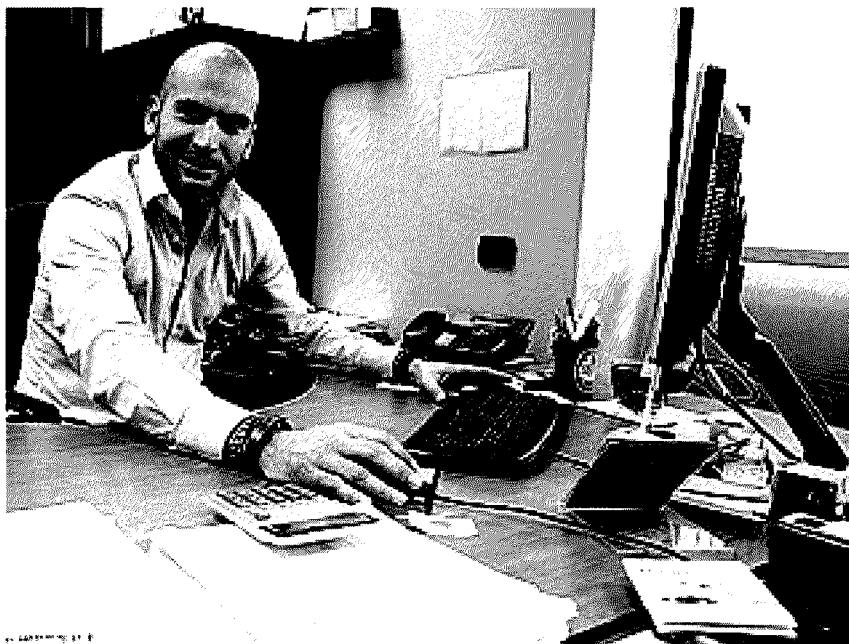


Imbianchino e falegname tra gli amici su Facebook «L'artigiano va in vetrina»

Venti giovani al corso che avvicina alla rete le imprese tradizionali

MONZA Come ti salvo l'azienda con un blog. Eccolo, in sintesi, il senso del corso avviato ieri mattina dalla Camera di commercio di Monza dal titolo «Tecnico di marketing digitale per Expo 2015». Oltre 400 ore di lezione sui più moderni sistemi di comunicazione (dall'uso dei social forum come Facebook all'allestimento di un sito internet) al termine delle quali dagli uffici di piazza Cambiaghi 9 usciranno 20 ragazzi under 35 pronti a fornire la loro consulenza alle aziende del territorio. E non solo a quelle che già operano nel settore (in Lombardia sono 2.300), ma anche alle botteghe artigiane che con il mondo del web non hanno mai avuto troppa confidenza.

I giovani — tutti professionisti selezionati dalla Camera proprio in base alle loro competenze — diventeranno dei veri e propri esperti della comunicazione 2.0. Le imprese interessate ad avvalersi della loro collaborazione potranno fare domanda alla Camera di commercio. «In questi ultimi anni abbiamo assistito a grandi cambiamenti sotto il profilo della comunicazione — spiega Alessandro Scaccheri, il funzionario della Camera di commercio che ha seguito l'allestimento del corso — e oggi, per non perdere il treno ed evitare di rimanere indietro rispetto ad altri mercati, è necessario assimilare le regole che governano il marketing moderno. Il mondo dell'imprenditoria locale ha un'età media molto alta e soffre di un digital divide molto forte». Un vuoto che, secondo la Camera di commercio, va colmato velocemente. I 20 ragazzi inseriti nel corso potranno essere richiesti per uno stage di almeno 25 giorni a partire da novembre, quando



Rilancio
Diego Mulfari, ieri a Besana Brianza: con una pagina Facebook ha salvato l'azienda del padre, imbianchino (Foto Radaelli)

finirà il corso. Il loro compito sarà di spiegare al titolare di un'azienda di medie dimensioni, così come all'idraulico con un solo collaboratore, come impostare una pagina su Facebook o aprire un account Twitter. Oppure come aggiornare un blog o organizzare un sito internet nel quale, sfruttando i criteri dello storytelling, magari lanciare un nuovo prodotto. Per superare l'innata diffidenza del mondo imprenditoriale più abituato a fare a che a parlare, Camera di commercio ha inserito fra i corsisti Diego Mulfari, 30 anni, laureato in editoria multimediale all'università statale di Bergamo, figlio di un imbianchino di Besana Brianza. Un paio d'anni fa l'azienda era sull'orlo del fallimento, ma Diego, grazie alla sua esperienza nel mondo della comunicazione digitale, l'ha salvata. «Ho cercato di sfruttare fino in fondo le mie conoscenze — spiega —. Ho anche aperto una pagina Facebook dove pubblica-

L'iniziativa

● **Qualifica**
«Tecnico di marketing digitale per Expo 2015» è il titolo del corso organizzato dalla Camera di Commercio di Monza e partito ieri

● **Lezioni**
Sono previste 400 ore di insegnamenti rivolto a venti giovani sotto i 35 anni, che diventeranno consulenti

mo foto dei nostri lavori e aggiorniamo quotidianamente un blog». Offre per esempio suggerimenti su come scartavetrare le persiane di casa, contando poi sul ritorno d'immagine. «Internet — dice — si muove

Contatti

La pagina dell'impresa di famiglia ha avuto oltre 80 mila visitatori in due anni

sulla logica della condivisione e della solidarietà». In due anni ha totalizzato 80 mila visitatori



ed è riuscito a conquistare nuovi clienti anche oltre oceano: un italiano residente da anni a Toronto per motivi professionali l'ha trovato online e gli ha affidato il compito di imbiancare la sua casa di Seregno.

Riccardo Rosa