



Non sono passati poi così tanti mesi da quando molti rappresentanti delle istituzioni (di varia natura) scagliavano anatemi contro i social network, Facebook e altre “amenità” 2.0. Qualcuno, stenta ancora a capirne i valori, le innumerevoli risorse e possibilità. Qualcun altro non si è ancora deciso ad allargare il proprio canale di shop-on-line al mercato italiano perché *“tanto solo all'estero acquistano in rete”*

. Nel frattempo...

Nel frattempo una delle più importanti risorse del Paese sta dimostrando, ancora una volta, perché viene considerata tale. La piccola e media impresa sta infatti dimostrando una incredibile reattività, soprattutto negli ultimi mesi, nel recepire in modo dinamico le opportunità del web. Non si tratta tanto di adeguamento, anche se è inevitabile soprattutto in alcuni settori, una sorta di emulazione per i modelli rappresentati dalle grandi imprese. Si tratta di innovazione. Quello che molte PMI stanno scoprendo è l'aspetto creativo dei nuovi mezzi di comunicazione e le attività che vengono proposte sono spesso ricche di valori e contenuti. Aiutati, in questo, da una serie di possibilità che aumentano e migliorano di giorno in giorno, oggi le PMI hanno a disposizione soprattutto la possibilità di esprimersi in modo “grande” e competitivo, di liberare le idee e la creatività così come hanno sempre sognato, dimostrando (se mai ce ne fosse stato bisogno) che anche questo aspetto dell'innovazione rappresenta una fondamentale fonte di crescita e di sviluppo. Inoltre, tutto il movimento creatosi, ha dato vita ad ulteriori PMI impegnate ad evolversi esse stesse nello sviluppo di applicazioni web di varia natura: per la gestione e realizzazione di siti internet con gli innumerevoli template creati da Joomla (come fa Neonevis, piccola realtà pisana ma numero uno del settore e protagonista all'ultimo Joomla Day); per le applicazioni smartphone, per la connettività (come quella innovativa e “libera” proposta da Freemax), per la web communication (come il BarCamp “Pane, Web e Salame”) e lo sviluppo di canali social ad alto contenuto valoriale (come Essedicom che ha realizzato con l'Osservatorio Italiano Giovani Editori, Corriere della Sera, Sole 24 Ore e QN il progetto “Il Quotidiano in Classe”, che coinvolge i ragazzi delle scuole medie e superiori che possono cimentarsi per la prima volta nel vero giornalismo di inchiesta pubblicando articoli che potranno essere votati e commentati e che confluiranno [desi mallu young xxx](#)

anche nel sito

www.ilquotidianoinclassa.it

). Insomma, una vera rivoluzione che muove dal basso e che spesso è fonte di ispirazione per i “fratelli maggiori”. Non a caso, nella Regione Lombardia, è stato lanciato un progetto pilota chiamato PMI 2.0 per certificare le aziende del settore che rientrano negli standard della comunicazione 2.0. Ovvero, “siamo tutti delle grandi imprese”. Quello che ne emerge è che (per citare una vecchia pubblicità che proprio di tecnologia parlava) non occorrono “effetti speciali e colori ultravivaci”, ma contenuti innovativi, idee semplici e brillanti che conquistano il cuore, in senso lato, delle persone: perché è lì che nasce la condivisione, è lì nello sharing che si sviluppa il business.

Emerge anche un altro dato: che forse sempre più persone si sono stancate di sentire il rumore del mare all'interno di contenitori che dovrebbero essere sempre diversi e si rivelano invece scatole vuote tutte uguali, conchiglie tutte erose dal mare. Ed è qui che le PMI hanno un valore aggiunto, perché possono mostrare i propri “valori incontaminati” al mondo, possono esprimere la passione per ciò che fanno senza filtri, possono presentare progetti che, grazie anche all'abbattimento dei costi, riescono a creare valore sociale, possono dedicarsi alla comunità contribuendo alla sua crescita. Inevitabilmente, e per fortuna, anche le big company si stanno accorgendo di questa nuovo corso “ethically correct” e sono sempre di più quelle aziende che propongono contenuti che sono trasversali al prodotto e, quindi, creatori di interesse, cultura, bellezza, valori, semplicità. Insomma, alcune delle pietre miliari che stanno alla base di quel Made in Italy che le PMI da sempre conoscono bene.