

CORRIDORI DI BOLOGNA 8/4/2010

4comm.it
per comunicare oggi

edizione 2010

sabato 10 e domenica 11 aprile
Bologna, Novotel - via Michelino 73

un evento di



Associazione di Bologna

con il contributo di



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI BOLOGNA

Camera dell'Economia

più forza alla piccola impresa

4comm è un marchio, un salone, un evento gratuito che dura due giorni, ma che è on line 365 giorni all'anno con l'obiettivo di unire persone e professionisti attraverso seminari, case history, white papers e tutto ciò che ha come denominatore comune la comunicazione integrata, il web, la fotografia, la grafica, la stampa, il marketing, la formazione, la tecnologia e tutto quello che può contribuire alla creazione di valore attraverso la comunicazione.

4comm è principalmente rivolto alle piccole e medie aziende, agli artigiani di nuova generazione, a liberi professionisti e studenti e a chiunque sia interessato al mon-

do della comunicazione come lavoro, studio o integratore di business. **4comm** significa pensare in piccolo per lavorare in grande, cioè creare valore all'azienda attraverso progetti con posizionamenti precisi, identità uniche e differenziate ed approcci decisamente "high value, low cost".

Ottimizzare la filiera della comunicazione e del mktg incentivando la conoscenza, la qualità di pensiero, la competenza e la tecnologia.

La partecipazione a **4comm** è gratuita: basta registrarsi online o agli appositi desk che troverai sul posto.

www.4comm.it · info@4comm.it · segreteria organizzativa +39 051 299515



crislianocappelli.it
cristianocappelli.com

e il contributo di



con il patrocinio di



LA REPUBBLICA 8/4/2010

4comm.it
per comunicare oggi

edizione 2010

sabato 10 e domenica 11 aprile

Bologna, *Novotel - via Michelino 73*

un evento di



Associazione di Bologna

con il contributo di



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI BOLOGNA

Camera dell'Economia

più forza alla piccola impresa

www.4comm.it

info@4comm.it

segr. org. +39 051 299515

e il contributo di



THEBLOGTV
Value Behind Community



con il patrocinio di



COMUNE
DI BOLOGNA



4comm.it
per comunicare oggi

edizione 2010
sabato 10 e domenica 11 aprile
Bologna, *Novotel - via Michelino 73*



più forza alla piccola impresa

4comm è un marchio, un salone, un evento gratuito che dura due giorni, ma che è on line 365 giorni all'anno con l'obiettivo di unire persone e professionisti attraverso seminari, case history, white papers e tutto ciò che ha come denominatore comune la comunicazione integrata, il web, la fotografia, la grafica, la stampa, il marketing, la formazione, la tecnologia e tutto quello che può contribuire alla creazione di valore attraverso la comunicazione.

4comm è principalmente rivolto alle piccole e medie aziende, agli artigiani di nuova generazione, a liberi professionisti e studenti e a

chiunque sia interessato al mondo della comunicazione come lavoro, studio o integratore di business. **4comm** significa pensare in piccolo per lavorare in grande, cioè creare valore all'azienda attraverso progetti con posizionamenti precisi, identità uniche e differenziate ed approcci decisamente "high value, low cost". Ottimizzare la filiera della comunicazione e del mktg incentivando la conoscenza, la qualità di pensiero, la competenza e la tecnologia. La partecipazione a **4comm** è gratuita: basta registrarsi online o agli appositi desk che troverai sul posto.

www.4comm.it · info@4comm.it · segreteria organizzativa +39 051 299515



cris@comunicapipi.it
claudia@comunicapipi.com

e il contributo di



con il patrocinio di



La Cna insegna a vincere coi social network

IL RESTO DEL CARLINO 2/4/2010

«**A**NCHE i prodotti di elevata qualità non possono continuare a vendersi da sé: nessuna azienda, oggi, può permettersi di non comunicare». E' la convinzione di Cna, che da anni investe in una due giorni dedicata alla comunicazione d'impresa. Nell'edizione di quest'anno, '4Comm' mette al centro il web e i social network, da Twitter a Facebook alle radio on line, nella convinzione che «le potenzialità del web per le piccole e medie imprese (pmi) siano enormi», e tuttavia «in larga parte ancora inesplorate», fa notare il presidente Cna, Massimo Ferrante. «Il terziario avanzato e le professioni ad esso collegate sono uno dei pilastri della strategia anti-crisi — ribadisce Ferrante —, il nostro è un evento-simbolo, nella speranza che le politiche pubbliche investano risorse nel riposizionamento, che passa anche, e necessariamente, dalla nuova comunicazione». Come dire, il made in Bologna, e più in generale il made in Italy,

ha bisogno di essere supportato, a maggiore ragione in un momento di difficoltà economiche».

IL SALONE della Comunicazione (Novotel di via Michelino, sabato e domenica, ingresso gratuito) sarà dunque momento formativo e spazio aperto al dibattito, al confronto, allo scambio di esperienze nel campo

della comunicazione integrata che comprende web, appunto, ma anche marketing, fotografia, fumetto. In questo senso, sono previsti contributi di esperti del settore: Ferdinando Scianna, uno dei più noti fotografi italiani e uomo di cultura, porterà la sua esperienza professionale; Vincenzo Cosenza, responsabile della sede romana di Digital Pr (società del gruppo

Hill&Knowlton), spiegherà come le nuove tecnologie possano diventare alleati per migliorare la competitività aziendale.

A '4COMM' verranno poi presentate anche due case history di aziende locali, esempi di come il tessuto imprenditoriale bolognese, seppur in minima parte, si stia muovendo sul fronte del web partecipativo. Ad esempio, "Spreaker", social web radio dove tutti i contenuti sono realizzati dagli utenti, nasce dall'idea di quattro ingegneri bolognesi in seno ad AlmaCube, l'incubatore dell'Università di Bologna per favorire l'imprenditorialità di origine accademica. «Per farci conoscere, non abbiamo speso un euro — dice con orgoglio Francesco Baschieri, co-fondatore —, abbiamo solo utilizzato i social network. E contiamo già 300.000 pagine viste, oltre a quasi 800 trasmissioni radio create dagli utenti».

Organizzato da Cna, sabato e domenica

CORRISPONDENTE DI BOLOGNA 8/4/2010

Comunicazione, c'è «4comm»: la due giorni di blog e social network

Il web 2.0 e i social network sono luoghi di comunicazione e di marketing che calzano a pennello alle esigenze, e alle possibilità di spesa, della piccola impresa e dell'artigianato. Per questo la quarta edizione di 4comm, la due giorni dedicata alla comunicazione d'impresa organizzata da Cna il 10 e l'11 aprile, si concentrerà sul mondo dei blog e di piattaforme come Facebook e Twitter, all'insegna di campagne a basso costo e alto valore. Lo dimostrano storie come quella di

Spreaker, web-radio dove i programmi e i contenuti sono realizzati dagli utenti. Nata nell'ambito di AlmaCube da un'idea di quattro ingegneri bolognesi, Spreaker ha già oltrepassato in neanche cento giorni la soglia delle 300 mila pagine viste al mese. Senza aver speso un euro in pubblicità. «La crisi economica — spiega Claudio Mancini, coordinatore di 4comm — può diventare un'opportunità per le piccole aziende, che potranno scoprire e attivare strategie di comunicazione web-centriche,

mentre si assiste a un calo dei media tradizionali». Il salone che si terrà al Novotel di via Michelino vuole offrire, attraverso dibattiti, workshop e incontri, strumenti alle piccole imprese per utilizzare al meglio i nuovi media, le soluzioni tecnologiche più avanzate e le azioni di marketing più innovative. Durante le due giornate alcuni temi saranno approfonditi con esperti del settore.

R. B.

Da sabato la kermesse della Cna

Le piccole imprese studiano la comunicazione via internet



WEB e social network, soprattutto, ma anche fotografia e applicazioni per cellulari di nuova generazione come l'iPhone. Questi i temi al centro di "4comm", la due giorni che la Cna di Bologna dedica alla comunicazione d'impresa, prevista per sabato 10 e domenica 11 aprile al Novotel di via Mi-

chelino. «Le potenzialità di internet per le piccole e medie imprese sono enormi e ancora inesplorate - ha commentato il direttore Cna Massimo Ferrante (nella foto) - il terziario avanzato è uno dei pilastri della strategia anti-crisi e ci auguriamo che le politiche pubbliche investano risorse nella nuova comuni-

cazione». Ad aprire questa quarta edizione, che si rivolge ad un settore che conta oggi a Bologna su 5000 operatori tra professionisti e imprese, un incontro con il fotografo siciliano Fernando Scianna, sabato alle ore 11,15.

(s. sc.)

Cna «insegna» alle imprese come aumentare gli affari col web e i social network

Torna «4comm», appuntamento dedicato da Cna alla comunicazione d'impresa da realizzare utilizzando web e social network. Uno strumento fondamentale in un momento di grave difficoltà economica.

L'UNITÀ 8/4/2010

CHIARA AFFRONTA

BOLOGNA
caffronte@unita.it

La piccola e media impresa deve essere consapevole che senza il web e i social network si resta fuori dal mercato, oggi. Lo dice chiaro e tondo Cristiano Capelli, presidente dell'Unione Comunicazione e terziario avanzato di Cna Bologna, coordinatore del progetto 4.comm», appuntamento in programma sabato 10 e domenica 11 al Novotel di via Michelino 73 dedicato alla formazione e al dibattito su come utilizzare web e social network per marketing di impresa. Un vero e proprio salone della comunicazione soprattutto rivolta al cosiddetto web 2.0. e cioè a tutto ciò che permette una notevole interazione tra utente e sito. Ciò che serve al mondo dell'impresa, rappresentato nel territorio da circa 5.000 soggetti tra liberi professionisti e aziende iscritte alla Camera di commercio di Bologna, di cui 1.100 associate all'unione comunicazione e terziario avanzato di Cna.

NUOVI SCENARI

Ecco dunque come il web e la rete possono affiancare le imprese in un momento di grave difficoltà economica, aprendo agli imprenditori scenari che forse non stavano prendendo in considerazione per le loro aziende. Per questo largo spazio durante «4comm» (il sito internet www.4comm.it, ndr.) verrà dato alle

case history: dei veri e propri focus su aziende che hanno già intrapreso questa strada con risultati già di un certo rilievo. Interessante l'avventura di Spreaker (www.spreaker.it), la social web radio nata dall'idea di quattro ingegneri bolognesi con la passione per le radio libere degli anni 70. Se sull'etere ripetere l'esperienza è più difficile, oggi, sul web lo spazio è ancora aperto. «A costo zero euro possiamo già vantare 300mila pagine visitate e 800 trasmissioni radio create dagli utenti», riferisce uno dei co-fondatori, Francesco Baschieri. La web radio infatti permette a chiunque di creare una propria trasmissione radiofonica, sul tema che predilige, attraverso un software di semplice utilizzo. Grazie al collegamento con i social network come Facebook e Twitter la trasmissione potrà essere seguita in diretta, permettendo interazioni, o essere seguita in differita.

Altra storia su cui ci si concentrerà nel week end dedicato alla comunicazione di impresa è quello dell'azienda Universal market, che da 30 anni crea abiti, accessori e quindi stili di vita, prima nella sede di via Avesella e poi in quella di via Milazzo. In questo caso i proprietari del negozio hanno pensato ad una sorta di mostra virtuale (e poi anche fisica) creata grazie al contributo dei clienti. «Abbiamo chiesto loro di rovistare nell'armadio, scovare un oggetto nostro e mandarci la foto con un commento-ricordo legato a quell'acquisto», spiega Angela Moles. Tra gli ospiti illustri del salone della comunicazione Ferdinando Scianna, uno dei più noti fotografi italiani, per parlare di comunicazione e fotografia e Vincenzo Cosenza di Digital pr per spiegare come le nuove tecnologie possono migliorare la competitività aziendale. ♦

L'INIZIATIVA È IL DONAM



8/6/2010

La Cna organizza 4Comm

Per le imprese la salvezza può essere su Facebook

«Anche i prodotti di alta qualità non possono continuare a venderci da sé: nessuna azienda, oggi, può permettersi di non comunicare». È la convinzione di Cna di Bologna, che da anni investe in una due giorni dedicata alla comunicazione d'impresa. Nell'edizione di quest'anno, "4Comm" mette al centro il web e i social network, da Twitter a Facebook alle radio on line, nella convinzione che «le potenzialità del web per le piccole e medie imprese (pmi) siano enormi, e tuttavia in larga parte ancora inesplorate», fa notare il direttore Cna Massimo Ferrante. «Il terziario avanzato e le professioni ad esso collegate sono uno dei pilastri della strategia anti-crisi- ribadisce Fer-

rante - il nostro è un evento-simbolo, nella speranza che le politiche pubbliche investano risorse nel riposizionamento, che passa anche, e necessariamente, dalla nuova comunicazione». Come dire, il made in Bologna, e più in generale il made in Italy, ha bisogno di essere supportato, a maggiore ragione in un momento di difficoltà economiche. Il Salone della Comunicazione (Novotel di via Michelino, sabato 10 e domenica 11 aprile, ingresso gratuito) sarà dunque momento formativo e spazio aperto al dibattito, al confronto, allo scambio di esperienze nel campo della comunicazione integrata che comprende web, appunto, ma anche marketing, fotografia, fumetto.