



Sorgenia scrive una nuova storia dell'energia

Sarà on air sulle principali emittenti televisive dal 15 ottobre la nuova campagna pubblicitaria Sorgenia, primo operatore privato nel settore dell'energia elettrica e del gas naturale. La creatività, firmata da Ogilvy & Mather Advertising, declina in modo emozionante in quattro soggetti l'evoluzione del posizionamento di Sorgenia, l'energia sensibile. L'investimento per il 2011 è di oltre quattro milioni di euro.

11 ottobre 2011 - **"C'è questa volta" una nuova storia dell'energia.** E' quella riscritta da Sorgenia che oggi propone un'evoluzione del suo posizionamento di "energia sensibile" verso il consumatore, la collettività e l'ambiente, in occasione dell'ingresso nel mercato residenziale.

Da sabato 15 ottobre prende il via la nuova campagna pubblicitaria realizzata da Ogilvy & Mather Advertising e prodotta da The Family.

Una campagna che si basa su storie che nella fase iniziale saranno raccontate in televisione e sul web. Quattro i soggetti che affrontano i temi del risparmio energetico ("Il ragazzino"), della riduzione delle emissioni di anidride carbonica ("L'uomo piuma"), della generazione distribuita ("L'uomo luce") e della nuova offerta per il residenziale Libero24 ("Un potere fantastico").

Il filo conduttore dei quattro spot è un nuovo modo di pensare la relazione tra fornitore di energia, cliente e ambiente. Gli assi portanti della strategia di Sorgenia sono trattati con un realismo magico capace di raccontare in modo chiaro e emozionante le proposte concrete dell'azienda.

Nel filmato relativo alla riduzione delle emissioni di CO₂ il protagonista è "L'uomo piuma": un uomo che diventa leggero perché pesa meno sull'ambiente in cui vive dopo aver scelto Sorgenia.

Suggestivo e sorprendente è lo spot "Ragazzino", simbolo dell'impegno di Sorgenia per il risparmio energetico. Il giovane protagonista prende l'argomento del risparmio energetico molto sul serio, e mette da parte energia ogni volta che può, a casa o a scuola. La riutilizza poi per illuminare i suoi momenti più belli. Nel film "Un potere fantastico" una donna schiocca le dita e compie un incantesimo perfetto: può scegliere un'offerta di energia in cui il prezzo può solo diminuire.

Il quarto film, "L'uomo luce" (che andrà in onda successivamente) ha l'obiettivo di raccontare le attività di Sorgenia nell'ambito della generazione distribuita, intesa come fotovoltaico diffuso. Qui è la magia di prodursi da soli l'energia a fare da filo conduttore della storia.

Gli spot da 15, 30 e 45 secondi, saranno trasmessi sulle principali reti televisive terrestri e satellitari.

La campagna è pianificata anche su internet, sempre utilizzando gli spot televisivi da oggi visibili all'indirizzo www.sorgenia.it/unanuovastoria

Le versioni da 45 secondi degli spot saranno diffuse in tv durante le prime settimane di pianificazione e nei cinema. **L'investimento è pari a 3,8 milioni di euro per la televisione e a 500mila euro per il web.** La pianificazione media è stata curata da Media Club (GroupM).