

## Nota Stampa

### **NUGO: LO SPOT, IL LOGO E LA COMUNICAZIONE**

Roma, 22 giugno 2018

Una viaggiatrice che si sposta con una ruota di Rhon fra città, montagne e borghi, su strade, binari, moli e sterrati, a simboleggiare tutti i mezzi di trasporto.

Questo il *concept* **dello spot pubblicitario di nugo**, l'applicazione per la mobilità collettiva integrata *door to door* scaricabile dagli store digitali per Android e iOS.

Lo spot, diretto dal regista brasiliano Rodrigo Saavedra in esclusiva per la casa di produzione *Think Cattleya*, è stato ideato dal team creativo di *Saatchi & Saatchi* con l'obiettivo di raccontare, attraverso le immagini, la fluidità di spostamento che la protagonista – Marina Porenta, fra le migliori atlete al mondo della disciplina – riesce a trasmettere grazie alla semplicità nel viaggiare con *nugo*.

Le riprese sono state effettuate in numerose location in giro per l'Italia, così da trasmettere la varietà di paesaggi del nostro Paese e le innumerevoli possibilità di viaggio. Il risultato è un video poetico e visionario, ma allo stesso tempo leggero e coinvolgente, andato in onda per la prima volta il 14 giugno su Canale 5 poco prima del fischio d'inizio della partita inaugurale dei Mondiali di Calcio Russia 2018, Russia-Arabia Saudita.

Per il lancio della start up *nugo*, il Gruppo FS Italiane ha stretto una partnership anche con la *global brand consultancy Interbrand* per ridefinire i propri servizi in termini di innovazione, mobilità integrata e *digital customer experience*. Tutti elementi chiave del Piano industriale 2017-2026 di FS Italiane.

Il primo passo per la realizzazione del progetto è stato analizzare lo scenario competitivo, le esigenze dei target di riferimento e gli asset del Gruppo FS Italiane per definire un posizionamento credibile, rilevante e differenziante per il brand: "Real and right experiences on the go".

Dal nome, *nugo*, che richiama i concetti di "nuovo", "in movimento" e "personalizzato" (assonanza con *you*), alla grammatica visuale, dalla *user experience*, ai principi di innovazione dei servizi, *Interbrand* e il Gruppo FS Italiane hanno creato un vero e proprio brand ecosistema che ridefinisce il concetto di *living mobility*.

Il logotipo è incorniciato da due cerchi, un'astrazione di tutte le ruote e tutti i servizi di mobilità finalmente collegati grazie a *nugo*. Una tipografia geometrica, colori brillanti e un'interfaccia semplice contribuiscono a creare un'esperienza fresca e contemporanea.

## **CREDITS SPOT NUGO**

**Cliente:** Ferrovie dello Stato Italiane/ *nugo*

**Agenzia:** Saatchi & Saatchi

CEO: Simone Masè

General Manager Roma: Camilla Pollice

Direzione Creativa: Manuel Musilli e Alessandro Orlandi

Art Director: Alessandra Torri

Copywriter: Alice Scornajenghi e Marta Curcio

Head of TV: Raffaella Scarpetti

TV Producer: Laura Fappiano

Account Director: Isabella Conti

Team Planner: Ornella Vittorioso e Giulia Viviano

PR Coordinator: Rachele Dottori

**Casa di Produzione:** Think Cattleya

MD: Monica Riccioni

Executive Producer: Martino Benvenuti

Producer: Marta Ansaldi

Regista: Rodrigo Saavedra

DOP: Daniel Fernandez Abellò

Montatore: Marcello Saurino

**Post production:** Exchanges

**Musica:** Antfood

### **Locations**

Tivoli (RM)

Fiano Romano (RM)

Ariccia (RM)

Roma - Tiburtina (RM)

Roma - Salone delle Fontane (RM)

Roma - LunEur (RM)

Fiumicino (RM)

Campo Imperatore (AQ)