

IN ONDA DA DOMENICA LA NUOVA CAMPAGNA CORPORATE DI ENEL: "I NOMI DELL'ENERGIA"

Al via nel fine settimana la nuova campagna ideata per Enel da Saatchi&Saatchi, con la regia di Tony Kaye, autore del film "American History X"

Roma, 18 aprile 2008 - L'energia raccontata attraverso le emozioni piccole e grandi della nostra vita quotidiana: è il tema della nuova campagna istituzionale Enel che prenderà il via domenica 20 aprile in tv, in Italia e all'estero, e su stampa quotidiana e periodica, oltre a cinema e web.

Preceduta da *teaser* su TV e stampa quotidiana, "I nomi dell'energia" sarà accompagnata anche questa volta dalle note di "Sunday Morning", mentre una voce narrante spiegherà cosa significa l'energia per ognuna delle persone che compaiono negli spot: dalla nonna che sforna i biscotti a forma di presa elettrica – piccola citazione della famosa campagna "3 buchi" di Enel - al paramedico che usa un defibrillatore; dalla bambina che tenta di accendere la luce, alla persona diversamente abile che si esprime in un momento di danza con una ballerina. Tutte scene che vogliono tratteggiare l'universalità dell'energia e la sua presenza – discreta e fondamentale – nei percorsi di vita ed esperienze di ognuno di noi.

Nella campagna stampa sarà una lampadina, icona consolidata dell'energia di Enel, che ci aiuterà a vedere quel che di solito non è facile notare. Perché, come una lente, ingrandisce e fa letteralmente crescere dettagli che, altrimenti, non sarebbero visibili, ci fa guardare più lontano, oltre i confini nazionali, e dà spazio e grandezza alle risorse. Così, in una città italiana vista dall'alto, la lampadina, appoggiata sulla foto a mo' di lente, ingrandisce un edificio, mentre il titolo aggiunge: "Ogni giorno, fa crescere il nostro Paese." In un secondo soggetto, dedicato all'impegno di Enel a sostegno dell'energia rinnovabile, in un campo di grano la lampadina ingrandisce, invece, delle pale eoliche all'orizzonte e il titolo recita "Sa trasformare ogni risorsa in una grande risorsa." In un terzo soggetto, in cui si racconta l'"avventura" di Enel all'estero, come nuova e grande realtà internazionale capace di crescere anche al di fuori dei confini del nostro Paese, oltre l'orizzonte marino e sulla linea del mare la lampadina ci mostra un famoso monumento di un paese lontano, altrimenti impossibile da vedere, con un qualunque strumento. Il titolo: "Ci fa guardare oltre. E superare ogni confine."

Nella campagna stampa, come nello spot tv, una *baseline* chiude ogni titolo con "Noi la chiamiamo energia." Poiché "Comunque la si chiami, è lei il motore di tutto."

La comunicazione Enel avrà una pianificazione italiana e internazionale, sempre a cura del centro media Vizeum: il film TV sarà visibile anche sui principali network satellitari pan-europei; per la stampa è stato ideato un soggetto dedicato ai lettori delle principali testate europee, che traccia il profilo di Enel come di un'azienda solida e con un modello di business che l'ha resa il secondo operatore di energia in Europa.

Nel visual, un paesaggio al tramonto in cui, grazie alla lampadina, all'orizzonte si intravede lo *skyline* di una moderna metropoli, mentre il titolo recita: "Sa trasformare ogni Paese in un Paese che cresce."

Sul **web**, **che partirà a fine aprile**, lo spot diventa un pretesto per coinvolgere gli utenti in una "video esperienza virale", molto semplice, ma molto efficace.

L'idea è quella di creare un minisito – **noilachiamiamoenergia.it** per aumentare la diffusione del *concept* "I nomi dell'energia", in cui l'utente potrà, come prima cosa, vedere lo spot di Enel e, successivamente, interpretarne lo script attraverso l'inserimento delle proprie foto personali, realizzando così uno spot personalizzato. Infatti, se è vero che l'energia ha forme diverse e nomi diversi, avrà anche una rappresentazione diversa per ognuno di noi.

Lo script del film si presta a essere interpretato in modi molteplici: seguendone la traccia sul sito dedicato, sarà veramente facile per tutti partecipare e condividere con la rete un'esperienza divertente.

Il navigatore potrà poi caricare delle proprie foto che rappresentano per lui le forme d'energia proposte nello spot di Enel, personalizzando quindi lo spot. Il lavoro creato potrà essere condiviso solo con amici, oppure potrà essere caricato su **noilachiamiamoenergia.it** e formare così una *gallery* di tutti i lavori realizzati dalla rete, da consultare e votare.

Credits:

CENTRO MEDIA: **Vizeum**

AGENZIA DI PUBBLICITA': **Saatchi&Saatchi**

Direzione Creativa: **Guido Cornara e Agostino Toscana**

Per la televisione:

Art director: **Luca Pannese**

Copywriter: **Luca Lorenzini**

REGISTA E DIRETTORE DELLA FOTOGRAFIA: **Tony Kaye**

CASA DI PRODUZIONE: **The Family**

MUSICA: **Sunday Morning** dei **Velvet Underground**

Campagna stampa:

Art director: **Francesca Risolo**

Copywriter: **Laura Palombi, Fabio Delizzos**

FOTOGRAFO: **Stuart Hall**

Progetto Internet:

Direzione creativa: **Alessandro Orlandi**

Art Director: **Manuel Musilli**

Copywriter: **Laura Sordi**