

Firmele românești, pe ultimele locuri în UE la utilizarea rețelelor de socializare

Aproape doua treimi (63,6%) dintre firmele cu cel puțin 10 angajati din Uniunea Europeana au utilizat anul trecut cel puțin o retea de socializare, în creștere de la 61,1% în 2023, arata datele publicate vineri de Eurostat.

În rândul statelor membre, Malta a avut cea mai mare pondere a firmelor care au utilizat rețelele de socializare (88,2%), urmata de Finlanda (87,6%) și Danemarca (86,1%), în timp ce Bulgaria (41,5%), Croatia (46,0%), Ungaria (47,3%), Polonia (47,53) și România (48,07%) au raportat cele mai mici ponderi.

Utilizarea rețelelor de socializare a fost mai mare în rândul firmelor mai mari din UE. În rândul firmelor mici, 60,6% au utilizat rețelele de socializare. Aceasta pondere a crescut la 76,2% pentru firmele medii și 89,1% pentru firmele mari.

În funcție de domeniul de activitate, în 2025, peste trei sferturi dintre firmele din sectorul informației și comunicațiilor (83,15%) și din sectorul serviciilor de cazare și alimentație publică (78,25%) au raportat utilizarea unei rețele de socializare. În schimb, mai puțin de jumătate dintre firmele care operează în transport și depozitare (44,6%) și în construcții (49,97%) au utilizat o rețea de socializare.

Comparativ cu situația din anul 2016, utilizarea rețelelor de socializare a crescut cel mai mult în Franța (33,39 puncte procentuale) și Letonia (31,11 puncte procentuale), în timp ce Irlanda (6,08 puncte procentuale) și Croatia (4,45 puncte procentuale) au înregistrat cele mai mici creșteri.

În cazul României, utilizarea rețelelor de socializare de către firme a crescut de la 30,03% în 2016, până la 48,07% în 2025.

Firmele utilizează rețelele de socializare, de exemplu, pentru a-și spori prezența online, a îmbunătăți marketingul, a comunica cu partenerii, clienții și alte organizații și a facilita colaborarea și schimbul de cunoștințe.