

Eni e Snam, campioni al futuro

Impegno sui criteri Esg, sulla trasparenza, sulla diversity e dialogo. Così future Italia Top 100 premia le società più sensibili

di **Fabio Sottocornola**

Si fa presto a dire sostenibilità. Poi, bisogna proiettarla nel futuro. E comunicarla. Tra le aziende italiane, Eni racconta meglio di altre il proprio operato attraverso video, testimonianze e casi concreti Snam ha un elevato livello di «engagement» dentro i social network proponendo argomenti e tenendo vivo il colloquio con le persone; Terna rende concreta la lotta al climate change attraverso la pubblicazione delle performance messe a segno in fatto di riduzioni di CO2 negli ultimi tre anni. Gli esempi potrebbero continuare con l'attività di L'Oréal o Autogrill e il riconoscimento della diversity in azienda; l'impegno di Enel e Barilla via Twitter per far conoscere le campagne di difesa dell'ambiente, o la crescita di sensibilità registrata in casi come Terna, Prysmian, A2a.

A misurare in maniera concreta que-

di attenzione al digitale».

Parole d'ordine

Sono 46 le aziende cosiddette Sleepers, che non hanno passato la valutazione. «Significa che non c'è concretezza di base, oppure l'azienda non comunica e lascia un vuoto», spiega Jakob Lundquist, ceo della consulting che porta il suo nome. Un terzo del campione, invece, pur passando la soglia presenta solo informazioni di ba-

La maggior parte delle imprese ancora fatica a stimolare un dialogo sui social. Eppure, da qui possono arrivare molte occasioni

se.

Come è stato costruito il processo di valutazione? Ci sono alcune parole d'ordine attorno a cui gli analisti hanno condotto la ricerca. Per esempio, lo storytelling riguarda l'uso di contenuti editoriali (video, blog, articoli) per entrare in contatto con il grande pubblico: nella metà dei casi i topic scelti parlano di sostenibilità in termini di innovazione e trasformazione del business. Attenzione poi a temi come diversity e climate change: nel digitale il 36% del campione offre un approccio ai cambiamenti climatici, la metà presenta informazioni sulla diversity.

Infine, l'utilizzo dei social media: per un anno intero le cento aziende sono state monitorate su Facebook e Twitter (un'attività svolta con l'agenzia Twig). Ne emerge che le imprese italiane faticano a stimolare un dialogo con gli stakeholder. Su 19 mila post di

Il rating

Le migliori aziende nella comunicazione della sostenibilità

Gold	Eni	Snam										
Silver	Generali	Gruppo Hera	Prysmian	a2a	Terna	Tim						
Bronze	Autogrill	CNH	CNH Industrial	Intesa Sanpaolo	Mondadori	Italgas	Enel	Luxottica	Moncler	Erg	Sisal	StMicroelectronics

L'Ego-Hub

Fonte: Risultati dell'analisi future Italia Top100

Facebook, il 21% affronta i temi della sostenibilità, ma poi genera solo l'11% dell'engagement complessivo, tra like, commenti o condivisioni. Ancora: su 50 mila tweet studiati, le cifre si posizionano al 16% (sostenibilità) e 14% (sviluppo di engagement). «Il tema del clima è in molti casi motore di proposte commerciali innovative, e nuovi modelli di business, per esempio su efficienza energetica o mobilità», commenta Paolo Cominetti, project manager della ricerca. Lundquist mostra anche attenzione alla fruibilità dei contenuti: ogni problema di user experience ha comportato una penalizzazione di mezzo punto alla società.

Ma com'è la situazione di Corporate Italia, anche a confronto con altre esperienze internazionali? Risponde James Osborne, partner e responsabile della sostenibilità in Lundquist: «Esiste come in Europa un gruppo ristretto di

aziende che fa da guida, avendo adottato un atteggiamento integrato e proattivo verso la sostenibilità. Invece, la maggior parte delle imprese mantiene ancora un'impostazione difensiva e di compliance, legata cioè al semplice rispetto delle procedure. I primi comunicano bene perché hanno capito che la sostenibilità è un fattore essenziale per la competitività e il successo futuro», spiega l'esperto.

«Questa consapevolezza deve penetrare in fretta nel secondo gruppo di imprese, a cominciare dai vertici aziendali». Da dove cominciare? «Un ottimo punto di partenza è l'ascolto degli stakeholder — conclude Osborne — soprattutto quelli esterni: avere ben chiaro il proprio ruolo nel contesto sociale è un ingrediente essenziale per una buona comunicazione di sostenibilità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Energia/1

Claudio Descalzi, amministratore delegato di Eni. Il gruppo comunica con casi concreti i temi della sostenibilità

Energia/2

Marco Alverà, amministratore delegato di Snam, molto attiva sui social network per parlare di sostenibilità



ste performance, un po' come si fa con i parametri economico-finanziari, ci ha pensato Lundquist, società di consulenza attiva nei territori di frontiera del mondo digitale, che da dodici anni realizza una survey chiamata Csr Online Award sulla corporate social responsibility. Ma da quest'anno si cambia. L'obiettivo è guardare più lontano: nasce infatti .future (dot future) Italia Top 100, uno studio che interessa aziende quotate e non, valutate secondo due parametri: bisogna avere contenuti di sostanza e la capacità di costruire una relazione con gli stakeholder.

Una prima novità è la scelta di abbandonare la graduatoria a podio che lascia il posto a un rating formato da quattro quadranti dinamici in cui sono collocate le aziende, a partire dalle più virtuose, raccolte nella Gold class come Eni e Snam, per passare alla Silver class (A2a, Generali, Gruppo Hera, Prysmian, Terna, Tim), fino al livello Bronze (Autogrill, Cnh Industrial, Enel, Erg, Intesa Sanpaolo, Italgas, Luxottica prima della nascita di Essilux, Moncler, Mondadori, Sisal, StM). Non tutte le cento realtà sono entrate, perché bisognava superare un'asticella corrispondente a un «livello minimo



Threadneedle (Lux) European Strategic Bond Fund

Approccio strategico. Consistente per natura.

Columbia Threadneedle Investments aiuta gli investitori nella ricerca di una soluzione nel reddito fisso europeo.

- La ricerca fondamentale ci permette di identificare le migliori opportunità offerte dalle obbligazioni sovrane e societarie dei principali mercati europei
- L'allocazione strategica si focalizza sulle aree che offrono le possibilità più interessanti, mantenendo attiva la gestione della duration e del rischio di credito
- L'approccio d'investimento flessibile ci consente di adeguare il posizionamento del portafoglio lungo l'intero ciclo di mercato
- L'obiettivo del nostro team di specialisti è di generare nel lungo termine solidi rendimenti corretti per il rischio

columbiathreadneedle.it

**COLUMBIA
THREADNEEDLE**
INVESTMENTS

Il vostro successo. La nostra priorità.

Informazioni importanti. Prima della sottoscrizione, leggere il Prospetto e le Informazioni Chiave per gli Investitori (KIID). Le performance passate non sono garanzia dei risultati futuri e vi è il rischio di perdere il capitale investito. Le performance conseguite in passato non costituiscono un'indicazione di analoghi rendimenti futuri. Il valore degli investimenti e il rendimento che ne deriva possono diminuire così come aumentare ed un investitore potrebbe non recuperare la somma investita. Threadneedle (Lux) European Strategic Bond Fund è un comparto di Threadneedle (Lux), società d'investimento a capitale variabile (Société d'investissement à capital variable, o "SICAV") costituita secondo le leggi del Grand Ducato di Lussemburgo. Le emissioni, i riscatti e le conversioni delle diverse classi di azioni sono effettuati dalla SICAV. La società di gestione di Threadneedle (Lux) è Threadneedle Management Luxembourg S.A., che è coadiuvata da Threadneedle Asset Management Ltd. e/o da società di subgestione selezionate. Questo materiale è a titolo informativo e non costituisce un'offerta o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di titoli o altri strumenti finanziari e non è volto ad offrire consigli o servizi di investimento. Le sottoscrizioni di un comparto devono essere effettuate unicamente in base al Prospetto informativo, ovvero alle Informazioni Chiave per gli Investitori (KIID) e all'ultima relazione annuale o periodica, che possono essere richiesti gratuitamente presso il vostro consulente finanziario. Gli investitori dovrebbero prendere visione della sezione "Fattori di Rischio" del Prospetto per conoscere il rischio applicabile all'investimento per ciascun fondo. La documentazione summenzionata e i KIID sono disponibili in Inglese, Francese, Tedesco, Portoghese, Italiano, Spagnolo e Olandese (si prega di notare che il Prospetto non è disponibile in Olandese). I documenti possono essere ottenuti gratuitamente su richiesta scrivendo alla società di gestione in 44, rue de la Vallée, L-2661, Lussemburgo, Granducato del Lussemburgo, rivolgendosi all'International Financial Data Services (Luxembourg) S.A., 47, avenue John F. Kennedy, L-1855, Lussemburgo, Granducato del Lussemburgo oppure sul sito internet della società www.columbiathreadneedle.it all'interno della sezione chiamata "Documenti legali". Emesso da Threadneedle Management Luxembourg S.A. registrata presso il Registre de Commerce et des Sociétés (Lussemburgo), Registered No. B 110242 44, rue de la Vallée, L-2661 Lussemburgo, Granducato del Lussemburgo. Columbia Threadneedle Investments è il marchio globale di gruppo delle società Columbia e Threadneedle. columbiathreadneedle.it 01.19 | J28863 | 2387422

Circularità: la Bei mette sul piatto oltre 4 miliardi

Negli ultimi cinque anni la Banca europea per gli investimenti ha messo sul piatto 2,3 miliardi di euro in iniziative di economia circolare che, secondo la sua vice presidente e responsabile per clima e ambiente Emma Navarro, «sono indispensabili per disaccoppiare lo sviluppo economico dall'impatto che ha sull'ambiente e dallo spreco che genera. Per continuare a crescere è necessario farlo», come ha detto al World Circular Economy Forum di Helsinki la scorsa settimana. L'importante, però, è creare le condizioni perché i modelli circolari siano scalabili. La Bei ci sta provando: ha lanciato una piattaforma da 100 milioni di euro che verranno affidati a un gestore esterno per finanziare attività di bioeconomia circolare, non solo in Europa. Altri due miliardi sono andati all'iniziativa Clean Oceans, lanciata con le banche di sviluppo francese e tedesca, che supporta iniziative per pulire i mari e rimuovere le microplastiche. E per i progetti di economia circolare con profili medio-alti di rischio, sono a disposizione anche il Fondo europeo per gli investimenti strategici e il fondo InnovFin. Il focus è anche sulle città: la Bei ha promosso una guida in 15 passi per aiutarle nella transizione.

Fra. Ga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA