INDAGINE CONOSCITIVA

sull'UTILIZZO dei SOCIAL MEDIA

nelle IMPRESE ARTIGIANE BRESCIANE

Associazione Artigiani

Centro Studi di Documentazione e Ricerca
Lino Angelo Poisa

METODOLOGIA del SONDAGGIO

DATA INTERVISTE	19.04.2022 al 28.04.2022
OGGETTO DEL SONDAGGIO	Indagine Relativa all'Utilizzo dei Social Media nelle Imprese Artigiane della Provincia di Brescia
UNIVERSO DI RIFERIMENTO	Artigiani della Provincia di Brescia al 31.12.2021 N° 33.330
CAMPIONE DEFINITO	Stratificazione proporzionale di Associati all'Associazione Artigiani.
RAPPRESENTATIVITÀ	Campione effettivamente oggetto dell'intervista

MARGINI DI ERRORE	Relativo ai risultati dell'indagine +/-3,1% sul totale degli intervistati pertinente agli errori standard e/o sistemici
NUMEROSITÀ CAMPIONATA	N°500 Imprese Artigiane associate all'Associazione Artigiani
INQUADRAMENTO	In grado di assicurare una totale e bilanciata copertura dell'intera città di Brescia
METODOLOGIA	Metodo Sistemico nel rispetto del principio casuale-probabilistico
TIPOLOGIA DELLA DOMANDE	➢ Nella Sua Attività utilizza i Social Media e l'e-commerce ➢ Quali Social vengono impiegati

SINTESI DELL'INDAGINE

Negli ultimi 5 anni, ed in particolare nel periodo del Lockdown, gli italiani hanno cambiato le abitudini di acquisto passando dall'acquisto in negozio a quello virtuale, rendendo sempre più interessante per i produttori di beni e servizi la proposta tramite i social media marketing.

Tra i vantaggi della vendita online vi è la stima immediata dell'andamento delle vendite di beni o servizi e la misurabilità del gradimento degli stessi. Nel Comparto Artigiano gran parte dei Settori possono beneficiare di questa vasta occasione di ampliare, attraverso l'acquisizione di nuove quote di mercato, il numero dei clienti. Il contatto attraverso i Social ha il vantaggio dell'immediatezza nonché la possibilità di accostare nuovi clienti in ogni parte del mondo abbattendo le barriere della distanza e rivolgendosi a coloro che dalle imprese artigiane cercano sia un servizio che un prodotto di nicchia.

Anche le Imprese Artigiane quindi hanno iniziato un percorso di comunicazione con i loro clienti o potenziali tali non solo fisicamente ma anche in modalità virtuale. Il web sfrutta la possibilità di ridurre i tempi e investimenti della promozione rispetto al contatto tradizionale. Nel caso delle imprese artigiane, pur realizzando prodotti e servizi di altissima qualità risultano, tranne in poche eccezioni, essere sconosciute.

Sono in particolare i giovani imprenditori artigiani che hanno aperto la strada ad un nuovo modo di proporsi sul mercato, le nuove generazioni subentrate nell'azienda paterna, anche grazie a maggiore competenza e conoscenza della tecnica dei social, hanno saputo cogliere le grandi opportunità che offre la rete. Dall'Indagine emerge infatti che il maggior utilizzo si riscontra in quelle Aziende dove il titolare è nella fascia d'età 25-45 anni.

Nonostante questa maggior attenzione verso i Social Media, dai dati raccolti in una nostra precedente Indagine è emerso che il processo di Digitalizzazione delle Imprese italiane resta ancora molto lento rispetto alla media europea in particolare nelle Piccole Imprese, impedendo di fatto di beneficiare a pieno delle enormi potenzialità che il commercio elettronico offre. L'Italia infatti è al ventiquattresimo posto sui 27 Paesi UE e solo il 10,00% delle Pmi italiane possiede un e-commerce attivo contro la media europea del 17,00%.

Per quanto riguarda le Aziende Artigiane Bresciane intervistate solo il **6,00%** ha attivato la vendita online, nello specifico l'e-commerce è presente nel Settore **ALIMENTARE, TESSILE, EDITORIA, MECCANICA** (Settore Armiero).

Di contro alla luce della presente Indagine emerge che le Imprese Artigiane bresciane risultano nella maggioranza dei casi sempre più dinamiche e attive circa l'utilizzo dei Social Media nell'attività d'Impresa.

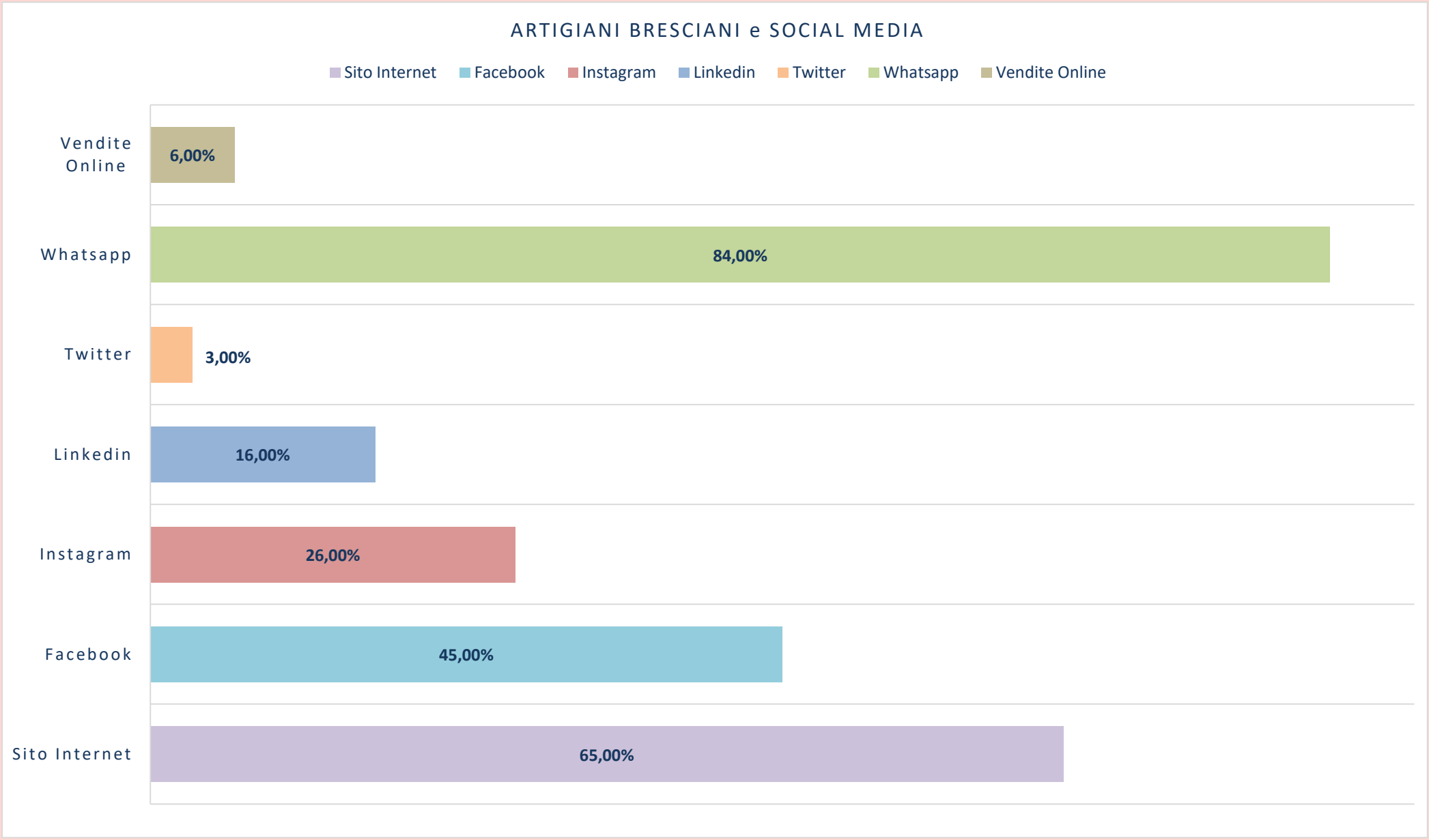
Sono cinque i Social più utilizzati dalle Imprese Artigiane bresciane: ***Sito internet*** utilizzato dal 65,00%, ***Facebook*** 45,00%, ***Instagram*** 26,00%, ***Linkedin*** 16,00% e ***Twitter*** 3,00%. Inoltre l'84,00% degli intervistati dichiara di utilizzare regolarmente ***Whatsapp*** oltre che per l'attività anche privatamente.

Nello specifico è il Sito Internet lo strumento più utilizzato in particolare nella MECCANICA 83,00% e ALIMENTARE 79,00%, segue Facebook nell'ALIMENTARE 56,00% e SERVIZI VARI 55,00%, Instagram nei Settori ELETTRICO 33% e SERVIZI VARI 32,00%, Linkedin Settore MECCANICA 28,00% seguito dai Settori EDILIZIA ed EDITORIA con il 27%, infine Twitter utilizzato come abbiamo detto da una media di solo il 3,00% delle imprese intervistate.

In definitiva le Attività più presenti in Media nei quattro Social più utilizzati dagli Artigiani Bresciani sono: **MECCANICA** 37,60%, **EDITORIA** 37,00%, **ALIMENTARE** 36,20% e **TESSILE** 34,00% che peraltro convergono con i Settori che hanno attivato, anche se in modalità ridotta, l'e-commerce.

ARTIGIANI BRESCIANI e SOCIAL MEDIA

Settore	Sito internet	Facebook	Instagram	Linkedin	Twitter	Media
	65,00%	45,00%	26,00%	16,00%	3,00%	
Acconciatura	44,00%	41,00%	11,00%	2,00%	1,00%	19,80%
Alimentare	79,00%	56,00%	31,00%	12,00%	3,00%	36,20%
Autoriparazione	56,00%	32,00%	15,00%	7,00%	1,00%	22,20%
Autotrasporto	47,00%	38,00%	16,00%	6,00%	1,00%	21,06%
Edilizia	63,00%	37,00%	30,00%	27,00%	6,00%	31,80%
Editoria	71,00%	51,00%	31,00%	27,00%	5,00%	37,00%
Elettrico	67,00%	49,00%	33,00%	16,00%	2,00%	33,04%
Idraulica	65,00%	47,00%	29,00%	18,00%	2,00%	32,20%
Legno	66,00%	39,00%	26,00%	11,00%	2,00%	28,80%
Meccanica	83,00%	43,00%	29,00%	28,00%	5,00%	37,06%
Ser. Varie	77,00%	55,00%	32,00%	18,00%	4,00%	37,20%
Tessile	63,00%	52,00%	29,00%	23,00%	3,00%	34,00%


ARTIGIANI BRESCIANI e SOCIAL MEDIA
Sito Internet
Facebook
Instagram
Linkedin
Twitter
Whatsapp
Vendite Online
Vendite Online
6,00%
Whatsapp
84,00%
Twitter
3,00%
Linkedin
16,00%
Instagram
26,00%
Facebook
45,00%
Sito Internet
65,00%