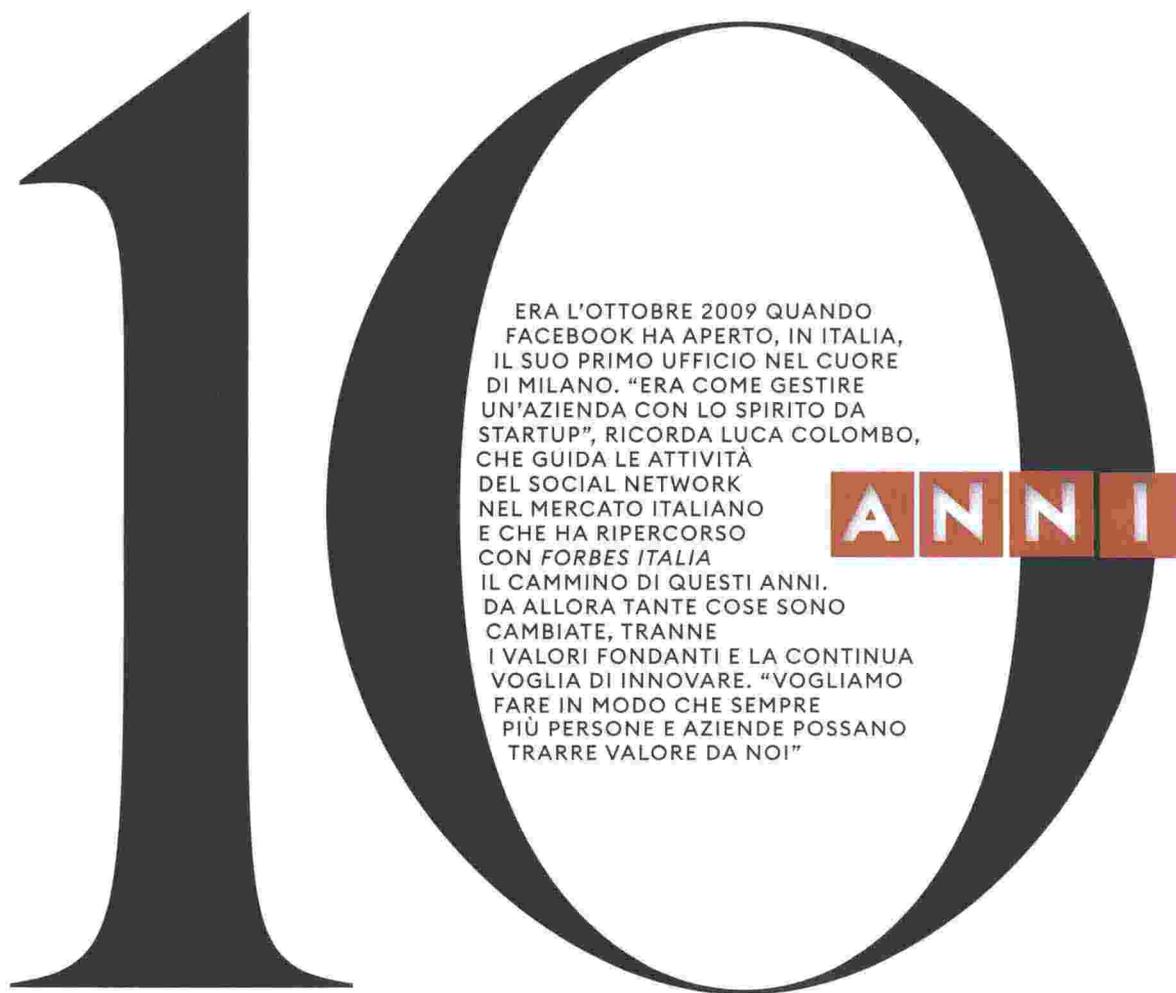


THE LIST

FACEBOOK IMPACT 50

36
THE LIST |

ERA L'OTTOBRE 2009 QUANDO FACEBOOK HA APERTO, IN ITALIA, IL SUO PRIMO UFFICIO NEL CUORE DI MILANO. "ERA COME GESTIRE UN'AZIENDA CON LO SPIRITO DA STARTUP", RICORDA LUCA COLOMBO, CHE GUIDA LE ATTIVITÀ DEL SOCIAL NETWORK NEL MERCATO ITALIANO E CHE HA RIPERCORSO CON *FORBES ITALIA* IL CAMMINO DI QUESTI ANNI. DA ALLORA TANTE COSE SONO CAMBIATE, TRANNE I VALORI FONDANTI E LA CONTINUA VOGLIA DI INNOVARE. "VOGLIAMO FARE IN MODO CHE SEMPRE PIÙ PERSONE E AZIENDE POSSANO TRARRE VALORE DA NOI"

ANNI

E NON SENTIRLI



DI DANIEL SETTEMBRE



Luca Colombo

37

FACEBOOK

NOVEMBRE, 2019

FORBES

148657

→ Mentre nel mondo già 360 milioni di persone erano attive su Facebook,



Il team di Facebook Italia in occasione della visita di Sheryl Sandberg (al centro vicino all'uomo con gli occhiali), attuale coo, a giugno 2019.

veniva introdotto il tasto Mi Piace, sviluppata una nuova homepage e nascevano le Pagine (i profili pubblici per le persone popolari), in Italia un primo piccolo ufficio veniva inaugurato nel cuore di Milano. Era l'ottobre del 2009; esattamente 10 anni fa. Un decennio può essere un'infinità per il mondo digitale nel quale le innovazioni si susseguono a ritmi serrati, a volte in maniera inaspettata. Poco cambia se si contano i cinque anni in più che separano il debutto nel nostro paese dalla fondazione del social network dell'allora ventenne Mark Zuckerberg tra le quattro mura dell'università di Cambridge. Un *fil rouge* unisce il 2004, il 2009 e il 2019: la voglia di innovare, che non è cambiata di una virgola.

Il che rende la società, a conti fatti, ancora giovane e dinamica. Qualità che traspaiono anche nella sede del capoluogo meneghino. Tanti o pochi che siano, di certo, non è facile scattare una fotografia di questi 10 anni. Per noi di *Forbes Italia* ci ha provato Luca Colombo, country director di Facebook Italia, che ha ripercorso a volo d'uccello le tappe salienti di un cammino glorioso sì, ma non privo di difficoltà. Sportivo, classe 1970, Luca nel modo di

raccontare - posato e con la sicurezza del manager esperto - nasconde una passione vibrante per il suo lavoro. Il suo obiettivo nel guidare le attività di Facebook nel mercato italiano è dare alle persone il potere di condividere e rendere il mondo più aperto e connesso, oltre a consolidarlo come strumento a supporto del business, per comunicare in modo diretto e coinvolgente con consumatori e utenti. "Ogni giorno incontriamo aziende, personaggi famosi o ong", spiega Luca, "e la conversazione termina sempre con una semplice domanda: «Come possiamo darti una mano?»". Vanta una lunga esperienza in ambito marketing digitale maturata in Microsoft, dove ha ricoperto

ruoli di crescente responsabilità e acquisito competenze diverse e sempre più strategiche.

Entrato in Facebook nell'ottobre del 2010 si è trovato davanti, a un anno dallo sbarco in Italia, un ambiente quasi da startup: "Era come gestire un'azienda piccola e nascente, ma con una grande multinazionale alle spalle. All'epoca dovevi perfino spiegare cos'era Facebook". Oggi le cose sono leggermente cambiate. Se il numero di utenti in Italia a fine 2010 era di 11 milioni, oggi sono ben 31 milioni a cui si aggiungono gli oltre 14 milioni su Instagram. A livello mondiale sono 90 milioni le aziende che hanno una presenza sul social network e di queste sono 7 milioni quelle che investono in advertising sulla piattaforma. "Siamo partiti da zero e oggi siamo una realtà che

FACEBOOK IMPACT 50

I social network hanno assunto ormai da tempo un ruolo da protagonista anche nelle dinamiche di ogni società e di ogni business. Non considerare questo aspetto significa perdere terreno e competitività in un mondo sempre più digitale. In occasione del decimo anniversario della presenza in Italia, *Forbes Italia* in collaborazione con Facebook ha stilato una classifica delle 50 realtà, tra persone e aziende, che, lungo il percorso di questi 10 anni, sono riuscite a raggiungere un impatto positivo sul proprio business o a realizzare un progetto facendo un uso innovativo del famoso social network. Le 50 realtà - riportate qui di seguito in ordine alfabetico - sono suddivise in cinque categorie: multinazionali, piccole e medie imprese (pmi), community, personaggi famosi e game changer.

CATEGORIA 1 Multinazionali

Calzedonia

(vedi box)

Carrefour

(vedi box)

Danone

L'azienda è sempre stata tra le prime a testare nuovi prodotti e soluzioni creative. Come il post che nel 2015 chiedeva agli utenti quale gusto di Danette avrebbero voluto: o come lo sviluppo fin dal 2016 di contenuti pensati naturalmente per Facebook per Activia e Actimel, fino allo sviluppo, nel 2019, di un chatbot integrato con Messenger per Danacol.

Eataly

Ha sfruttato Facebook

per guidare la crescita del business a livello internazionale. È stato anche il primo rivenditore italiano a digitalizzare un volantino, creando soluzioni pubblicitarie creative.

Enel

Tramite la pagina Facebook Enel Energia ha lanciato un bot su Messenger sia per fornire supporto e assistenza ai propri clienti che per guidarli in fase d'acquisto, proponendo servizi e offerte in linea con le loro esigenze e aspettative.

FCA

È stato il primo dell'industria auto in Italia a spingere fortemente sull'adozione delle Stories



Calzedonia

Il gruppo Calzedonia, azienda italiana fondata nel 1987 a Verona da Sandro Veronesi e che opera nel settore dell'abbigliamento 1987, da sempre attivo su Facebook con una comunicazione di qualità, particolarmente ingaggiante e inclusiva, ha l'obiettivo di condividere le ultime tendenze in fatto di moda.

per la lead generation, approcciando il formato in modo creativo e innovativo. La produzione di contenuti originali per questo posizionamento ha generato un incremento delle performance.

MotorK

Fondata in Italia nel 2010, la scaleup italiana è cresciuta rapidamente anche grazie alle campagne

Facebook, passando da un piccolo staff di cinque dipendenti a un organico di oltre 300 persone in cinque paesi europei.

Nestlé

La società ha rivoluzionato il modo di misurare le campagne online, grazie a strumenti di misurazione dei risultati incrementali di una campagna: branding, vendite online e vendite in negozio.

aiuta le aziende in maniera importante nella loro comunicazione e nella crescita del loro business”, aggiunge. “Attraverso l'utilizzo dei dati, sempre in maniera sicura con rispetto della privacy, Facebook ha stravolto un paradigma e alcune logiche di mercato alle quali siamo abituati. Ora è possibile veicolare un messaggio o un prodotto in modo più mirato”.

Se Facebook ha saputo trasformare il nostro modo di vivere, in parte è dovuto alla sua capacità di adattarsi ai cambiamenti. Oltre ad avere in Mark Zuckerberg un potente visionario: un'arma che si traduce tuttora in un chiaro vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti. “Nel 2012”, ricorda Luca, “a cavallo dell'ipo arrivarono tante critiche perché sembrava che Facebook fosse sprovvista di una strategia mobile, che diventava sempre più centrale nella vita delle persone. La pressione mediatica in seguito ha anche influenzato la performance borsistica. In realtà, una strategia c'era ed era già stata avviata un anno prima, proprio perché avevamo rilevato che la curva di adozione di Facebook da cellulare era in crescita. Era stato proprio Mark a notare il trend”. Quella lungimiranza ha fruttato, e non poco, visto che oggi oltre il 90% dei ricavi pubblicitari deriva da mobile.

Tante altre sono le novità introdotte nel corso di questi anni. Molte hanno riguardato la sfera del sociale, “che è l'area che personalmente mi rende più fiero, perché è alla base della nostra filosofia aziendale che è quella di rendere il mondo un posto migliore”, dice Luca. È con questa ambizione che, per esempio, è stato lanciato nel 2015 il Donat Button a cui in seguito è stata implementata la possibilità da parte del privato di supportare una causa benefica a scelta. “Da allora sono stati raccolti 2 miliardi di dollari per le varie donazioni; che non è affatto un traguardo trascurabile”, ammette Luca. Stesso nobile intento per il Safety Check, il pulsante che permette di rassicurare la rete di contatti sulla propria incolumità nel momento in cui si è coinvolti in una zona colpita da un disastro naturale o un evento pericoloso. “Sapere che anche se non sei raggiungibile puoi far sapere alle persone che stai bene ha un valore sociale indiscutibile”.

Ma forse più di tutti a caratterizzare il successo di questi anni è una cultura aziendale vincente. “Le persone che lavorano qui devono muoversi velocemente. L'apprendimento autonomo è basilare: è necessario essere un po' imprenditore. Ma soprattutto, un dipendente Facebook non deve avere paura di sbagliare, perché sbagliare significa apprendere”. Ecco allora che con questa disposizione d'animo anche l'incertezza del futuro fa meno paura, nonostante, dice Luca, “viviamo in un mondo che non rende facile prevedere cosa succederà da qui a domani”. E se scattare una fotografia nitida di quello che sarà Facebook tra 10 anni è ancora più difficile, lui tiene la barra dritta: “Vogliamo fare in modo che sempre più persone possano trarre valore da noi”. Insomma, la via è tracciata. Con la consapevolezza che “innovare è non seguire la strada che hanno già delineato gli altri”. 



Carrefour

Primo distributore in Europa e secondo nel mondo, grazie alla combinazione tra innovazione, convenienza e valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche. Di particolare successo una campagna di traffico al punto vendita, che unendo online e offline, ha registrato una riduzione dei costi pari all'80% rispetto alla media.

Reckitt Benckiser

Reckitt Benckiser ha contribuito allo sviluppo delle linee guida sulla pubblicità sanitaria dei farmaci di automedicazione sui social, lanciando la prima campagna su Facebook con i farmaci Benagol e Benactiv Gola.

Renault

La campagna di lancio di Renault Captur Tokyo Edition, a firma di Publicis, nasce con un progetto innovativo: vendere per la prima volta un'auto con un chatbot.

CATEGORIA 2 Pmi

Blowhammer

L'azienda, costituita nel 2013 da Salvatore Sinigaglia, ha innovato l'industria del fashion per produzioni in 24 ore e vendendo il brand solo sui canali Facebook.

eFarma

La società fondata da Francesco Zaccariello nel 2012 si pone

l'obiettivo di innovare il canale farmaceutico, digitalizzando l'esperienza di acquisto della farmacia tradizionale. Si tratta di un ecommerce leader in Italia, con più di 60mila prodotti.

Freeda

È una media company di nuova generazione che ha saputo trovare il successo in breve tempo, in Italia e all'estero, parlando alle donne in modo autentico e rappresentativo. Con oltre 3,3 milioni di fan solo in Italia, raggiunge tramite la sua presenza su Facebook più di 25 milioni di persone al mese.

Lago Design

All'avanguardia del design italiano, Lago ha ottenuto una forte crescita a livello nazionale e internazionale grazie anche ad una strategia di comunicazione digitale promuovendo un modello di business etico e innovativo.

Milanese Imbruttito

Una pagina Facebook ironica che nasce dopo



Orange Fiber

Adriana Santanocito ed Enrica Arena (*a destra*) sono le co-founder di questa azienda particolarmente innovativa ed ecosostenibile, che realizza tessuti di alta qualità per la moda a partire dai sottoprodotti dell'industria di trasformazione degli agrumi. Il brand fa un buon utilizzo della pagina Facebook per promuovere le iniziative realizzate sul territorio italiano.

MaMi Club - Mamme a Milano

Una community interamente dedicata alle mamme che vivono a Milano e nelle vicinanze, uno spazio dove è possibile trovare informazioni, fare domande e condividere dubbi ed esperienze sulla vita da mamme.

Pro - Med

Si propone di formare gli studenti in vista dei test di ammissione universitari nell'ambito medico-sanitario, attraverso attività online e sul territorio nazionale; promuove la discussione e il confronto e contribuisce alla sensibilizzazione nell'ambito della ricerca scientifica.

Recup Milano

(*vedi box*)

Refugees Welcome Italia

Promuove l'accoglienza in famiglia dei rifugiati:

un'attenta osservazione di Milano, delle sue abitudini, del suo linguaggio e delle diverse tipologie di persone che vivono e lavorano nel capoluogo lombardo.

Mukako

(*vedi box*)

Orange Fiber

(*vedi box*)

Pescaria

Domingo Iudice, Bartolo L'Abbate e Lucio Mele hanno aperto nel 2015 Pescaria, un fast food di mare nella piccola città di Polignano a Mare (Puglia). Utilizzando Facebook come unico mezzo di comunicazione sono stati in grado di scalare il business. Questo ottobre hanno inaugurato il quarto punto vendita a Torino, dopo due aperture a Milano, dove hanno raccolto risultati davvero impressionanti. Prossima fermata: Roma!

Saraceni Wines

Fratelli Saraceni è il progetto personale di due fratelli che hanno trasformato un'azienda vinicola di famiglia in un marchio leader nella scena vinicola italiana e mondiale.

Velasca

Velasca è un marchio direct-to-consumer di scarpe artigianali di alta gamma a prezzi convenienti. Nel 2012, Enrico Casati e Jacopo Sebastio hanno fondato la startup e hanno utilizzato Internet, in particolare Facebook, per connettere direttamente artigiani e clienti, saltando tutti i passaggi intermedi.

CATEGORIA 3 Community

Belle di faccia

Un luogo sicuro dove condividere, fare amicizia e discutere di fat acceptance, body positivity, fat shaming e femminismo, ma anche di moda e consigli che rendono la vita più facile a chi ha un corpo grasso.

Camperisti italiani

Facebook community interamente dedicata a tutto ciò che riguarda viaggi, consigli, iniziative, ritrovi, fiere, manifestazioni ma anche tecnica, novità, accessori, trucchi e istruzioni per vivere al meglio la passione *plein air*.

I Mercoledì della Mansardina

È una community Facebook interamente dedicata ai piccoli business, a chi ne ha uno e a chi vorrebbe intraprendere questa strada. Il gruppo sostiene e incoraggia futuri imprenditori, specialmente donne, in tutto il nostro paese.

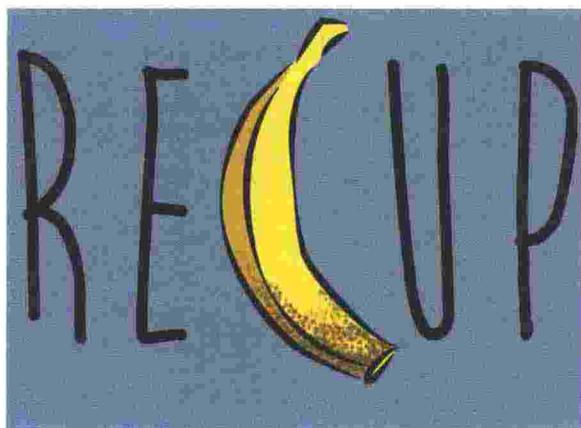


Mukako

Elisa Tattoni e Martina Cusano (*nella foto*) sono le ceo e founder di Mukako, il brand nativo digitale di prodotti dedicati alle madri e ai bambini. Fondato nel 2015, oggi Mukako esporta in oltre 40 paesi e ha come primo mercato la Cina. Il suo prodotto principale è MUtable, il tavolo multigioco che cresce ed evolve con i bambini e che ha già vinto importanti premi internazionali. Recentemente Mukako ha lanciato MUwall, una parete modulare per arredare e organizzare la cameretta del bambino. Mukako è dal 2018 nella classifica delle 10 migliori startup italiane per valore di vendite.

Recup

Recup è una Facebook community nata con l'obiettivo di combattere lo spreco alimentare e incoraggiare l'inclusione sociale. Le persone coinvolte si impegnano a raccogliere il cibo nei mercati prima che venga buttato via per poi ridistribuirlo a chiunque voglia prenderlo. L'iniziativa è al momento attiva a Milano, Melegnano e Verona con il progetto di espandersi in altre zone.



piattaforma per trasmettere messaggi inclusivi e di accoglienza, facendo divulgazione culturale.

Nicola Porro

GIORNALISTA

Vicedirettore de *Il Giornale* e conduttore di *In Onda* su La7 con Luca Telese. "La zuppa di porro" è la rassegna che pubblica ogni giorno su Facebook.

Selvaggia Lucarelli

GIORNALISTA

Giornalista e scrittrice classe 1974, attraverso la sua pagina Facebook, contribuisce quotidianamente a sensibilizzare la piattaforma segnalando haters e cyberbulli.

Valentino Rossi

PILOTA DI MOTO GP

È il più seguito su Facebook e usa i suoi account social per raccontare il dietro le quinte delle gare di motociclismo.

un modo per conoscersi, superare pregiudizi e costruire assieme una società attiva, inclusiva e solidale.

Social Street International

Un progetto nato a Bologna nel settembre del 2013 per offrire l'opportunità alle persone che vivevano nella stessa strada o nello stesso quartiere di conoscersi, confrontarsi e supportarsi. Il successo dell'iniziativa si è diffuso anche all'estero, in Brasile, Canada, Portogallo, Olanda, Stati Uniti, Nuova Zelanda, Norvegia e Polonia.

Viaggiare in solitaria

Community numerosissima dedicata a chi ama viaggiare da solo o a chi vorrebbe intraprendere questa esperienza. Diventato un gruppo di riferimento per chi cerca consigli o vuole condividere dubbi ed esperienze riguardo al viaggiare da soli.

CATEGORIA 4

Personaggi famosi

Bebe Vio

ATLETA

(vedi box)

Enrico Mentana

GIORNALISTA

(vedi box)

Fiorello

SHOWMAN

Ideatore di progetti innovativi come *Socialista* il primo programma social-radiofonico quotidiano, e *Edicola Fiore*, un format di commedia partito dai social e poi trasferito in Tv e radio.

Gianni Morandi

CANTANTE

Nonostante i suoi 74 anni ha saputo restare al passo con i tempi utilizzando i social per rimanere in contatto con i suoi fan, raggiungendo una vera e propria seconda giovinezza grazie a Facebook.

Laura Pausini

CANTANTE

Uno dei personaggi pubblici più amati e con più follower (più di 6,4 milioni). Utilizza la piattaforma social per condividere momenti di vita privata e lavorativa per interagire con la sua fanbase.

Marco Montemagno

IMPRENDITORE DIGITALE

Imprenditore che si

è sempre occupato di digitale e innovazione. Ha una sua piattaforma di comunicazione, utilizza Facebook e Instagram per dare voce ai suoi progetti e fare divulgazione intorno a temi economici.

Michela Murgia

SCRITTRICE

Autrice del bestseller *Accabadora* e vincitrice dei premi Campiello, Dessì e SuperMondello. Utilizza la



Enrico Mentana

Storico direttore del Tg La7, considerato uno dei giornalisti più stimati dello scenario italiano, ha recentemente fondato *Open*, con lo scopo di fondare un giornale online, per dare voce ai giovani e allo stesso tempo avvicinare lettori appartenenti a fasce d'età più basse. Il progetto vive anche su Facebook e Instagram, sperimentando formati innovativi come le Stories.

CATEGORIA 5
Game changer

Alessandro Dietinger

GENITORE SOLIDALE

Ha dato vita a una raccolta fondi in favore di Rebecca Saitta, per finanziare un'operazione al cervello. Nel 2016 ha creato questo gruppo con 21mila persone, che ha raccolto 30mila euro in quattro giorni.

Benedetta Rossi

FOOD BLOGGER

Autrice di *Fatto in casa da Benedetta*, sulla sua pagina Facebook condivide ogni giorno ricette e video-ricette esclusivamente fatte in casa con materie prime, con una efficace personalizzazione dei prodotti.

Clara Woods

ARTISTA

Nasce il 10 marzo del 2006 a Firenze. I dottori scoprono che ha avuto un ictus prenatale. Dopo un percorso riabilitativo sorprende tutti per i suoi progressi e trova nella pittura un modo di comunicare con gli altri. A 12 anni, presenta la sua prima mostra personale che riceve un grande successo



Bebe Vio

Bebe, a soli 22 anni, si è fatta conoscere attraverso i suoi profili social, raccontando la sua vita da sportiva con ironia ed entusiasmo. Grazie ai suoi post ha fatto scoprire a moltissime persone lo sport paraolimpico, incoraggiando e motivando ogni giorno nuovi giovani a intraprendere quella strada.

della critica e del pubblico e non si ferma più.

Cristina Fogazzi

IMPREDITRICE

Si fa chiamare **Estetista Cinica** e ha iniziato la sua carriera online, sui suoi profili social. L'attività si è poi trasformata in una startup e successivamente in

un amatissimo marchio di prodotti skin care, VeraLab, che ha aumentato in poco tempo il suo giro d'affari a livello esponenziale.

Daniele Cassioli

ATLETA

Nato a Roma il 15 agosto 1986, è uno sciatore nautico professionista e fisioterapista

non vedente dalla nascita. Ha dato vita a un progetto volto alla creazione di percorsi di avvicinamento allo sport per i bambini con disabilità e non.

Enrico Aprico

DOCENTE UNIVERSITÀ

CATTOLICA

Insegna sharing economy alla Cattolica sfruttando i social per avere un contatto in tempo reale con chi non è in classe, tramite delle video lezioni. È il professore più tecnologico d'Italia.

Francesca Fedeli

IMPREDITRICE SOCIALE

(vedi box)

Gianmarco Pozzoli e Alice Mangione

ATTORI COMICI

Sono due attori comici. Dopo una brillante carriera artistica che li ha visti separatamente protagonisti dei principali programmi televisivi, alla fine del 2016 hanno deciso di condividere la propria vita famigliare su Facebook, creando The Pozzolis Family.

Roberto Burioni

VIROLOGO

Medico e accademico, classe 1962. Ha acquisito notorietà con i suoi interventi sui social media sul tema dei vaccini, e attraverso la sua pagina Facebook si è fatto veicolo di divulgazione scientifica.

Saro Trovato

SOCIOLOGO

Libreriamo è la piazza digitale per chi ama i libri e la cultura. Si tratta di un progetto indipendente nato per dare voce ai grandi autori attraverso le loro opere, fonti indispensabili per capire la vita e interpretare la realtà.



Francesca Fedeli

Fight The Stroke è un progetto nato grazie a Francesca Fedeli con l'obiettivo di aiutare le famiglie impattate dalla gestione di persone colpite da ictus e con una disabilità dovuta a paralisi cerebrale infantile. La Facebook community offre supporto ai genitori di tutto il mondo, un network che fa anche da tramite quotidiano tra loro e le strutture sanitarie del territorio.