

A Terna il premio Assorel per la campagna di comunicazione Cantieri Aperti & Trasparenti

*“Siamo stati i primi in Italia a realizzare un progetto come [“Cantieri Aperti & Trasparenti”](#) - dichiara **Giuseppe Lasco, Direttore della Divisione Corporate Affairs di Terna** - e a un anno di distanza lo abbiamo migliorato e arricchito con un numero ancora maggiore di informazioni, in una logica di integrazione con le altre iniziative messe in campo, come l'accordo con la Guardia di Finanza, dirette a diffondere la cultura della legalità e della trasparenza, entrambi principi fondamentali per Terna e per rilanciare lo sviluppo del nostro Paese”.*



Terna è stata premiata con una menzione speciale nella Categoria Comunicazione Corporate & Reputation Management dalla Giuria dell'Associazione italiana delle Agenzie di Relazioni Pubbliche, nel corso di un evento tenutosi a Milano nell'ambito del 19° Premio Assorel.

L'azienda ha ricevuto il premio speciale, presentato dalla Presidente di Assorel Filomena Rosato, per la campagna di comunicazione realizzata sulla trasparenza in occasione del lancio di “Cantieri Aperti & Trasparenti”: una piattaforma web completamente dedicata agli oltre 176 cantieri Terna sul territorio italiano, che si è affermata fin da subito come un solido strumento di lavoro e di comunicazione interattiva, dinamica e veloce, utile e acquisito da tutti gli attori coinvolti nella realizzazione delle infrastrutture elettriche di Terna e non solo.

Dalla fine del 2015 l'azienda presieduta da **Catia Bastioli** e guidata da **Matteo Del Fante** rafforza la sua scelta di trasparenza e sicurezza integrata avviando, per il debutto del nuovo spazio "Cantieri Aperti & Trasparenti" una campagna d'informazione trasversale e multi effetto, declinata su più mezzi, con un'azione sinergica tra i vari canali social, web, media tradizionali, adv e direct marketing oltre ad una comunicazione interna all'azienda.

“Siamo stati i primi in Italia a realizzare un progetto come “Cantieri Aperti & Trasparenti” - dichiara **Giuseppe Lasco, Direttore della Divisione Corporate Affairs di Terna** - e a un anno di distanza lo abbiamo migliorato e arricchito con un numero ancora maggiore di informazioni, in una logica di integrazione con le altre iniziative messe in campo, come l'accordo con la Guardia di Finanza,

dirette a diffondere la cultura della legalità e della trasparenza, entrambi principi fondamentali per Terna e per rilanciare lo sviluppo del nostro Paese”.

Una strategia, quella intrapresa da Terna, che punta sulla massima trasparenza rendendo visibili e accessibili a tutti le informazioni su appalti e subappalti dei lavori in corso delle infrastrutture elettriche nazionali in ciascuna delle 20 regioni e i dettagli dei 2 miliardi di euro di investimenti che Terna ha sul campo. Un mezzo di informazione unico in Italia nel suo genere, a disposizione di imprese e cittadini, che per la prima volta un'azienda nazionale mette al servizio dello sviluppo sicuro del Paese e che va ad integrarsi con il protocollo stipulato con la Guardia di Finanza per il contrasto alle infiltrazioni criminali negli appalti.

Il lancio online del nuovo portale, tramite un banner in home page del sito, è avvenuto attraverso la realizzazione e diffusione di un video informativo, un videoclip grafico, una campagna sulla stampa e una campagna informativa online. Inoltre Terna si è anche avvalsa di un prodotto originale creato ad hoc, una video-brochure destinata a più di 250 aziende fornitrici qualificate. Strumenti di nuova generazione, dunque, che hanno sostituito una comunicazione tradizionale per andare verso un'informazione chiara e trasparente a vantaggio della sicurezza e legalità del Sistema Italia. Un modo ancora inedito nel settore delle aziende infrastrutturali, che evidenzia la forte attenzione alla tecnologia e alle nuove forme di comunicazione da parte di Terna. La campagna ha puntato, infatti, molto sui social media e sulla condivisione del videoclip grafico che ha saputo tradurre un tema tecnico e poco 'attraente' come cantieri, appalti e subappalti nei linguaggi e nello stile tipici della clip, aprendo il messaggio a un più vasto pubblico, anche in un'ottica di education.

Fonte [Affari Italiani](#)