



AZIENDE

## EDISON AFFIDA A IAKI LA COMUNICAZIONE CORPORATE PER IL PROSSIMO TRIENNIO

Edison inaugura una nuova fase della sua strategia di comunicazione corporate per il triennio 2025-2027 con "Futuro in Corso", la piattaforma che rafforza il posizionamento...



24/3/2025 in **CREATIVITÀ**

### NEUTROMED SI AFFIDA A SERVICEPLAN ITALIA PER LA CAMPAGNA DOPO IL REBRANDING

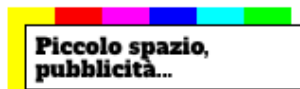
Neutromed sceglie la trasparenza e la delicatezza per il suo riposizionamento di marca come esperto delle pelli sensibili, collaborando con Serviceplan Italia dopo il rebranding. In un mercato in cui i prodotti per la pelle sensibile sono spesso comunicati in modo tecnico, Neutromed racconta la sua competenza dermatologica come un gesto quotidiano di cura,...



24/3/2025 in **WORLD**

### NEW YORK FESTIVALS ADVERTISING AWARDS: DALL'ITALIA 8 GIURATI PER LE SHORTLIST

New York Festivals Advertising Awards (NYFA) ha annunciato la Shortlist Jury per il 2025, composta da alcuni dei leader più visionari e creativi innovativi del settore, rinomati per la loro eccellenza e innovazione. Rappresentando le migliori agenzie in sei continenti da oltre 40 paesi, questi stimati professionisti sono riconosciuti a livello mondiale per il loro...



# EDISON AFFIDA A IAKI LA COMUNICAZIONE CORPORATE PER IL PROSSIMO TRIENNIO

Wavemaker, confermata per le attività di pianificazione media, e Value Partners per la gestione del sito internet corporate

24/3/2025



Edison inaugura una nuova fase della sua strategia di comunicazione corporate per il triennio 2025-2027 con "Futuro in Corso", la piattaforma che rafforza il posizionamento dell'azienda come leader responsabile nella transizione energetica. Questa evoluzione consolida il percorso intrapreso negli anni precedenti e proietta l'azienda verso un futuro sostenibile e sicuro per tutte le persone.

Il nuovo corso della comunicazione di Edison si fonda su una strategia omnicanale, che integra media digitali e tradizionali per garantire una diffusione capillare del messaggio. "Futuro in Corso" non è solo

un concept, ma un impegno concreto per coinvolgere e ispirare un cambiamento collettivo, valorizzando il ruolo dell'azienda come abilitatore di innovazione e partecipazione attiva.

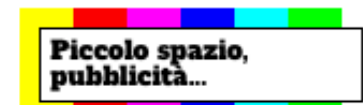
A supportare questa nuova visione, Edison ha scelto un nuovo partner per la comunicazione: l'agenzia IAKI, specializzata in strategie multicanale che combinano dati, analisi generazionali e creatività nativa per ogni punto di contatto, che sostituisce Grey, che continuerà a firmare le campagne Edison Energia. Grazie alla sua esperienza, IAKI guiderà lo sviluppo dei contenuti e delle iniziative che daranno vita alla piattaforma "Futuro in Corso", interpretando al meglio le esigenze di un pubblico sempre più connesso e attento ai temi della sostenibilità.

Ad affiancare il nuovo partner creativo, Wavemaker, confermata per la pianificazione media, a testimonianza della solidità della partnership che ha già accompagnato l'azienda nel triennio precedente.

Inoltre, il sito corporate [www.edison.it](http://www.edison.it) sarà rinnovato con il supporto di Value Partners, garantendo un'esperienza utente ottimizzata e una rappresentazione chiara dei valori e delle attività aziendali.

## Edison accelera sul digitale: nuova strategia per un ecosistema più forte

La nuova piattaforma corporate "Futuro in Corso" include anche una nuova creatività, oggetto di una campagna di comunicazione multisoggetto, pianificata a partire da marzo in tutti i principali media nazionali online e offline, nei canali digital e social proprietari.



I cinque soggetti scelti per la campagna includono in particolare quello dedicato al tema della "Diversità e Inclusione", a conferma dell'impegno assunto da Edison anche in seguito all'ottenimento della certificazione per la parità di genere conseguita nel dicembre 2023.

«Dopo un triennio di performance straordinarie per l'azienda e per le attività di comunicazione, culminato con il programma di celebrazione del nostro 140° anniversario nel 2023, abbiamo sentito l'esigenza di portare la nostra voce a un nuovo livello che conferma per Edison un posizionamento solido di leader innovatore e di autentico 'love brand' – dichiara **Cristina Parenti**, Executive Vice President Communication & External Relations di Edison -. L'evoluzione della nostra piattaforma di comunicazione corporate si esprime non soltanto nel messaggio di player abilitatore di cambiamento per la costruzione di un futuro sostenibile e inclusivo, ma anche nella pianificazione che rafforzerà l'ecosistema digitale dell'azienda con un rinnovato sito web corporate, una pervasiva campagna social media e nuovi mezzi digitali, senza sacrificare i media offline e più tradizionali che restano essenziali nella nostra strategia di marca».