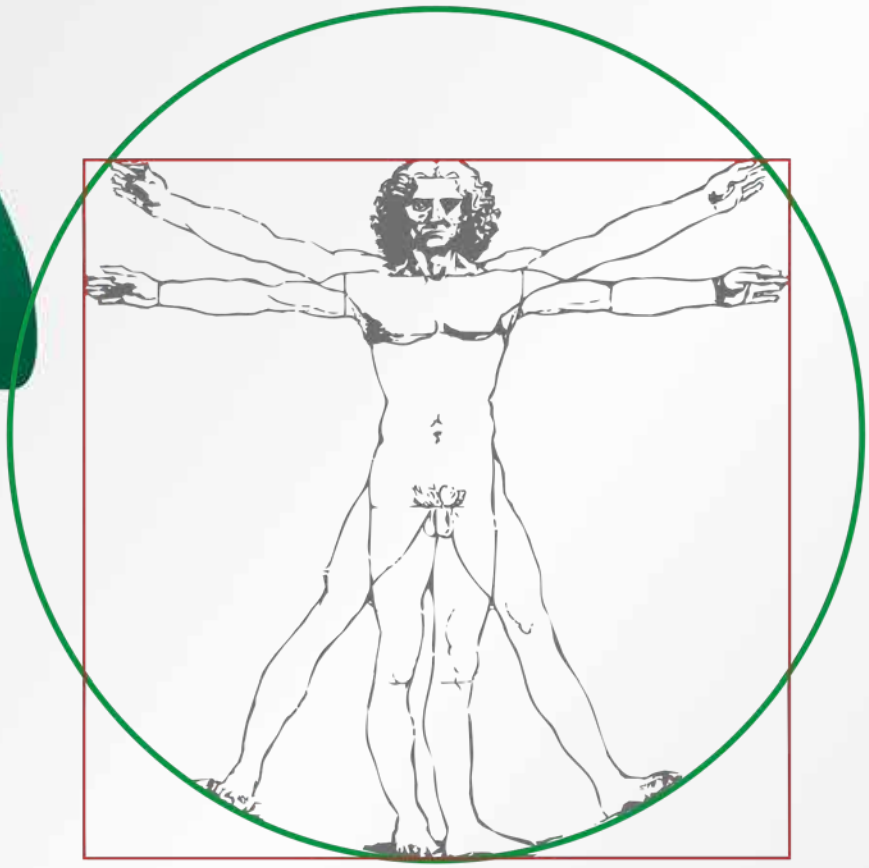
01 APRILE 2026 ANNO IV NUM. 3

FEDERITALY®

NEWSLETTER



GIORNATA NAZIONALE MADE in ITALY

FEDERITALY

Federazione d'Imprese per la Tutela e la Promozione del Made in Italy

ISCRIVITI A FEDERITALY



SCOPRI TUTTI I VANTAGGI

1° ANNO GRATUITO*

*solo per nuovi iscritti

- Accesso ai nostri Desk di supporto
- Accesso alle Certificazioni ufficiali
- Pubblicazione convenzioni su Federitaly Net
- Visibilità su iniziative, newsletter e canali ufficiali
- Networking qualificato
- Opportunità per l'export
- Eventi esclusivi e formazione dedicata
- Iniziative di business matching periodico
- Convenzioni commerciali esclusive
- Rappresentanza sindacale
- Welfare aziendale
- Tutela legale antiusura
- e... molto altro ancora!

CLICCA QUI E ISCRIVITI

L'editoriale del presidente

Energia, Europa e realtà: il prezzo che stiamo pagando



C'è un dato che dovrebbe far riflettere tutti, senza ipocrisie: oggi l'Europa paga l'energia più cara rispetto ai suoi principali competitor globali. E l'Italia, come spesso accade, paga il conto più salato.

Non è un caso. È il risultato di una combinazione pericolosa tra fragilità strutturali e instabilità geopolitica. L'escalation militare nell'area del Golfo, innescata dal conflitto tra Stati Uniti, Israele e Iran, ha riportato al centro una verità che troppo spesso abbiamo finto di ignorare: l'energia è prima di tutto una questione geopolitica. E quando salta quell'equilibrio, salta tutto il resto.

Oggi circa il 20% del petrolio mondiale transita dallo Stretto di Hormuz, un nodo strategico che, con la recente crisi, è stato di fatto compromesso. Le conseguenze sono immediate: aumento dei prezzi, volatilità dei mercati e tensioni sulle forniture globali.

In Europa questo si traduce in un problema strutturale già noto: una dipendenza energetica dall'estero che sfiora il 60%. Una debolezza che ci espone più di altri

L'editoriale del presidente

alle crisi internazionali.
Ma c'è di più. L'Italia, per la sua composizione energetica fortemente legata al gas, è tra i Paesi più colpiti.
I dati sono chiari: il prezzo dell'energia nel nostro Paese resta significativamente più alto rispetto a Germania, Francia e Spagna, con differenze che arrivano anche oltre il 50% rispetto ad alcuni mercati europei.
Questo significa una cosa molto semplice: le nostre imprese partono svantaggiate.
E quando parliamo di imprese italiane, parliamo soprattutto di micro e piccole realtà. Quelle che non hanno margini per assorbire gli shock. Quelle che non hanno strutture finanziarie in grado di reggere una crisi prolungata. Quelle che fanno il vero Made in Italy.
Qui il problema non è più teorico. È concreto. È immediato.
Il caro energia sta comprimendo la competitività internazionale delle nostre aziende e rischia di produrre effetti a catena: aumento dei prezzi, perdita di quote di mercato, riduzione dei margini e, nei casi più critici, chiusura delle attività.

E come sempre accade in Italia, si interviene. Ma si interviene mettendo una pezza.
I provvedimenti del Governo vanno nella giusta direzione, ma restano misure emergenziali. Servono a tamponare, non a risolvere.

Il punto è un altro, ed è più scomodo: noi non abbiamo ancora affrontato il problema strutturale del costo dell'energia.

Serve il coraggio di mettere mano alle accise. Serve una revisione seria dei meccanismi europei, a partire dal sistema ETS, che incide direttamente sul prezzo finale dell'energia. Serve soprattutto un controllo più rigoroso sulle dinamiche speculative che, nei momenti di crisi, tendono ad amplificare gli effetti sui prezzi.

Perché diciamolo chiaramente: non tutto ciò che vediamo in bolletta è "inevitabile".

C'è una componente di mercato. E c'è una componente di sistema.

E oggi il sistema non funziona.
Il rischio, se non si interviene con decisione, è quello di entrare in una fase di stagflazione: crescita debole e inflazione alta, alimentata proprio dal costo dell'energia e delle materie prime.

Uno scenario che l'Europa non può permettersi. E che l'Italia, in particolare, non può reggere.

Per questo serve un cambio di approccio.

Meno interventi tampone.
Più visione strategica.

Meno ideologia.
Più realismo economico.

Difendere il Made in Italy oggi significa anche questo: garantire alle nostre imprese condizioni energetiche sostenibili e competitive.

Perché senza energia accessibile, non c'è produzione.
E senza produzione, non c'è futuro.

Carlo Verdone
Presidente Federitaly

Giornata del Made in Italy 2026: celebrare non basta, servono scelte concrete



di LAMBERTO SCORZINO - Segretario Nazionale Federitaly

Ho avuto l'onore di partecipare, su invito del Ministro delle Imprese e del Made in Italy Adolfo Urso, alla conferenza di presentazione della Giornata del Made in Italy 2026, svoltasi presso il MIMIT.

Un momento istituzionale importante, che conferma la volontà di continuare a valorizzare uno degli asset più strategici del nostro Paese. Anche quest'anno saranno oltre 800 gli eventi programmati in tutta Italia e all'estero, tra iniziative culturali, incontri con le imprese, attività formative e momenti di promozione delle eccellenze italiane.

Un numero significativo, che dimostra quanto il Made in Italy sia ancora oggi un elemento centrale dell'identità economica e culturale nazionale. Ma sarebbe un errore fermarsi ai numeri.

Celebrare il Made in Italy è giusto. È necessario. Ma non è più sufficiente.
Viviamo una fase complessa, segnata da tensioni internazionali, aumento dei costi energetici, difficoltà di accesso al credito e una crescente competizione globale. In questo contesto, il tessuto produttivo italiano – composto in larga parte da micro e piccole imprese – è esposto più di altri.

E proprio queste imprese rappresentano l'ossatura re-

ale del Made in Italy.
A margine della conferenza ho avuto modo di confrontarmi con il Ministro Urso, ribadendo con chiarezza un punto che riteniamo non più rinviabile: serve un maggiore coinvolgimento delle federazioni e delle associazioni che rappresentano le micro e piccole imprese nei processi decisionali e legislativi.

Non si tratta di una rivendicazione formale, ma di una necessità concreta. Le mPMI vivono quotidianamente le criticità del sistema: conoscono le difficoltà operative, gli ostacoli burocratici, le distorsioni del mercato. Escluderle – o coinvolgerle solo marginalmente – significa rischiare di costruire politiche scollegate dalla realtà.

Come Federitaly, siamo impegnati ogni giorno nella tutela e nella promozione delle eccellenze italiane. Lo facciamo attraverso progetti concreti, strumenti innovativi e un lavoro costante al fianco delle imprese.
Ma dobbiamo essere altrettanto chiari: senza un quadro normativo adeguato, questo impegno rischia di essere insufficiente.

Servono politiche industriali più incisive. Servono strumenti di supporto realmente accessibili. Serve una visione che tenga conto della struttura reale del nostro sistema produttivo

Il Made in Italy non è uno slogan. È un sistema complesso, fatto di competenze, territori, tradizioni e innovazione. E per essere difeso e valorizzato non bastano le celebrazioni: servono scelte.

La Giornata del Made in Italy rappresenta un'occasione preziosa. Ma deve essere anche un momento di riflessione e, soprattutto, di responsabilità. Perché il futuro delle nostre imprese non si costruisce in un giorno. Si costruisce ogni giorno, con decisioni concrete.



A2A Energia & Federitaly

Continua l'alleanza strategica per la transizione energetica delle imprese.



A2A, la principale multiutility italiana, insieme a **Federitaly** per supportare le imprese associate nel percorso verso:

- **Efficienza energetica**
- **Sostenibilità**
- **Innovazione**

a2a
LIFE COMPANY

I vantaggi di A2A Energia

All'interno della **collaborazione con Federitaly**, le aziende associate possono usufruire di **forniture di energia elettrica 100% green e gas a condizioni vantaggiose**, ottenendo benefici immediati.

Con A2A Energia puoi usufruire anche dei **servizi di efficienza energetica**, come la progettazione e realizzazione di **impianti fotovoltaici su misura** con sistema di accumulo e l'installazione di **infrastrutture di ricarica per veicoli elettrici** con la possibilità di **rateizzare l'investimento** direttamente in fattura **fino a 48 mesi**.

L'offerta A2A è pensata per rispondere alle esigenze operative delle imprese, consentendo di **ridurre l'esposizione ai costi energetici**, migliorare le performance ambientali e rafforzare la propria immagine in un contesto di mercato sempre più orientato alla sostenibilità.

Questa iniziativa si inserisce nel più ampio impegno di Federitaly nel promuovere accordi di valore per le imprese associate, favorendo un modello di crescita che integra **competitività**, **innovazione e responsabilità ambientale**, elementi chiave per affrontare le sfide dei nuovi scenari economici.



a2a
LIFE COMPANY

FEDERITALY

Federazione d'Imprese per la Tutela e la Promozione del Made in Italy

WEBINAR ONLINE

ESG, EXPORT E TUTELA DEL MADE IN ITALY

STRATEGIE OPERATIVE PER LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

9 APRILE 2026
ORE 15,00

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE DIGITALE

CERTIFICATO E TRACCIATO DA

CERTIFIED Attestia PLATFORM

ISCRIVITI GRATUITAMENTE

Verso un'economia della conoscenza: Federitaly protagonista nella rivoluzione del lavoro con il CCNL STEM



Roma, Palazzo Valentini. Non è stata una semplice presentazione contrattuale, ma un momento di svolta. Un passaggio culturale, prima ancora che normativo.

Con l'evento dedicato al CCNL STEM e Professioni Innovative, si è aperto ufficialmente un nuovo capitolo nel mondo del lavoro italiano: quello che riconosce, finalmente, la specificità delle competenze tecniche, scientifiche e digitali come asse portante dello sviluppo economico.

In questo scenario, Federitaly si conferma ancora una volta un soggetto capace non solo di interpretare il cambiamento, ma di anticiparlo.

Un contratto che rompe gli schemi

Per anni, le professioni STEM sono state inserite in contenitori contrattuali inadatti, spesso generici, incapaci di valorizzare competenze altamente specialistiche e strategiche.

Il nuovo CCNL nasce proprio per colmare questo vuoto:

- introduce un impianto più coerente con le dinamiche dell'innovazione;
- riconosce il valore delle professionalità emergenti;
- crea un equilibrio tra competitività delle imprese e tutela dei lavoratori.

Un punto centrale – non secondario – è proprio questo equilibrio. Non un contratto sbilanciato, ma uno strumento moderno che tiene insieme produttività e diritti.

Federitaly: visione, coraggio, responsabilità

Federitaly è l'unica organizzazione datoriale ad aver sottoscritto questo contratto. Un dato che pesa. E che dice molto.

Non è una scelta casuale. È il risultato di una linea precisa: costruire strumenti concreti per le imprese, senza inseguire il mercato, ma cercando di guidarlo.

Il Presidente Carlo Verdone ha sottolineato con chiarezza la portata di questo passaggio:

"Questo contratto rappresenta un cambio di paradigma. Per troppo tempo abbiamo adattato il lavoro alle strutture esistenti. Oggi facciamo l'opposto: costruiamo strumenti nuovi per rispondere a un'economia che è già cambiata. Federitaly ha scelto di esserci, assumendosi la responsabilità di indicare una direzione."

Una dichiarazione che va oltre il piano tecnico e assume un valore politico: il lavoro non si subisce, si governa.

L'equilibrio come cifra distintiva
Dal punto di vista sindacale, il Segretario Nazionale Lamberto Scorzino ha evidenziato un elemento spesso trascurato ma decisivo:

"Abbiamo lavorato per costruire un contratto equilibrato. Le imprese hanno bisogno di flessibilità e strumenti adeguati, ma senza comprimere i diritti. Questo CCNL dimostra che è possibile tenere insieme innovazione e tutela, senza compromessi al ribasso."

Qui sta il punto vero. Non è un contratto "nuovo" solo perché parla di tecnologia. È nuovo perché supera la contrapposizione sterile tra impresa e lavoratore.

Un segnale chiaro al sistema Paese

L'evento di Palazzo Valentini manda un messaggio netto: l'Italia non può permettersi di restare indietro nella regolazione del lavoro legato all'innovazione.

Le imprese che operano nei settori ad alta intensità tecnologica hanno bisogno di:

- strumenti contrattuali adeguati,
- maggiore chiarezza normativa,
- un contesto che valorizzi competenze e merito.

Il CCNL STEM va esattamente in questa direzione.

La linea Federitaly: anticipare, non inseguire

Se c'è un filo conduttore che emerge con forza è questo: Federitaly non si limita a commentare i cambiamenti. Li costruisce.

In un momento storico in cui molte organizzazioni restano ferme su modelli superati, Federitaly sceglie una strada più complessa ma più efficace: interpretare il futuro del lavoro prima che diventi emergenza.

Ed è proprio questa capacità – concreta, non teorica – che oggi la rende un punto di riferimento credibile per le imprese che vogliono crescere in un contesto competitivo e in continua evoluzione.

DIGITAL HUB FEDERITALY: LA PIATTAFORMA CHE CONNETTE IMPRESE, SERVIZI E OPPORTUNITÀ



Federitaly compie un passo deciso verso il futuro con il lancio del Digital Hub, la nuova piattaforma digitale riservata ai soci, pensata per semplificare, connettere e rafforzare l'intero ecosistema della Federazione.

Non si tratta di un semplice spazio informativo.
Il Digital Hub nasce con un obiettivo chiaro: trasformare Federitaly da rete di relazioni a sistema organizzato e interconnesso.

In un contesto economico sempre più complesso e competitivo, avere accesso alle informazioni giuste – nel momento giusto – fa la differenza. Ma da solo non basta. Serve anche la possibilità di interagire, collaborare e attivare opportunità concrete.

È esattamente qui che interviene il Digital Hub.

Attraverso la piattaforma, i soci potranno accedere in modo immediato a contenuti esclusivi, aggiornamenti strategici, bandi, opportunità di finanziamento, iniziative nazionali e internazionali promosse da Federitaly.

Ma il vero valore aggiunto è un altro: la connessione diretta con l'intero network.

Il Digital Hub consente infatti di creare un dialogo continuo tra imprese, dirigenti, delegati territoriali e partner, superando i limiti della comunicazione frammentata e rendendo la Federazione un sistema vivo, dinamico e operativo.

Non più informazioni disperse.

Non più occasioni perse.
Non più contatti occasionali.

Ma un ambiente strutturato in cui ogni socio può orientarsi, partecipare e cogliere opportunità reali.

All'interno del Digital Hub troveranno spazio anche strumenti operativi fondamentali: manifestazioni di interesse per missioni internazionali, accesso a progetti di internazionalizzazione, aggiornamenti sulle certificazioni, iniziative ESG e percorsi di formazione.

In altre parole: tutto ciò che serve per crescere, in un unico luogo.

Questa piattaforma rappresenta anche un cambio di paradigma nel modo in cui Federitaly supporta le imprese. Non più solo rappresentanza e promozione, ma servizi concreti, accessibili e continuativi.

Perché oggi fare sistema non è più un'opzione.

È una necessità.

E fare sistema significa anche dotarsi di strumenti adeguati.

Il Digital Hub va esattamente in questa direzione: rendere Federitaly sempre più efficiente, sempre più vicina alle imprese e sempre più capace di generare valore.

Perché le sfide che abbiamo davanti non si affrontano da soli.
Si affrontano insieme. Ma con gli strumenti giusti.





BANDO FEDERITALY 2026

Voucher Federitaly 2026: ESG ed Export, gli strumenti che fanno davvero la differenza

Nel dibattito sul sostegno alle imprese si parla spesso di contributi, incentivi, agevolazioni. Ma troppo raramente si affronta il punto centrale: come rendere davvero più competitive le aziende nel medio-lungo periodo.

Il Bando Federitaly 2026 introduce un elemento di discontinuità proprio in questa direzione.

Accanto al voucher per la certificazione, vengono messi a disposizione delle imprese due asset strategici ad alto valore aggiunto:
un report ESG con rilascio di rating e un dossier export personalizzato.

Non si tratta di servizi accessori.
Si tratta di strumenti operativi che, sul mercato, hanno un valore complessivo superiore ai 5.000 euro.

Ma soprattutto, sono strumenti che incidono concretamente sulla capacità dell'impresa di stare sul mercato.

Il Report ESG: da obbligo percepito a leva competitiva

Per molte micro e piccole imprese, il tema ESG è ancora visto come un vincolo. Una richiesta esterna. Un adempimento.

È un errore.

Oggi i criteri ESG stanno diventando un elemento determinante per:

- l'accesso al credito
- la partecipazione a filiere strutturate
- il posizionamento nei mercati internazionali

Il report ESG previsto dal Bando Federitaly consente alle imprese di fare un salto di qualità:
non solo una fotografia della propria situazione, ma un'analisi strutturata con rilascio di rating, che misura il livello di sostenibilità aziendale.

Questo significa trasformare un tema per-

cepito come complesso in uno strumento concreto di crescita.

Il Dossier Export: strategia, non improvvisazione

L'export è spesso raccontato come un'opportunità. Ma senza una strategia, rischia di diventare un costo.

Il dossier export messo a disposizione da Federitaly nasce proprio per evitare questo errore.

Non è un documento generico.
È un'analisi operativa che consente all'impresa di:

- individuare i mercati più adatti
- comprendere le dinamiche di ingresso
- identificare potenziali partner e canali distributivi
- definire un percorso realistico di internazionalizzazione

In altre parole: passare dall'idea di export alla costruzione di una strategia concreta.

Un approccio diverso al sostegno delle imprese

La vera forza di questi due strumenti sta nel loro essere integrati.

ESG ed Export non sono due temi separati.
Sono due pilastri della competitività contemporanea.

Da un lato, la sostenibilità e la trasparenza dei processi.
Dall'altro, la capacità di aprirsi ai mercati internazionali in modo strutturato.

Federitaly ha scelto di mettere a disposizione delle imprese entrambi gli strumenti, insieme, perché è qui che si gioca la partita del futuro.

Non contributi a fondo perduto fine a se stessi.
Ma strumenti che aiutano le imprese a crescere davvero.

Il punto è semplice

Chi oggi non si struttura su ESG ed export rischia di restare indietro.
Chi lo fa con gli strumenti giusti, ha un vantaggio competitivo reale.

Il Bando Federitaly 2026 va esattamente in questa direzione:
non limitarsi a sostenere le imprese, ma metterle nelle condizioni di competere.

Ed è una differenza sostanziale.

Che cos'è TradeOnChain e cosa cambia davvero per una PMI



Nel primo articolo abbiamo fotografato il problema: il commercio internazionale, nonostante tutto, resta pieno di attriti analogici. PDF, email, versioni che non coincidono, verifiche ripetute, tempi lunghi che si traducono in costi finanziari reali. Ora il passaggio naturale è capire che cos'è TradeOnChain e, soprattutto, che cosa può significare in pratica per una PMI che esporta o importa.

TradeOnChain in una frase

Una piattaforma open-source che punta a rendere più semplice, verificabile e automatizzabile il ciclo che va dal contratto al pagamento, passando per documenti e condizioni. Non è un gestionale che sostituisce il vostro ERP. Non ha nulla a che fare con la speculazione crypto. È un layer operativo — un livello di fiducia digitale — che collega attori diversi (PMI, partner esteri, operatori logistici, compliance, istituti di pagamento) con regole e prove più solide di un semplice scambio di allegati.

Nasce da InTrade4You S.R.L., e nasce da un'osservazione molto concreta: ci sono almeno tre problemi che chi fa trade internazionale riconosce immediatamente.

I tre nodi che TradeOnChain vuole sciogliere

Il primo è il disallineamento tra contratto e operatività. Nella teoria, il contratto governa tutto. Nella pratica, contratto, ordini, documenti e pagamenti viaggiano spesso su binari separati. Quando qualcosa non torna, lo si scopre tardi — e la correzione costa.
Il secondo è la fiducia frammentata. Ogni soggetto coinvolto chiede le sue prove: identità, poteri di firma, certificazioni, compliance. Le stesse informazioni vengono ricostruite più volte, con tempi e costi che una micro o piccola impresa avverte subito.

Il terzo è il pagamento. Nel trade, incassare è quasi sempre condizionato a eventi e documenti. Se la verifica di quei requisiti è manuale

e poco trasparente, la liquidità si sposta in avanti. E il cashflow ne risente.

Come funziona: quattro componenti, un obiettivo

La tecnologia, qui, conta nella misura in cui riduce attrito. TradeOnChain combina quattro elementi che, lavorando insieme, trasformano documenti e relazioni commerciali in dati verificabili e azioni automatizzabili.



Il primo sono le credenziali verificabili. Invece di allegare sempre gli stessi documenti o rifare KYC e KYB a ogni nuova operazione, le informazioni di fiducia — identità aziendale, poteri di firma, deleghe, certificazioni — diventano credenziali digitali che si possono condividere in modo selettivo e verificare rapidamente. Per una PMI questo si traduce in meno tempo speso a "dimostrare chi sei" e più controllo su cosa condividere.

Il secondo sono gli smart contract. Qui è bene essere chiari: non stiamo parlando di automazione magica, ma di regole operative rese eseguibili. Milestone contrattuali, verifiche documentali, scadenze, penali, gestione delle eccezioni — tutto tracciabile. Il risultato è meno ambiguità e meno rimbalzi tra le parti.

Il terzo è la blockchain come registro di coerenza. Non come parola d'ordine, ma come strumento di audit: chi ha approvato cosa, quando, quale versione è quella valida. Per una PMI significa ridurre un rischio molto concreto — le contestazioni su versioni, tempi e responsabilità.

Il quarto sono i pagamenti programmabili. Nel trade, pagamento e documenti sono legati per natura. TradeOnChain punta a rendere questo legame più fluido, collegando l'incasso a condizioni verificate in modo più diretto e trasparente.

Perché è un tema di oggi, non di domani

Il contesto normativo europeo si muove. Il framework eFTI sta portando la documentazione di trasporto verso formati elettronici accettati dalle autorità. Il Digital Product Passport sta diventando un riferimento operativo per la tracciabilità di filiera. E a livello internazionale, le analisi continuano a segnalare quanto il commercio globale resti dipendente da processi cartacei — segno che il margine di miglioramento è ancora ampio.

Una riflessione per chi fa export ogni giorno

Se nella vostra operatività quotidiana riconoscete almeno uno di questi scenari — scambi documentali che non finiscono mai, verifiche ripetute con ogni nuovo partner, pagamenti che si sbloccano "quando si riesce" — allora vale la pena guardare con attenzione a soluzioni come TradeOnChain. Non per inseguire una moda tecnologica, ma per ridurre attrito operativo e proteggere la liquidità. Che, alla fine, è ciò che fa la differenza.

Steven Mohamed - CEO di TradeOnChain

GIORNATA NAZIONALE DEL MADE IN ITALY 2026

Innovare la tradizione: sostenibilità e digitale per il futuro delle imprese



In occasione della Giornata Nazionale del Made in Italy 2026, Federitaly promuove un evento ufficiale di alto profilo dedicato a uno dei temi più strategici per il futuro del sistema produttivo italiano: la doppia transizione, ecologica e digitale.

Il convegno si svolgerà nella suggestiva cornice della Chiesa di San Silvestro al Quirinale, a Roma, e vedrà la partecipazione di numerosi ospiti, imprenditori, esperti e rappresentanti del mondo istituzionale e accademico, protagonisti del panorama del Made in Italy.

Un momento di confronto concreto tra imprese e istituzioni, con l'obiettivo di analizzare come il Made in Italy possa evolvere senza perdere la propria identità, integrando innovazione tecnologica e sostenibilità



nei processi produttivi.

In un contesto internazionale sempre più competitivo, il "saper fare" italiano è chiamato a compiere un salto di qualità: non più solo tradizione, ma tradizione che innova, capace di coniugare creatività, tecnologia e responsabilità ambientale.

Durante l'incontro saranno affrontati temi centrali come l'impatto dell'Intelligenza Artificiale e dell'Industria 5.0, il ruolo della sostenibilità come leva competitiva e l'importanza della certificazione e tutela del vero Made in Italy nei mercati globali.

L'evento si inserisce ufficialmente nel calendario della Giornata Nazionale del Made in Italy e rappresenta un'occasione concreta per le imprese di acquisire strumenti, visione e relazioni utili per affrontare le sfide dei mercati internazionali.

▌A tutti i partecipanti sarà rilasciato un attestato di partecipazione digitale, certificato e tracciato tramite la piattaforma ATTESTIA, a garanzia di autenticità e valore dell'esperienza formativa.

Un appuntamento che guarda avanti, con radici solide nella tradizione italiana e uno sguardo lucido sulle sfide del futuro.



COLAZIONE DA FEDERITALY

FEDERITALY



online

15 APRILE

ore 09.30

Presenta la tua attività alla “rete Federitaly”

Ritorna per i tutti i nostri Soci una straordinaria opportunità di networking!
Una sessione online a numero chiuso di **Business Matching** per esplorare e conoscere nuove opportunità di business e presentare la propria attività alla “**rete Federitaly**”



COORDINA L’EVENTO
ILARIA SALONNA

Evento a numero chiuso: max 10 Soci

ISCRIVITI SUBITO INVIANDO UN MESSAGGIO AL N. 3515692010

Iniziativa Gratuita

News dai Comparti

Sistema Moda, tra crisi e responsabilità. La sfida di costruire il futuro

Il sistema moda italiano sta attraversando una delle fasi più complesse della sua storia recente.

Quello a cui stiamo assistendo è un cambiamento strutturale che sta ridefinendo equilibri, modelli produttivi e dinamiche competitive a livello globale.

liera che, negli anni, ha costruito la propria forza su qualità, competenza, cultura del prodotto e radicamento territoriale.

Oggi, questa stessa filiera si trova a fronteggiare una pressione senza precedenti.

L'aumento dei costi energetici e delle materie prime, la contrazione dei consumi,



A essere messa alla prova è l'intera filiera, dalle piccole e medie imprese manifatturiere, cuore pulsante del Made in Italy, fino ai grandi player della distribuzione. Una fi-

l'instabilità geopolitica e l'evoluzione dei modelli di consumo stanno mettendo in difficoltà soprattutto le PMI, che rappresentano l'ossatura del sistema moda italia-

News dai Comparti

no.
Ma il vero nodo non è soltanto economico, è strategico.
Per troppo tempo il settore ha subito logiche che non gli appartengono, competizione basata esclusivamente sul prezzo, compressione dei margini, perdita progressiva del valore percepito del prodotto.

Un modello che, nel lungo periodo, rischia di svuotare di significato il concetto stesso di Made in Italy.
In questo scenario, è necessario intervenire con chiarezza e determinazione, individuando alcune direttrici strategiche fondamentali.

Il sostegno alla liquidità, all'occupazione e alla continuità delle PMI è oggi una priorità assoluta. Senza un tessuto produttivo solido, non esiste sistema moda.
Allo stesso tempo, diventa imprescindibile un intervento a livello europeo sul commercio e sulla regolazione del mercato, per garantire condizioni eque e sostenibili per le imprese che operano nel rispetto delle regole.

Particolare attenzione deve essere rivolta al contrasto delle distorsioni competitive, a partire dal fenomeno dell'ultra fast fashion. Un modello che, basandosi su velocità estrema, prezzi compressi e spesso scarsa trasparenza, rischia di alterare profondamente il mercato, penalizzando chi investe in qualità, sostenibilità e lavoro regolare.
Parallelamente, il sistema moda deve saper guardare avanti.
Innovazione, digitalizzazione e integrazione dell'intelligenza artificiale rappresentano strumenti fondamentali per aumentare l'efficienza, migliorare i processi e rafforzare la competitività. Ma devono essere governati con intelligenza, affinché diventino alleati della qualità e non strumenti di standardizzazione.

Lo sviluppo sostenibile e la circolarità devono uscire dalla dimensione del racconto per diventare modelli concreti e misurabili, capaci di coniugare responsabilità ambientale e valore economico.
Infine, il tema delle competenze è centrale. Senza formazione, senza ricambio generazionale, senza trasmissione del sapere artigianale, il sistema moda rischia di perdere la sua anima più autentica.

Difendere il sistema moda è una scelta strategica

Difendere il sistema moda significa si proteggere un settore in difficoltà, ma significa, anche e sopratutto, tutelare una delle principali leve di competitività dell'industria italiana ed europea.

Significa preservare una filiera che genera valore economico, occupazione qualificata e riconoscibilità internazionale.
Ma significa anche difendere un'identità.

News dai Comparti

Il sistema moda italiano è soltanto produzione ?
No è cultura, è estetica, è capacità di interpretare il tempo attraverso il saper fare.
La vera sfida, oggi, non è solo superare la crisi.

È decidere quale modello di sviluppo vogliamo costruire per il futuro.
Un sistema che insegue il prezzo più basso è destinato a perdere. Sempre.

Un sistema che investe in qualità, competenze, innovazione e identità può invece continuare a guidare il mercato.

La crisi, in questo senso, è anche un momento di verità.

Costringe a scegliere.
Costringe a prendere posizione.
Costringe a distinguere ciò che ha valore da ciò che non ne ha.

Il futuro del sistema moda italiano ed europeo si giocherà sulla coerenza.
Sulla capacità di restare fedeli alla propria storia, reinterpretandola con visione e responsabilità.

E questa è una responsabilità che riguarda tutti, imprese, istituzioni, associazioni di categoria.

Perché il sistema moda è una parte fondamentale della nostra identità economica e culturale.

E, come tale, va difeso. Ma soprattutto, va guidato.



ALDO TOSCANO
Presidente Nazionale Comparto
FEDERITALY MODA

FEDERITALYNET

La rete digitale della comunità Federitaly

SEI UN'AZIENDA ASSOCIATA A FEDERITALY?

Adesso puoi proporre la tua convenzione in modo totalmente **GRATUITO**.

La nuova piattaforma **FEDERITALY NET**, sviluppata su **tecnologia ICP – Internet Computer Protocol**, è lo spazio digitale che valorizza le opportunità all'interno della nostra community.

Ogni socio attivo può inserire una convenzione riservata agli altri associati, offrendo un vantaggio reale e misurabile.

CHI PUO' PROPORRE UNA CONVENZIONE

Soci con iscrizione attiva.

n.b. Tutte le convenzioni sono soggette ad approvazione da parte del Consiglio Direttivo

PERCHE' ESSERE SU FEDERITALY NET?

- Visibilità diretta verso decine di migliaia di potenziali clienti dell'ecosistema Federitaly
- Inserimento **gratuito** delle convenzioni
- Presenza sulla newsletter a condizioni agevolate
- Una intera pagina del sito dedicata alle proprie promozioni

www.federitalynet.it

VUOI ANCORA PIU' VISIBILITA'?

Ecco il Pacchetto "ADV Premium" (solo 10 disponibili)

- Posizionamento della tua convenzione nell'area **IN EVIDENZA** per 4 mesi
- Una pagina pubblicitaria per **4 numeri** consecutivi della newsletter Federitaly News (25.000 aziende raggiunte)

Prezzo promo fino al 30/01/2026

€ 300,00

News dai Comparti

Abitare il Futuro: il percorso Made in Italy che anticipa il Summit “Comunicare l’Abitare 2026”

Un progetto itinerante attraverserà l’Italia nel corso del 2026 per raccontare come cambiano città, case e modelli di vita. “Abitare il Futuro”, nato dall’incontro tra Rome Future Week e Casa Radio, accompagnerà imprese, istituzioni e professionisti della filiera dell’abitare fino al Summit nazionale “Comunicare l’Abitare”, in programma il 19 e 20 ottobre alla Casa dell’Architettura – Acquario Romano.

———

Il modo di vivere le città e le case sta cambiando rapidamente. Nuove esigenze sociali, transizione energetica, innovazione tecnologica e trasformazioni demografiche stanno ridefinendo il significato stesso dell’abitare. In questo scenario nasce “Abitare il Futuro”, un progetto nazionale che accompagnerà il dibattito sul tema della casa lungo tutto il 2026, attraversando diverse città italiane con incontri, tavole rotonde e momenti di confronto tra imprese, istituzioni e professionisti.

L’iniziativa rappresenta uno dei percorsi di avvicinamento al Summit “Comunicare l’Abitare 2026”, previsto il 19 e 20 ottobre alla Casa dell’Architettura – Acquario Romano di Roma, appuntamento ormai riconosciuto come uno dei principali momenti di riflessione sul rapporto tra abitare, innovazione e sviluppo urbano.

“Abitare il Futuro” nasce dall’incontro tra Rome Future Week, piattaforma nazionale dedicata all’innovazione e alla costruzione di ecosistemi territoriali, e Casa Radio, media specializzato sui temi della casa e dell’abitare. L’obiettivo è creare uno spazio di confronto capace di mettere in relazione mondi diversi – real estate, architettura, tecnologia, energia e servizi – che oggi contribuiscono in modo sempre più integrato alla trasformazione degli spazi urbani e domestici.

Il progetto non si configura come un semplice evento di settore, ma come un vero e proprio hub di contenuti e relazioni, pensato per favorire il dialogo tra chi progetta, investe e governa le trasformazioni delle città. La casa, infatti, è diventata uno de-

News dai Comparti



gli indicatori più significativi della qualità della vita e della competitività dei territori, perché intreccia aspetti economici, sociali e ambientali.

Il percorso nazionale: le tappe del 2026

Il viaggio di "Abitare il Futuro" prenderà il via il 16 aprile a Firenze, all'interno della settimana dell'innovazione organizzata dalla Camera di Commercio. In questa occasione è prevista una tavola rotonda dedicata alle prospettive dell'abitare contemporaneo, che rappresenterà il primo momento di confronto tra imprese, istituzioni e professionisti della filiera.

La seconda tappa si svolgerà l'8 maggio a Roma, nella cornice storica di Palazzo Taverna, con un incontro dedicato al rapporto tra architettura, design e qualità della vita. Il tema dell'abitare verrà affrontato qui come spazio di relazione e benessere, mettendo al centro il ruolo degli ambienti domestici nella costruzione di nuove forme di socialità urbana.

Il percorso proseguirà poi il 27 maggio a Torino, con un evento di mezza giornata ospitato nell'Antica Ghiacciaia di Porta Palazzo. Sarà un momento di approfondimento articolato in più tavole rotonde tematiche dedicate ai cambiamenti del mercato immobiliare, alla trasformazione delle città e all'evoluzione delle professioni dell'abitare.

Dopo queste prime tappe, il progetto farà

News dai Comparti

tappa a giugno a Milano, città che negli ultimi anni è diventata uno dei laboratori più avanzati in Italia sui temi della rigenerazione urbana. Qui il confronto si concentrerà sui nuovi modelli urbanistici e sulle strategie di sviluppo che stanno ridisegnando il rapporto tra spazi pubblici, abitazioni e servizi.

L'autunno rappresenterà il momento di maggiore visibilità del progetto. Il 25 e 26 settembre a Roma, all'interno del programma ufficiale della Rome Future Week, si terranno due giornate interamente dedicate ai temi dell'abitare contemporaneo. Gli incontri si svolgeranno presso Industrie Fluviali, uno dei luoghi simbolo dell'innovazione culturale della capitale.

Queste giornate segneranno il punto di massima connessione tra il mondo dell'abitare e l'ecosistema nazionale dell'innovazione, mettendo in relazione imprese, start-up, università, istituzioni e professionisti.

L'abitare Made in Italy come modello culturale e urbano
Uno degli elementi centrali del percorso sarà la valorizzazione del concetto di "abitare Made in Italy", inteso non soltanto come eccellenza del design o dell'architettura, ma come modello culturale di progettazione degli spazi e di rigenerazione urbana.

Nel contesto internazionale l'Italia rappresenta da sempre un punto di riferimento per la capacità di coniugare estetica, funzionalità e qualità della vita. L'abitare Made in Italy si esprime nella cura dei materiali, nella relazione tra architettura e paesaggio, nella centralità dello spazio pubblico e nella capacità di integrare tradizione e innovazione.

Questo approccio diventa oggi particolarmente rilevante nei processi di trasformazione delle città, dove la rigenerazione urbana non è soltanto una questione edilizia, ma un progetto più ampio che riguarda identità dei luoghi, sostenibilità ambientale e qualità delle relazioni sociali.

Parlare di abitare Made in Italy significa dunque promuovere un modo di progettare le città che mette al centro le persone, valorizzando la dimensione culturale dello spazio abitato e la capacità dei territori di costruire ambienti urbani inclusivi, sostenibili e riconoscibili.

In questo senso il progetto "Abitare il Futuro" si propone anche come una piattaforma per raccontare e valorizzare l'approccio italiano alla progettazione dell'abitare, capace di unire architettura, design, innovazione tecnologica e cultura del territorio.
I temi della trasformazione dell'abitare
Durante le diverse tappe verranno affrontati alcuni dei temi più rilevanti che stanno ridefinendo il settore della casa.
Tra questi, un ruolo centrale sarà dedicato al rapporto tra intelligenza artificiale e

News dai Comparti

professioni dell'abitare, con l'obiettivo di comprendere come le tecnologie digitali stiano trasformando il lavoro di architetti, progettisti e operatori del real estate.

Grande attenzione sarà riservata anche al mercato immobiliare e alle dinamiche degli investimenti, in un contesto economico in cui la casa continua a rappresentare uno degli asset più importanti per le famiglie e per lo sviluppo dei territori.

Un altro filone di confronto riguarderà energia e sostenibilità, con focus su edifici efficienti, comunità energetiche e nuovi modelli di gestione dei consumi.

Accanto a questi temi verranno approfondite le opportunità offerte dalla smart home e dalle tecnologie per la casa, il ruolo della finanza e delle assicurazioni nel sostenere gli investimenti immobiliari e il valore della rigenerazione urbana come leva per migliorare la qualità degli spazi nelle città.

Particolare attenzione sarà dedicata anche alla salubrità degli ambienti abitati, alla qualità dei materiali e alle responsabilità della filiera nel garantire spazi sicuri, sostenibili e adatti ai nuovi modelli di vita.

Verso il Summit Comunicare l'Abitare
Il percorso troverà la sua sintesi nel Summit "Comunicare l'Abitare 2026", in programma il 19 e 20 ottobre alla Casa dell'Architettura – Acquario Romano.
L'evento rappresenterà il momento conclusivo del lavoro sviluppato durante l'anno e offrirà una piattaforma di confronto nazionale tra istituzioni, imprese e professionisti.

Qui confluiranno le esperienze e le riflessioni emerse nelle tappe territoriali, dando vita a un dibattito che metterà al centro il futuro delle città e delle abitazioni.

L'obiettivo è trasformare il tema dell'abitare in una piattaforma permanente di pensiero e progettazione, capace di generare visioni condivise e orientare le strategie di sviluppo urbano nei prossimi anni.

Perché oggi parlare di casa significa parlare non solo di edilizia o mercato immobiliare, ma di qualità della vita, innovazione e futuro dei territori. Ed è proprio da questa consapevolezza che prende forma il viaggio di "Abitare il Futuro": un percorso lungo l'Italia che culminerà a Roma nel grande appuntamento di ottobre.



PAOLO LECCESE
Presidente Nazionale Comparto
FEDERITALY POLITICHE ABITATIVE

News dai Comparti

Cultura, musica e impresa: l'alleanza che genera valore

Quando si parla di economia, il linguaggio che utilizziamo è quasi sempre lo stesso: crescita, mercati, produzione, competitività. Parole necessarie, che descrivono la dimensione visibile dello sviluppo. Eppure, esiste un elemento più profondo, meno misurabile ma altrettanto determinante: la cultura. È la trama invisibile che tiene insieme l'identità di un Paese e ne orienta la capacità di generare valore.

Nel caso dell'Italia questo legame appare particolarmente evidente. Il nostro sistema economico non nasce soltanto da modelli industriali o da strategie finanziarie, ma da una lunga storia di conoscenze, sensibilità e tradizioni che attraversano i secoli. L'artigianato, il design, la cucina, la moda, l'arte e la musica non sono semplicemente espressioni culturali: sono parte integrante del modo in cui il nostro sistema produttivo si è formato e continua a evolversi.

In questo contesto, le piccole e medie imprese italiane rappresentano molto più di una categoria economica. In molti casi esse sono vere e proprie custodi di un patrimonio culturale diffuso. Ogni laboratorio artigiano, ogni azienda familiare, ogni realtà radicata nel territorio porta con sé una memoria, una competenza e una visione del lavoro che spesso si tramandano da generazioni. È proprio questo intreccio tra tradizione e innovazione a costituire uno dei tratti più distintivi del Made in Italy.
La musica occupa in questo scenario un ruolo particolare. È una delle forme più universali della cultura: attraversa lingue e confini, parla direttamente alla sensibilità delle persone e riesce a creare connessioni che vanno oltre le differenze. Tuttavia la musica non nasce mai in astratto. Nasce sempre da una storia, da una comunità, da un territorio.

Quando un'orchestra italiana si esibisce nel mondo, non offre semplicemente un'esperienza artistica. Porta con sé una tradizione, un modo di concepire la bellezza e un'identità culturale che appartiene all'intero Paese. Allo stesso modo, quando un'impresa italiana esporta un prodotto di qualità non trasmette soltanto un bene materiale, ma racconta anche il contesto culturale da cui quel prodotto è nato.

Per questo motivo il rapporto tra cultura e impresa non può più essere considerato marginale. Al contrario, rappresenta uno dei fattori strategici per il futuro del Made

News dai Comparti

in Italy. Le imprese che comprendono il valore della cultura non investono soltanto in comunicazione o promozione: investono in identità. Sostenere la musica, l'arte e il patrimonio culturale significa rafforzare il racconto dell'Italia nel mondo e contribuire alla costruzione di un'immagine del Paese fondata sulla qualità, sulla creatività e sulla profondità della sua tradizione.



In questo senso, anche le politiche pubbliche stanno iniziando a riconoscere il valore economico e sociale della filiera musicale. Come evidenziato da Assomusica, la Legge di Bilancio 2026 introduce strumenti importanti per il rafforzamento del sistema della musica dal vivo, riconoscendone il ruolo come motore culturale e come settore economico capace di generare occupazione e sviluppo territoriale.

In particolare, l'ordine del giorno approvato alla Camera su iniziativa dell'on. Federico Mollicone impegna il Governo a valutare criteri premiali a sostegno delle micro, piccole e medie imprese del settore musicale, della promozione dei giovani artisti e delle iniziative nei territori più periferici o meno centrali. Si tratta di un indirizzo politico significativo, che riconosce come la musica dal vivo non rappresenti soltanto un ambito artistico, ma una vera filiera economica diffusa su tutto il territorio nazionale.

In questa prospettiva si inserisce anche il cosiddetto Bonus Valore Cultura, pensato per incentivare la partecipazione agli eventi e agli spettacoli dal vivo, sostenendo così

News dai Comparti



la domanda culturale e rafforzando l'intero ecosistema musicale italiano.
In un tempo in cui la globalizzazione tende spesso a uniformare linguaggi, stili e modelli produttivi, l'Italia conserva una forza rara: la capacità di mantenere vivo il legame tra territorio, creatività e impresa. È proprio questo legame che rende il Made in Italy riconoscibile e apprezzato nel mondo.

All'interno di FederItaly, il dialogo tra sistema produttivo e patrimonio culturale rappresenta quindi una delle sfide più importanti dei prossimi anni. Non si tratta soltanto di promuovere eventi o iniziative artistiche, ma di costruire una visione nella quale cultura, musica e impresa possano crescere insieme rafforzandosi reciprocamente.

Perché la cultura non è un elemento accessorio dello sviluppo economico. È una delle sue fondamenta più profonde. E forse la vera forza dell'Italia sta proprio qui: nella capacità di trasformare la propria eredità culturale in energia creativa per il futuro. In fondo, ogni grande impresa nasce da un'idea. Ma ogni grande idea nasce sempre, prima di tutto, da una cultura



EMILIANO FACCHINETTI
Presidente Nazionale Comparto
FEDERITALY MUSICA E CULTURA

FEDERITALY

Federazione d'Imprese per la Tutela e la Promozione del Made in Italy

BANDO NAZIONALE FEDERITALY 2026

Voucher per la tutela e la valorizzazione del 100% Made in Italy e Made in Italy

2000 VOUCHER **€ 1000** CIASCUNO



- ✓ Risposta in **30** giorni
- ✓ Procedura a **sportello**
- ✓ Validità **nazionale**

Fino ad **esaurimento risorse**

Apertura e Scadenza Bando

25 GENNAIO/30LUGLIO 2026

FEDERITALY 100% Made in Italy CERTIFIED

FEDERITALY MADE IN ITALY CERTIFIED

Marchi di certificazione delle autentiche eccellenze italiane, con verifiche documentali, audit e notarizzazione digitale in blockchain

Plus Aggiuntivi Gratuiti

- Piano strategico personalizzato per l'internazionalizzazione
- Consulenza iniziale con export manager dedicato
- Assessment ESG gratuito con rilascio rating

A chi è rivolto



MICRO | PICCOLE. | MEDIE IMPRESE

Sede e produzione in Italia

INQUADRA IL QR CODE E PRESENTA LA DOMANDA

News dai Comparti

Navigare la tempesta: Geopolitica, Export e la rete di salvataggio per le Pmi Italiane

Viviamo in un'epoca in cui le mappe del commercio e dell'economia mondiale si riscrivono ogni mattina. Sicuramente, mentre scrivo o mentre leggete questo articolo, il mondo è cambiato ancora. Di nuovo. Ormai la geopolitica non è più un argomento riservato alle cancellerie: è entrata nei piani industriali, nei bilanci delle PMI, nelle trattative con le banche. Nel 2026 non è "tornata la crisi": è cambiata la regola del gioco e l'incertezza è diventata una variabile strutturale.

Per quanto riguarda l'Italia, la situazione è più o meno la seguente: se da un lato il nostro Paese resta una potenza esportatrice, con un export di beni che da gennaio a novembre 2025 ha raggiunto 591,3 miliardi di euro, in crescita del +3,1% rispetto allo stesso periodo 2024, con un avanzo commerciale annuo che ha chiuso a +50,7 miliardi (fonte: ISTAT, dicembre 2025), dall'altro lato questa crescita si muove dentro scosse che arrivano "da fuori" e che incidono su costi e pianificazione con una velocità mai vista prima. Ma potremmo avere tutti gli strumenti per supportare le imprese e l'export italiano...

Quattro anni di guerra in Ucraina: il contesto drammatico che ha creato un precedente

A febbraio 2026 la guerra russo-ucraina ha, purtroppo, compiuto quattro anni. Quattro anni che hanno ridisegnato l'architettura energetica europea, interrotto catene di fornitura consolidate e costretto migliaia di imprese italiane a uscire in fretta da mercati storici. L'interscambio commerciale Italia-Russia si è quasi azzerato: nel 2021 valeva circa 26,3 miliardi; nel 2023 era sceso sotto gli 8,7 miliardi (fonte: Annuari ISTAT/ Agenzia ICE).

E in quella situazione, non tutte le imprese ce l'hanno fatta da sole. È intervenuta SIMEST. Nel 2022, di fronte all'emergenza, la società del Gruppo CDP ha attivato misure straordinarie per le imprese esposte sui mercati russo e ucraino: finanziamenti a tasso zero con quota a fondo perduto fino

News dai Comparti

al 40%, moratorie sui finanziamenti in essere, interventi di equity agevolato. Non è stata una risposta perfetta, ma è stata una risposta tempestiva e concreta. Un precedente che oggi, se vogliamo, vale come promessa per ciò che verrà.

Dal 7 ottobre 2023 al 28 febbraio 2026: la catena che ha spezzato il Medio Oriente Con il conflitto in Ucraina ancora in corso e tutte le difficoltà che esso porta, sono esplose anche le tensioni radicate nella storia del Medio Oriente. Gli effetti sull'economia globale non hanno tardato ad arrivare, pesanti come macigni. Gli attacchi Houthi nel Mar Rosso, iniziati a fine 2023, hanno dimezzato i transiti sul Canale di Suez: il FMI ha stimato un calo del -50% dei volumi nei primi due mesi del 2024 anno su anno. Le compagnie di navigazione hanno deviato verso il Capo di Buona Speranza, allungando i tragitti di 10-14 giorni, con noli container Asia-Europa oltre i 5.000 dollari per TEU, quattro volte la media pre-pandemia.

Poi il 28 febbraio 2026, la deflagrazione finale. USA e Israele lanciano l'operazione "Epic Fury" contro l'Iran: oltre 1.250 obiettivi colpiti in 48 ore, con l'uccisione della Guida Suprema Khamenei. La risposta di Teheran è immediata: viene interdetto lo Stretto di Hormuz, snodo da cui transita circa il 20% del petrolio mondiale, pari a circa 20 milioni di barili al giorno secondo l'EIA. Non è un conflitto lontano. È già nei costi di ogni imprenditore italiano

Energia e prezzi: lo shock su un paziente già debilitato

Per capire la portata di ciò che sta accadendo, bisogna partire da un fatto: la manifattura italiana arrivava a questo shock già indebolita. Il 2025 è stato il terzo anno consecutivo di calo della produzione industriale (-0,2%, dopo -3,5% nel 2024 e -2,5% nel 2023), mentre a gennaio 2026 il PMI manifatturiero restava sotto quota 50, fermandosi a 48,1. Anche Confindustria, già a febbraio, segnalava un quadro fragile, appesantito da energia cara, dollaro debole, dazi ed export in affanno.

Su questa base si innestava un altro squilibrio strutturale: in Italia l'energia continuava a costare più che nei principali Paesi concorrenti. Nei primi undici mesi del 2025 i prezzi al consumo di elettricità e gas erano ancora del 46,1% sopra i livelli del 2021; nel primo semestre, la Borsa elettrica italiana quotava in media 120 €/MWh, contro 91 in Germania, 67 in Francia e 62 in Spagna.

Poi è arrivato il nuovo shock geopolitico. Dopo l'attacco all'Iran, il Brent è balzato oltre gli 82 dollari al barile, mentre il gas europeo ha registrato una nuova impennata, spinto anche dallo stop del GNL qatariota. In parallelo, il gasolio ha segnato rincari a doppia cifra in pochi giorni: un colpo diretto a tutta la filiera produttiva e logistica.

News dai Comparti



Non a caso, il presidente di Confindustria Cosenza ha avvertito che «ogni centesimo in più si traduce in un aggravio immediato dei costi aziendali».

La guerra dei dazi: il quarto fronte

Accanto ai conflitti internazionali, c'è un altro fronte che pesa sulle imprese italiane: il protezionismo americano. I numeri dell'export verso gli Stati Uniti nel 2025 sembrano positivi (+7,2%), ma il dato è trainato quasi interamente dalla farmaceutica, salita del 54% a 15,7 miliardi di euro.
Se si guarda ai comparti tradizionali del Made in Italy sul mercato americano, il quadro cambia: nel 2025, ad esempio, l'alimentare ha perso il 4,5% (-348 milioni di euro), l'automotive il 18,5% (-655 milioni), i metalli il 7,9% (-249 milioni) e la meccanica il 3,4% (-435 milioni). È il segnale più chiaro di come, in un contesto segnato da dazi e tensioni commerciali, non tutte le filiere abbiano la stessa capacità di assorbire l'urto.

Il punto, quindi, non è abbandonare gli USA, che per molte piccole imprese restano un mercato centrale, ma ridurre la dipendenza da un solo sbocco estero. Oggi diversificare i mercati non è più soltanto una scelta strategica: è una necessità concreta per proteggere crescita, marginalità e continuità commerciale.

Una possibile risposta strategica a guerre, dazi e crisi diffusa

News dai Comparti



E ora arriviamo al punto. Le imprese italiane attive nell'export hanno uno strumento per resistere bene anche quando i mercati diventano ostili? Sì, Simest.

Il precedente Ucraina, di cui parlavo all'inizio di questo articolo, vale come prova concreta. Nel 2022 SIMEST ha attivato in tempi rapidi due linee straordinarie di finanziamento agevolato a tasso zero, con quota a fondo perduto fino al 40%, per sostenere sia le imprese colpite sul fronte del fatturato export sia quelle penalizzate negli approvvigionamenti. Non era scontato. È successo. Ed è proprio questo precedente a rendere plausibile una nuova risposta, se il quadro internazionale dovesse aggravarsi ulteriormente tra emergenza energetica, rotte compromesse e nuovi dazi.

Nel frattempo, però, gli strumenti ordinari sono operativi. E il 22 gennaio 2026 SIMEST ha lanciato la Misura Stati Uniti: oltre 300 milioni di euro complessivi, di cui 200 milioni di finanza agevolata e oltre 100 milioni per interventi equity, per sostenere le imprese italiane che vogliono rafforzare la propria presenza sul mercato americano. La logica è chiara: non finanziare l'emergenza, ma accompagnare investimenti strutturali come presenza commerciale locale, rafforzamento della controllata estera, digitalizzazione e presidio diretto della supply chain.

Ed è proprio qui che SIMEST diventa una leva strategica. Il Fondo 394/81, oggi attivo con tasso agevolato dello 0,319%, consente di finanziare investimenti come fie-

News dai Comparti

re internazionali, inserimento sui mercati esteri, e-commerce, temporary manager, certificazioni e consulenze specialistiche, oltre ai progetti di transizione digitale ed ecologica legati all'internazionalizzazione. In molte misure è prevista anche una quota a fondo perduto del 10%, che può arrivare al 20% in casi specifici; per le imprese con interessi negli USA sono inoltre previste condizioni migliorative, come anticipo del 50% e durata estendibile fino a 8 anni su alcune linee.

La vera utilità strategica di SIMEST, quindi, non sta solo nell'esistenza di un aiuto pubblico, ma nella logica con cui l'impresa decide di usarlo. Non come paracadute da aprire all'ultimo minuto, ma come leva per costruire prima ciò che serve a reggere dopo: presenza commerciale stabile, canali digitali proprietari, competenze dedicate, certificazioni per entrare in nuovi mercati e una struttura più solida per assorbire gli shock.

Il problema, quindi, non è la disponibilità degli strumenti. Gli strumenti ci sono, sono operativi e, come dimostra il precedente del 2022, possono anche essere rafforzati quando la crisi lo richiede. Il vero nodo è il timing con cui le imprese arrivano a questi strumenti. Troppe si muovono solo quando la crisi è già conclamata. Chi arriva prima, con bilanci in ordine, piano export credibile e investimenti già impostati in modo coerente con i parametri di ammissibilità, ha più probabilità di accedere ai fondi, proteggere la marginalità e affrontare nuove crisi con una struttura già pronta.



GIORDANO GUERRIERI
Presidente Nazionale Comparto
FEDERITALY FINANZA E MERCATI

News dai Comparti

Formazione, competenze e sviluppo professionale nel comparto Ho.Re.Ca

Pizza e ristorazione: la professionalizzazione del pizzaiolo come sfida strategica per il settore

Un settore da oltre 15 miliardi di euro richiede oggi nuove competenze, standard formativi e una visione professionale sempre più strutturata per sostenere la competitività della ristorazione italiana.

Con oltre 120.000 pizzerie attive sul territorio nazionale e un giro d'affari stimato superiore ai 15 miliardi di euro, il settore della pizza rappresenta oggi una delle componenti più rilevanti dell'intero comparto della ristorazione italiana. Secondo le stime della FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi, la filiera della pizza coinvolge centinaia di migliaia di addetti e contribuisce in modo significativo all'economia del settore Ho.Re.Ca., confermandosi uno dei pilastri dell'offerta gastronomica nazionale.

In un contesto così ampio e dinamico, il ruolo del pizzaiolo sta vivendo una trasformazione profonda. Cambiano i modelli di consumo, cresce l'attenzione verso la qualità delle materie prime e aumenta la sensibilità verso temi come sostenibilità, sicurezza alimentare e organizzazione aziendale. Di conseguenza, anche una figura professionale storicamente legata alla tradizione artigiana si sta evolvendo verso un profilo sempre più strutturato e integrato nella gestione dell'impresa ristorativa.

Per lungo tempo la professione è stata associata principalmente alla manualità e alla trasmissione informale del mestiere. Oggi, invece, il pizzaiolo si configura sempre più come un professionista della ristorazione moderna, chiamato a gestire non solo la produzione ma anche aspetti tecnici e organizzativi che incidono direttamente sull'efficienza dell'attività.

Il lavoro al banco pizza richiede competenze che vanno ben oltre la preparazione dell'impasto: conoscenza delle materie prime, gestione dei processi di fermentazione, controllo delle lavorazioni, organizzazione del servizio e rispetto delle nor-

News dai Comparti



mative igienico-sanitarie. In molte realtà il pizzaiolo assume di fatto il ruolo di responsabile di reparto, contribuendo direttamente alla qualità dell'offerta e alla competitività dell'impresa.

In un contesto economico nel quale la ristorazione rappresenta uno dei principali settori della filiera agroalimentare italiana – con oltre 330.000 imprese attive e circa 1,2 milioni di lavoratori, secondo dati ISTAT e FIPE – anche la figura del pizzaiolo è chiamata a evolvere. Non si tratta più soltanto di custodire una tradizione gastronomica, ma di contribuire alla qualità e alla competitività di un comparto economico strategico per il Paese.

In questo scenario diventa fondamentale il contributo delle organizzazioni di rappresentanza e delle realtà associative impegnate nella valorizzazione delle imprese e delle professionalità del comparto Ho.Re.Ca., con l'obiettivo di promuovere cultura d'impresa, qualità e sviluppo sostenibile del settore. In questo contesto anche il lavoro svolto da Federitaly nel favorire il dialogo tra imprese, professionisti e istituzioni rappresenta un contributo importante per la crescita e la qualificazione del comparto.

Proprio per questa crescente complessità emerge con sempre maggiore evidenza il tema della formazione professionale. Negli ultimi anni si è assistito a una diffusione molto ampia di corsi e scuole dedicate al mondo della pizza. Questo fenomeno dimostra certamente il grande interesse verso il settore, ma evidenzia anche una criticità strutturale: la mancanza di standard tecnici condivisi e verificabili.

News dai Comparti



In molti casi la formazione si limita a percorsi brevi o poco strutturati, nei quali l'apprendimento è legato più all'esperienza individuale del docente che a programmi didattici realmente codificati. Accanto a questa criticità si affiancano altri aspetti che meritano attenzione: una formazione talvolta troppo superficiale rispetto alle esigenze operative delle pizzerie, la scarsa continuità formativa dopo il corso iniziale e una limitata connessione tra il percorso didattico e la realtà quotidiana del lavoro nel reparto pizza.

Per un settore che rappresenta una componente significativa dell'economia della ristorazione italiana, diventa quindi sempre più necessario promuovere modelli formativi capaci di garantire qualità, metodo e continuità nel tempo. La professionalizzazione del mestiere passa inevitabilmente attraverso programmi strutturati, parametri tecnici chiari e percorsi di aggiornamento che accompagnino il pizzaiolo lungo tutta la sua carriera.

Investire nella formazione significa anche rafforzare la competitività delle imprese della ristorazione. Un pizzaiolo preparato non incide soltanto sulla qualità del prodotto finale, ma contribuisce alla gestione efficiente del reparto, alla standardizzazione dei processi produttivi e alla valorizzazione delle materie prime, elementi fondamentali per la sostenibilità economica di una pizzeria.

News dai Comparti

In questa direzione stanno nascendo diverse iniziative orientate a costruire sistemi formativi più solidi. Tra queste si colloca anche il lavoro sviluppato dalla Scuola Nazionale Italiana Pizzaioli, realtà che affronta il tema della formazione con un approccio strutturato. L'obiettivo è superare il modello del corso isolato per costruire percorsi basati su standard operativi, metodologia didattica e comunità professionale, favorendo lo scambio continuo di competenze tra istruttori e professionisti del settore.

Esperienze di questo tipo indicano una possibile direzione per il futuro della professione. La pizza rappresenta uno dei simboli più riconosciuti della ristorazione italiana nel mondo e continua a essere tra i prodotti gastronomici più apprezzati a livello internazionale. Tuttavia, il suo valore economico e culturale può essere pienamente valorizzato solo se accompagnato da una crescita parallela della professionalità di chi la realizza ogni giorno.

La vera sfida dei prossimi anni sarà costruire un sistema formativo capace di accompagnare la crescita professionale dei pizzaioli lungo tutto il loro percorso lavorativo, rafforzando al tempo stesso qualità, competitività e sostenibilità dell'intero comparto Ho.Re.Ca.

Un percorso che richiede collaborazione tra imprese, formatori, istituzioni e organizzazioni di rappresentanza, con l'obiettivo comune di valorizzare le competenze professionali e sostenere lo sviluppo di un settore strategico per l'economia e l'identità gastronomica italiana.

Desidero infine ringraziare tutti i professionisti, gli operatori della ristorazione e le realtà associative che quotidianamente lavorano per la crescita e la qualificazione del comparto Ho.Re.Ca., contribuendo con passione, competenza e spirito di collaborazione allo sviluppo del nostro sistema gastronomico.



LUIGI CONTI
Presidente Nazionale Comparto
FEDERITALY HO.RE.CA.