

Seat PG Italia: internet e il digitale sono un'opportunità strategica per la crescita di territorio e PMI della Regione Puglia

Seat PG Italia amplia la propria presenza in Puglia e per l'occasione promuove un confronto tra istituzioni, mondo associativo ed imprese per sostenere la diffusione della cultura dell'innovazione quale fattore competitivo per il sistema socio-economico territoriale

*Un'indagine evidenzia le **opportunità di business del canale digitale**: a fronte di una importante presenza dei cittadini online – ben 2.000.000 di pugliesi¹ (pari al 58,4% della popolazione) - solo il 40%^{*2} delle imprese ha un sito web*

Bari, 7 novembre 2012 – Per i cittadini della Puglia Internet è una realtà consolidata: sono ben **2 milioni**, infatti, gli **utenti che utilizzano internet** almeno una volta alla settimana, pari al **53,2% della popolazione**. Il **36%** di questi (pari a 730.000 persone), inoltre, **ha acquistato online prodotti o servizi negli ultimi tre mesi**, il **20,9%** (pari a 430.000 cittadini) **acquista abitualmente** su Internet e, a dimostrazione di una buona prospettiva di crescita per il settore degli acquisti online, **un ulteriore 12,5%** di utilizzatori del web che non ha ancora acquistato online (pari a 120.000 persone) **pensa di fare un acquisto online nei prossimi tre mesi**. La **spesa media** per acquirente, **in Puglia è di 1.057 Euro** all'anno (in linea con la media italiana di 1.060 Euro per anno) e il **valore degli acquisti online nel 2012** sarà pari a **710 milioni di Euro**.

Sono questi alcuni dei principali dati emersi dall'indagine, realizzata da Seat PG Italia in collaborazione con Human Highway "**Gli acquisti online dei cittadini della Puglia**" nel corso dell'incontro organizzato da Seat PG Italia oggi per promuovere il confronto tra istituzioni e imprese locali sulla strategicità del digitale per l'economia nazionale e territoriale, in occasione dell'ampliamento della propria presenza in Puglia.

L'incontro avviene in occasione dell'ampliamento della struttura territoriale di Seat PG Italia in Puglia, finalizzata a garantire alle aziende locali una ancora maggiore vicinanza. Sono infatti oltre 50 i professionisti, tra i quali alcune nuove figure professionali come i web master ed i web consultant, che quotidianamente affiancano le imprese del territorio nel comprendere le potenzialità del web per il business e successivamente nell'entrare nell'ecosistema digitale garantendone anche una visibilità adeguata alle proprie esigenze. La nuova struttura prevede in Puglia 5 presidi (Bari (2), Foggia, Lecce, Taranto) ed è partner di oltre 12.000 imprese e dal 2011 ha realizzato nella regione 10.300 siti, portando sul web altrettante imprese.

L'incontro si è tenuto oggi presso la Presidenza della Giunta Regionale alla presenza di *Loredana Capone*, Vice Presidente e Assessore allo Sviluppo economico della Regione Puglia, di *Vito D'Ingeo*, Responsabile Servizi alle Imprese della Camera di Commercio di Bari, *Fabiano Lazzarini*, General Manager IAB Italia e *Roberto Veronesi*, Direttore Comunicazione di SEAT Pagine Gialle.

"Il web è ormai una realtà quotidiana della vita di tutti i cittadini e rappresenta sempre più un efficace strumento per il business delle imprese, con particolare riguardo per le PMI e le attività

¹ I dati, laddove non specificato diversamente, sono da riferirsi all'indagine Seat PG, realizzata in collaborazione con Human Highway, "Gli acquisti online dei cittadini della Puglia"

² Fonte: Ricerca Share of Wallet di Seat PG



*commerciali, ossatura del nostro sistema economico”, ha dichiarato **Roberto Veronesi**, Direttore Comunicazione SEAT Pagine Gialle. “Come Seat PG, siamo impegnati nella consulenza e nei servizi per supportare concretamente le realtà economiche nell’adozione dei servizi digitali, cogliendo le opportunità offerte dalla penetrazione e dalla diffusione del web e delle innovazioni tecnologiche. Il digitale, infatti, rappresenta la chiave di volta per consentire alle imprese di aprirsi a mercati di più ampio respiro, anche internazionale, e di essere maggiormente competitive. Seat PG incrementa il proprio impegno e la propria presenza in Puglia con particolare entusiasmo, in quanto si tratta di un territorio particolarmente ricettivo dal punto di vista imprenditoriale, fortemente innovativo e dotato di infrastrutture all’avanguardia”, ha concluso Veronesi.*

*“Accogliamo con particolare soddisfazione la volontà di Seat PG di investire in Puglia, creando nuovi posti di lavoro”, ha detto la vicepresidente della Regione Puglia e assessore allo Sviluppo economico **Loredana Capone**. “Chi parla di diffusione delle tecnologie digitali non può che trovare terreno fertile in una Regione come la nostra che ha fatto di ricerca e innovazione il perno delle sue politiche”.*

“La Puglia – ha aggiunto – ha le carte in regola perché la rivoluzione digitale entri in tutte le aziende oltre che in tutte le case. Grazie alle nostre politiche siamo la prima regione in Italia per indice di copertura da banda larga, ne è servito infatti il 99,2% della popolazione. Ma la nostra è anche una delle Regioni che hanno investito di più in Italia in ricerca e innovazione, aumentando nella programmazione dei fondi europei 2007-2013 del 235% le risorse previste nella precedente programmazione. Infatti il numero dei brevetti dal 2005 ad oggi è aumentato del 29% ponendoci al primo posto nel Mezzogiorno. Oggi le imprese che desiderano investire nell’innovazione hanno a disposizione 4 bandi attivi per un valore complessivo di 55 milioni di euro, un’occasione da non perdere”.

*Un nuovo insediamento è sempre una buona notizia per un territorio. Soprattutto in tempi di crisi. La scelta di Seat Pagine Gialle premia la Puglia e l’immagine che la regione sta dando di sé” ha dichiarato **Vito D’Ingeo**, Consigliere della Camera di Commercio di Bari. “Le imprese e quindi gli insediamenti produttivi sono attratti dalla forte presenza di creatività. Perché una comunità ideale non è quella solo fondata sulla perfezione dei suoi tanti rapporti istituzionali o economici ma quella che esprime degli ideali, quella che porta avanti una sua precisa identità politica e quindi culturale sulle scelte migliori da fare per la propria gente. La Puglia oggi è questo e la Camera di Commercio di Bari sta indirizzando tutti i suoi sforzi di supporto alle imprese del territorio in questa visione istituzionale condivisa in cui si dà priorità ai percorsi innovativi e alla meritocrazia. Dalla nostra, come territorio, abbiamo il valore aggiunto della forza della storia, storia che vuol dire tradizione imprenditoriale, in più ambiti, pilastri solidi su cui poggiare l’edificio del futuro che vogliamo contribuire a erigere, offrendo occasioni a chi ha ancora dentro di sé la spinta forte e la volontà decisa di intraprendere e di farlo avendo le idee, le intuizioni e decide di farlo qui, nella sua terra.”*

*“IAB Italia è da anni impegnata nella promozione della cultura digitale, ritenuta dal nostro stesso Governo un driver per la ripresa economica. Consideriamo prioritario partecipare attivamente a tavoli di confronto con istituzioni, associazioni ed imprese, con l’obiettivo di “fare sistema”, al fine di diffondere una sempre maggiore consapevolezza di caratteristiche, strumenti ed opportunità messi a disposizione da internet per la crescita e la competitività delle imprese italiane. Sono lieto di aver condiviso questa esperienza in Puglia, una Regione molto dinamica, che vanta numerose eccellenze imprenditoriali e che si distingue in Italia per la dinamicità e la capacità di cogliere e cavalcare le nuove tendenze.” ha dichiarato **Fabiano Lazzarini**, General Manager IAB Italia.*

Focus sull’indagine “Gli acquisti online dei cittadini della Puglia”

In base alla ricerca “Gli acquisti online dei cittadini della Puglia”, realizzata da Seat PG Italia in collaborazione con Human Highway, su 2 milioni di utenti Internet pugliesi, il **53,2%** della



popolazione (pari a 1,1 milioni di persone) **ha acquistato un prodotto o un servizio su Internet almeno una volta.**

Il commercio elettronico in Puglia è leggermente più giovane e meno sviluppato rispetto al resto d'Italia: ci sono meno individui attivi negli acquisti online: il **36%** degli utenti che utilizzano Internet (pari a 730.000 individui) ha **acquistato online almeno una volta negli ultimi 3 mesi** (verso una media italiana del 42%) **mentre il 20,9%** (430.000 persone) sono **acquirenti online abituali** (in confronto al 25,5% in Italia).

I Pugliesi acquistano online soprattutto **biglietti di viaggio (12,9%** degli utenti), capi di **abbigliamento (11,8%)**, **libri (11,2%)**, **ricariche telefoniche (10,1%)**, telefonini e smartphone (**9,5%** ben 4,1% in più rispetto al resto d'Italia) e **computer o periferiche per PC (7,6%)**.

Gli acquirenti online pugliesi sono composti per il 58,1% da uomini - una concentrazione esattamente in linea con la media italiana (58,0%) – e si concentrano per il 56% dei casi nelle età comprese tra 25 e 44 anni: l'età media degli acquirenti online in Puglia è leggermente inferiore a quella italiana (37 anni vs 38).



SEAT PG ITALIA

Seat PG Italia è la local internet company che offre alle imprese un supporto a 360° per promuovere la propria attività su Internet, attraverso un network di agenzie (i WebPoint) presenti su tutto il territorio italiano. I servizi di web marketing di Seat PG Italia spaziano dalla costruzione e gestione di website e mobile site alla creazione di contenuti multimediali, dalle attività inerenti la visibilità nel Web ai servizi di e-commerce e web marketing, dalla gestione della presenza sui social network al couponing. Strumenti che si affiancano a quelli "tradizionali" cartacei e telefonici.

Seat PG Italia offre, inoltre, ai consumatori un ecosistema composto di strumenti multimediali, mobile e cartacei per trovare facilmente e velocemente aziende, istituzioni, persone e servizi, anche in mobilità.

Seat PG Italia in numeri (dati 2011): circa 2 miliardi di consultazioni sui suoi mezzi, una rete commerciale di più di 1.800 persone, più di 400 mila clienti, un database di 12,5 milioni di famiglie e oltre 3 milioni di operatori economici; 44 milioni di volumi (PagineGialle, PagineBianche, Tuttocittà), circa 20 milioni di chiamate (892424 PPG e 12,40 PPB) e circa 400 milioni di visite provenienti sia da web che da mobile, e sui siti online e mobile dei clienti (www.paginegialle.it, www.paginebianche.it, www.tuttocitta.it).

Contatti per la stampa: Seat PG Italia

Direzione Comunicazione

comunicazione.stampa@seat.it

Tel. 011.435.2884

Fax 011.435.4953

Burson-Marsteller

Alessia Quaglio- Francesca Cappello

alessia.quaglio@bm.com

francesca.cappello.ce@bm.com

Tel. 02.721431