

“Il silenzio dei disconnessi”, al via la nuova campagna di Eolo

Pubblicato: Lunedì 18 Maggio 2026



EOLO, Società Benefit leader in Italia nella fornitura di connettività tramite tecnologia FWA (Fixed Wireless Access), lancia la **nuova campagna** radiofonica “**Il Silenzio dei Disconnessi**”, un racconto in stile trailer horror che usa i codici del cinema di tensione per parlare di un’esperienza reale: vivere e lavorare in un luogo dove la connessione è intermittente o assente.

Nello spot, ideato dall’agenzia Rude, due persone arrivano felici in una cittadina isolata con l’idea di iniziare una nuova vita e lavorare da remoto. L’atmosfera cambia rapidamente: la normalità si spezza e arriva la minaccia più inquietante per chi studia, lavora o gestisce un’attività da remoto: la disconnessione. La campagna gioca sul contrasto, tra i suoni tipici dell’horror e l’assenza improvvisa di notifiche, chiamate, video, streaming: il silenzio dei disconnessi diventa la **metafora** più immediata del **digital divide**. Se la mancanza di internet è un film dell’orrore, EOLO entra in scena per riportare continuità di servizio, stabilità e velocità, anche nei paesi italiani più remoti.

“Con questa campagna raccontiamo in modo immediato un fenomeno che incide concretamente sulla vita quotidiana di persone e imprese nei paesi: quando la connessione viene meno, attività, servizi e relazioni si fermano. Il nostro obiettivo è portare internet stabile e veloce, con un’esperienza paragonabile alla fibra, anche nelle aree più remote e meno servite, garantendo la possibilità di scegliere liberamente dove vivere, studiare e lavorare”, commenta **Giulio Ravizza, Brand and Marketing Communications Director di EOLO**.



Eolo è l'operatore di riferimento in Italia per la tecnologia FWA, che utilizza le onde radio per portare Internet ad alta velocità anche nelle aree meno servite, fuori dai centri urbani. Oggi l'azienda serve circa 700.000 clienti tra famiglie, imprese e pubbliche amministrazioni e ha avviato la realizzazione della prima infrastruttura nazionale FWA in grado di raggiungere velocità in download fino a 1 Gbps, offrendo una performance paritetica rispetto alla fibra.

La creatività è stata curata da Rude, studio che ha già contribuito al successo di diverse campagne dell'azienda, mentre la pianificazione è affidata a WPP Media.

La campagna "Il Silenzio dei Disconnessi" sarà in onda su emittenti nazionali e locali, con un planning pensato per massimizzare la copertura dei piccoli paesi. In particolare, sarà in onda sulle principali emittenti radiofoniche nazionali, tra cui RTL 102.5, Radio Italia, RDS, Radio Deejay, Virgin Radio, Radio 105 e Radio24, e su oltre 100 emittenti locali, a sottolineare il legame che l'azienda ha con il territorio.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it