



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

**Emilia Romagna**

## **Un match nell'Arena tra imprese piccole e grandi E la pmi chiede più opportunità per essere innovativa**

*Un migliaio gli imprenditori di tutta la regione, e non solo,  
attesi al Cna NetWork Business Day il 23 novembre all'Unipol Arena di Bologna*

*Sondaggio Cna tra le piccole aziende manifatturiere della regione:  
il 57% si sente abbastanza innovativo, il servizio al cliente è l'innovazione più praticata  
Poco sfruttato il piano Industria 4.0, interesse per fare networking con altre imprese*

*Bologna, 20 novembre 2017.* L'imprenditoria emiliano romagnola, e non solo, si dà appuntamento il 23 novembre a Bologna. Sarà un evento ricco di piccole imprese e di importanti aziende "player", leader nei loro settori, il Cna NetWork Business Day 2017 che si svolgerà all'Unipol Arena di Casalecchio di Reno. Trecento imprese della produzione e dei servizi, per un totale di un migliaio di imprenditori, si incontreranno per fare network e business, in un matching il cui obiettivo è creare nuove opportunità. Le trecento imprese provengono da tutte le province dell'Emilia Romagna, inoltre vi saranno imprese della provincia di Milano, Bergamo, Brescia, Mantova, Roma, Firenze, Pesaro, Udine, Padova, Trento, Asti. Sono aziende della produzione manifatturiera legata alla filiera della meccanica (in particolare lavorazioni meccaniche, prodotti e sottoprodotti della meccanica e della mecatronica, motor valley e packaging valley, oleodinamica, agromeccanica, macchinari per la produzione in generale) insieme alle aziende dei servizi.

Presenti ben ventotto aziende player, aziende importanti e di respiro internazionale, che potranno dare consigli utili alle Pmi su come crescere nel panorama nazionale e internazionale. Allo stesso tempo, sono anche imprese in continuo sviluppo e alla ricerca di nuovi fornitori. Rappresentano quindi un'ottima opportunità per tutte le pmi iscritte a Cna NetWork per confrontarsi con realtà più grandi con cui creare relazioni, acquisire nuovi clienti, ricercare partnership, costruire nuove reti e internazionalizzare l'impresa.

Cna NetWork Business Day è promosso dalle Cna di Bologna, Ferrara, Forlì-Cesena, Imola, Modena, Parma, Piacenza, Ravenna, Reggio Emilia, Rimini. Con il coordinamento di Cna Emilia Romagna e la collaborazione di Cna Nazionale. Main sponsor della manifestazione Green Network Energy, Cribis, Eca Consult, Stm e BPER Banca. L'iniziativa ha il contributo della Regione Emilia Romagna e il patrocinio della Città Metropolitana di Bologna e della Camera di Commercio di Bologna. Per tutte le informazioni sull'iniziativa [www.cnanetwork.it](http://www.cnanetwork.it)

Il Cna NetWork Business Day 2017 è stato pensato per dare la possibilità alle imprese della filiera di sviluppare collaborazioni di tipo commerciale, ma anche creare nuove partnership per gli acquisti, per la produzione o la sub-fornitura. Si potranno, inoltre, avviare relazioni per acquisire o vendere licenze e tecnologie, o per la ricerca di partnership societarie, o ancora per internazionalizzare la propria impresa, lanciare prodotti e/o servizi innovativi.

Le imprese partecipanti avranno a disposizione 20 minuti per ogni incontro in cui concentrare tutte le informazioni e sinteticamente esporre progetti e curiosità: una sorta di biglietto da visita per conoscersi e costruire concrete relazioni. L'idea del progetto nasce dalla volontà da parte di Cna, grazie alla sua conoscenza del territorio e all'esperienza maturata nella relazione con le Pmi, di affiancare le piccole imprese nella loro esigenza di sviluppare nuove opportunità di business tra di loro e con grandi fornitori. Lo scorso anno a Ferrara furono 250 le imprese partecipanti al Cna NetWork 2016, per un totale di 2.300 incontri di affari. In quell'occasione il 10% dichiarò di avere stipulato accordi il giorno stesso del Business Day e il 35% nelle settimane successive l'evento

Ma quali sono le caratteristiche, le propensioni, le necessità delle piccole imprese dell'Emilia Romagna in tema di innovazione, network e business. La Cna Emilia Romagna lo ha chiesto con un sondaggio ad un campione 5.000 imprese manifatturiere di tutta la regione, aziende con meno di 50 dipendenti ed un fatturato che non supera i 5 milioni di euro.

Un dato significativo è la consapevolezza da parte di queste imprese di dover percorrere ancora di più la strada dell'innovazione: il 57% si sente abbastanza innovativo, il 38% ancora troppo poco, mentre solo il 5% si considera molto innovativo. L'aspetto più innovativo della propria azienda? Per il 59% è il servizio al cliente, per il 47% il prodotto che viene realizzato, per il 30% l'organizzazione produttiva della propria azienda. Emerge come nella maggior parte dei casi, nel 72% delle risposte, solo i titolari si dedichino alla ricerca all'innovazione e lo sviluppo di prodotti. Ne deriva poi che più dell'80% delle imprese dedica meno di 20 ore di formazione all'anno. Andando su un tema specifico, il Piano del Governo Industria 4.0, sono ancora poche o pochissime le Pmi a sfruttarne le potenzialità. Il superammortamento è stato il punto del Piano più utilizzato, nel 35% dei casi, mentre i meno utilizzati, solo nel 6% dei casi, sono stati i contributi alla formazione. L'interesse però verso il Piano Industria 4.0 c'è, e nell'11% dei casi gli imprenditori hanno sicuramente intenzione di utilizzare i finanziamenti nel breve periodo e nel 28% li utilizzeranno molto probabilmente.

Quando si parla invece di obiettivi strategici per aumentare la competitività dell'azienda le risposte sono piuttosto variegate ma per il 55% degli intervistati il principale obiettivo sarebbe quello di predisporre nuovi prodotti e servizi ai clienti, il 23% vorrebbe stringere alleanze economiche e il 19% vorrebbe espandersi in nuovi mercati. Proprio parlando di nuovi mercati vediamo come la maggior parte delle imprese abbia come mercato principale di riferimento l'Emilia Romagna al 52%, l'Italia al 44%. Un intervistato su quattro esporta anche all'estero.

Quali sono le strategie con cui queste aziende oggi si fanno conoscere sul mercato: nel 79% dei casi attraverso contatti diretti intrapresi dai titolari o dai dirigenti con i principali clienti, mentre nel 45% dei casi pubblicizzano il proprio brand attraverso il sito internet, come vetrina di prodotti o servizi. I principali investimenti per i prossimi anni quindi, sono volti a consolidare, nel 70% delle risposte, i risultati raggiunti negli anni passati e, nel 30% delle risposte, potenziare una presenza su strumenti digitali, come siti internet e social network.

E' un incontro tra imprese, il Cna NetWork Business Day, in cui fare affari e trovare nuove opportunità per espandersi in nuovi mercati. Una novità per molte imprese del manifatturiero: il 67% infatti non ha mai partecipato a dei B2B e il 66% non ha mai fatto networking con altre aziende preferendo agire da sole sul mercato. Imprese però che volentieri accettano di essere stimolate e incentivate da iniziative come quelle di Cna. Nel 46% dei casi infatti, nonostante non abbiano ancora sperimentato una situazione di aggregazione tra più aziende, vedono queste iniziative come delle opportunità, nel 46%, o come una vera possibilità di crescita, nel 10%. Imprese molto o abbastanza interessate, nel 45% dei casi, ad affrontare insieme a Cna queste nuove opportunità quali il Cna Network Business Day, creare portali, incontri sul territorio o networking di imprese. Una richiesta, un'esigenza a cui Cna darà una risposta concreta il prossimo 23 novembre all'Unipol Arena di Bologna.

L'ufficio comunicazione Cna Emilia Romagna  
Maurizio Collina