

**SG Company S.p.A Società Benefit firma “*Be The Change, Be Charge*”,
la campagna di comunicazione 2020 -2021
di Be Charge, società del gruppo Be Power, High Tech Company
nell'innovazione tecnologica in tema di energia e mobilità**

Milano 15 dicembre 2020: **SG Company S.p.A Società Benefit**, ha ideato e sviluppato la nuova campagna di comunicazione di **Be Charge**, big player nel mercato delle infrastrutture di carica per auto elettriche e parte del Gruppo **Be Power**.

“*Be The Change, Be Charge*” questo il claim della campagna che ha visto impegnato tutto il team creativo e digital di SG Company, che ha lavorato anche alla nuova brand identity del gruppo, ed è l'agenzia che segue tutta la Comunicazione del Gruppo Be Power. La campagna è stata sviluppata in due diverse fasi progettuali: dall'ideazione di un **Video Manifesto** al lancio del branded content **Storie di Carica**, racconti di persone accomunate dalla carica che hanno messo in atto e che ha permesso loro di compiere un **cambiamento**, amplificato da una accurata strategia omnichannel.

Simone, Luciano, Silvia, Glauco, Lucas, Claudio, Marzia, Michele, Sonia, Claudia e Martina, questi i nomi delle persone che danno vita alle prime «*Storie di Carica*», creando un percorso in cui la tecnologia indossa vesti “umane” e si avvicina ai cittadini attraverso un dialogo con il luogo in cui vivono. Ogni nome racconta infatti una storia del territorio, un segno di vicinanza, continuità e cambiamento. Un'energia metaforica che trova atterraggio fisico nelle colonnine Be Charge, che si avvicinano ancora di più all'utente, incarnando così le storie degli ambassador del progetto.

Per la ricerca dei dieci protagonisti, veri e propri ambassador del progetto, Be Charge ha attivato uno scouting sul tutto il territorio italiano per dare il nome di persone reali ad alcuni punti di ricarica della sua rete. Personaggi comuni ma rilevanti per il territorio in cui vivono e lavorano, capaci di indurre al cambiamento attraverso un esempio virtuoso. L'idea, sviluppata da SG Company, è che queste dieci persone diano il nome ad alcune delle 2.500 colonnine, già oggi distribuite su tutto territorio nazionale. Grazie ad un investimento complessivo superiore ai 150 milioni di euro, nei prossimi 3-5 anni Be Charge conta di implementare sino a circa 30.000 punti di ricarica, tutti con energia al 100% proveniente da fonti rinnovabili: sostenibilità e innovazione con un servizio ai clienti completamente digitalizzato sia nei processi sia nell'interfaccia con una App dedicata.

L'attivazione della campagna, partita lo scorso 5 ottobre in occasione del **Fuorisalone 2020**, ha visto l'AD di Be Charge Paolo Martini protagonista di un talk sulle città del futuro. In tale occasione è stato anche presentato al pubblico il nuovo Video Manifesto, che racconta la nuova vision del gruppo: una vera e propria call to action al cambiamento, una chiamata ad essere protagonisti nel guidare l'innovazione, invitando tutti a una nuova

presa di coscienza della **responsabilità individuale** nei confronti di un'evoluzione collettiva realmente sostenibile.

Al lancio del Video Manifesto sono seguite le dieci **Storie di Carica**, raccontate direttamente dai protagonisti attraverso delle video pillole disponibili sul [sito](#) e sui social del brand e sul sito e sui social di **Wired**.

In questo contesto Be Charge diviene ponte fra due elementi portanti dell'innovazione tecnologica: **energia e mobilità** si incontrano in una visione esperienziale dell'automobile, in una vera e propria azione consapevole che guarda a un futuro sempre più sostenibile, all'interno di scenari urbani tecnologicamente efficienti. Nella visione della città del futuro Be Charge si inserisce dialogando con il tessuto urbano e proponendo soluzioni per le smart cities di domani, naturalmente tutte dotate di infrastrutture di ricarica elettrica sempre più capillari e digitalizzate.

Una direzione di sostenibilità e innovazione che Be Charge percorre da tempo, promuovendo l'assunzione da parte di ciascuno di un ruolo consapevole in ogni aspetto della vita, e che si concilia perfettamente con il percorso ESG (Environmental, Social and Governance), intrapreso da SG Company verso una governance sostenibile dell'azienda, un impatto positivo sulla società e sulla natura, sempre più orientata verso un futuro a beneficio collettivo.

SG Company S.p.A. Società Benefit, certificata ISO 9001 e quotata all'AIM di Borsa Italiana (ticker: SGC), è PMI Innovativa e, in coerenza con la sua mission "Sharing Growth", ha intrapreso anche il percorso ESG (Environmental, Social and Governance) per assicurare una gestione sostenibile dell'azienda sempre più orientata al futuro, credendo fermamente nel valore delle attività a beneficio collettivo. Da oltre 20 anni tra i principali player in Italia, si posiziona nel settore Entertainment & Communication con specializzazione nelle attività di Digital & Live Communications, Hybrid Events, Video Production, Format Consumer, Meetings & Events Industry. Nel piano industriale 2021-2023 ha avviato un percorso di digital transformation, integrando su ciascuna area di business una strategia di data valorisation grazie all'implementazione di soluzioni di Marketing Technology su ogni attività. Il suo posizionamento distintivo si basa sulla sinergia fra dati e contenuti nonché sulla capacità di offrire una regia unica tra creatività, produzione e tecnologia in modo nativo per ciascun progetto, garantendo al cliente la costante integrazione fra fisico e digitale. Ha all'attivo un portafoglio clienti di elevato standing a livello global. Ha ideato, promosso e realizzato format di successo nazionale e internazionale quali Milano Food Week, Milano Wine Week, Obecity, Sneakerness, Digital Design Days, Business Tech Forum e altri.

Per informazioni

Antonella Marautti

Communication Coordinator SG Company Società Benefit

a.marautti@sg-company.it

