la revisione al rialzo dei contratti. A questo si aggiungono le difficoltà già emerse nel terzo trimestre: l'aumento dei materiali, quindi dei costi delle costruzioni, e soprat-

tutto dei tassi. Questo continua ad avere un forte impatto sul mercato perché riduce la possibilità delle famiglie di accedere ai mutui per l'acquisto di abitazioni. Ma ha anche fatto lievitare le spese generali delle imprese, causate dalle esposizioni per i tempi di pagamento, oltre che all'opinione delle banche sulla presunta crisi dell'edilizia che richiederebbe di frenare gli investimenti".

Malgrado questi ostacoli, dice Trestini, il 2023 si chiuderà in positivo, grazie al completamento dei lavori già in corso, alla messa a terra dei cantieri collegati al PNRR e alla previsione di ulteriori rilevanti interventi in territorio veronese.

"Da tempo esorto gli associati ANCE a guardare ai lavori pubblici: i cantieri del PNRR andranno completati entro il 2026, e quindi durante i prossimi tre anni dovremo rispondere a una richiesta in forte crescita. Invece", precisa, "per gli interventi nel settore privato vedremo calare i lavori legati a superbonus 110 e per ora all'efficienza energetica. Dopo si ripartirà, ma con nuove norme che rendano sostenibili interventi e sostegni. E le rigenerazioni urbana, sismica e ambientale restano la strada per mantenere a lungo la centralità dell'edilizia".

Il superbonus resta però una ferita aperta, con due serie criticità: da un lato lo sblocco dei crediti incagliati, che si teme porterà a contenziosi fra le imprese e i committenti e a gravi crisi aziendali. Dall'altro i lavori non completati entro il 31 dicembre, che senza proroghe daranno luogo a cause eterne. "C'erano dei general contractor che raccontavano di saper fare tutto ma non era così, o chi ha incassato le prime quote poi è sparito. Faremo pressione per avere anche solo una proroga di due-tre mesi, per salvaguardare chi ci è andato di mezzo".

"Gli auspici sono due: una nuova normativa per i bonus e un progressivo calo dei tassi", riassume Trestini. "Per evitare eccessi sui bonus si può tornare alla normativa precedente, magari ripristinare le cessioni dei crediti per chi ne ha diritto ma non la capacità di spesa. Ma con trasparenza e onestà intellettuale, a vantaggio di tutti: passata questa stagione le costruzioni restano un settore trainante, capace di generare produzione industriale e sostenere l'economia".

Un altro problema non da poco è la carenza di personale qualificato sia per il cantiere ma anche per i tecnici delle aziende. "Ora dobbiamo intervenire per avvicinare i giovani italiani a un settore che si è evoluto e sta cambiando, con professionalità in crescita, più tecnologia per progettare i lavori, robotica. C'è un cambio di passo che può essere un'opportunità e non più un problema".

L'impegno di ANCE Verona è per la formazione e qualificazione delle imprese, che devono imparare a gestire meglio i clienti e le commesse con efficienza e ottimizzazione "industriale" del cantiere, pianificazione dei processi produttivi e del lavoro: anche sul piano finanziario. Dopo il protocollo firmato con l'Ater e ordini professionali per un'alleanza di filiera, nel 2024 la formula si potrebbe rinnovare anche col Comune di Verona per rigenerare il patrimonio di edifici di Palazzo Barbieri, che il presidente di ANCE ritiene "importante ma vetusto" e che rappresenta un costo e genera disagio sociale. "Penso a un'intesa con il privato, in rete con professionisti e parte pubblica, investimenti di entrambi e una gestione basata sulle competenze. Dopo il PNRR questo partenariato per Verona", conclude Trestini, "potrà diventare una nuova formula vincente".

Verona Mercato verso il grande progetto del freddo 2026

di Bernardo Pasquali

Verona dispone di uno dei mercati più all'avanguardia a livello nazionale. Lo dicono i dati degli scambi delle merci ma soprattutto, la gestione logistica e la struttura decisamente funzionale. I prossimi tre anni saranno fondamentali per la creazione di un upgrade ancora più decisivo sul fronte dell'ampliamento dei servizi, la cura del personale e l'intelligenza artificiale integrata.

"Grazie al PNRR riusciremo a chiudere definitivamente il progetto di riqualificazione e ammodernamento della struttura mercatale garantendo una funzionalità unica in Italia" – afferma Paolo Merci vulcanico Presidente di Verona Mercato.

Il progetto che vedrà una spesa di circa 20 milioni di euro, metà forniti dal PNRR a fondo perduto e metà integrati da Verona Mercato, è in fase di presentazione, in questi giorni, alla Centrale di Committenza di Treviso che gestisce tutte le grandi opere regionali.

"Siamo già in fase operativa burocratica. – afferma Paolo Merci – Da Treviso gli incartamenti per il Bando verranno esposti fino al mese di gennaio massimo febbraio. Le imprese avranno quindi due mesi di tempo per presentare il piano di interventi e l'eventuale abbassamento del valore del bando di gara. Gli inizi lavori si prevedono per la primavera – estate del 2024 e il fine lavori dopo 24 mesi. Auspichiamo quindi che il progetto sarà pronto tra tre estati, nel 2026".

L'intervento permetterà la coibentazione delle testate carico – scarico del mercato. Saranno due grandi celle frigorifere a temperatura controllata, per garantire la catena del freddo. Un progetto che si avvarrà di un progetto circolare energetico di autosufficienza.

"Le frigorie alle celle saranno fornite da un sistema fotovoltaico che si svilupperà sulle tettoie dei circa 620 nuovi posti auto che verranno creati. Il nuovo progetto di rinnovamento non sarà solamente strutturale ma avrà una parte consistente orientata verso l'altra direzione del PNRR, ossia la transizione digitale. Realizzeremo un sistema di gestione digitalizzato che definirà un flusso documentato passo dopo passo, da quando il prodotto arriva al Mercato, seguendo tutti i suoi spostamenti interni, fino a quando viene spedito ad altre destinazioni".

Questo grande intervento garantirà due grandi aree dove la catena del freddo, soprattutto nei periodi più caldi sarà rispettata per migliorare l'integrità del prodotto. Le celle garantiranno anche un lavoro migliore per il personale che rimarrà costantemente a circa 15 – 16 gradi di temperatura. Infine gli operatori che utilizzano il Mercato di Verona, potranno diluire meglio anche i loro orari di lavoro e, quindi, non soltanto il mattino presto ma anche nelle fasce pomeridiane, allungando le prospettive operative dell'impianto.

Grande distribuzione, il 2024 sarà un anno decisivo

I big del settore hanno sede nel cuore della logistica italiana e questo consente ai veronesi di avere carrelli della spesa più leggeri e tantissime opportunità professionali. Ma sono le incognite dell'economia nazionale a far trattenere il fiato alle imprese

di Fabio Lonardi

Verona è l'Eldorado della Grande Distribuzione del Nord-Est. Qui, esattamente 30 anni fa, è sbarcata la prima catena straniera dell'hard discount: Lidl, che ancora oggi ha il suo quartier generale ad Arcore. E un altro big del settore discount, Aldi ha scelto recentemente la nostra provincia per insediare il suo centro logistico e precisamente la zona industriale di Oppeano che si affaccia sulla 434.

Ma Verona è anche il Triangolo delle Bermuda per tante insegne della GDO che non sono riuscite negli anni a inserirsi e a prosperare a causa di un ambiente del tutto particolare che vanta una solida tradizione locale nei supermercati: Brendolan (Famila), Mion (Migross), Martinelli, Rossetto, Tosano sono i nomi delle famiglie scaligere che hanno saputo costruire in cinquant'anni gruppi capaci di competere con le grandi insegne nazionali e internazionali.

In Veneto, secondo l'ultimo Rapporto Nazionale del Commercio (dati 2021) di Union Camere, ci sono 1.175 supermercati per una superficie complessiva di vendita di quasi 1,3 milioni di metri quadrati e danno lavoro a 22.734 persone: numeri che pongono la nostra regione al secondo posto nella classifica nazionale dopo la Lombardia.

Nella provincia di Verona, secondo i dati della Camera di Commercio scaligera, i supermercati sono 214, con una superficie di vendita di circa 222.000 metri quadrati – vale a dire poco più di 2000 metri quadri per punto vendita - che danno lavoro a 4.050 persone. A questi si aggiungono 19 ipermercati con superficie media di vendita intorno ai 5.600 metri quadri, di cui la metà occupata da prodotti non alimentari, che assorbono 1.880 addetti.

Residuali i minimarket, sono in tutto 53 a Verona e provincia, con una superficie media intorno ai 300 metri quadri, per 284 addetti.

Nel complesso, tra iper e supermercati, le insegne scaligere o riconducibili comunque a proprietà Veronesi sono circa una settantina, vale a dire un terzo degli esercizi presenti sul territorio.

Rossetto al top del risparmio

Verona si conferma tra le città più convenienti secondo l'indagine di AltroConsumo

Quasi mille euro di risparmio nel carrello all'anno rispetto alla media nazionale facendo la spesa nel supermercato più conveniente di Verona: è il risultato dell'indagine condotta nei punti vendita di tutta Italia dalla rivista AltroConsumo.

E ancora una volta i supermercati più convenienti della nostra città sono due punti vendita di Rossetto, seguiti da quelli di Martinelli. Verona si conferma una piazza difficile per le insegne nazionali e una delle città più convenienti d'Italia, grazie alla presenza di realtà locali della grande distribuzione che spingono la concorrenza a tutto vantaggio dei consumatori.

«Il nostro punto di forza, da sempre la nostra filosofia aziendale, è "tutto a basso prezzo". – spiega l'amministratore delegato del Gruppo Lorenzo Rossetto – Da quando AltroConsumo conduce queste rilevazioni nei nostri supermercati, siamo sempre risultati ai primissimi posti: è la prova che la nostra identità commerciale basata sul risparmio non è uno slogan, ma la realtà».

2300 collaboratori, 27 punti vendita in tre regioni, due centri logistici, 30 motrici e una movimentazione di 70 semi-rimorchi: sono i numeri del Gruppo Rossetto che, partendo da un piccolo negozio di alimentari negli anni Sessanta, ha saputo costruire una rete di punti vendita diffusa su 11 province della pianura Padana da Rovigo a Cremona, passando per Brescia, Modena e Reggio Emilia.

«Non siamo i primi solo a Verona: AltroConsumo ha condotto l'indagine in 67 città. – sottolinea Rossetto – Dove i nostri punti vendita sono stati rilevati siamo risultati al primo posto: anche a Cremona, Mantova, Modena, Padova, Reggio Emilia, Rovigo, Venezia e Vicenza. Un risultato che testimonia il buon lavoro che facciamo in azienda per mantenere bassi i prezzi ai nostri clienti».

«Da sempre evitiamo le politiche dei sottocosto,

del prendi 3 paghi 2, dello sconto del 50%; ma tutti i giorni garantiamo ai nostri clienti il risparmio sul totale della spesa. Anche per quanto riguarda l'inflazione dei prezzi la nostra azienda la sta contenendo al 50% rispetto la media nazionale».

I prodotti rilevati da AltroConsumo sono stati ben 167, dal fresco a quelli a lunga conservazione; l'indagine ha inoltre confermato la tendenza dei consumatori a comprare meno, ma con più frequenza. «Le grandi spese mensili – spiega Rossetto – sono sempre meno: da una decina d'anni ormai i clienti mostrano una crescente attenzione alla riduzione degli sprechi e privilegiano spese più frequenti».

Insomma, scontrini più corti rispetto al passato: «Nonostante questo e le varie difficoltà che tutti stanno incontrando – conclude Rossetto – la nostra azienda è in forte crescita: i volumi venduti nei nostri punti vendita storici, tralasciando le nuove aperture, registrano anche quest'anno un aumento medio dei volumi di vendita quasi del 6%, segno che sempre più clienti stanno scegliendo i nostri supermercati per la loro spesa. Un grazie grande va a tutti i nostri collaboratori e soprattutto ai nostri clienti che ci danno la loro fiducia tutti i giorni».

Food inflation, here to stay?

L'INFLAZIONE CORRE IN ITALIA E IN EUROPA...
(Tasso di inflazione per prodotti alimentari e bevande analcoliche, Principali paesi europei, Giu 2023 vs Giu 2021)

Italia	Francia	Spagna	Europa	Germania
+21,3%	+21,4%	+26,4%	+26,9%	+27,3%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nielsen su dati Eurostat

PET CARE E FREDDO I REPARTI PIÙ COLPITI DALL'INFLAZIONE NEI PRIMI 6 MESI DEL 2023
(Largo Consumo Confezionato: Tasso di inflazione su base annua per reparto, I+S+LIS, Giugno 2023)

Pet Care	Freddo	Ortofrutta	Drogheria	Tonno LIS	Carne rossa	Surgelati	Pasta	Dolci e sal	Latte	Uova
+17,2%	+17,0%	+14,0%	+13,6%	+12,7%	+12,6%	+12,3%	+11,6%	+8,8%	+6,6%	+4,5%

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nielsen su dati NielsenIQ

NEL LARGO CONSUMO CONFEZIONATO LENTAMENTE L'INFLAZIONE ALLENTA LA SUA MORSA
(Prezzi, inflazione e mix nel Largo Consumo Confezionato, Valori percentuali)

	Prezzi	Inflazione	Mix
Gen 2023	+15,0%	+15,4%	-0,4 P.P.
Lug 2023	+10,1%	+11,3%	-1,3 P.P.

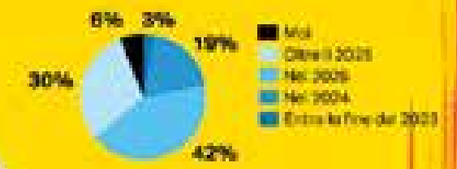
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nielsen su dati NielsenIQ

INFLAZIONE AL CONSUMO DESTINATA A CRESCERE
(Quali sono le sue previsioni rispetto al tasso di inflazione medio annuo relativo ai prezzi al consumo nella GDO, Valori percentuali, Totale campione Manager Food & Beverage)

	Totale prezzi al consumo*
Nel 2023 rispetto al 2022	+11,0%
Nel 2024 rispetto al 2023	+4,0%

*Grocery+Fresco peso fisso e variabile + detergenza
Fonte: Ufficio Studi Coop - Nielsen, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023 e NielsenIQ

...E NON TORNERÀ AI LIVELLI PREPANDEMICI PRIMA DEL 2025
(Quando il tasso di inflazione al consumo dei prodotti alimentari in Italia tornerà ai livelli della media storica pre-pandemia (2%)? (Valori percentuali, Totale campione Manager Food & Beverage)



Fonte: Ufficio Studi Coop - Nielsen, "Hybrid Future", Executive Survey, Agosto 2023

Eurospin: la riscossa italiana nel discount guidata da Verona

Il gruppo fondato nel 1993, ha sede a San Martino Buon Albergo e oggi conta 1.200 punti vendita e un fatturato di 7 miliardi di euro

Se Rossetto vince nella classifica dei supermercati tradizionali locali, AltroConsumo per i discount premia Eurospin che si posiziona sul terzo gradino del podio a livello nazionale tra i discount dopo IN'S e Lidl. Anche Eurospin parla veronese: tra i fondatori del più grande gruppo discount italiano, infatti c'è la famiglia Mion. I proprietari della veronese Migross, infatti, con altri imprenditori del settore lombardi e trentini, hanno dato vita nel 1993 alla riposta italiana alle insegne discount d'Oltralpe.

Oggi il Gruppo Eurospin, che ha il quartier generale a San Martino Buon Albergo, conta 1.200 punti vendita, e più di 20.000 dipendenti, con un fatturato che si attesta sui 7 miliardi di euro.

Eurospin è presente oltre che sul mercato italiano anche in Slovenia, con 51 punti vendita, e altri sette nella vicina Croazia.

Eurospin Italia S.p.A. è una holding con funzione di indirizzo strategico e commerciale, in cui sono presenti le funzioni di acquisto, marketing, logistica, vendite, qualità, franchising, sviluppo e tecnico, sicurezza, progettazione, amministrazione, legale, controllo di gestione e risorse umane.

Lo sviluppo immobiliare e la gestione operativa del business sono invece in capo a 5 società operative presenti sul territorio italiano, controllate da Eurospin Italia SpA: Spesa Intelligente, Eurospin Tirrenica, Eurospin Lazio, Eurospin Puglia, Eurospin Sicilia. A queste si aggiunge Eurospin EKO, che opera in Slovenia ed Eurospin Croazia.

La logistica è uno dei fattori determinanti del successo della catena: la movimentazione nei magazzini alle consegne ai punti vendita, assicura un approvvigionamento continuo dei prodotti allo scaffale, garantendo quotidianamente la tracciabilità e la freschezza dei prodotti nel rispetto della sostenibilità ambientale.

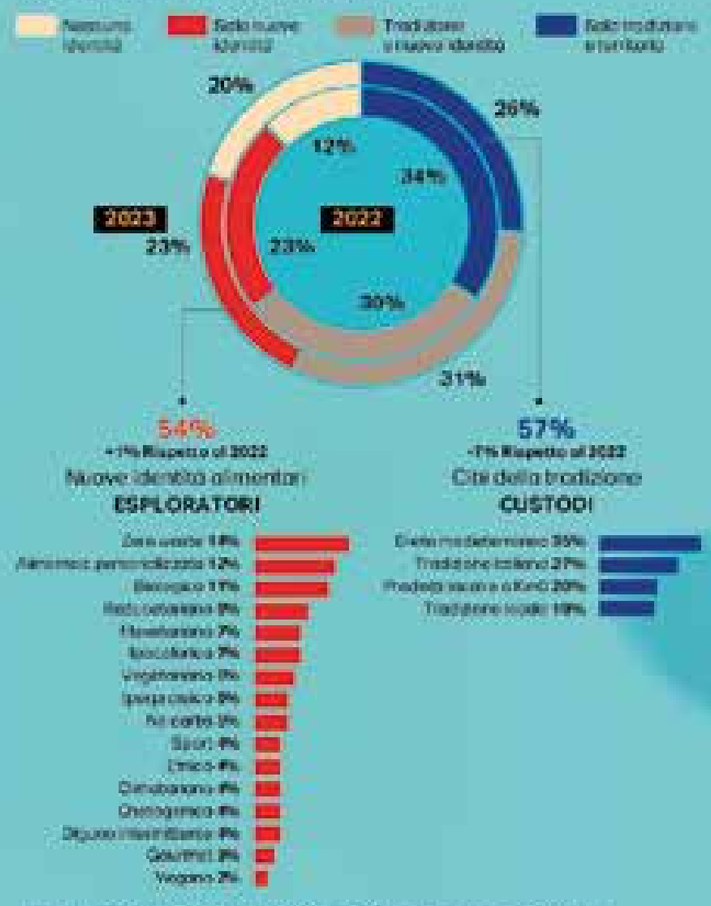
Dai centri di distribuzione partono ogni giorno sui 1.200 camion Eurospin, sui quali vengono caricati 47mila bancali di merci, percorrono complessivamente 350mila km per consegnare ai punti vendita 2.300.000 colli. I colli in magazzino hanno una rotazione media di una settimana.

I Centri di distribuzione Eurospin messi tutti assieme hanno una superficie di oltre 400.000 mq, vale a dire l'equivalente di 57 campi da calcio.

La superficie di vendita media dei punti vendita dell'insegna è di circa 2mila metri quadrati e la filosofia di Eurospin prevede un assortimento di prodotti, in grado di coprire i bisogni fondamentali dei consumatori, senza essere dispersivo o ridondante.

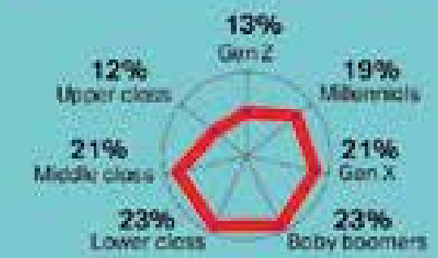
Inoltre negli anni sono stati sviluppati marchi di proprietà, per soddisfare le esigenze e fidelizzare la clientela, che rappresentano oggi il cuore dell'identità di Eurospin. ∑Marchi come "Pascoli Italiani" per il latte e i latticini, Tre Mulini per la pasta, i panificati e le farine, "Dolciando" per i dolci, "Dexal" per i detersivi, "Bottega del Gusto" per i salumi, "Ondina" per il pesce di qualità e molti altri, sono diventati un punto di riferimento sicuro per il consumatore.

LE DIFFICOLTÀ ANNULLANO GLI STILI ALIMENTARI
(Oggi quale dei seguenti stili alimentari la rappresenta di più?. Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nielsen "What's Up" Consumer Survey, Agosto 2023

BABY BOOMERS E LOWER CLASS I PIÙ LONTANI DA UN'IDENTITÀ ALIMENTARE
(Non si sente rappresentato da nessuno stile alimentare. Valori percentuali, Totale campione)



Fonte: Ufficio Studi Coop-Nielsen "What's Up", Consumer Survey, Agosto 2023

IPERPROTEICO E REDUCETARIANO GLI STILI ALIMENTARI INNOVATIVI DEL FUTURO
(Quali stili alimentari si affermeranno più di altri nei prossimi 12/18 mesi? Valori percentuali, TOP 5, Totale campione Manager Food & Beverage)

- **33%** Iperproteico (alto contenuto di proteine)
- **24%** Reducetariano (limita il consumo di carne)
- **21%** Fit (per chi si allena)
- **20%** Alimentazione personalizzata

Fonte: Ufficio Studi Coop - Nielsen "Hybrid Future", Executive Survey Agosto 2023

Il triste declino dell'identità alimentare

CHATEAU
LA COUSPAUDE

Domaines Alain Aubert
Château La Couspaude Grand Cru Classé
Aoc Saint Emilion Grand Cru Classé

Un Bordeaux che nasce a Saint Emilion,
in un vigneto di sette ettari,
di proprietà della famiglia Aubert dal XVII secolo
ed è realizzato dall'enologo Yohann Aubert
con la consulenza di Michel Roland.

Vendita online su
www.emozionioltreilgusto.it
Il sito di e-commerce che scopre
i piccoli produttori di qualità d'Oltralpe

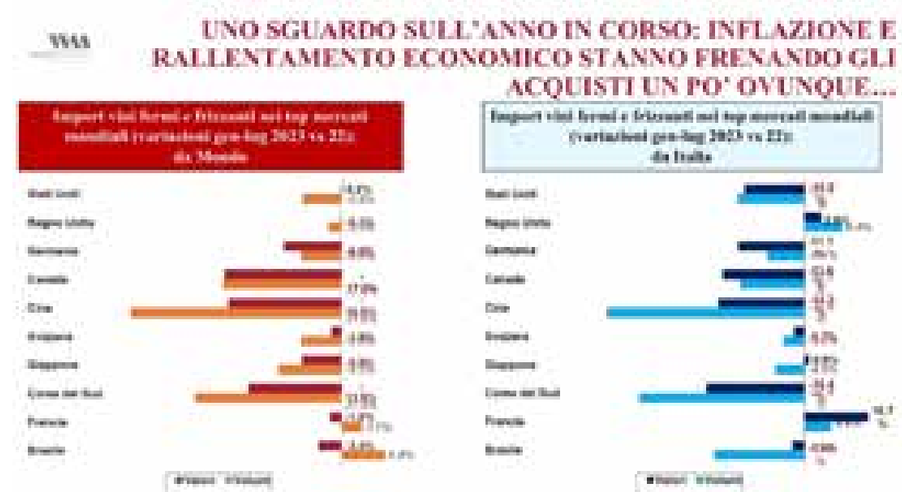
Emozioni oltre il gusto

Il mercato del vino cambia nel mondo

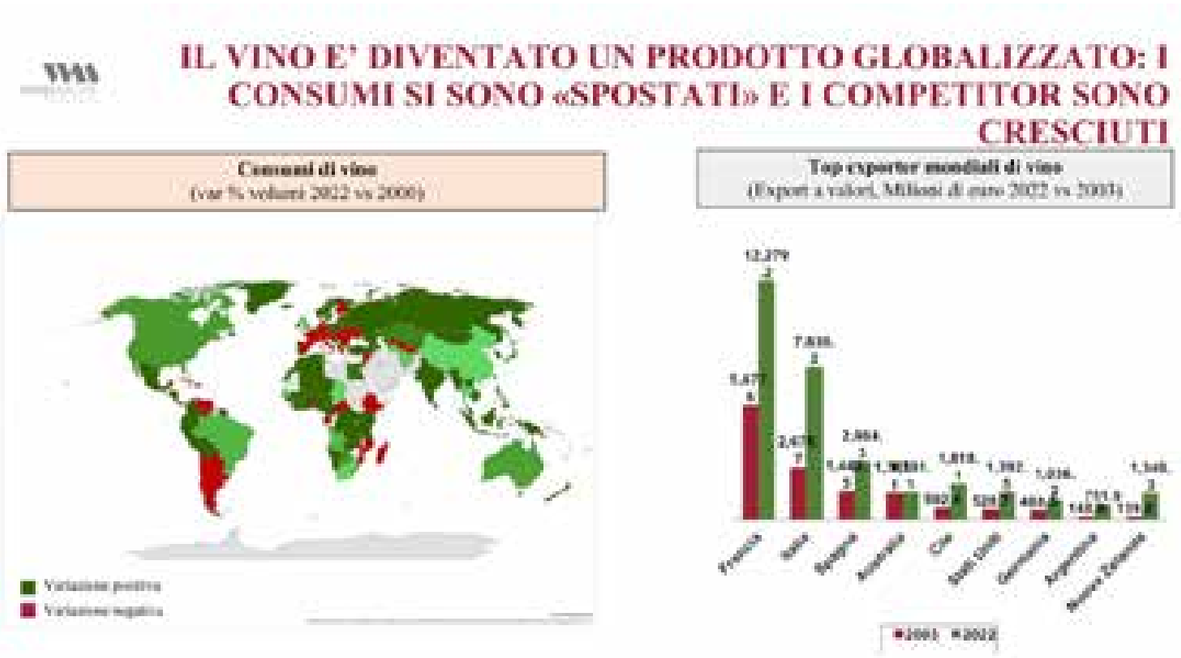
Prosegue la campagna M&A fra le cantine italiane dopo che due anni di alta inflazione hanno mutato scenario e prospettive per le imprese

Lo sosteneva anche Godzilla, "le dimensioni contano". Il mondo del vino italiano (è il Veneto è la prima regione produttiva del Bel Paese) si sta confrontando col primo rallentamento del mercato dopo una cavalcata ed una crescita ininterrotta che dura dai primi Anni Ottanta. L'inflazione che ha spinto all'insù i fatturati nel 2022 (più 10,3% nel mercato nazionale, più 8% in quello internazionale) quest'anno ha avuto l'effetto di contenere i consumi privati oltre che a ridurre i margini di remunerazione delle imprese con l'Ebit in flessione rispetto alla media degli anni 2015-2019.

Questo ha comportato un calo immediato degli investimenti (4,1% nel 2022 contro il 4,75 della media 2015-2019) e il peggioramento del magazzino in rapporto al numero dei dipendenti salito a 251mila€ contro i 221mila della media 2015-2019: il 13% in più.



Il problema non sta nel prodotto (per fortuna) quanto nel contesto internazionale sempre più complesso ogni anno che passa: cambiano i consumatori (sta uscendo di scena la generazione che ha garantito il successo attuale e conosciamo soltanto in parte i desideri di quelle successive); cambiano i mercati con l'ingresso di nuovi player anche se nessuno di questi è in grado di sostituirsi agli Stati Uniti; crescono i competitor tanto a livello di paese che di brand, con nuove proposte commerciali che rivoluzionano l'approccio tradizionale uomo-vigneto-cantina che è stato alla base della narrazione del settore degli ultimi trent'anni. Cresce la necessità di strutturarsi dentro alle aziende con figure professionali più forti dal controllo di gestione, alla finanza, al commerciale internazionale, alla digitalizzazione, all'accoglienza in affiancamento ad enologi ed agronomi.



La risposta che sta arrivando è la più massiccia campagna di fusioni e acquisizioni che il mondo del vino abbia mai conosciuto: nel 2022 sono state una ventina ed anche il 2023 confermerà questa tendenza: si comprano quote o aziende vitivinicole in Italia (ma chi può compra anche all'estero come Santa Margherita e Marchesi Frescobaldi che hanno messo piede in Willamette Valley, la culla in Oregon del Pinot noir: del resto, M&A sono la quotidianità negli USA nonostante i valori richiesti) ma anche reti commerciali, siti di e-commerce, ristoranti e relais in un modello di business sempre più "verticale".

Nel corso del 2021 due operazioni hanno coinvolto le prime posizioni dei principali produttori nazionali modificandone la composizione. Nel 2022 le prime cinque realtà del vino italiano hanno fatturato 2,109 miliardi di euro, il 23,6% del settore, in crescita del 7,05% sul 2021 quando le vendite della top-five cubava 1,97 miliardi di euro, il 24,6% del settore in crescita del 14% sul 2020. Nell'esercizio 2020, i primi cinque fatturavano 1,7 miliardi di euro, il 25,6% delle vendite complessive.

In crescita è anche la partecipazione dei fondi di private equity nei capitali della principali imprese vinicole: nel 2022 si è registrato un più 63,5% sul 2020, attestandosi al 4,6% del totale.

I dati di Mediobanca di quest'autunno non a caso registrano come le dimensioni maggiori permettano di effettuare investimenti per ampliare le capacità produttive all'estero, a crescere acquisendo competitor internazionali o aumentando il presidio commerciale in Paesi stranieri non serviti. La maggior dimensione è un prerequisito importante anche per il passaggio verso la transizione digitale.

Il mercato della Borsa

Per restare competitivi un'altra strada è la quotazione in Borsa, l'apertura del capitale a soci strutturati ed al mercato. Verona, anche in questo, fa da apripista con due modelli vincenti: Italian Wine Brands (164 milioni di capitalizzazione borsistica) e Masi Agricola (151,8 milioni di capitalizzazione).

Italian Wine Brands è la progressiva trasformazione di due gruppi importanti del decennio scorso: la piemontese Giordano, leader delle vendite per corrispondenza, e la scaligera EnoItalia della famiglia Pizzolo. La quotata ha quindi avviato un'articolata campagna di acquisizione di cantine e di società commerciali di distribuzione in Svizzera e negli Stati Uniti. Una campagna acquisti che non è data per conclusa: il CDA guidato da Italo Mutinelli ha infatti confermato un nuovo piano di riacquisto azioni proprie per avere "carta" da scambiare in prossime acquisizioni senza intaccare la finanza.

I dati della semestrale indicano vendite totali per 196 milioni€ dei quali 164 all'estero con un tasso annuo di crescita nel periodo 2019-23 del 29,45% ed una crescita semestre su semestre dell'11%.

L'andamento del titolo è visualizzato in questo grafico: le diverse acquisizioni hanno compresso il valore dell'azione sulla quale però resta il consiglio buy degli analisti con un target price ancora fissato a 50€/azione.

Masi Agricola è l'iconica cantina che ha "imposto" Ripasso ed Amarone nel mondo grazie all'intuito di Sandro Boscaini, mister Amarone, e ad una famiglia interamente focalizzata sul business. A gennaio ci sarà il closing dell'ultima acquisizione – la cantina CasaRe in Oltrepò Pavese, culla del Pinot nero italiano e una delle poche zone italiane con un potenziale non espresso compiutamente (dove si concentrano altri investimenti veneti, da Zonin a Tommasi).

Un'altra bollicina, soprattutto, dopo il Prosecco Docg di Canevel ed il Trentodoc di Bossi Fedrigotti. Il modello scelto da Sandro Boscaini più che ai cassettisti si era rivolto ad un parterre di soci interessati ad un investimento di lungo periodo: è il caso di Enpaia, la cassa di previdenza dei lavoratori del comparto agricolo, terzo azionista dopo la famiglia e la Red Circle di Renzo Rosso col quale, però, è finita a carta bollate la vertenza sulla governance della società con l'avvio della discussione in aula nel prossimo gennaio.

Danny Brager, così i giovani consumatori nel 2023 stanno cambiando il mercato USA

L'analista: "Sono estremamente interessati al benessere ed alla salute; vino e cibo vengono valutati per uno stile di vita più sano. Sono molto interessati a capire esattamente cosa stanno mangiando e bevendo"

di Rocco Fattori Giuliano

Cambiano i consumatori negli USA e il vino italiano deve imparare a confrontarsi con le attese dei più giovani e delle comunità emergenti. E deve farlo con maggiore spirito di iniziativa senza timore di esplorare minori gradazioni alcoliche e nuove tipologie di prodotto. Danny Brager, trent'anni di lavoro nel mondo del vino negli USA, ha portato a Wine2wine gli ultimi trend di consumo nel primo mercato del mondo. E per il vino italiano – questa è la sintesi – è suonato un vero e proprio campanello d'allarme.

Partiamo dai dati di vendita nella Grande distribuzione negli USA e negli altri due principali mercati: Regno Unito e Germania. Secondo le elaborazioni dell'Osservatorio Uiv su base Nielsen-IQ nei primi 9 mesi la performance complessiva allo scaffale negli Stati Uniti, Germania e Regno Unito vira timidamente in territorio positivo, a +0,4% nei volumi (era a -0,2% nel primo semestre), per un valore totale di oltre 3,3 miliardi di euro.

Nel complesso, nei tre Paesi scende a volume la domanda tendenziale degli sparkling tricolori (-2%) mentre salgono dell'1,2% i fermi (2,15 miliardi di euro), per un totale di 3,4 milioni di ettolitri pari a 452 milioni di bottiglie da 0,75/litri.

Tra le buone notizie, la crescita volumica degli spumanti negli Usa (+3,7%) e quella del mercato dei vini fermi in Germania e Uk (attorno al +4%), grazie anche a sensibili miglioramenti di Primitivo, Montepulciano e Nero d'Avola. Per contro, nel primo mercato al mondo soffrono i fermi del Belpaese (-6,6%), mentre le variazioni degli spumanti in Uk e Germania sono negative e si attestano rispettivamente a -5,9% e a -1,4%. Il computo finale segna Uk stabile (+0,1%), Germania in terreno positivo (+3,9) e Usa ancora in calo (-3,5%).

All'interno delle tendenze a lungo termine, i liquori stanno vincendo sul vino: vodka, whiskey, tequila, ma anche i cocktail, gli hard seltzer.

E proprio negli Stati Uniti è ancora alta l'influenza nella Gdo del brand statunitense che commercializza prodotti "low alcol" con aromi alla frutta provenienti dall'Italia e in particolare dal Piemonte. Su un totale di 906 milioni di euro relativo agli acquisti di "table wines" tricolori (vini fermi e frizzanti, esclusi spumanti), il vino italiano somma vendite per 341 milioni di euro, con un'incidenza sul venduto della tipologia al 38%.

Sottolinea Danny Brager: «Consideriamo che negli USA sono successe molte cose: abbiamo ovviamente avuto una pandemia e siamo nel bel mezzo di tante agitazioni geopolitiche: abbiamo instabilità politica negli Stati Uniti e molte tensioni economiche. Anche se negli Stati Uniti i livelli di disoccupazione sono relativamente bassi, l'inflazione è ancora relativamente alta. Ci sono livelli record di indebitamento dei consumatori. I tassi di interesse sono molto alti e questo mette a dura prova i consumatori così come le imprese. Il vino, per i consumatori medi, è comunque un lusso.

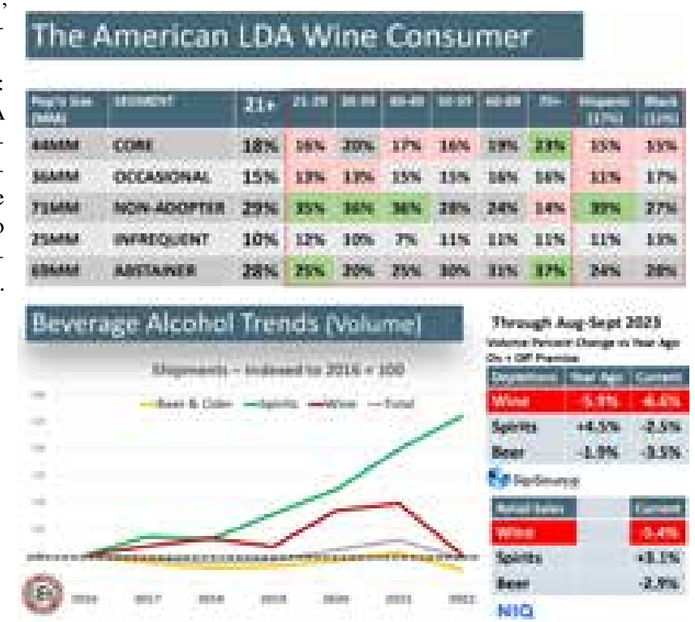
Certo gli Stati Uniti sono ancora il mercato più grande del mondo con 386 milioni di casse vendute l'anno scorso per un controvalore di 70 miliardi di dollari. È un mercato molto competitivo: ci sono circa 400mila vini sul mercato negli Stati Uniti, ma ci sono oltre 100mila etichette che attendono il via libera da parte del governo.

Gli States hanno la più grande popolazione di bevitori abituali di vino. Ci sono 80 milioni di bevitori di vino negli Stati Uniti. Di questi, sono circa 44 milioni i consumatori di vino abituali, che consumano una volta o più a settimana. Ci sono 36 milioni di bevitori marginali, 69 milioni che non bevono affatto e 71 milioni (il 29% della popolazione sopra i 21 anni) che bevono soltanto birra, superalcolici o altri alcolici.

Il dato importante è però come si comportano le diversi classi di età e le etnie: neri e ispanici hanno percentuali di consumo sempre inferiori alla media nazionale e così vale anche per la classe 21-29 anni di età. Su questi debbono lavorare i produttori italiani».

Cosa cercano i nuovi consumatori?

«I giovani sono molto interessati al sapore. Il sapore significa tutto per loro. Vanno da Starbucks dove trovano tutti i tipi di sapori di caffè. Ma parliamo di bevande alcoliche e c'è un crescente interesse per i sapori, che si presenta in diverse forme e varietà tra birre, vini e liquori. Sono estremamente interessati al benessere ed alla salute; vino e cibo vengono valutati per uno stile di vita più sano. Sono molto interessati a capire esattamente cosa stanno mangiando e bevendo. Sarà davvero importante aiutare i consumatori statunitensi a capire cosa stanno mangiando e bevendo. E, almeno per gli Stati



credits foto: The North Bay Business Journal

Uniti, il consumatore più giovane in particolare è molto etnicamente diversificato.

Una grande proporzione di ispanici, una grande proporzione di afroamericani, un numero crescente di asiatici. Quindi è davvero importante capire la loro cultura, capire le loro radici, capire quali interessi hanno attraverso le loro generazioni e le loro radici storiche».

«Inoltre – continua Brager – il 44% è interessato a provare ciò che chiamano "damp drinking", ovvero bere meno. E questo è guidato dalle generazioni più giovani. Oltre il 50% dice che bere, anche in moderazione, è dannoso per la salute. Quel numero era del 34% cinque anni fa. Secondo uno studio Nielsen, il 45% degli adulti dai 21 ai 28 anni, quindi la generazione Gen Z, afferma di non avere problemi con l'alcol. Quindi i consumatori più giovani, in particolare, stanno sempre più abbracciando uno stile di vita di moderazione sociale. O bevono meno, o in alcuni casi non bevono affatto, o in alcuni casi lo sostituiscono con qualcos'altro.

Oltre il 50% afferma di avere opinioni negative sui solfiti nel vino. Il 47% associa il vino a un alto contenuto di zucchero. E poi circa un terzo associa il vino a un alto contenuto calorico. Questo è il lato negativo.

Poi sul lato positivo, per le persone che bevono più vino, quando chiediamo loro o ascoltiamo ciò che dicono sul vino, una buona percentuale afferma che fa parte di uno stile di vita sano, è una bevanda più moderata rispetto ad altre bevande alcoliche, ha benefici positivi per la salute. Quindi ci sono consumatori che hanno opinioni negative su alcuni aspetti, ma possiamo cambiare la loro percezione, perché c'è anche una buona percentuale che ha opinioni positive sul vino.

Ci sono segmenti che stanno garantendo la crescita per i produttori che introducono prodotti e etichette che parlano di basso contenuto di zucchero o senza zucchero, biologico, a basso contenuto calorico e alcune delle cose che i consumatori più giovani cercano in particolare.

E poi l'ultima cosa su questo è che ci sono sempre più prodotti che sono bevande alcoliche per adulti senza alcool. Stanno crescendo a doppia cifra, il mercato è ancora molto piccolo, ad esempio la birra, che è il prodotto dove questa tendenza è più marcata, la birra analcolica rappresenta soltanto l'1% delle vendite, per il vino è circa lo 0,3%, ma queste percentuali stanno crescendo. Devono avere un buon sapore e devono essere accettabili per il consumatore, ovviamente non si può introdurre qualcosa che i consumatori non gradiscono, ma c'è un mercato se è prodotto in quel modo.»

Cosa bevono in alternativa al vino?

«In generale, non stanno bevendo di più, il che significa che stiamo ancora lottando per garantirci l'attuale quota di mercato. Una quota di vino all'interno dell'alcol in generale: birra, vino e liquori. Ci sono sempre meno persone che bevono solo vino o solo birra o solo liquori. Consumano cose diverse in occasioni diverse, quindi è estremamente competitivo.

All'interno delle tendenze a lungo termine i liquori stanno vincendo: vodka, whiskey, tequila, ma anche i cocktail, gli hard seltzer. Ci sono bevande a base di vino, come la sangria o gli spritz. Basta entrare in uno store in questi giorni: vedo molte bottiglie di vino, ma anche tantissimi prodotti pronti da bere. Alcuni di essi sono a base di malto o birra, alcuni sono a base di vino, e una quantità crescente è a base di liquori. Ma in totale, se sommi tutte queste cose insieme, tutto ciò che è sulla mensola, sono 11 miliardi di dollari ed erano 5 miliardi di dollari sei anni fa. E le persone non stanno spendendo molto di più in totale, quindi se stanno spendendo 5 o 6 miliardi di dollari in più per questo, stanno spendendo 5 o 6 miliardi di dollari in meno per il vino».

Santa Margherita, il manager veronese Andrea Conzonato è il nuovo AD del polo vinicolo della famiglia Marzotto

Andrea Conzonato, veronese, 55 anni, ingegnere elettronico laureato a Padova, è il nuovo amministratore delegato di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, di proprietà della famiglia Marzotto, terzo gruppo privato italiano nel mondo del vino. Andrea Conzonato ha iniziato la sua carriera professionale nel ramo beauty di Procter&Gamble, per poi passare al beverage diventando dapprima COO di Campari Nord America a San Francisco e poi CMO di Campari Group.

L'ultimo decennio lo vede cambiare di nuovo settore: in British American Tobacco si inserisce come Area Director South Europe e CEO di BAT Italia, per poi essere nominato Group Head of Sales, activations and marketing solutions nell'headquarters di Londra.

Ha giocato a pallacanestro per vent'anni; ha prestato servizio come ufficiale di complemento nell'Aeronautica Militare alla base di Villafranca; ha maturato una vasta quanto solida esperienza internazionale ed è un grande esperto di digitalizzazione delle imprese.

«Sono onorato ed entusiasta di entrare a far parte di una delle realtà storiche del vino italiano – dichiara il neo Amministratore Delegato – contraddistinta da una forte carica innovativa, da una grande competenza del suo capitale umano e da una leadership in quasi cento mercati nel mondo, raggiunta grazie ad un ciclo virtuoso di investimenti, avviato negli ultimi vent'anni, estremamente attento alle persone, ai territori, alla sostenibilità ambientale».

«Con l'arrivo di Andrea Conzonato – sottolinea Stefano Marzotto, Amministratore Delegato ad interim – il nostro Gruppo conferma la sua consolidata tradizione nella gestione manageriale delle società con l'innesto di professionalità esterne di grande spessore al fianco della famiglia. Abbiamo scelto un manager che sa giocare in squadra e che può portare una visione innovativa nel nostro settore.

Personalmente, in questo periodo come CEO del Gruppo, ho avuto la conferma sia del grande potenziale del vino italiano, una delle massime espressioni del nostro savoir-faire nazionale, sia della forza intrinseca dei nostri brand, che hanno saputo uscire brillantemente dalla crisi globale generata dalla pandemia e dalle recenti tensioni internazionali, conquistando nuovi mercati, allargando la base produttiva e continuando ad investire sulla qualità. In questo periodo abbiamo raggiunto grandi risultati e di questi ringrazio in primis i nostri collaboratori».

«Il nostro Gruppo – aggiunge Gaetano Marzotto, Presidente di Santa Margherita Gruppo Vinicolo – si avvicina al traguardo dei suoi primi novant'anni con molti punti di forza: nel modello di cooperazione e di sostenibilità sociale adottato; nelle tecnologie impiegate sul versante della sostenibilità ambientale e del contrasto al riscaldamento globale; nella conduzione biologica dei vigneti ed alla estrema attenzione nella tutela degli ambienti naturali dove insistono; nel modello di gestione delle imprese e delle relazioni industriali; nella proiezione internazionale. Santa Margherita è stata una delle protagoniste della rinascita del vino italiano, della sua affermazione nel mondo, e intende proseguire ancora a lungo in questo ruolo trainante».

Santa Margherita Gruppo Vinicolo è presente in quasi cento mercati nel mondo con una solida presenza negli Stati Uniti dove è attiva la sua società di importazione e distribuzione diretta Santa Margherita USA e dove ha recentemente acquisito una cantina di produzione in uno dei terroir più affascinanti e promettenti, la Willamette Valley in Oregon. Nel 2022 ha superato i 260 Milioni di Euro di fatturato, di cui il 73% realizzato nei mercati internazionali.

Great Wine Capitals, Paolo Arena è il nuovo presidente

Nel 2024 due congressi internazionali daranno il via al progetto del Museo del vino

La sfida è duplice: contribuire a creare un museo del vino che non sia una banale riproposizione dei tanti che già ci sono nel mondo e che sia in grado quindi di essere un grande attrattore di nuovi turisti di qualità; confermare il ruolo di Verona quale capitale italiana del vino. Di fatto già lo è, nella pratica nulla lo dice ad un visitatore che non sia un professionista del settore. E questo nonostante le vigne a un chilometro dall'Arena.

Toccherà a Paolo Arena, presidente di Confcommercio e dell'Aeroporto Catullo, con svariate esperienze come civil servant nei dossier più scottanti di Verona, trasformare questi due desiderata in fatti concreti. Lo farà dall'alto del suo nuovo incarico: presidente della rete internazionale delle Great Wine Capitals che vede Verona in questo ristretto club mondiale grazie alla Camera di Commercio di Verona che vi aderì nel 2016.

Paolo Arena, consigliere della Camera di Commercio, era già componente del Comitato Esecutivo delle Great Wine Capitals: «È un onore. – spiega – La rete nasce nel 1999 tra città che hanno l'obiettivo di condividere know how ed esperienze al fine di sviluppare connessioni tra regioni vinicole di fama internazionale. Il network riunisce 12 capitali che hanno in comune una forte vocazione enoturistica.

Le 12 aree contano 34,5 milioni di turisti annui, 49 milioni di ettolitri di vino prodotti, 644 mila ettari vitati, 88mila coltivatori e 13 mila cantine. La nostra missione è chiara: valorizzare le regioni vinicole delle città aderenti, creando opportunità di crescita per le imprese e per il territorio. Continuerò, anche nel nuovo ruolo di Presidente, ad impegnarmi instancabilmente ad aumentare il profilo della nostra Rete. Insieme con i colleghi del Comitato esecutivo, costruiremo un futuro solido per l'enoturismo».

Due gli appuntamenti nel 2024: a luglio la conferenza mondiale dell'AWBR, l'accademia internazionale dei ricercatori sull'economia del vino (Polo Santa Marta, dal 9 al 12) e ad ottobre, dal 20 al 24, l'Assemblea Generale delle Great Wine Capitals, dove i rappresentanti delle 12 capitali daranno vita ad uno dei più importanti appuntamenti internazionali del settore enoturistico.

Ma qual è lo stato dell'arte dei musei del vino? L'Italia conta, al 2021, 46 musei del vino e 83 del gusto, mentre Spagna e Francia ne ospitano rispettivamente 107 e 88, a seguire la Germania con 13 ed il Regno Unito con 3. Estremamente ampio è il ventaglio dei prodotti a cui sono dedicati, dal vino all'olio, dal cioccolato alla birra. Il vino è il tema prevalente tra i musei italiani, in Spagna e Francia sono più numerosi quelli dedicati a prodotti quali formaggi, dolci, pane o miele, e la Germania ne vede, ovviamente, un gran numero sulle birre ma anche sui distillati.

Piemonte (con 20), Emilia Romagna (18) e Veneto (13) sono le Regioni che occupano le prime posizioni nella classifica italiana, e l'offerta si concentra dove vi è il più alto numero di produzioni certificate, ma quasi tutte le Regioni italiane (18 su 20) ne hanno uno. I musei del vino vengono considerati come veri e propri hub enogastronomici: il 63% degli italiani gradirebbe visitarne uno e trovavi una pluralità di servizi, in primis ristorazione (69%), degustazioni (64%), possibilità di prenotare le esperienze nelle aziende di produzione (65%) ed acquistare i prodotti tipici (65%).

La Valpolicella tiene e cresce

di Bernardo Pasquali

«Non è certamente un periodo facile per il vino rosso e, anche la Valpolicella ne ha risentito, ma in valore molto ridotto." Commenta in questo modo la situazione attuale del vino rosso veronese il Presidente del Consorzio della Valpolicella Cristian Marchesini.

"Tendenzialmente il sistema Amarone non ha problemi. Abbiamo un calo degli imbottigliamenti ma è una fase contingente dovuta proprio alla mancanza di prodotto nelle cantine. Delle vecchie annate ce n'è veramente poco di stoccato. D'altro canto il valore in euro del prodotto sfuso è ancora molto elevato e si attesta sui 12 - 13€, un valore che riteniamo coerente con il periodo storico in cui viviamo".

Il calo dello sfuso c'è stato, ma bisogna anche considerare che si arriva da un periodo anomalo, quello pandemico, dove il consumo di vino è senz'altro aumentato oltre i livelli normali. Il calo dell'imbottigliato del 2023 è del 14% ma ci si sta assestando al valore pre-pandemia. Si consideri che nel 2021 si era raggiunto un +30% e successivamente nel 2022 un -10%.

"È falso dire che nelle cantine della Valpolicella ci sono quantità di vino in esubero o invendute – afferma Marchesini – e ciò è dovuto al grande lavoro previsonale che è stato fatto dal Consorzio nella gestione dell'offerta. In momenti non sospetti abbiamo dichiarato il blocco degli impianti, la riduzione delle rese, e, su queste ultime, ci siamo impegnati molto nel promulgare controlli per tenere sempre alto il valore della qualità. Tutte le scelte sono state fatte nell'ottica di far capire che il mercato era gestito e non lasciato al caso".

Se si guarda un po'più in generale la denominazione però si trova sempre il prodotto relegato a fanalino di coda. Resta sempre il Valpolicella per il quale non si è mai fatto un vero e proprio lavoro di valorizzazione da parte della denominazione. Una scelta dettata dal fatto che la Valpolicella è condizionata dal fenomeno Ripasso che ne determina le marginalità e le micro economie complessive delle aziende.

"I produttori tendenzialmente si orientano verso il prodotto che offre più redditività e questa scelta non può essere ritenuta sbagliata. C'è però da affermare e valutare positivamente il forte incremento del Valpolicella Superiore, sia come interesse da parte della critica, sia come consumi da parte soprattutto dei giovani. Per noi sarà il vino su cui cercare di operare una nuova campagna di valorizzazione e di affermazione nei mercati. Dobbiamo cercare di trovargli un nuovo spazio e soprattutto di far capire come questo vino, molte volte ottenuto da cru ben definiti, sia una nuova risorsa per la Valpolicella".

I consumi del Valpolicella Superiore sono aumentati del 7% in questo 2023 e il dato fa ben sperare per il futuro. Il Consorzio sta cercando di far capire al consumatore e alla ristorazione il valore di questo vino anche bevuto ad una temperatura inferiore a quella didattica che ci è sempre stata indicata.

"Da un evento svolto a Venezia con la ristoro-

I dati del consumo dei vini rossi nel mondo sono molto contrastanti ma tutti rimandano ad un calo netto che sta colpendo anche le nostre denominazioni italiane

riore a temperatura da frigo ed è stato un successo. Dopotutto la Valpolicella non può più permettersi di vivere solamente su un tempo di consumo da ottobre ad aprile. Purtroppo i cambiamenti climatici stanno riducendo il periodo di freddo e questo sta comportando una variazione dei consumi dei vini alcolici che ci reca danno. Dobbiamo pertanto allargare le nostre prospettive e allungare il periodo di consumo dei nostri vini anche nei mesi caldi".

"Dobbiamo capire come ridurre il rischio di produrre vini troppo alcolici e ridurre troppo il periodo di appassimento che non è un bene per la Valpolicella"

Il mercato tedesco in profonda crisi è ripianato dall'aumento di consumi degli Stati Uniti mentre i paesi asiatici non hanno mai dato segni di una vera e propria partenza. Per cui ci sono prospettive di allargamento dei mercati ancora molto significative per la denominazione.

"La sfida per i prossimi anni del mio mandato – conclude Marchesini – saranno quelli di valutare e gestire il cambiamento climatico in corso. La nostra denominazione non deve considerare solo il problema della gestione delle vigne ma soprattutto la gestione della messa a riposo delle uve durante l'appassimento. Dobbiamo capire come ridurre il rischio di produrre vini troppo alcolici e ridurre troppo il periodo di appassimento che non è un bene per la Valpolicella".

Per fortuna che ci sono anche note positive che potranno arrivare dal futuro prossimo. "Sì, in effetti stiamo vivendo un periodo congiunturale virtuoso che sta creando nuove bellissime opportunità per il nostro territorio. Da una parte la speranza che la politica veronese sia in grado di far capire a Parigi il grande valore del progetto di rendere la messa a riposo delle uve in Valpolicella un Patrimonio Immateriale dell'Umanità Unesco, dall'altra il nuovo grande progetto di un Museo del Vino Italiano che si connota nella città con il maggior numero di ettari vitati nel suo capoluogo e dulcis in fundo il processo di canonizzazione di Cassiodoro".

Prende forma il piano delle opere 24/29 di Acque Veronesi per innovare reti e impianti e realizzare nuove infrastrutture. Forte spinta sulla depurazione, il laboratorio certificato è sinonimo di sicurezza

Oltre 300 milioni di investimenti per garantire l'acqua alle generazioni future

Pensate di fare sessanta esami al giorno per verificare il vostro stato di salute. E fatelo per tutto l'anno. Alla fine, contando i giorni lavorativi, risulteranno quattordicimila controlli. È quello che Acque Veronesi fa sugli oltre novemila chilometri di reti tra acquedotto e fognatura che ha in gestione, tutti i giorni, da anni, grazie al proprio laboratorio certificato. Campionamenti ovunque, su tutto il territorio, dalla città alla provincia. Monitoraggi, controlli, sempre più numerosi e mirati, a cui si aggiungono quelli dell'Ulss, per garantire che l'acqua che arriva nelle nostre case e nelle nostre aziende abbia caratteristiche di qualità sempre più elevate.

Acqua che non è un bene infinito, che va tutelata e risparmiata. Per questo è necessario investire. Innovare gli impianti, acquisire e introdurre le nuove tecnologie, puntare sulla digitalizzazione per diminuire le perdite e costruire nuove infrastrutture, nell'ottica di essere sempre più efficienti; per i cittadini di oggi e quelli di domani.

"In sinergia con i comuni, ascoltando i territori e i sindaci, e in linea con quanto fatto negli ultimi anni, stiamo costruendo un piano delle opere molto ambizioso, che dal 2024 al 2029 ci vedrà investire una media superiore ai cinquanta milioni di euro all'anno" spiega Roberto Mantovanelli, da cinque anni alla guida di Acque Veronesi.

Un periodo che sarà segnato dall'entrata in funzione di grandi opere "come la nuova dorsale Peri-Michelazzi" prosegue Mantovanelli "che rafforzerà dalla prossima estate le portate di acqua nella parte occidentale della Lessinia, con una riduzione dei consumi energetici per spingere l'acqua verso l'alto per oltre ottocento metri di altezza. Abbiamo poi importanti interventi nel comparto della depurazione, il primo cantiere con i fondi Pnrr di Acque Veronesi che ha preso il via in queste settimane ed è l'ampliamento del depuratore di Bussolengo, che vedrà la potenzialità aumentata del 30% con importanti attività anche in questo caso per il risparmio energetico tra automazioni e l'installazione di un nuovo impianto fotovoltaico. E poi stiamo concludendo altri due interventi innovativi relativamente all'essiccamento dei fanghi generati dal processo di depurazione negli impianti di Sommacampagna e San Giovanni Lupatoto. Attraverso nuove tecnologie nella fase di essiccamento diminuiremo del 70% questi fanghi, sono 1900 tonnellate all'anno in meno, ottenendo un duplice vantaggio: minori costi di smaltimento e un processo di depurazione molto più sostenibile. Intervento che stiamo realizzando anche sul depuratore di Verona, per il quale abbiamo ottenuto altri 7 milioni dal Pnrr e poi sono in programma nuovi ampliamenti a Minerbe e nuovi impianti con capacità sempre maggiori come quello che sarà realizzato a Feniletto nel comune di Oppeano".

Proprio il settore della fognatura e della depurazione occuperà circa il 40% del totale dei prossimi investimenti. Una spinta notevole per migliorare un dato già molto importante, perché ogni anno Acque Veronesi grazie alla depurazione rimette in ambiente oltre 70 miliardi di litri di acqua con caratteristiche qualitative elevate.

Armani, presidente del Consorzio DOC delle Venezie:

«La trasparenza paga, ed è un valore anche economico»

di Elisabetta Tosi

Da IGT indifferenziata, a denominazione d'origine controllata che si estende su 2 regioni (Veneto e Friuli Venezia Giulia) e una Provincia Autonoma (Trento), con una base produttiva di circa 15 mila ettari (sui 27 mila piantati a Pinot Grigio potenziali del Triveneto), gestiti da 6.141 viticoltori, 574 vinificatori e 363 imbottigliatori. Di questi ultimi una trentina sono esteri, e come i colleghi italiani, accettano di apporre il contrassegno di Stato sulle loro bottiglie. In totale, sono più di 230 milioni le bottiglie controllate da un apposito organismo di controllo (Triveneta Certificazioni).

Tutto questo in meno di 10 anni.

È il percorso della denominazione d'origine del Pinot Grigio DOC "delle Venezie", di cui in questi giorni si è tenuto a Verona, al Teatro Ristori, il secondo Forum Internazionale, durante il quale si è cercato di fare il punto della situazione "tra nuove tendenze e rivoluzioni di mercato", come recitava il titolo dell'evento.

Ma come è nata questa avventura che si è trasformata nella DOC più grande d'Italia, seconda solo a quella del Prosecco?

Io volevo solo tutelare un patrimonio di cui ci eravamo resi conto tardi: eravamo i più grandi produttori al mondo di Pinot Grigio - racconta Albino Armani, presidente del Consorzio di Tutela della DOC "Delle Venezie". Il Pinot Grigio sta bene nel nostro territorio non solo per motivi colturali, ma anche culturali, perché siamo Regioni che riescono a stare bene insieme. Sono contento che la parte iniziale di tutto il nostro lavoro sia partita dal riconoscere che essere trasparenti nei dati, garantire il prodotto, e garantire che tutta la filiera di produzione sia coordinata, è un valore - continua Armani - . Passare da una IGT semplice, indeterminata, a una DOC addirittura dotata di fascette, però, è stata una presa di coscienza di un territorio, di un sistema che io non davo per scontata.

Eppure è avvenuta. Segno che l'esigenza di fare un po'd'ordine nella produzione di Pinot Grigio del Nordest era condivisa da molti.

E tuttavia dal dire al fare ce ne vuole. – risponde il produttore – Ci vuole un territorio che prenda su di sé tutte le criticità che si presentano quando si vuole realizzare questo disegno collettivo. Tale volontà però mi ha fatto capire che il nostro territorio del Triveneto era maturo per fare questo passo, perché voleva davvero valorizzare un prodotto che fino a quel momento non lo era stato abbastanza.

I numeri attuali danno ragione alle scelte compiute dal 2017 (anno in cui la denominazione del "Pinot Grigio delle Venezie" è diventata operativa) ad oggi: se il 42% dei vigneti di Pinot Grigio si trova in Italia, dato che la mette al primo posto a livello mondiale nella coltivazione di questo vitigno, l'82% della produzione italiana di Pinot Grigio si trova nella DOC triveneta.

Nel 2022 sono state prodotte e commercializzate più di 217 milioni di bottiglie di Pinot Grigio delle Venezie DOC, che hanno realizzato più di 1 miliardo di fatturato. Di queste, il 96% ha preso la via per l'estero. Sui mercati internazionali, in particolare negli USA, dove viene venduto il 37% di quel 96% di bottiglie, il Pinot Grigio continua ad essere il vino bianco più famoso e apprezzato, secondo solo allo Chardonnay: dal 2019 al 2022 è stabilmente al secondo posto, dopo lo Chardonnay, nelle scelte dei consumatori americani abituali di vino, rimarca **Lulie Halstead**, fondatrice dell'istituto internazionale di ricerche di mercato Wine Intelligence.

E non perchè costa meno di altri vini: «I dati relativi ai trend più recenti ci mostrano che le preferenze dei consumatori si stanno spostando da vini di poco prezzo e grandi volumi, a quelli della fascia premium (dai 10 ai 19.90$) e oltre, fino ai vini prestige (dai 50$ a bottiglia in su)».

"Alla fine, io penso che la trasparenza, l'adesione a delle regole, paghino anche sul piano economico. – conclude Armani – Se non fosse così, non posizioneremmo più di 230 milioni di bottiglie in giro per il mondo, e non avremmo le crescite di fatturato che abbiamo".

Un primato conteso da tanti: Usa, ma anche Russia e Ucraina

Oltre agli USA, il Pinot Grigio DOC delle Venezie viene venduto bene anche nel Regno Unito (27%), in Germania (10%), Canada (7%) e altri Paesi (15%), con quote sempre crescenti: «Se guardiamo ai numeri del Pinot Grigio delle Venezie nella nostra applicazione, notiamo che il maggior numero di etichette scansite viene da Russia e Ucraina» spiega Kristi Paris di ViVino. Si tratta dell'app usata da oltre 60 milioni di appassionati di vino nel mondo per fotografare le etichette delle bottiglie che assaggiano, e lasciare recensioni. «Questo è un chiaro segno non solo di un grande interesse nei confronti di questo vino, ma anche di un consumo crescente. E che sia un vino che piace lo dimostra la media dei voti assegnati, che a livello mondiale sfiora le 4 stelle su 5». Non solo: dai dati dell'app risulta che i consumatori americani danno voti più alti al Pinot Grigio italiano che a quello nazionale.

Valpolicella.

Terra di vino, bellezza e tradizione

www.consorziovalpolicella.it

VALPOLICELLA
CONSORZIO TUTELA VINI

Il primo giornale digitale
che parla di Verona
e del Veneto
in lingua inglese

The first digital newspaper
that informs and discusses
Verona and Veneto
in English

Una testata del Gruppo L'Adige

L'ADIGE

GAL Baldo-Lessinia, un impegno continuo per la montagna veronese

Da quasi tre decenni, e più precisamente dal 1994, il Gruppo di Azione Locale Baldo-Lessinia si impegna con la propria azione a sostegno della montagna veronese, promuovendo sul territorio una visione sinergica tra enti pubblici e soggetti privati. Con 52 soci attivi e una leadership attenta e partecipativa, oggi guidata da Ermanno Anselmi, il GAL ha destinato risorse considerevoli al rafforzamento economico e sociale dell'area di propria competenza, attraverso bandi finanziati dalla Misura 19 del PSR Veneto - Sostegno allo sviluppo locale LEADER.

Il PSL 2014-2020 "IN.S.I.E.M.&", prorogato di due anni a seguito della pandemia, riflette l'efficacia di questo impegno: con 262 progetti finanziati, il GAL ha mobilitato oltre 11 milioni di euro in aiuti diretti a fondo perduto, generando un impatto economico complessivo di quasi 19 milioni. Un risultato considerevole, che evidenzia, al contempo, anche il successo della strategia di sviluppo locale partecipativo promossa dall'Unione Europea e attuata con precisione dai Gruppi di Azione Locale, passando dalla Regione Veneto.

Tra le iniziative più recenti in ordine cronologico, vale la pena ricordare il progetto "Racconti di un viaggio, il territorio e i suoi protagonisti". Dieci video episodi divulgano le testimonianze di molti di coloro che hanno ottenuto dei fondi attraverso dei

bandi, trasformando dati e cifre in storie dal volto umano e in esperienze tangibili attraverso un passaparola all'interno delle rispettive comunità. Questa narrazione multimediale, inaugurata sui canali social e istituzionali del GAL a inizio ottobre, si snoda attraverso incontri con sindaci, imprenditori, e cittadini, intessendo un racconto che valorizza le persone come vere custodi del territorio.

Il tour virtuale, avviato con un dialogo tra il presidente Anselmi e la direttrice Elisabetta Brisighella, si prefigge di dare volto e voce a quei progetti che hanno animato il territorio dal Lago di Garda alla Val d'Alpone, passando dal Monte Baldo alla Lessinia, rivelando l'autenticità e la dedizione degli abitanti di queste terre.

Iniziativa pubblicitaria finanziata dal Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020
Organismo responsabile dell'informazione: GAL Baldo-Lessinia.
Autorità di gestione: Regione del Veneto
Direzione AdG FEASR
Bonifica e Irrigazione

Il GAL, inoltre, ha concluso di recente un progetto legato al turismo sostenibile, per far conoscere oltre i confini provinciali e regionali, le peculiarità dei territori e il coraggio dei loro "custodi". Tra luglio e ottobre 2023, cinque press tour hanno coinvolto oltre 30 giornalisti e professionisti della comunicazione provenienti da sei regioni d'Italia. Questa iniziativa, inserita all'interno dei cinque Progetti Chiave del GAL, unitamente alla realizzazione, alla stampa e alla distribuzione di 25mila brochure informative multimediali e cinque video promozionali, ha evidenziato come dietro ai finanziamenti ci siano progetti vitali e attori territoriali attivi e animati da grande passione.

Il GAL, attraverso le parole del proprio presidente Ermanno Anselmi e di tutto lo Staff, ambisce al desiderio di poter trasmettere proprio questo spirito di comunità e l'attaccamento al territorio, vere risorse per il futuro di queste zone. L'ambizione, inoltre, è quella di far emergere nuove economie, mostrando potenzialità nascoste e stimolando la narrazione delle molteplici sfaccettature delle terre alte e non solo.

Il GAL Baldo-Lessinia, con la sua strategia complessa e umana, non solo ha canalizzato investimenti significativi per lo sviluppo locale, ma ha anche infuso un nuovo vigore nella conservazione delle tradizioni e nella promozione di un turismo consapevole, essenziale per un futuro sostenibile e inclusivo della montagna veronese, e proseguirà anche nei prossimi anni visto che l'ente si è già candidato per la prossima Programmazione LEADER 2023-2027 con la strategia F.U.T.U.R.A., che sarà vagliata e approvata in via definitiva dalla Regione Veneto entro la fine dell'anno. I prossimi bandi saranno disponibili nella primavera del 2024.

GAL Baldo-Lessinia
Sede legale e operativa: V. G. Camuzzoni 8
37038 Soave (VR) – Tel.: 045/6780048
Mail: gal@baldolessinia.it – PEC: baldolessinia@pec.net

Inquadra il QR Code e guarda i video "Racconti di un viaggio, il territorio e i suoi protagonisti"

Inquadra il QR Code e visita la pagina dedicata al progetto "Turismo sostenibile"

beersboard

GeniusLoci
The Italian Wine Journal

GeniusLoci,
come cambiano il vino e l'agroalimentare italiano.
Ogni giorno notizie, degustazioni, interviste e reportage.

www.geniusloci.news

L'agenzia Clab a fianco delle imprese con la comunicazione "Civic"

I temi della responsabilità sociale d'impresa e dell'employer branding sono sempre più centrali e cruciali per il sistema d'impresa. A sottolineare il forte impatto di tali buone pratiche, vi è ad esempio l'obbligo sempre più diffuso di fornire indicatori e reportistiche di sostenibilità, che certificano l'impegno in ambito sociale e ambientale e il desiderio di partecipare al raggiungimento degli obiettivi dell'agenda ONU 2030. Un asset strategico per il mondo del business, che non solo contribuisce alla costruzione di una buona reputazione d'impresa, ma consente alle aziende di essere maggiormente attrattive, agevolando l'accesso a finanziamenti e il dialogo con i propri interlocutori pubblici. Sviluppare strategie sostenibili, infatti, può aumentare l'efficienza delle attività aziendali e portare a una maggiore soddisfazione da parte di dipendenti, clienti e altri stakeholder. Tuttavia, non sempre le imprese hanno la preparazione e gli strumenti giusti per affrontare questo significativo cambio di paradigma con consapevolezza e metodo, con il rischio di cadere nella trappola di una narrazione d'impresa poco autentica e non allineata ai valori guida.

Per aiutare le imprese a trasformare questa nuova complessità in opportunità, l'agenzia **Clab Comunicazione**, con sede a Verona, ha lanciato il servizio Civic-Clab: una consulenza avanzata per rispondere alla sfida della sostenibilità aziendale attraverso un nuovo modello di comunicazione.

"La comunicazione civic per un'azienda è un fattore sempre più rilevante. Per assicurare ai brand un futuro sostenibile, in equilibrio tra prosperità, ambiente e persone, temi come la CSR, l'ESG e l'Employer Branding non possono essere trascurati, ma vanno implementati giorno dopo giorno con scelte precise, all'interno di un percorso di cambiamento consapevole". – dichiara **Gianluca Adami**, fondatore e amministratore unico di Clab Comunicazione, agenzia associata a **UNA-Aziende della Comunicazione Unite**, che da 15 anni si occupa di consulenza strategica e creativa in diversi ambiti: dall'advertising al web, dal digital, al packaging, dalle media relations al coaching. – *"I progetti di CSR, veri e misurabili, avvicinano un brand e i suoi valori a quelli dei consumatori. L'employer branding, l'attenzione e la cura che un'azienda dedica all'elemento umano per attrarlo e svilupparne il potenziale, la pone al centro di un interesse selettivo da parte dei talenti che vogliono crescere e realizzarsi in un contesto valoriale e positivo"*.

Dallo sviluppo di una comunicazione online ed offline efficace e credibile, alla stesura di annunci di ricerca del personale attrattivi, dalla creazione di report di sostenibilità, alla comunicazione interna, dalla gamification all'engagement per i dipendenti sui comportamenti virtuosi: Clab si pone al fianco delle imprese con **team dedicati e competenti**, formati da esperti nel campo della sostenibilità, dell'employer branding e del coaching, per elaborare strategie efficaci e coerenti.

"Questo nuovo approccio al mercato invita a considerare che le aziende hanno e avranno sempre un ruolo sociale che può essere valorizzato definendo impegni misurabili e condivisibili con i propri stakeholder. – afferma Gianluca Adami e conclude – "Tutto questo permette di rimanere competitivi sul mercato perché i progetti di sostenibilità autentici attraggono il sempre più sentito bisogno dei clienti e tutte le persone coinvolte di fidarsi e condividere i valori dell'azienda. Ed è quello che ci proponiamo di fare con il servizio **Civic-Clab**."

LAFAL

Azienda con consolidata esperienza nella saldatura dell'alluminio, ferro e carrozzerie industriali, specializzatasi nei diversi settori con l'inserimento di macchinari a controllo numerico robotizzati nelle varie fasi di lavorazione.
Da ultimo si caratterizza nel settore enologico costruendo il "Bottistop" per l'accatastamento delle botti, macchine da remuage "Roto-Jolly" e relativi cestoni "Jolly-Co".

BOTTISTOP

ROTO-JOLLY
JOLLY-CO

Lafal S.n.c. di Franchini A. & Figli
Via Mazzini 194/E - 37069 Quaderni (VR) - Italia
Tel. +39 045 7940278
info@lafal.com - www.lafal.com

Socio dal 1995

Il CEO Vincenzo De Laurentis: "Nel settore aereo c'è fiducia nella competenza italiana"

EU Wings, sicurezza sempre "In volo non esistono scorciatoie"

Pianificazione, manutenzione certificata e monitoraggio dei dati per clienti in Europa, Africa e Asia. E presto una scuola formerà tecnici, controllori e personale navigante

La mission e l'impegno sono già evidenti nello slogan che accompagna il logo: "Voi volate. Noi sistemiamo". E in quel "sistemiamo" c'è davvero dentro tutto ciò che serve a una compagnia aerea: dalla manutenzione ai controlli pre-volo e alle scadenze prefissate, dalla programmazione degli interventi alla verifica della documentazione tecnica, dal supporto in fase di start up al monitoraggio dei dati dei motori e all'analisi dei progetti e allo sviluppo di un business plan.

Queste, in sintesi, le competenze che EU Wings – società italiana presente in tutto il mondo ma con sede centrale a Sommacampagna – può fornire come servizi tecnici e operativi alle compagnie aeree o a proprietari che noleggiano i propri velivoli ad altri. In un settore in cui sicurezza, rispetto delle normative e rigore sono un pilastro fondamentale e non negoziabile, tutto ciò spiega il successo di EU Wings. In poco meno di 15 anni – è nata nel 2009 – la società ha raccolto il consenso dei player globali dell'aviazione e oggi si espande non solo in nuovi territori, ma anche nei progetti e nelle prospettive.

"Oggi nel nostro comparto i tecnici hanno una formazione che li certifica e li rende estremamente competenti. Dopo 1200 ore di studio e un impegno per certi versi più approfondito di quello dei piloti, sono per noi una vera risorsa". Vincenzo De Laurentis, Ceo di EU Wings, ingegnere e lui stesso, pilota, prima di diventare manager ha raccolto un'invidiabile esperienza tecnica lavorando letteralmente "dentro" i motori ma anche creando una rete di relazioni.

Nel periodo trascorso con Volare, compagnia privata italiana poi acquisita da Alitalia, ha stretto buoni rapporti con diverse compagnie che oggi sono clienti di EU Wings. "Abbiamo deciso, insieme ad alcuni collaboratori, di creare una società fondata su una visione di qualità e affidabilità. I risultati ci hanno dato ragione con bilanci in positivo anche durante la pandemia: merito di rigore, competenza, coerenza, relazioni, rispetto dei ruoli. E la sicurezza, sempre".

Come anticipato, la gamma dei servizi forniti alla clientela è amplissima: tutto quello che permette a una compagnia di operare e a un aeroplano di volare in sicurezza rispettando, direbbe un automobilista, la revisione e i tagliandi. C'è ovviamente molto di più, perché chi tiene le fila dei controlli è responsabile di scadenze, usura, sostituzioni: viti e valvole, sensori, sistemi o componenti.

"Ecco perché nel nostro campo non esistono le scorciatoie: conta solo essere adattabili, flessibili e disponibili, mentre tutto il resto è precisione assoluta", è il giudizio di De Laurentis. Infatti all'estero la percezione delle competenze dei partner italiani in aviazione è elevata: siamo noti per fare le cose per bene, altro che spaghetti e mandolino. Standard operativi italiani elevatissimi e persone su cui fare affidamento: una reputazione di cui EU Wings è erede e che trasmette al territorio attraverso l'attività core e i talenti di cui si dota.

In soli 15 anni si è affermata e ha ottenuto il favore delle compagnie in un campo in cui affidabilità, professionalità e rispetto delle norme sono una qualità fondamentale

Risultato di questo impegno, la presenza tra i clienti di vettori come Turkish Airlines, Easy Jet, Poste Air Cargo, Wizz Air, il charter inglese Jet2.com o Neos e molte altre tra Europa, Nordafrica, Africa, Asia Centrale e Far East. Nonostante la guerra civile, la società è presente dal 2015 anche in Libia, dove ha ottenuto la certificazione dal Gruppo Eni per i voli che portano i propri tecnici. Altre basi operative all'estero sono in Marocco, Burkina Faso, Congo, Filippine, Uzbekistan, Kazakistan e Tagikistan, tutti mercati in crescita. Intanto in Europa si guarda ai Paesi dell'Est, a partire dalla Repubblica Ceca.

In veste di capogruppo, EU Wings ha diverse società collegate: da Aliplan che si dedica alla gestione dell'aeronavigabilità e fornisce servizi di ingegneria e consulenza a Safe-Aware, che propone valutazioni sulla sicurezza aerea e ha sviluppato software per gestire la sicurezza negli scali e per le compagnie. Ci sono poi Jump Air, compagnia aerea in start up dotata di ATR-72, che opera da Vilnius, in Lituania, ed è focalizzata sul leasing per passeggeri e merci.

E infine EAS Training Academy, costituita per fornire servizi di formazione non soltanto ai tecnici ma anche a piloti, assistenti di volo e controllori del traffico aereo. "È una delle aree di maggiore interesse cui guardiamo già per il 2024", conclude De Laurentis. "Vogliamo dar vita proprio a una scuola certificata per addestrare i tecnici, i controllori e il personale navigante. C'è in previsione una forte crescita del trasporto aereo, ma a fronte del boom di richieste c'è una limitata disponibilità di personale formato e competente. Qui vorremmo fare la nostra parte per sostenere un settore che all'Italia può dare molto".

EBS

www.ebsimpianti.it

CHIAVI IN MANO

RISTRUTTURAZIONE BAGNO

CON SCONTO IN FATTURA AL

75%

Possibilità di pagamento dilazionato con FIDITALIA

Bagno completo di:

RIVESTIMENTO | WC | BIDET | RUBINETTERIA | TERMOARREDO

MOBILETTO CON SPECCHIERA | BOX E PIATTO DOCCIA DA 70x90 CM

Scopri le nostre VANTAGGIOSE OFFERTE, contattaci per informazioni o preventivi gratuiti!

Viale Postumia, 27 - 37069, Villafranca di Verona

045 6302725 info@ebsimpianti.it

LupatotinaGaseLuce

Energia. *Dopo i rincari shock del 2022, la società veronese continua a crescere e guarda al futuro*

Lupatotina punta ai 30mila clienti

Loriano Tomelleri, amministratore unico di Lupatotina Luce e Gas

Da 36 milioni di euro a 21: così in due anni cambia il fatturato di Lupatotina Luce e Gas, società partecipata al 100% dal Comune di San Giovanni Lupatoto. È l'effetto dell'altalena dei prezzi dell'energia che ha accompagnato la fine dell'emergenza Covid e l'inizio della guerra in Ucraina. Un'altalena dalla quale, per effetto dei rincari, sono cadute aziende ben più grandi della realtà veronese.

«Il 2022 è stato un anno difficile – confessa l'amministratore unico Loriano Tomelleri, in sella a Lupatotina dal 2007 – e se siamo ancora qui, mentre altri hanno dovuto alzare bandiera bianca, è grazie alla politica aziendale che abbiamo seguito negli anni, basata sulle famiglie e sulle utenze domestiche, con una crescita costante che privilegia la vicinanza e la fidelizzazione del cliente».

A far balzare in alto i costi dell'energia è stato il metano passato nel 2022 da 0,18 € a metro cubo a 3,5 €: «Siamo stati fortunati – spiega Tomelleri – ad aver avuto un inverno mite che, insieme al decreto del Governo che ha imposto termostati a 19 gradi, ha visto dimezzarsi i consumi rispetto agli anni precedenti».

Nonostante questo e la dilazione di pagamento delle bollette, per la prima volta, Lupatotina si è trovata a dover fare i conti con alcune sofferenze: «Prima del Covid – conferma l'amministratore unico – sui RID bancari avevamo zero insoluti: ora siamo intorno al 15%. Situazioni che si stanno risolvendo, grazie a pagamenti rateali degli arretrati, ma che testimoniano la difficoltà che hanno dovuto affrontare tante famiglie».

E Lupatotina è cresciuta proprio grazie alle famiglie e oggi conta quasi 30mila utenze, 14mila per l'elettricità e 15mila per il gas: «Quando sono arrivato nel 2007 – continua Tomelleri – avevamo 8mila utenze solamente per il gas e solo a San Giovanni Lupatoto. Nel 2017 il Comune di San Giovanni Lupatoto ha creduto nella commercializzazione anche dell'energia elettrica e oggi abbiamo clienti in 96 comuni del Veronese: una aumento medio annuo di 2.500 utenti, come era negli obiettivi iniziali, una prospettiva che dopo sei anni è stata rispettata e senza ricorrere ad agenzie di telemarketing o a venditori porta a porta. Siamo cresciuti grazie al nostro personale: dodici collaboratori che hanno sempre lavorato, anche durante il Covid, a servizi come lo "Sportello a domicilio" e alla collaborazione con Adiconsum che abbiamo portato sul territorio».

Il futuro, però, non è facile da prevedere per un'azienda locale che fa commercializzazione pura. Una svolta potrebbe venire dalle Comunità energetiche, ma per Tomelleri è prematuro parlarne: «Certo è una prospettiva che prenderemo in considerazione in base alle indicazioni che verranno dal nostro socio, il Comune di San Giovanni Lupatoto. Al momento però mancano i decreti attuativi e quindi siamo ancora in una fase teorica. In un futuro più immediato, a mio avviso, Lupatotina può puntare ad una partnership industriale, con una realtà come AGSM-AIM: noi abbiamo il valore aggiunto del rapporto con il territorio, loro possono offrirci l'energia ad un buon prezzo».

Appendice statistica

in collaborazione con la Camera di commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

Tutti i «numeri» del sud-ovest per trainare lo sviluppo

Il sud-ovest veronese è un territorio già adesso di grande valore economico e lo sarà ancor più nel prossimo futuro, grazie all'attrattività delle aziende che si sono già insediate, ai servizi disponibili e alle infrastrutture presenti. Qui nelle prossime pagine trovate ben 31 schede (curate dalla Camera di Commercio di Verona) dedicate ai comuni dell'area sud-occidentale della provincia, più una riassuntiva. Raccolgono i dettagli e le particolarità dei paesi, con andamento, variazioni e tipologie aggiornate al 31 dicembre 2022, i dati più recenti.

Di ogni zona emergono i comparti più presenti, gli indicatori economici e una serie storica a partire dal 2000. Una mappa così approfondita da confermare che un pezzo portante dello sviluppo veronese passa da qui. Soprattutto se il progetto di apertura verso l'area allargata del Garda (e quindi Trento, Brescia e Mantova) uscirà dal libro dei sogni per entrare fra le cose da fare presto. Un elemento a sostegno di questa prospettiva è lo sviluppo di cui abbiamo detto: la logistica e i trasporti, che possono richiamare anche molti grandi gruppi.

Abbiamo selezionato alcuni dei punti di forza del sud-ovest, sempre grazie al Servizio Studi e Ricerca della Camera di Commercio che a giugno ha segnalato le top ten territoriali in alcuni ambiti. Sono solo un esempio e non c'è tutto il quadro: ma basta già a convalidare un certo ottimismo. Come il numero delle imprese già ai confini del capoluogo: al secondo posto Villafranca di Verona con 3.142 aziende, al quinto San Giovanni Lupatoto con 2.396, poi S. Martino Buon Albergo al settimo con 1.864 e Cerea all'ottavo con 1.837. Proprio Cerea è nona nella classifica della quota locale di Industrie, con il 17,96%.

Nel settore Costruzioni per comune si piazzano al sesto posto Povegliano con il 21,35%, Castel d'Azzano al settimo col 20,78% e Vigasio ottavo col 20,58%. Nogara è seconda tra i comuni con maggiore quota di imprese del Commercio con il 24,97%, davanti a Castel D'Azzano con il 24,89%, Villafranca al 24,03% e infine Oppeano decima con un 22,69%. Chiudiamo la rassegna delle top ten con la quota di Servizi per comune, che vede secondo San Giovanni Lupatoto col 37,27%, S. Martino Buon Albergo quarto con il 35,09%, Bussolengo sesto al 31,88%, Villafranca ottava al 30,65% e Povegliano Veronese nono (30,26%).

Più in generale, la distribuzione comunale delle imprese al 30 giugno mostra per la zona sud-ovest la presenza di comuni che vedono sul proprio territorio cluster di aziende 37-250 fino a un massimo di 2000-3000 aziende, come nel caso di Villafranca. Le tipologie più rappresentate sono i comuni da 250-500 e da 500-1000 imprese: una considerevole presenza di produzione e di servizi.

Invece il tasso di sviluppo delle imprese segnala in prevalenza dati positivi (54 comuni), con cinque in equilibrio ("neutri") ma anche 39 con tasso negativo. È un sostanziale equilibrio confermato anche analizzando la zona di confine tra il Lago di Garda meridionale a sud verso Mantova. E concludiamo con il saldo di imprese tra iscrizioni e cancellazioni a giugno: il massimo aumento c'è stato a Oppeano con il +1,95%, mentre Povegliano Veronese ha perso il l'1,51%.

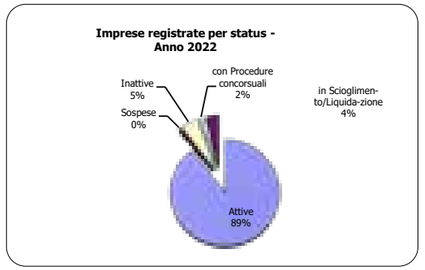
Provincia di Verona

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**96.225**	**96.671**	**94.804**	**0,5**	**-1,9**	**100,0**
di cui: Società di capitale	26.117	26.863	27.356	2,9	1,8	28,9
Società di persone	17.379	17.048	16.639	-1,9	-2,4	17,6
Imprese individuali	50.043	50.094	48.185	0,1	-3,8	50,8
Altre forme	2.686	2.666	2.624	-0,7	-1,6	2,8
Imprese attive	**85.775**	**86.476**	**84.622**	**0,8**	**-2,1**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**105.429**	**106.657**	**105.241**	**1,2**	**-1,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	24.631	24.656	23.775	25,1
Femminili	19.462	19.581	19.436	20,5
Giovanili	7.441	7.406	7.344	7,7
Straniere comunitarie	3.012	3.121	2.920	3,1
Straniere extracomunitarie	8.982	9.289	8.905	9,4

	2022
Addetti alle localizzazioni	389.114

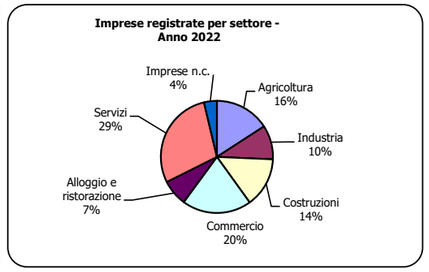


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	4.713	5.153	5.080
Cancellazioni	4.793	4.734	6.978
-di cui cessazioni non d'ufficio	*4.712*	*4.270*	*4.585*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**96.225**	**96.671**	**94.804**
di cui: Agricoltura	15.334	15.263	15.031
Industria	9.669	9.597	9.320
Costruzioni	14.185	14.357	13.639
Commercio	19.749	19.639	18.974
Servizi di alloggio e ristorazione	7.193	7.206	7.146
Servizi alle imprese e alle persone	26.386	26.962	27.174
Imprese n.c.	3.709	3.647	3.520



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	1.888	1.912	1.874
Fabbricazione di mobili	988	960	915
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	699	706	718
Industrie alimentari	678	670	679
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	657	648	642
Altre attività	4.364	4.285	4.091

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	31,2	30,6
Imprese registrate per 1.000 abitanti	104,3	102,6

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	5.130.428	3.232.017	4.868.078
presenze	18.011.840	12.895.562	17.125.289

Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

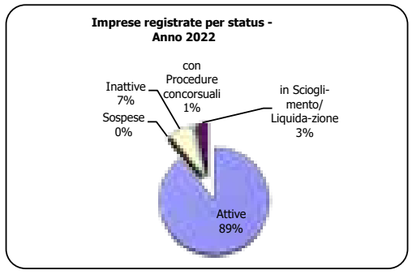
Bardolino

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.030**	**1.033**	**1.030**	**0,3**	**-0,3**	**100,0**
di cui: Società di capitale	214	230	234	7,5	1,7	22,7
Società di persone	280	274	269	-2,1	-1,8	26,1
Imprese individuali	521	513	510	-1,5	-0,6	49,5
Altre forme	15	16	17	6,7	6,3	1,7
Imprese attive	**908**	**921**	**917**	**1,4**	**-0,4**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.188**	**1.217**	**1.233**	**2,4**	**1,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	231	227	218	21,2
Femminili	236	237	245	23,8
Giovanili	76	69	65	6,3
Straniere comunitarie	33	34	38	3,7
Straniere extracomunitarie	52	52	53	5,1

	2022
Addetti alle localizzazioni	4.215

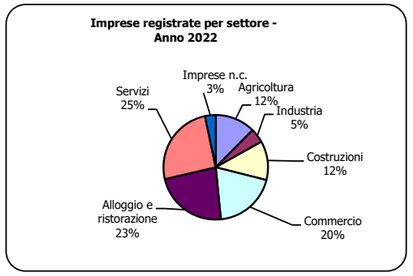


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	34	54	47
Cancellazioni	32	53	52
-di cui cessazioni non d'ufficio	*32*	*47*	*37*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.030**	**1.033**	**1.030**
di cui: Agricoltura	134	132	128
Industria	50	46	46
Costruzioni	121	128	124
Commercio	203	198	201
Servizi di alloggio e ristorazione	229	231	236
Servizi alle imprese e alle persone	251	258	261
Imprese n.c.	42	40	34



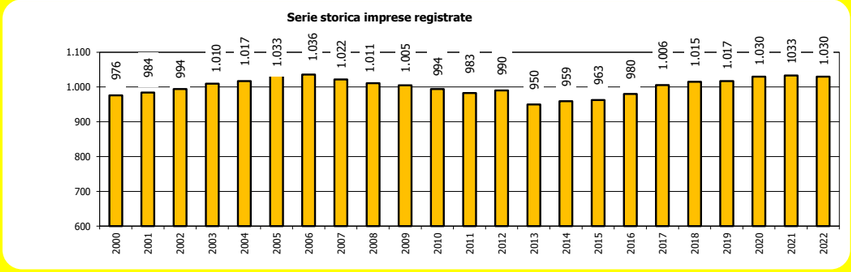
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	7	6	7
Altre industrie manifatturiere	6	6	6
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	5	5	6
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	10	7	6
Industria delle bevande	5	5	5
Altre attività	15	15	14

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	18,0	18,0
Imprese registrate per 1.000 abitanti	145,5	148,9

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	447.133	355.648	466.076
presenze	2.101.596	1.727.860	2.310.956



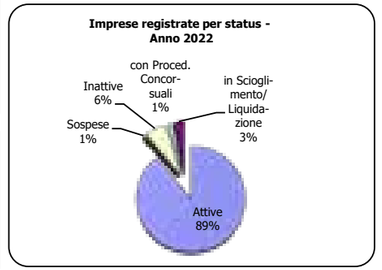
Bovolone

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.491**	**1.497**	**1.467**	**0,4**	**-2,0**	**100,0**
di cui: Società di capitale	333	343	358	3,0	4,4	24,4
Società di persone	322	318	311	-1,2	-2,2	21,2
Imprese individuali	810	810	771	0,0	-4,8	52,6
Altre forme	26	26	27	0,0	3,8	1,8
Imprese attive	**1.320**	**1.327**	**1.301**	**0,5**	**-2,0**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.580**	**1.597**	**1.575**	**1,1**	**-1,4**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	549	552	531	36,2
Femminili	288	294	281	19,2
Giovanili	103	104	105	7,2
Straniere comunitarie	40	40	38	2,6
Straniere extracomunitarie	116	122	112	7,6

	2022
Addetti alle localizzazioni	4.308

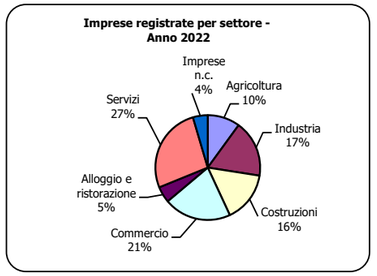


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	71	81	75
Cancellazioni	79	80	109
-di cui cessazioni non d'ufficio	*77*	*76*	*76*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.491**	**1.497**	**1.467**
di cui: Agricoltura	143	143	147
Industria	265	265	256
Costruzioni	224	238	229
Commercio	327	320	305
Servizi di alloggio e ristorazione	73	71	73
Servizi alle imprese e alle persone	392	388	390
Imprese n.c.	67	72	67



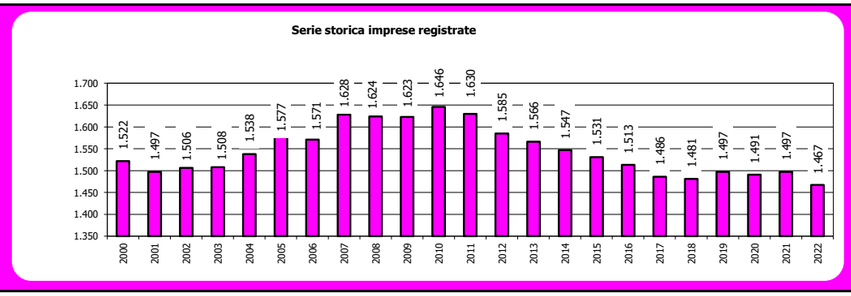
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di mobili	129	129	119
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	30	30	33
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	14	14	14
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	11	11	13
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	13	12	10
Altre attività	58	59	55

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	36,3	35,5
Imprese registrate per 1.000 abitanti	93,4	91,1

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	2.217	3.413	n.d.
presenze	9.798	10.296	n.d.



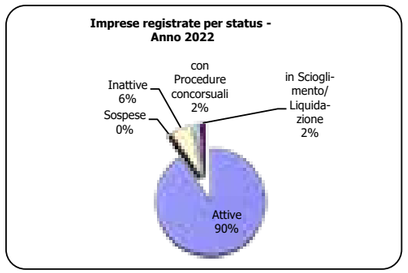
Brenzone sul Garda

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**330**	**340**	**347**	**3,0**	**2,1**	**100,0**
di cui: Società di capitale	48	51	56	6,3	9,8	16,1
Società di persone	68	69	69	1,5	0,0	19,9
Imprese individuali	204	210	212	2,9	1,0	61,1
Altre forme	10	10	10	0,0	0,0	2,9
Imprese attive	**298**	**309**	**313**	**3,7**	**1,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**369**	**385**	**393**	**4,3**	**2,1**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	90	89	88	25,4
Femminili	61	66	63	18,2
Giovanili	30	40	35	10,1
Straniere comunitarie	23	21	21	6,1
Straniere extracomunitarie	26	30	32	9,2

	2022
Addetti alle localizzazioni	888

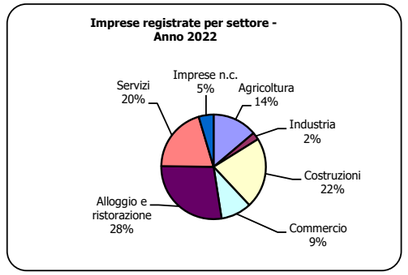


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	16	30	23
Cancellazioni	16	20	16
-di cui cessazioni non d'ufficio	*16*	*20*	*13*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**330**	**340**	**347**
di cui: Agricoltura	41	44	48
Industria	8	9	8
Costruzioni	75	73	76
Commercio	34	35	33
Servizi di alloggio e ristorazione	93	93	96
Servizi alle imprese e alle persone	67	72	70
Imprese n.c.	12	14	16



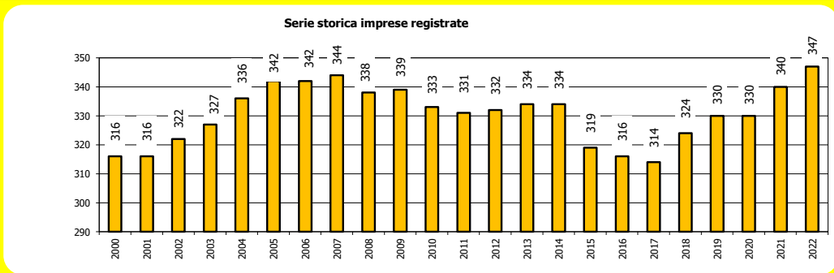
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Industrie alimentari	3	3	3
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	2	2	2
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	1	2	2
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	2	2	1
Altre attività	-	-	-

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	6,6	6,7
Imprese registrate per 1.000 abitanti	137,7	141,6

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	98.909	80.455	106.007
presenze	428.545	368.664	446.195



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

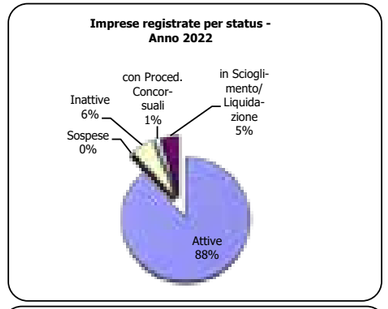
Bussolengo

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**2.212**	**2.233**	**2.230**	**0,9**	**-0,1**	**100,0**
di cui: Società di capitale	664	680	713	2,4	4,9	32,0
Società di persone	355	350	341	-1,4	-2,6	15,3
Imprese individuali	1.100	1.111	1.091	1,0	-1,8	48,9
Altre forme	93	92	85	-1,1	-7,6	3,8
Imprese attive	**1.944**	**1.981**	**1.963**	**1,9**	**-0,9**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**2.484**	**2.537**	**2.508**	**2,1**	**-1,1**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	614	605	585	26,2
Femminili	418	426	435	19,5
Giovanili	187	181	179	8,0
Straniere comunitarie	107	114	115	5,2
Straniere extracomunitarie	255	260	263	11,8

	2022
Addetti alle localizzazioni	9.322

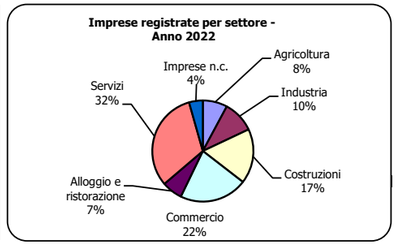


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	100	134	135
Cancellazioni	116	118	156
-di cui cessazioni non d'ufficio	*111*	*100*	*99*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**2.212**	**2.233**	**2.230**
di cui: Agricoltura	178	179	175
Industria	240	237	226
Costruzioni	390	397	390
Commercio	493	491	484
Servizi di alloggio e ristorazione	139	146	147
Servizi alle imprese e alle persone	674	686	710
Imprese n.c.	98	97	98



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	42	44	45
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	45	45	40
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	18	18	16
Industrie alimentari	18	16	16
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	20	18	16
Altre attività	89	88	84

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	92,2	92,0
Imprese registrate per 1.000 abitanti	107,9	107,8

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	122.868	51.691	87.768
presenze	305.342	190.550	199.375

Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

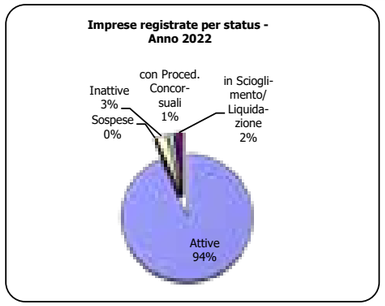
Buttapietra

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**541**	**537**	**516**	**-0,7**	**-3,9**	**100,0**
di cui: Società di capitale	122	123	126	0,8	2,4	24,4
Società di persone	95	92	87	-3,2	-5,4	16,9
Imprese individuali	315	313	294	-0,6	-6,1	57,0
Altre forme	9	9	9	0,0	0,0	1,7
Imprese attive	**500**	**499**	**482**	**-0,2**	**-3,4**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**585**	**597**	**583**	**2,1**	**-2,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	197	202	187	36,2
Femminili	92	92	93	18,0
Giovanili	53	54	50	9,7
Straniere comunitarie	25	26	27	5,2
Straniere extracomunitarie	56	60	50	9,7

	2022
Addetti alle localizzazioni	1.550

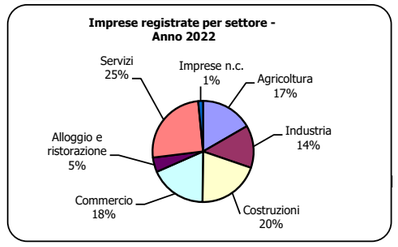


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	31	24	20
Cancellazioni	20	25	36
-di cui cessazioni non d'ufficio	*20*	*20*	*21*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**541**	**537**	**516**
di cui: Agricoltura	77	83	86
Industria	76	74	70
Costruzioni	105	111	103
Commercio	110	104	94
Servizi di alloggio e ristorazione	25	24	24
Servizi alle imprese e alle persone	136	130	131
Imprese n.c.	12	11	8



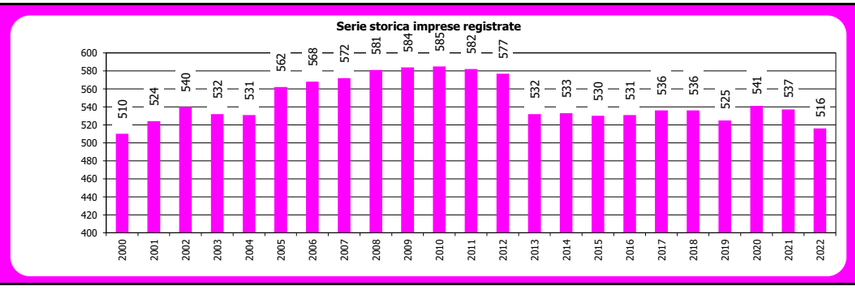
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	26	25	22
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	6	6	8
Industrie alimentari	8	8	8
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	9	9	8
Fabbricazione di mobili	3	3	4
Altre attività	24	23	20

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	31,1	29,9
Imprese registrate per 1.000 abitanti	75,9	74,1

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	535	394	553
presenze	2.012	1.891	2.587



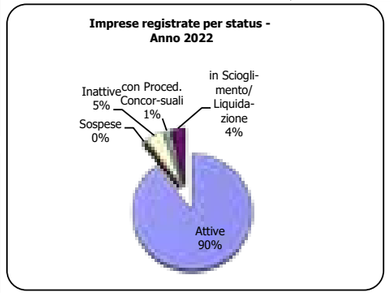
Castel d'Azzano

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**924**	**933**	**918**	**1,0**	**-1,6**	**100,0**
di cui: Società di capitale	239	247	260	3,3	5,3	28,3
Società di persone	166	162	153	-2,4	-5,6	16,7
Imprese individuali	507	511	492	0,8	-3,7	53,6
Altre forme	12	13	13	8,3	0,0	1,4
Imprese attive	**830**	**849**	**822**	**2,3**	**-3,2**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**973**	**994**	**966**	**2,2**	**-2,8**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	316	317	300	32,7
Femminili	196	198	193	21,0
Giovanili	79	87	86	9,4
Straniere comunitarie	34	36	33	3,6
Straniere extracomunitarie	94	94	86	9,4

	2022
Addetti alle localizzazioni	3.250

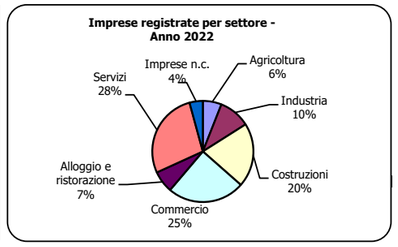


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	49	41	44
Cancellazioni	48	37	58
-di cui cessazioni non d'ufficio	*48*	*34*	*41*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**924**	**933**	**918**
di cui: Agricoltura	61	61	55
Industria	94	94	92
Costruzioni	199	195	188
Commercio	224	228	227
Servizi di alloggio e ristorazione	62	68	64
Servizi alle imprese e alle persone	240	247	253
Imprese n.c.	44	40	39



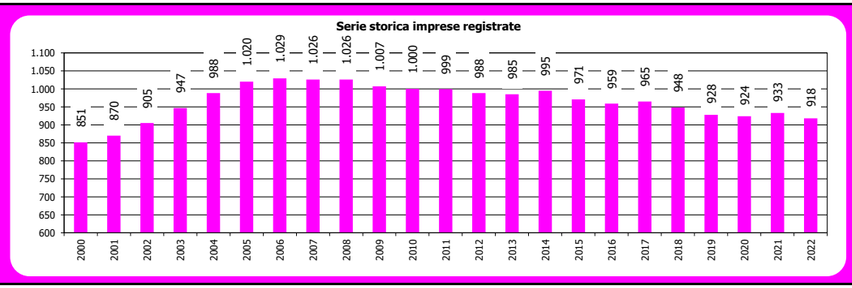
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	23	22	20
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	10	10	10
Stampa e riproduzione di supporti registrati	10	9	9
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	9	9	8
Fabbricazione di mobili	7	8	8
Altre attività	34	34	35

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	95,9	94,4
Imprese registrate per 1.000 abitanti	77,5	76,4

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	43.950	11.022	20.255
presenze	67.968	21.022	36.285



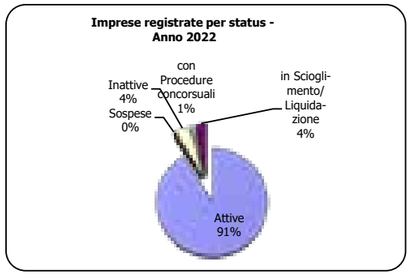
Castelnuovo del Garda

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.381**	**1.387**	**1.344**	**0,4**	**-3,1**	**100,0**
di cui: Società di capitale	369	375	384	1,6	2,4	28,6
Società di persone	247	250	246	1,2	-1,6	18,3
Imprese individuali	745	742	696	-0,4	-6,2	51,8
Altre forme	20	20	18	0,0	-10,0	1,3
Imprese attive	**1.251**	**1.258**	**1.225**	**0,6**	**-2,6**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.538**	**1.564**	**1.539**	**1,7**	**-1,6**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	440	440	417	31,0
Femminili	274	281	278	20,7
Giovanili	97	88	83	6,2
Straniere comunitarie	49	53	53	3,9
Straniere extracomunitarie	159	159	132	9,8

	2022
Addetti alle localizzazioni	4.842

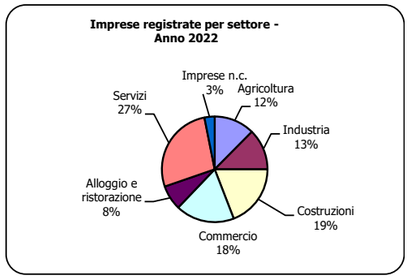


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	83	78	81
Cancellazioni	70	76	118
-di cui cessazioni non d'ufficio	*70*	*63*	*67*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.381**	**1.387**	**1.344**
di cui: Agricoltura	182	178	167
Industria	182	183	169
Costruzioni	266	280	257
Commercio	246	243	242
Servizi di alloggio e ristorazione	102	105	102
Servizi alle imprese e alle persone	355	359	365
Imprese n.c.	48	39	42



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	71	70	60
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	25	24	22
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	17	15	14
Industrie alimentari	7	9	10
Altre industrie manifatturiere	8	8	7
Altre attività	49	52	51

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	40,3	39,0
Imprese registrate per 1.000 abitanti	103,7	101,9

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	340.587	186.679	316.433
presenze	1.074.007	745.845	978.770

Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

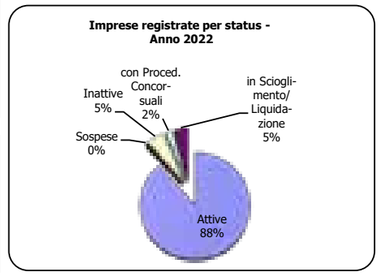
Cerea

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.854**	**1.866**	**1.842**	**0,6**	**-1,3**	**100,0**
di cui: Società di capitale	438	454	477	3,7	5,1	25,9
Società di persone	408	395	378	-3,2	-4,3	20,5
Imprese individuali	959	969	942	1,0	-2,8	51,1
Altre forme	49	48	45	-2,0	-6,3	2,4
Imprese attive	**1.636**	**1.650**	**1.628**	**0,9**	**-1,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**2.013**	**2.038**	**2.032**	**1,2**	**-0,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	648	639	628	34,1
Femminili	353	362	357	19,4
Giovanili	107	109	118	6,4
Straniere comunitarie	31	34	35	1,9
Straniere extracomunitarie	141	157	160	8,7

	2022
Addetti alle localizzazioni	6.046

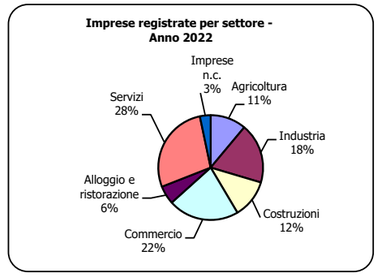


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	73	95	98
Cancellazioni	79	85	127
-di cui cessazioni non d'ufficio	*77*	*77*	*96*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.854**	**1.866**	**1.842**
di cui: Agricoltura	221	212	204
Industria	354	343	341
Costruzioni	221	222	219
Commercio	409	414	403
Servizi di alloggio e ristorazione	108	109	105
Servizi alle imprese e alle persone	486	507	509
Imprese n.c.	55	59	61



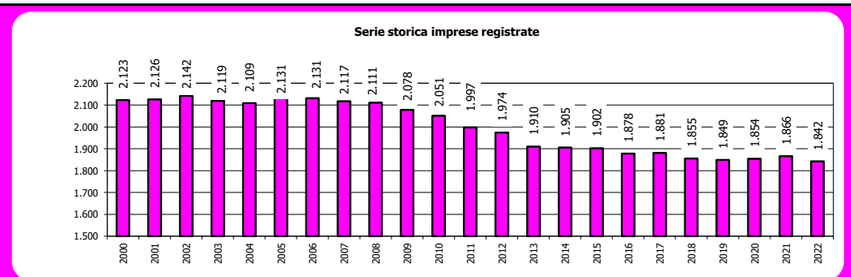
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di mobili	190	180	177
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	34	34	38
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	23	21	19
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	15	14	14
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	11	13	13
Altre attività	77	75	74

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	26,5	26,2
Imprese registrate per 1.000 abitanti	111,3	109,6

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	2.016	1.268	n.d.
presenze	7.533	3.963	n.d.



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

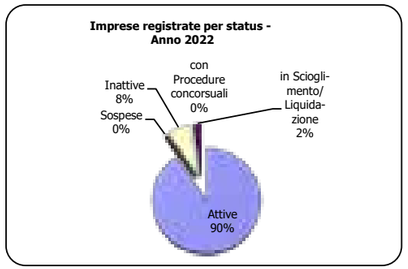
Garda

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**535**	**547**	**545**	**2,2**	**-0,4**	**100,0**
di cui: Società di capitale	105	114	116	8,6	1,8	21,3
Società di persone	147	147	141	0,0	-4,1	25,9
Imprese individuali	281	284	286	1,1	0,7	52,5
Altre forme	2	2	2	0,0	0,0	0,4
Imprese attive	**484**	**493**	**492**	**1,9**	**-0,2**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**682**	**697**	**701**	**2,2**	**0,6**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	112	112	108	19,8
Femminili	137	138	141	25,9
Giovanili	29	33	34	6,2
Straniere comunitarie	18	17	20	3,7
Straniere extracomunitarie	39	41	42	7,7

	2022
Addetti alle localizzazioni	2.208

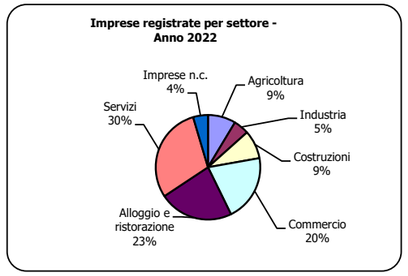


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	23	34	29
Cancellazioni	20	21	36
-di cui cessazioni non d'ufficio	*20*	*19*	*28*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**535**	**547**	**545**
di cui: Agricoltura	43	49	47
Industria	28	28	26
Costruzioni	46	48	48
Commercio	106	109	112
Servizi di alloggio e ristorazione	133	132	125
Servizi alle imprese e alle persone	156	157	162
Imprese n.c.	23	24	25



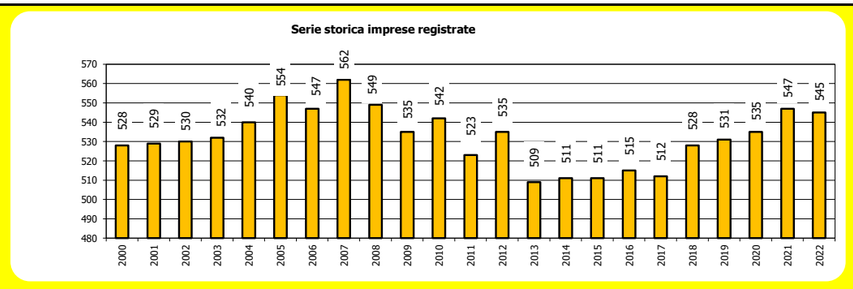
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Industrie alimentari	4	4	6
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	5	4	4
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3	3	3
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	2	3	2
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	2	2	2
Altre attività	11	11	8

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	38,1	37,9
Imprese registrate per 1.000 abitanti	131,8	131,5

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	197.779	134.824	196.968
presenze	913.451	578.205	868.357



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

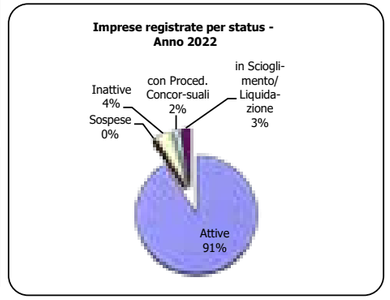
Isola della Scala

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.121**	**1.123**	**1.116**	**0,2**	**-0,6**	**100,0**
di cui: Società di capitale	255	264	275	3,5	4,2	24,6
Società di persone	255	253	253	-0,8	0,0	22,7
Imprese individuali	595	591	572	-0,7	-3,2	51,3
Altre forme	16	15	16	-6,3	6,7	1,4
Imprese attive	**1.018**	**1.024**	**1.015**	**0,6**	**-0,9**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.222**	**1.232**	**1.224**	**0,8**	**-0,6**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	324	325	322	28,9
Femminili	219	217	215	19,3
Giovanili	106	113	106	9,5
Straniere comunitarie	18	17	17	1,5
Straniere extracomunitarie	101	104	99	8,9

	2022
Addetti alle localizzazioni	3.917

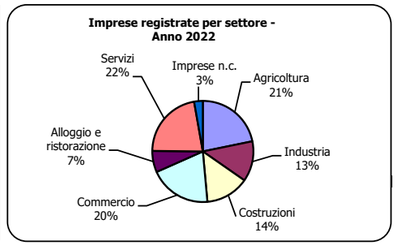


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	54	52	51
Cancellazioni	66	53	70
-di cui cessazioni non d'ufficio	*66*	*49*	*49*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.121**	**1.123**	**1.116**
di cui: Agricoltura	250	248	243
Industria	141	144	144
Costruzioni	158	160	155
Commercio	225	224	221
Servizi di alloggio e ristorazione	75	72	76
Servizi alle imprese e alle persone	238	243	246
Imprese n.c.	34	32	31



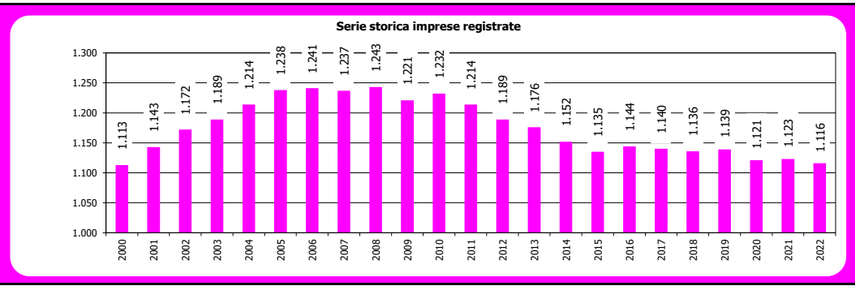
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	41	45	44
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	16	15	14
Fabbricazione di mobili	15	13	13
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	13	12	13
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	8	9	9
Altre attività	42	43	44

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	16,1	16,0
Imprese registrate per 1.000 abitanti	95,9	96,5

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	2.261	1.780	1.539
presenze	11.259	10.776	10.826



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

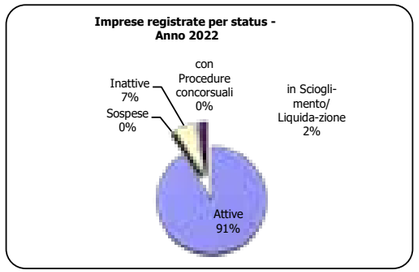
Lazise

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**999**	**1.000**	**991**	**0,1**	**-0,9**	**100,0**
di cui: Società di capitale	234	243	245	3,8	0,8	24,7
Società di persone	234	230	230	-1,7	0,0	23,2
Imprese individuali	524	520	510	-0,8	-1,9	51,5
Altre forme	7	7	6	0,0	-14,3	0,6
Imprese attive	**914**	**912**	**900**	**-0,2**	**-1,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.212**	**1.225**	**1.221**	**1,1**	**-0,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	192	189	186	18,8
Femminili	235	240	241	24,3
Giovanili	73	72	76	7,7
Straniere comunitarie	27	27	28	2,8
Straniere extracomunitarie	80	83	80	8,1

	2022
Addetti alle localizzazioni	4.465

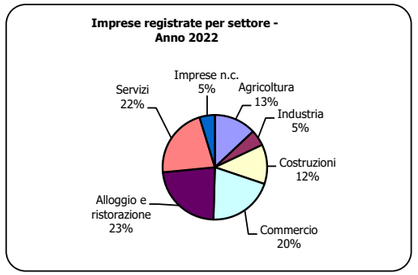


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	44	47	47
Cancellazioni	44	41	54
-di cui cessazioni non d'ufficio	*44*	*40*	*35*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**999**	**1.000**	**991**
di cui: Agricoltura	138	136	129
Industria	45	46	49
Costruzioni	129	133	121
Commercio	206	202	201
Servizi di alloggio e ristorazione	220	223	228
Servizi alle imprese e alle persone	217	213	216
Imprese n.c.	44	47	47



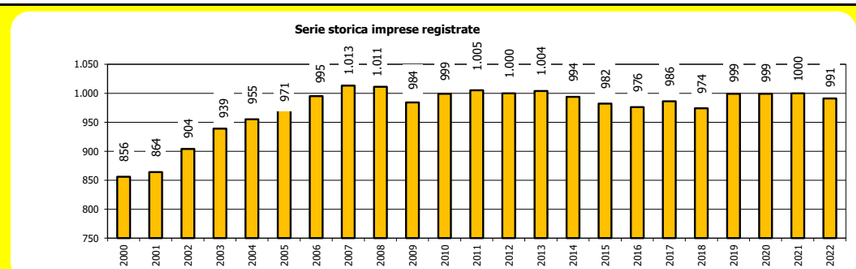
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Industrie alimentari	11	11	11
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	3	3	6
Fabbricazione di mobili	4	4	5
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	4	4	4
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	4	4	4
Altre attività	18	19	18

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	15,8	15,7
Imprese registrate per 1.000 abitanti	145,5	144,6

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	673.122	528.540	677.503
presenze	3.606.249	2.957.876	3.657.044



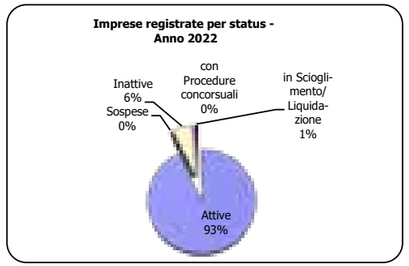
Malcesine

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**669**	**661**	**667**	**-1,2**	**0,9**	**100,0**
di cui: Società di capitale	92	99	99	7,6	0,0	14,8
Società di persone	194	190	192	-2,1	1,1	28,8
Imprese individuali	373	361	364	-3,2	0,8	54,6
Altre forme	10	11	12	10,0	9,1	1,8
Imprese attive	**616**	**611**	**619**	**-0,8**	**1,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**771**	**774**	**782**	**0,4**	**1,0**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	101	100	102	15,3
Femminili	201	196	189	28,3
Giovanili	43	40	47	7,0
Straniere comunitarie	29	28	26	3,9
Straniere extracomunitarie	28	31	32	4,8

	2022
Addetti alle localizzazioni	2.473

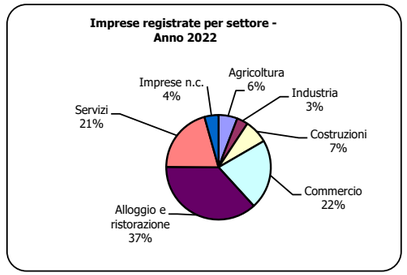


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	41	27	40
Cancellazioni	28	35	32
-di cui cessazioni non d'ufficio	*28*	*35*	*27*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**669**	**661**	**667**
di cui: Agricoltura	35	38	39
Industria	22	23	23
Costruzioni	44	46	49
Commercio	152	142	144
Servizi di alloggio e ristorazione	251	244	246
Servizi alle imprese e alle persone	133	136	137
Imprese n.c.	32	32	29



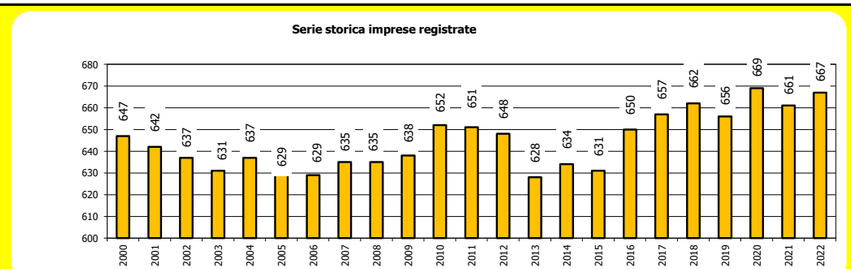
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	8	9	8
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	3	3	3
Industrie alimentari	3	3	3
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	3	3	3
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	2	2	2
Altre attività	3	3	4

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	9,5	9,6
Imprese registrate per 1.000 abitanti	181,6	185,1

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	238.235	197.622	247.812
presenze	1.130.236	936.516	1.131.506



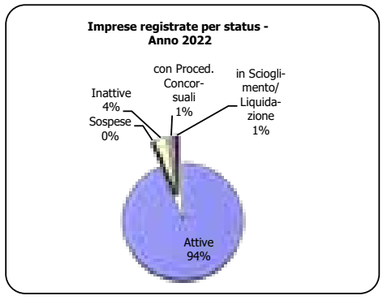
Mozzecane

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**592**	**598**	**582**	**1,0**	**-2,7**	**100,0**
di cui: Società di capitale	128	140	137	9,4	-2,1	23,5
Società di persone	101	104	103	3,0	-1,0	17,7
Imprese individuali	351	340	327	-3,1	-3,8	56,2
Altre forme	12	14	15	16,7	7,1	2,6
Imprese attive	**548**	**557**	**545**	**1,6**	**-2,2**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**629**	**643**	**632**	**2,2**	**-1,7**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	188	180	170	29,2
Femminili	117	114	101	17,4
Giovanili	56	57	51	8,8
Straniere comunitarie	21	22	27	4,6
Straniere extracomunitarie	60	62	58	10,0

	2022
Addetti alle localizzazioni	2.478

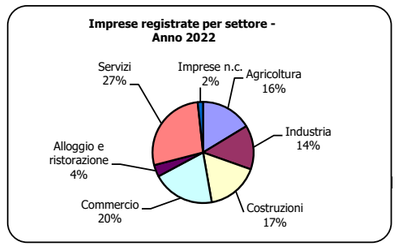


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	29	34	30
Cancellazioni	31	35	45
-di cui cessazioni non d'ufficio	*30*	*30*	*27*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**592**	**598**	**582**
di cui: Agricoltura	101	99	95
Industria	90	90	82
Costruzioni	101	100	98
Commercio	122	122	116
Servizi di alloggio e ristorazione	23	22	22
Servizi alle imprese e alle persone	140	151	159
Imprese n.c.	15	14	10



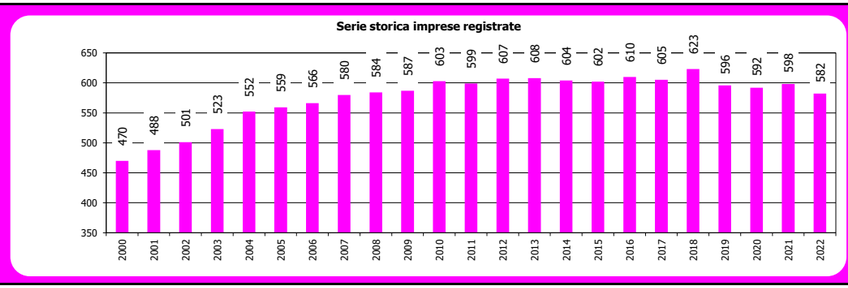
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	26	25	24
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	23	23	17
Industrie alimentari	9	9	8
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	8	8	8
Altre industrie manifatturiere	2	3	3
Altre attività	16	16	16

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	24,1	23,4
Imprese registrate per 1.000 abitanti	73,8	71,8

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	2.248	471	689
presenze	4.763	2.401	2.352



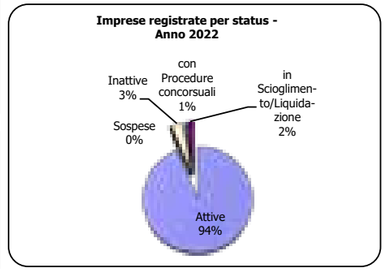
Negrar di Valpolicella

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.634**	**1.643**	**1.590**	**0,6**	**-3,2**	**100,0**
di cui: Società di capitale	301	313	308	4,0	-1,6	19,4
Società di persone	324	324	312	0,0	-3,7	19,6
Imprese individuali	991	990	955	-0,1	-3,5	60,1
Altre forme	18	16	15	-11,1	-6,3	0,9
Imprese attive	**1.502**	**1.524**	**1.489**	**1,5**	**-2,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.740**	**1.769**	**1.743**	**1,7**	**-1,5**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	458	450	438	27,5
Femminili	329	324	319	20,1
Giovanili	123	132	124	7,8
Straniere comunitarie	26	28	23	1,4
Straniere extracomunitarie	98	96	90	5,7

	2022
Addetti alle localizzazioni	3.627

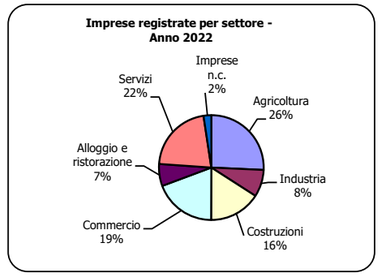


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	77	83	67
Cancellazioni	103	75	108
-di cui cessazioni non d'ufficio	*102*	*70*	*74*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.634**	**1.643**	**1.590**
di cui: Agricoltura	403	414	409
Industria	150	147	133
Costruzioni	264	259	254
Commercio	334	330	306
Servizi di alloggio e ristorazione	117	115	108
Servizi alle imprese e alle persone	325	336	342
Imprese n.c.	41	42	38



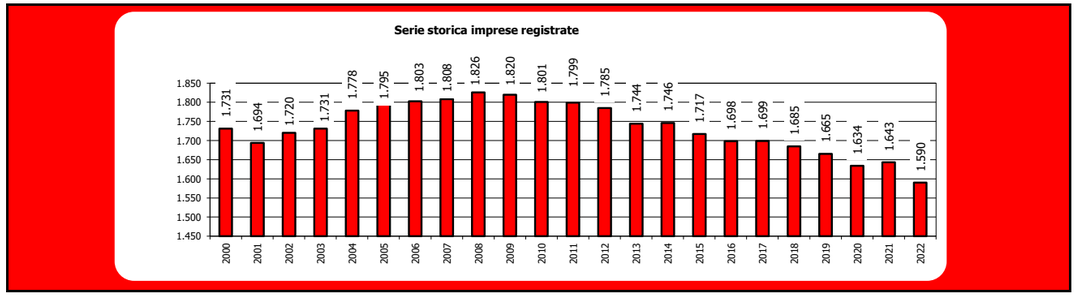
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	26	24	23
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	23	21	19
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	18	18	15
Industrie alimentari	11	13	13
Altre industrie manifatturiere	14	14	12
Altre attività	53	52	46

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	40,6	39,3
Imprese registrate per 1.000 abitanti	98,6	95,9

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	46.650	19.243	n.d.
presenze	138.310	69.260	n.d.



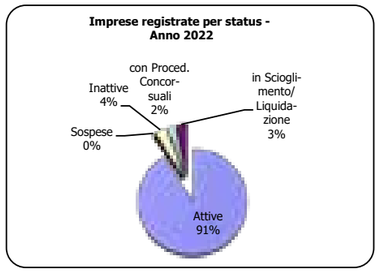
Nogara

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**815**	**820**	**784**	**0,6**	**-4,4**	**100,0**
di cui: Società di capitale	162	165	169	1,9	2,4	21,6
Società di persone	163	161	153	-1,2	-5,0	19,5
Imprese individuali	466	471	439	1,1	-6,8	56,0
Altre forme	24	23	23	-4,2	0,0	2,9
Imprese attive	**735**	**739**	**713**	**0,5**	**-3,5**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**925**	**939**	**910**	**1,5**	**-3,1**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	209	218	210	26,8
Femminili	192	193	187	23,9
Giovanili	66	63	66	8,4
Straniere comunitarie	38	39	39	5,0
Straniere extracomunitarie	120	133	126	16,1

	2022
Addetti alle localizzazioni	3.930

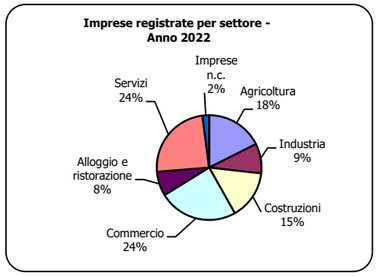


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	34	52	41
Cancellazioni	40	43	71
-di cui cessazioni non d'ufficio	*40*	*38*	*45*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**815**	**820**	**784**
di cui: Agricoltura	140	141	138
Industria	74	74	72
Costruzioni	121	127	118
Commercio	201	200	191
Servizi di alloggio e ristorazione	64	62	59
Servizi alle imprese e alle persone	188	192	190
Imprese n.c.	27	24	16



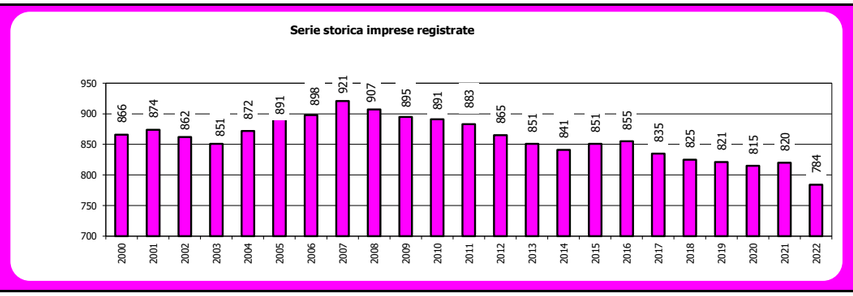
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	8	9	11
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	9	8	9
Fabbricazione di mobili	10	10	8
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	7	7	7
Industrie alimentari	6	6	6
Altre attività	28	28	25

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	21,1	20,2
Imprese registrate per 1.000 abitanti	98,1	95,5

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	4.556	3.873	4.736
presenze	11.161	10.808	11.845



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

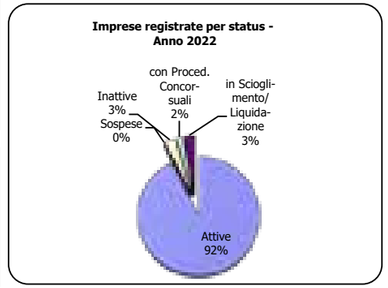
Nogarole Rocca

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**353**	**350**	**347**	**-0,8**	**-0,9**	**100,0**
di cui: Società di capitale	68	69	73	1,5	5,8	21,0
Società di persone	61	58	58	-4,9	0,0	16,7
Imprese individuali	219	218	211	-0,5	-3,2	60,8
Altre forme	5	5	5	0,0	0,0	1,4
Imprese attive	**329**	**326**	**321**	**-0,9**	**-1,5**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**441**	**442**	**450**	**0,2**	**1,8**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	95	94	88	25,4
Femminili	63	64	64	18,4
Giovanili	35	32	30	8,6
Straniere comunitarie	16	17	15	4,3
Straniere extracomunitarie	35	33	35	10,1

	2022
Addetti alle localizzazioni	6.000

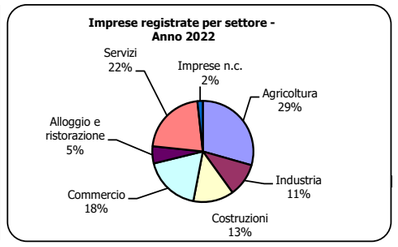


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	19	14	20
Cancellazioni	14	15	24
-di cui cessazioni non d'ufficio	*14*	*13*	*16*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**353**	**350**	**347**
di cui: Agricoltura	99	98	102
Industria	42	39	37
Costruzioni	45	49	45
Commercio	67	65	63
Servizi di alloggio e ristorazione	20	20	19
Servizi alle imprese e alle persone	71	71	75
Imprese n.c.	9	8	6



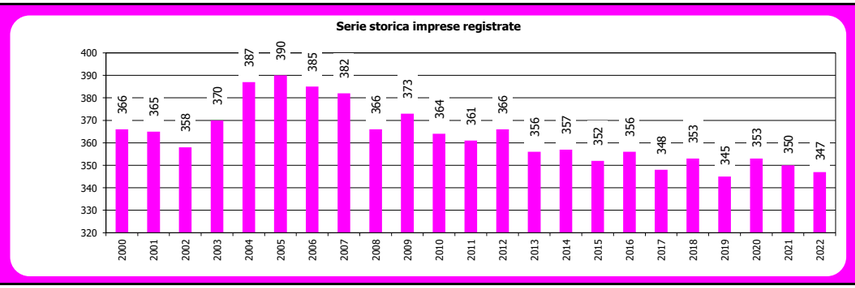
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	17	16	13
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	3	3	4
Industrie alimentari	3	3	3
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	4	3	3
Altre industrie manifatturiere	3	2	2
Altre attività	11	11	11

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	12,0	11,9
Imprese registrate per 1.000 abitanti	89,9	90,6

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	26.005	17.639	23.705
presenze	53.259	36.596	50.633



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

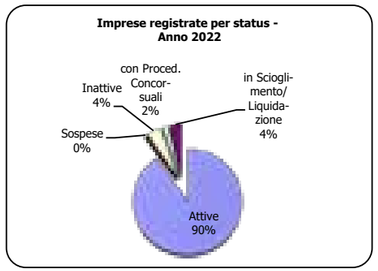
Oppeano

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**937**	**930**	**925**	**-0,7**	**-0,5**	**100,0**
di cui: Società di capitale	224	229	236	2,2	3,1	25,5
Società di persone	197	194	189	-1,5	-2,6	20,4
Imprese individuali	503	495	488	-1,6	-1,4	52,8
Altre forme	13	12	12	-7,7	0,0	1,3
Imprese attive	**843**	**844**	**834**	**0,1**	**-1,2**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.111**	**1.122**	**1.119**	**1,0**	**-0,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	317	319	310	33,5
Femminili	155	149	155	16,8
Giovanili	50	52	58	6,3
Straniere comunitarie	36	36	32	3,5
Straniere extracomunitarie	58	64	67	7,2

	2022
Addetti alle localizzazioni	5.210

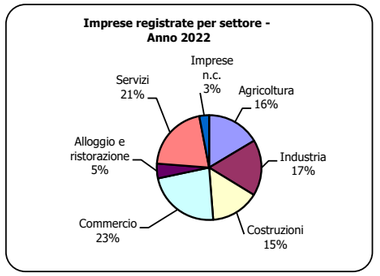


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	45	33	52
Cancellazioni	37	41	60
-di cui cessazioni non d'ufficio	*37*	*37*	*36*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**937**	**930**	**925**
di cui: Agricoltura	166	158	152
Industria	159	160	160
Costruzioni	147	150	139
Commercio	206	206	212
Servizi di alloggio e ristorazione	48	45	42
Servizi alle imprese e alle persone	181	187	192
Imprese n.c.	30	24	28



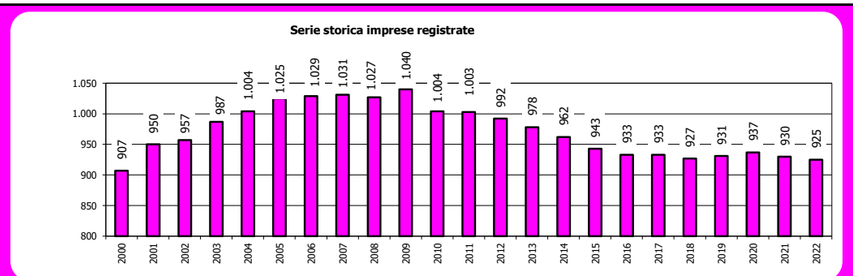
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di mobili	61	57	52
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	25	28	28
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	11	11	13
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	9	12	12
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	10	11	11
Altre attività	41	38	41

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	19,9	19,8
Imprese registrate per 1.000 abitanti	90,3	90,0

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	3.098	2.780	4.345
presenze	18.442	17.508	13.894



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

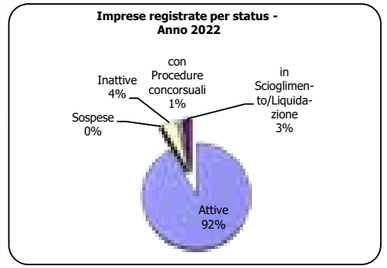
Pescantina

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.579**	**1.583**	**1.575**	**0,3**	**-0,5**	**100,0**
di cui: Società di capitale	372	385	403	3,5	4,7	25,6
Società di persone	305	295	283	-3,3	-4,1	18,0
Imprese individuali	877	878	866	0,1	-1,4	55,0
Altre forme	25	25	23	0,0	-8,0	1,5
Imprese attive	**1.436**	**1.448**	**1.442**	**0,8**	**-0,4**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.678**	**1.696**	**1.705**	**1,1**	**0,5**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	486	497	486	30,9
Femminili	287	282	278	17,7
Giovanili	131	125	122	7,7
Straniere comunitarie	38	44	45	2,9
Straniere extracomunitarie	82	85	89	5,7

	2022
Addetti alle localizzazioni	5.282

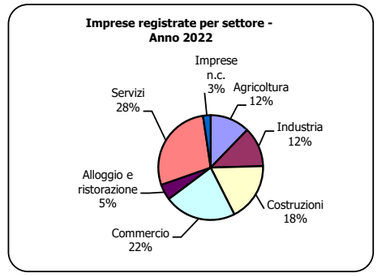


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	73	71	87
Cancellazioni	79	74	108
-di cui cessazioni non d'ufficio	*79*	*71*	*86*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.579**	**1.583**	**1.575**
di cui: Agricoltura	198	197	193
Industria	207	206	194
Costruzioni	257	272	283
Commercio	355	357	350
Servizi di alloggio e ristorazione	80	81	77
Servizi alle imprese e alle persone	442	433	441
Imprese n.c.	40	37	37



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	43	42	38
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	20	20	21
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	19	18	16
Fabbricazione di mobili	14	15	14
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	11	12	12
Altre attività	92	91	87

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	80,2	79,8
Imprese registrate per 1.000 abitanti	90,7	90,4

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	24.266	18.387	24.812
presenze	47.432	34.759	44.513

Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

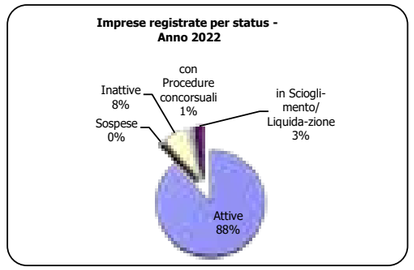
Peschiera del Garda

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.320**	**1.335**	**1.314**	**1,1**	**-1,6**	**100,0**
di cui: Società di capitale	350	363	375	3,7	3,3	28,5
Società di persone	251	248	248	-1,2	0,0	18,9
Imprese individuali	698	702	668	0,6	-4,8	50,8
Altre forme	21	22	23	4,8	4,5	1,8
Imprese attive	**1.161**	**1.173**	**1.155**	**1,0**	**-1,5**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.539**	**1.581**	**1.575**	**2,7**	**-0,4**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	307	312	295	22,5
Femminili	316	313	311	23,7
Giovanili	112	105	103	7,8
Straniere comunitarie	60	60	66	5,0
Straniere extracomunitarie	171	180	157	11,9

	2022
Addetti alle localizzazioni	5.612

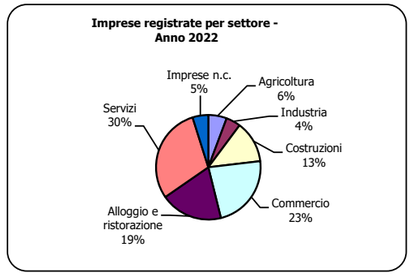


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	67	66	107
Cancellazioni	80	55	134
-di cui cessazioni non d'ufficio	*78*	*49*	*70*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.320**	**1.335**	**1.314**
di cui: Agricoltura	79	76	75
Industria	50	55	59
Costruzioni	200	200	170
Commercio	309	310	302
Servizi di alloggio e ristorazione	249	248	253
Servizi alle imprese e alle persone	365	377	391
Imprese n.c.	68	69	64



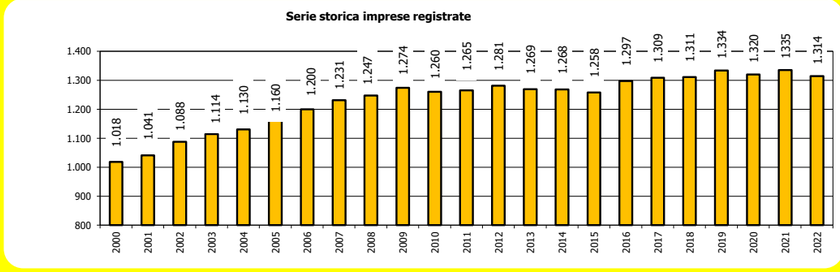
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	8	9	14
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	5	8	10
Altre industrie manifatturiere	5	6	5
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	5	4	4
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	3	3	3
Altre attività	21	22	20

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	73,1	71,9
Imprese registrate per 1.000 abitanti	121,9	119,9

	2019	2021	2022
Turismo:			
arrivi	499.649	342.630	461.790
presenze	2.379.705	1.742.677	2.217.494



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

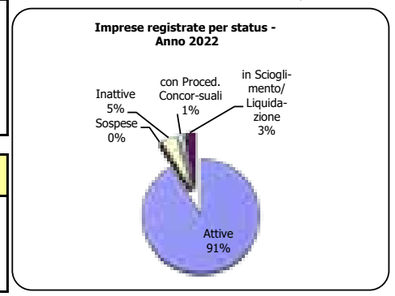
Povegliano Veronese

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**669**	**663**	**663**	**-0,9**	**0,0**	**100,0**
di cui: Società di capitale	179	183	192	2,2	4,9	29,0
Società di persone	118	114	109	-3,4	-4,4	16,4
Imprese individuali	357	350	345	-2,0	-1,4	52,0
Altre forme	15	16	17	6,7	6,3	2,6
Imprese attive	**610**	**603**	**604**	**-1,1**	**0,2**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**711**	**700**	**704**	**-1,5**	**0,6**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	247	239	240	36,2
Femminili	126	134	137	20,7
Giovanili	35	36	36	5,4
Straniere comunitarie	14	15	17	2,6
Straniere extracomunitarie	42	43	48	7,2

	2022
Addetti alle localizzazioni	2.244

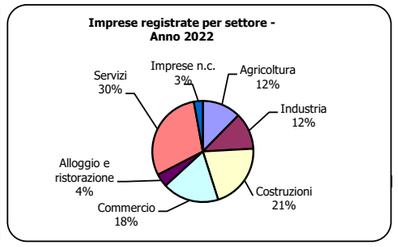


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	37	30	35
Cancellazioni	28	34	36
-di cui cessazioni non d'ufficio	*28*	*30*	*33*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**669**	**663**	**663**
di cui: Agricoltura	82	82	82
Industria	85	82	78
Costruzioni	144	139	139
Commercio	116	117	120
Servizi di alloggio e ristorazione	30	30	28
Servizi alle imprese e alle persone	196	195	197
Imprese n.c.	16	18	19



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	18	20	21
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	13	11	12
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	7	8	8
Stampa e riproduzione di supporti registrati	6	6	6
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	5	5	5
Altre attività	30	25	21

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	35,8	35,8
Imprese registrate per 1.000 abitanti	90,0	90,4

	2019	2021	2022
Turismo:			
arrivi	601	500	n.d.
presenze	1.564	1.349	n.d.

Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

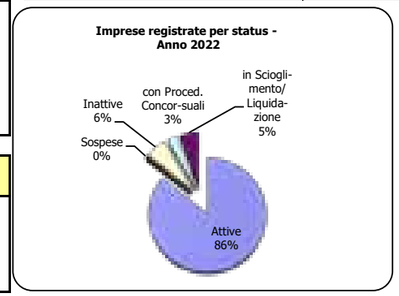
San Giovanni Lupatoto

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**2.406**	**2.418**	**2.388**	**0,5**	**-1,2**	**100,0**
di cui: Società di capitale	825	840	863	1,8	2,7	36,1
Società di persone	434	426	408	-1,8	-4,2	17,1
Imprese individuali	1.052	1.059	1.023	0,7	-3,4	42,8
Altre forme	95	93	94	-2,1	1,1	3,9
Imprese attive	**2.073**	**2.086**	**2.050**	**0,6**	**-1,7**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**2.665**	**2.706**	**2.687**	**1,5**	**-0,7**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	691	689	675	28,3
Femminili	486	487	484	20,3
Giovanili	216	219	214	9,0
Straniere comunitarie	64	72	68	2,8
Straniere extracomunitarie	226	232	235	9,8

	2022
Addetti alle localizzazioni	13.709

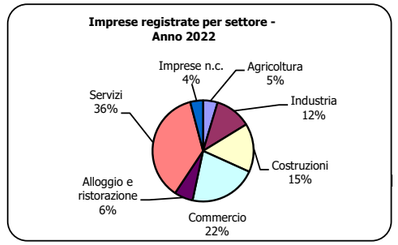


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	112	135	132
Cancellazioni	124	118	172
-di cui cessazioni non d'ufficio	*117*	*105*	*126*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**2.406**	**2.418**	**2.388**
di cui: Agricoltura	110	113	111
Industria	287	286	277
Costruzioni	377	386	370
Commercio	528	527	516
Servizi di alloggio e ristorazione	149	148	143
Servizi alle imprese e alle persone	860	857	873
Imprese n.c.	95	101	98



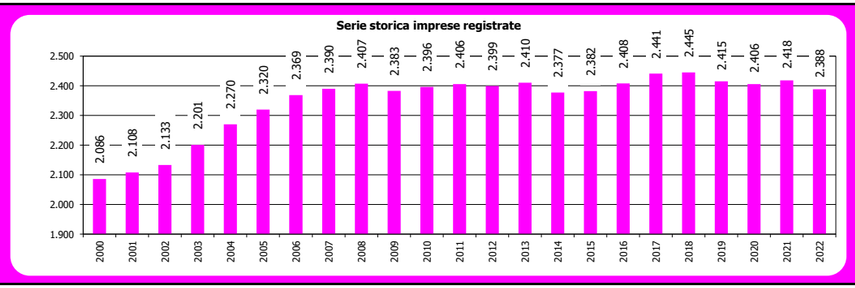
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	59	59	58
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	38	38	40
Industrie alimentari	28	27	27
Stampa e riproduzione di supporti registrati	20	20	21
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	18	20	20
Altre attività	118	116	104

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	127,2	125,6
Imprese registrate per 1.000 abitanti	95,1	94,2

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	67.977	29.655	42.170
presenze	111.644	58.828	77.207



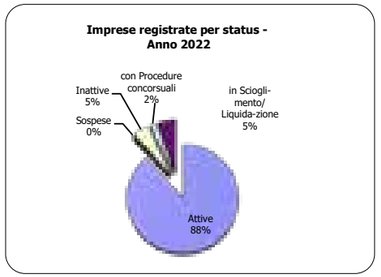
San Martino Buon Albergo

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.823**	**1.864**	**1.862**	**2,2**	**-0,1**	**100,0**
di cui: Società di capitale	740	761	773	2,8	1,6	41,5
Società di persone	292	281	283	-3,8	0,7	15,2
Imprese individuali	702	731	714	4,1	-2,3	38,3
Altre forme	89	91	92	2,2	1,1	4,9
Imprese attive	**1.594**	**1.635**	**1.644**	**2,6**	**0,6**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**2.204**	**2.268**	**2.290**	**2,9**	**1,0**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	396	406	404	21,7
Femminili	334	344	355	19,1
Giovanili	129	128	143	7,7
Straniere comunitarie	52	57	57	3,1
Straniere extracomunitarie	130	146	139	7,5

	2022
Addetti alle localizzazioni	12.756

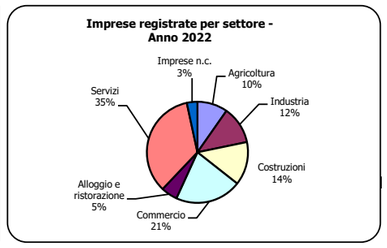


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	98	103	107
Cancellazioni	107	76	114
-di cui cessazioni non d'ufficio	*107*	*69*	*79*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.823**	**1.864**	**1.862**
di cui: Agricoltura	181	180	181
Industria	229	235	224
Costruzioni	257	263	258
Commercio	398	403	395
Servizi di alloggio e ristorazione	99	94	98
Servizi alle imprese e alle persone	591	621	643
Imprese n.c.	68	68	63



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	56	55	51
Stampa e riproduzione di supporti registrati	28	28	26
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	24	24	24
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	17	18	18
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	15	14	13
Altre attività	77	81	78

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	53,6	53,6
Imprese registrate per 1.000 abitanti	115,6	114,7

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	65.493	32.684	51.486
presenze	107.573	100.960	89.438

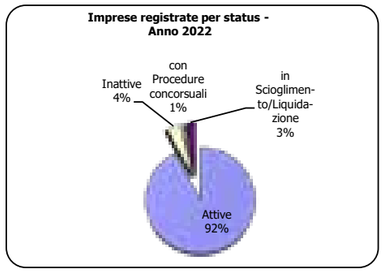
San Pietro in Cariano

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.256**	**1.271**	**1.243**	**1,2**	**-2,2**	**100,0**
di cui: Società di capitale	279	286	290	2,5	1,4	23,3
Società di persone	250	251	245	0,4	-2,4	19,7
Imprese individuali	700	708	684	1,1	-3,4	55,0
Altre forme	27	26	24	-3,7	-7,7	1,9
Imprese attive	**1.154**	**1.173**	**1.144**	**1,6**	**-2,5**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.339**	**1.366**	**1.346**	**2,0**	**-1,5**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	371	366	362	29,1
Femminili	278	287	276	22,2
Giovanili	95	96	91	7,3
Straniere comunitarie	33	34	36	2,9
Straniere extracomunitarie	51	57	47	3,8

	2022
Addetti alle localizzazioni	3.404

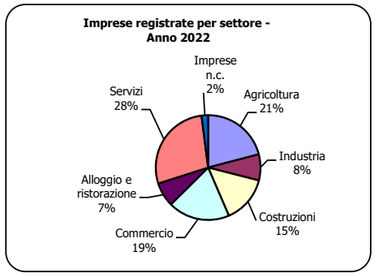


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	51	66	56
Cancellazioni	57	50	80
-di cui cessazioni non d'ufficio	*57*	*45*	*56*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.256**	**1.271**	**1.243**
di cui: Agricoltura	266	267	260
Industria	108	102	100
Costruzioni	186	184	181
Commercio	241	239	237
Servizi di alloggio e ristorazione	86	90	93
Servizi alle imprese e alle persone	341	357	347
Imprese n.c.	28	32	25



Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	18	19	18
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	16	14	15
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	10	10	10
Industria delle bevande	7	7	8
Industrie alimentari	9	10	8
Altre attività	45	40	38

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	62,8	61,4
Imprese registrate per 1.000 abitanti	98,6	96,0

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	32.134	21.045	29.043
presenze	84.024	61.680	66.727

Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

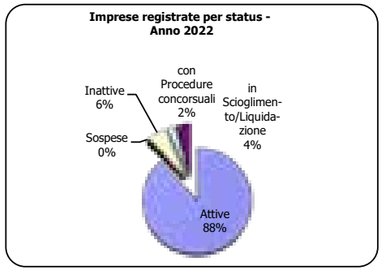
Sant'Ambrogio di Valpolicella

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.162**	**1.183**	**1.186**	**1,8**	**0,3**	**100,0**
di cui: Società di capitale	336	350	371	4,2	6,0	31,3
Società di persone	238	241	245	1,3	1,7	20,7
Imprese individuali	563	567	546	0,7	-3,7	46,0
Altre forme	25	25	24	0,0	-4,0	2,0
Imprese attive	**1.037**	**1.056**	**1.044**	**1,8**	**-1,1**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.274**	**1.305**	**1.303**	**2,4**	**-0,2**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	348	358	347	29,3
Femminili	233	236	235	19,8
Giovanili	71	76	76	6,4
Straniere comunitarie	32	33	29	2,4
Straniere extracomunitarie	76	79	77	6,5

	2022
Addetti alle localizzazioni	2.895

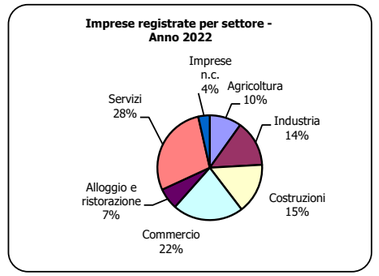


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	48	71	73
Cancellazioni	48	48	68
-di cui cessazioni non d'ufficio	*48*	*45*	*35*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.162**	**1.183**	**1.186**
di cui: Agricoltura	122	119	117
Industria	162	164	169
Costruzioni	195	198	184
Commercio	263	260	260
Servizi di alloggio e ristorazione	78	76	78
Servizi alle imprese e alle persone	311	326	336
Imprese n.c.	31	40	42



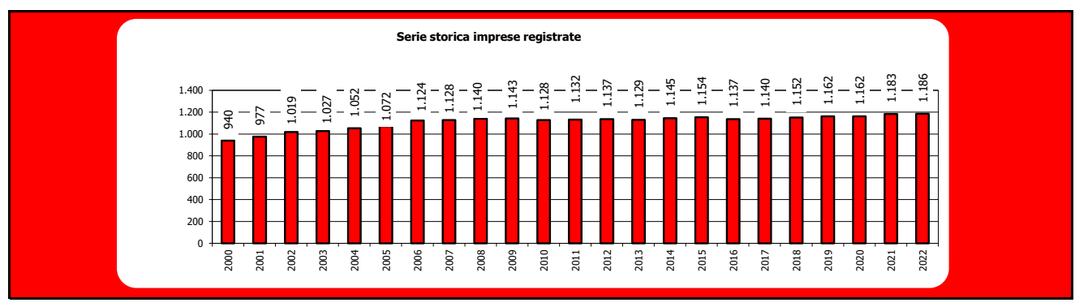
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	56	59	59
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	18	19	20
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	12	13	13
Industrie alimentari	11	10	12
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	11	11	11
Altre attività	46	44	46

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	50,3	50,5
Imprese registrate per 1.000 abitanti	99,6	100,1

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	10.305	8.082	11.410
presenze	24.013	20.585	27.668



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

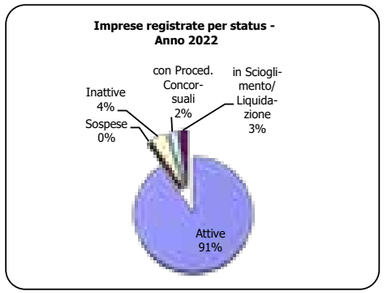
Sommacampagna

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.447**	**1.425**	**1.393**	**-1,5**	**-2,2**	**100,0**
di cui: Società di capitale	407	413	409	1,5	-1,0	29,4
Società di persone	260	246	237	-5,4	-3,7	17,0
Imprese individuali	759	747	728	-1,6	-2,5	52,3
Altre forme	21	19	19	-9,5	0,0	1,4
Imprese attive	**1.298**	**1.280**	**1.260**	**-1,4**	**-1,6**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.676**	**1.655**	**1.661**	**-1,3**	**0,4**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	417	410	394	28,3
Femminili	265	263	260	18,7
Giovanili	99	94	98	7,0
Straniere comunitarie	50	48	43	3,1
Straniere extracomunitarie	67	76	75	5,4

	2022
Addetti alle localizzazioni	6.408

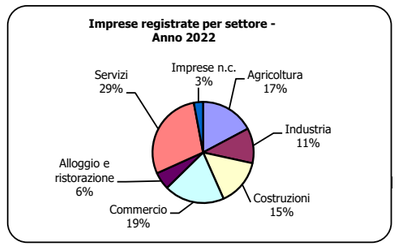


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	67	70	75
Cancellazioni	82	93	102
-di cui cessazioni non d'ufficio	*79*	*87*	*67*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.447**	**1.425**	**1.393**
di cui: Agricoltura	242	239	240
Industria	168	165	156
Costruzioni	231	222	208
Commercio	282	273	269
Servizi di alloggio e ristorazione	81	78	78
Servizi alle imprese e alle persone	396	405	401
Imprese n.c.	47	43	41



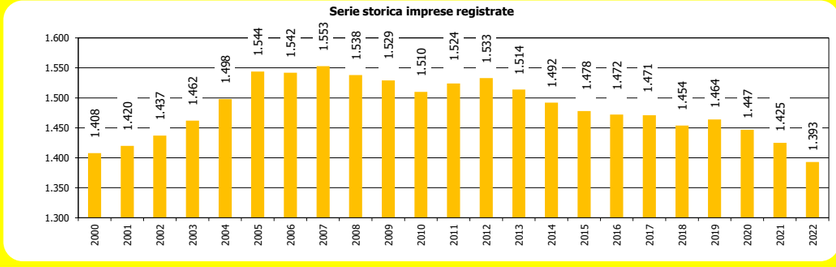
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	37	41	39
Stampa e riproduzione di supporti registrati	14	12	12
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	14	12	11
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	12	11	11
Altre industrie manifatturiere	8	10	10
Altre attività	80	76	71

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	34,9	34,1
Imprese registrate per 1.000 abitanti	97,2	96,3

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	54.630	27.188	49.857
presenze	109.488	61.879	87.025



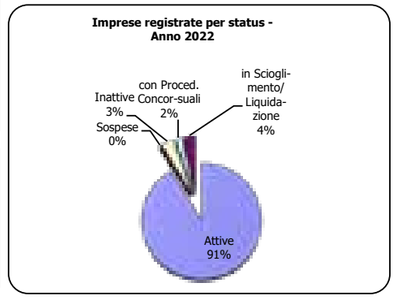
Sona

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.712**	**1.742**	**1.714**	**1,8**	**-1,6**	**100,0**
di cui: Società di capitale	445	458	467	2,9	2,0	27,2
Società di persone	290	290	281	0,0	-3,1	16,4
Imprese individuali	958	974	945	1,7	-3,0	55,1
Altre forme	19	20	21	5,3	5,0	1,2
Imprese attive	**1.558**	**1.583**	**1.563**	**1,6**	**-1,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.975**	**2.011**	**2.002**	**1,8**	**-0,4**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	530	543	536	31,3
Femminili	330	343	338	19,7
Giovanili	129	136	134	7,8
Straniere comunitarie	66	64	64	3,7
Straniere extracomunitarie	118	131	121	7,1

	2022
Addetti alle localizzazioni	6.105

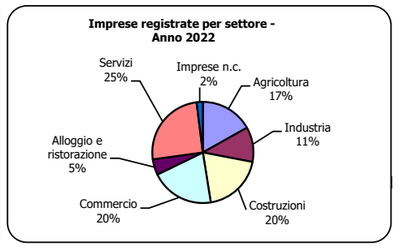


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	72	93	101
Cancellazioni	88	77	129
-di cui cessazioni non d'ufficio	*88*	*73*	*93*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.712**	**1.742**	**1.714**
di cui: Agricoltura	293	294	289
Industria	194	197	191
Costruzioni	328	332	334
Commercio	363	366	348
Servizi di alloggio e ristorazione	88	89	86
Servizi alle imprese e alle persone	412	428	432
Imprese n.c.	34	36	34



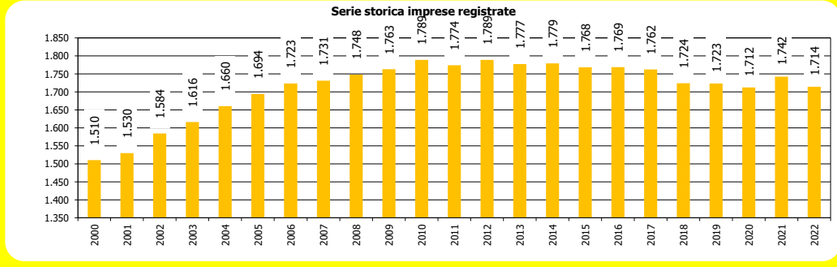
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	37	38	39
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	20	19	20
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	14	17	19
Industrie alimentari	20	18	18
Fabbricazione di articoli in pelle e simili	20	20	16
Altre attività	79	80	74

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	42,3	41,7
Imprese registrate per 1.000 abitanti	99,4	97,7

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	32.130	11.939	n.d.
presenze	77.778	40.387	n.d.



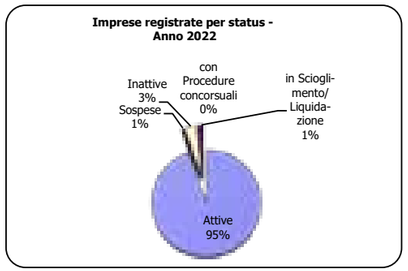
Torri del Benaco

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**383**	**381**	**379**	**-0,5**	**-0,5**	**100,0**
di cui: Società di capitale	45	48	49	6,7	2,1	12,9
Società di persone	89	82	79	-7,9	-3,7	20,8
Imprese individuali	247	249	248	0,8	-0,4	65,4
Altre forme	2	2	3	0,0	50,0	0,8
Imprese attive	**357**	**360**	**358**	**0,8**	**-0,6**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**423**	**433**	**431**	**2,4**	**-0,5**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	120	124	118	31,1
Femminili	87	86	91	24,0
Giovanili	27	27	29	7,7
Straniere comunitarie	17	18	16	4,2
Straniere extracomunitarie	26	26	25	6,6

	2022
Addetti alle localizzazioni	1.071

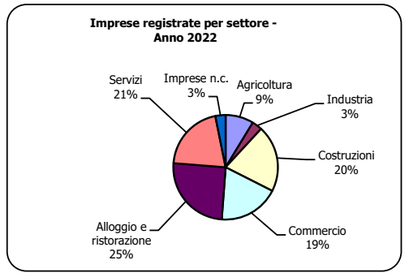


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	21	19	18
Cancellazioni	18	19	22
-di cui cessazioni non d'ufficio	*18*	*19*	*16*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**383**	**381**	**379**
di cui: Agricoltura	32	31	33
Industria	12	13	12
Costruzioni	83	83	78
Commercio	70	72	71
Servizi di alloggio e ristorazione	99	97	95
Servizi alle imprese e alle persone	72	74	78
Imprese n.c.	15	11	12



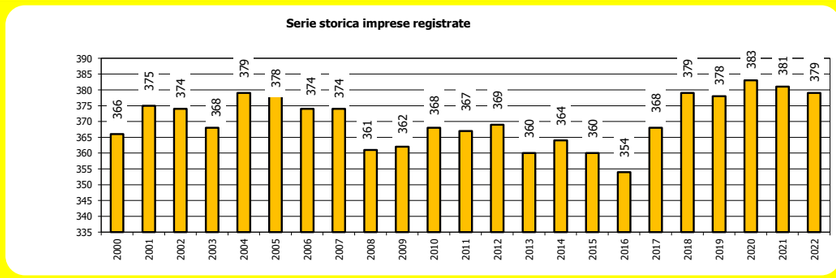
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	3	3	3
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	2	2	2
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	2	2	2
Altre industrie manifatturiere	2	2	1
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	-	1	1
Altre attività	1	1	1

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	8,2	8,2
Imprese registrate per 1.000 abitanti	126,5	129,5

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	93.111	66.607	92.276
presenze	412.510	303.701	383.227



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

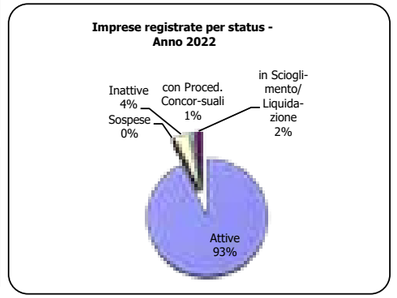
Valeggio sul Mincio

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.573**	**1.573**	**1.532**	**0,0**	**-2,6**	**100,0**
di cui: Società di capitale	262	269	274	2,7	1,9	17,9
Società di persone	291	287	281	-1,4	-2,1	18,3
Imprese individuali	987	984	947	-0,3	-3,8	61,8
Altre forme	33	33	30	0,0	-9,1	2,0
Imprese attive	**1.448**	**1.454**	**1.420**	**0,4**	**-2,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.691**	**1.710**	**1.688**	**1,1**	**-1,3**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	447	444	430	28,1
Femminili	327	325	317	20,7
Giovanili	128	126	113	7,4
Straniere comunitarie	60	60	47	3,1
Straniere extracomunitarie	109	121	114	7,4

	2022
Addetti alle localizzazioni	5.131

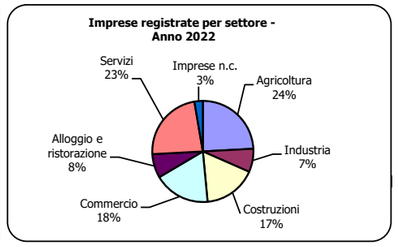


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	80	78	71
Cancellazioni	67	72	118
-di cui cessazioni non d'ufficio	*67*	*63*	*74*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.573**	**1.573**	**1.532**
di cui: Agricoltura	384	381	370
Industria	118	115	114
Costruzioni	273	273	259
Commercio	288	289	276
Servizi di alloggio e ristorazione	116	113	117
Servizi alle imprese e alle persone	344	354	355
Imprese n.c.	50	48	41



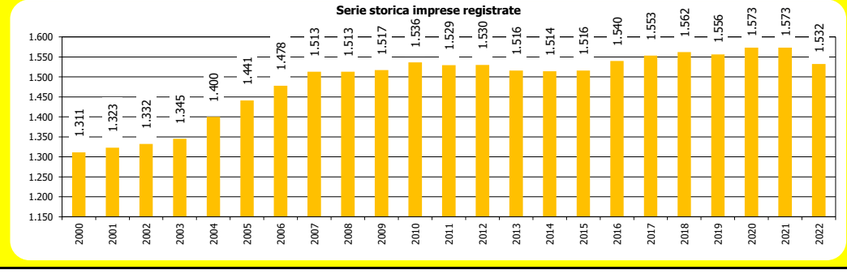
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	21	22	20
Industrie alimentari	15	16	19
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	12	11	12
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	9	10	10
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	10	10	9
Altre attività	46	41	39

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	24,6	24,0
Imprese registrate per 1.000 abitanti	99,1	96,1

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	72.942	62.058	92.714
presenze	369.279	236.130	420.315



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

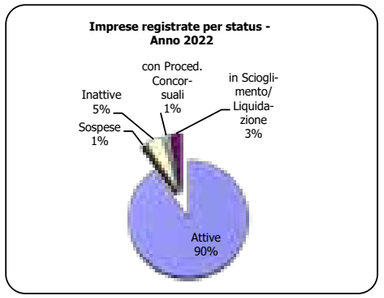
Vigasio

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**692**	**697**	**685**	**0,7**	**-1,7**	**100,0**
di cui: Società di capitale	159	161	166	1,3	3,1	24,2
Società di persone	154	147	142	-4,5	-3,4	20,7
Imprese individuali	360	370	358	2,8	-3,2	52,3
Altre forme	19	19	19	0,0	0,0	2,8
Imprese attive	**622**	**632**	**618**	**1,6**	**-2,2**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**737**	**755**	**744**	**2,4**	**-1,5**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	238	230	224	32,7
Femminili	119	129	123	18,0
Giovanili	43	48	50	7,3
Straniere comunitarie	27	29	26	3,8
Straniere extracomunitarie	56	60	60	8,8

	2022
Addetti alle localizzazioni	2.580

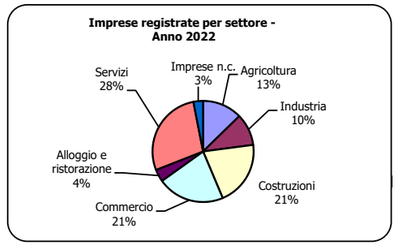


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	34	45	33
Cancellazioni	40	35	42
-di cui cessazioni non d'ufficio	*39*	*32*	*34*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**692**	**697**	**685**
di cui: Agricoltura	90	91	87
Industria	75	74	70
Costruzioni	149	146	142
Commercio	144	146	147
Servizi di alloggio e ristorazione	30	30	27
Servizi alle imprese e alle persone	183	191	191
Imprese n.c.	21	19	21



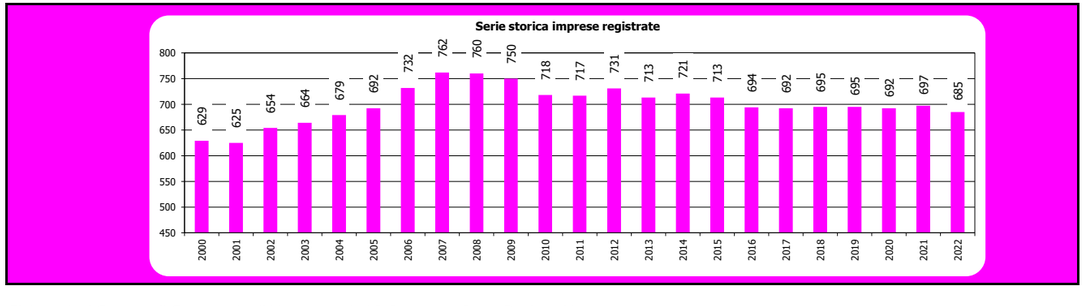
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	29	25	23
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	6	6	6
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	4	5	5
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	6	6	5
Fabbricazione di altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	4	4	4
Altre attività	26	28	27

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	22,7	22,3
Imprese registrate per 1.000 abitanti	68,0	67,0

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	37.189	13.565	20.380
presenze	64.544	52.125	45.263



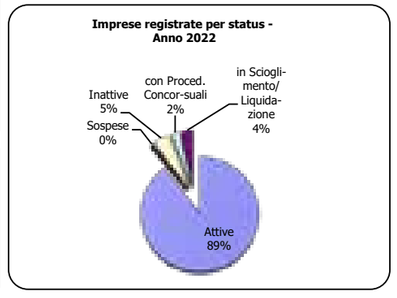
Villafranca di Verona

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**3.205**	**3.235**	**3.174**	**0,9**	**-1,9**	**100,0**
di cui: Società di capitale	905	927	954	2,4	2,9	30,1
Società di persone	585	587	573	0,3	-2,4	18,1
Imprese individuali	1.649	1.655	1.585	0,4	-4,2	49,9
Altre forme	66	66	62	0,0	-6,1	2,0
Imprese attive	**2.860**	**2.906**	**2.838**	**1,6**	**-2,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**3.548**	**3.603**	**3.530**	**1,6**	**-2,0**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	792	812	760	23,9
Femminili	642	652	647	20,4
Giovanili	248	261	258	8,1
Straniere comunitarie	118	127	108	3,4
Straniere extracomunitarie	214	226	214	6,7

	2022
Addetti alle localizzazioni	15.385

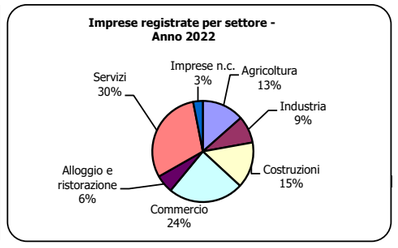


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	142	174	161
Cancellazioni	187	150	231
-di cui cessazioni non d'ufficio	*185*	*136*	*155*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**3.205**	**3.235**	**3.174**
di cui: Agricoltura	437	434	428
Industria	279	288	275
Costruzioni	497	493	467
Commercio	780	769	766
Servizi di alloggio e ristorazione	184	189	183
Servizi alle imprese e alle persone	917	960	957
Imprese n.c.	111	102	98



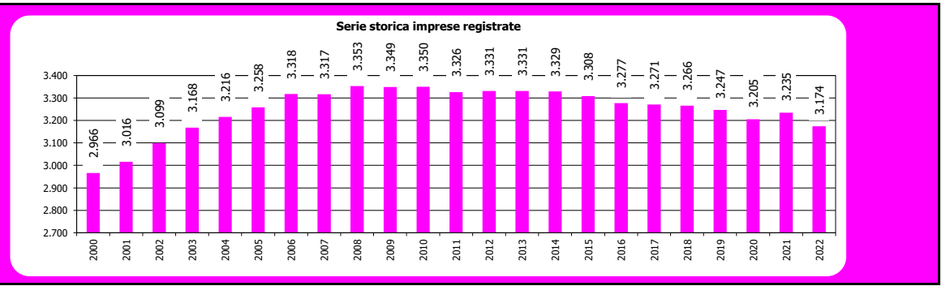
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	63	64	59
Industrie alimentari	29	30	30
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	22	25	25
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	20	20	21
Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia	22	25	20
Altre attività	100	100	97

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	56,4	55,4
Imprese registrate per 1.000 abitanti	97,9	96,2

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	201.581	87.059	155.027
presenze	403.843	188.004	290.386



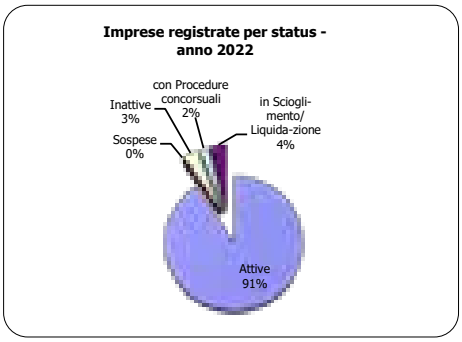
Zevio

IMPRESE

	2020	2021	2022	Var. % 2021/2020	Var. % 2022/2021	% sul totale imprese reg. anno 2022
Imprese registrate	**1.462**	**1.467**	**1.434**	**0,3**	**-2,2**	**100,0**
di cui: Società di capitale	399	406	405	1,8	-0,2	28,2
Società di persone	286	280	279	-2,1	-0,4	19,5
Imprese individuali	732	735	705	0,4	-4,1	49,2
Altre forme	45	46	45	2,2	-2,2	3,1
Imprese attive	**1.315**	**1.327**	**1.297**	**0,9**	**-2,3**	
Localizzazioni attive (imprese + unità locali)	**1.534**	**1.551**	**1.517**	**1,1**	**-2,2**	

Imprese registrate:	2020	2021	2022	% sul totale imprese reg. anno 2022
Artigiane	363	362	359	25,0
Femminili	229	238	230	16,0
Giovanili	103	101	102	7,1
Straniere comunitarie	37	44	42	2,9
Straniere extracomunitarie	90	88	87	6,1

	2022
Addetti alle localizzazioni	7.148

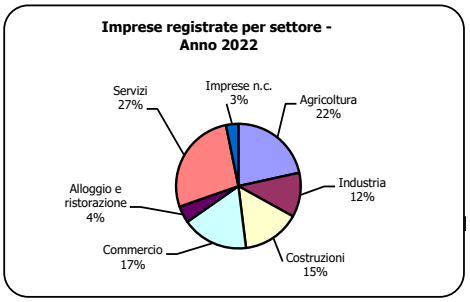


DEMOGRAFIA DELLE IMPRESE

Imprese registrate:	2020	2021	2022
Iscrizioni	64	65	61
Cancellazioni	59	61	90
-di cui cessazioni non d'ufficio	*59*	*56*	*58*

SETTORI ECONOMICI

ATECO 2007	2020	2021	2022
Imprese registrate	**1.462**	**1.467**	**1.434**
di cui: Agricoltura	313	316	309
Industria	180	168	165
Costruzioni	220	225	215
Commercio	249	254	247
Servizi di alloggio e ristorazione	69	66	63
Servizi alle imprese e alle persone	378	390	389
Imprese n.c.	53	48	46



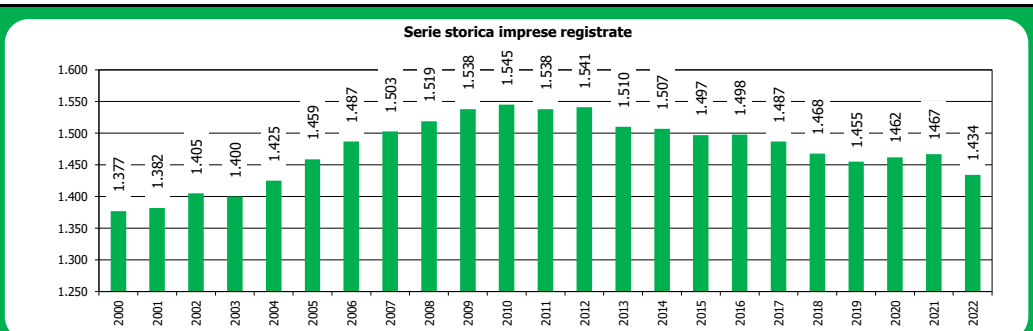
Imprese settore manifatturiero*	2020	2021	2022
Fabbricazione di prodotti in metallo (esclusi macchinari e attrezzature)	45	44	44
Fabbricazione di macchinari ed apparecchiature nca	24	20	20
Riparazione, manutenzione ed installazione di macchine ed apparecchiature	19	17	17
Industria del legno e dei prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili)	12	11	10
Fabbricazione di mobili	10	9	9
Altre attività	60	58	56

* Ordinate per principali settori del 2022

INDICATORI ECONOMICI

	2021	2022
Imprese registrate per Kmq	26,7	26,1
Imprese registrate per 1.000 abitanti	93,5	92,0

Turismo:	2019	2021	2022
arrivi	10.321	6.905	8.701
presenze	18.170	12.659	16.305



Elaborazioni Camera di Commercio di Verona su dati Infocamere, Istat, Regione Veneto

RADIO GELOSA

UN '80! UN '90!

I MIGLIORI DISCHI ANNI '80 E '90 NON-STOP

radiogelosa.it

FM SOCIAL DAB APP

IL NETWORK LOCALE
PIÙ GRANDE D'ITALIA
E PIÙ ASCOLTATO A NORDEST

PER LA TUA PUBBLICITÀ
klasse uno NETWORK

Il bilancio di sostenibilità è un fattore di crescita fondamentale. Noi lo sosteniamo da sempre.

COMUNICARE CIVIC

Per assicurare alla tua azienda una sana crescita, in equilibrio tra prosperità, ambiente e persone, la disponibilità di un bilancio di sostenibilità serio e credibile è diventato un fattore fondamentale. Soprattutto per il desiderio dei clienti di fidarsi e condividere i valori di un'impresa. **Le potenzialità di una consulenza avanzata che un'agenzia di marketing e comunicazione come Clab sa offrire anche nel campo della CSR e ESG**, e perciò anche nella realizzazione di un bilancio di sostenibilità, può essere decisiva per lo sviluppo del tuo business. Più in generale, la capacità di svoltare concretamente nei processi di responsabilità sociale è tra le attività strategiche di maggiore impatto che Clab propone alle aziende attraverso la sua unità **CIVIC**, dedicata alle iniziative corporate di responsabilità sociale con un team specializzato, una solida vision e un metodo consolidato. Tutti motivi per i quali la vostra crescita, per essere davvero sostenibile, va messa in bilancio.

clabcomunicazione.it

CLAB®
MARKETING E COMUNICAZIONE