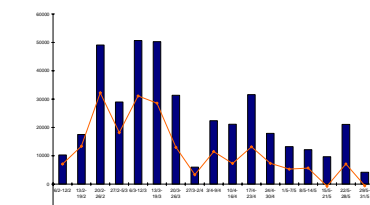
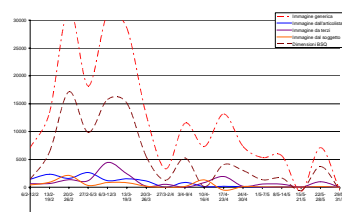


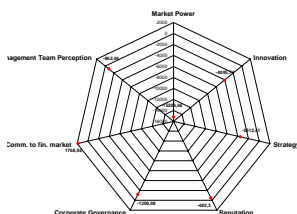
SOCIETA' XY (7 dimensioni) Re-act



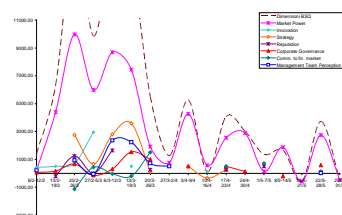
Esposizione ed immagine



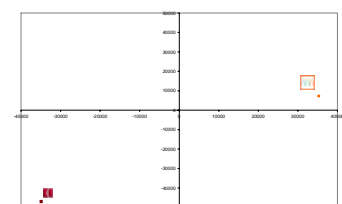
Elementi costitutivi dell'immagine



Resistenza delle dimensioni



Dimensioni di immagine BSQ



Area di oscillazione

Note: eventuali

Periodo: 1.2.2006 – 31.5.2006

Testate analizzate

- Il Sole 24ore
- Il Sole 24ore Plus
- Corriere della Sera
- Corriere Economia
- Il Mondo
- MF
- Finanza e Mercati
-
- Principali Report d'analisi del periodo

Main Results: estrema sensibilità agli eventi e volatilità dell'immagine

La nostra analisi: abbiamo registrato violente fluttuazioni di immagine ed esposizione al procedere degli eventi, con particolare riferimento alle **Dimensioni di immagine BSQ®**. L'osservazione comparata di immagine ed esposizione mostra come le oscillazioni d'immagine più significative siano coerenti con l'aumento o la diminuzione di esposizione, ciò significa una forte sensibilità agli eventi in quanto tali, rafforzata dall'opinione di soggetti terzi. Tra le dimensioni d'immagine, osservate nei loro andamenti reciproci, appaiono dominanti **Market Power**, **Strategy** e **Corporate Governance**, i cui movimenti ancora una volta sono determinati dall'impatto di eventi più o meno significativi. Ciò implica un'immagine poco sedimentata nella stampa, soggetta a sbalzi spot.

Consiglio operativo: è necessaria un'attività di comunicazione più reattiva, che bilanci il procedere degli eventi, e più continuativa, che aumenti la sedimentazione della percezione dell'immagine di SOCIETA' XY.

Alberto Stracuzzi
B2Comunicazione
a.stracuzzi@b2comunicazione.com



Distribuzione tematica

Dato il periodo in esame, e la decisione operativa di escludere dall'analisi gli articoli riguardanti avvenimenti non direttamente attinenti ad argomenti economico-finanziari (come tematiche sociali, giudiziarie, culturali, ecc.), non sorprende né è particolarmente significativa la rilevanza delle aree **Mercato azionario** e **Joint ventures e fusioni**. Più interessanti le relative dimensioni delle aree **Altro** e **Assetti societari**, che sono state rilevate il doppio delle volte di **Bilanci** e **Prodotti e servizi**. Rilevante, ai fini dei risultati, anche l'esigua incidenza della voce **Strategie**, che si interpreta per assorbimento dell'area tematica da parte della voce **Joint Ventures e fusioni**. Ciò significa che l'evento in quanto tale (rumors circa l'appel di SOCIETA' XY come partner e/o preda di SOCIETA' AB), è determinante nell'economia degli articoli e come gli aspetti più propriamente strategici delle mosse di SOCIETA' XY siano stati citati nel contesto degli eventi e non come elemento a sé stante.

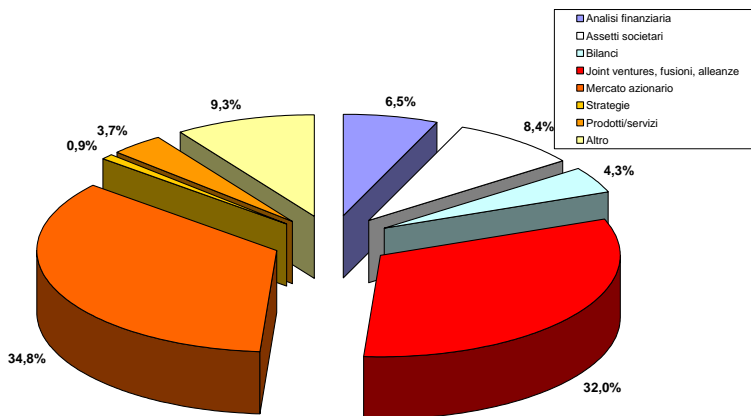
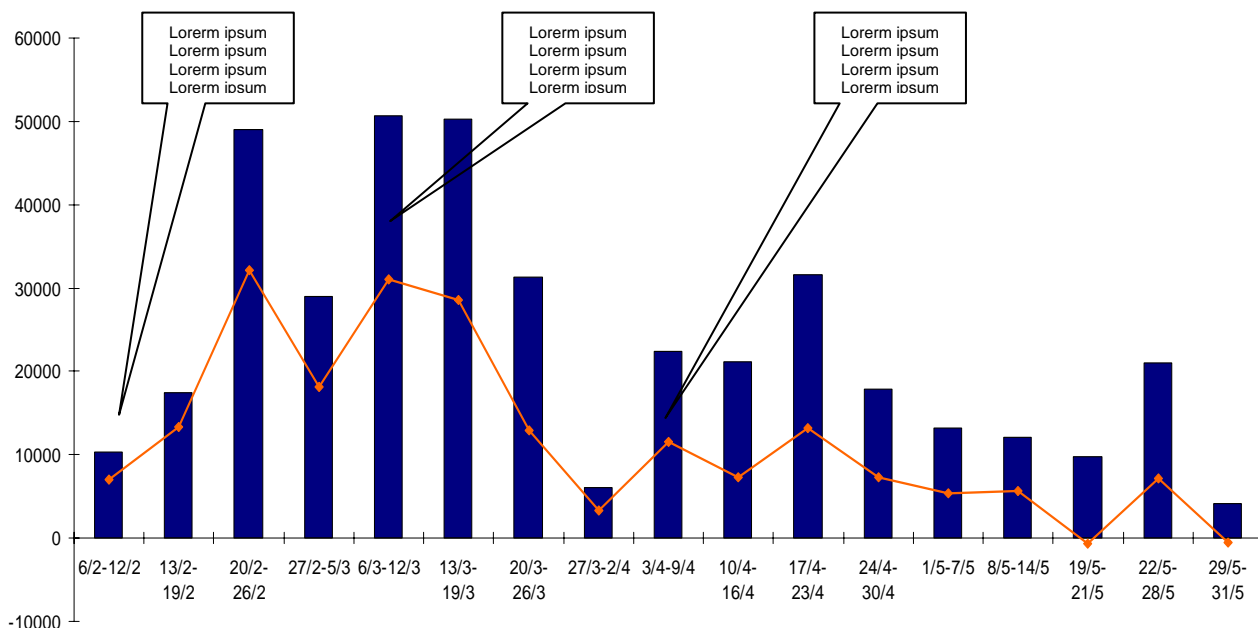


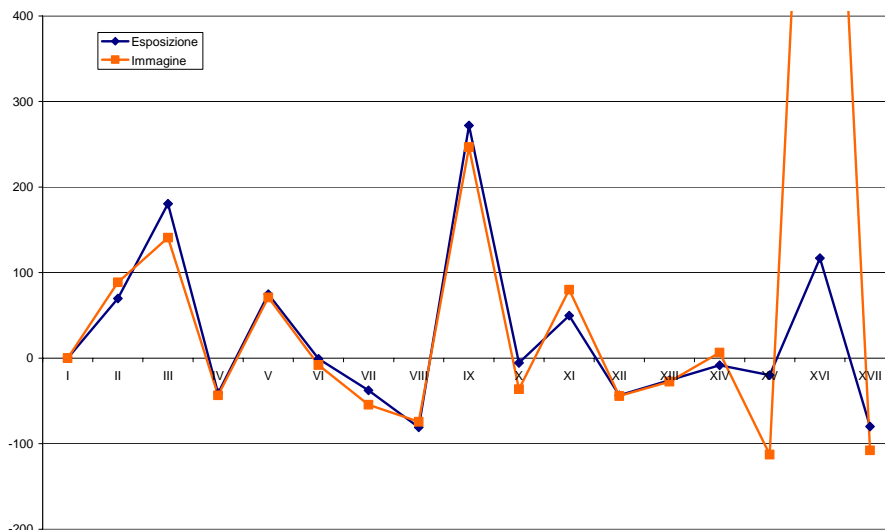
Immagine vs. Esposizione

Nell'osservazione della curva di **immagine** e degli indici di **esposizione** si rilevano sempre i **movimenti relativi**. Tra la settimana 13/2-19/2 e 27/2-5/3 osserviamo incrementi e/o riduzioni direttamente proporzionali tra i due indici.



Nella settimana del 13/3-19/3, la debole flessione di immagine viene registrata ad esposizione invariata, e la forbice si allarga significativamente nella settimana successiva, evidenziando un periodo **critico** (l'immagine decresce a tasso superiore rispetto al decremento dell'esposizione). Nelle settimane successive, e con la sola eccezione della settimana 15/5-21/5, si può osservare come immagine ed esposizione fluttuino in maniera sincrona o quanto meno direttamente proporzionale.

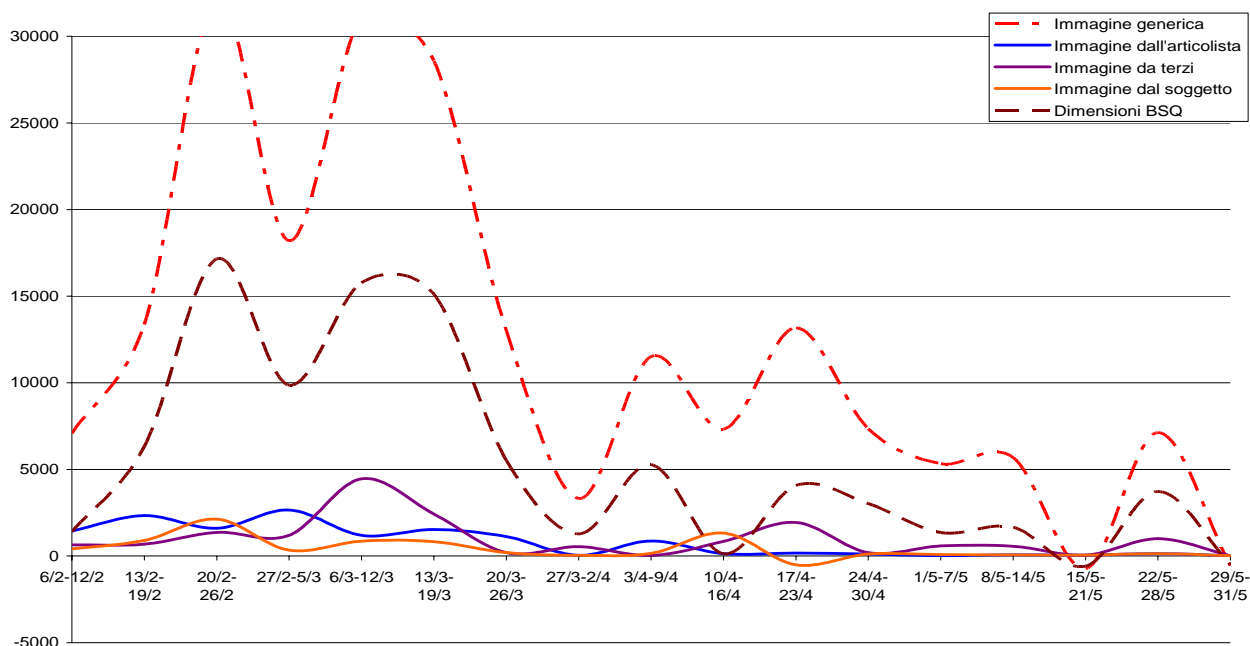
L'osservazione delle variazioni percentuali di immagine ed esposizione è sufficientemente esplicativo: la settimana precedente è base 100 della successiva. Le curve perfettamente sovrapposte o con irrilevante scostamento (vedi settimane da VII a IX) indicano variazioni percentuali simili. Esempio: tra III e IV settimana, immagine ed esposizione crescono allo stesso saggio.



Primi elementi di osservazione: le fluttuazioni dei due indici sono violente ma coerenti, ciò significa che l'immagine segue l'esposizione nel caso specifico: gli eventi determinano le fluttuazioni della curva di immagine, la quale è una conseguenza dell'evento prima che di una reale sedimentazione della percezione.

Gli elementi costitutivi dell'immagine

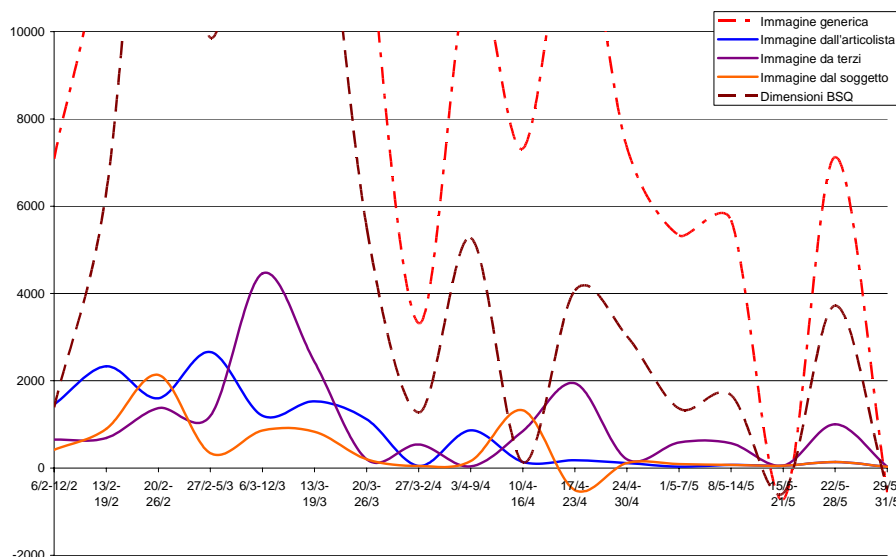
Una prima osservazione della curva d'immagine scomposta nei suoi principali elementi costitutivi ci mostra l'impulso rilevante dato, *in termini quantitativi*, dalle dimensioni d'immagine BSQ che risultano:



- a. frequentemente rilevate (in misura nettamente superiore alle 'opinioni generiche');
- b. sincrone con la curva di immagine, essendone nei fatti le determinanti.

Se concettualmente questa rilevazione è un ulteriore conferma del modello, la curva complessiva delle

dimensioni d'immagine ci illustra ben poco. Ben più interessanti sono gli andamenti relativi delle opinioni di **articolista**, **soggetto** e **terzi** che illustriamo nello zoom a lato. E' evidente come spesso le opinioni di terzi si muovano in controtendenza a quelle rilevabile dell'articolista. Peraltro la curva d'immagine prodotta da opinioni chiaramente rilevabili del soggetto è spesso inferiore tanto a quella dei terzi che a quella dell'articolista e ciò



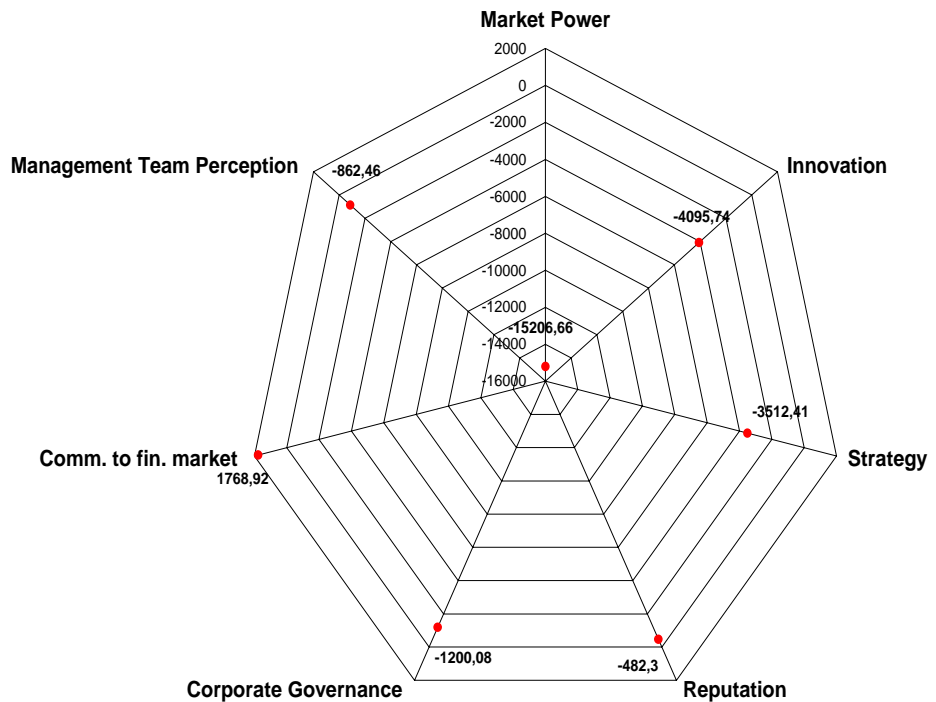
implica scarsa comunicazione o scarsa rilevanza data alle comunicazioni del soggetto in merito agli eventi. Nel caso specifico registriamo una generalmente scarsa comunicazione da parte del soggetto (a parte la settimana del 20/2-26/2 con la presentazioni dei dati di bilancio) ulteriormente rafforzata dall'analisi delle curve delle singole dimensioni d'immagine (vedi *infra*).



Il radar delle dimensioni d'immagine

L'esposizione in flusso cronologico delle rilevazioni, si presta alla lettura dei *processi* e delle *tendenze*. E' altresì necessario fissare alcuni punti fermi, tappe del processo che permettano di apprezzare i movimenti relativi degli indicatori proposti. Il primo strumento che impieghiamo è il radar delle dimensioni di immagine: l'indicatore misura i differenziali di periodo dei punteggi acquisiti dalle dimensioni di immagine.

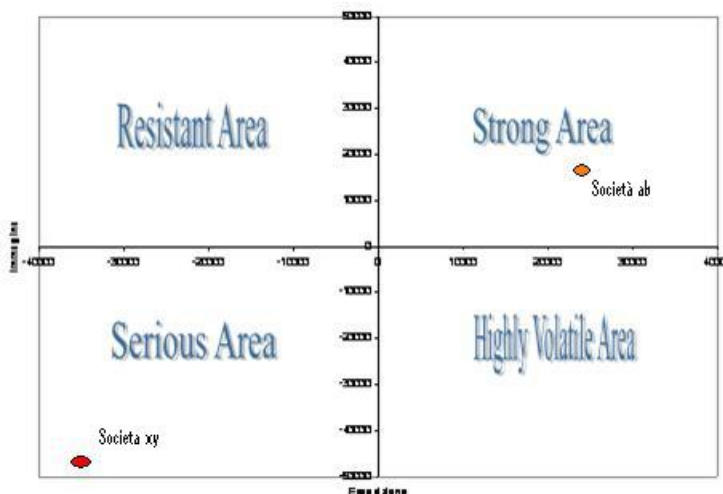
Nel caso specifico, vengono sommati i differenziali tra coppie di settimane successive (settimana2-settimana1, settimana3 – settimana2, settimanaN – settimanaN-1...). Il radar si presta ad istantanee di sottoperiodi di analisi e misura; quali dimensioni d'immagine siano aumentate e quali si siano ridotte nel periodo in analisi. Dal punto di vista della comunicazione il radar esprime la "volatilità" delle dimensioni di immagine nel periodo analizzato. Una maggiore prossimità allo 0 rappresenta una dimensione d'immagine ben sedimentata, resistente agli eventi. Per converso, in caso di campagne di comunicazione volte a rafforzare la percezione di una dimensione, la maggior lontananza dallo 0 e in valore positivo costituisce un elemento di successo. Dal radar in oggetto, si evince che Management Team Perception e Reputation siano le dimensioni che meno subiscono modificazioni, quindi meglio sedimentate, e che manifestano una maggiore resistenza al procedere degli eventi.



Aree di criticità

Insieme al radar, le aree di criticità rappresentano una tappa di processo: misurano i differenziali di esposizione ed immagine esattamente come il radar misura i differenziali di punteggio delle dimensioni d'immagine.

Per praticità espositiva, abbiamo rappresentato anche il posizionamento di SOCIETA' XY sulla rilevazione di 5 settimane, effettuata tra il 15 febbraio e il 19/3, nonché il posizionamento di SOCIETA' AB nel medesimo periodo di 4 mesi.

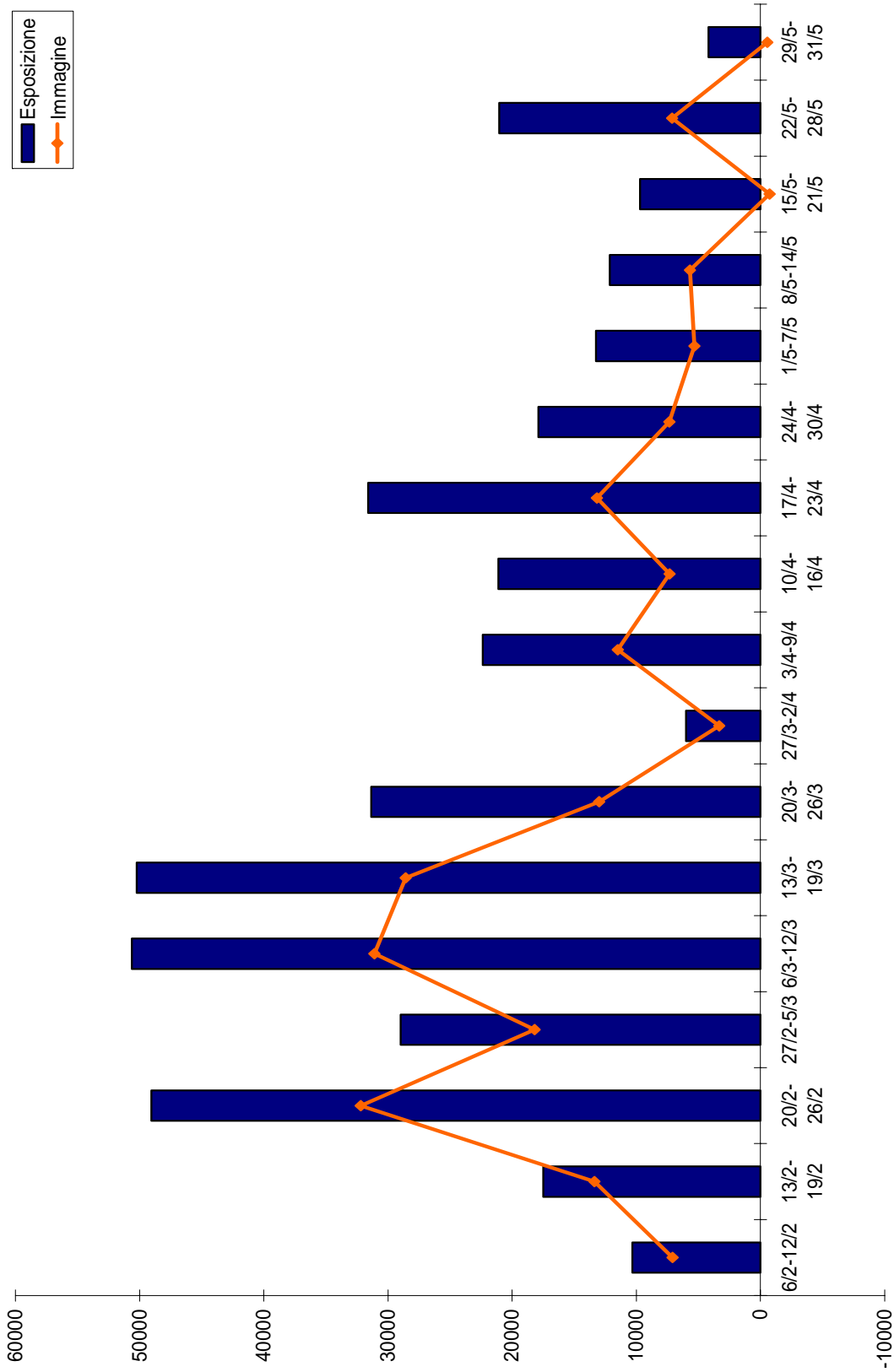


Ogni area misura la crescita/decrecita di esposizione su crescita/decrecita di immagine. SOCIETA' XY a 4 mesi si colloca nella Serious Area dove al decremento dell'immagine è associato un decremento dell'esposizione il quale compensa in parte la perdita di immagine. Si noti come SOCIETA' AB registri un debole incremento dell'immagine a fronte di un notevole aumento dell'esposizione. Dato che i punti rappresentano dei differenziali, ciò implica un'immagine ben sedimentata di SOCIETA' AB, un'immagine che resiste al procedere degli eventi.

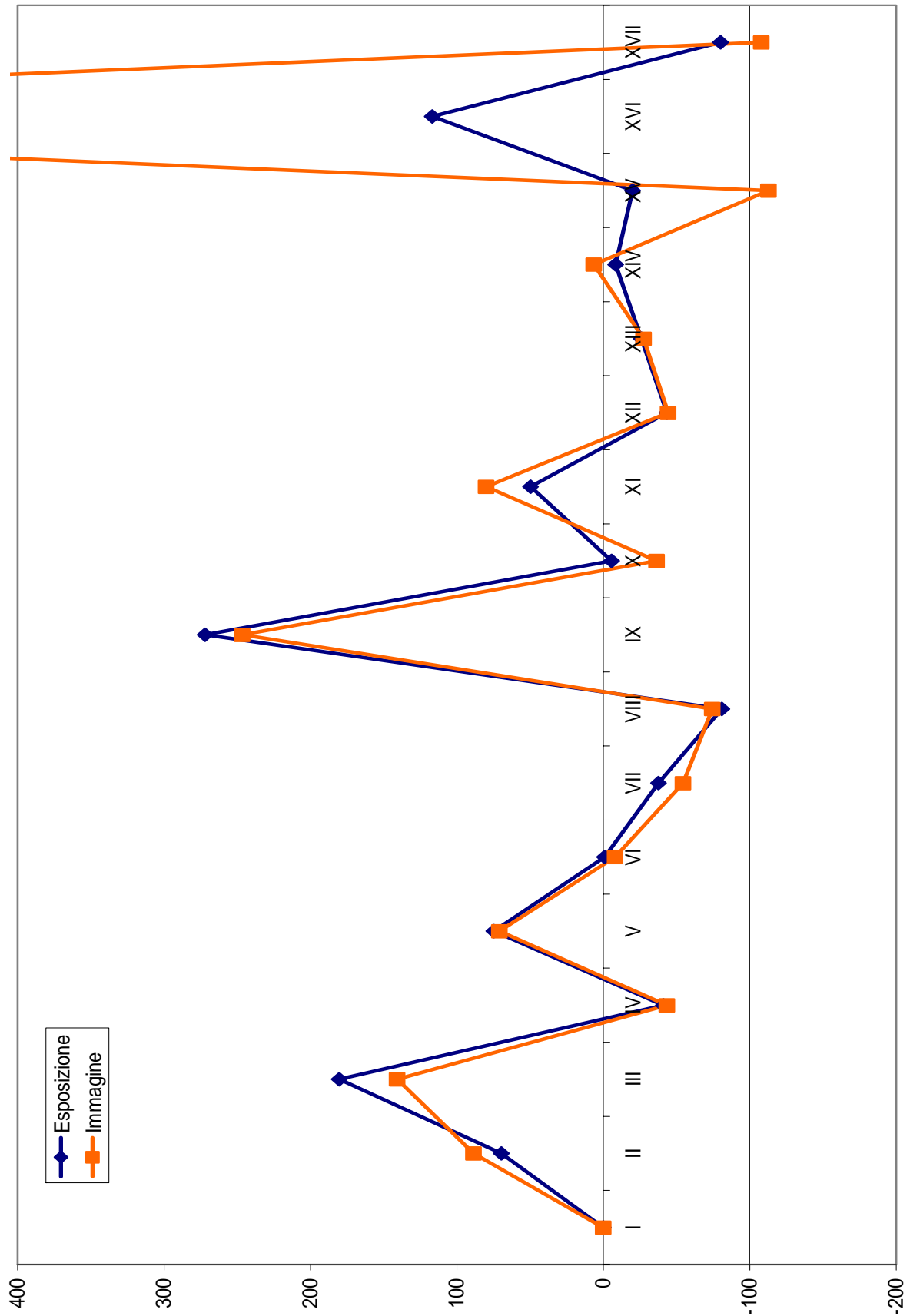
La matrice conferma l'elevata volatilità dell'immagine complessiva di SOCIETA' XY. La volatilità è più pronunciata nell'arco dei quattro mesi rispetto alle prime settimane di analisi. Da un punto di vista comparato SOCIETA' AB gode di un'immagine più sedimentata rispetto quella di SOCIETA' XY.

Seguono **ALLEGATI**
Grafici Complessivi

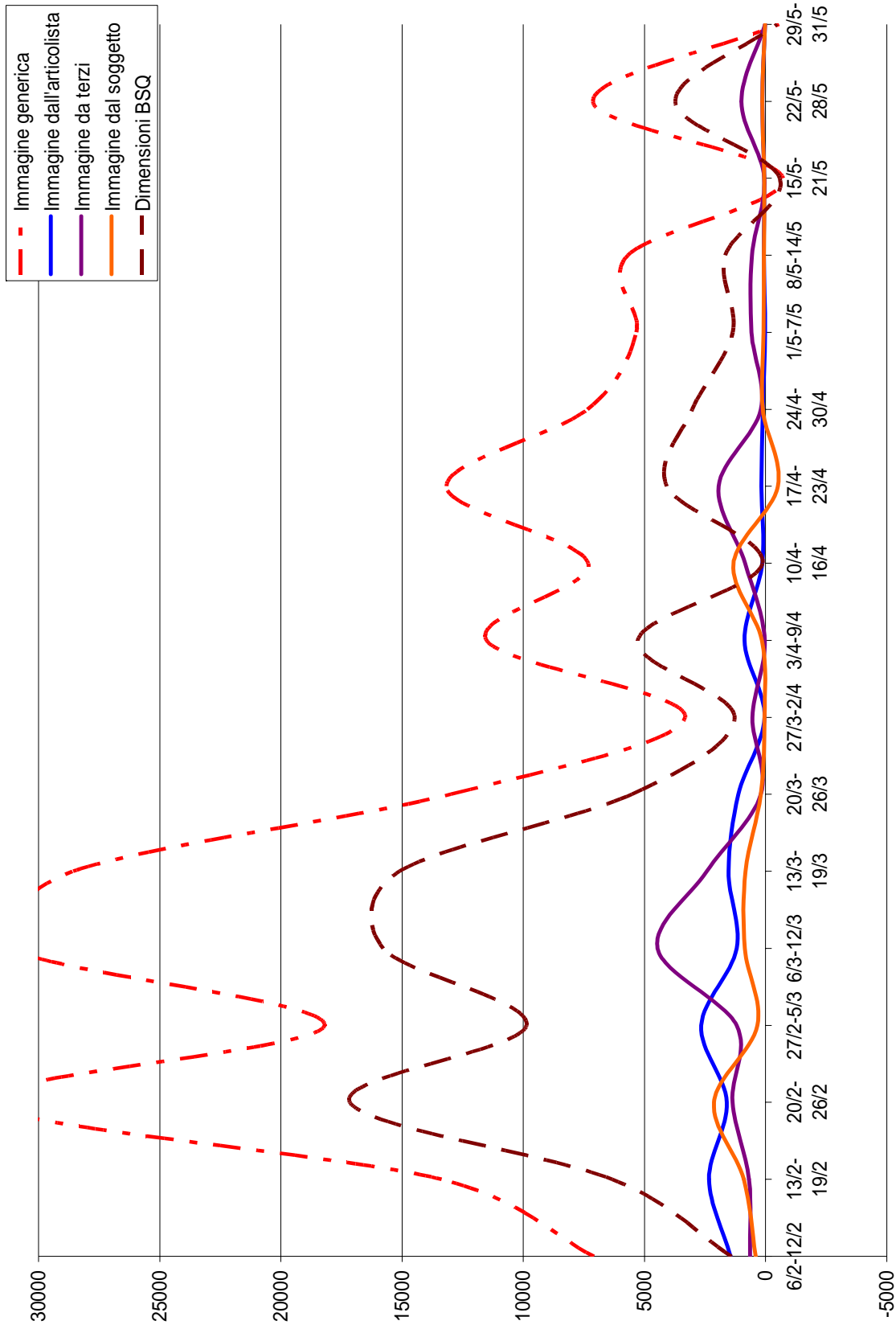
Esposizione vs. Immagine



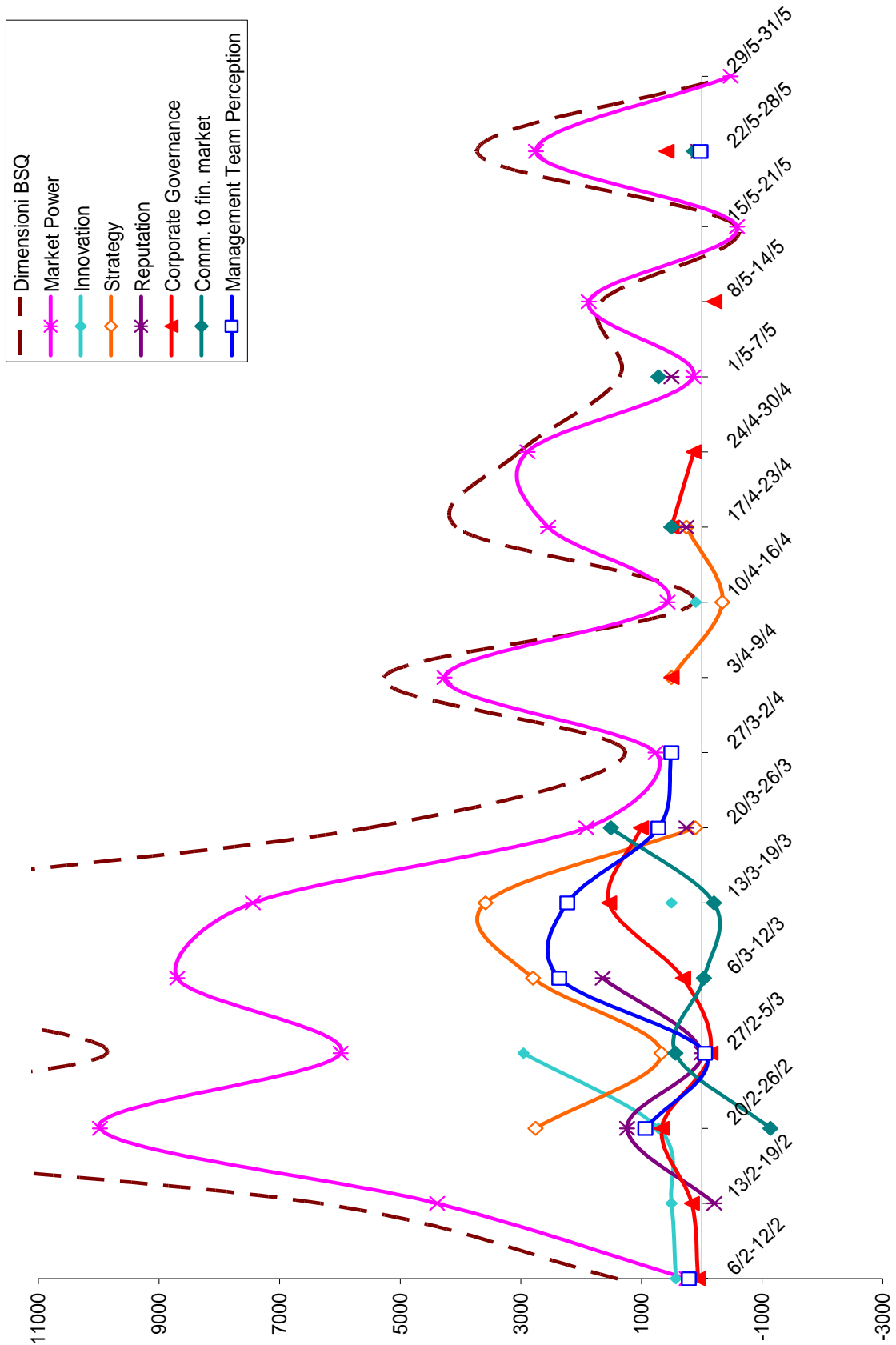
Movimenti relativi di Immagine ed Esposizione



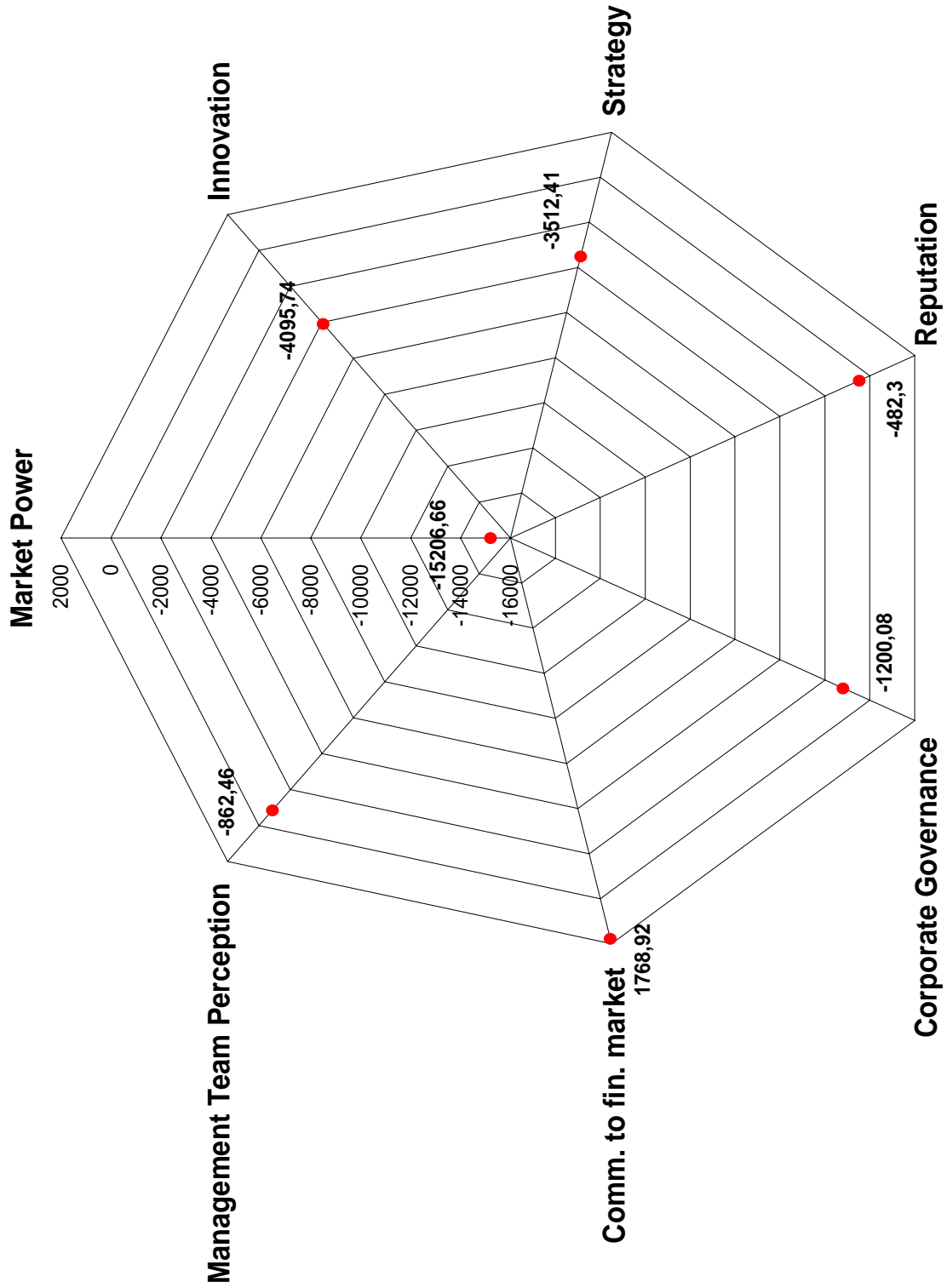
Splitted Image



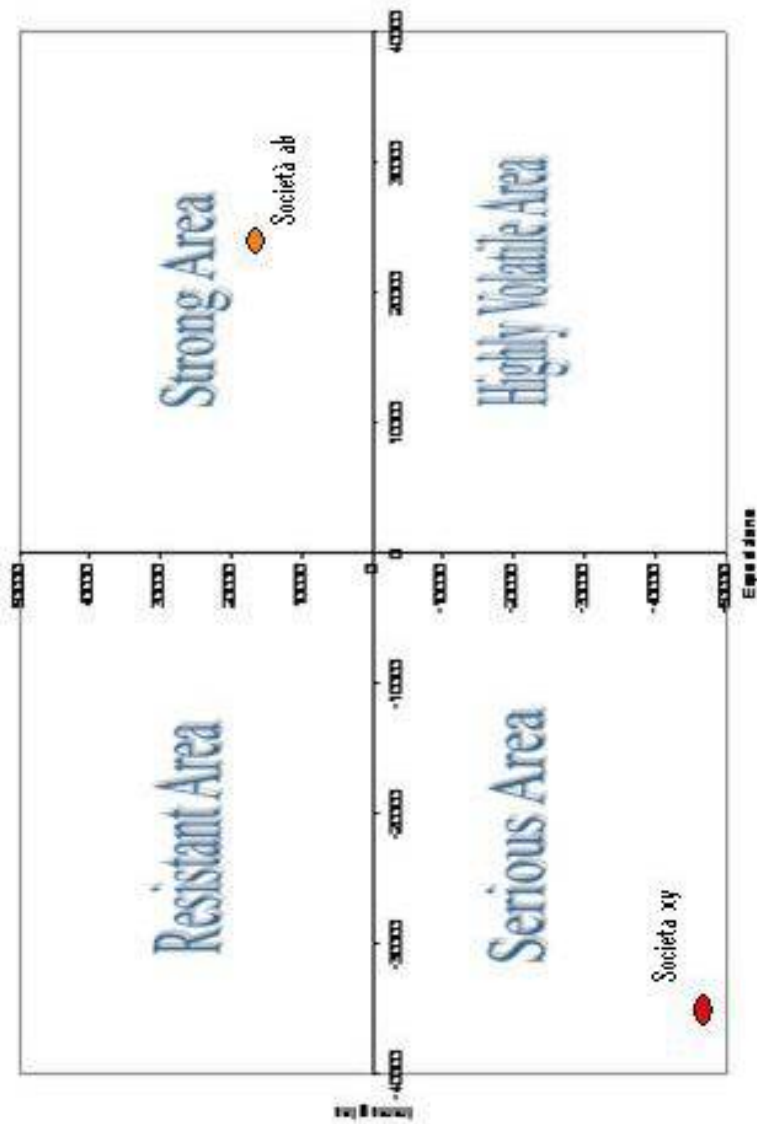
Dimensioni d'immagine



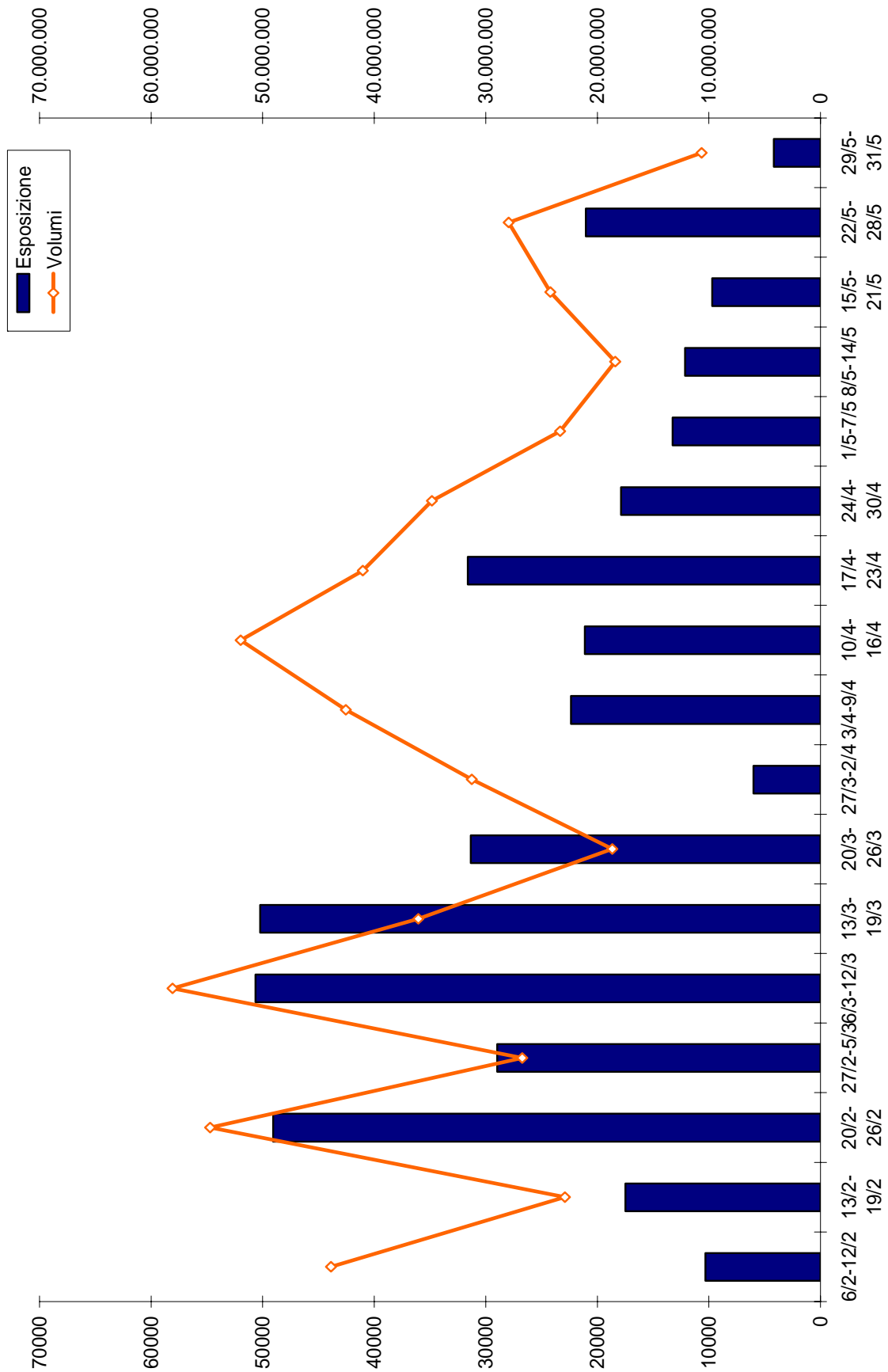
Radar delle dimensioni d'immagine



Aree di criticità



Esposizione vs. Volumi



Glossario delle dimensioni d'immagine

Ogni dimensione è scomposta in sotto dimensioni che la definiscono in modo più approfondito. Il modello è costituito da un totale di 35 tra dimensioni e sotto dimensioni. Le dimensioni e le sotto dimensioni sono state pesate attraverso interviste agli interlocutori delle società quotate. Nell'applicazione di HESPI vengono rilevate tutte e 35 le dimensioni. Ai clienti di HESPI vengono messe a disposizione le definizioni di tutto il modello.

1. **Market Power** - La potenza industriale dell'azienda espressa attraverso la sua posizione sul mercato e la sua capacità di controllarlo.
2. **Innovation** - La capacità di innovazione dell'azienda in termini di prodotti, sistemi di produzione e spesa in R&D.
3. **Strategy** - La capacità dell'azienda di leggere il futuro e di proiettarsi in esso sia in termini culturali che tecnologici.
4. **Reputation** - La percezione che il mercato ha dell'impresa in termini di solidità della struttura finanziaria, di successo sul mercato, di prestigio proprio e del management.
5. **Corporate Governance** - La qualità dei meccanismi di controllo dell'impresa e il suo adeguamento alle migliori regole di comportamento e di gestione.
6. **Communication to financial market** - La capacità della società di comunicare in modo chiaro, completo, continuativo e trasparente al mercato finanziario.

Disclaimer

Il presente documento è stato redatto dalla società B2 Comunicazione. Le considerazioni ivi contenute sono, in assenza di apposita liberatoria, devono essere considerate non riproducibili.

Le valutazioni, i commenti e le conclusioni del presente documento si fondano su dati rilevati con metodologia HESPI® sulle testate indicate, rilevate nel periodo indicato.

Le indicazioni di consulenza sono basate sui risultati di ricerca e vengono fornite senza alcuna garanzia.