

FOOD giugno 2021

MEDIA CLUSTER	MEDIA TOP5
26,26	42,29

Posizione	Pos. in top200	Azienda	Cluster	Punteggio
1	37	Barilla	Food	46,22
2	51	Ferrero	Food	43,84
3	64	Lavazza	Food	41,18
4	70	Coca Cola	Food	40,25
5	74	Granarolo	Food	39,93
6	85	Nestlé	Food	36,95
7	96	Campari	Food	35,52
8	134	Bauli	Food	22,40
9	148	Heineken	Food	15,10
10	156	Parmalat	Food	14,63
11	171	San Benedetto	Food	14,18
12	173	Cameo	Food	14,13
13	181	Veronesi	Food	14,04
14	182	Nescafé	Food	14,03
15	186	Illy	Food	13,93
16	190	Cremonini	Food	13,85

Metodologia di analisi

ESG Perception Index è l'indicatore che misura la percezione di sostenibilità delle aziende. L'Osservatorio prende in esame le maggiori aziende sul mercato italiano (capitalizzate a Piazza Affari, classifica Mediobanca, classifica Interbrand) per produrre una classifica delle prime 200 società percepite come più sostenibili sul web. Il modello di analisi valuta la prossimità del brand ai 17 pillar della sostenibilità definiti dall'ONU e produce per ciascuna un indicatore (da 0 a 100) basato su parametri quali-quantitativi e strutturali: oltre al volume dei contenuti che riportano l'associazione tra il brand e la sostenibilità, sullo score pesa anche l'impatto reputazionale di questi contenuti sul brand, l'associazione dell'identità del brand alla sostenibilità sui motori di ricerca e quanto l'azienda racconti la sostenibilità attraverso i suoi canali proprietari (es. sito web, profili social). Periodo di analisi: gennaio-giugno 2021. Base dati analizzata: 1,2 milioni di contenuti online in lingua italiana.