

NOTE PER UN PROGRAMMA DI MANDATO

Candidato Presidente Giorgio Lugli

Queste sintetiche note intendono indicare le principali linee future di attività del quadriennio 2021-2025, sulla base di una sostanziale continuità con il mandato svolto tra il 2017 e il 2021, al fine di rafforzare gli obiettivi raggiunti, portarne a compimento altri e individuarne e realizzarne di nuovi.

In premessa va sottolineato il proseguimento del lavoro di tenuta e di miglioramento dei conti complessivi di CNA Reggio Emilia. Non solo Associazione e Servizi, ma anche le società partecipate e controllate Ecipar, Prefina, CNA Estero, Epos e Reggio Dati vedono bilanci più che in equilibrio anche per il 2020, nonostante la forte criticità dell'anno.

Un costante e progressivo sforzo che ha consentito al nostro sistema di poter affrontare l'emergenza Covid 19 (e le conseguenze che essa trascinerà anche nei prossimi anni) sulla base di una importante solidità economico-finanziaria.

Una emergenza Covid 19 che ha profondamente trasformato la società, l'economia, le relazioni tra le persone, le forme del lavoro e che lascia anche alla nostra Associazione molte riflessioni da approfondire, a partire dalle modalità di rapporto con gli associati, che probabilmente richiederanno ancora tempo per trovare risposte adeguate.

Punto di riferimento di CNA Reggio Emilia, oggi più che mai, deve essere quello di accompagnare e sostenere le nostre imprese, stando loro vicino, ascoltandole, cercando di dare una risposta ai loro quesiti e ai loro problemi e rappresentandole nelle sedi istituzionali.

Rimandiamo ai diversi documenti di rendicontazione dell'attività svolta tra il 2018 e il 2021 per dare testimonianza della massa di lavoro compiuta, in termini di aggiornamenti normativi, incontri tra imprese, appuntamenti in-formativi, approfondimenti tematici e relazioni istituzionali.

Il Piano Strategico 2018-2021 individuava cinque macro direttrici (**1. Le regole del mercato, 2. I fattori della competizione; 3. L'ambiente favorevole all'impresa; 4. Pensionati e cittadini, 5. L'Associazione**), a loro volta articolate in ulteriori aree tematiche (**1.1 Legalità, 1.2. Concorrenza sleale, 1.3 Credito; 2.1 Formazione, 2.2 Innovazione, 2.3 Internazionalizzazione, 2.4 Reti; 3.1 Semplificazione, 3.2 Appalti. 3.3 Infrastrutturazione. 3.4 Fiscalità locale**).

Questo impianto resta al centro della futura azione di CNA Reggio Emilia, così come la "misurabilità" della stessa. L'impegno, come si diceva, è di proseguire in questa direzione e di introdurre nuovi elementi.

Sotto il profilo "interno", la priorità sarà quella di accompagnare, sulla base delle novità statutarie, la nuova centralità dei Mestieri e la forte verticalizzazione che da essa deriva.

Contestualmente è riconosciuta l'esigenza di rafforzare l'iniziativa sulle aree territoriali, sul modello "pilota" costruito per l'Area Montagna, attraverso l'individuazione di progetti locali sostenuti da un impegno coordinato tra Direzione, funzionari dell'Associazione e responsabili dei servizi e replicabili sulle diverse zone della nostra provincia.

Analogamente dovrà essere riservata ai quattro Raggruppamenti di interesse, con particolare riferimento a CNA Industria, a partire dal documento approvato in Presidenza nell'ottobre 2020, così da cercare di rispondere alle esigenze delle imprese più strutturate, in termini di rappresentanza ma anche di servizi innovativi, capaci di andare oltre gli adempimenti.

Per quanto riguarda CNA Pensionati, la forte integrazione sperimentata a partire dal 2018 con EPASA e CNA Servizi ha prodotto ottimi risultati e va dunque confermata ed ampliata, così come le collaborazioni sul tema del welfare territoriale e dell'azione "sociale" della nostra Associazione.

Più in generale, si ritiene opportuno avviare, sul modello adottato da CNA Emilia-Romagna, tre Tavoli – dei Mestieri, dei Raggruppamenti di interesse e delle Aree territoriali – con l'obiettivo di una maggiore condivisione del lavoro svolto dalle singole

articolazioni del sistema e di un confronto più stretto con la Presidenza (in questo senso è ipotizzabile l'invito a rotazione dei ventuno Presidenti alle sedute della Presidenza stessa).

Importante sarà riprendere e rendere più sistematica la formazione dei dirigenti imprenditori, in particolare di coloro che per la prima volta, nell'ambito del percorso elettivo 2021, sono chiamati a rivestire ruoli di responsabilità all'interno dell'Associazione.

Altro aspetto rilevante è proseguire nell'opera di integrazione tra Associazione e Servizi e tra Associazione e società partecipate, a cominciare da ECIPAR, il nostro ente di formazione, che anche grazie alla nuova governance delineata nel 2018 e alla creazione dell'Area education, è ora assai più inserito, rispetto al passato, nelle strategie e nelle azioni del sistema CNA.

Ancora, il tema del tesseramento, in considerazione della progressiva riduzione del numero delle imprese attive nella nostra provincia e di una generale flessione nell'appeal delle associazioni imprenditoriali. In questo senso occorrerà sviluppare un approccio organico che veda il pieno coinvolgimento, insieme a Mestieri e Servizi, dell'area marketing e dell'area comunicazione.

Una ulteriore attività da promuovere riguarda la tutela e la valorizzazione dell'identità e della memoria dell'Associazione: purtroppo il 75° anniversario della costituzione di CNA Reggio Emilia è caduto in un anno molto complicato, ma l'obiettivo di una sistemazione degli archivi dell'Associazione e della costruzione di un repertorio di interviste ai suoi "veterani" resta invariato.

Sotto il profilo esterno, si deve in primo luogo proseguire e rafforzare l'azione di relazione con le istituzioni e la presenza dell'Associazione nelle sedi pubbliche del confronto e della decisione.

Un argomento di grande rilievo – anche in chiave di relazione con le CNA dell'Emilia occidentale – è il processo di accorpamento delle Camere di commercio di Piacenza, Parma e Reggio Emilia, così come trovare nuove forme di collaborazione e

coordinamento – alla luce dello scioglimento a fine 2020 di Rete imprese Italia – con le altre Associazioni di rappresentanza della piccola e media impresa.

Infine sarà fondamentale riprendere l'organizzazione di iniziative pubbliche "istituzionali" e un'azione sistematica in materia di comunicazione "esterna", via social e tradizionale, sul modello della campagna "CNA c'è" di fine 2019, per promuovere e rafforzare l'immagine e la presenza dell'Associazione presso i media, i cittadini, gli artigiani.