



Open Fiber lancia la nuova campagna “The Fiber Life”

Descrizione

(Adnkronos) “Una connessione che accompagna ogni giorno lavoro, studio, intrattenimento e accesso ai servizi digitali. Con “The Fiber Life”, Open Fiber lancia una nuova campagna di comunicazione dedicata al ruolo della connettività nella vita quotidiana di persone, imprese e territori. Interamente realizzata con il supporto dell’intelligenza artificiale generativa, la campagna racconta il valore della rete FttH e il contributo della fibra ottica allo sviluppo digitale del Paese, mostrando come la connettività sia diventata un’infrastruttura invisibile ma essenziale nelle nuove modalità di vita, lavoro e relazione. Una campagna di comunicazione in linea con la nuova fase di Open Fiber che, dopo aver costruito l’infrastruttura, sta spostando il suo focus sulla valorizzazione della rete in fibra e dei servizi abilitati.

“The Fiber Life” nasce per rendere visibile il valore di un’infrastruttura che, pur restando spesso invisibile, abilita ogni giorno nuove possibilità per persone, famiglie, imprese e pubbliche amministrazioni. La campagna presenta la fibra ottica come una presenza concreta, stabile e affidabile, capace di connettere persone, servizi e territori. Attraverso un racconto semplice ed emozionale, la campagna mostra come la rete FttH rappresenti oggi un elemento abilitante per il lavoro, lo studio, l’intrattenimento e l’accesso ai servizi digitali, contribuendo anche alla riduzione del digital divide.

Lo spot racconta la fibra ottica attraverso situazioni quotidiane e riconoscibili, evidenziando i principali ambiti di applicazione: dalla connessione domestica allo smart working, dall’intrattenimento digitale alla casa smart, fino ai servizi per imprese, città e pubbliche amministrazioni. La connettività entra nella quotidianità come abilitatore di nuove esperienze, relazioni e modalità di lavoro.

Dal punto di vista produttivo, il progetto integra creatività e tecnologia: la campagna utilizza strumenti di intelligenza artificiale generativa a supporto della realizzazione visiva, ampliando le possibilità narrative e contribuendo alla costruzione di ambientazioni e scenari contemporanei. Il contributo dell’AI si affianca al lavoro creativo umano, che resta centrale nelle fasi di ideazione, regia e direzione artistica. La campagna è stata realizzata per Open Fiber, da Saatchi & Saatchi con casa di

produzione Think Cattleya, e sarà pianificata attraverso un mix di mezzi volto a consolidare la leadership del brand, aumentare la riconoscibilità della rete FttH e rafforzare il posizionamento dell'azienda come infrastruttura strategica per la modernizzazione del Paese, attraverso una presenza ad alta copertura a livello nazionale.

In onda dal 17 maggio e fino al 13 giugno, coinvolgendo televisione, radio, piattaforme digitali, Connected Tv e cinema. Lo spot sarà trasmesso in tv fino al 6 giugno con formati da 30 e 15 secondi, mentre la radio sarà on air dal 24 maggio. La presenza al cinema sarà prevista dal 21 maggio al 3 giugno, con presidio delle principali sale.

Open Fiber ha realizzato la più grande infrastruttura in fibra ottica del Paese, con un modello di business wholesale only. Ad oggi l'azienda è connessa in fibra 17 milioni di case ed è il principale operatore FttH in Italia e tra i leader in Europa.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 18, 2026

Autore

redazione