

IL FUTURO E' IN LINEA

**Questo è il messaggio
della campagna SIP 1984.
Protagonista
la rete telefonica.**

Si legge in una recente ricerca del CENSIS sull'Italia del Duemila che «... la Società post-industriale italiana sarà percorsa fittamente e in ogni direzione dalle grandi reti terziarie che saranno un po' il sistema nervoso della società italiana, all'interno della quale l'elemento determinante sarà la circolazione e la gestione dell'informazione, vero fattore energetico del terziario avanzato».

Tutta l'Italia è percorsa da una ragnatela fittissima di cavi che costituiscono un patrimonio inestimabile di cui pochi si rendono conto. È la rete telefonica il cui valore va ben più in là del valore dei singoli cavi di rame o dei mezzi di trasmissione in ponte radio perché è lo strumento che assicura la circolazione dell'informazione, sia come parole, sia come dati o immagine.

E messe una dopo l'altra tutte le tratte che compongono la rete italiana si arriva alla bella cifra di 90 milioni di chilometri circuito, cioè 2.250 volte il giro della terra all'equatore; proprio questa rete è il maggior « prodotto » della SIP, quella che permette al telefono di funzionare, di ampliare e diversificare i servizi diventando poi emblema della stessa Società che la gestisce e delle telecomunicazioni in genere.

Quale migliore protagonista, allora, della campagna SIP 1984 per divulgare una cultura telefonica che offra all'opinione pubblica in generale, al mondo della stampa ed agli « opinion leader » la percezione della « rivoluzione » che già oggi e ancor più nel futuro inciderà nei nostri comportamenti? E come rappresentare visivamente questa rete in modo sintetico ed immediato, collegandola a ciò di cui è rappresentazione emblematica, la SIP ed il servizio?

A questo ha pensato la Armando Testa, una delle prime agenzie di pubblicità in

SIP
il futuro è in linea

90 MILIONI DI CHILOMETRI PER I PRODIGI DELLA TELEMATICA

Una campagna ombrello svolgerà tutta una serie di nuove tematiche previste: dalla rete Sip al servizio, dalle realizzazioni, all'evoluzione tecnologica, agli investimenti sino ai prodotti più rappresentativi, come il Facsimile, il Videotel, il sistema Telemedicina.

Un grande «concerto» di immagini per creare una nuova, autorevole - di rilevanza sociale - in cui il telefono è solo uno dei molteplici terminali, mentre il ruolo di protagonista è affidato alla rete Sip, l'«autostrada» che porta progresso ed una migliore qualità della vita.

90 MILIONI DI CHILOMETRI DI PUBBLICITA'

Per dare la massima risonanza alla nuova campagna Sip si è scelta una pianificazione forte e concisa da Gennaio a Marzo 1984. Per raggiungere il maggior numero di persone è stato scelto l'utilizzo massiccio della televisione, affiancata dai più importanti periodici. Rai 1 e Rai 2, Canale 5, Rete 4, Italia 1 e STP trasmetteranno gli spots pubblicitari nel periodo che va da Gennaio a Marzo dell'84. Contemporaneamente la Campagna verrà pubblicata anche sulle pagine di Europeo, Panorama, Espresso, Il Mondo.



Il primo fotogramma dello « spot » pubblicitario sulle reti televisive nazionali e private. Le strisce rosse del nuovo marchio rappresentano la rete telefonica italiana.

Italia, assegnando al marchio SIP il compito di rappresentare visivamente la rete; perciò il marchio si animerà, trasformandosi in una rete che passerà per monti e valli, entrerà nelle case e negli uffici, proprio come avviene per il servizio.

E questo succederà in televisione, tanto sulle reti nazionali quanto su quelle private, e sui grandi periodici di opinione per il periodo gennaio-marzo 1984.

La funzione strategica di questa campagna è anche un'altra: preparare il terreno e il punto di riferimento alle altre azioni pubblicitarie che riguarderanno nel corso dell'anno i servizi SIP offerti al pubblico.

Così come la rete telefonica è il presupposto essenziale per far funzionare tutti i servizi telefonici e le apparecchiature che li riguardano, così alla campagna per la rete telefonica si riferiranno, come opportuno punto di coordinamento, le altre dei singoli servizi.

A proposito di rete telefonica: avete mai pensato che, senza di essa, quel neologismo che da un po' di tempo fa riempire pagine di libri e di giornali e di cui molti pretendono la paternità, cioè la parola « telematica », non avrebbe alcun significato, mancandogli proprio il mezzo per diffondere e inviare a distanza i servizi dell'informatica?

una rete di 90 milioni di km.

una corsa senza respiro

videotel

VIDEOTEL, a domanda risponde

FACSIMILE: un minuto per un prodigio

CARDIOTELEFONO: il cuore in diretta

Le immagini della nuova campagna di informazione. La rete, il servizio, le realizzazioni, l'evoluzione tecnologica, i nuovi prodotti come il Facsimile, il Videotel, il sistema di Telemedicina, sono gli argomenti dei messaggi che appaiono nei primi mesi dell'anno sui maggiori settimanali italiani.