

Comunicato stampa

**COMUNICAZIONE DEI SOCIAL CEO ITALIANI SU LINKEDIN  
TRA EMERGENZA CLIMATICA E CONFLITTI GEOPOLITICI**

**RANKING 2022 E ANALISI DEGLI APPROCCI DI COMUNICAZIONE   
PREVALENTI DEI CEO ITALIANI SU LINKEDIN**

**Roma, 13 Luglio 2022** – Per il terzo anno la **società di consulenza di reputazione digitale** [**Pubblico Delirio**](http://www.pubblicodelirio.it) ha pubblicato il suo report annuale sulla comunicazione su LinkedIn dei CEO delle più grandi aziende che operano in Italia. La mappatura\*\* classifica i trenta leader apicali con più follower, per poi approfondire le loro strategie e risultati. Del panel di 275 aziende, il numero di CEO presenti su LinkedIn è indicativamente stabile rispetto al 2021 e si attesta al 71% del totale.

Tanti i **settori rappresentati nella Top 30, aggiornata al 30 giugno 2022**: il Finance si conferma il più presente con ben 7 manager, in crescita rispetto al 2021 dove erano solo quattro. Poi Energy & Utility con 5 e Automotive e Retail con 4. Per la prima volta anche il settore Food&Beverage con ben 3 CEO in classifica. Grande assente di quest’anno il Pharma, anche per i cambi al vertice.

**I 10 SOCIAL CEO PIÙ SEGUITI SU LINKEDIN NEL 2022**

**Continua ad aumentare in maniera costante la media dei follower dei trenta CEO più seguiti**: 29.300 quest’anno, ben 7.100 in più rispetto all’anno scorso e 14.700 rispetto al 2020. Dato influenzato dai primi tre che da soli coprono il 32% del totale dei follower della Top10: **Stephan Winkelmann** di Automobili Lamborghini (121.600, +42.000), **Luca De Meo** di Renault Group (93.900, +30.400) e **Nerio Alessandri** di Technogym (69.900, +17.800), sul podio al posto di Marco Alverà (70.700 follower, +14.700), uscito dal panel avendo di recente lasciato la guida di Snam.

I tre leader tengono a distanza **Giampaolo Grossi** di Starbucks Italia, che con 18.600 nuovi follower raggiunge quota 48.500 e conquista il quarto posto (+4 posizioni rispetto al 2021), **Corrado Passera** di illimity Bank (45.700, +7.100) e **Francesco Starace** di Enel (44.400, +5.000) che si scambiano la posizione rispetto al 2021. Per la prima volta nei 10 anche una donna: **Cristina Scocchia**, che da Kiko Milano passa a illycaffè e che scala quattro posizioni con 20.400 nuovi follower per un totale di 41.700. Chiudono la Top 10 **Claudio Descalzi** di Eni (41.200, +4.600), **Andrea Pontremoli** di Dallara (33.500, +8.400) e **Bartolomeo Rongone** di Bottega Veneta (30.700; +11.700) . Scivola invece fuori dai dieci **Francesco Pugliese** di Conad (29.400, +5.000).

Stabile a tre il numero di CEO donna in classifica: oltre alla Scocchia e a **Silvia Candiani** di Microsoft Italia (20.500; +5.600), quindicesima, anche **Elena Goitini** di BNL - BNP Paribas Italia (10.800, +6.100), venticinquesima. Esce dalla Top 30 **Fabiana Scavolini** di Scavolini (45°).

**TANTI NUOVI MANAGER NELLA TOP 30**

Tanti nomi nuovi nella Top 30, anche grazie ai diversi avvicendamenti al vertice delle aziende. Tra le new entry troviamo **Pietro Labriola** (14.100) da quest’anno al vertice di Tim, **Pierroberto Folgiero** (13.000, + 6.700) passato dalla guida del Gruppo Maire Tecnimont a quella di Fincantieri, **Fabrizio Gavelli** (9.900), presidente e amministratore delegato Italy & Greece di Danone Company, e **Giannalberto Cancemi**, recentemente nominato CEO di Leroy Merlin Italia (9.500).

Il manager che ha scalato più posizioni è **Andrea Orcel** di Unicredit (12.900 follower) che con 11.800 nuovi follower passa dalla 139° alla 21° posizione. “*Il Gruppo UniCredit nel 2019 aveva abbandonato la comunicazione consumer su Facebook e Instagram, focalizzandosi su un approccio più corporate e internazionale*” - **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 - “*Su LinkedIn invece sembra dedicare crescenti risorse anche nel supporto del suo CEO, il cui aumento di follower va di pari passo con una frequenza di pubblicazione in linea con la media dei Top 30 e un engagement rate del 4,4%, sopra media* ”.

Si distinguono per crescente impegno e conseguente aumento di follower anche **Claudio Domenicali** di Ducati (30.200, + 26.000; 11°, +33 posizioni), **Remo Ruffini** di Moncler (12.100, +8.100; 22°, +23), **Stefano Donnarumma** di Terna (11.100, +6.800; 24°, +18), **Elena Goitini** di BNL - BNP Paribas Italia (25°, +13) e **Stefano Venier** (9.700, +5.000; 28°, +11), ex CEO di HERA recentemente passato a Snam. La Top 30 completa è consultabile su [pubblicodelirio.it](http://www.pubblicodelirio.it/socialceo/).

**DUE STRATEGIE DI PUBBLICAZIONE A CONFRONTO**

I leader aziendali nel periodo di osservazione**, marzo-giugno 2022,** hanno pubblicato **in media 5,8 post al mese,** dato di poco superiore all’anno precedente (5,7 da metà marzo a metà luglio 2021). **Francesco** **Pugliese** è in assoluto il più attivo con una media di 31 pubblicazioni al mese tra post, condivisioni e articoli. Seguono **Stefano Rebattoni** di IBM Italia con 17,8 e poi **Silvia Candiani** di Microsoft Italia e **Giampaolo Grossi** che postano su LinkedIn rispettivamente 11,5 e 11,3 volte al mese. Guidano invece per ’engagement rate\* **Remo Ruffini** 9,4%, **Stefano Venier** 9,2% e **Cristina Scocchia** 6,5% che, nonostante la bassa frequenza di pubblicazione (rispettivamente 1, 2,8 e 1,3 post al mese), si differenziano di molto rispetto alla media dei Top 30: 2,2%, in crescita dello 0,5%.

Nel 2020 dalla [mappatura dei contenuti pubblicati dai manager durante il lockdown effettuata da Pubblico Delirio](https://www.pubblicodelirio.it/2020/07/13/i-4-profili-di-social-ceo-su-linkedin-durante-il-lockdown/) erano emersi quattro possibili, e non necessariamente alternativi, **approcci all’executive communication su LinkedIn**: reporter, thought leader, supporter e activist. Si confermano in particolare i primi due: *“Tra i CEO della nostra Top 30 restano prevalenti due strategie editoriali*” – Rivela Chiarazzo – “*Chi punta sull’amplificazione delle novità aziendali e chi coinvolge la propria rete rispetto alla propria visione del mercato in cui opera*”.

**I PRIMI CEO ACTIVIST ITALIANI SU LINKEDIN**

Se già nel 2020 l’emergenza sanitaria aveva portato un aumento dei **supporter**, che raccontavano in tempo reale quello che stavano facendo per le comunità interne e esterne, questo approccio si sta progressivamente allargando agli ESG (Environmental, Social, Governance). Complici la maggior consapevolezza del proprio ruolo nel contrastare l’emergenza climatica, la cristallizzazione di politiche di Diversità e Inclusione e l’urgenza di prendere decisioni in risposta ai nuovi conflitti geopolitici, sono tanti i CEO che raccontano su LinkedIn le iniziative della propria azienda.

Alcuni di loro stanno prendendo nette posizioni con l’obiettivo di guidare la propria azienda e il settore verso un reale cambiamento. Una scelta comunicativa che va oltre il supporter e il thought leader e si configura come **activist**, impegnato in prima linea nel promuovere azioni concrete in favore del Bene Comune su importanti questioni sociali, ambientali e politiche che non sono sempre correlate ai profitti aziendali. Tra i manager più attivi, **Fabrizio Gavelli**, che già nella bio su LinkedIn si presenta come “Activist of Brand Activism”. Il nuovo AD di Danone Company in Italia e Grecia ha deciso di andare oltre la B Corp come modello virtuoso a cui riferirsi e si pone attivamente come promotore di un confronto e di piani comuni con gli altri leader in favore di un benessere condiviso. Emergono in tal senso anche **Francesco Pugliese** di Conad e diversi CEO nel mercato energetico, dove è sempre più centrale la partnership tra aziende e settore pubblico.

In generale, tuttavia, si nota un approccio prevalentemente prudente su un tema polarizzante come la **guerra in Ucraina**, con la maggior parte dei manager che ha preferito non esporsi. Tra i leader che ne parlano “*Prevale un annuncio telegrafico delle misure adottate e delle iniziative di solidarietà, in alcuni casi chiudendo temporaneamente i commenti*” - commenta Chiarazzo - “*C’è poi chi ha semplicemente condannato l’invasione dell’Ucraina, aprendo il fianco a richieste legate alle azioni concrete intraprese*”. Un’ulteriore dimostrazione della pericolosità di cavalcare gli hot topic anziché seguire una strategia determinante anche sui social media: fare prima di raccontare.

\*Tasso di engagement: Numero medio di interazioni per post nel periodo di osservazione / Numero di follower al 30 giugno 2022

\*\* 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 ultimi studi di RepTrak Company e di Ales Merco. Il panel, costituito attualmente da 275 aziende, si sta arricchendo nel tempo anche attraverso segnalazioni. Aggiornamenti e approfondimenti su dati, trend e best practice sulla comunicazione dei Social CEO vengono 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*