



Via Rimini 7 / 40128 Bologna
tel. 051 2133011 / fax 051 2133320
e-mail: presidenza@cnaemiliaromagna.it / sito web: www.cnaemiliaromagna.it

Emilia Romagna

Comunicato stampa

PICCOLE IMPRESE, INNOVAZIONE E WEB PER ECCELLERE

Presentate domani a Bologna (villa Benni, via Saragozza – ore 17) con un incontro tra imprenditori, ricercatori e professionisti le conclusioni del Progetto pilota di CNA Emilia Romagna: “Impresa 2.0”

Bologna 26 giugno 2012. Il made in Italy per continuare a stare a pieno titolo nella competizione globale ha bisogno di attuare nuove strategie manageriali. Le imprese devono saper assumere le decisioni più efficaci dal punto di vista del marketing per aumentare la propria visibilità nei confronti del mercato, utilizzando al meglio conoscenze e strumenti innovativi. Oggi le piccole imprese possono raggiungere i clienti in modo nuovo: inserendosi nei loro network sociali. “Il cliente – spiega **Gabriele Morelli** segretario regionale CNA – diventa un partner, coinvolto nel processo di marketing e sviluppo. Il sito web aziendale deve offrire il maggior numero di servizi possibili, interagire con l’utente, influenzandone il processo di acquisto anche on line. La pagina web diviene uno strumento dinamico che fa da ponte verso il mercato esterno: un vero e proprio strumento di lavoro aziendale.” Per supportare le PMI nell’adozione di un atteggiamento on line e utilizzare tutte le applicazioni web che favoriscano la diretta interazione con l’utente finale, è nato il Progetto “Impresa 2.0” promosso da CNA Emilia Romagna, che si è avvalsa del supporto tecnico di CNA Innovazione (struttura che fa parte della Rete dell’Alta Tecnologia dell’Emilia Romagna) e della collaborazione dell’Università degli Studi di Milano, la quale con Google, ha avviato un laboratorio di search marketing. Il Progetto si è articolato nella sperimentazione di un percorso di assistenza, consulenza e formazione ad aziende artigiane e PMI di alcuni distretti della regione, intenzionate a cogliere le nuove opportunità del mercato introdotte dal web.

Domani a Bologna, presso Villa Benni, alle ore 17, a conclusione del Progetto, si terrà un confronto tra imprenditori, ricercatori e professionisti sull’esito dell’esperienza attuata e sulle modalità più efficaci per renderla fruibile a tutte le imprese interessate. L’iniziativa sarà anche l’occasione per sviluppare una riflessione sulle opportunità generate dalle aggregazioni tra imprese (reti) attuate per incrementare la competitività di aziende piccole e per approfondire il tema del design management quale strategia per incidere sui processi aziendali, migliorandoli e integrandoli attraverso gli strumenti Web 2.0. L’obiettivo di CNA è far utilizzare alle imprese, strumenti che consentano loro di comunicare in modo rapido ed efficace con migliaia di persone e, al tempo stesso, riscuotere un’alta audience di nicchia. “La riflessione fatta – prosegue Morelli – riguarda proprio la relazione esistente tra espansione economica e utilizzo dei media sociali. Di fatto, si sta creando un rapporto sempre più stretto tra utenti e impresa, con una trasformazione sempre più interessante di contenuti e format di comunicazione e advertising. Essere presenti è diventato necessario per ogni azienda che vuole competere con successo nel proprio mercato, farsi trovare da chi la cerca su Internet e ottimizzare al meglio i propri investimenti pubblicitari, misurando l’efficacia di ogni centesimo speso”.

Risulta evidente l'importanza per le piccole imprese che rappresentano delle eccellenze nel Made in Italy e che stanno subendo la concorrenza internazionale sul piano dei costi, attuare strategie in grado di accrescere la loro visibilità e attrattiva, consentendo loro di espandere i propri mercati ed avere a disposizione con poche risorse, strumenti potentissimi di conoscenza, che sono fonte di innovazione e miglioramento continuo. In Emilia Romagna tutto questo interessa le oltre 8mila aziende specializzate nella produzione di artigianato artistico, prodotti alimentari di nicchia, abbigliamento e arredamento "custom made"; tutte imprese che necessitano di una maggiore autonomia commerciale, attualmente limitata dal rapporto di esclusività che spesso le lega agli showroom e/o intermediari, i quali filtrano le tendenze di mercato e i feed-back del consumatore finale, fondamentali per la comprensione dei nuovi bisogni e la taratura più efficace delle lavorazioni. "Per comprendere il comportamento degli utenti e i loro interessi specifici, occorre interagire – afferma **Daniela Magni**, responsabile regionale politiche economiche CNA – direttamente con loro, migliorandone il posizionamento on line e sfruttando l' "effetto rete" di blog, forum, social network. Il canale on line accresce visibilità e notorietà delle imprese pilota per favorire l'accesso ai mercati, migliorare il grado di interscambio informativo, aumentare le opportunità di business, generando nuovi contratti con operatori di settore e consumatori finali". La maggior parte delle piccole imprese non possiede la conoscenza degli strumenti e delle potenzialità del web 2.0 e questo gap impedisce loro di sfruttare appieno le opportunità offerte da Internet. "Agendo da sole - prosegue Magni - le PMI non sono in grado di sostenere gli investimenti necessari per avviare i singoli siti, e, anche a causa della carenza di risorse umane qualificate, di superare ostacoli legati alla bassa notorietà dei propri marchi, valorizzare e promuovere quindi, le proprie produzioni tipiche sui mercati nazionali ed esteri". Di fronte alle evidenti difficoltà delle piccole aziende eccellenti a mantenere una presenza attiva e dinamica nel web, le istituzioni hanno la possibilità di intervenire per promuovere l'uso di questi nuovi canali commerciali da parte della piccola e media impresa, al fine di sfruttare le potenzialità commerciali della rete in un'ottica multicanale. CNA Emilia Romagna trasferirà all'interno del proprio sistema associativo queste nuove modalità di supporto e divulgherà i risultati della sperimentazione ad un bacino più ampio di imprese con l'obiettivo di condividere le competenze e strutturare un metodo/processo facilmente replicabile nel futuro. Il risultato sarà la crescita del grado di informatizzazione dei settori artistico, moda, arredamento e alimentare ed il rilancio di questi distretti regionali tramite nuove forme di visibilità commerciale.

Infine, con CNA Giovani Imprenditori, l'Associazione si sta impegnando in direzione della digitalizzazione delle imprese, "ritenendo – come sottolinea la responsabile regionale dei giovani imprenditori **Elisa Muratori** - che il futuro sia nelle mani dei "digital makers", cioè di coloro che riusciranno a capire che la cultura digitale è legata a quella artigianale perché completa l'oggetto, avvicinandolo al contesto e ai comportamenti sociali. Un mix quindi di attenzione allo sviluppo delle tecnologie, di capacità artigianale, di conoscenza profonda del mercato di riferimento e di flessibilità". Domani a Villa Benni, si parlerà anche di due progetti concreti per raggiungere questo obiettivo: quello cofinanziato dalla Regione per la diffusione di WIFI che ne prevede la fornitura gratuita a 90 imprese e quello per portare in azienda i "nativi digitali" per divulgare la cultura della digitalizzazione nelle imprese.

La responsabile comunicazione
Cristina Di Gleria
Tel. 051 2133100 cell. 348 3619990