

Paolo Scaroni-Emblema

PREMI

Comunicazione:
è sempre Eni
la regina del web

SIDERI A PAGINA 23

Awards La classifica di Hallvarsson&Halvarsson sui migliori siti societari di comunicazione finanziaria

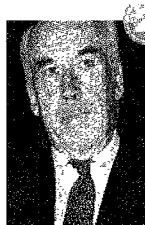
Internet Eni resta regina Sul podio Hera e Pirelli

Perdono quota le pluripremiate Unicredit e Telecom. Gran balzo di Luxottica

IL PODIO



ENI
Paolo Scaroni
Amministratore delegato



HERA
Tomaso Tommasi di Vignano
Presidente



PIRELLI
Marco Tronchetti Provera
Presidente

CHI HA GUADAGNATO PIU' POSIZIONI



LUXOTTICA
Andrea Guerra
Amministratore delegato

IL SITO PIU' VELOCE



GENERALI
Giovanni Perissinotto
Amministratore delegato

Il 2 dicembre la premiazione

Si terrà mercoledì 2 dicembre la consegna degli «Italian Webranking Awards», gli «Oscar» alle società quotate che hanno mostrato una particolare attenzione alla comunicazione finanziaria tramite il web.

L'evento, organizzato da «CorriereEconomia» in collaborazione con la società svedese Hallvarsson & Hal-

varsson, che da otto anni cura la classifica, si terrà presso la Sala Buzzati del «Corriere della Sera», in via Balzan 3, dalle ore 15,45.

La consegna dei premi sarà anche l'occasione per dibattere con gli esperti del settore i temi della comunicazione finanziaria via Internet.

Info: 02.45.47.76.81-2

DI MASSIMO SIDERI

Eni resta sul gradino più alto del podio della Webranking 2009 Italia Top100, la classifica che premia i migliori siti istituzionali di comunicazione finanziaria.

Cambi

Ma a scompaginare le posizioni di vertice della classifica della comunicazione online, redatta dalla società svedese Hallvarsson & Halvarsson in collaborazione con *CorriereEconomia*, ci pensano la mul-

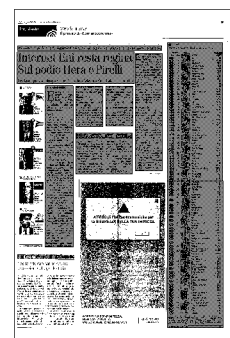
tiutility Hera, che si aggiudica la seconda posizione (87,75 punti) e Pirelli & C (82,5) a discapito delle pluripremiate Unicredit e Telecom Italia che quest'anno si dovranno «accontentare» della quarta e quinta posizione.

Da segnalare l'ingresso nella top ten, proprio in decima posizione, di Luxottica che grazie a un sito completamente rinnovato rispetto al precedente voluto da Del Vecchio ha bruciato 53 posizioni rispetto al 2008. Un balzo che le ha permesso anche di vincere il premio di *best*

improver, cioè società che ha guadagnato più punti (+35,25). Le posizioni dalla sesta alla nona sono occupate da Edison, Snam Rete Gas, Ubi Banca, Generali. Quest'ultima, in particolare, è stata la società più veloce nel test pratico avendo risposto a una email di richiesta di informazioni in 11 minuti.

Con 89 punti su un massimo potenziale di 100 Eni, che in sostanza ha totalizzato punteggi alti su tutte le sezioni monitorate ripete la performance che permise a Telecom Italia nel 2007 di conquistare

non solo l'Oscar della comunicazione online in Italia ma anche quello europeo. Sono molto alte dun-



que le aspettative per i risultati della Webranking Europe 500 che sarà pubblicata nelle prossime settimane. Quest'anno sono ben 31 le società italiane entrate anche nella classifica maggiore.

Tra le novità emerse a livello internazionale c'è l'attenzione per gli strumenti di partecipazione al web, i social media. Le società, o meglio alcune di esse, stanno prendendo coscienza della possibilità di monitorare la propria reputazione online seguendo i fenomeni di social networking, da Youtube e Twitter a Facebook e Wikipedia.

Ma in realtà si tratta di minoranze «illuminate» rispetto a un panorama che rimane per lo più desolante: ancora l'11% delle società quotate in Borsa non pubblicava a fine agosto il bilancio in inglese, entrato ormai tra le *best practice* di Piazza Affari. Il 37%, poi, non ha dato spazio alle relazioni trimestrali tradotte. Emblematico il caso dell'*employer branding*: emerso nel 2008 come criterio della classifica, lo spazio dedicato a chi cerca lavoro con la pos-

sibilità per le società di fare *recruitment* di talenti a costo zero sembra una buona opportunità. Ma il punteggio medio in questa sezione è stato molto basso (16%). È un segnale che per molti il sito è ancora un canale di informazioni «basic» e non uno strumento di difesa e posizionamento del brand.

il traguardo

Tra le società che hanno incrementato di più il punteggio ci sono A2a (+20,25 punti), Safilo (+19,5) e Cir (+15,5). Tra le new entry — grazie all'allargamento da 80 a 100 delle società analizzate nella classifica — ci sono Tenaris, Astaldi, Telecom Italia Media, Sorin, Landi Renzo e Igd. In generale scende da 41,5 a 36,6 punti la media delle società italiane anche se una parte del calo è stato causato dall'allargamento della classifica. E comunque il 75% delle società italiane non ha raggiunto nemmeno quest'anno la metà del punteggio massimo, cioè l'asticella della sufficienza. Il lavoro da fare è ancora molto.

IN FILA

La classifica e i punti ottenuti dai siti web delle società quotate

Posizione 2009	2008	Variazione	Società	Punteggio 2009
1	1	↔	Eni*	89
2	6	↔	Hera	87,75
3	5	↔	Pirelli & C	82,5
4	2	↔	UniCredit Group*	81,5
5	3	↔	Telecom Italia*	80,25
6	4	↔	Edison	72,5
7	7	↔	Snam Rete Gas*	71,5
8	9	↔	Ubi Banca*	68,75
9	8	↔	Assic. Generali*	68,5
10	63	↔	Luxottica*	63
11	10	↔	Autogrill	60
12	13	↔	Pirelli RE	59
13	19	↔	Fiat*	58,75
13	11	↔	Seat Pagine Gialle	58,75
15	18	↔	Terna*	58,25
16	38	↔	Cir	57,25
17	15	↔	Parmalat*	56,5
18	24	↔	Erg	56,25
19	12	↔	Benetton	55,5
20	16	↔	Banca Generali	55
21	25	↔	Saras*	54,75
22	16	↔	Monte Paschi di Siena*	54
23	32	↔	Finmeccanica*	52,5
24	22	↔	Intesa SanPaolo*	51,75
25	27	↔	Indesit	49,75
26	-	↔	Tenaris	49,5
27	61	↔	A2A*	48,25
28	60	↔	Safilo Group	48
29	19	↔	Mediolanum*	45,5
30	34	↔	Prysmian	45,25
30	19	↔	Unipol Gruppo Finanz.	45,25
32	26	↔	Italcementi*	45
33	37	↔	Fastweb	44
34	23	↔	Enel*	43,5
35	30	↔	Mondadori	43
36	29	↔	Rcs MediaGroup	41,5
37	-	↔	Astaldi	40,75
38	28	↔	Mediobanca*	40
39	35	↔	Bulgari	38,75
40	41	↔	Mediaset*	36,5
41	58	↔	Saipem*	36,25
42	36	↔	Recordati	36
43	30	↔	Campari	35,25
43	-	↔	Telecom Italia Media	35,25
45	-	↔	Sorin	34,75
46	39	↔	Ansaldo Sts	34,5
47	-	↔	DeA Capital	34
48	55	↔	Trevi	33,75

49	44	↔	Amplifon	33,25
50	42	↔	Cementir	33
51	-	↔	Landi Renzo	32,5
52	43	↔	Atlantia*	32
53	-	↔	Igd	31,5
54	47	↔	Lottomatica*	31
-	33	↔	Buzzi Unicem*	29,25
55	-	↔	Exor*	29,25
-	52	↔	Iride	29,25
58	45	↔	Geox	28,75
59	-	↔	Gruppo Coin	28,75
60	-	↔	Diasorin	28,5
61	52	↔	Piaggio	27,75
62	52	↔	Fondiaria Sai	27,25
-	-	↔	Nice	27,25
64	76	↔	Danieli	27
-	65	↔	Banco Popolare*	26,5
65	48	↔	Beni Stabili	26,5
67	-	↔	Gewiss	26
68	51	↔	Cattolica Assicurazioni	25,75
69	48	↔	Maire Tecnimont	25,5
70	-	↔	Ima	25,25
71	-	↔	B. Pop. Etruria e Lazio	25
-	-	↔	Marr	24
72	73	↔	Milano Assicurazioni	24
74	67	↔	Impregio	23,25
75	-	↔	Management e capitali	23
76	61	↔	Azimut Holding	22
77	-	↔	Permasteelisa	21,75
78	-	↔	Ascopiave	21,5
79	55	↔	Italmobiliare	21
80	69	↔	Tods Group	20,5
81	71	↔	Banca Carige*	18,5
-	79	↔	Credito Valtellinese	17,5
82	66	↔	Gr. Ed. L'Espresso	17,5
84	58	↔	Credito Emiliano	17,25
85	-	↔	Cofide	16,75
86	68	↔	Gemina	16,5
87	80	↔	Banca Intermobiliare	16
-	75	↔	Sias	16
89	70	↔	Autostrada To-Mi	15,75
90	-	↔	Soi	15,5
91	57	↔	Acea*	15,25
92	72	↔	Banca Pop. Milano*	14
93	82	↔	Banco Desio	13,5
94	78	↔	Banca Pop. Sondrio*	10,75
95	-	↔	Credito Artigiano	9,75
96	77	↔	B. P. Emilia Romagna*	8
97	81	↔	Credito Bergamasco	7,75
98	83	↔	Enia	6,5
99	-	↔	Snai	6,25
100	-	↔	Premafin	6

Note: In grigio società nuove entranti. L'asterisco contrassegna le società incluse anche nella classifica H&H Webranking Europe Top500. Il punteggio massimo corrisponde a 100 punti. Le 100 società sono state individuate secondo capitalizzazione in giugno 2009 (Bloomberg/FT). I siti delle società selezionate sono stati valutati due volte da due persone diverse dall'inizio di luglio fino al 31 agosto, mentre i siti nelle prime 10 posizioni sono stati ricontrattati una terza volta. I risultati degli anni precedenti possono essere consultati sul sito www.webranking.eu.

Fonte: Hailvarsson & Hailvarsson

RPirola