

RELAZIONI CON I MEDIA

Tel. +39 06 83055699 - Fax +39 06 83053771
e-mail: ufficiostampa@enel.com

www.enel.it

ENEL: VALENTINO ROSSI E FULVIO CONTI INAUGURANO A MILANO IL NUOVO FLAGSHIP STORE DELL'ENERGIA

- *Il primo 'negozio bandiera' inaugurato oggi dall'Amministratore Delegato dell'Enel, Fulvio Conti, alla presenza del Presidente Paolo Andrea Colombo, e del nove volte Campione del Mondo di motociclismo, pilota del Ducati Team, Valentino Rossi.*
- *Il progetto anticipa il rebranding della rete dei 131 negozi di Enel presenti in tutta Italia.*
- *In via Broletto tecnologia e innovazione al servizio del cliente Enel.*

Milano, 10 maggio 2011 – Enel ha inaugurato oggi a Milano il primo *flagship store*. Alla cerimonia che ha aperto il più grande *showroom* dell'energia in Italia sono intervenuti il Presidente, Paolo Andrea Colombo, l'Amministratore Delegato di Enel, Fulvio Conti, il Direttore della Divisione Mercato, Gianfilippo Mancini, e un ospite di eccezione: il nove volte Campione del Mondo di motociclismo, pilota del Ducati Team, Valentino Rossi.

Il *Flagship store* di Enel è un esempio unico in Italia dove tecnologia e innovazione portano il cliente alla scoperta del mondo dell'energia e dei servizi Enel. Realizzato su una superficie di 700 metri quadrati, distribuiti su tre livelli, il nuovo *'concept store'* è allestito con tecnologie energetiche a basso consumo ed è *'CO2 neutral'*, grazie al sistema di compensazione volontaria delle emissioni di anidride carbonica.

Lo spazio è stato pensato per mettere il cliente al centro del mondo dell'energia. Stanze interattive, installazioni multimediali, innovazioni tecnologiche descrivono le fonti di energia e le tecnologie utilizzate per il loro impiego.

Si può così "entrare" nei progetti e nelle realizzazioni di Enel nel campo dell'innovazione tecnologica come i sistemi di cattura e sequestro geologico dell'anidride carbonica, le centrali a idrogeno e a carbone pulito, le fonti rinnovabili di ultima generazione. Un'altra area è dedicata alla mobilità elettrica con la presenza di una Smart a *zero emissioni* e la relativa postazione di ricarica.

Il progetto, che anticipa il rinnovamento di immagine e l'evoluzione dell'intera rete dei 131 negozi Enel presenti in Italia, conserva il nome di "Punto Enel", affiancando ai tradizionali servizi per la clientela la possibilità di conoscere i vantaggi del mercato libero, i programmi di fidelizzazione "Enel Premia" ed "Enelmia" e le tariffe "tutto compreso e bioraria".

Il flagship store di via Broletto 46 sarà aperto dal lunedì al sabato, dalle 10 alle 20. Vi lavoreranno 20 addetti, tutti assunti con vasta esperienza nel settore.

Il flagship store è stato curato da Inarea, rete internazionale e indipendente di designer, architetti, strategist e consultant, specializzata nella creazione e gestione di sistemi di identità.

I Contenuti del Flagship store – Le applicazioni interattive

Il nuovo Punto Enel è progettato per raccontare l'energia a 360 gradi, con tecnologie interattive assolutamente all'avanguardia. Tutti i contenuti sono fruibili attraverso diverse applicazioni personalizzabili che offrono l'opportunità di testare le innovative tecniche della realtà aumentata e delle proiezioni sensoriali.

Il **cubo energetico**, in prossimità dell'ingresso principale, grazie a un sofisticato apparato di telecamere, a un tappeto sensibile e due *videowall* interattivi, porta il visitatore a scoprire, nel vero senso della parola, le diverse fonti di energia: i suoi movimenti modificano i paesaggi virtuali che prendono vita su pavimento e pareti e il cliente si trova immerso in immagini e suoni su sole, vento, acqua, carbone, petrolio, gas naturale e geotermia.

Due **specchi in "Realtà Aumentata"** riconoscono il profilo delle persone, rilevato con una videocamera, e grazie a simboli grafici disegnati su appositi pannelli da tenere in mano, restituiscono sullo specchio l'immagine del visitatore e animazioni in 3D che prendono forma nelle sue mani: le tariffe "tuttocompreso green" e "tuttocompreso gas" sono racchiuse in scatole da aprire per conoscere i costi; la tariffa bioraria è raccontata con un mondo dove notte e giorno si alternano in funzione dei movimenti del visitatore; "enel drive" dà vita a un globo in cui l'auto elettrica viaggia e trova i punti di ricarica; infine, un'animazione in *pop up* "girabile" svela i vantaggi di "Enel mia". Un corner speciale è dedicato alla moto di Valentino Rossi che, grazie all'interazione del visitatore, sale in sella e parte.

Due **pannelli**, ancora una volta **in realtà aumentata**, simulano rispettivamente un'ambientazione domestica e una cittadina. Su un tavolo *touch screen* il cliente costruisce la pianta della sua casa o della città in cui vive, la "veste" con gli elementi energetici (elettrodomestici, condizionamento, ecc), posizionando dei cubi, e un monitor ne restituisce il formato 3D. Il cliente può così calcolare intuitivamente i propri consumi e misurare efficienza ed emissioni di CO₂ provocate.

Due **monitor 3D in stereoscopia** permettono di **esplorare il catalogo di "Enel premia"** in tre dimensioni.

Infine, la cupola immersiva del **Dome**, mostra il percorso dell'elettricità, quello che c'è dietro a un semplice click sull'interruttore, con una visione a 180° e un linguaggio 'emozionale'. A completare il percorso il **corner mobilità elettrica** con la Home Station Enel, l'infrastruttura per la ricarica domestica delle vetture elettriche, e una Smart electric drive; l'area promozionale di oltre 60 mq interamente dedicata a un **partner** di Enel Energia, si inizia con Philips, e l'**auditorium** che ospiterà periodicamente convegni, presentazioni, incontri, proiezioni, con l'ausilio delle più avanzate tecnologie multimediali.