

TERNA AL PRIMO POSTO NELL'EDIZIONE 2021-2022 DEL "WEBRANKING EUROPE 500"

Per il secondo anno consecutivo il gruppo è al primo posto fra le 500 più grandi società europee per qualità e trasparenza della comunicazione digitale

Punteggio record per il gestore della rete elettrica nazionale: 95,9 su 100 (+3,8 punti sull'anno precedente)

Terna è top performer fra le società europee in particolare per le informazioni agli investitori, l'esposizione delle tematiche ESG e per il coinvolgimento dei giovani talenti

Roma, 19 novembre 2021 – Terna, gestore della rete elettrica nazionale, ha vinto l'edizione 2021-2022 del "Webranking Europe 500", la principale classifica continentale che da oltre vent'anni valuta la qualità e la trasparenza della comunicazione digitale delle 500 più grandi società quotate europee sulla base delle aspettative degli stakeholder.

Con il punteggio record di 95,9 su 100, in crescita di 3,8 punti rispetto all'anno precedente, la società guidata da Stefano Donnarumma è stata premiata per l'eccellenza mostrata in termini di accessibilità e cura delle informazioni corporate presentate sul proprio sito internet e sulle principali piattaforme social.

In base ai risultati pubblicati da Comprend, società svedese leader nelle ricerche di mercato che cura la classifica, Terna si è in particolare classificata al primo posto tra le società europee per una comunicazione digitale efficace e trasparente negli ambiti Investor Relations, Sostenibilità/ESG e Persone.

Nel corso del 2021, Terna, nel suo ruolo di regista della transizione energetica, ha deciso di focalizzare ulteriormente l'attenzione alla comunicazione digitale, consapevole che, a seguito della pandemia, la digitalizzazione è diventata un elemento imprescindibile della vita dell'azienda e dei suoi rapporti con gli stakeholder; coerentemente, è accelerata l'esposizione sui canali digitali, web e social relativa all'impegno concreto del gruppo a garantire alle prossime generazioni un futuro sostenibile, anche attraverso la realizzazione di un sistema elettrico sempre più efficiente, affidabile e, soprattutto, decarbonizzato.

Come apprezzato dalla ricerca di Comprend, "cuore verde" della comunicazione digitale sono stati la sostenibilità e i temi ESG. Uno dei più recenti esempi è Terna4Green (<https://www.green.terna.it/>), la nuova piattaforma digitale che mette in relazione le tonnellate di CO₂ non emesse in atmosfera con la produzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, permettendo così di monitorare i progressi verso gli obiettivi internazionali di decarbonizzazione.

Particolare attenzione è stata riservata anche all'accessibilità, quale valore aziendale da promuovere e condividere: Terna è stata, infatti, la prima utility in Italia a pubblicare sul proprio sito i bilanci della società in un formato accessibile per le persone non vedenti, ottenendo così la certificazione della Fondazione LIA – Libri Italiani Accessibili, realtà che da anni supporta aziende e istituzioni nel rendere accessibili pubblicazioni, siti web e applicazioni a chi ha una disabilità visiva. A ciò si è aggiunto, negli ultimi mesi, un intenso lavoro per rendere accessibili tutti i contenuti non testuali del sito Terna.it.

La digitalizzazione ha avuto un impatto decisivo anche nell'attrazione dei giovani talenti. In questo senso, Terna ha puntato con forza su format e canali digitali (LinkedIn, sito, blog aziendale), rispetto a modalità più tradizionali, sfruttando in particolare la fidelizzazione e la passione delle persone di Terna che hanno potuto coinvolgere i talenti con le loro testimonianze ed esperienze dirette.

Dal 1997 la ricerca Webranking monitora la comunicazione corporate e finanziaria sui canali digitali delle principali aziende quotate europee, misurando il divario tra le aspettative degli stakeholder e le risposte delle aziende.