

SaronnoNews

Eolo sceglie “Il Milanese Imbruttito” per la nuova campagna pubblicitaria

Tommaso Guidotti · Tuesday, May 21st, 2024

EOLO, azienda leader nella tecnologia FWA e prima B Corp del settore telecomunicazioni in Italia, lancia la sua nuova campagna di comunicazione relativa al prodotto “**EOLO Quando Vuoi Max**”. La campagna ha un volto d’eccezione: **il Milanese Imbruttito**. L’obiettivo è promuovere l’utilizzo della rete EOLO, in grado di arrivare fino ai 300 Mbps in download anche nelle seconde case al lago, al mare o in montagna.

L’offerta “**EOLO Quando Vuoi Max**” consiste in un prodotto ricaricabile con una **banda minima garantita**, che permette il funzionamento tutto l’anno dei dispositivi di domotica (come teleriscaldamento o allarme). Nei periodi di maggior utilizzo si passa invece a una formula a consumo. Il target di riferimento è rappresentato da coloro che, anche in vacanza, non vogliono rinunciare alla comodità di una connessione stabile e veloce.

I soggetti creativi sono stati realizzati **in due location differenti, al mare e al lago**: in entrambe le ambientazioni Germano Lanzoni, in arte Il Milanese Imbruttito, perde la connessione mentre sta guardando un film e una partita. A salvare la serata ci pensano i vicini di casa, che grazie ad EOLO hanno una connessione a prova di streaming.

«**Con l’avvicinarsi della stagione estiva, i piccoli centri turistici si popolano di persone che non vogliono rinunciare alle loro abitudini di consumo di contenuti audio e video.** In questo senso, Il Milanese Imbruttito è il testimonial perfetto, perché rappresenta con ironia lo stereotipo del cittadino che anche in vacanza vuole la stessa connessione di casa», aggiunge Giulio Ravizza, Director of Brand, Digital and Media di EOLO.

La campagna sarà in onda a partire da oggi, lunedì 20 maggio, **sulle principali piattaforme streaming**, Netflix e Prime Video, e sui principali social (Meta, TikTok e YouTube). La versione audio sarà invece disponibile sulle principali radio nazionali e su Spotify. **A partire da giugno si potranno vedere e ascoltare gli spot su Rai Play e su Radio Rai, mentre saranno in corso i campionati Europei di calcio.**



«Questa campagna rappresenta un evento di novità per EOLO, perché si rivolge a un pubblico diverso dal solito. In primis, perché gli 8,8 milioni di possessori di seconde case solitamente risiedono nelle grandi città; in secondo luogo – continua Ravizza – perché questo target ha una dieta mediatica particolare. Per questo la pianificazione è stata fatta con grande attenzione agli indici di affinità, oltre a soddisfare le soglie ottimali di copertura e frequenza».

La parte creativa è stata gestita da RASCAL, agenzia che ha anche contribuito al successo della campagna EOLO Originals lanciata a settembre del 2023. Per la pianificazione, l'azienda si è invece rivolta a WaveMaker.

About EOLO

EOLO è un operatore nazionale di telecomunicazioni, leader nel campo della banda ultra-larga wireless (FWA) per il mercato residenziale e delle imprese. Garantisce un accesso di qualità alla Banda Ultra Larga con un focus sulle aree caratterizzate dal digital divide. È Società Benefit e la prima azienda di telecomunicazioni italiana ad aver ottenuto la certificazione B Corp. Copre oltre 6.900 comuni grazie a più di 4.100 BTS (ripetitori radio). Connette 1,6 milioni di persone e 116.000 tra imprese, pubbliche amministrazioni e professionisti. EOLO conta su una rete di oltre 17.000 addetti fra collaboratori, installatori tecnici e partner commerciali sul territorio.

This entry was posted on Tuesday, May 21st, 2024 at 10:23 am and is filed under [Brianza](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.

