« Dark Mode Ads » : la nouvelle vision de Plenitude concernant la communication urbaine

Paris, le 21 avril 2026 – « **Dark Mode Ads** » est le nouveau projet de communication de Plenitude, conçu pour contribuer à la réduction de la consommation d'énergie de la publicité numérique sur les écrans LED dans le cadre de ses campagnes en France, en Italie et en Espagne, ainsi que dans ses magasins en Italie.

Les écrans LED, utilisés dans les panneaux d'affichage numériques et les vitrines, illuminent les villes jour et nuit pour attirer l'attention des passants. Cela crée un impact visuel puissant, mais qui nécessite de l'énergie. Plenitude a choisi de remettre en question ce paradigme, en démontrant que le mode sombre permet de conserver une excellente visibilité de l'écran tout en réduisant la consommation d'énergie.

Dans le cadre de cette initiative, développée en collaboration avec l'agence de création LePub, Plenitude passera ses écrans LED en mode sombre, selon la faisabilité, sur l'ensemble de ses espaces publicitaires d'affichage numérique (DOOH)[1] en France et en Espagne, ainsi que dans les vitrines de ses magasins en Italie, tout en encourageant d'autres marques, annonceurs et acteurs du secteur publicitaire à se joindre au projet.

La première démonstration publique s'est déroulée sur la Plaza Callao, place très animée de Madrid – l'un des hauts lieux les plus emblématiques de la communication numérique en Europe –, ainsi que simultanément à Paris, dans la zone piétonne de La Défense, et à Rome, dans le quartier du Castel Sant'Angelo – Lungotevere Prati : des villes emblématiques situées dans des pays où Plenitude est également présente avec ses activités de vente au détail.

Avec cette initiative, Plenitude réaffirme son engagement à sensibiliser le public au gaspillage énergétique, en offrant un exemple concret au secteur et en contribuant à susciter une réflexion de plus en plus généralisée et partagée sur l'importance de réduire la consommation, y compris dans le monde de la publicité.

Plenitude opère dans plus de 15 pays avec un modèle économique qui intègre la production d'électricité à partir de sources renouvelables, avec une capacité installée de 5,8 GW, la vente d'énergie et de solutions énergétiques à travers l'Europe – desservant plus de 11 millions de clients – ainsi qu'un réseau de 23 000 points de recharge pour les véhicules électriques. D'ici 2030, l'entreprise vise à atteindre une capacité de production d'énergie renouvelable de 15 GW à l'échelle mondiale, ainsi que 15 millions de clients.

---

[1] *Digital Out of Home (DOOH) la publicité qui utilise des écrans LED, des totems et des affichages grand format dans des espaces publics très fréquentés — tels que les rues, les gares et les centres commerciaux — pour diffuser des contenus dynamiques et interactifs en format vidéo pouvant être mis à jour en temps réel.*

En France, Plenitude est présente à travers la société Plenitude France, 4ème fournisseur d'énergie sur le marché résidentiel en France, ainsi que dans le secteur des énergies renouvelables, avec environ 1 GW de capacité installée.
https://corporate.eniplenitude.com/en/home-page

***

Contacts presse Plenitude – A+ Conseils
Christelle ALAMICHEL - 06.31.09.03.83 - christelle@aplusconseils.com
Marion LEBEL - 06.76.02.57.47 - marion@aplusconseils.com