



## **Plenitude conquista Cannes: “Dark Mode Ads” vince un oro, un argento e due bronzi**

*Tra i vari riconoscimenti il più importante è il Gold nella categoria Media – Market Disruption*

Milano, 26 giugno 2026 – Plenitude sale sul palco dei Cannes Lions International Festival of Creativity 2026 con un risultato di grande rilievo: un oro, insieme ad un argento e due bronzi, per [Dark Mode Ads](#), progetto ideato in collaborazione con l’agenzia creativa LePub e pensato per contribuire a ridurre l’energia consumata dagli annunci digitali LED nei negozi Plenitude in Italia e nelle campagne pubblicitarie della Società anche in Spagna e in Francia.

Il riconoscimento più importante è l’**oro** nella categoria *Media (Market Disruption)*, che premia quei brand che *hanno saputo adattare in modo creativo la propria strategia in risposta a dinamiche locali, regionali o globali, adottando nuovi modi di comunicare e dimostrando al tempo stesso attenzione nei confronti dei consumatori*<sup>1</sup>. Dark Mode Ads si è distinta proprio per questa capacità: reinterpretare la comunicazione digitale a partire da un comportamento già diffuso, la *dark mode*, trasformandolo in una soluzione concreta per contribuire a ridurre i consumi energetici degli schermi LED e proponendo un nuovo approccio.

Sempre nella categoria *Media*, Plenitude si è aggiudicata anche un **bronzo** nell’ambito *Corporate Purpose & Social Responsibility*, che riconosce quei *progetti e attivazioni che affrontano temi sociali, etici e ambientali, generando valore e un impatto concreto sulle comunità, creando un legame autentico tra consumatori e cultura*<sup>2</sup>. Dark Mode Ads ha ottenuto questo riconoscimento per la sua capacità di trasformare un gesto quotidiano, come l’utilizzo della modalità dark sugli schermi, in una scelta virtuosa da parte dei brand. Il progetto dimostra come anche la comunicazione tramite schermi LED possa ridurre i propri consumi energetici, coinvolgendo altre aziende in modo inclusivo e accessibile e attivando una riflessione concreta sul ruolo dell’intero settore pubblicitario.

---

<sup>1</sup> <https://www.canneslions.com/awards/lions/media>

<sup>2</sup> <https://www.canneslions.com/awards/lions/media>

A questo si aggiunge l'**argento** nella categoria *Outdoor (Standard Site)*, poiché il progetto ha saputo *utilizzare in modo innovativo gli spazi urbani e i circuiti DOOH (Digital Out of Home<sup>3</sup>), trasformando la creatività in un'esperienza visiva coerente con il messaggio stesso<sup>4</sup>.*

Completa il podio il **bronzo** nella categoria *Creative B2B (Innovative Use of Content)*, che riconosce *l'efficacia della campagna anche in ambito business: un'idea capace non solo di generare visibilità, ma di attivare una riflessione più ampia all'interno dell'industria della pubblicità stessa<sup>5</sup>.*

L'iniziativa nasce a partire da un intervento sui punti vendita Plenitude in Italia: la Società ha scelto anzitutto di agire sugli schermi LED nelle vetrine dei propri negozi. Da qui, il progetto si è poi evoluto estendendosi ai circuiti di affissione digitale LED, parte integrante dei piani media Plenitude.

*“Siamo davvero orgogliosi di questo riconoscimento: Dark Mode Ads nasce dall'intersezione tra il mondo dell'energia, della tecnologia e della comunicazione. E' un'iniziativa in cui la missione di Plenitude, anche come Società Benefit, si concretizza e si mette a disposizione di altri brand<sup>6</sup>”,* ha commentato Giorgia Molajoni, **Chief Technology and Communication Officer di Plenitude**.

Oltre ai premi conquistati, Plenitude è stata nominata in ben sette shortlist: nelle categorie *Creative B2b (Market Disruption e Brand Experience)*, *Outdoor (Displays e Technology)*, *Innovation (Environmental Innovation)* e *Sustainable Development Goals (Sustainable Cities and Communities e Responsible Consumption and Production)*.

Plenitude, Società controllata da Eni, è presente in oltre 15 Paesi del mondo con un modello di business che integra la produzione di energia elettrica da circa 6 GW di fonti rinnovabili, la vendita di energia e di soluzioni energetiche in Europa a 11 milioni di clienti, ed una rete di 23.000 punti di ricarica per veicoli elettrici. Entro il 2030, la Società ha l'obiettivo di raggiungere 15 GW di capacità rinnovabile a livello globale e 15 milioni di clienti.

---

<sup>3</sup> Pubblicità esterna digitale che utilizza schermi LED, totem e maxischermi in spazi pubblici ad alto traffico (strade, stazioni, centri commerciali) per erogare contenuti dinamici, video e interattivi, aggiornabili in tempo reale.

<sup>4</sup> <https://www.canneslions.com/awards/lions/outdoor>

<sup>5</sup> <https://www.canneslions.com/awards/lions/creative-b2b>

<sup>6</sup> La piattaforma tecnologica <https://darkmodeads.com/> sviluppata da LePub converte automaticamente le creatività in dark mode preservandone l'efficacia visiva.

**Contatti Plenitude:**

**Ufficio stampa:** Tel. +39 0287103430  
[ufficio.stampa@eniplenitude.com](mailto:ufficio.stampa@eniplenitude.com)

**Investor Relations:** Tel. +39 0287103431  
[investor.relations@eniplenitude.com](mailto:investor.relations@eniplenitude.com)

**Sito Internet:** <https://corporate.eniplenitude.com/>