



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

Tel. 050-512.294 – 234 - 319

Web: www.pi.camcom.it