

OPEN FIBER: AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA PUBBLICITARIA ISTITUZIONALE

Il futuro ha un nuovo nome.

Roma, 28 maggio 2018 – È on air da oggi la nuova campagna di Open Fiber incentrata sulla grande operazione infrastrutturale, la costruzione della nuova rete in fibra ottica FTTH (Fiber To The Home), in cui è impegnata l'azienda.

La nuova campagna 2018, che riporta Open Fiber in comunicazione dopo l'istituzionale del 2017, raffigura un direttore di orchestra che richiama alla metafora della "grande opera" intesa come opera infrastrutturale. La comunicazione è estesa alla stampa quotidiana e periodica, alle affissioni speciali nelle grandi stazioni e negli aeroporti, al web display e avrà a breve una declinazione video.

Due gli obiettivi:

- incrementare l'awareness della marca
- stabilirne il ruolo di artefice del grande progetto di connessione del Paese e quindi di enabler dello sviluppo economico e sociale del sistema-Italia.

Protagonista della comunicazione – impeniata sul payoff "Il futuro ha un nuovo nome" – è il segno grafico circolare color magenta "Open Ring" che marchia il visual rigorosamente in bianco e nero, che evoca i concetti di velocità (sia in senso funzionale, in quanto incremento di performance garantito dalla nuova tecnologia; sia in senso lato, in quanto volano di miglioramento della vita degli agenti economici e dei cittadini, delle attività delle amministrazioni pubbliche e della evoluzione dei servizi) e nel contempo richiama la prima lettera del brand name.

Ma quello del direttore di orchestra non è l'unico soggetto previsto per la campagna di Open Fiber, che prevede altri cinque soggetti tattici (smart city, sanità, scuola, business e intrattenimento) che declinano i benefici per gli utilizzatori finali dell'infrastruttura che la "fiber company" italiana sta costruendo.

La campagna è stata realizzata da Yes I Am e pianificata sui vari mezzi da Mindshare.