

COMUNICAZIONE L'ENERGIA ITALIANA REGINA D'EUROPA

Terna prima nella classifica, realizzata da Lundquist e Comprend, sulla trasparenza dell'informazione societaria online delle 500 principali aziende quotate. Poi Snam ed Eni. Nella top ten anche Poste e Generali. La sfida per tutti? «Più chiarezza contro il greenwashing»



Terna
Giuseppina Di Foggia



Eni
Claudio Descalzi



Poste italiane
Matteo Del Fante

di FABIO SOTTOCORNOLA

Una superpotenza dell'energia. Con tre colossi nazionali sul podio più alto del Webranking, l'indagine europea sulla trasparenza digitale tra le 500 maggiori quotate, realizzata da Lundquist e Comprend. Terna (94,7 punti) vince l'edizione 2023 seguita da Snam (93,9) ed Eni (88,3), il punteggio massimo era 100.

L'indagine si pone un preciso obiettivo: misurare quanto sia efficace la comunicazione sui canali digitali, a partire dai siti internet, dalla home page a voci più tecniche come l'Investor relator, il Reporting, la Governance o le Carriere. «Abbiamo notato che, nonostante il tema sia meno centrale rispetto al periodo pandemico, cresce il numero di aziende che danno informazioni sull'approccio allo smart working» ha dichiarato Francesca Bellizzi, coordinatrice della ricerca in Italia. «Un segnale incoraggiante che rivela interesse nell'attrarre i giovani talents». Ma il successo delle imprese italiane non si ferma qui: tra le prime dieci della graduatoria si trovano anche Poste (quarta) e le Generali (sesta).

Condotta a livello continentale, la ricerca passa in rassegna diverse industry come la chimica, dove vince Givaudan (82,9 punti), le tic (Swisscom, 84,9), il retail (H&M) o i trasporti aerei (Lufthansa). Ma l'Italia è di nuovo protagonista con Mediobanca, prima nei servizi finanziari e Intesa Sanpaolo (banche). Tornando al podio generale, Terna guidata dall'ad Giuseppina Di Foggia, si conferma la migliore rispetto alla sostenibilità e nella comunicazione agli investitori. L'azienda dedica spazio alla descrizione della politica in materia di governance, «illustrando con dovizia di particolari struttura e funzioni del Consiglio di amministrazione». La Snam del ceo Stefano Venier rimane al vertice insieme con l'Eni di Claudio Descalzi che «attribuisce notevole importanza all'esplicazione dettagliata della propria governance, for-

nendo una chiara esposizione della configurazione e delle attribuzioni del consiglio di amministrazione e dei comitati aziendali. Particolare attenzione è dedicata alla presentazione approfondita del top management».

Gli obiettivi

Questa edizione del Webranking, la numero 27, ha l'obiettivo di far emergere la trasparenza come strumento per combattere il greenwashing e dare concretezza alla sostenibilità e ai temi del cosiddetto Esg. «Rendere tangibile il proprio impegno è la vera opportunità da cogliere per risultare credibili agli occhi del pubblico e della società. Una questione di cultura d'impresa che dovrebbe riflettersi nelle azioni e nei comportamenti dell'intera organizzazione», afferma Joakim Lundquist, ceo di Lundquist e responsabile Webranking per Italia, Svizzera e Austria. A suo parere «esiste un divario ancora troppo grande tra parole e fatti. In un contesto di sempre maggiore sfiducia verso imprese e istituzioni, è tempo di investire in una comunicazione che risulti facilmente accessibile a un pubblico più ampio, superando le logiche di pura rendicontazione».

La performance importante di alcune aziende italiane va inserita all'interno di ottimi risultati anche di altri Paesi e aziende europee. La Finlandia è al vertice della trasparenza con due realtà nella Top 10 come Wärtsilä e Fortum e un punteggio medio superiore di oltre 20 punti rispetto al resto del campione. La presenza di un azionariato molto diffuso e di specifiche regolamentazioni per gli azionisti retail hanno spinto a una maggiore trasparenza sui canali digitali. Bene anche la Svezia, che da sempre mostra alta attenzione verso la trasparenza sul digitale.

Nella gara tra Paesi, a poca distanza troviamo la Germania. «Dimostra un'attenzione più diffusa nella trasparenza con alcuni campioni (13° nella Top 50) ma soprattutto sono poche le aziende nelle ultime cento posizioni», spiega l'esperto.

Va male per l'Inghilterra, sotto la media europea: le aziende usano i canali digitali per raccontare investment case e strategia di business. «Performano meglio del resto del campione, ma danno meno attenzione alla disclosure del bilancio».

Infine, la Francia ha una media inferiore all'europea e molte aziende tra le ultime 100: limitata attenzione ai mercati internazionali. Il caso Italia è a due velocità: da un lato, aziende trasparenti; dall'altro, molte società ancora nelle ultime posizioni come Brunello Cucinelli (473), Nexi (484), Interpump (495) e punteggi sotto la quota 30.

La metodologia del Webranking parte dall'indice Stoxx All Europe con una analisi dei siti valutati due volte da due diversi analisti nel periodo tra luglio e agosto 2023. Per le prime dieci, controllo supplementare.

La sfida La classifica delle società europee più trasparenti nella comunicazione sul web

Rank	Società	Paese	Tot.	Rank	Società	Tot.
1°	Terna	Italia	94,7	20°	Intesa Sanpaolo	72,2
2°	Snam	Italia	93,9	24°	Amplifon	70,9
3°	Eni	Italia	88,3	26°	Phrysman	70,9
4°	Poste Italiane	Italia	87,2	33°	Unicredit	66,8
5°	Sandvik	Svezia	86,4	59°	Leonardo	60,9
6°	Generali	Italia	85,1	82°	Enel	58,6
7°	Swisscom	Svizzera	84,9	163°	Moncler	51,5
8°	Wärtsilä	Finlandia	83,3	228°	Stm	47,7
9°	Fortum	Finlandia	83,0	303°	Telecom Italia	43,5
10°	Givaudan	Svizzera	82,9	311°	Campari Group	43,1
11°	Valmet	Finlandia	80,1	356°	Ferrari	39,8
12°	Trelleborg	Svezia	78,6	364°	Banco Bpm	38,2
13°	Kesko	Finlandia	78,2	371°	Stellantis	37,8
14°	Sampo	Finlandia	77,2	385°	Recordati	36,8
15°	Repsol	Spagna	76,4	399°	Tenaris	36,4
16°	Vinci	Francia	76,0	440°	FincoBank	32,8
17°	Mediobanca	Italia	75,6	442°	Crh Industrial	32,6

Fonte: Lundquist Webranking