

## KWD Webranking 2011

15° edizione a livello europeo e  
10° in Italia

950 in Europa, in 28 settori  
diversi

24 società italiane incluse nella  
classifica europea

Protocollo di valutazione di 120  
criteri, di cui un terzo dedicati alle  
informazioni finanziarie

Oltre 500 le risposte ai due  
questionari KWD Webranking  
dedicati uno ai mercati finanziari e  
l'altro all'employer branding

## Top 10

1	<b>Telecom Italia</b>	<b>89 punti</b>
2	<b>Eni</b>	<b>87</b>
3	<b>BASF</b>	<b>83</b>
4	Repsol YPF	81,75
5	SCA	79,5
6	Neste Oil	79,25
7	Deutsche Post DHL	79
8	Fortum	78,5
9	UniCredit Group	77,25
10	Danske Bank	76,25

## KWD Webranking 2011 Awards Italy

L'edizione annuale di **KWD Webranking Awards**, che premierà i migliori siti web istituzionali della ricerca KWD Webranking 2011 Italy Top100, si terrà **lunedì 28 novembre** dalle ore 15 presso la Sala Buzzati del Corriere della Sera

## KWD Webranking 2011 Awards Europe

La quarta edizione europea di **KWD Webranking Awards** premierà i migliori siti web istituzionali a livello europeo e si terrà **giovedì 24 novembre** a Londra

## 15<sup>ma</sup> Edizione

### KWD Webranking 2011 Europe 500

**Telecom Italia ed Eni si confermano regine della comunicazione corporate online anche in Europa. Al terzo posto la tedesca BASF.**

UniCredit Group si mantiene salda in Top10 e conserva il titolo di prima società finanziaria in Europa. Snam Rete Gas, Generali e Terna sono tra le prime 20 classificate. Migliora la performance delle società italiane in Europa, sebbene la metà del campione, rimane sotto la metà del punteggio massimo collocandosi nella parte bassa della classifica.

*Milano, 24 novembre 2011* - Sul podio della 15esima edizione della ricerca annuale **KWD Webranking Europe 500** (precedentemente noto come H&H Webranking) si confermano due società italiane: **Telecom Italia** ed **Eni**. **Telecom Italia**, con 89 punti su 100 potenziali, raggiunge la vetta della classifica spodestando **Eni**, che, vincitrice delle precedenti tre edizioni, scende in seconda posizione con 87 punti.

La tedesca **BASF** sale di una posizione e raggiunge il terzo gradino del podio con 83 punti. Entra in Top10 al quarto posto l'operatore energetico iberico **Repsol YPF**. Buone performance anche quelle segnate dalla svedese **SCA** e dalla norvegese **Neste Oil**, che salgono rispettivamente al quinto e sesto posto. **Deutsche Post DHL**, che nella scorsa edizione della ricerca si era guadagnata la seconda posizione, scivola quest'anno al settimo posto con 79 punti. Perde alcune posizioni anche la società energetica finlandese **Fortum**: quinta nel 2010, scende in ottava posizione con 78,5 punti.

**UniCredit Group** si conferma primo gruppo finanziario in Europa, ma perde il sesto posto ottenuto nel 2010 chiudendo in nona posizione con 77,25 punti complessivi. **Danske Bank**, conquista dodici posizioni e chiude la rosa delle prime dieci classificate con 76,5 punti.

L'operatore energetico russo **Baschneft** si aggiudica il titolo di società best improver, poiché, grazie al lancio del nuovo sito, riesce a migliorare il proprio punteggio di 17,75 punti rispetto al 2010. **Snam Rete Gas**, **Generali** e **Terna** sono tra le prime 20 classificate, rispettivamente all'11esimo, 18esimo e 19esimo posto.

Tra le società italiane ad aver migliorato in modo consistente il proprio posizionamento in classifica rispetto al 2010 vanno segnalate **Prysmian** e **Mediobanca**: la prima rimonta di ben 153 posizioni, passando dal 253esimo posto al 100esimo, mentre **Mediobanca** guadagna 101 posizioni e si classifica 203esima. Seguono **Intesa Sanpaolo**, **Finmeccanica** e **Saipem**, che recuperano rispettivamente 92, 70 e 68 posizioni all'interno della classifica europea.

«Per il quinto anno consecutivo una società italiana detiene la corona europea – spiega **Sara Rusconi**, responsabile della ricerca KWD Webranking – *Questo dimostra che diverse società italiane credono nella comunicazione sul web e da anni si impegnano in questo campo*».

## L'albo d'oro di KWD Webranking Europe

2011	Telecom Italia (IT)
2010	Eni (IT)
2009	Eni (IT)
2008	Eni (IT)
2007	Telecom Italia (IT)
2006	TNT (NL)
2005	TNT (NL)
2004	SCA (SWE)
2003	Stora Enso (FIN)
2002	SCA (SWE)
2001	Volvo (SWE)

## Società italiane Best improver nella classifica KWD Webranking Europe 500

Prysmian (+153 posizioni)
Mediobanca (+101)
Intesa Sanpaolo (+92)
Finmeccanica (+70)
Saipem (+68)

## Performance italiana superiore alla media europea

La media complessiva delle 500 società incluse in classifica si attesta su 44,2 punti, scendendo di 4,2 punti rispetto al 2010 (48,3 punti). Le 24 società italiane incluse in classifica ottengono invece un punteggio medio (53,4 punti) in linea con il 2010 (53,8), portandosi a nove punti sopra la media europea. Questo risultato mette in evidenza la buona performance a livello europeo delle società italiane incluse in classifica. La media europea peggiora: l'Italia non solo si mantiene salda senza significativi peggioramenti in termini di punteggio, ma riesce ad aumentare lo stacco di quasi 4 punti rispetto al punteggio medio complessivo europeo.

Sebbene la media ottenuta dalle società italiane sia più elevata rispetto alla media complessiva europea, va, tuttavia, sottolineato che ancora 10 società su 24 hanno ottenuto un punteggio inferiore a 50 punti collocandosi nella seconda metà della classifica.

«La performance delle società italiane incluse in classifica regge il confronto a livello europeo – afferma **Cristina Urban** – dal momento che anche quest'anno il punteggio medio non solo riesce a mantenersi al di sopra di quello complessivo europeo e anzi aumenta lo stacco».

Novità dell'edizione 2011 della ricerca è l'eliminazione della sezione dedicata a tecnologia e struttura del sito web a vantaggio di una maggiore attenzione ai contenuti. All'interno del protocollo di valutazione aumenta il peso delle sezioni dedicate a corporate governance, responsabilità sociale ed employer branding.

La ricerca, oltre alla classifica europea, comprende anche la **FT Global 100** oltre a diverse classifiche su base nazionale. In totale, considerando le diverse classifiche, sono state prese in esame 950 società a livello globale.

---

KWD (King Worldwide Digital), è una agenzia internazionale specializzata nella comunicazione corporate online. La divisione digitale di H&H (Hallvarsson&Halvarsson) ha creato KWD nel 2010. KWD può contare su una presenza globale con uffici o rappresentanze a Londra, Stoccolma, Milano, Dubai e Lisbona.

## Contatti

KWD è rappresentata a Milano da Lundquist Srl:

### Cristina Urban

Project manager  
KWD Webranking Italia

t: (39) 02 4547 7682  
[cristina.urban@halvarsson.se](mailto:cristina.urban@halvarsson.se)

### Joakim Lundquist

Responsabile KWD Italy e fondatore Lundquist srl

### Sara Rusconi

Responsabile KWD Webranking Italia, Svizzera e Austria e partner Lundquist

### Giulia Dini

Ricercatrice KWD Webranking e Responsabile social media Lundquist

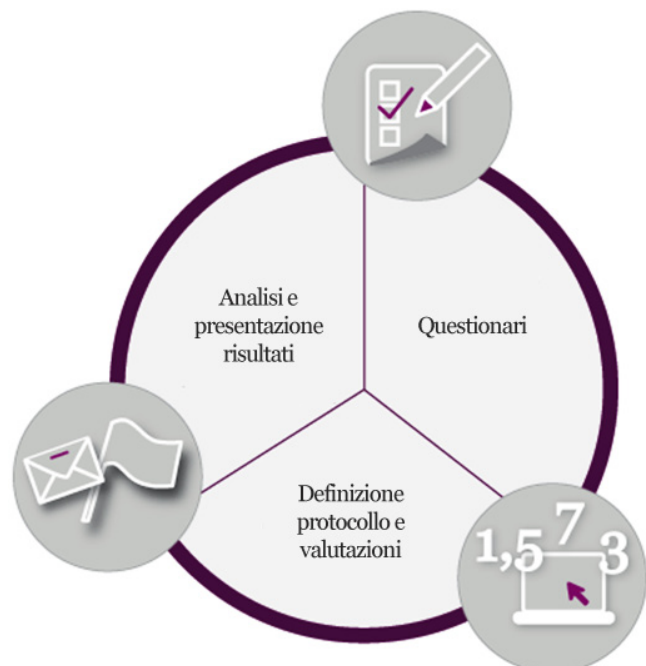
## KWD Webranking 2011

La ricerca KWD Webranking (in precedenza H&H), che quest'anno giunge alla 15esima edizione consecutiva in Europa e festeggia il decimo anniversario in Italia, costituisce l'analisi più completa a livello europeo sulla qualità della comunicazione finanziaria ed istituzionale online. Lo studio fornisce alle società uno strumento fondamentale per confrontarsi con gli altri attori a livello nazionale e con i propri concorrenti a livello internazionale. La ricerca valuta la versione inglese dei siti istituzionali delle società prese in esame, escludendo la parte commerciale.

L'edizione italiana della ricerca ha considerato le 101 società a maggiore capitalizzazione presenti sul listino di Piazza Affari a giugno 2011, mentre in totale a livello globale sono state esaminate 950 società. Lo studio prevede, oltre a 20 classifiche a livello nazionale, una classifica europea, composta dalle 500 maggiori società per capitalizzazione tratte dalla classifica FT Europe 500, una classifica che raccoglie le principali 100 società per capitalizzazione a livello internazionale che costituiscono la lista Global 500 stilata da Financial Times. Quest'anno all'interno della classifica europea sono state incluse 24 società italiane.

La ricerca si basa su tre fasi principali. Per prima cosa vengono raccolte le esigenze degli utenti professionali online, grazie a due questionari specifici. Sulla base delle risposte viene poi stilato il protocollo di valutazione attraverso il quale vengono valutate tutte le società presenti nella ricerca. L'ultimo passo è l'analisi dei dati e la presentazione dei risultati della ricerca oltre alla raccolta dei best practice e delle tendenze a livello internazionale.

### KWD Webranking 2011: Il modello della ricerca



## I questionari KWD Webranking 2011

Il protocollo della ricerca KWD Webranking viene definito ed aggiornato annualmente sulla base dei risultati di due questionari, il primo indirizzato alla comunità finanziaria, l'altro dedicato all'employer branding.

### Questionario rivolto al mercato finanziario

**296** risposte da analisti buy e sell-side e giornalisti economici

Secondo il **70%** degli intervistati sul sito non dovrebbero mancare informazioni sul settore e sul posizionamento di mercato della società

Il **67%** reputa il motore di ricerca interno una delle funzionalità più importanti di un sito web

Finalità dei questionari è quella di acquisire informazioni accurate sulle modalità di utilizzo dei siti web istituzionali delle società quotate: sulla base dei risultati dell'indagine vengono stilati i criteri di valutazione.

Il **questionario rivolto al mercato finanziario** ha quest'anno ottenuto le risposte di **296 professionisti** da tutto il mondo, in particolare **analisti buy e sell-side e giornalisti economici**. Dal questionario è emerso che le informazioni ritenute indispensabili su un sito istituzionale sono le seguenti:

1. Bilanci finanziari (bilanci annuali e relazioni semestrali)
2. Presentazioni finanziarie
3. Informazioni su posizionamento di mercato e concorrenti
4. Calendario societario
5. Archivio dedicato a documenti finanziari e comunicati stampa
6. Obiettivi finanziari ed indicazioni sui target raggiunti in passato
7. Pubblicazione dell'ultimo comunicato stampa sull'homepage del sito
8. Informazioni su fattori di crescita, come indicazione delle performance future della società
9. Informazioni di contatto, in particolare contatti personali per IR e media
10. Strumenti di debito e politica di finanziamento

Il questionario dedicato all'**Employer Branding**, al quale hanno risposto **205 professionisti europei**, intende valutare le modalità d'utilizzo del web per la ricerca di informazioni riguardanti opportunità professionali.

I risultati hanno confermato che il sito istituzionale rimane la fonte principale per la ricerca sia di informazioni sulla società sia su eventuali posizioni aperte (76% degli intervistati).

Dai risultati è emerso le informazioni indicate come più importanti sono quelle relative alla possibilità di inoltrare la propria candidatura direttamente attraverso il sito web (76%), indicazioni su opportunità di carriera (83% degli intervistati) e strategie della società rivolte alle risorse umane (80%).

### Questionario dedicato all'employer branding

**205** risposte da neolaureati e professionisti in tutta Europa

L' **83%** ritiene che il sito corporate debba presentare una sezione dedicata alle opportunità professionali

Oltre l'**80%** reputa indispensabile la presenza sul sito di informazioni di contatto dei responsabili dell'area Risorse Umane

### Il protocollo KWD Webranking 2011

La ricerca KWD Webranking 2011 si è basata su un protocollo di valutazione costituito da **120 criteri**, organizzati in **10 sezioni**, per un punteggio complessivo di **100 punti**. Modifiche ai criteri sono state operate in diverse sezioni, in particolare in quella dedicata alla presenza sul sito di **funzioni e applicazioni interattive**, all'interno della quale sono stati introdotti dei nuovi criteri riguardanti l'utilizzo di applicazioni per tablet e smartphone, possibilità di personalizzare le pagine del sito e di lasciare un feedback.

La novità più significativa all'interno della struttura del protocollo riguarda l'eliminazione della sezione dedicata a **tecnologia e struttura del sito istituzionale**, la quale comprendeva diversi criteri legati ad usabilità, navigabilità ed accessibilità, mentre è stata riconfermata la sezione dedicata a **posizionamento sui motori di ricerca e social media**, introdotta nella scorsa edizione della ricerca.

L'area dedicata alle **informazioni finanziarie** rimane quella più importante e quest'anno è stata suddivisa in due sezioni, una dedicata alla presentazione dei bilanci, l'altra rivolta ad informazioni finanziarie e titolo azionario. Il numero di criteri nelle due aree investor relations è aumentato rispetto al 2010, passando da 35 a 39: 12 contenuti nella sezione dedicata ai bilanci, 27 nella sezione riservata alle informazioni finanziarie.

È aumentato il punteggio massimo per le aree riguardanti **corporate governance, responsabilità sociale ed employer branding**. La sezione dedicata alla **governance** è passata, infatti, da 6,5 punti assegnabili nel 2010 ad 8 nell'edizione di quest'anno. Ampliamento più significativo per le aree dedicate a **responsabilità sociale ed employer branding**, i cui punteggi massimi sono passati rispettivamente da 4,5 a 8 punti e da 6 a 10 punti.

### Le sezioni del Protocollo KWD Webranking 2011

Categorie	Criteri	Punti 2011	Punti 2010
<b>Tecnologia</b>			
A. Homepage e pagina iniziale IR	8	6	5,25
I. Visibilità su social media e motori di ricerca	5	5	4
J. Funzionalità globali ed interattive	10	7	10,75
<b>Contenuti</b>			
B. Informazioni sulla società	14	12	10
C. Sala stampa	10	8	7,25
D. Reporting	12	15	33,25 <sup>1</sup>
E. Informazioni finanziarie	27	21	
F. Corporate governance	10	8	6,5
G. Responsabilità sociale	13	8	4,25
H. Opportunità professionali	11	10	6
<b>Totale</b>	<b>120</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Nel 2010 la sezione dedicata alle informazioni finanziarie comprendeva tre sotto-sezioni (Reporting, informazioni finanziarie ed informazioni sul titolo) per un punteggio complessivo pari a 33,25 punti. Nel 2011 la sezione è stata suddivisa in due aree separate: Reporting ed informazioni finanziarie

## Classifica KWD Webranking 2011 Europe 500 e le società italiane incluse nella classifica

Variazione	Posizione 2011	Posizione 2010	Società	Punteggio 2011
↗	1	3	Telecom Italia	89
↘	2	1	Eni	87
↘	3	4	BASF	83
↗	4	10	Repsol YPF	81,75
↗	5	11	SCA	79,5
↗	6	8	Neste Oil	79,25
↘	7	2	Deutsche Post DHL	79
↘	8	5	Fortum	78,5
↘	9	6	UniCredit Group	77,25
↗	10	22	Danske Bank	76,5
↗	11	14	Snam Rete Gas	76
↘	12 =	8	Swedish Match	74,25
↘	12 =	17	Wärtsilä	74,25
↗	14	18	SKF	73,75
↗	15	31	Bayer	72,5
↗	16	19	Centrica	72
↘	17	12	Swisscom	71,75
↗	18	23	Generali	71,5
↗	19	52	Terna	71,25
↗	20 =	24	Credit Suisse Group	70
↗	20 =	28	Swedbank	70
-----				
↗	26	30	Luxottica	66
↗	30	52	UBI Banca	65,25
↗	36	58	Enel	63,5
↗	53	145	Intesa Sanpaolo	61,25
n.a.	67	n.a.	Fiat SpA*	58,75
↘	83	68	A2A	56,25
↗	100 =	253	Prysmian	54,25
↗	100 =	168	Saipem	54,25
↗	203	304	Mediobanca	47,75
↗	236	306	Finmeccanica	44,75
↘	243	137	Parmalat	44
↘	326	262	STMicroelectronics	39,25
n.a.	372	n.a.	Fiat Industrial*	35
↘	396	307	Mediaset	32
↘	407	n.a.	Enel Green Power	30,5
↗	430	445	Banco Popolare	27,5
↗	435	418	Atlantia	27
↗	456	465	Exor	24,5

**Note:** In grigio le società italiane nella Top20.

\*Fiat Group ha totalizzato 58 punti nel 2010, posizionandosi 103esima. Come conseguenza della scissione di Gruppo Fiat (avvenuta in data 1/1/2011), si sono creati due siti istituzionali – Fiat SpA e Fiat Industrial, considerate entrambe come nuove entranti dell'edizione 2011 della ricerca KWD Webranking Italy Top100.

Il punteggio massimo corrisponde a 100 punti. Le 100 società sono state individuate secondo capitalizzazione in giugno 2011 (Bloomberg/FT). I siti delle società selezionate sono stati valutati due volte da due persone diverse dall'inizio di luglio fino al 2 settembre, mentre i siti nelle prime 10 posizioni sono stati ricontrollati una terza volta.

I risultati degli anni precedenti possono essere consultati sul sito [www.webranking.eu](http://www.webranking.eu).