

Monitoraggio delle pubblicità delle aziende energetiche, del settore automotive, delle compagnie aeree e crocieristiche nei quotidiani

Principali risultati del primo quadrimestre 2023

Campione di analisi

Il campione di analisi è composto dalle pagine nazionali delle seguenti testate

Avvenire
Corriere della Sera
Il Sole 24 Ore
La Repubblica
La Stampa

Il periodo del monitoraggio si estende dal 1° gennaio 2023 al 30 aprile 2023

Le pubblicità

Le pubblicità rilevate sono così distribuite:

	Tipo azienda				Totale pubblicità
	Automotive	Compagnie aeree	Crociere	Energetiche	
Avvenire	1		1	32	34
Corriere della Sera	14		4	64	82
Il Sole 24 Ore	18	4	4	50	76
La Repubblica	15		4	56	75
La Stampa	8		4	58	70
Totale pubblicità	56	4	17	260	337

Alcuni chiarimenti sull'inclusione delle pubblicità:

La voce '**Energetiche**' nel I Quadrimestre 2023 ha incluso i seguenti marchi/gruppi:

a2a	Edison	Snam
Acea	Enel	Sorgenia
Axpo	ENI	UnoEnergy
Banco dell'energia	Poste Energia	

Nella voce **'Energetiche'** sono state incluse anche pubblicità relative a:

- I contratti di fornitura di energia da fonte rinnovabile da impianti eolici e fotovoltaici di Axpo
- Le obbligazioni ENI legate alla sostenibilità
- i percorsi formativi 'Programma Energie per crescere con le rinnovabili' di Enel in collaborazione con Elis
- l'apertura a Catania del cantiere della fabbrica di pannelli fotovoltaici *'più grande d'Europa'* (ENEL)
- la Festa delle Luci A2A 'Light is Life' a Brescia e Bergamo, Capitali della Cultura
- la giornata del risparmio Energetico (18 febbraio) del Gruppo Acea
- la pubblicità di Sorgenia che inviata a entrare nella Community Sorgenia scegliendo *'il sole e il fotovoltaico'*

Dalla voce **'Automotive'** sono state escluse le pubblicità di noleggi a breve e lungo termine e di automobili che recavano contestualmente la pubblicità di concessionarie (il caso de *La Stampa* con le pubblicità di auto con indicazione delle concessionarie di Torino e del Piemonte o nord ovest Italia, che tra l'altro ricadevano nella pagine locali).

Sono invece incluse:

- le pubblicità di auto e moto ibridi o totalmente elettrici (es: Nuova 500 100% elettrica; Audi Q8 e-tron))
- le pubblicità di 'Le Strade del Gusto'. Si tratta di una serie di storie enogastronomiche pubblicate sul sito del gruppo Gedi dal nome *ilgusto.it* in collaborazione con Maserati. La pubblicità reca il logo di Maserati
- la pubblicità di House of BMW, un allestimento a Miano in occasione del Fuorisalone 2023 per scoprire storia, ispirazione e visione di BMW
- la pubblicità dell'inaugurazione dell'impianto a Foggia di autobus IVECO
- la pubblicità degli autobus elettrici MAN

Nella voce **'Crociere'** è stata inclusa anche la pubblicità del Coral Restoration Programme di MSC Foundation, fondazione di MSC Crociere

Le sponsorizzazioni 'multiple'

Le aziende oggetto di questo monitoraggio sono visibili, oltre che nelle pubblicità dei loro servizi, prodotti, anche come soggetti sponsorizzanti eventi, appuntamenti, corsi e scuole. Le sponsorizzazioni si concretizzano in formule quali: main partner, top partner, official partner, aziende associate o nella dicitura 'in collaborazione con'.

Alcuni esempi di queste sponsorizzazioni o collaborazioni che abbiamo definito 'multiple', perché le aziende in questione appaiono insieme ad altre sponsorizzanti, sono:

- la scuola di Limes con Edison tra i main partner
- una lectio magistralis alla Fondazione Guido Carli con Eni ed Enel tra i partner
- il Festival dell'Economia di Trento con Enel come Top partner e Snam tra gli official partners
- una serie di appuntamenti di Sole24 Ore Eventi con partner A2A e Italgas; ENEL, Jaguar e Land Rover
- conferenze e workshop nell'ambito di OMC Med Energy Conference & Exhibition con Shell tra le aziende associate
- un'installazione nell'ambito della Design Week con Hyundai main partner e REPOWER tra i partner
- la conferenza Sustainable Economy Forum con ENI tra i main partner

I messaggi delle pubblicità

Le pubblicità monitorate evidenziano spesso una presentazione al lettore dei prodotti, dei servizi e in generale del brand attraverso un linguaggio 'green' e con messaggi che parlano al pubblico di sostenibilità e transizione. In alcuni di questi *green advertising* si evidenziano riferimenti al futuro, al domani. Lo scenario per la realizzazione della sostenibilità è raccontato in una prospettiva futuribile, quasi come non si potesse realizzare nell'oggi, ma rimanesse un impegno per un obiettivo a cui tendere nel 'poi', anche se mancano claim ancorati nel presente.

ENI: *"con le obbligazioni Eni legate alla sostenibilità transizione e crescita sono possibili"*

ENI: *"a energia disponibile o alternativa, in Eni preferiamo energia disponibile e alternativa. Per sostenere il presente e il domani di tutto il paese"*

AXPO: *"Alimentiamo insieme un presente più sostenibile"*

AUDI *"Desining a sustanaible future"*

SORGENIA: *"Stiamo realizzando la transizione energetica e tu?"*

ENEL: *"non perdere l'opportunità di far parte del mondo della transizione energetica. La crescita sostenibile del nostro paese dipende da tutti noi. Anche da te"*

A2A (Festa delle Luci) *"sarà un viaggio emozionante verso un futuro solidale e sostenibile"* Festa delle luci a2a