

"L'ENERGIA CHE VA OLTRE QUELLO CHE VEDIAMO" AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA ISTITUZIONALE ENEL

Parte il 18 aprile la nuova campagna pubblicitaria con un testimonial d'eccezione, Giancarlo Giannini, voce narrante di tre storie che raccontano cosa c'è oltre il click dell'interruttore.

Roma, 13 aprile 2006 - "L'energia va oltre ciò che vediamo". E' questo il concetto creativo sul quale si basa la nuova campagna istituzionale di Enel, che "debutta" in tv il 18 aprile con una formula innovativa: un filmato di tre minuti che andrà in onda su RaiUno alle 20.35, come unico break, subito dopo la rubrica "Dopo Tg", e su Canale 5 alle 20.25, per poi proseguire con un'importante pianificazione on air su tutte le reti televisive italiane, sui principali network paneuropei, e su quotidiani, periodici, sale cinematografiche e siti internet.

Una campagna Corporate, che fa "da ombrello" alle successive campagne commerciali mirate ai clienti business, e pensata anche in vista dell'apertura totale del mercato che, a luglio del prossimo anno, vedrà le famiglie italiane libere di scegliere il proprio fornitore di elettricità, come già oggi avviene per il gas.

"Vogliamo trasmettere il messaggio che oltre il lavoro di produzione e distribuzione dell'energia ci sono tanti progetti e molta ricerca - sottolinea **Silvia Fellegara, responsabile pubblicità e publishing di Enel** - Un racconto sul nostro lavoro, la vicinanza al territorio, l'attenzione all'ambiente. Tre storie che testimoniano anche l'impegno quotidiano di Enel nella promozione della cultura e sottolineano la nostra volontà di ascolto delle esigenze e dei bisogni dei clienti."

Per raccontare temi e valori che sono alla base della sua attività, Enel ha scelto il volto noto e familiare agli italiani di Giancarlo Giannini. Tre "favole" per adulti e bambini raccontate dalla voce calda e profonda del grande attore italiano, noto anche all'estero, e girate quasi integralmente all'interno delle storiche centrali Enel di Cogolo (Trento) e di Nove (Treviso), tra i più interessanti esempi di architettura industriale, e nel centro storico di Mantova: protagonista, la forza dell'energia che assume forme nuove e diverse, grazie all'amore e all'impegno che ognuno pone nel compiere gesti ed azioni quotidiane. Lo stesso impegno di Enel nel sostenere la ricerca, nel promuovere la cultura, nell'operare per un progresso rispettoso e naturale.

La prima storia è quella di un uomo che ha allenato le sue dita a riprodurre sul muro ogni tipo di animale. Un giorno, l'ombra di un cervo diventa reale ed esce dalla finestra in direzione del bosco. Una allegoria del rapporto tra l'uomo, le sue creazioni e la natura. Nella seconda storia, il sapere di un cuoco cresce ad ogni pietanza che cucina e viene trasmesso anche ai suoi clienti, sottolineando così il potere dell'energia nello sviluppo umano. La terza storia infine vede come protagonista uno studioso che, dopo un anno di isolamento in casa, rincorrendo i suoi fogli dispersi in strada dal soffio di un ventilatore, riscopre il mondo e trova la soluzione al suo problema. E' così che i protagonisti scoprono che c'è un'energia che va oltre ciò che si vede.

Regista della campagna è **Laurence Dunmore**, direttore inglese di grande esperienza nel settore pubblicitario che ha recentemente debuttato al cinema come autore del film **The libertine** con **Johnny Deep** e **John Malkovich**. **Direttore della fotografia** è **Peter Suschitzky** che ha lavorato con David Cronenberg a capolavori come A History of Violence (2005) e Crash (1996), e a un classico senza tempo come The Rocky Horror Picture Show (1975). Il **direttore di produzione** **Olivia Sleiter** ha lavorato con Benigni in La vita è bella e il **fonico** **Maurizio Argentieri** ha vinto un **David di Donatello** nel 2000 per Pane e tulipani di Silvio Soldini.

L'idea creativa è dell'agenzia **Saatchi & Saatchi**, per la direzione creativa di **Luca Albanese** e **Francesco Taddeucci**. La produzione è di **H films**.