



Sanremo, lo spot Sip anni '90 e Massimo Lopez: l'incrocio speciale al Festival

Descrizione

(Adnkronos) -

Massimo Lopez, lo spot Sip e Sanremo 2026: il rebus, e l'incrocio. È servito. È diventato virale, scatenando migliaia di commenti sui social, tra sorpresa e nostalgia, lo storico spot Sip degli anni '90 con Massimo Lopez, trasmesso ieri da tutte le reti tv generaliste italiane.

Tra chi ha pensato di essere entrato nella macchina del tempo e chi ha raccontato quali ricordi di quegli anni lo spot dell'annata gli aveva evocato, intorno alla insolita scelta di trasmettere una pubblicità di oltre 30 anni fa, ha acceso una enorme curiosità. E probabilmente l'intento era proprio quello. Secondo rumors insistenti, lo spot datato è sostanzialmente un teaser della nuova campagna che Tim lancerà da domani durante i giorni del festival di Sanremo 2026. Riproporre il celebre spot di una telefonata allunga la vita serve probabilmente a intercettare l'effetto nostalgia ma anche rievocare un momento in cui l'azienda di telecomunicazioni era percepita come sinonimo di innovazione e quotidianità.

Insomma, non solo un'operazione amarcord ma una precisa strategia di posizionamento. In un mercato competitivo come quello delle telecomunicazioni, recuperare uno spot così simbolico e riconoscibile sicuramente può aiutare a rafforzare identità e continuità. Un'operazione, insomma, che trasforma il passato in leva di marketing attuale.

Ufficialmente da Tim nessun commento ufficiale. Ma l'azienda conferma anche quest'anno, da main partner del festival, il suo legame con il mondo della musica. Durante alcune serate, offrirà al pubblico del Teatro Ariston un momento speciale capace di coinvolgere tutti: grazie alle più avanzate tecnologie di intelligenza artificiale, racconterà e arricchirà con suggestioni visive le canzoni che hanno segnato la storia della musica italiana, eseguite dall'Orchestra di Sanremo.

Presente a Sanremo anche il Tim AI Data Lab, l'hub digitale del Gruppo che utilizzerà l'Intelligenza Artificiale e tecnologie avanzate per analizzare in tempo reale il sentiment del pubblico sui social network, restituendo una fotografia immediata delle reazioni al Festival. Il Data Lab sarà ospitato nello store Tim di via Matteotti, a pochi passi dall'Ariston, dove per tutta la settimana, alcuni artisti in gara

saranno protagonisti di esclusive video interviste raccontate sui social di Tim e di videochiamate con i clienti vincitori del concorso "Tim ti porta a Sanremo".

Torna anche il Premio Tim, assegnato all'artista più votato dal pubblico attraverso la pagina Instagram Tim Official e l'App My Tim. Il concorso consente di scegliere il proprio artista preferito tra i 30 Big in gara e di vivere in prima persona le emozioni del Festival. Il riconoscimento sarà consegnato sul palco dell'Ariston, durante la serata finale da Pietro Labriola, Amministratore Delegato di Tim.

Tra le novità, anche il "People&Planet Lab": lo spazio di Tim, ASviS - Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile e Rai Radio da cui, per tutta la settimana, le dirette radiofoniche di Caterpillar e Sportello Italia, i collegamenti e le dirette streaming daranno voce a storie e progetti che mostrano cosa cambia quando si passa dalle parole ai fatti. A partire da #RompilaBolla, iniziativa con cui Tim promuove un uso più critico e consapevole del digitale attraverso video, incontri nelle scuole e webinar, per riconoscere i meccanismi che possono influenzare le nostre scelte. Verrà inoltre assegnato il "Premio People&Planet - Canzone Sostenibile" al brano in gara a Sanremo con il testo più vicino ai temi ambientali e sociali.

"

spettacoli

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Febbraio 23, 2026

Autore

redazione