Zeitschrift: Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association suisse des électriciens, de l'Association des entreprises électriques suisses

Herausgeber: Schweizerischer Elektrotechnischer Verein ; Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen

Band: 84 (1993)

Heft: 10

Artikel: In linea con il futuro : le vostre aziende elettriche : la nuova immagine dell'economia elettrica

Autor: Aegerter, Irene

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-902696

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

L'informazione sincera è la base di una nuova campagna pubblicitaria a lungo termine che vuole avviare e migliorare il dialogo con i clienti. I contenuti e i messaggi di tutte le informazioni hanno, quale obiettivo, di aumentare la trasparenza, offrire e avviare un dialogo positivo tra aziende elettriche e opinione pubblica, rappresentare i vantaggi e gli svantaggi dell'elettricità quale vettore energetico, invitare ad una collaborazione costruttiva e far sì che la fiducia nei confronti dell'economia elettrica cresca.

In linea con il futuro – Le vostre aziende elettriche

La nuova immagine dell'economia elettrica

■ Irene Aegerter

«Carta 2000» dell'economia elettrica: i servizi in primo piano

In occasione dell'Assemblea generale del 1990 a Briga, l'economia elettrica approvò la sua «Carta 2000» che descrive compiti e obiettivi del settore. Secondo questo documento le collaboratrici e i collaboratori sono membri di un settore di servizi che hanno degli obblighi nei confronti delle esigenze dei clienti e del benessere della società. Il compito comune è quello di fornire energia elettrica in modo sicuro, economico ed ecologico a più di sei milioni di persone. Produzione e distribuzione devono essere fatte con l'aiuto della tecnica più moderna preservando le risorse e con personale sempre all'altezza, in impianti e centrali sicure. I collaboratori impiegano le loro conoscenze nell'ambito dell'uso razionale dell'elettricità per il bene dell'economia e della società. Inoltre non mancheranno di contribuire allo sviluppo di nuove tecnologie e di nuove energie rinnovabili. Le aziende elettriche intendono informare sempre l'opinione pubblica ed essere aperti alle esigenze dei clienti. Questo è un breve riassunto della nostra Carta.

Informazione = dialogo con i clienti

L'informazione sincera è anche la base degli obiettivi approvati dal Comitato UCS nel 1992 per la comunicazione del settore. Per la realizzazione è stata elaborata una nuova campagna pubblicitaria a lungo termine che vuole avviare un dialogo più proficuo con il pubblico. Essa vuole dimostrare che, per l'economia elettrica, informazione significa dialogo e non comunicazione unilaterale. I contenuti ed i messaggi di tutte le informazioni devono quindi:

- essere trasparenti
- offrire la possibilità di un dialogo aperto e positivo
- presentare in modo trasparente i vantaggi e gli svantaggi dell'elettricità quale vettore energetico
- invitare tutti a partecipare attivamente e in modo costruttivo
- aumentare la fiducia nei confronti del settore.

Affinché le informazioni arrivino a destinazione e siano capite, esse devono essere redatte in modo semplice ed efficace. Inoltre devono essere riconoscibili ed identificate col mittente grazie ad una veste visuale unitaria, ripetuta e che colpisca il pubblico. Con

Il simbolo viene introdotto anche attraverso uno spot televisivo di 30 secondi:

«Dialogare, saper ascoltare,
essere aperti, cercare soluzioni,
e trovarle.
Proteggere l'ambiente,
usare l'energia in modo razionale,
garantire l'approvvigionamento.
Progredire insieme,
affinché la vita palpiti.
In linea con il futuro –
le vostre aziende elettriche»

Indirizzo dell'autore:
Dr. *Irene Aegerter*, Unione delle centrali svizzere di elettricità, casella postale, 8023 Zurigo.

Figura 1 Avviare un dialogo positivo: «Ci conosciamo già?»

Figura 2 Trasparenza: «Date un'occhiata dietro le quinte»

ciò si intende facilitare ulteriormente la comunicazione.

Viene introdotto un simbolo che:

- raggruppi tutto il settore
- rappresenti un'unità interna al settore
- personalizzi il mittente.

Insieme al testo: **«In linea con il futuro – Le vostre aziende elettriche»** si intende comunicare un'immagine chiara e parlare dei livelli, vale a dire:

- il livello della comunicazione con messaggi razionali e verbali e
- il livello di rapporto con messaggi emozionali, non-verbali.

Il simbolo rappresenta l'unità tra:

- produzione, distribuzione e consumo
- clienti, centrale e impianto di distribuzione
- giovani e meno giovani, città e campagna, donne e uomini
- apertura, trasparenza e dialogo.

L'introduzione avverrà attraverso inserzioni e uno spot televisivo di 30 secondi sui canali della Svizzera tedesca e italiana. Dopo il periodo d'introduzione dovrebbe essere utilizzato su tutti gli stampati.

Anche le nuove inserzioni comunicano l'apertura. Per esempio il pubblico viene invitato a visitare gli impianti. A partire dall'autunno ci sarà inoltre un numero verde al quale il pubblico potrà porre tutte le domande concernenti l'energia elettrica. L'annuncio avrà quale tema: Avete domande sull'elettricità – telefonateci! Siamo aperti per soluzioni nuove, durature e orientate verso il futuro.

Incarico e creazione

Cinque agenzie pubblicitarie svizzere sono state invitate a presentare proposte per questa campagna tenendo ben presente gli obiettivi di comunicazione sopraelencati. Un gruppo di lavoro della Commissione per l'informazione dell'UCS (CI), presieduta da Jacques Rossat (ENSA) e dal dott. Martin Pfisterer (BKW, presidente CI), con la collaborazione della dott.essa Irene Aegerter (UCS/CI), del dott. Mario Carnevale (UCS/INFEL, TI) e del dott. Bruno Elmiger (KKW Gösgen/SVA/CI) era responsabile della scelta dell'agenzia che è caduta sulla BEP di Lausanna, la quale ha anche concepito la campagna di Electricité Romande. Così è assicurata anche la coordinazione delle due campagne, quella nuova nella Svizzera tedesca e italiana e quella già avviata nella Svizzera francese.

Approvvigionamento elettrico sicuro

Affinché l'approvvigionamento elettrico in Svizzera sia assicurato anche in futuro le aziende elettriche vogliono migliorare l'informazione e il dialogo con i propri clienti. Una politica ecologista mal interpretata vuole raggiungere una diminuzione dell'inquinamento solo attraverso la riduzione del consumo, dell'attività economica e attraverso una ridotta produzione di beni e di servizi.

Il desiderio nostalgico di una Svizzera che operi senza tecnologia e senza il consumo di risorse, non può essere realizzato con una popolazione che supera i sei milioni di persone.

La maggioranza degli Svizzeri vorrebbe comunque approfittare dei vantaggi dell'elettricità per l'economia. Questo però presuppone che si conosca ciò che avviene dietro la presa. Il pubblico deve sapere, per esempio, che nello stesso momento in cui si consuma l'elettricità questa deve essere prodotta in una centrale elettrica. Queste sono le informazioni che l'economia elettrica vuole trasmettere in modo aperto all'opinione pubblica, mostrando come viene prodotta e distribuita l'elettricità, quali sono ancora i problemi da risolvere oppure dove sono i vantaggi e gli svantaggi dell'una o dell'altra tecnica di produzione.

L'approvvigionamento elettrico non ha nessuno scopo fine a sè stesso. E' un servizio. L'economia elettrica con la sua comunicazione vuole contribuire affinché sia l'economia che la società abbiano un avvenire sicuro, secondo il motto: «In linea con il futuro – Le vostre aziende elettriche.»