

Al via la campagna per il collocamento di Enel

GUARDIAMO SEMPRE LONTANO.
ECCO PERCHÉ INVESTIRE IN OBBLIGAZIONI ENEL.



IN BANCA DAL 19 NOVEMBRE
AL 7 DICEMBRE
SALVO CHIUSURA ANTICIPATA.



Prima dell'adesione leggere il prospetto informativo disponibile presso le banche che promuovono l'operazione o sul sito www.enel.it

SAATCHI & SAATCHI

L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA.

Saatchi in una campagna di forte impatto, declinata su 4 soggetti: visibili, appunto, attraverso i "buchi" di una presa elettrica. La pianificazione, partita il 13 novembre, prevede stampa quotidiana e periodica, affissione, WEB e radio con 3 soggetti da 30"; oltre ad alcune iniziative speciali negli aeroporti e sulla linea ferroviaria T-biz.

La campagna è stata ideata da Williams Tattoli, art director, e Giovanni Salvaggio, copywriter, con la direzione creativa di Guido Cornara e Agostino Toscana.

Presenza sui mercati esteri, trasparenza finanziaria, attenzione verso il cliente e ricerca di nuove tecnologie rispettose dell'ambiente: sono i quattro "buoni motivi" con cui Enel mira a convincere i risparmiatori italiani ad acquistare le sue obbligazioni. E quale migliore "punto di vista" di una presa elettrica per scoprire a cosa guarda Enel? Questo concetto è stato trasformato da Saatchi &

Per la parte web hanno invece lavorato Manuel Fusilli, art director, e Laura Sordi, copywriter con la direzione creativa di Alessandro Orlandi e Matteo Giuricin. La pianificazione media è a cura di Carat.

Web Solute realizza il nuovo sito di Technogym

All'indirizzo www.technogym.com è online il primo step di un ampio progetto che ha previsto lo studio di nuove logiche di gestione dei contenuti e di navigazione. Prima grande rivoluzione: il "Marketing Knowledge System", il sistema di organizzazione delle informazioni ideato da Websolute per gestire in maniera organica l'intero set di contenuti (dati, testi, immagini, video, schede prodotto, listini ecc) di cui i diversi reparti di un'azienda dispongono. Nel concreto, applicare questo metodo per il nuovo sito Technogym, ha significato poter dare al cliente uno strumento di controllo e aggiornamento autonomo con cui gestire nella massima semplicità, a progetto completato: 13 lingue, 200 versioni del sito per 200 diversi mercati, l'intero catalogo di prodotto home e business online in cui ogni singola variante di prodotto è oggi categorizzata in database, creando così un vero e proprio configuratore di prodotto sia per fini commerciali che tecnici. Tra gli innumerevoli vantaggi quello di poter disporre di qualsiasi dato in qualsiasi punto del sito si voglia, nonché la certezza di aggiornamento in tempo reale di ogni informazione, non esistendo alcuna replica del contenuto. Non solo ingegnerizzazione. Grande cura alla grafica ed ai processi di navigazione curati in collaborazione con altre due agenzie - Attik e XYZ-Reply - e tanti strumenti per trasformare il sito in una leads and sales generator machine. Contestualmente Websolute ha curato. Decisivo il contributo apportato dal team Technogym; un particolare ringraziamento va a

Giovanni Ciampaglia e Francesco Brigidi che hanno fornito sin dalla fase iniziale della gara (estesa a sette società, italiane ed estere), un capitolato estremamente preciso e puntuale. Lo sforzo organizzativo e tecnico per realizzare www.technogym.com si è affiancato a quello da poco concluso per il lancio della "Wellness Tv". www.wellnesstv.tv è la brand tv di Technogym che utilizza l'innovativa piattaforma di web tv realizzata da websolute: una vera e propria web tv on demand interattiva, in cui le normali funzioni di navigazione del web sono integrate e riviste per il mondo web tv.

