

In anteprima
alla Fiera di Milano
il nuovo marchio
della nostra
azienda



SIP

Società Italiana per
l'Esercizio Telefonico p.a.

ECCO IL NUOVO VOLTO DELLA SIP

Un'onda di comunicazione rossa, simbolo dei cavi su cui viaggiano le nostre voci, e nuovi caratteri color grigio perla per il logotipo sociale: ecco gli elementi di base del nuovo marchio e del relativo «sistema di identificazione visiva» che la SIP ha recentemente messo a punto. La presentazione in anteprima è avvenuta a Milano, in occasione della 61ª Fiera Campionaria.

Se è vero il vecchio detto secondo cui «l'abito non fa il monaco», è però anche vero che, come accade talvolta alle persone, anche le aziende possono sentire il bisogno di sottolineare con segni esteriori, immediatamente leggibili, profondi rinnovamenti interni. Così è stato anche per la SIP. Non è quindi un caso se proprio ora, in concomitanza con il processo di ristrutturazione, si è avvertita l'esigenza di poter contare anche su un modo di presentarsi all'esterno più dinamico e rispondente allo spirito della «nuova SIP».

Per la prima volta dall'anno della sua costituzione come Società Concessionaria dell'Esercizio Telefonico la nostra azienda si è dunque posta il problema di definire in modo organico la propria identità

Il sistema di identificazione visiva recentemente messo a punto è il riflesso esterno del rinnovamento in atto nelle strutture aziendali. Gradualmente il vecchio simbolo della Società verrà sostituito col nuovo marchio rosso grigio.

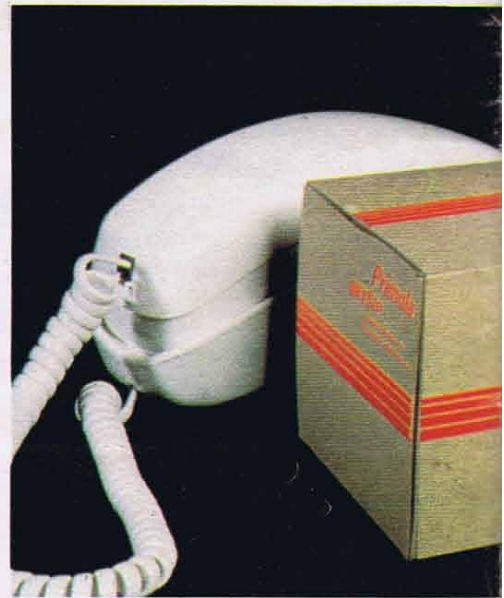
visiva, sinora frammentata in svariati modi di rappresentazione. È nato così un nuovo marchio, in cui si fondono armoniosamente elementi cromatici e significati diversi. Il rosso e il grigio, sapientemente accostati, indicano infatti che il futuro dei servizi via cavo (rappresentati dall'elemento grafico) si affianca alla tradizione del servizio telefonico di base (che il logo «SIP» immediatamente richiama). Indicano, inoltre, che il rinnovamento di un'azienda che ha accolto la sfida telematica si inserisce nella continuità di un impegno da sempre rivolto ad obiettivi di qualità e di efficienza.

Anche per sottolineare quest'ultimo aspetto della continuità e della tradizione, nello studio del nuovo marchio si è fin dall'inizio deciso di mantenere il nome SIP, che pur non avendo più alcun significato letterale (SIP infatti fu adottato nel 1964 utilizzando le iniziali della vecchia Società Idroelettrica Piemontese), risulta ormai perfettamente assimilato e riconosciuto su tutto il territorio nazionale. Stesso nome, dunque, ma volto nuovo per la SIP.

Il cambiamento sarà graduale, ma investirà tutto quanto dovrà portare un segno ►



Alcune possibili applicazioni del nuovo marchio SIP. A sinistra il Primula. Qui sotto il simbolo del telefono pubblico e a destra il marchio sulle auto sociali.



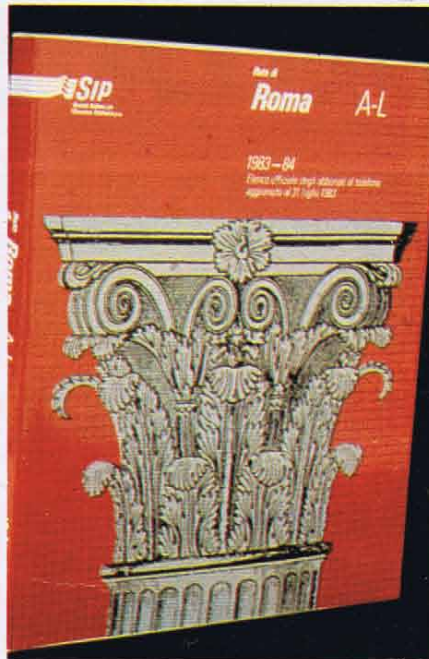
di riconoscimento in grado di evidenziare l'appartenenza alla nostra Società.

Ecco perché — e questo è senz'altro l'aspetto più significativo e innovativo dell'operazione — non ci si è limitati alla creazione di un nuovo marchio studiato ad hoc e in modo originale, ma si è proceduto anche alla definizione di tutte le sue possibili modalità di utilizzo nelle diverse occasioni e sui più vari supporti: dalla carta intestata alle tute da lavoro, dall'automobile sociale alla targhetta sui telefoni e così via.

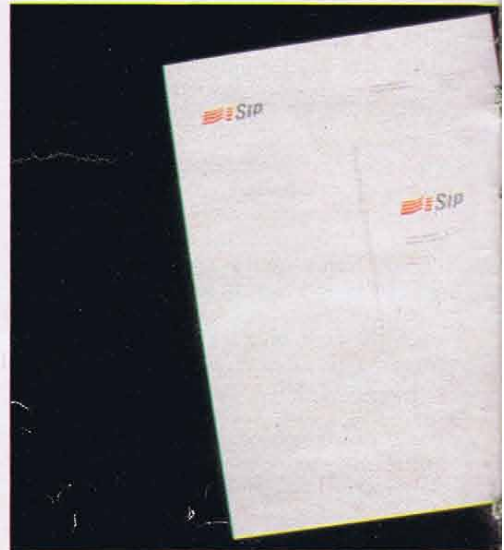
Si può allora capire l'importanza per la SIP del nuovo marchio rosso/grigio e quanto la sua introduzione sia destinata a promuovere efficacemente l'immagine dell'azienda, comunicando all'esterno — agli utenti, all'opinione pubblica, agli operatori telefonici — in modo corretto e uniforme la realtà della Società, la sua tradizione e il suo divenire.

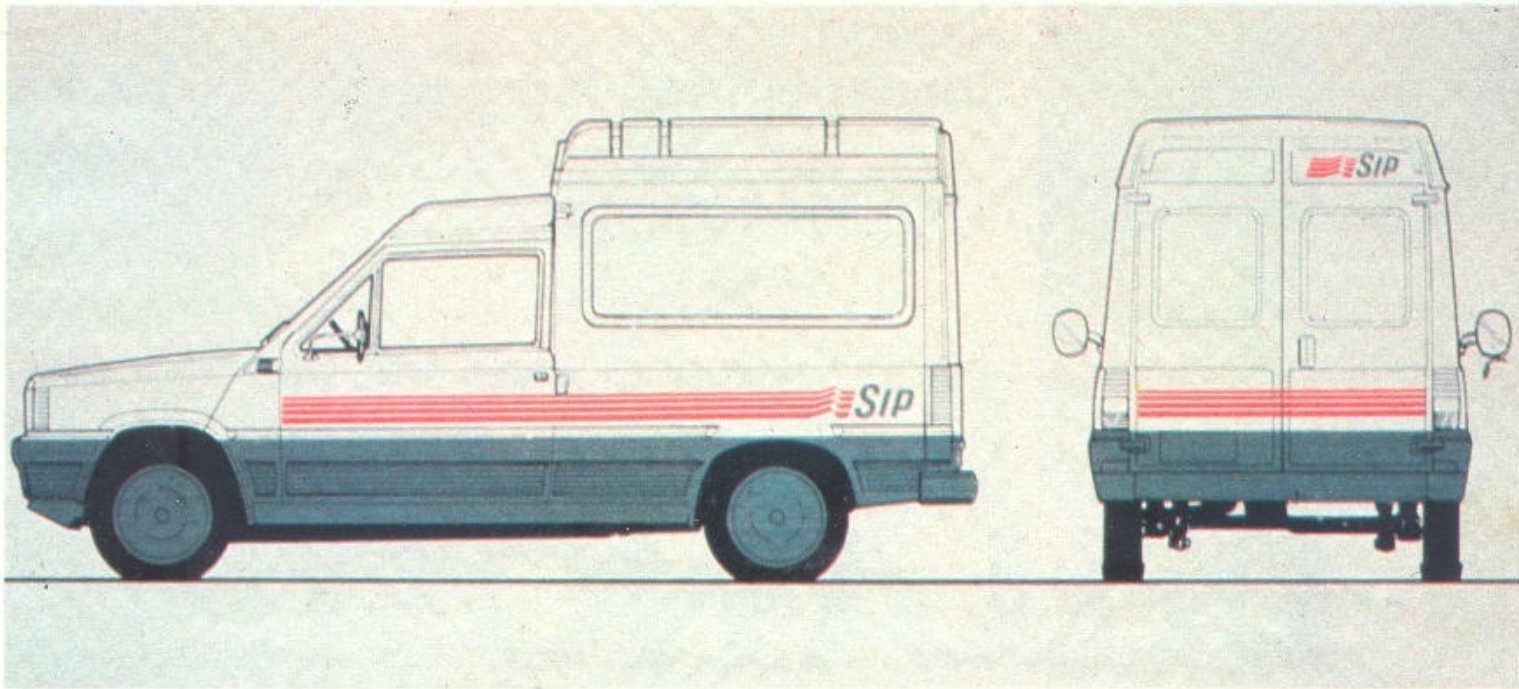
Va a questo punto sottolineato, come già s'è accennato all'inizio, che la nuova identità visiva della SIP altro non è che il riflesso esteriore di un profondo rinnovamento interno che è in pieno svolgimento e con il quale si intende dar vita a una struttura organizzata coerente con il periodo di rapida evoluzione e di instabilità in cui ci si trova ad operare e adeguata a sostenere le scelte strategiche di fondo operate dalla Società.

Patrizia Sutto



L'elenco telefonico e la nuova carta intestata potrebbero essere così.





Altri due studi di applicazione del nuovo marchio: una scatola e un dépliant pubblicitario.

Primula
SIP
 Società Italiana per l'Esercizio Telefonico p.a.

Il marchio Primula è stato studiato e progettato da Telecom Italia per identificare il servizio Primula, la nuova offerta di servizi telefonici a tariffa agevolata. Il marchio Primula è stato studiato e progettato da Telecom Italia per identificare il servizio Primula, la nuova offerta di servizi telefonici a tariffa agevolata. Il marchio Primula è stato studiato e progettato da Telecom Italia per identificare il servizio Primula, la nuova offerta di servizi telefonici a tariffa agevolata.