

Innovazione

CHI COMUNICA MEGLIO

TRASPARENZA DIGITALE SORPRESA, IL PUBBLICO BATTE I PRIVATI

Le Ferrovie conquistano il primo posto tra le società non quotate, seguite da **Anas** e Sisal a pari merito. Poi Sace e Sea Bene l'alimentare. Male la moda che resta fanalino di coda
di **Giulia Cimpanelli**

Sorpresa. Le aziende pubbliche sono più trasparenti di quelle private. Almeno sui canali digitali. È quanto emerge da Webranking 2017, la classifica che ogni anno analizza la qualità e la trasparenza della comunicazione corporate e dedicata, questa settimana, alle società non quotate. L'analisi sulle società presenti sul listino di Piazza Affari è stata pubblicata lunedì scorso.

A guadagnare il primo gradino del podio sono infatti le Ferrovie dello Stato, che hanno recuperato due posizioni rispetto al 2016. La quarta edizione della ricerca condotta da Lundquist, in collaborazione con la società svedese Comprend, vede ai primi posti anche **Anas** e Sisal (a pari merito al secondo posto), Sace e Sea. Predominio pubblico, insomma.

La conquista delle prime posizioni da parte di imprese a controllo pubblico testimonia l'attenzione alla trasparenza digitale da parte dello «Stato azionista» e la volontà di allinearsi a standard internazionali. Quasi tutte le 77 aziende prese in considerazione, comunque, hanno migliorato le performance rispetto allo scorso anno. Ma a crescere in maniera importante, di oltre 20 punti, sono state soprattutto Ilva, **Anas**, Sisal e ancora Ferrovie dello Stato. «Raccontare non solo i prodotti ma anche l'azienda, essere trasparenti verso i propri clienti e partner, i possibili investitori e il mondo dei media è un'occasione per differenziarsi e costruire la propria reputazione in un contesto di mercato sempre più competitivo — commenta Joakim Lundquist, ceo di Lundquist e responsabile Webranking Italia, Svizzera e Austria —. Cresce il numero delle aziende che si presentano brevemente in homepage, aiutando i visitatori a comprendere di che cosa si occupano».

Buona parte delle società considerate (74%) fornisce informazioni sulle aree geografiche in cui operano, mentre è meno comune dare indicazioni sul posizionamento rispetto ai concorrenti (29%). Positivi gli esempi di **Anas**, Ferrovie, Granarolo e Bracco che accompagnano la presentazione della società con numeri chiave, struttura aziendale e progetti.

Le aziende sono invece poco inclini a rivelare i dati economici: sebbene il bilancio sia un documento pubblico solo il 39% del



campione lo rende disponibile sul proprio sito (era il 42% lo scorso anno). Diminuiscono anche le realtà che presentano la proprietà sul sito. Ma rendere noto se si è parte di un grande gruppo, se si è controllati da un fondo di private equity oppure da una realtà familiare è importante per capire come un'azienda opera sul mercato. Sono in aumento, invece, quelle che presentano i propri manager, di cui spesso, però, vengono forniti solo i nomi, senza profilo.

Il settore delle infrastrutture e quello finanziario crescono più del resto del campione. Un altro ambito in forte crescita è quello industriale ed energetico. In analogia con quanto emerso tra le aziende quotate, dove i settori che hanno ottenuto i punteggi migliori si trovano fra quelli maggiormente regolamentati, costantemente sotto i riflettori per via del loro impatto ambientale o sociale.

I comparti chiave del made in Italy non brillano per trasparenza: l'alimentare conferma il buon punteggio ottenuto già lo scorso anno, con Granarolo, Barilla e Ferrero ai primi posti, ma senza ulteriori passi in avanti. Anche quest'anno la moda si conferma fanalino di coda nonostante la crescente attenzione verso la trasparenza di molte aziende estere.

Molte società hanno giocato la carta della sostenibilità, ma solo una su tre presenta sul sito un bilancio di sostenibilità, dato in linea con lo scorso anno. Tuttavia, il sito e i social media sono lo strumento fondamentale per creare un rapporto di fiducia con un pubblico più ampio comunicando l'impegno dell'azienda e dando conto dei suoi progressi rispetto agli obiettivi di sostenibilità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'Oscar del web Le società non quotate con i migliori siti di comunicazione corporate secondo il Webranking 2017

2017	2016	SOCIETÀ	PUNTI
1°	3°	Ferrovie dello Stato	65,3
2°	7°	Anas	62,0
2°	6°	Sisal	62,0
4°	1°	SACE	59,6
5°	5°	SEA	47,7
6°	4°	Granarolo	46,1
7°	8°	GSE	45,8
8°	NEW	Aquafil	44,2
9°	9°	Barilla	44,0
10°	20°	Sia	43,5
11°	52°	Ilva	38,8
12°	19°	BNL	38,7
13°	16°	Chiesi	35,0
14°	10°	Wind Tre	34,0
15°	15°	Ferrero	33,2
16°	NEW	Novamont	31,8
17°	13°	Reale Mutua	31,6
18°	11°	Cremonini	31,5
18°	22°	Invitalia	31,5
18°	NEW	Tenova	31,5
21°	14°	De Nora	31,2
22°	NEW	Burgo	30,6
23°	27°	Avio Aero	30,5
24°	NEW	AXA Italia	30,2
25°	NEW	Vodafone Italia	29,7
26°	36°	Ansaldo Energia	29,6
26°	31°	Perfetti Van Melle	29,6
28°	NEW	Italcementi	29,0
28°	24°	Dompé	29,0
28°	18°	Menarini	29,0
31°	NEW	Ram spa	27,9
32°	38°	Bracco	27,7
32°	NEW	Angelini	27,7
34°	42°	Illy	27,5
35°	55°	Valvitalia	27,3
36°	26°	Birra Peroni	27,2
36°	22°	Ibl Banca	27,2
38°	41°	Rai	26,6
39°	28°	Fedrigoni	26,3
40°	NEW	Gruppo Banca Sella	25,8
41°	NEW	Credit Agricole Italia	25,3
42°	NEW	Zambon	24,9
43°	33°	Lavazza	24,7
44°	49°	Banca pop. di Vicenza	24,2
45°	33°	Stevanato Group	24,1
45°	32°	Nexive	24,1
47°	47°	Bolton	22,9
48°	NEW	SO.G.I.N.	22,7
49°	39°	Marcegaglia	21,5
50°	29°	Coop Italia	20,8
51°	56°	Furia	20,7
52°	54°	Api	20,3
52°	21°	Mapei	20,3



Medaglia d'oro
 Renato Mazzoncin alla guida di Fs: miglior sito di comunicazione finanziaria

2017	2016	SOCIETÀ	PUNTI
54°	45°	Percassi	20,1
55°	45°	Iper	19,4
56°	53°	Eataly	19,3
57°	33°	OTB-Diesel	19,1
58°	NEW	Fintecna	18,2
59°	39°	Veneto Banca	17,6
60°	48°	Egea	17,5
61°	57°	Max Mara	17,3
62°	NEW	Valentino	17,1
63°	NEW	Ermenegildo Zegna	16,8
63°	44°	Rigoni	16,8
65°	NEW	Sogesid	16,0
66°	50°	Versace	15,2
67°	59°	Lillo (LD e MD)	15,1
68°	43°	Esselunga	15,0
68°	58°	Artsana	15,0
70°	NEW	Alfa Sigma*	14,5
71°	51°	Calzedonia	13,6
72°	NEW	Save the Duck	13,2
73°	NEW	Veronesi	12,8
74°	62°	Armani	11,4
75°	61°	Dolce e Gabbana	10,7
76°	60°	Eurospin	10,4
77°	25°	Sky Italia	7,5

NOTE
 Il punteggio massimo corrisponde a 80 punti
 * il nuovo sito di Alfa Sigma è stato pubblicato dopo la chiusura delle valutazioni

Fonte: Webranking by Comprend in collaborazione con Lundquist S.A.



Focus
 Il 22 novembre presso la Sala Buzzati del Corriere si discuterà della comunicazione corporate. Iscrizione obbligatoria: lucia.toietta@lundquist.it o 02/36754126