

VareseNews

Ehiweb e i video su YouTube: lo storytelling che connette gli italiani

Pubblicato: Giovedì 22 Gennaio 2026



Il panorama delle telecomunicazioni italiane è sempre stato dominato da logiche industriali e commerciali standardizzate. In netta controtendenza, però, non mancano le realtà che hanno scelto di percorrere una strada diversa. Uno degli esempi italiani più longevi e meritevoli è quello di **Ehiweb**, provider attivo dal 2004, che negli anni ha costruito un modello di connettività fondato su un'idea semplice ma non scontata: mettere davvero le persone al centro del servizio.

Seguire questo approccio, fin da subito, gli è valso il titolo di **provider etico**, proprio perché **ehiweb.it** rappresenta una risposta concreta alle criticità più diffuse del settore, prime fra tutte la scarsa trasparenza contrattuale, fino ad arrivare all'assistenza impersonale.

Ehiweb, infatti, si distingue per la chiarezza delle offerte, l'assenza di vincoli rigidi e una gestione del rapporto con il cliente orientata alla continuità e alla fiducia. La sua visione, dunque, oltre all'importanza della tecnologia, abbraccia temi come la **qualità del servizio**, la **semplicità della fruizione** e la responsabilità dell'**impegno preso con i clienti**, privati e business.

Ehiweb, fin da subito, ha puntato a raccontare un modo alternativo di intendere la connettività, e lo ha fatto e continua a farlo tutt'oggi con l'assegnazione di un referente dedicato, con la gestione interna dell'assistenza e con la possibilità di affidare a un unico operatore fibra, VoIP, mobile e servizi web. Forte di questi elementi, Ehiweb mostra come internet possa essere un servizio realmente "a misura

d'uomo", senza sacrificare l'esperienza dell'utente, come spesso avviene con gli altri colossi delle telecomunicazioni.

Ehiweb ci mette la faccia: il valore dei video

Ma questa misura d'uomo non poteva essere consacrata al meglio se, nel raccontarsi come provider di connettività e servizi digitali in continua evoluzione, Ehiweb non avesse sottolineato il ruolo centrale delle persone che ne animano il progetto. Il cuore dello storytelling aziendale, infatti, ha preso la forma di un video aziendale pubblicato online la scorsa estate, in cui ci hanno messo la faccia i fondatori dell'azienda bolognese, i ruoli chiave e i professionisti che ogni giorno operano dietro le quinte per sviluppare soluzioni tecniche e assistere i clienti.

Chi lavora in Ehiweb ha sposato la scelta di esporre volti, competenze e storie, gesto che riflette la convinzione che trasparenza e relazione umana siano valori fondanti del provider italiano, e che contribuiscono a costruire un rapporto di fiducia con chi utilizza i servizi dell'azienda. "Dietro le quinte" di Ehiweb ci sono importanti valori di **identità**, **ascolto** e **chiarezza**, ciascuno dei quali mostra una missione aziendale fatta di persone concrete e una visione in cui la dimensione umana e tecnica si intrecciano, offrendo connessioni affidabili e interazioni autentiche con utenti, professionisti e aziende.

Visto il successo riscosso dal video di istituzionale, Ehiweb ha lanciato una serie di **video pillole**, pensate per spiegare in modo chiaro e diretto chi è l'azienda, come opera e quali servizi propone, senza ricorrere a tecnicismi o a comunicazioni impersonali tipiche del settore.

Questi brevi contenuti audiovisivi, realizzati dall'agenzia bolognese TheStorytellers con lo stesso stile semplice e trasparente che contraddistingue il provider, mettono in primo piano le persone che lavorano in Ehiweb, e cioè chi costruisce le soluzioni tecniche, chi gestisce l'assistenza, chi supporta i partner e chi comunica con gli utenti. Ogni contenuto affronta temi concreti come fibra, VoIP, connessione di backup, mobile e partnership con altri fornitori, e lo fa con le parole di **Luigi De Luca**, Responsabile Comunicazione, di **Matteo Sgalaberni**, Direttore Tecnico, di **Gilberto Di Maccio**, Direttore Commerciale, di **Simona Di Bartolo**, Responsabile Customer Care e Partnership e di **Michela Corazza**, Account Manager.

Raccontando il lato nascosto dei servizi quotidiani, l'obiettivo di Ehiweb è quello di rendere più accessibili concetti spesso complessi ma, forse più di ogni altra cosa, le video pillole – disponibili su YouTube e sui canali social di Ehiweb – hanno lo scopo di mostrare volti e voci reali dell'azienda per rafforzare il messaggio che un provider può essere **trasparente, vicino alle persone e attento alle esigenze** di chi lavora, studia o gestisce un'attività. Una scelta, dunque, per integrare – con i volti di chi ci lavora con impegno e competenza – il racconto più ampio del marchio e del suo modello d'impresa.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it