



I Social Media in Italia e in Europa Prime differenze di utilizzo con la realtà cinese

Angelo Di Gregorio

CRIET Centro di Ricerca
Interuniversitario
in Economia
del Territorio

Milano, 14 dicembre 2017
Assolombarda Confindustria
Milano Monza e Brianza

La diffusione dei social media a livello mondiale



Tasso di penetrazione

- In **Italia 52%**
della popolazione
(31 milioni)

- In **Cina 57%**
della popolazione
(787 milioni)

A livello europeo i social media sono una delle leve digitali a disposizione delle aziende



SITO INTERNET AZIENDALE	ACCOUNT/ PAGINA FACEBOOK	ACCOUNT TWITTER	CANALE YOUTUBE	ACCOUNT LINKEDIN	SITO E- COMMERCE	ALTRI SOCIAL MEDIA	SERVIZI DI CLOUD COMPUTING	ACCOUNT INSTAGRAM
-------------------------------	--------------------------------	--------------------	-------------------	---------------------	---------------------	--------------------------	----------------------------------	----------------------

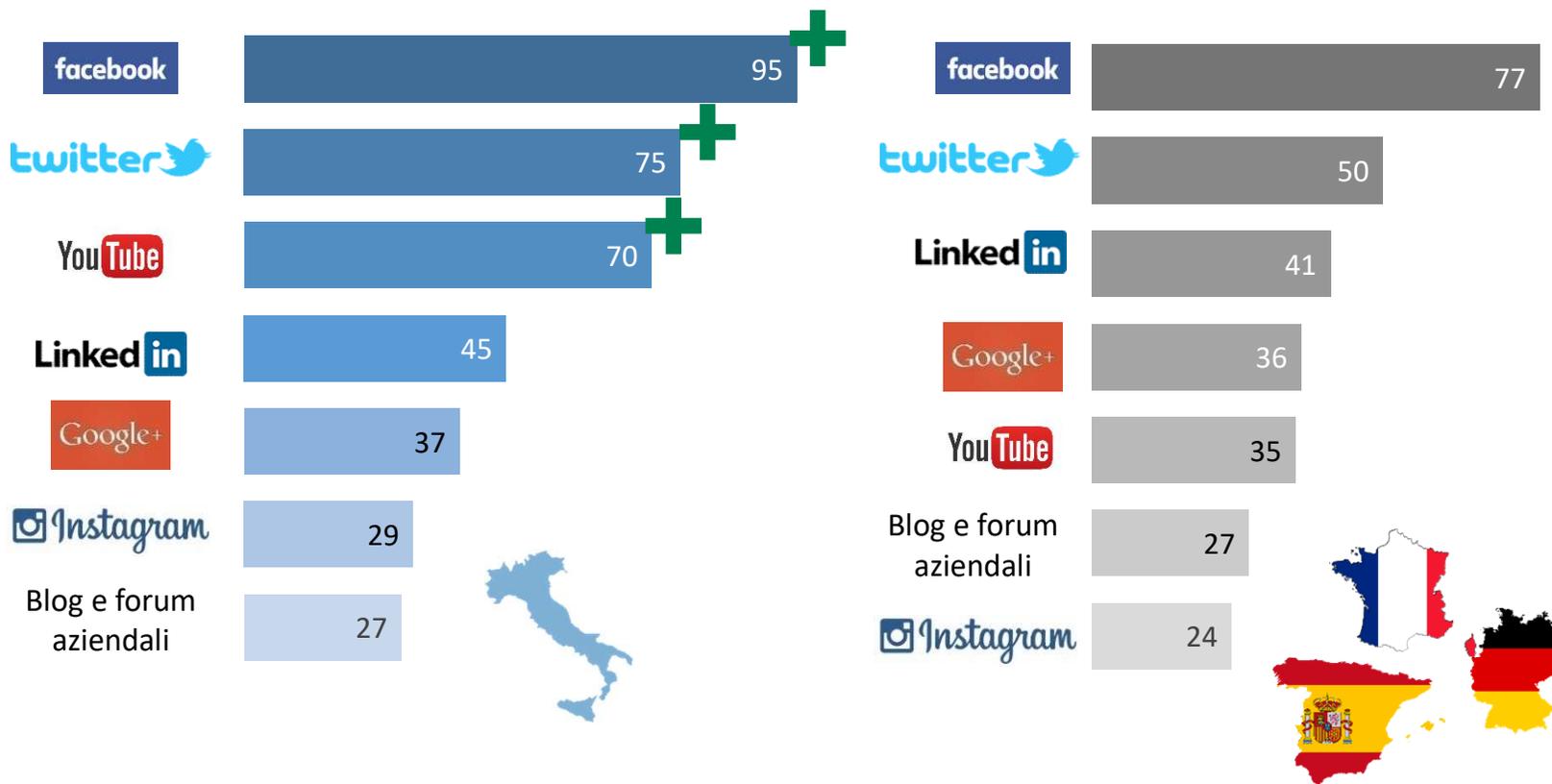
In **ITALIA** in media **5** differenti canali digitali

Negli **ALTRI PAESI** in media **4** differenti canali digitali

La
MULTICANALITÀ
è diventata **realtà**



A livello europeo Facebook si conferma il più utilizzato...ma gli altri social incalzano



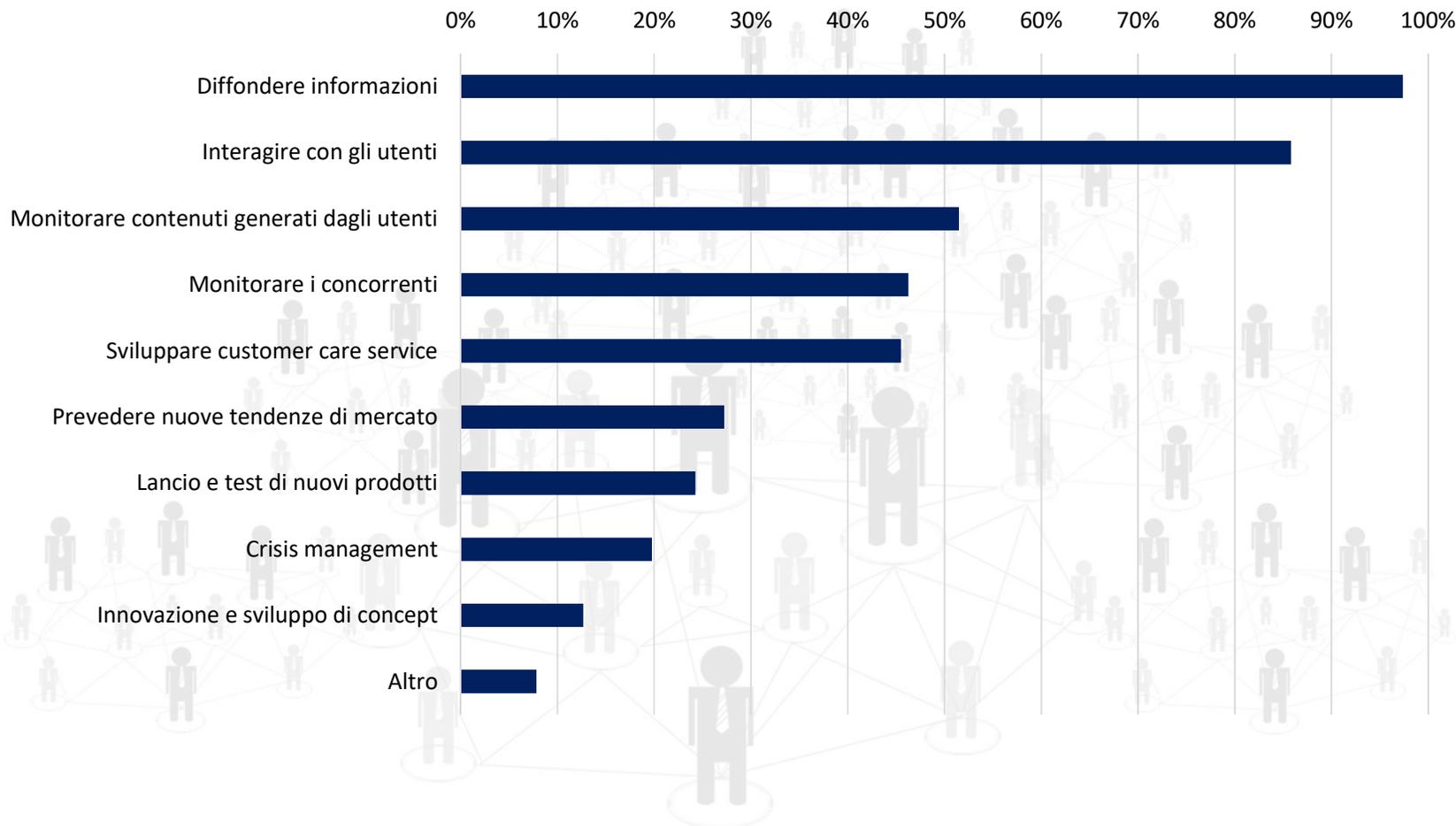
Fonte: Osservatorio Social Media, CRIET, LeFac, Ipsos, 2016

Considerando l'insieme dei **professional network**:

- in **Italia** il **45%** (solo LinkedIn)
- all'**estero** il **52%** (Viadeo in Francia e Xing in Germania)

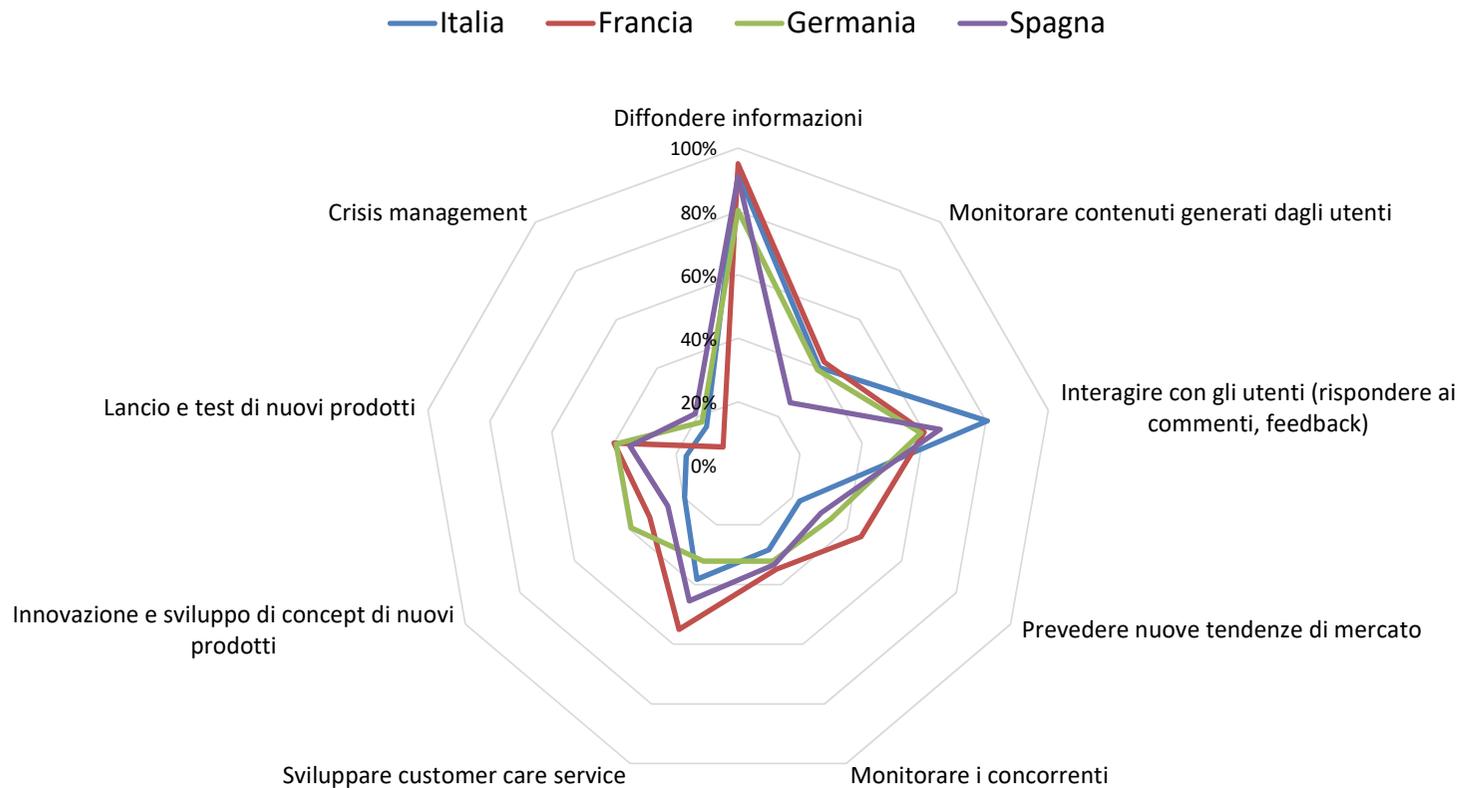
VALORI PERCENTUALI

In Italia i social media sono utilizzati per molteplici attività...



Le imprese si focalizzano soprattutto sull'**interazione** e la **relazione con il cliente**

Attività svolte attraverso i social media - Confronto tra Paesi



Interazione
con gli utenti

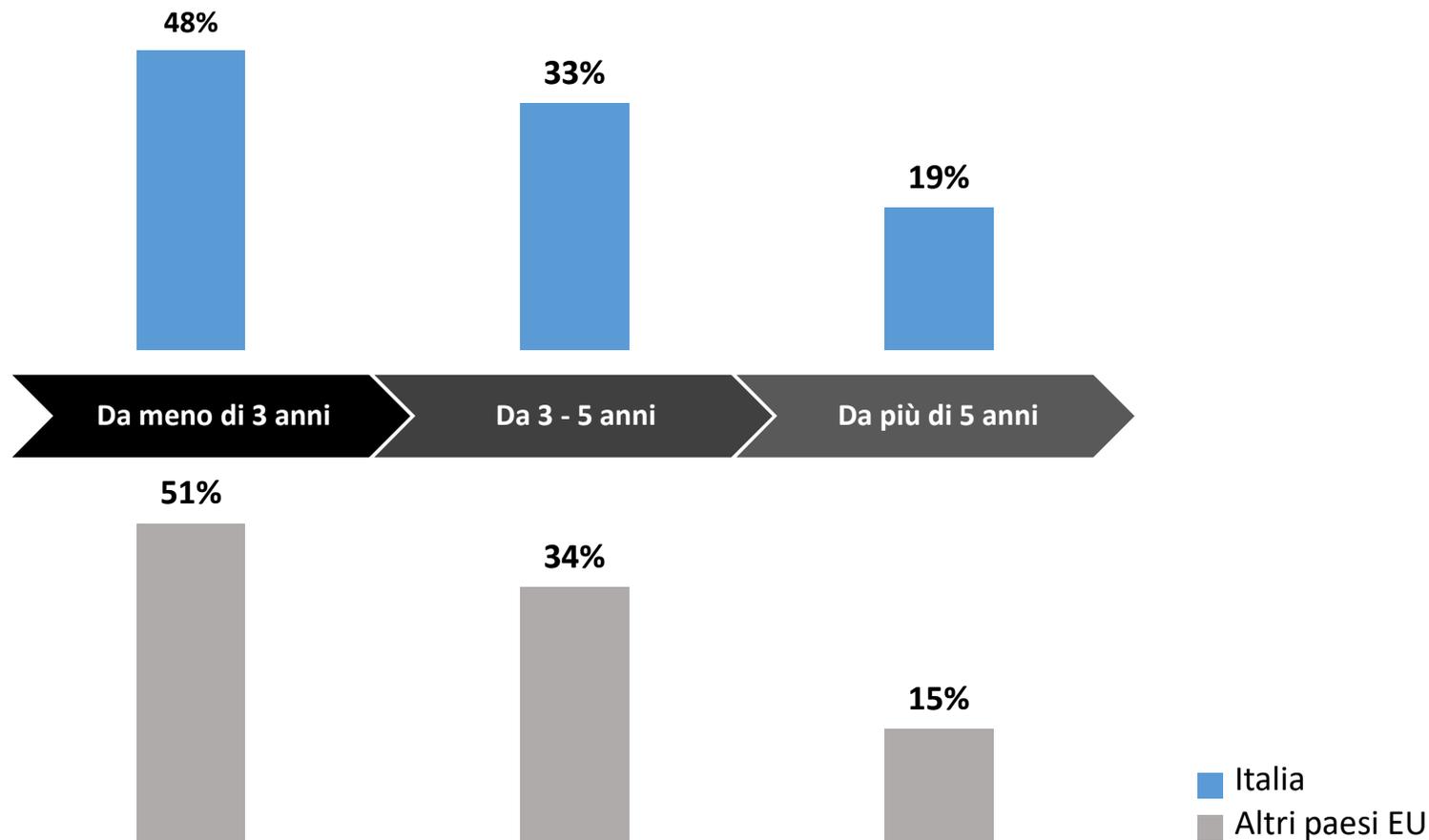


Customer
care



Innovazione e
sviluppo

I social media in azienda: una crescita costante giunta a maturità negli ultimi 3 anni



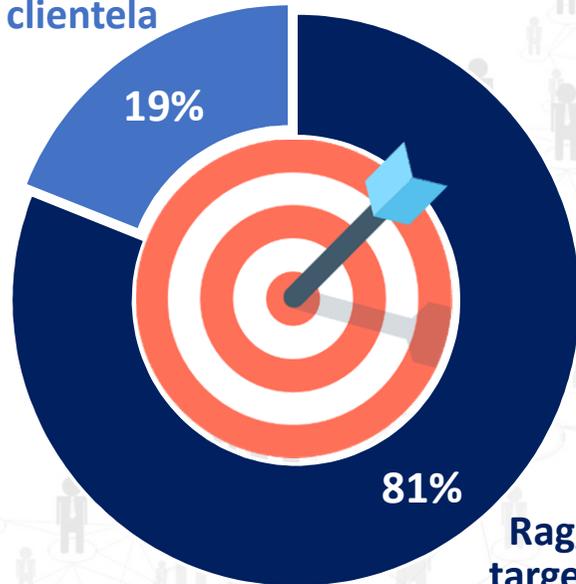
Fonte: Osservatorio Social Media, CRIET, LeFac, Ipsos, 2016

In media da **3,5 anni**

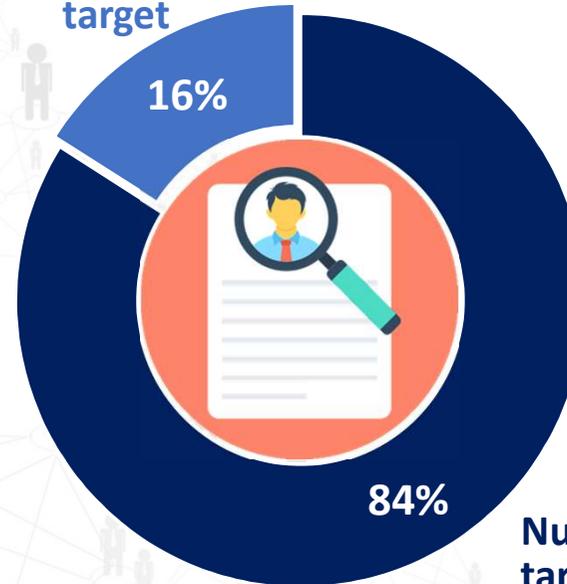
In media da **3,4 anni**

Quali obiettivi si prefiggono le imprese attraverso l'uso dei social media?

Raggiungere l'intera clientela



Stessi target



Raggiungere target specifici

Nuovi target

La **comunicazione**
è sempre più
multicanale
I **social** sono
complementari
agli altri canali di
comunicazione



I social media in Cina
Il ruolo di WeChat

Anche in Cina i social media sono un'importante leva digitale per le aziende



787 mln

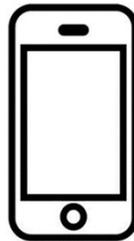
Utenti social media

57%

penetrazione
popolazione totale

+20%

rispetto al 2016



1,076 mln

Utenti mobile attivi

78%

penetrazione
popolazione totale

+1%

rispetto al 2016



787 mln

Utenti social mobile

57%

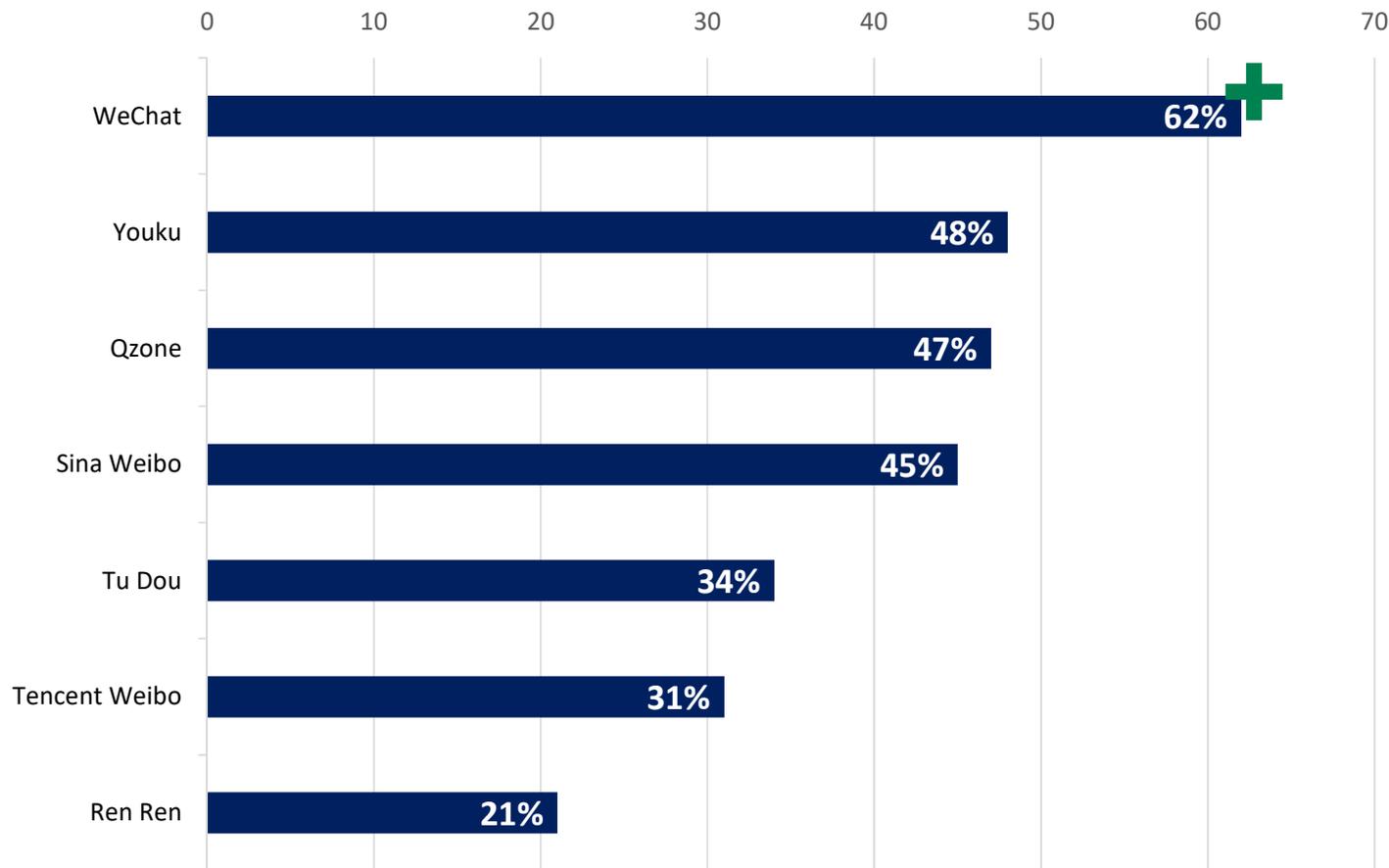
penetrazione
popolazione totale

+36%

rispetto al 2016

I **cinesi** utilizzano
sempre più
i social media
e per farlo ricorrono
sempre più spesso
ai **device mobili**

Tra le piattaforme social più utilizzate WeChat si posiziona al primo posto



Fonte: We are social, 2017

Oltre a conoscere la **cultura** di un Paese, occorre individuare le **piattaforme** più usate e il loro **funzionamento** per adattare al meglio le strategie di comunicazione

WeChat offre molteplici opportunità per le imprese



10 mln

Account ufficiali
imprese attive
su WeChat



31%

Imprese
che usano WeChat
per l'e-commerce



+23%

Transazioni mensili
tramite WeChat
rispetto al 2016

Vantaggi di WeChat per le imprese



**Customer
care**

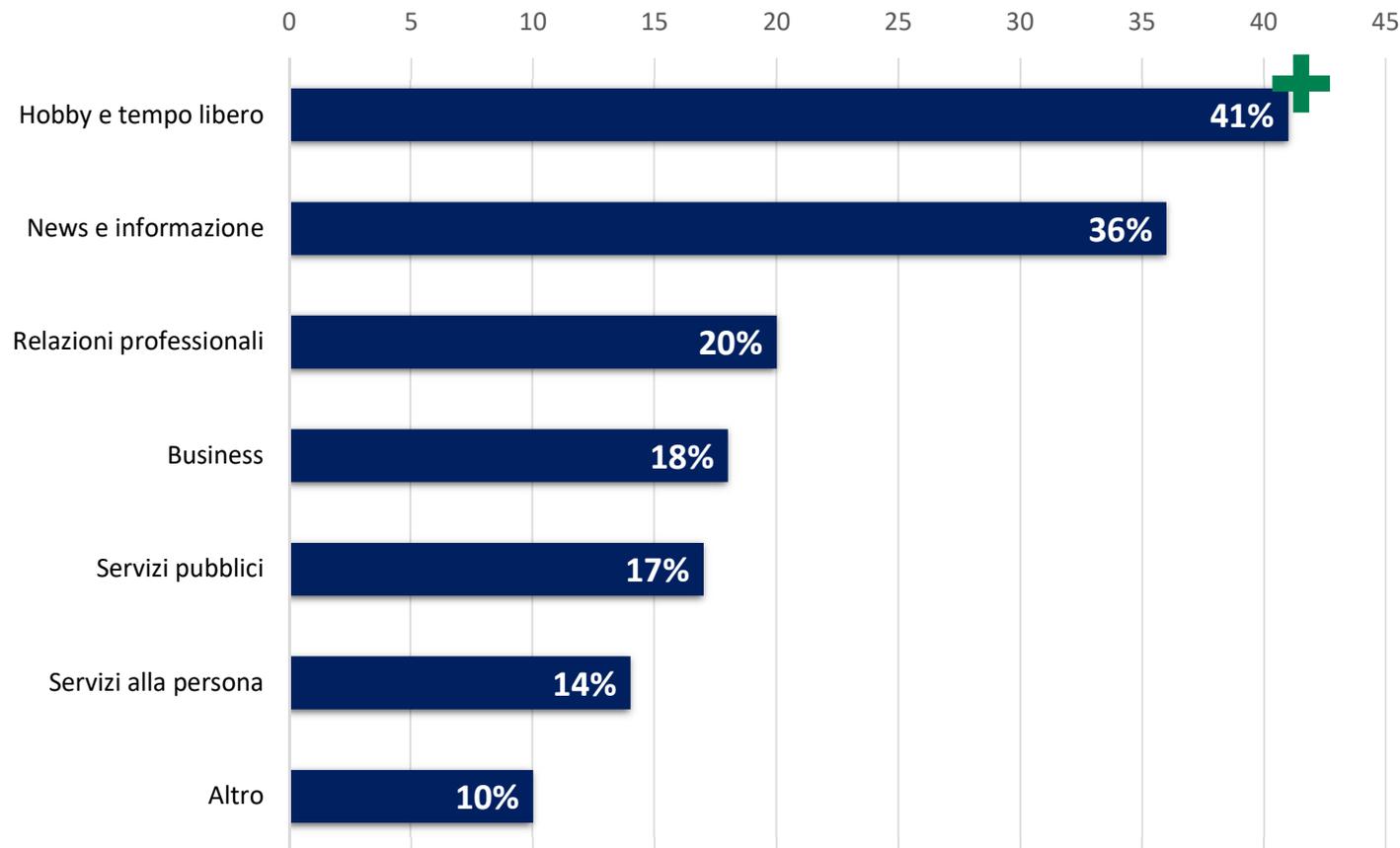


**Comunicazione
one-to-many
& peer-to-peer**



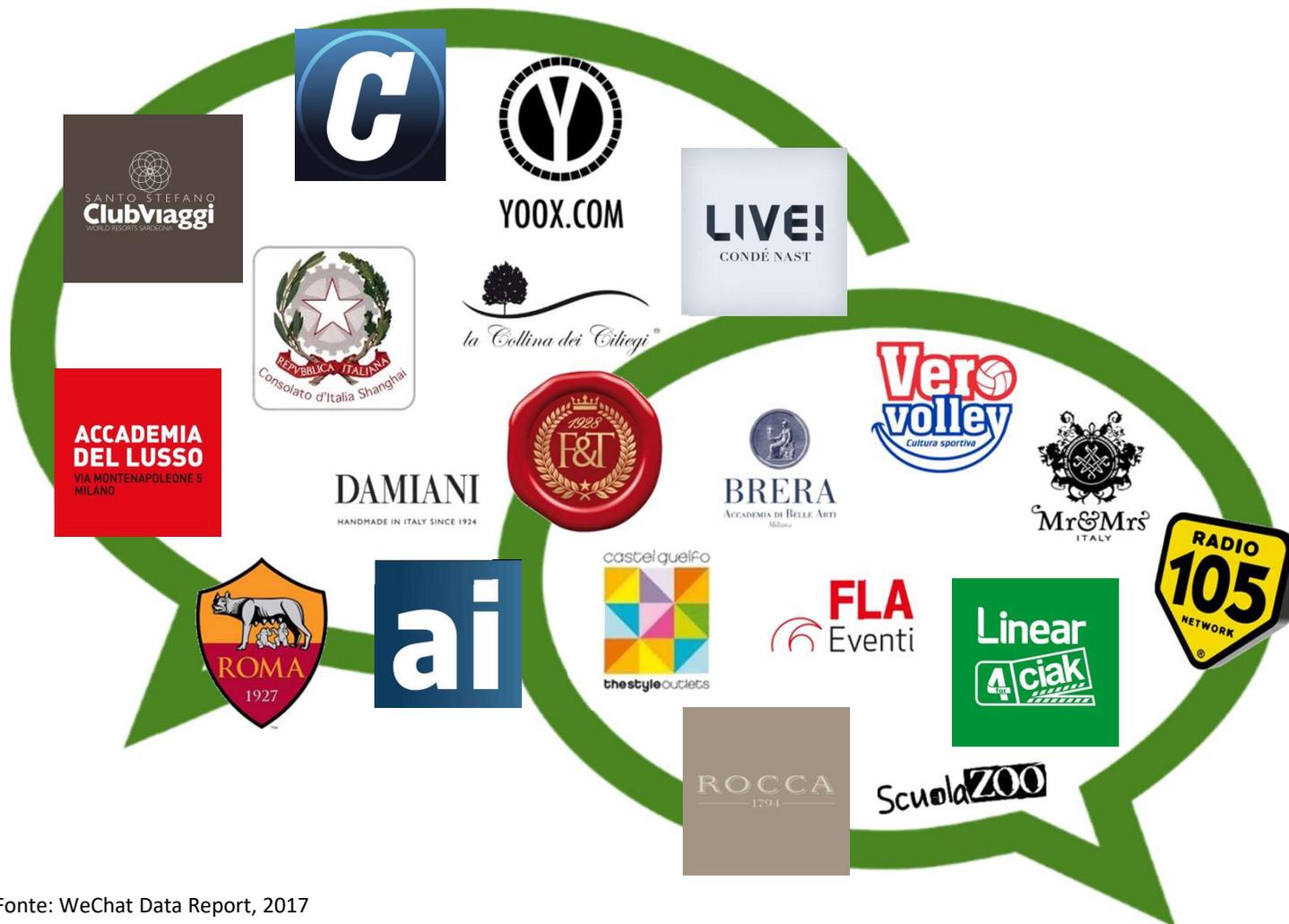
**Acquisti
online**

Gli utenti utilizzano WeChat per seguire le imprese dei settori...



Fonte: China Academy of Information and Communications Technology, 2016; Pinguin Intelligence, 2017

I top account ufficiali italiani su WeChat



Le **aziende italiane**
che hanno un account
ufficiale sui social network
cinesi sono numerose

Tra esse spiccano le
eccellenze italiane
nel settore alimentare,
dell'arte e della moda