



# Comunicato Stampa



## Internet e Social network tra le imprese pisane

*Facebook è la piattaforma più utilizzata, seguono Twitter e Instagram e LinkedIn. Vietato improvvisare.*

**Pisa, 1 dicembre 2016.** Il 37% delle imprese della provincia di Pisa possiede un proprio sito internet mentre un 32% è presente sui social network. Tra i settori dove l'utilizzo del sito internet risulta particolarmente diffuso troviamo, con oltre metà delle imprese che lo posseggono, quello degli **altri servizi** (attività professionali, servizi di trasporto, di informazione, finanziari, immobiliari e di noleggio) seguiti dal **turismo** (46%), dall'**industria** (44%) e dall'**agricoltura** (40%).

Per quanto riguarda i social network spicca soprattutto il **turismo** (qui il 67% delle imprese è presente sui social) seguito dall'**agricoltura** (il 37%), dagli **altri servizi** (35%), l'**industria** (30%) ed il **commercio** (28%). Fanalino di coda, in ambito social, le **costruzioni** dove solo 18 aziende su 100 gestiscono un canale. Questi, in sintesi, i principali risultati, diffusi oggi dall'Ufficio Studi della Camera di Commercio di Pisa, di un'indagine flash realizzata su di un campione di 400 imprese appartenenti a tutti i settori e tutte le dimensioni della provincia di Pisa.

### ***Per operare in rete occorrono preparazione e risorse dedicate***

Il presidio della rete internet attraverso un sito o i social risulta direttamente proporzionale alla dimensione aziendale. Se infatti meno del 30% delle aziende con 1-2 addetti possiede un sito o un canale social attivo, per le imprese con 10 e più addetti tale percentuale sfiora il 50% per quanto riguarda i social ed addirittura il 66% per quanto concerne il sito internet. In altre parole per l'implementazione ed il mantenimento dei canali sul web è necessario un certo impegno in termini di personale ed economico. Infatti, pur essendo molteplici le opportunità offerte dalla rete è fondamentale non improvvisare ma prepararsi e dedicare tempo e risorse all'attività. Anche operare con clienti esteri spinge le imprese a lavorare attivamente sul fronte del sito e dei social. Se infatti tra le imprese che non hanno contatti con l'estero la quota di chi possiede un sito si ferma al 31% e quella di chi ha attivato un social al 27%, chi opera con l'estero evidenzia invece un'incidenza più che doppia.

### ***Fra i social Facebook davanti a tutti, ogni impresa deve però scegliere il più adatto al proprio business***

Facebook, tra i social network, occupa una posizione estremamente importante tra le imprese della provincia di Pisa. Su 100 aziende che hanno attivato e gestiscono almeno un canale, infatti, ben 92 fanno uso della piattaforma di Mark Zuckerberg. Molto più distanti troviamo invece Twitter (con il 17%) seguito da LinkedIn e Instagram entrambi con il 12%. Molto più indietro, invece, Google+ e YouTube.

Come era lecito attendersi, data la natura generalista della piattaforma, Facebook occupa una posizione predominante all'interno di tutti i settori economici della provincia di Pisa.

Twitter, altro social generalista, risulta particolarmente diffuso tra le aziende del settore degli **altri servizi** (il 34% per cento di quelle che gestiscono almeno un social). Questo, probabilmente in ragione, del fatto che in questo settore si svolgono attività dove si debbono condividere o rilanciare notizie, segnalare eventi, informazioni di pubblica utilità e sui servizi erogati, campagne informative.

Anche LinkedIn, il social dedicato ai professionisti ed al mondo del lavoro qualificato, risulta piuttosto diffuso tra le imprese del comparto **altri servizi** ma anche nell'**industria** (con il 19%). Proprio questi settori, infatti, possono sfruttare al meglio questa piattaforma nella quale non solo le

imprese raccontano quali soluzioni di *business* offrono ai clienti, ma dove possono incontrare, seppur digitalmente, persone e aziende che potenzialmente potrebbero assumere o diventare *partner* d'affari.

Tra i social che le imprese pisane utilizzano troviamo anche la piattaforma per le immagini Instagram. Anche in questo caso, le aziende operanti negli **altri servizi** (con il 22%) risultano tra le maggiori utilizzatrici mentre molto limitato è l'uso fatto da imprese che con i video e le immagini potrebbero invece aumentare l'interazione con la clientela attuale e potenziale come il **commercio**, il **turismo** ma anche l'**agricoltura**.

Il canale YouTube sembra rappresentare per le **costruzioni** e gli impiantisti un modo per mostrare ai potenziali clienti non solo come lavora l'azienda ma anche come effettuare alcune semplici riparazioni domestiche accrescendo così la propria popolarità.

### **Il commento di Valter Tamburini, Presidente della Camera di Commercio di Pisa**

*“I dati dell’indagine sull’utilizzo della rete da parte delle imprese pisane – afferma il Presidente della Camera di Commercio di Pisa, Valter Tamburini - segnalano un interesse verso le opportunità offerte da queste tecnologie che dobbiamo comprendere ed incrementare all’interno del sistema economico locale. La Camera di Commercio di Pisa – continua Tamburini – non solo è già impegnata ad utilizzare questi nuovi strumenti ma fornisce alle imprese del territorio, attraverso l’Azienda Speciale Assefi, una serie di percorsi formativi estremamente pratici dove apprendere i fondamenti dell’economia digitale e l’uso corretto delle piattaforme social. E’ infatti importante sia attivare i social “giusti” per la propria impresa sia presidiarli in modo corretto e professionale curando in particolar modo il rapporto con il cliente. Insomma, sui social non ci improvvisa.”*

Info

E-mail: [comunicazione@pi.camcom.it](mailto:comunicazione@pi.camcom.it)

Tel. 050-512.294 – 234 - 319

Web: [www.pi.camcom.it](http://www.pi.camcom.it)