

COMUNICAZIONE SUL WEB ENI TORNA REGINA SUL PODIO HERA E SNAM

La classifica delle società quotate per capacità
di informare il mercato. Il grande salto di Pirelli

Migliorano anche Cattolica e Italgas

di **Fabio Sottocornola**

L'Eni ri guadagna lo scettro di regina della comunicazione societaria sul web con 93,2 punti (su un totale di 100) e si distingue per una chiarezza nella strategia del business, insieme a iniziative di sostenibilità e a un motore di ricerca come Ask Now che estrapola i contenuti più rilevanti per fornire risposte alle domande dei visitatori. La medaglia d'argento va al gruppo Hera, in salita di una posizione dallo scorso anno: la multiutility con casa madre a Bologna presenta i propri obiettivi con esempi di azioni concrete. Infine, al terzo posto si piazza Snam grazie all'efficacia delle sue sezioni di etica e governance. Ecco il podio delle quotate italiane, valutate secondo la capacità di comunicare sul digitale.

È il Webranking 2018-2019 un'analisi condotta dalla società di consulenza Lundquist (in collaborazione con la svedese Comprend). Duplice l'obiettivo: scattare una fotografia sulla situazione attuale e guardare le tendenze future, in un confronto a livello europeo. Sotto la lente sono finite 111 aziende di Piazza Affari mentre nel panorama continentale sono 806 le company studiate. «Rispetto alle edizioni di alcuni anni fa, questi risultati evidenziano un significativo miglioramento delle performance italiane», afferma Joakim Lundquist, ceo della società e responsabile per la graduatoria in Italia, Svizzera e Austria. Anzitutto, si è ridotto il divario con le altre realtà europee. Infatti, se il punteggio medio nel Vecchio Continente è pari a 47,2 quello italiano si è attestato a 43,5 ma in netto miglioramento rispetto a un anno fa: la distanza è ridotta a 3,7 punti (dai 6,6 precedenti). Dunque, l'Italia si allinea al contesto europeo, anche grazie alla crescita dei cosiddetti *best improver*, realtà come Italgas, Coima Res, Moncler, protagoniste di una forte accelerata. Ma meglio di tutti hanno fatto Cattolica e Pirelli, quest'ultima capace di passare

in un anno dalla posizione numero 50 alla quinta piazza. Nella top ten figurano poi Terna, Generali, Salini Impregilo, Mondadori, Prysmian e Italgas.

Che cosa succede sui siti? Una volta l'asso pigliatutto era la trasparenza con la disclosure dei dati o la pubblicazione del bilancio e dei documenti voluti dalla legge oppure ancora la presentazione chiara dei posti di lavoro messi a disposizione. Tutto questo non basta più. «Oggi è necessario proporre una visione del futuro: per questo bisogna saper creare una narrazione convincente, con obiettivi chiari ed esempi di azioni», spiega Lundquist. Da questo punto di vista i margini di miglioramento sono ampi. Basta prendere, per esempio, i report di sostenibilità, che sono adottati e presentati dal 69% del campione analizzato (contro il 44% dell'anno scorso). Le realtà nazionali sono brave a rendicontare i dati, meno nel prendere impegni per il futuro, magari dichiarando target misurabili. Metterci la faccia è importante. Eppure, solo il 46% del campione pubblica sul sito le foto dei propri manager, pure nel caso di dirigenti che hanno il compito di interagire con l'esterno. In Europa la media è quasi il doppio. Un'eccezione rilevata dallo studio è Prysmian, i cui dipendenti sono protagonisti delle storie e contribuiscono a raccontare l'identità aziendale. Altri esempi positivi nell'employer branding sono quelli di Salini, Erg, Generali, Unicredit.

C'è poi la questione Wikipedia. Per Daniele Righi, responsabile in Lundquist della consulenza per l'enciclopedia digitale, il 64% delle imprese presenta un alert, spia della carenza di contenuti. Ma essere presenti qui è importante, a patto di non intervenire direttamente: il rischio è violare le regole della piattaforma ed esporsi al danno reputazionale. Insomma, la sfida «non è più solo essere trasparenti ma definirsi in maniera credibile e autorevole», spiega Sara Rusconi, partner di Lundquist. Lo chiedono gli investitori, specie quelli esteri, gli analisti e gli stakeholder.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'Oscar del web Le società con i migliori siti di comunicazione finanziaria secondo il Webranking 2018

2018	2017	SOCIETÀ	PUNTI
1°	2°	Eni*	93,2
2°	3°	Hera Group	91,7
3°	1°	Snam*	91,3
4°	5°	Terna*	88,1
5°	50°	Pirelli	87,0
6°	4°	Generali*	85,2
7°	6°	Salini Impregilo	82,2
8°	9°	Mondadori	81,0
9°	10°	Prysmian*	80,5
10°	30°	Italgas	80,3
11°	7°	ERG	76,8
12°	28°	Poste Italiane*	72,0
13°	20°	Mediobanca*	70,5
14°	109°	Cattolica Assicurazioni	69,1
15°	11°	Leonardo*	67,8
16°	12°	CIR	67,7
16°	13°	IGD	67,7
18°	23°	Amplifon	67,5
19°	14°	Essilor Luxottica* ¹	67,3
20°	8°	Telecom Italia TIM*	66,3
21°	40°	Moncler*	65,7
22°	22°	A2A	62,9
23°	21°	UniCredit*	62,7
24°	16°	ENEL*	61,2
25°	19°	Edison ²	59,0
26°	17°	Banca Generali	56,1

27°	25°	Ansaldo STS	56,0
28°	18°	Autogrill	55,2
29°	31°	UBI Banca*	53,9
30°	26°	Banca Ifis	53,6
31°	24°	Campari Group	53,2
32°	34°	Unipol Gr. Finanziario	52,9
33°	29°	Intesa Sanpaolo*	52,8
34°	15°	Piaggio & C.	52,7
35°	36°	STMicroelectronics*	49,4
36°	35°	FCA*	49,0
37°	33°	Astaldi	48,9
38°	27°	Brembo	47,6
39°	37°	Safilo Group	47,2
40°	44°	Fincantieri	47,1
41°	95°	Coima Res	47,0
42°	32°	Saipem	46,0
43°	43°	Maire Tecnimont	43,0
44°	38°	Saras	41,9
45°	49°	Parmalat	41,3
46°	97°	Prada ³	40,7
47°	61°	Banca MPS	40,6
48°	39°	CNH Industrial*	40,3
49°	67°	FincoBank*	40,1
50°	52°	Tenaris*	40,0
51°	76°	Ima	39,9
52°	53°	UnipolSai	39,3
53°	47°	Banca Mediolanum	39,1
54°	71°	ENAV	37,8
55°	65°	Bper Banca	37,5

2018	2017	SOCIETÀ	PUNTI
56°	45°	Beni Stabili	37,2
57°	51°	Banca Sistema	36,5
58°	57°	Atlantia*	36,4
59°	41°	RCS Mediagroup	36,2
60°	91°	Unieuro	35,6
61°	48°	Buzzi Unicem	34,9
61°	58°	Datalogic	34,9
63°	59°	Ferrari*	34,5
64°	74°	Reply	33,6
65°	105°	Iren	33,4
66°	70°	Cerved Group	32,9
67°	64°	Falck Renewables	32,7
68°	88°	Marr	32,6
69°	46°	Diasorin	32,3
70°	60°	Brunello Cucinelli	32,1
71°	99°	DoBank	31,8
72°	54°	Cementir Holding	31,4
72°	63°	Juventus FC	31,4
74°	71°	Danieli & C.	31,2
75°	56°	Acea	31,0
75°	68°	Exor*	31,0
77°	NEW	Aquafil	30,8
78°	66°	Rai Way	30,1
79°	103°	Banca Farmafactoring	30,0
80°	86°	Interpump	29,8
80°	77°	OVS	29,8

Webranking 2018-2019 ha valutato un totale di 111 società. La classifica completa è disponibile su corriere.it

NOTE

Il punteggio massimo corrisponde a 100 punti
 * Società incluse anche nella classifica Webranking by Comprend Europe 500
 1) È stato valutato il sito luxottica.com. La fusione con Essilor è operativa dall' 1/10/2018
 2) Edison è quotata solo con azioni di risparmio
 3) Prada è quotata nella borsa di Hong Kong

Fonte: Webranking by Comprend in collaborazione con Lundquist

S.A.



Analisi

Joakim Lundquist, ceo di Lundquist e responsabile del Webranking in Italia



● Appuntamenti

Nelle prossime settimane verrà pubblicata la nuova classifica dell'Oscar del Web delle 81 principali società non quotate. Un campione significativo del made in Italy