



**Mercato**

## Enel rinnova la fiducia al Gruppo Roncaglia per il programma di advocacy e-noiSPECIAL

Il Gruppo conferma l'incarico alla sigla del gruppo Roncaglia che aveva già curato l'edizione 2018/2019 del programma di advocacy dedicato al personale di Enel Italia e mirato ad accrescere l'awareness dei valori aziendali, ad informare sull'evoluzione dello scenario energetico nazionale e sui prodotti, i servizi e i vantaggi riservati ai dipendenti. Giulia Roncaglia, amministratore unico della società, commenta: "un progetto che porta innovazione nella comunicazione interna e valorizza i dipendenti rendendoli protagonisti".

E' partita la nuova edizione di **e-noiSPECIAL**, il programma di advocacy dedicato al personale di **Enel Italia** e mirato ad accrescere l'awareness dei valori aziendali, ad informare sull'evoluzione dello scenario energetico nazionale e sui prodotti, i servizi e i vantaggi riservati ai dipendenti. Enel rinnova così la sua fiducia alla **Roncaglia Relationship Marketing**, che aveva già curato l'edizione 2018/2019 del programma.

Fondato su una piattaforma di engagement integrata con la intranet aziendale, e-noiSPECIAL ha il suo plus nella **gamification**, pensata non solo per trasferire in modo diretto e innovativo i valori Enel ma anche per **erogare nuovi benefit ed esperienze** o generare **live engagement** durante gli eventi.

Partendo dai risultati della precedente edizione, sono state introdotte **nuove tipologie di contenuti** che seguono una precisa calendarizzazione. Un palinsesto sempre più integrato al calendario della vita quotidiana, dentro e fuori dall'azienda. Molte e diversificate sono infatti le iniziative che ruoteranno intorno al mondo Enel e che faranno sentire i dipendenti ancora più protagonisti dell'open power: **dalle sponsorizzazioni, come Moto E, ai nuovi prodotti e servizi**, fino ad arrivare ai temi sostenuti e promossi dall'azienda, come **la mobilità green e le soluzioni intelligenti per la casa**. In quest'ottica sono state pianificate **le attività più contextual** e quelle legate alle diverse iniziative di Enel, come quelle recenti dedicate al Giro d'Italia.

Alla piattaforma, già online, sono stati affiancati **nuovi canali**, tra cui **Enel radio**, la radio interna all'azienda, con cui veicolare quiz in diretta e premiare i partecipanti più preparati sulle attività di Enel.

"Conoscenza del mercato e dei cambiamenti in atto, comprensione degli obiettivi e della strategia aziendale, coinvolgimento e condivisione dei valori del brand. Sono solo alcuni degli aspetti che portano un dipendente a trasformarsi da 'collega' a vero e proprio 'Brand Ambassador' - evidenzia **Mafalda Lepore**, Head of Loyalty & Promotions del Gruppo Roncaglia - un motivatore all'interno dell'azienda e promotore del brand all'esterno di essa. Da questa consapevolezza nasce il progetto e-noiSPECIAL, che da quest'anno è ancora più ricco sia in termini di contenuti che di strumenti e occasioni di contatto".



Grazie alla rinnovata fiducia di Enel continuiamo a misurarci con un progetto che porta innovazione nell'ambito della comunicazione interna", afferma **Giulia Roncaglia** (foto sopra), amministratore unico della Roncaglia Relationship Marketing. "I risultati della passata edizione ci danno atto che un employee journey efficace e ingaggiante non solo rafforza il legame fra un'azienda ed il proprio personale, ma soprattutto valorizza i dipendenti rendendoli protagonisti. È un investimento nel 'capitale umano' che si dimostra sempre più strategico per la crescita di ogni impresa".