

Comunicato stampa

I CEO italiani amano i social media ma li usano poco

Secondo la ricerca di Brunswick "Connected Leadership", che analizza la presenza digital e social dei CEO nel mondo, il 55% dei CEO di società quotate italiane è presente su almeno un canale social ma solo il 15% è anche attivo. LinkedIn è il canale più usato con il 53% di leader presenti. Il secondo è Twitter, con la presenza del 5% dei CEO italiani. Solo il 21% ha una pagina Wikipedia

Milano 23 ottobre 2019. Brunswick Group, società internazionale di consulenza strategica in comunicazione aziendale presente in 14 Paesi con 23 uffici, lancia in Italia **Connected Leadership**, la ricerca volta ad analizzare la presenza digital e social dei CEO delle principali società quotate nel mondo.

Brunswick ha messo sotto la lente i leader delle aziende quotate alla Borsa Italiana, sugli indici borsistici FTSE Mib, Mid Cap & Small Cap, dopo aver esaminato la presenza digital e social dei CEO delle aziende quotate in Regno Unito, Stati Uniti e Paesi nordici.

Brunswick ha analizzato in Italia la presenza online di un totale di 221 CEO ed ha evidenziato come poco più della metà dei CEO, il 55%, è presente su almeno un social media, superando la percentuale dei Paesi anglosassoni pari al 48%, ma solo il 15% degli italiani ha una gestione attiva del proprio profilo su almeno un canale social, contro il 25% nei Paesi anglosassoni. LinkedIn è il canale principale con il 53% di leader italiani presenti mentre viene usato dal 44% degli anglosassoni. Il secondo canale è Twitter, con la presenza del 5% dei CEO italiani contro un 12% in Regno Unito e Stati Uniti. Infine, solo cinque CEO sono presenti su Instagram e due su Facebook con una pagina ufficiale.

Sul fronte digital il 66% dei CEO in Italia ha una biografia sul sito della propria azienda, mentre nei Paesi anglosassoni la percentuale sale al 98% e solo il 21% ha una pagina Wikipedia, meno della metà rispetto al 44% dei CEO in Regno Unito e Stati Uniti.

Chi sono i Connected Leader in Italia. Sono 28, hanno un'età media di 56 anni e sono tutti uomini. Utilities, Industrial Good & Services e Media sono le tre industrie più rappresentate tra i Connected Leader in Italia. Tra questi CEO spiccano per numero di presenza attiva sui social, contenuti prodotti e interazioni ricevute **Nerio Alessandri** (Technogym), **Marco Alverà** (Snam), **Luca Valerio Camerano** (A2A), **Stefano Cao** (Saipem), **Luigi Capello** (LVenture) **Claudio Descalzi** (Eni), **Philippe Donnet** (Assicurazioni Generali), **Andrea Gibelli** (FNM), **Corrado Passera** (Illimity) e **Francesco Starace** (Enel).

La ricerca ha analizzato la presenza online dei 221 CEO distinguendo tra presenza digital e social media. Per l'area digital sono state considerate la **pagina Wikipedia**, la **biografia sul sito aziendale** e il **profilo Glassdoor**. Per i social sono state esaminate la **presenza** e l'**attività** su **LinkedIn**, **Twitter**, **Facebook** e **Instagram**. Un leader è considerato presente su un canale social quando ha un profilo pubblico mentre viene considerato attivo se ha pubblicato almeno un contenuto nell'ultimo anno.

Sulla base dell'analisi delle loro caratteristiche, i CEO sono stati raggruppati in quattro categorie: **Connected**, **Available**, **Visible** e **Potential**:

- **Connected** sono attivi su almeno un canale social e hanno una pagina Wikipedia o una biografia sul sito aziendale;
- **Available** sono presenti su almeno un canale social e hanno una pagina Wikipedia o una biografia sul sito aziendale;
- **Visible** hanno una pagina Wikipedia o una biografia sul sito corporate;

- **Potential** non sono presenti su nessun canale social, né hanno una pagina Wikipedia o una biografia sul sito dell'azienda.

L'importanza di un'accurata presenza digitale dei CEO è motivata dal crescente interesse da parte della comunità finanziaria verso l'uso dei social media. Il Digital Investor Survey di Brunswick, effettuato tra analisti sell-side e buy-side in Europa, Stati Uniti e Asia, evidenzia come i social media siano sempre più usati come fonte informativa e come base per decisioni di investimento: ben il 49% degli investitori a fine 2018 ha dichiarato di seguire i profili LinkedIn dei CEO per conoscerli meglio e valutarne l'operato. Questo dato è in netta crescita del 21% rispetto all'anno precedente. LinkedIn infatti è il Social network ritenuto più affidabile come mezzo per ottenere informazioni preceduto tra i canali puramente digitali solo dai motori di ricerca e Wikipedia.

Brunswick Group

Brunswick Group è una delle più importanti società internazionali di consulenza specializzata in comunicazione strategica e critical issues. Nasce nel 1987 e, con oltre 160 partner e 23 uffici in 14 Paesi, è oggi una delle più estese reti di professionisti della comunicazione a livello mondiale. Da dodici anni presente in Italia, a Milano, Brunswick lavora al fianco di aziende italiane e internazionali. www.brunswickgroup.com

Contatti

Elisa Lavagna, Director

Federico Sbandi, Executive

Tel: 02 92 88 62 00

elavagna@brunswickgroup.com

fsbandi@brunswickgroup.com