

IN ONDA DA DOMENICA "MESSAGGIO DI LUCE", LA NUOVA CAMPAGNA ISTITUZIONALE DI ENEL

Roma, 22 maggio 2009 - L'energia di un messaggio di luce che attraversa quattro continenti è il tema della nuova campagna istituzionale Enel che prenderà il via domenica 24 maggio in tv, in Italia e all'estero.

Il nuovo spot racconta il viaggio di un messaggio luminoso che parte dalla camera di una bambina italiana e raggiunge l'ufficio Enel oltreoceano in cui lavora il papà. Il messaggio non è altro che un affettuoso augurio di buona notte che la bambina manda al padre lontano.

Durante questo viaggio metaforico, cadenzato dalle dolci note della canzone Far Far della giovane cantautrice franco-israeliana Yael Naim, la luce tocca paesi diversi, a rappresentare la presenza di Enel nel mondo.

Lo spot si conclude con il messaggio: **UN'ENERGIA CHE CRESCE NON SI FERMA MAI.**

La campagna, attraverso la metafora del messaggio di luce, rappresenta il "viaggio" intrapreso da Enel che, da grande azienda italiana, è diventata sempre più una realtà internazionale, presente in 22 Paesi e che, anche grazie a questo, è sempre più un'azienda solida. Un'azienda che guarda lontano e che persegue i suoi obiettivi con determinazione e progettualità. Così come con energica determinazione la bambina riesce a far arrivare il suo messaggio dall'altra parte del mondo.

Lo spot è stato girato interamente in Spagna – dove Enel è presente attraverso Endesa, società leader di settore della quale ha recentemente acquisito il controllo - a Santander, La Muela (Zaragoza), presso l'impianto eolico di Endesa, Bilbao, Guadalajara e Madrid.

Ancora più simbolica l'idea creativa della stampa che si focalizza sulla crescita e la solidità di Enel, on air sui principali quotidiani nazionali e locali e sui periodici già da domenica 17 maggio. Il concetto è rappresentato da un uomo che semina dei semi di luce in un campo arato. Sui semi - simbolo della crescita di Enel - i numeri e i traguardi raggiunti nell'ultimo periodo, le informazioni sugli investimenti previsti e sulla dimensione dell'azienda. Una campagna epica e visionaria, ma allo stesso tempo basata su dati concreti e solidi risultati.

Il titolo "Quel che saremo domani nasce dall'energia di oggi" esprime la visione, l'impegno e la consapevolezza di un'azienda solida e responsabile. La baseline riporta il claim dello spot TV, che trasferisce l'attitudine di Enel a non accontentarsi dei traguardi raggiunti e a guardare sempre lontano.

In un secondo soggetto vedremo lo stesso protagonista raccogliere i frutti della semina. Così la luce di Enel da seme diventa frutto e, crescendo, ricopre un intero campo con spighe luminose pronte per essere raccolte.

La campagna web utilizza alcuni degli elementi dello spot tv animati per enfatizzare, in modo creativo e simbolico, gli asset di Enel e la sua presenza a livello internazionale.

Oltre a TV, stampa e web, è prevista una pianificazione Cinema, Radio e su Affissioni aeroportuali e pittoriche a Roma e Milano.

La campagna sarà inoltre pianificata all'estero su tv paneuropea e panregionale america

latina, stampa paneuropea, nazionale (Spagna, Romania, Slovacchia e Russia) e panregionale America Latina (El Salvador, Argentina, Cile); affissioni aeroportuali nei principali scali europei; web.

CREDITS

Agenzia: Saatchi&Saatchi

Direzione creativa: Agostino Toscana, Alessandro Orlandi

Campagna tv:

Art director: Luca Pannese - Copywriter: Luca Lorenzini

Regia: Federico Brugia

Direttore della fotografia: Pedro Del Rey

Casa di Produzione: The Family

Musica: "Far far" di Yael Naim/David Donatien, artista Yael Naim

Campagna stampa

Art director: Francesca Risolo – copywriter Laura Palombi

Fotografo: Leonardo Vilela (Platinum).

Campagna web

Art director: Manuel Musilli – copywriter Laura Sordi

Pianificazione media - Vizeum.