



# La pubblicità diventa personalizzata. Dall'Italia il software che riconosce chi ha di fronte

*Si chiama 'Web Signage' ed è stato sviluppato da un team catanese. Se installato sui moderni schermi interattivi capisce chi li guarda e propone il prodotto più indicato. Un sistema applicabile anche ad altri campi, dalla sanità alla pubblica amministrazione*

di MARCELLO GELARDINI



27 gennaio 2014



'Web Signage' al Wincor World 2014, evento organizzato in Germania dedicato al mondo del Retail

IMMAGINATE di entrare in un negozio, in un centro commerciale, in un supermercato. Travolti e storditi da offerte e novità rischierete di uscire senza aver comprato ciò che vi serve veramente. Bene: tutto questo potrebbe presto essere solo un ricordo del passato. E non è fantascienza. Perché, grazie all'ultima evoluzione del Digital Signage, la nuova frontiera del 'profiling' commerciale, gli acquisti di domani saranno sempre più mirati.

In pratica si tratta di un software che, installato sui moderni schermi pubblicitari o informativi, è in grado di renderli sempre più 'intelligenti', capaci di cambiare l'offerta pubblicitaria a seconda di chi hanno di fronte. Attraverso un sistema di sensori biometrici, infatti, gli scaffali e le edicole 2.0 percepiscono automaticamente il profilo di chi li sta guardando: sesso, età, area geografica, gusti personali. Il tutto nel rispetto dell'anonimato e della privacy. Nessun inserimento dati ma puro sviluppo tecnologico. Un congegno avveniristico di selezione del messaggio che si adatta in base all'interlocutore ma che, al di là degli scopi commerciali, potrebbe diventare anche un utile strumento per orientare e informare gli utenti in contesti di pubblica utilità, come uffici e amministrazioni. La soluzione, perché no, ai contrattempi burocratici e alle code agli sportelli.

Un impegno che vede l'Italia tra i Paesi pionieri grazie a [Edisonweb](#), un team di fisici e informatici di Catania, tra i primi a livello mondiale a sviluppare un programma completo di Digital Signage, chiamato 'Web Signage'. Riccardo D'Angelo e Luca Naso (fondatori dell'azienda siciliana) assieme al loro staff hanno infatti messo a punto un'applicazione basata sul web (con la possibilità di sfruttare la rete per monitorare in tempo reale tutti i dispositivi su cui viene montata) che, se installata su schermi interattivi, percepisce se ha davanti un adolescente o una signora, un uomo o una bambina, reagendo di conseguenza e filtrando l'informazione o la proposta commerciale più 'vicina' allo spettatore. Un'innovazione che ci permetterà di risparmiarci molta pubblicità che non ci

La pubblicità diventa personalizzata. Dall'Italia il software che riconosce chi ha di fronte - Repubblica.it riguarda ma soprattutto, come detto, di avere un ausilio personalizzato nei servizi pubblici e privati (scuole, ospedali, stazioni, aeroporti, uffici, centri commerciali).

## Con 'Web Signage' la pubblicità ti riconosce



Slideshow

1 di 8

Un esempio: sono un ragazzo di vent'anni e mi trovo in un moderno negozio di abbigliamento; davanti a me, su uno schermo interattivo, si alternano immagini che propongono capi per bambini, donne, uomini, ragazzi e ragazze. Quanto dovrò aspettare prima di vedere qualcosa di adatto a me? Immaginiamo invece che lo schermo in questione, senza inserire i miei dati personali, sia in grado di capire all'istante che la persona che lo sta guardando è un ragazzo di vent'anni e che in quel caso è opportuno far passare solo informazioni inerenti l'abbigliamento per giovani di sesso maschile. Molto più comodo, decisamente.

'Web Signage', però, potrebbe essere uno strumento di marketing estremamente efficace anche per le aziende. La piattaforma, infatti, permette di archiviare tutte le informazioni provenienti dai sensori, rendendole consultabili e trasferibili su grafici e report. Rispondendo alle tipiche domande che assillano ogni azienda: Chi sono i miei acquirenti?, Quale comunicazione nel punto vendita è più efficace per valorizzare la mia offerta di prodotto?, Quante persone, con quale profilo demografico e per quanto tempo sono state di fronte al mio espositore?, Quale è il tasso di conversione in vendita?.

Ma le applicazioni di 'Web Signage' possono essere molteplici. Per migliorare la qualità della vita delle persone. Come a Ragusa, dove Edisonweb ha appena avviato un progetto in collaborazione con l'ospedale cittadino per integrare le strumentazioni medicali con il Digital Signage ed effettuare, così, uno screening preventivo sui pazienti.

Una tecnologia che sembra, dunque, destinata a caratterizzare sempre di più le nostre interazioni con il mondo virtuale. Non a caso ha già riscosso l'interesse di alcune aziende italiane, tra cui Majrani group che ha utilizzato 'Web Signage' per realizzare "Pop Channel" (un sistema di 'riconoscimento' del cliente) vincitore del "POPAI Global Award 2013" (uno dei premi più importanti per chi opera nel campo della vendita al pubblico) e Inventia, che con il suo "Fast Shop" ha vinto la terza edizione del concorso "DVA Display Italia Viscom Award". Non è, perciò, una sorpresa che il software catanese sia già stato adottato come sistema espositivo da molti brand internazionali, tra i quali Nivea e Ferrero.