



Lo spot su misura?

NELLA CITY È TARGATO CT

EDISONWEB, GIOVANE AZIENDA DI MIRABELLA IMBACCARI, REALIZZA UN SOFTWARE PER GENERARE PUBBLICITÀ MIRATE. CHE VIENE UTILIZZATO ANCHE DAI TAXI NEWYORCHESI

di Siana Vanella

C'era una volta la pubblicità fastidiosa, spesso fuori luogo. Spot con fumi di ketchup al mattino pronti a sponsorizzare il fast food di turno, reclame con l'ultimo prodotto igienizzante mentre a tavola la cena si fredda. Nell'era di internet e delle campagne pubblicitarie in movimento, anche l'universo dei suggerimenti commerciali cambia musica.

Ed ecco che pure slogan ed immagini assumono i connotati di un abito cucito su misura. Di uno strumento pronto a catturare umori ed esigenze quotidiane degli utenti. L'idea è di Edisonweb, un team catanese che ha fatto della comunicazione digitale una filosofia di vita, tanto da essere stato selezionato per la realizzazione di un particolare software da una compagnia di taxi americana. L'applicazione - spiega Riccardo D'Angelo, fondatore dell'azienda siciliana - rappresenta la più avveniristica frontiera del "digital signage" poiché è in grado di visualizzare su display interattivi, collocati all'interno dei mezzi di trasporto, informazioni mirate in base al profilo del passeggero che al momento si trova a bordo. Quindi, se ad esempio in un taxi entra un ragazzo di 20 anni, nell'arco di pochi istanti, si materializzeranno sul display grazie a dei sensori informazioni sull'ultima palestra sita nel cuore di Manhattan piuttosto che lo spot sulla nuova crema antirughe. A dettare le regole della modernità che avanza (questo forse il dato ancor più sorprendente) è un piccolo paesino dell'entroterra siciliano. Mirabella Imbaccari, la cittadina del tombolo per eccellenza. È, infatti, nel profondo e tradizionale Sud che il gruppo composto da 12 unità genera idee funzionali ed innovative per enti pubblici e privati. Al team appartengono fisici, ingegneri aeronautici, studenti ed esperti accomunati da una smodata passione per l'universo informatico.

L'idea di fondare Edisonweb

- racconta Riccardo D'Angelo - nasce esattamente nel 1995, dopo il conseguimento della laurea in Fisica all'università di Catania. Gli anni di formazione universitaria mi avevano permesso di apprezzare al fenomeno di internet nell'ambito accademico comprendendo che, da lì a poco, l'informatizzazione avrebbe interessato tutti i settori. Così, ha inizio la nostra voglia di scom-

Il gruppo è composto da dodici unità. Al team appartengono fisici, ingegneri aeronautici, studenti ed esperti accomunati da una smodata passione per l'universo informatico



SOFTWARE DI GESTIONE DEI CONTENUTI PUBBLICITARI GENERATO DALLA EDISONWEB. IN BASSO, IL TEAM DELLA SOCIETÀ CATANESE



“Non è un caso se dopo Mirabella, abbiamo aperto una sede a Stoccarda con la quale puntiamo a fare il salto in Europa. La cittadina tedesca è, difatti, la località straniera in cui vivono più immigrati mirabellesi”, racconta il fondatore Riccardo D’Angelo.

metterci nella realizzazione di prodotti e soluzioni per il Marketing Digitale, l’eGovernment, la Sanità, l’Infomobilità e il Turismo”. Un’impresa ardua, in primis, perché basata su materie nuove non soltanto per l’Italia, ma anche per il resto del mondo. “Per un po’ di anni – confessa D’Angelo – abbiamo dovuto fare i conti con il problema di aver un po’ anticipato i tempi, consapevoli del fatto che l’utilizzo di una precisa tecnologia deve fare il suo ingresso in società al momento giusto. Il software sulla pubblicità nei taxi, ad esempio, risale a tre anni fa, ma solo adesso ha ottenuto il consenso da parte delle aziende”. E in realtà, l’equipe di Mirabella rappresenta solo una parte del sistema che ha consentito la realizzazione del progetto nella Grande Mela. Dietro vi è anche lo studio di creativi ed esperti nel settore del marketing per stilare il profilo degli utenti che bazzicano nei taxi e carpire interessi, gusti e umori.

Se la Sicilia, quindi, non è mai stata così vicina all’America c’è da dire pure che tra gli obiettivi dello staff vi è quello di superare lo Stretto mentalmente e fisicamente. “L’intento – spiega D’Angelo – è stato sin dall’inizio quello di creare un gruppo di professionisti in grado di intrecciare esperienze realizzando progetti funzionali per l’Italia e non solo. Non è un caso se dopo Mirabella, abbiamo aperto una sede a Stoccarda con la quale puntiamo a fare il salto in Europa. La cittadina tedesca è, difatti, la località straniera in cui vivono più immigrati mirabellesi. A presenziare il nostro ufficio è il figlio di conterranei ormai inseriti perfettamente nel tessuto sociale tedesco”. Tanti,



al momento, i progetti già pensati e prodotti dal team “made in Sicily” in attesa che qualche azienda strizzi l’occhio.

“Lo scorso anno – dice D’Angelo – abbiamo presentato “Microbus” ai sindaci e agli assessori delle province italiane ma non hanno mostrato nessun interesse. Lo stesso progetto, proposto alla comunità scientifica e ad imprese europee, ha ricevuto invece decine di adesioni e collaborazioni che hanno visto Edisonweb, improvvisamente e inaspettatamente, protagonista e ispiratrice di un consorzio internazionale costituito con l’obiettivo di accedere ai fondi europei per la ricerca e lo sviluppo del programma Horizon 2020. L’intento di Microbus è quello di realizzare un sistema di mobilità sostenibile lowcost che promette di ridisegnare l’organizzazione del trasporto pubblico nelle città, rendendolo più efficiente, sostenibile e capillare grazie ad una piattaforma di comunicazione interattiva, in grado di coinvolgere le realtà commerciali, le istituzioni pubbliche e le realtà turistiche e culturali. Entro l’anno nel territorio etneo, invece – conclude D’Angelo – verranno attivati, in collaborazione con Federfarma Catania e mediante finanziamenti Por 2007-2013, monitor all’interno di diverse farmacie della provincia per un lavoro di prevenzione oncologica”. ■