



**SPREAD**  
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI  
161 punti base

**CHI SALE**

BPM +10,09%  
tra i titoli migliori a Milano



**CHI SCENDE**

L'ITALIA E' TRA PAESI UE  
con meno lavoratori a basso reddito



**TECNOLOGIA** LA TESTIMONIANZA DI DUE IMPRESE PARMIGIANE: LAUMAS E LEN STRATEGY

# Il business corre su LinkedIn La visibilità nella community paga

Partner e B2B. Sempre più strategico il social media marketing manager

**Lorenzo Centenari**

Collezionare clienti e commesse in tutto il mondo, senza mai o quasi - abbandonare la propria scrivania.

Come «mezzi di trasporto», un laptop, una connessione Internet e un profilo «premium» LinkedIn. Arsenal sufficiente - se sfruttato con saggezza - a generare una community di 3.500 «amici». E moltiplicare per mille la propria visibilità internazionale. Potere della tecnologia e dei social network, quarta dimensione aperta a chiunque voglia esplorarla, ma il cui linguaggio non da tutti ancora viene decrittato.

**L'esempio di Laumas** Chi col digitale ha stretto un patto indissolubile è ad esempio il personale Laumas Elettronica, azienda di Montechiarugolo che dal 1984 si occupa di prodotti per sistemi di pesatura industriale. «Nel 2011 - spiega Massimo Consonni, general manager della Laumas - abbinai al mio account personale su LinkedIn un gruppo tematico che radunasse gli operatori di settore. Produttori e utilizzatori, ma anche figure istituzionali. Grazie alla scelta di nominare il gruppo con una espressione chiave (Weight transmitters for industrial weighing systems, ndr), in pochi an-



Web marketing Da sinistra, Matraxia, Artusi e Consonni.

**2 miliardi**

**UTENTI SOCIAL**

presenti attualmente sulla rete a livello mondiale, ogni secondo ne entrano 2 nuovi

**3.500**

**GLI UTENTI**

della community creata su LinkedIn dalla società parmigiana Laumas

ni la platea ha raggiunto quote record, acquistando lo status di autentico riferimento mondiale per l'intero comparto di nostra competenza». Il gruppo amministrato da Consonni è oggi popolato da 3.486 membri: direttori commerciali, imprenditori e buyers che sulla nota piattaforma professionale si scambiano impressioni e soluzioni sulla tecnica ed il quadro normativo. «L'investimento? Trascurabile in termini economici, più sensibile - afferma il manager parmigiano - in chiave temporale. Specialmente in fase iniziale, la gestione del gruppo virtuale su LinkedIn e di tutti gli altri profili social via via aperti dall'azienda, calibrati in base alle abitudini di ciascun mercato di interesse, ha assorbito una larga fetta dell'orario di lavoro. Il ritorno è stato tuttavia eccezionale. Ora Laumas è un brand conosciuto non solo in tutta Europa, ma anche in Nord e Sud America, in India, in Cina e in Giappone».

Dagli uffici della Laumas Elettronica, la testimonianza di quanto i «social» funzionino non solo come veicolo di marketing diretto, ma anche in campo «B2B»: nel 2017, alle frontiere della comunicazione digitale anche il Gruppo Imprese Artigiane dedicherà un incontro ad hoc. Già, la rete e in particolare i network sociali sono or-

mai diventati il canale preferito da milioni di professionisti.

**Len Strategy** «LinkedIn, ma anche Facebook, Twitter, Viadeo in Francia, Xing in Germania. Gli utenti social ammontano oggi a 2 miliardi - dice Marco Artusi, ad della società parmense di consulenza di web marketing Len Strategy - e ogni giorno il bacino cresce a ritmi impressionanti. Basti dire che LinkedIn accoglie 2 nuovi membri al secondo. Il trend globale è proprio quello di presidiare questi strumenti per funzioni che oltrepassino la semplice pubblicità e abbraccino i rami di customer care, ricerca & sviluppo, dialogo interno tra dipendenti».

Il fenomeno più recente sembra quello dell'impiego dei servizi di «instant messaging» (WhatsApp, WeChat, Facebook Messenger) per fornire ai clienti assistenza in tempo reale. «Pur con tempi di reazione differenti, sia la grande industria, sia le pmi - sostiene Artusi - stanno cavalcando le immense opportunità restituite dalle piattaforme social. Con ricadute positive anche sull'occupazione: presto - conclude - anche le aziende di minori dimensioni dovranno equipaggiarsi di una figura o di un intero team di social media marketing manager».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Economia In Breve



**MASTER MARKETING MANAGEMENT**

**Giovedì la lectio di Panzani**

■ Giovedì prossimo alle 10 nell'Auditorium del Centro S. Elisabetta del Campus universitario di Parma si terrà la lectio magistralis di Andrea Panzani, direttore generale e di amministratore delegato di Valsolia. La Lectio è inserita nell'ambito della Cerimonia di conferimento dei diplomi della sedicesima edizione del Master in marketing management diretto da Guido Cristini, attualmente giunto alla diciassettesima edizione (ad oggi in corso), organizzato dall'Università degli Studi di Parma unitamente alla Business School de Il Sole 24 Ore.

**REGIONE**

**Export, accordo con le dogane**

■ L'Agenzia delle dogane e dei monopoli e la Regione Emilia-Romagna hanno siglato un protocollo d'intesa in materia di internazionalizzazione del sistema regionale delle imprese. E' quanto si legge in una nota, secondo cui «l'iniziativa vuole essere un punto di partenza per le pmi per affrontare la sfida dell'internazionalizzazione e un luogo privilegiato di informazione e formazione». L'intesa «si propone, da un lato, di focalizzare interventi, azioni ed altre iniziative su selezionate priorità in relazione a filiere produttive, distretti e comparti dell'Emilia-Romagna e, dall'altro, di favorire l'ulteriore integrazione delle piattaforme logistiche delle infrastrutture regionali attraverso il sistema doganale».

**IN EMILIA ROMAGNA**

**Coop agroalimentari, fatturato in crescita**

■ Cresce il fatturato medio delle cooperative agroalimentari italiane (+2,7% nel 2015) e accelera il loro dinamismo sui mercati esteri, con un export che si stima arriverà a 6,6 mld di euro nel 2016 (+1,5% sul 2015). L'Emilia Romagna con quasi 13 miliardi di euro detiene il 38% del fatturato nazionale e il maggior numero di aziende (694 imprese). E' quanto emerge dal rapporto annuale dell'Osservatorio della cooperazione agricola italiana, istituito dal ministero delle Politiche agroalimentari e forestali e sostenuto dalle quattro Organizzazioni di rappresentanza di settore e realizzato da Nomisma. Secondo il Rapporto, se nel 2015 il giro d'affari si attesta a 34,8 miliardi di euro con una leggera flessione (-3,6% sul 2013) - legata al calo dei prezzi e alla contrazione dei consumi (soprattutto per latte, carne e zucchero) - rimane invece stabile l'occupazione (+0,4%) e il monte complessivo delle retribuzioni.

**PROGETTO**

**L'agenzia JacLeRoi amplia il board**

■ L'agenzia pubblicitaria parmigiana JacLeRoi specializzata nella comunicazione nazionale e internazionale dell'agroalimentare annuncia «un importante ampliamento del board, conseguenza di un processo di integrazione della consolidata esperienza di Kolibrand, agenzia creativa attiva nella food valley con forte know-how nel packaging, Btl, digital Pr e ufficio stampa per clienti dei settori food e design». Il nuovo team avrà al suo interno sommelier e gastronomi «per garantire una comunicazione realmente efficace».



**UNIONCAMERE E.R.**

**Un servizio per le pmi matricole all'estero**

■ Aiutare le imprese «matricole» dell'estero che non hanno mai esportato o lo hanno fatto in modo occasionale, ad affrontare i mercati in modo efficace. E' l'obiettivo del nuovo servizio di assistenza tecnica specialistica sviluppato da Unioncamere Emilia-Romagna, insieme alle Camere di commercio della regione, nell'ambito delle attività della rete Enterprise Europe Network. Quest'anno il progetto ha coinvolto 15 imprese con un servizio gratuito di orientamento e strategie per l'export.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**ISTAT** NEI PRIMI 9 MESI DELL'ANNO SCENDE AL 7,1% CON 47.280 OCCUPATI IN PIU' SUL 2015

## Emilia Romagna, disoccupazione in calo

Fortissimo l'incremento dei posti di lavoro per le donne: +4,7% (39.500 nuove occupate)

■ Continua a scendere la disoccupazione in Emilia-Romagna: nei primi nove mesi del 2016 è al 7,1%, -0,4% rispetto al 7,5% registrato a luglio. Nel terzo trimestre dell'anno gli occupati sono 1.973.959, ovvero 47.280 in più rispetto allo stesso periodo del 2015: un +2,5% che riporta la situazione al di sopra del livello di occupazione pre-crisi (3° trimestre 2008). Le dinamiche di genere evidenziano poi un incremento dei posti di lavoro fortissimo per le donne (+39.500, +4,7%): va tenuto presente che nel terzo trimestre 2008, in concomitanza con l'avvio della crisi internazionale, le donne occupate nel-

la regione erano 852mila e, a distanza di sei anni, sono 888mila, 36mila in più. E' quanto rivela l'analisi del mercato del lavoro in Emilia-Romagna sulla base dei dati diffusi dall'Istat.

«In Emilia-Romagna il calo della disoccupazione è costante e dura ormai da molti mesi e arrivare oggi al 7,1% partendo dal 9% del gennaio 2015, a inizio legislatura, lo considero un dato davvero molto positivo e non scontato - afferma il presidente della Regione, Stefano Bonaccini - Andamento che premia gli sforzi di un intero sistema regionale, di quella rete nata con il Patto per il Lavoro che unisce imprese, sindacati, enti locali, università e terzo settore dietro un obiettivo chiaro: costruire sviluppo e buona occupazione».

Per Bonaccini è «uno sforzo che insieme a tutti i soggetti del Patto, e quindi alla società regionale, intendiamo proseguire con ancor

più determinazione: combatteremo infatti ogni giorno sul fronte lavoro, investendo in saperi, innovazione e attrattività, nella sanità pubblica, dove grazie all'accordo con i sindacati entreranno oltre 2.500 professionisti e operatori. Penso anche all'impegno costante sulle crisi aziendali, per non lasciare solo alcun lavoratore».

**Il tasso di occupazione** trimestrale è al 68,9%, 1,8 punti percentuali in più rispetto allo stesso periodo del 2015: si tratta del valore più elevato tra tutte le regioni italiane ad esclusione del Trentino-Alto Adige (71%). La componente maschile ha un tasso pari al 75,9% (+0,9 punti percentuali), mentre quella femminile presenta una crescita maggiore e arriva al 62% (+2,7 punti percentuali). Nel terzo trimestre 2016 le persone in cerca di lavoro sono 127,8mila, con una contra-

**Confindustria E.R.**

**Marchesini: «Bene il Patto per il lavoro»**

■ Per il presidente di Confindustria Emilia Romagna Maurizio Marchesini, «la fotografia dell'Istat testimonia i primi risultati concreti dell'impegno collettivo delle politiche regionali in attuazione del Patto per il lavoro. Le imprese dell'Emilia Romagna hanno dato un convinto apporto alla realizzazione degli obiettivi del Patto con importanti investimenti. Un contributo positivo potrà derivare dall'apertura al privato dei servizi per il lavoro.

zione di 11.400 persone rispetto al terzo trimestre 2015 (-8,2%).

L'incremento dell'occupazione nel corso del terzo trimestre 2016 interessa principalmente il settore del terziario (+3,6% pari a 44.000 posti di lavoro rispetto al terzo trimestre del 2015). Un segnale positivo, dopo due trimestri negativi sul versante occupazionale, arriva poi dall'industria in senso stretto ove si registra un aumento del 2%, pari a 11.000 occupati in più rispetto al terzo trimestre 2015, per un totale di 522mila occupati.

Si segnala poi una crescita dell'agricoltura (+9,8%), riferita ad un comparto di dimensioni contenute, che pesa il 4,0% sull'occupazione totale. Il settore delle costruzioni, invece, dopo un recupero messo a segno solo nel primo trimestre dell'anno, si riallinea nel secondo e nel terzo al trend decrescente degli ultimi anni. **♦ r.eco.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Il futuro parte da Parma.  
Essere vicini è guardare oltre i confini**

**Entra in Cariparma, scopri Crédit Agricole.**

**CRÉDIT AGRICOLE  
CARIPARMA**

www.credit-agricole.it