

La comunicazione

Da alcuni anni Aquila Energie ha scelto di sviluppare una strategia di comunicazione con gli obiettivi di accrescere la *brand awareness* e di differenziarsi dalla concorrenza costruendo una relazione più forte con la propria community di riferimento. Per attuare questi obiettivi la Società ha attivato soprattutto canali di *digital marketing*, ma ha anche contemporaneamente investito sul potenziamento delle attività di *ufficio stampa*.

Il primo Bilancio di Sostenibilità 2020 ha offerto l'opportunità e l'occasione di ripensare alla struttura del [sito aziendale](#) nell'ottica di creare spazi dedicati alla diffusione dei temi della Responsabilità Sociale e della Sostenibilità, soprattutto all'interno del [blog](#), dove la categoria tematica "Sostenibilità" è presente nel piano redazionale insieme a "I Viaggi di Aquila", "Conosci Aquila" e "Notizie per te". Il sito, che al 31 dicembre 2022 contava 55.157 utenti, è attualmente oggetto di un lavoro di aggiornamento che sarà completato nel 2023.

Nel 2022, anno in cui la Società ha effettuato un aggiornamento del Bilancio di Sostenibilità in forma solo digitale, gli articoli del **blog** nella [categoria "Sostenibilità"](#) sono stati 47 su un totale di 129 (oltre il 36%). Aquila Energie, infatti, crede fortemente nell'importanza di diffondere una cultura della sostenibilità tra i propri clienti e ha quindi predisposto contenuti semplici e divulgativi proprio per favorire una presa di consapevolezza generale sui temi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Pertanto, la Società si prefigge di dare continuità a questo suo lavoro anche se in termini di visualizzazioni e di interazioni i contenuti della sostenibilità non sono quelli di maggiore successo.

Anche l'attività di **ufficio stampa**, che nel 2022 ha avuto il suo punto focale a luglio nel lancio del distributore self di metano a Lastra a Signa, il primo in provincia di Firenze, ha supportato la diffusione di un progetto-pilota realizzato per accrescere il livello di sostenibilità delle stazioni di servizio (Smart&Green), la comunicazione del premio "Imprese Vincenti" Intesa Sanpaolo rivolto alle PMI toscane maggiormente impegnate in ambito sostenibilità e l'inserimento nella lista delle 200 aziende Leader della Sostenibilità redatta da Il Sole 24 Ore e Statista.

Per quanto riguarda i **canali social**, anche essi oggetto di un accurato piano redazionale, Aquila ha attivato dal 2012 a oggi, per prima la pagina Facebook, seguita dal canale YouTube, quindi il profilo LinkedIn e da quasi due anni l'account Instagram. L'obiettivo di avvalersi di quattro canali è quello di avere l'opportunità di raggiungere diversi target, profilati per fascia di età, attraverso contenuti diversi e mirati. Grazie al piano redazionale, vengono definiti e calendarizzati argomenti, formati, obiettivi di ciascun post, dei quali viene poi monitorata l'efficacia (risultati raggiunti, conversioni). Ad oggi Aquila raggiunge mediante i canali social un pubblico totale di **12.967** follower, in costante aumento.

I CANALI SOCIAL

(al 31/12/2022)



POST CON MAGGIORI INTERAZIONI (FACEBOOK) - 2022