

ENI SI È AGGIUDICATA IL PRESTIGIOSO PREMIO H&H WEBRANKING PER L'INVESTOR RELATION SU INTERNET

# L'Italia trionfa nella finanza online

*Unicredit e Telecom Italia occupano gli altri gradini del podio  
Luxottica raddoppia il punteggio rispetto all'anno scorso  
Ma è la Finlandia la nazione più virtuosa. Germania seconda*

## LA TOP TEN DEI SITI FINANZIARI

Punteggio H&H Survery

1	Eni	89
2	Unicredit	81,5
3	Telecom Italia	80,25
4	Fortum	79,75
5	Deutsche Post Dhl	78,5
6	Tnt	78,5
7	Repsol-Ypf	78
8	Neste Oil	77,25
9	Swedish Match	77
10	Swisscom	75,75

GRAFICA MF-MILANO FINANZA

DI ROBERTO BONELLI

**E**ni si è aggiudicata per il secondo anno consecutivo il premio H&H Webranking. Il riconoscimento, arrivato alla 13esima edizione, viene attribuito al miglior sito web europeo nella comunicazione finanziaria online. Già la settimana scorsa Eni.com si era confermata al primo posto nella classifica italiana, ripetendo anche in questo caso il successo dell'edizione 2008. «Eni è la società che meglio soddisfa le esigenze del mercato dei capitali in questo momento. Le informazioni sui rischi, le retribuzioni e la strategia si trovano facilmente sul sito. Ciò che rende unico il sito di Eni è la capacità di presentare tante informazioni in modo efficace. Non è un compito facile per una società di tali dimensioni», ha commentato Marcus Eriksson, responsabile della H&H Webranking Survery. Nella classifica Eni ha totalizzato 89 punti su 100, sulla base di un questionario compilato da 360 investitori, analisti e giornalisti di tutta Europa. Nell'edizione 2009 sono stati analizzati i siti corporate delle prime 500 società europee per capitalizzazione, un numero più che triplicato rispetto alle 150 del 2008. La classifica viene stilata in base a 140 standard di valutazione, circa un terzo dei

quali dedicati alle informazioni finanziarie. Il punteggio medio delle società incluse nell'indagine è stato 42,08, in diminuzione rispetto al 50,3 dello scorso anno. Brutto segno in tempi di crisi

**Alle spalle dell'Eni** si sono classificate altre due società italiane, Unicredit e Telecom Italia. Nessuna nazione aveva mai fatto così bene in una singola edizione. Telecom Italia, che aveva vinto l'edizione 2007, «è diventata una fonte d'ispirazione e punto di riferimento per gli altri», precisa la survery. Altre aziende italiane hanno iniziato a migliorare i loro siti web un paio di anni fa e hanno scalato la classifica. Significativo in particolare il miglioramento del sito corporate di Luxottica che ha più che raddoppiato il punteggio della scorsa edizione, dimostrando un serio impegno nel miglioramento della comunicazione finanziaria online.

Per quanto riguarda il ranking per nazioni, la Finlandia ha superato la Germania, leader nella classifica del 2008. I Paesi Bassi si classificano al terzo posto, migliorando così di una posizione rispetto alla passata edizione. Stupisce l'assenza dell'Italia dalle posizioni di vertice considerando il dominio nella classifica per società (riproduzione riservata)

