

Lundquist Award. La classifica 2010 premia Hera

La Csr parla ancora poco online

Elio Silva

Tra le società quotate italiane è la multiutility Hera quella che meglio utilizza il web per comunicare le proprie pratiche di responsabilità sociale. Alle sue spalle si distinguono anche Eni e Fiat mentre, in generale, molto resta da fare per utilizzare al meglio le opportunità della rete e migliorare il dialogo con gli stakeholders. A stilare questa "pagella" è una ricerca, la Csr Online Awards Italy 2010, realizzata per il terzo anno consecutivo dalla società di comunicazione Lundquist e che sarà ufficialmente presentata il 21 ottobre in un convegno internazionale a Milano.

Lo studio ha preso in considerazione il sito istituzionale delle 50 maggiori società quotate, analizzando in base a una griglia di 77 parametri l'efficacia della comunicazione online della Csr. Il giudizio è stato affidato a un panel di 250 esperti di 30 diversi paesi, con una larga rappresentanza italiana. Il punteggio migliore (77 su un massimo teorico di 100) è stato conquistato dalla multiutility emiliana Hera, new entry in graduatoria, mentre Eni (75,5), reduce dal primo posto dello scorso anno, ha ottenuto la seconda posizione e Fiat (73,5) è salita in terza piazza, dall'ottava del 2009. Il punteggio medio è migliorato di un punto rispetto all'anno scorso, arrivando a 35,5, ma resta ancora sotto la sufficienza. La ricerca rivela, infatti, che poche società investono con efficacia nella comunicazione online della Csr; per di più, nel farlo puntano quasi esclusivamente sul bilancio di sostenibilità. Un quinto delle società quotate, infine, non presenta sul sito alcun contenuto di Csr.

«Gli stakeholder hanno bisogno di una comunicazione sul web che da un lato sia chiara ed esaustiva - dichiara James Osborne, responsabile della ricerca - dall'altro sia anche personalizzata e in tempo reale. Per questo la classifica ha premiato i siti che stanno facendo sforzi in questa direzione, affinché dati, esempi e documenti non siano strumenti autoreferenziali, ma spunti per un confronto diretto».

«Il risultato medio non è esaltante - osserva Joakim Lun-

La graduatoria

Classifica sulla comunicazione online della Csr (max = 100)

	Società	Punti
1	Hera	77,0
2	Eni	75,5
3	Fiat	73,5
4	Telecom Italia	69,0
5	Enel	68,0
6	Pirelli & C.	66,0
	Terna	66,0
8	Banca Mps	65,5
9	Snam Rete Gas	65,0
10	UniCredit	62,0
11	STMicroelectronics	56,5
12	Edison	55,0
13	Autogrill	54,0
	Italcementi	54,0
15	Ubi Banca	53,0

Fonte: Lundquist

© RIPRODUZIONE RISERVATA

dquist, partner della società che ha realizzato lo studio - ma è comunque aumentato il numero delle imprese di livello buono. Infatti 10 aziende, rispetto alle 6 dello scorso anno, hanno superato i 60 punti e quindi soddisfano, a nostro avviso, in maniera adeguata le principali esigenze informative degli utenti».

Tra le novità dell'edizione di quest'anno anche una prova sul campo, che ha reso possibile testare la prontezza delle società nel rispondere alle domande degli stakeholder. Alle imprese che hanno fornito almeno un'informazione di contatto (form o mail) è stata inviata, in orario di lavoro, una richiesta di informazioni di base relativa alla responsabilità sociale. Solo 10 società hanno mandato un feedback in meno di 48 ore. In questo specifico test ha prevalso Lottomatica, che ha risposto dopo solo 15 minuti, seguita da Snam Rete Gas, Saipem ed Hera entro le 4 ore.