

una TELEFONATA ALLUNGA la VITA

di Maria Clara JACOBELLI (*)

La crisi che ha colpito da qualche tempo le aziende e le famiglie italiane ha creato ansie e atteggiamenti di risparmio per tutto, anche dove non è poi così indispensabile.

Quindi risparmiare sul telefono è stata una delle prime misure adottate.

E questo anche perché il principale problema che investe il servizio telefonico e la sua immagine è originato dalla mancanza di una stretta associazione tra le prestazioni e i costi, in quanto viene fornito tutti i giorni in una molteplicità di situazioni che spesso non lasciano risultati concretamente visibili; la bolletta, invece, arriva in tutta la sua concretezza due mesi dopo con un importo globale determinato dall'insieme di tante telefonate, cioè di tanti motivi e tanti benefici.

È per questo che abbiamo pensato di richiamare l'attenzione di tutti proprio sui benefici del servizio telefonico, dando un particolare risalto ai «motivi» della telefonata.

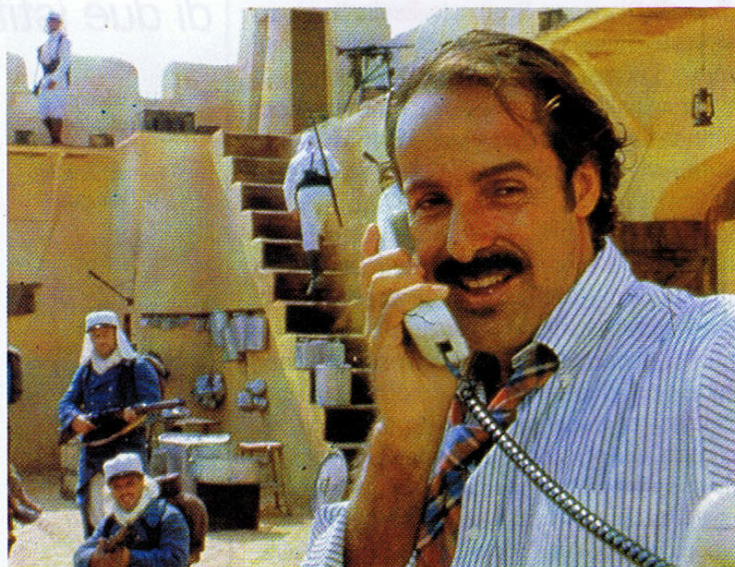
L'obiettivo della nuova campagna televisiva così è quello di restituire la sua naturale importanza al servizio telefonico, non solamente come mezzo essenziale per comunicazioni di lavoro e di prima necessità, ma anche, e soprattutto, come strumento indispensabile per mantenere, soddisfare ed alimentare le relazioni sociali e affettive.

Per raggiungere questo obiettivo la situazione, descritta con riferimenti di apparente ovvietà, recupera i veri valori della telefonata in termini sociali.

Il telefono così ci porta lontano, facendoci evadere dai limiti della realtà per condurci nel mondo del nostro interlocutore ovunque egli sia. Ma ci consente anche di annullare le distanze e di essere presenti a circostanze irripetibili, di mantenere facilmente i contatti con luoghi e persone con cui senza telefono sarebbe impossibile.

E tutto questo ci induce a considerare che è assai improbabile che «una telefonata» possa essere mai superflua proprio per la soddisfazione e la gratificazione che produce a se stessi e agli altri.

Ecco quindi una campagna pubblicitaria che racconta una storia. Una storia brillante e originale per riscattare con un sorriso tutto il piacere della chiacchierata all'italiana.



*Piace a tutti la nuova
campagna pubblicitaria Sip
con Massimo Lopez.*

La chiacchierata, infatti, anche se superflua costituisce un bisogno essenziale della socialità dell'uomo e della sua sfera emotiva come mangiare, bere e dormire lo sono della sfera vitale.

E il telefono, strumento di libertà che ci consente di comunicare senza doverci spostare, si riconferma l'unico mezzo a disposizione per soddisfare il bisogno intimo di mantenere le relazioni, alimentare gli affetti e di rilassarsi, prendendo una pausa dai problemi e dagli stress giornalieri.

Il modo migliore per allungarci la vita.

Un fotogramma
dello spot
pubblicitario
con Massimo Lopez.

(*) Responsabile Linea Centrale Pubblicità
e Promozione della Sip.