



COMUNICATO STAMPA

Country Italy Press Office

T +39 06 8305 5699
ufficiostampa@enel.com
gnm@enel.com

enel.com

“DALLA TUA PARTE, SEMPRE”: ON AIR LA NUOVA CAMPAGNA DI ENEL

- *Al via la nuova campagna multicanale con creatività sviluppata internamente all’Azienda*

Roma, 16 ottobre 2024 – Enel c’è da sempre e non ci lascerà mai soli. In un settore complesso in cui è sempre più difficile orientarsi, Enel rimane un punto di riferimento sicuro. Un’azienda attenta alle esigenze delle persone e sempre presente in caso di necessità.

Dalla tua parte, sempre. È questo il messaggio della nuova campagna del Gruppo.

Il nuovo spot rafforza il concetto di “Enel, l’Italia nel mondo”, che ripercorreva la storia recente d’Italia e le attività del Gruppo che ne hanno accompagnato lo sviluppo e la modernizzazione. Questa volta, si parte da una diversa prospettiva: quella degli occhi di un bambino che guarda il mondo con curiosità, meraviglia e fiducia. Attraverso i gesti semplici di ogni giorno, ancora una volta, prende forma una grande storia, in cui ciascuno può riconoscersi. Un messaggio di vicinanza, qualità e competenza per un’Azienda presente in modo capillare su tutto il territorio.

Il *concept* creativo, sviluppato internamente, ruota intorno alle persone, che sono al centro dell’impegno del Gruppo, seguendo la giornata di un bambino e della sua famiglia. Il piccolo protagonista, guardando dal finestrino dell’auto nel suo percorso di ritorno da scuola, rimane affascinato dall’energia di Enel, presente in tutti i momenti e in armonia con l’ambiente.

Nello spot si alternano immagini dei tecnici impegnati in tante attività, non solo quelle che ogni giorno portano energia nelle case, come ispezionare cavi elettrici, installare pannelli fotovoltaici sui tetti o effettuare lavori in piccole realtà commerciali, ma anche interventi a favore della natura, come la messa in sicurezza del nido di una coppia di cicogne che ha scelto un traliccio come luogo per nidificare.

Anche in quest’occasione, il viaggio si svolge sulle note di Francesco De Gregori.

La campagna, on air dal 15 ottobre, prevede una pianificazione su TV con spot da 60” e 30”, stampa, affissioni, canali digital e video nelle stazioni ferroviarie e cinema.