



CAMERA DI COMMERCIO FERRARA RAVENNA

Comunicato Stampa n.34 Tra Ferrara e Ravenna, nel corso dell'ultimo quinquennio, le imprese coesive sono aumentate passando dal 37% del 2020 al 43% del 2025

Guberti: “Da tempo il valore di un’impresa non si misura più solamente attraverso il suo fatturato o la sua produzione, ma anche con ciò che restituisce in termini di benessere sociale alla comunità e al territorio. La Camera di commercio consolida la cultura di tale modello, favorendo l’emersione di pratiche innovative, scalabili e replicabili, capaci di coniugare competitività, sostenibilità e valore condiviso per il nostro sistema produttivo”.

L’85% degli italiani considera oggi la collaborazione e la coesione sociale un bisogno primario come dimostrano i dati ipsos doxa.

Nel 2026 il 33% delle imprese coesive ferraresi e ravennati prevede aumenti di fatturato rispetto all’anno precedente, contro il 20% delle altre; sul fronte occupazionale, il 21% prevede un aumento del personale, contro il 13% delle non coesive.

Cresce la collaborazione con banche ed enti non-profit, scuole e università, altre imprese e associazioni di categoria, clienti e istituzioni.

Tra Ferrara e Ravenna, nel corso dell'ultimo quinquennio, le imprese coesive (aziende che hanno capito il valore del mettersi in relazione con istituzioni, clienti, dipendenti, comunità ed anche con aziende concorrenti se utile alla crescita, in una logica di filiera e di collaborazione) sono aumentate passando da circa il 37% del 2020 al 43% del 2025, così come è cresciuto anche il numero medio di relazioni che le stesse hanno instaurato con i diversi attori delle filiere, dei mercati e dei territori. Rispetto al quinquennio precedente cresce soprattutto la collaborazione con banche (+23 punti percentuali) ed enti non-profit (+13 punti percentuali), scuole e università, altre imprese e associazioni di categoria (+10 punti percentuali), clienti (+7 punti percentuali) e istituzioni (+6 punti percentuali). È il segno di una coesione più matura e non più legata soltanto alla gestione dell'emergenza, ma orientata a costruire reti stabili per innovare e competere. Tra il 2020 e il 2025 le imprese coesive crescono in maniera trasversale a tutte le classi dimensionali: sebbene l'incremento più marcato interessi le piccole imprese, che passano dal 41% al 50%, anche le microimprese mostrano un rafforzamento della dimensione coesiva, con un aumento di quasi tre punti percentuali (dal 29% al 31%), mentre le medio-grandi imprese consolidano livelli già elevati di relazionalità, raggiungendo il 70%.

E' quanto emerge dal Rapporto "Coesione è competizione" di Fondazione Symbola, Intesa Sanpaolo, Unioncamere e Centro Studi delle Camere di Commercio Guglielmo Tagliacarne in collaborazione con AICCON e Ipsos Doxa. Rapporto, che mostra che le imprese più "coesive", radicate in reti strutturate di collaborazione, orientate alla qualità del lavoro, aperte al dialogo con istituzioni e società civile, sono anche quelle che investono di più in innovazione, che affrontano meglio le transizioni ambientali e digitali, e che reagiscono con maggiore resilienza agli shock. I dati lo documentano in modo netto: nel 2026 il 33% delle imprese coesive prevede aumenti di fatturato rispetto all'anno precedente, contro il 20% delle altre; sul fronte occupazionale, il 21% prevede un aumento del personale, contro il 13% delle non coesive. Le imprese più competitive sono quelle che sanno costruire comunità di lavoro solide, capaci di valorizzare persone, competenze e partecipazione. La qualità delle relazioni interne non è un elemento accessorio dell'organizzazione aziendale, ma una leva strategica per affrontare le trasformazioni in corso. Coesione, inoltre, che viene percepita sempre più come un bisogno primario. I dati raccolti da Ipsos Doxa lo confermano con chiarezza: l'85% degli italiani considera oggi la collaborazione e la coesione sociale più importanti che mai, o comunque fondamentali indipendentemente dal contesto storico. Tra i principali benefici associati a comunità più coese emergono una migliore qualità della vita (45%), maggiore sicurezza nel luogo in cui si vive (40%) e la possibilità di affrontare insieme i problemi della comunità (35%). Seguono il bisogno di poter contare su un aiuto concreto in caso di necessità e il desiderio di far parte di una comunità meno sola e più solidale.

"Da tempo il valore di un'impresa non si misura più solamente attraverso il suo fatturato o la sua produzione, ma anche con ciò che restituisce in termini di benessere sociale alla comunità e al territorio. La Camera di commercio consolida la cultura di tale modello, favorendo l'emersione di pratiche innovative, scalabili e replicabili, capaci di coniugare competitività, sostenibilità e valore condiviso per il nostro sistema produttivo". Così Giorgio Guberti, presidente della Camera di commercio di Ferrara Ravenna, che ha aggiunto: "L'impresa è un bene di comunità, non è un'isola, è il nodo di una rete in cui relazioni economiche e legami sociali si intrecciano in modo indissolubile. Le imprese, in particolare quelle coesive, sono prolungamenti del nostro sguardo sul mondo, e quando cambia lo sguardo, cambiano anche gli impatti, le strategie, i risultati".

Tornando al Rapporto, la capacità di costruire relazioni e rapporti stabili nei diversi contesti e territori è un aspetto che caratterizza il modello di sviluppo delle imprese coesive, più rapide non solo ad

adottare le nuove tecnologie (il 76% ha investito nella trasformazione digitale nel 2023-2025 contro il 49% delle non coesive), a partire dall'intelligenza artificiale (la utilizza il 31% delle coesive rispetto al 16% delle non coesive), ad investire di più sulle persone (l'87% ha puntato sul miglioramento delle competenze del personale contro il 60% delle altre imprese) e sulla conciliazione tra vita e lavoro, sostenuta dall'8,5% delle imprese coesive contro il 5,1% delle non coesive.

“L’impresa generativa – ha concluso Guberti - costruisce valore duraturo e si radica nel contesto in cui nasce e cresce. I suoi valori si traducono in obiettivi strategici concreti, capaci di intercettare nuove tendenze e opportunità senza tradirne l’identità e la specificità; è un’impresa che guarda avanti ma anche dentro, verso le persone, e fuori, verso l’ambiente e le comunità. In un Paese segnato dall’invecchiamento demografico, dalla crescente difficoltà di reperire professionalità adeguate e dalla competizione globale per i talenti, investire sui giovani, sul benessere delle persone, sulla formazione continua, sull’inclusione e sulla conciliazione tra vita e lavoro significa rafforzare capacità produttiva, innovazione e attrattività”.

[Vedi il comunicato in pdf >>](#)

Categoria

[Comunicato stampa](#)