

.....=bcj Un]cbYYk W &S
.....cddcfli b]k` Ygfi a Yb] dYf`YDA =

.
.....2+ []i [bc 201&



viaemilianet.it
il portale dell'economia

ER

Il portale della Regione Emilia-Romagna

direttore Ettore Tazzioli

home | redazione | aggiungi ai preferiti | newsletter



economia&imprese

lavoro

greenEconomy

quiMODENA

quiREGGIO EMILIA

quiBOLOGNA

quiREGIONE

mercoledì, 27 giugno 2012

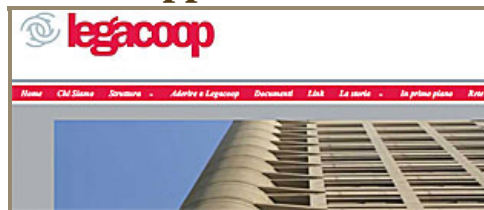


Emak apre una filiale distributiva in Brasile



Emak do Brasil Industria Ltda, con sede a Curitiba nello stato del Paraná, si occuperà della distribuzione sul territorio brasiliano dei prodotti del Gruppo Emak a marchio Oleo-Mac. E anche i prodotti di Comet e Tecomec [Leggi la notizia](#)

Legacoop Servizi: 'Perseguire chi non applica il Ccnl'



Il presidente emiliano-romagnolo e vice-presidente nazionale Arnuzzi parla dopo la circolare del Ministero del Lavoro che ha indicato i contratti di lavoro da ritenere validi per tutti. E si rivolge alle imprese: "Non acquistino servizi da chi opera al di fuori delle regole" [Leggi la notizia](#)

LA VITA È GIÀ
ABBASTANZA
COMPLICATA



IN PRIMO PIANO



INVIARE UN SMS AL 45500

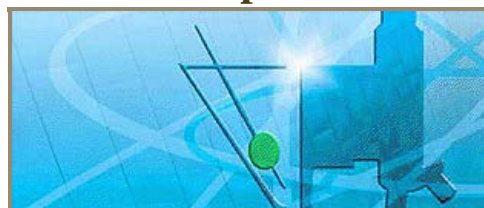
E' il numero attivato dalla Protezione civile per l'emergenza sisma. Permette di donare 2 euro

Bellco riparte dal distretto di Mirandola



L'azienda leader del biomedicale conferma l'impegno sul territorio colpito dal sisma. E con esso la presentazione dei nuovi macchinari per ottobre, quando il personale rientrerà al completo. Fornitura e ricerca, invece, sono già state riavviate [Leggi la notizia](#)

Social network e innovazione: da Pmi a "Impresa 2.0"



Cna Emilia-Romagna chiama a raccolta mercoledì 27 imprenditori, ricercatori e professionisti per illustrare le conclusioni di un progetto pilota pensato per supportare strategie di marketing più interattive. Una necessità per continuare a competere a livello globale [Leggi la notizia](#)



IL PUNTO SU PIAZZA AFFARI
di Stefano Catellani



Puntata del 15 giugno

Magagni ancora alla guida della Federazione Bcc E-R



Il presidente di Emilbanca e di Iccrea Holding riconfermato presidente all'unanimità. Nel prossimo triennio verrà affiancato da due vice [Leggi la notizia](#)

Landini a Mirandola: "Sicurezza senza scorciatoie"



Il segretario regionale della Fiom in visita in occasione del direttivo emiliano-romagnolo. Un'assemblea allargata in cui si è mostrato possibilista sulle delocalizzazioni, "purché temporanee". E in cui ha parlato anche della Fiat [Leggi la notizia](#)

Ducati da record: "Pronti a una nuova grande avventura"

L'orgoglio della Motor Valley: l'eccellenza non si ferma

VIA EMILIA FINANZA
Notizie in tempo reale

BO 27/6/2012 Ottimo bilancio per la Camst
re 27/6/2012 INDUSTRIALI REGGIO EMILIA IL
METAL REPLACEMENT: LA SOSTITUZIONE
DEI METALLI CON TECNOPOLIMERI
RE 27/6/2012 BREVINI FLUID POWER: la
novità a FPNI 2012
RE 27/6/2012 Emak apre una filiale
distributiva in Brasile
re 27/6/2012 IMMERGAS EUROPE: I PRIMI 4
ANNI - IL MANAGING DIRECTOR LEONARDO
PERLA ELETTO VICEPRESIDENTE DELLA
CAMERA DI COMMERCIO ITALO-SLOVACCA

Biologico

SPECIALI

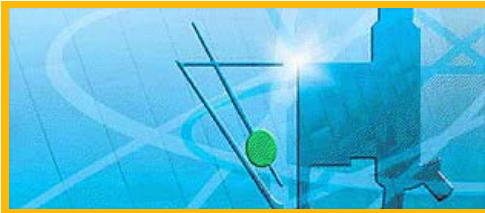
SPI-CGIL REGGIO EMILIA



Economia & Imprese

Social network e innovazione: da Pmi a "Impresa 2.0"

Cna Emilia-Romagna chiama a raccolta mercoledì 27 imprenditori, ricercatori e professionisti per illustrare le conclusioni di un progetto pilota pensato per supportare strategie di marketing più interattive. Una necessità per continuare a competere a livello globale



BOLOGNA, 26 GIU. 2012 - Nuove strategie manageriali e più visibilità nei confronti del mercato: questo serve al made in Italy per continuare a stare a pieno titolo nella competizione globale. Le imprese devono saper assumere le decisioni più efficaci dal punto di vista del marketing, 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 VITA È GIÀ
ABBASTANZA
COMPLICATA



IN PRIMO PIANO



INVIA UN SMS AL 45500

E' il numero attivato dalla Protezione civile per l'emergenza sisma. Permette di donare 2 euro



IL PUNTO SU PIAZZA AFFARI

di Stefano Catellani



Puntata del 15 giugno

VIA EMILIA FINANZA

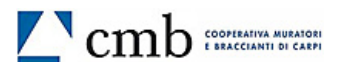
Notizie in tempo reale

[BO 27/6/2012 Ottimo bilancio per la Camst re 27/6/2012 INDUSTRIALI REGGIO EMILIA IL METAL REPLACEMENT: LA SOSTITUZIONE DEI METALLI CON TECNOPOLIMERI](#)

[RE 27/6/2012 BREVINI FLUID POWER: la novità a FPNI 2012](#)

[RE 27/6/2012 Emak apre una filiale distributiva in Brasile](#)

[re 27/6/2012 IMMERGAS EUROPE: I PRIMI 4 ANNI - IL MANAGING DIRECTOR LEONARDO PERLA ELETTO VICEPRESIDENTE DELLA CAMERA DI COMMERCIO ITALO-SLOVACCA](#)



SPECIALI

[SPI-CGIL REGGIO EMILIA](#)

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.

 [invia la notizia](#)

 [Stampa la pagina](#)

il Bi  **logico**[®]
Soc. Coop



**QUALCOSA DI
PERSONALE**

© 2011 | Teleinformazione Modenese srl - viale Virgilio 54/m 41123

E-mail: info@viaemilianet.it P. IVA 00651840365

web design: Nowhere.it



METEO

Previsioni meteo in Emilia Romagna

[Piacenza](#) - [Parma](#) - [Reggio Emilia](#) - [Modena](#)
[Bologna](#) - [Ferrara](#) - [Ravenna](#) - [Rimini](#) - [Forlì](#)
[Cesena](#)

LE NOSTRE TV

 **TELEREGGIO**

TRC
TELEMODENA


TELEROMAGNA



viaemilianet.it
NEWSLETTER

[privacy info](#)



re 27/6/2012 Oggi a Bologna le conclusioni del Progetto pilota di CNA Emilia Romagna: "Impresa 2.0"

bologna 27 giugno 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.

Oggi 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 feedback 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

LA VITA È GIÀ
ABBASTANZA
COMPLICATA

IN PRIMO PIANO



[INVIA UN SMS AL 45500](#)

E' il numero attivato dalla Protezione civile per l'emergenza sisma. Permette di donare 2 euro

IL PUNTO SU PIAZZA AFFARI

di Stefano Catellani



[Puntata del 15 giugno](#)

VIA EMILIA FINANZA

Notizie in tempo reale

[PR 29/6/2012 AUMENTO DI CAPITALE da 30,5 milioni PER SERVIZI ITALIA \(COOPSERVICE\)](#)

[RE 29/6/2012 CONFECOOPERATIVE REGGIO E BCC PER I GIOVANI IMPRENDITORI](#)

[MO 29/6/2012 DA EMILIA ROMAGNA FACTOR 10 MILIONI DI EURO A FAVORE DELLE AZIENDE COLPITE DAL TERREMOTO](#)

[BO 29/6/2012 La Spending Review sulla Sanità secondo NoemaLife: oltre un Miliardo l'anno il risparmio stimato con un'informatizzazione intelligente](#)

[BO 29/6/2012 Lo Studio Godoli offre servizi avanzati alle aziende tedesche che operano in Emilia](#)




QUALCOSA DI PERSONALE

SPECIALI

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.

di Stefano Catellani

 [invia la notizia](#)

 [Stampa la pagina](#)

il Biologico
Soc. Coop



[SPI-CGIL REGGIO EMILIA](#)

METEO

Previsioni meteo in Emilia Romagna

[Piacenza](#) - [Parma](#) - [Reggio Emilia](#) - [Modena](#)
[Bologna](#) - [Ferrara](#) - [Ravenna](#) - [Rimini](#) - [Forlì](#)
[Cesena](#)

LE NOSTRE TV



 [viaemilianet.it](#)
NEWSLETTER

[privacy info](#)

© 2011 | Teleinformazione Modenese srl - viale Virgilio 54/m 41123

E-mail: info@viaemilianet.it P. IVA 00651840365

web design: Nowhere.it



Modena ECONOMIA

Come eccellere grazie a innovazione e web

È il tema dell'incontro promosso oggi a Bologna da Cna regionale per la presentazione di due progetti

MODENA IN BORSA	
PREZZO UFFICIALE	% VARIAZIONE
BPER	
3,66 €	-4,43%
RICCHETTI	
0,15 €	-2,52%
MARR	
7,50 €	-0,53%
PANARIA GROUP	
0,67 €	-0,59%

Oggi le piccole imprese possono raggiungere i clienti in modo nuovo: inserendosi nei loro network sociali. 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 di Cna Innovazione e dell'Università di Milano, la quale con Google ha avviato un laboratorio di search marketing. Oggi alle 17 a Bologna, presso Villa Benni, 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.

Sarà anche l'occasione per sviluppare una riflessione sulle opportunità generate dalle aggregazioni, o reti, tra imprese 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. «La rifles-

sione - dice Gabriele Morelli, segretario regionale Cna - riguarda proprio la relazione tra espansione economica e utilizzo dei media sociali. Si sta creando un rapporto sempre più stretto tra utenti e impresa. Essere presenti è diventato necessario per ogni azienda che vuole competere con successo, farsi trovare da chi la cerca su Internet e ottimizzare al meglio i propri investimenti pubblicitari». Infine, con CNA Giovani Imprenditori, l'associazione si sta impegnando in direzione della digitalizzazione delle imprese «ritenendo - co-

me dice 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». Oggi si parlerà anche di due progetti: quello cofinanziato dalla Regione per la diffusione di wifi che ne prevede la fornitura gratuita a 90 imprese e quello per divulgare la cultura della digitalizzazione nelle imprese.

INOLTRE HANNO PARLATO DI NOI

il 26/6

TG Telesanerno 20,30 – TG Telecentro ore 19,30

TG 7Gold ore 19,00 – TG Rete8 ore 20,00

TG NuovaRete 19,30