

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

LETTORI

FONTE

INDICE

%ESP. PAG.

Daily Media

24 mar 2025

Edison

18.000

Elab. dich.

2,6

17,5

1



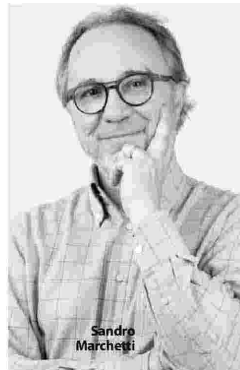
**Edison: presenta la sua nuova
piattaforma di comunicazione
corporate ideata da IAKI, che ha vinto
la relativa gara; e conferma il budget
istituzionale di oltre 2 milioni di euro**

Aziende Edison: presenta la sua nuova piattaforma di comunicazione corporate ideata da IAKI, che ha vinto la relativa gara; e conferma il budget istituzionale di oltre 2 milioni di euro

La compagnia di cui è EVP Communication & External Relations Cristina Parenti si affida all'agenzia di cui sono soci la Presidente Nicoletta Caluzzi e A.D. Sandro Marchetti per il lancio del format "Futuro in Corso"



Nicoletta Caluzzi



Sandro Marchetti

"Futuro in Corso": Edison dà il via alla nuova piattaforma di comunicazione corporate per il triennio 2025-2027 che accompagna l'evoluzione della marca e ne consolida il posizionamento di leader responsabile, impegnato concretamente nella costruzione di un futuro di sostenibilità e di sicurezza energetica per tutte le persone. La nuova piattaforma di comunicazione rappresenta l'evoluzione

del percorso della marca svolto nel triennio precedente (2022-2024) e durante il quale Edison ha valorizzato, anche in occasione del suo 140° anniversario, lo spirito innovatore che caratterizza l'azienda dalle sue origini attraverso domande che stimolano il pensiero critico e la capacità di visione.

Abilitatore di innovazione

Oggi, Edison inaugura una nuova fase della sua comunicazione corporate, nella quale lo sguardo al futuro resta come ispirazione solida e forte per le azioni concrete del presente, svolte quotidianamente dalle persone dell'azienda nei luoghi reali in cui Edison opera attraverso

so non soltanto le sue Divisioni operative, ma anche le iniziative di impatto sociale ed ambientale legate alla sua politica ESG (Environment, Social, Governance). "Futuro in Corso" segna un importante passo in avanti: Edison è, oltre che un leader della transizione energetica, il motore del cambiamento continuo e della partecipazione collettiva per realizzarlo ogni giorno e in ogni luogo. La nuova piattaforma corporate esprime il ruolo che Edison svolge come abilitatore di innovazione, in grado di canalizzare l'energia di chi vuole partecipare al cambiamento in maniera attiva.

Posizionamento

"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 ▶

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103

► sentito l'esigenza di portare la nostra voce ad 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 della compagnia -. 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 ed 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".

Media mix

La nuova piattaforma corporate fa leva su un media mix omnicanale integrato per intercettare i

pubblici di riferimento attraverso molteplici punti di contatto e di conversazione, in particolare nell'ecosistema digitale che rappresenta un canale di fruizione di informazioni e contenuti sempre più rilevante. Attraverso il mix di canali Edison punta a un approccio che stimola l'interazione e rafforza la relazione con la marca e i suoi valori. Per farlo, Edison consolida la frequenza di voce per raggiungere una molteplicità di utenti e per rendere il suo messaggio sempre più riconoscibile, rilevante e distintivo, migliorando l'impatto e la memorabilità. In questo senso, Edison sta lavorando ad un nuovo sito internet corporate www.edison.it, disponibile dalla fine di maggio, che ne ottimizza la rappresentazione di valori, missione e innovazione e che, grazie ad una navigazione personalizzata per target, fornisce un accesso semplice e immediato a informazioni sull'azienda e le sue attività. Per quan-

to riguarda i mezzi classici, viene impiegata solo la stampa (la tv è utilizzata per particolari eventi, come è stato per il 140° anniversario): il budget corporate resta quindi in linea con quello dello scorso anno, pari a oltre 2 milioni di euro. 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 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. Per realizzare questa evoluzione della sua comunicazione corporate, Edison ha individuato un nuovo partner per il triennio 2025-

2027: si tratta di IAKI, che ha vinto la relativa gara. La sigla di cui sono soci la Presidente Nicoletta Caluzzi e A.D. Sandro Marchetti - come recita il comunicato - ha interpretato al meglio le nuove esigenze espresse dall'azienda, sia nei contenuti sia nei mezzi di comunicazione. IAKI -agenzia di comunicazione multicanale in grado di rendere le marche rilevanti per i propri pubblici attraverso l'analisi dei dati, lo studio delle generazioni di persone e una creatività nativa per ogni punto di contatto - subentra a Grey che, per altro, continua a occuparsi di Edison Energia. I partner di Edison che collaborano alle attività di comunicazione corporate includono anche Wavemaker, confermata per le attività di pianificazione media, e Value Partners per quelle di gestione del sito internet corporate. A breve partiranno anche il canale TikTok, e un podcast e i social media saranno potenziati.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



129103