



Dark Mode Ads: il futuro della comunicazione urbana secondo Plenitude

Milano, 15 aprile 2026 – “**Dark Mode Ads**” è il nuovo progetto di comunicazione di Plenitude pensato per ridurre l’energia consumata dagli annunci digitali nei propri negozi in Italia e nelle proprie campagne pubblicitarie anche in Spagna e in Francia. Da oggi, infatti, Plenitude convertirà in modalità dark tutte le creatività su schermi LED, ottenendo un risparmio energetico fino al 74% rispetto alla proiezione tradizionale delle stesse immagini¹.

Gli schermi LED, nelle vetrine e nelle affissioni digitali, illuminano le città giorno e notte per catturare l’attenzione dei passanti. Un impatto visivo forte, che però richiede energia. Plenitude ha scelto di mettere in discussione questo paradigma, dimostrando che la dark mode permette di mantenere alta la visibilità degli schermi riducendone allo stesso tempo i consumi.

Il cambiamento parte proprio dai colori. Quelli più scuri, infatti, consumano meno, perché ogni pixel necessita di meno energia per riprodurli. Lo conferma anche lo studio condotto da Certimac², istituto di ricerca indipendente incaricato da Plenitude: la tonalità cromatica influisce direttamente sull’energia richiesta dagli schermi LED.

Nell’ambito di questa iniziativa, ideata in collaborazione con l’agenzia creativa LePub, Plenitude convertirà in modalità dark gli schermi LED presenti sulle vetrine dei propri negozi e i propri spazi pubblicitari Digital Out of Home (DOOH)³, invitando anche altri brand, inserzionisti e operatori del settore pubblicitario ad aderire al progetto. A tal fine, è a disposizione di tutti una piattaforma tecnologica sviluppata da LePub, che converte automaticamente le creatività in dark mode preservandone l’efficacia visiva.

La prima dimostrazione pubblica è avvenuta nella luminosissima Plaza Callao di Madrid, uno dei luoghi più rappresentativi della comunicazione digitale europea e in contemporanea anche a Roma in zona Castel Sant’Angelo-Lungotevere Prati e a Parigi nell’area pedonale della Défense, città iconiche di Paesi in cui Plenitude è presente anche con le proprie attività retail.

¹ Il risparmio energetico correlato all’utilizzo della Dark Mode è stato calcolato sulla base di test effettuati da Certimac a marzo 2026 in conformità con l’International Performance Measurement and Verification Protocol. Le verifiche hanno riguardato 15 immagini, di varia colorazione, riconducibili a campagne pubblicitarie di Plenitude e la misurazione del risparmio energetico è stata effettuata sulla base di un raffronto dell’energia consumata per la proiezione, su schermi LED (tecnologia SMD), del medesimo set di immagini prima e dopo l’utilizzo della Dark Mode Ads.

² <https://corporate.eniplenitude.com/content/dam/plenitude-corporate/documents/ita/chi-siamo/partners...>

³ 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.



Con questa iniziativa, Plenitude conferma il proprio impegno, in qualità di Società Benefit, nella sensibilizzazione contro gli sprechi energetici, offrendo un esempio concreto al settore e contribuendo a stimolare riflessioni sempre più diffuse e condivise sull'importanza di ridurre i consumi anche nel mondo della pubblicità.

Plenitude è presente in oltre 15 Paesi del mondo con un modello di business che integra la produzione di energia elettrica da 5,8 GW di fonti rinnovabili, la vendita di energia e di soluzioni energetiche in Europa, con oltre 11 milioni di clienti, ed una rete di 23.000 punti di ricarica pubblici 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.

Contatti Plenitude:

Ufficio stampa: Tel. +39 0287103430
ufficio.stampa@eniplenitude.com

Investor Relations: Tel. +39 0287103431
investor.relations@eniplenitude.com

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