

COMUNICAZIONE TERNA, POSTE E SNAM REGINE D'EUROPA

È tutto italiano il podio delle società che offrono l'informazione online più trasparente. Lo dice l'indagine di Lundquist-Comprend, che analizza le 500 principali quotate del Continente. Ora una nuova prova: differenziarsi nel mare magnum delle rendicontazioni Esg

A completare la top 10 anche Eni e Generali. Ma non siamo il Paese più virtuoso in assoluto: davanti a noi ci sono Finlandia e Svezia

di **ANDREA BONAFEDE**

Le aziende italiane si confermano al vertice della trasparenza nella comunicazione digitale. A stabilirlo è la Webraking 2024-2025, l'indagine — giunta alla 28esima edizione — realizzata da Lundquist, in collaborazione con la società svedese Comprend, che valuta il livello di trasparenza dell'informazione societaria online delle 500 principali imprese quotate europee. Le prime quattro posizioni sono infatti occupate da aziende italiane: si tratta di Terna (95,3, il punteggio massimo è 100), Poste Italiane (94,1), Snam (93,8) ed Eni (92,7). E se si aggiunge il sesto posto di Generali (85,3), metà della top 10 è composta da società del nostro Paese. Inoltre, Mediobanca e Intesa Sanpaolo si affermano ai vertici del settore «Banks & Financial Services», mentre Amplifon guida il settore «Healthcare». Tra le società italiane che si sono migliorate di più figurano Interpump (+9,5%), Poste Italiane (+6,9%) e Nexi (+6%).

L'Italia si distingue con un punteggio medio di 53,7, superiore alla media europea di 48,4, posizionandosi però «solo» terza tra i Paesi del Continente, dietro Finlandia e Svezia. Se da un lato, infatti, le primissime po-

sizioni siano occupate da imprese del nostro Paese, dall'altro ben 11 società si trovano nelle ultime 100 posizioni. «Questo succede perché, a differenza della Finlandia o della Svezia che hanno risultati più omogenei, la cultura della trasparenza non è così diffusa a livello di Paese, ma è più caratteristica di alcune singole grandi aziende», spiega Joakim Lundquist, ceo di Lundquist e responsabile di Webranking.

La fotografia

Secondo l'indagine, le aziende italiane si distinguono in Europa per l'efficacia nella comunicazione verso i candidati e i dipendenti, e nell'ambito della sostenibilità. Mentre tra la sezione in cui le società del Vecchio Continente, non solo quelle italiane, mostrano i risultati peggiori è quella relativa agli «Investor Relations»: le aziende infatti faticano a mettere in evidenza le informazioni più rilevanti e a offrirne una lettura completa, dalla strategia all'investment case, dall'outlook finanziario al profilo del debito. La comunicazione resta, infatti, ancorata a report e presentazioni per analisti, i cui contenuti non vengono veicolati all'interno del sito corporate: solo il 47% delle società incluse presenta un investment case, fondamentale per il mercato, mentre solo il 32% presenta obiettivi finanziari concretamente misurabili.

Tra i settori, a spiccare per virtuosità è il «Basic Resources» — con un punteggio di 57,7 la media europea è 48,4 —, malgrado nessuna delle sue

aziende figurino nella top 20 Europe. Seguono «Energia» (che avanza dalla quarta posizione alla seconda) e «Telecomunicazioni». A far registrare i punteggi complessivi più bassi sono i comparti di «Retail», «Viaggi», «Media» e «Real Estate».

Le sfide

L'indagine mette inoltre evidenza di grandi cambiamenti a cui sta andando incontro la comunicazione aziendale. A partire dal fattore sostenibilità. La Direttiva CsrD dell'Unione europea, infatti, estenderà - dai bilanci del 2024 - l'obbligo di rendicontazione Esg a una vasta platea di aziende, spingendole verso una trattazione sempre più tecnica e omogenea. In questo contesto, il ruolo di una comunicazione credibile, distintiva e rivolta a tutti gli stakeholder diventa una leva competitiva per qualsiasi azienda. «La "compliance" rischia di standardizzare la comunicazione della trasparenza — sostiene Lundquist —. Le imprese devono differenziarsi dalla concorrenza, ma per riuscirci dovranno pensare a una comunicazione strategica. In questo senso, tutti i "touchpoint" digitali possono riaffermarsi come stru-

menti affidabili per rispondere a un pubblico esigente».

Ad accelerare il cambiamento sarà anche l'intelligenza artificiale, che permetterà agli stakeholder di "leggere" più velocemente i nutriti report di sostenibilità. «La comunicazione non dovrà più essere generica, ma dovrà spostarsi verso l'essenzialità: un Paese che sta lavorando bene in questo senso è l'Inghilterra, che non è molto in alto in classifica per la trasparenza, ma si sta focalizzando molto sulla comunicazione strategica. Un altro cambiamento, infine, deriva dal fatto che oggi i consumatori sono più consapevoli sui temi Esg, quindi le aziende non dovranno più comunicare solo le strategie, ma dimostrare che cosa stanno facendo con esempi concreti», conclude Lundquist.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

E

Lo studio

Webranking è una ricerca, condotta da Lundquist in collaborazione con la società svedese Comprend, che valuta la trasparenza della comunicazione corporate e finanziaria sui canali digitali delle 500 principali società quotate in Europa. Giunta alla sua 28esima edizione, si basa su oltre 270 diversi criteri di valutazione, che ogni anno evolvono in linea con le esigenze del mercato



Classifica

Joakim Lundquist, ceo di Lundquist e responsabile dell'indagine Webranking

	Società	Paese	Settore	Totale	
La top ten... Le migliori aziende in Europa per la comunicazione societaria sul web	1°	Terna	Italia	Utilities	95,3
	2°	Poste Italiane	Italia	Assicurazioni	94,1
	3°	Snam	Italia	Energia	93,8
	4°	Eni	Italia	Energia	92,7
	5°	Sandvik	Svezia	Beni industriali e servizi	87,8
	6°	Generali	Italia	Assicurazioni	85,3
	7°	Valmet	Finlandia	Beni industriali e servizi	84,8
	8°	Givaudan	Svizzera	Chimica	84,3
	9°	Wärtsilä	Finlandia	Beni industriali e servizi	84,0
	10°	Kesko	Finlandia	Farmaci e cura del corpo	82,2
... e le altre presenze tricolori Sono state valutate 29 aziende italiane su 500 europee	18°	Mediobanca	Italia	Servizi finanziari	73,5
	20°	Amplifon	Italia	Cura della persona	72,6
	26°	Intesa Sanpaolo	Italia	Banche	70,3
	32°	Prysmian	Italia	Beni industriali e servizi	68,6
	38°	Unicredit	Italia	Banche	67,7
	55°	Leonardo	Italia	Beni industriali e servizi	63,3
	115°	Enel	Italia	Utilities	56,6
	172°	Moncler	Italia	Prodotti di consumo e servizi	52,3
	180°	Stm	Italia	Tecnologia	51,8
	292°	Unipol	Italia	Assicurazioni	45,6

Per consultare i risultati completi: www.lundquist.it

Fonte: Webranking 2024 a cura di Lundquist