

Comunicato stampa

**LA NEW NORMALITY DEI CEO ITALIANI SUI SOCIAL MEDIA**

**SU LINKEDIN L’EXECUTIVE DIVENTA CONTENT CREATOR**

**CLASSIFICA DEI PI****Ù SEGUITI E ANALISI DELLE STRATEGIE DI CONTENUTO**

**Roma, 4 Agosto 2021** – Reputazione e business: un legame sempre più stretto che aumenta la necessità per le aziende di gestire al meglio anche sul digitale la propria esposizione e le proprie relazioni, al fine di coglierne le opportunità e difendersi dai rischi. La brand advocacy da parte dei dipendenti, in particolare dei top manager, sta aumentando il suo peso portando **sempre più organizzazioni ad investire tempo e risorse in termini di governance della comunicazione digitale e in programmi di formazione e coaching**. L’attenzione di tutti gli interlocutori interni ed esterni verso la comunicazione dei leader aziendali sui social media non è mai stata così alta.

[**Pubblico Delirio**](http://www.pubblicodelirio.it)**, società di consulenza di reputazione digitale**, ha aggiornato la mappatura della presenza e l’analisi della comunicazione su LinkedIn dei CEO delle più grandi aziende che operano in Italia per vedere cosa è cambiato a distanza di un anno dalla prima edizione.

**TOP 30 CEO ITALIANI PIÙ SEGUITI SU LINKEDIN. GUIDA L’AUTOMOTIVE**

La composizione della Top 30 aggiornata al 16 luglio 2021 diventa più variegata. “*Il settore Finance resta tra i più rappresentati ma scende da undici a quattro manager*” - rivela Stefano Chiarazzo, fondatore di Pubblico Delirio e autore per FrancoAngeli del libro [Social CEO. Reputazione digitale e brand advocacy per manager che lasciano il segno](https://www.pubblicodelirio.it/socialceo/) – “*A pari merito con Energy & Utility, Automotive e Retail che aumentano il loro peso in classifica*”. Poi Pharma e Tech stabili a quota due.

**Sale a 22.200 la media dei follower dei trenta CEO più seguiti, 7.600 in più rispetto a luglio 2020.** Considerando solo i primi dieci la media è esattamente il doppio: 44.500. **Leader assoluto è** **Stephan Winkelmann** che, tornato alla guida di Automobili Lamborghini mantenendo anche la presidenza di Bugatti, con **79.600 follower** entra in classifica direttamente al primo posto. Segue Luca De Meo di Renault Group a 63.400, che registra la crescita maggiore: +35.000 follower. Terzo Marco Alverà di Snam con 56.000 follower, che con 25.100 follower in più in un anno quasi raddoppia il suo seguito. Seguono Nerio Alessandri di Technogym, Francesco Starace di Enel Group e Corrado Passera di Illimity Bank. Chiudono la Top 10 Claudio Descalzi di Eni, Giampaolo Grossi di Starbucks Italia, Andrea Pontremoli di Dallara e Francesco Pugliese di Conad. Anche quest’anno troviamo tre **top manager donna in classifica**: Cristina Scocchia di Kiko Milano new entry all’undicesimo posto, Silvia Candiani di Microsoft al sedicesimo, in salita di sei posizioni, e Fabiana Scavolini di Scavolini stabile al trentesimo. La Top 30 completa è consultabile su [pubblicodelirio.it](http://www.pubblicodelirio.it/socialceo/).

**LINKEDIN CREATOR. I CEO COME ONLINE INFLUENCER**

Sono già quattro i top manager che hanno attivato la **modalità Creator di LinkedIn che invoglia gli utenti a seguire il profilo evidenziando meglio i contenuti** e mostrando in alto il numero di follower, il tasto “segui” e un massimo di cinque hashtag identificativi degli argomenti trattati. Dei Top 30 **Silvia Candiani è stata la prima ambassador di questa nuova funzionalità del social media di proprietà proprio di Microsoft**, seguita da Marco Alverà di Snam, Nerio Alessandri di Technogym e Giampaolo Grossi di Starbucks. “*Sempre più aziende e agenzie stanno sviluppando e strutturando le loro Content Factory*” – aggiunge Stefano Chiarazzo – *“Considerare i top manager come dei Creator vuol dire proporli strategicamente come punti di contatto autorevoli e accessibili da parte degli stakeholder e posizionarli da potenziali social leader nel proprio mercato di riferimento”.*

**FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE. SI VA DA 1 A 16 POST AL MESE**

**Nel periodo di osservazione, metà marzo-metà luglio 2021, i leader aziendali hanno pubblicato in media 5,7 post al mese,** rispetto ai 5 del periodo marzo-giugno 2020. SePugliese si conferma il più costante con una media di 16 pubblicazioni al mese tra post, condivisioni e articoli, i nuovi entrati in classifica **Winkelmann** e **Pippo Cannillo di Despar Centro Sud si distinguono per aver postato entrambi 15 volte** **al mese.** Non tutti i manager sembrano però essere così prolifici, considerando che “*Un sesto dei trenta CEO italiani più seguiti posta meno di una volta al mese*” – commenta Chiarazzo – “*A dimostrazione di come l’opportunità dell’executive communication su LinkedIn non sia stata ancora colta in maniera proattiva e strategica da tutte le grandi aziende*”.

**CONTENUTI PIÙ EFFICACI. RILEVANZA + SPONTANEITÀ LA FORMULA VINCENTE**

L’analisi dell’engagement mostra che **il numero di follower e** **la frequenza di pubblicazione sono importanti ma non sempre sufficienti.** Scavolini, Scocchia ed Enrico Vita di Amplifon, con una media di diecimila follower e pur avendo pubblicato mediamente solo due post nell’intero quadrimestre, sorprendono con un tasso di engagement\* tra il 6 e il 9%. Solo quarto Winkelmann (5,3%) che, però, è primo per media di interazioni a post: 4.200 tra reazioni e commenti (ben otto volte le 550 interazioni medie fatte registrare dai Top 30). Poi Bartolomeo Rongone di Bottega Veneta (4,9%), tredicesimo in classifica per follower e con una media di 940 interazioni sui dieci post pubblicati nel quadrimestre.

Performance molto eterogenee per numero di follower, frequenza di pubblicazione e settore d’appartenenza. E allora cosa fa la differenza? La **capacità di pensare e raccontare storie rilevanti per le proprie community interne ed esterne e per le peculiarità di una piattaforma professionale come LinkedIn**. “*Se la pandemia globale ha portato più CEO a comunicare in maniera disintermediata con i propri stakeholder interni ed esterni"* – commenta Stefano Chiarazzo – *“Tale consapevolezza e maggiore abitudine ai social media sta portando a comunicare di più e più serenamente su LinkedIn, con un tono di voce più informale, un aumento di immagini e video che ritraggono i top manager e soprattutto una maggiore ampiezza di temi”.*

Nuovi prodotti e iniziative, report economici, bilanci di sostenibilità e non solo. Il racconto delle proprie esperienze personali a contatto con produttori e fornitori, la partecipazione personale alle iniziative di welfare aziendale promosse, la valorizzazione dei premi e dei risultati ottenuti dalle proprie persone, l’entusiasmo e l’ambizione di cambiare il futuro con le proprie scelte aziendali. **L’alternanza di contenuti “da piano editoriale” insieme ad altri più spontanei e real time costruisce un racconto completo e avvincente** che valorizza il lavoro del manager e delle sue persone. Tutto questo contribuisce a **rendere la figura del CEO più umana e accessibile** e a valorizzare l’impegno dell’intera organizzazione per il benessere presente e futuro delle comunità in cui opera.

\* Tasso di engagement: numero medio di interazioni nel periodo di osservazione / numero di follower al 16 luglio 2021

Note metodologiche

La mappatura dei Social CEO italiani su LinkedIn include le figure apicali di business (ad esempio amministratori delegati, general manager, country manager e direttori generali) a capo di grandi aziende italiane o straniere operanti in Italia, tra cui le prime 100 con la migliore reputazione in Italia secondo gli studi di RepTrak Company e di Ales Merco. Il panel, costituito attualmente da 250 aziende, si arricchirà nel tempo anche attraverso eventuali segnalazioni. L’analisi contenutistica quali-quantitativa ha preso in considerazione i post pubblicati dai Top 30 da metà marzo a metà luglio. Futuri aggiornamenti su dati, trend e best practice sulla comunicazione dei Social CEO saranno pubblicati sugli account [Facebook](https://www.facebook.com/PubblicoDelirio), [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/pubblicodelirio/) e [Twitter](https://twitter.com/pubblicodelirio) e sul sito [www.pubblicodelirio.it](https://www.pubblicodelirio.it/socialceo/).



CONTATTI: *Carlotta Schifano, carlotta.schifano@pubblicodelirio.it, +39 347 3653478*