

MARTEDÌ, 18 MARZO 2014

Nome utente

Effettua login

[ACCESSO DIMENTICATO?](#) [REGISTRATI](#)

STELLA



NOVA



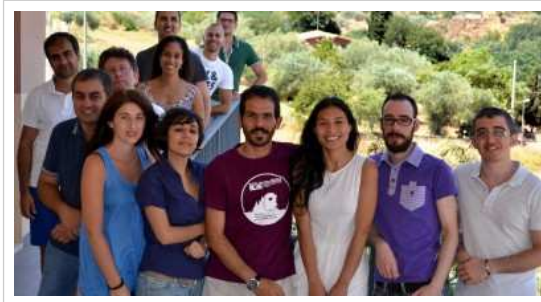
LA SOCIETA' DEL MERITO

[HOME](#)[STELLA DELLA SETTIMANA](#)[EXPATS](#)[BIBLIOSTELLA](#)[RUBRICHE](#)[CONTATTI](#)

cerca...

Lunedì, 17 Marzo 2014 16:02

EDISONWEB: CAMBIAMO IL MONDO DALLA PROVINCIA

Scritto da [Consuelo Balduini](#)dimensione font | [Stampa](#) | [Email](#)

In provincia di Catania, in un paesino che si chiama Mirabella Imbaccari che conta poco più di 5000 anime, c'è un team di fisici e informatici che promette di cambiare il mondo con la comunicazione digitale.

La [Edisonweb](#) è una società di ricerca e sviluppo di software nata nel 1995 dalla mente del fisico Riccardo D'Angelo. Attorno a lui si è costruito, negli anni, un gruppo di giovani che, ai piedi dei Monti Erei, lavora per trovare soluzioni innovative per lo sviluppo di applicazioni per il marketing digitale di prossimità. Il motto dell'azienda

è "una tecnologia, per essere alla portata di tutti, deve essere realmente semplice, realmente conveniente, realmente efficace".

Il direttore scientifico della Edisonweb è Luca Naso, scienziato astrofisico che, dal National Astronomical Observatory della Chinese Academy of Sciences, ha deciso di accettare la proposta del suo compaesano Riccardo D'Angelo di tornare a Mirabella Imbaccari per applicare le proprie capacità su progetti di comunicazione made in Italy.

Di cosa si occupa la Edisonweb?

Di comunicazione digitale e della sua realizzazione in maniera innovativa e moderna. Il nostro prodotto di punta, in particolare, è "Web Signage", un programma di Digital Signage che trasforma dei normali schermi pubblicitari o informativi in display "intelligenti", in grado di percepire il profilo (sesso, età, area geografica, gradimento) di chi li sta guardando.

In che modo?

Tramite particolari sensori biometrici. Per rendere efficace un messaggio è fondamentale riuscire a capire che tipo di soggetto c'è di fronte al display, quindi chi è il protagonista della comunicazione, per questo usiamo una videocamera integrata. Il software registra poi la posizione in cui si trova - in quale quartiere di quale città, se all'interno di un centro commerciale o nel centro storico - e infine il dato temporale, sia da un punto di vista climatico che dell'orario - se fa freddo o caldo, se è estate o inverno, se è mattina, pomeriggio o sera. Quindi la nostra piattaforma mette assieme queste tre informazioni e offre alle aziende gli strumenti fondamentali per creare una comunicazione personalizzata.

Un'analisi di mercato insolita.

Sì. Ogni azienda fa già questo tipo di ricerche sui propri clienti chiaramente, ma le fa o attraverso analisi di mercato piuttosto generiche, o seguendo sul posto il comportamento dei consumatori in un determinato momento. Attraverso il nostro software tutto avviene in automatico e i risultati sono disponibili in tempo reale sulla base di dati concreti.

Quindi avete accesso alle informazioni personali dei consumatori?

Tutto il sistema si basa sul principio del rispetto della privacy. Le immagini che vengono riprese per capire che tipo di persona ci sia di fronte il display intelligente non vengono salvate, e in nessun modo si può risalire all'identità alle informazioni personali dell'utente. Registriamo solo informazioni anonime di dati aggregati.

Come vi è venuta l'idea di creare una società di comunicazione digitale?

LA CULTURA SOSTENIBILE DELLE SMART CITIES



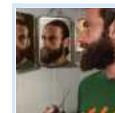
Qual è il modo per rendere le città "intelligenti"? Modellarle in base ai...

L'ITALIA LANCIA LA SUA SFIDA: OPEN EDUCATION



Un'istruzione gratuita e accessibile a tutti, è questa la nuova sfida del Miur,...

LA BARBA TORNA DI MODA. E SE FOSSE SOLO PIGRIZIA?



Come calciatore forse non lascerà il segno, ma come uomo ha fatto tendenza....

ALLOGGI CONTAINER A BASSO COSTO PER STUDENTI



Anche in un Paese benestante e attrezzato come la Germania gli studenti...

QUARANT'ANNI ALL'ASCOLTO: SOCIETÀ E DIRITTI GAY



Quarant'anni passati a un capo del filo telefonico ad offrire ascolto e...

UN TATUAGGIO PER TUTTI GLI USI



Nanshu Lu è euforica e spiritosa. Grazie alla sua invenzione "non dovrete più..."

STRESS DA RIENTRO: QUANDO LA VACANZA È INUTILE



Vacanze troppo corte ma

L'azienda Edisonweb è nata nel 1995, ma si occupava di altre cose. La mission iniziale era conoscere internet e metterlo a disposizione delle aziende per semplificarne le procedure. I nostri primi prodotti erano portali per l'e-commerce o i primi siti web per le reti civiche. Tant'è che il comune in cui viviamo, nonostante sia molto piccolo, è stato uno dei primi in Italia ad avere un sito internet. Con l'avanzare delle nuove tecnologie, poi, l'azienda si è aggiornata e c'è stato un deciso cambio di rotta verso la comunicazione digitale. Ci siamo resi conto che le persone sono più curiose e non hanno più paura di avvicinarsi alle nuove tecnologie, anzi, ne sono affascinate. Questo ha reso i consumatori anche meno "fedeli" al marchio però, perché internet ha permesso loro di fare confronti di prezzo, cercare recensioni e scegliere tra tante offerte. Quindi abbiamo capito che il ciclo di vita del marketing di prossimità è fatto da 4 fasi: attrarre, interagire, adattare e analizzare. La nostra piattaforma è un sistema capace di creare soluzioni innovative che utilizzano tecnologie moderne ma si rifanno a dei comportamenti attuali e proiettati nel futuro.

La comunicazione digitale riguarda solo il marketing o è possibile sfruttarne le qualità anche in altri ambiti?

La comunicazione digitale riguarda la vita di ognuno di noi in senso molto ampio. Il software al quale abbiamo lavorato può essere usato come strumento informativo in contesti di pubblica utilità: scuole, ospedali, stazioni, aeroporti, uffici pubblici, centri commerciali). Si può usare per la comunicazione interna di grandi aziende, per esempio, che hanno bisogno di veicolare gli stessi messaggi in maniera omogenea a tutti i dipendenti. Altra applicazione possibile è nell'ambito della sanità, usando i display intelligenti per la prevenzione negli ospedali al fine di trasmettere informazioni coerenti con il soggetto che si trova di fronte allo schermo. Il Web Signage può essere sfruttato, inoltre, nell'ambito del turismo, con la costruzione di chioschi interattivi i cui schermi, a seconda della zona in cui si trovano, propongano ristoranti nelle vicinanze se è ora di pranzo, o alberghi se si è vicini alla stazione.

Cos'è invece il progetto Microbus?

È un'idea che riguarda la mobilità sostenibile low cost applicata al trasporto pubblico attraverso il Microbus, una via di mezzo tra il taxi e l'autobus. Il progetto prevede che questo nuovo mezzo di trasporto faccia percorsi fissi con varianti controllate da un software centralizzato, così da poter effettuare piccole deviazioni e fermate intermedie garantendo sempre il pieno carico e l'ottimizzazione dei percorsi. Il modello, inoltre, sfrutta i lati positivi della pubblicità a pagamento integrata al software Web Signage: all'interno dei veicoli i display intelligenti trasmetteranno messaggi pubblicitari in linea con il profilo dell'utente che siede di fronte quello schermo. I proventi della pubblicità permetteranno di ridurre il costo del Minibus, fornendo oltretutto un servizio aggiuntivo per i passeggeri perché personalizzato. Una mobilità, quindi, allacciata alla rete di informazione della città per facilitarne la fruizione in termini di servizi pubblici, di offerta culturale, di informazione commerciale e suggerimenti per il tempo libero. Ma soprattutto un modo per ridurre tangibilmente i costi del biglietto.

Come è stata accolta l'idea?

Abbiamo proposto il progetto alla comunità scientifica e delle imprese Europee, ricevendo decine di adesioni e collaborazioni. Parliamo di aziende del calibro di Atos, multinazionale globale nel campo delle soluzioni innovative IT sostenibili, partner dei Giochi Olimpici e Paraolimpici di Sochi; centri di ricerca come il FZI (Forschungszentrum Informatik) di Karlsruhe, centro di ricerca informatico di eccellenza, associato al Karlsruher Institut für Technologie; università come Coventry (RU), Aalto (Helsinki), Aristotle University (Salonicco) e le stesse città di Coventry, Salonicco ed Helsinki.

L'idea del Microbus nasce dall'esperienza newyorkese che vi ha reso "famosi", giusto?

Sì, in effetti l'idea nasce dall'esperienza dell'applicazione del Web Signage al contesto della mobilità per una compagnia di taxi a New York. Lì avevamo due esigenze: da un lato integrare un sistema di pubblicità all'interno del taxi, dall'altra inserire nel sistema il pagamento della corsa con carta di credito con firma su display digitale. Un'azienda di taxi ci ha contattato per realizzare questo tipo di soluzione, e noi abbiamo accettato la sfida. Da lì ci siamo avvicinati al mondo dei trasporti e abbiamo cominciato ad osservare quello che avevamo intorno in modo diverso. È stato interessante riflettere sul fatto che qui da noi, per esempio, dove non ci sono scuole e i ragazzi sono costretti ad arrivare fino a Caltagirone per seguire le lezioni, capita che si organizzino delle macchine collettive per i ragazzi che perdono l'unico autobus disponibile. Per risparmiare benzina si aspetta, chiaramente, che le macchine siano piene. Su un principio simile si basano i taxi particular a Cuba, dove per pagare meno la corsa si condivide lo stesso taxi con altre persone facendo fermate intermedie. Mettendo insieme queste osservazioni abbiamo pensato al Microbus.

Il tuo rientro in Italia, dopo una carriera avviata in Cina, rappresenta un'inversione di tendenza al giorno d'oggi. Come mai hai deciso di tornare in Sicilia?

Ho creduto in Riccardo D'Angelo e nella sua proposta. Ho deciso in fondo di inseguire un sogno, quello di realizzare qualcosa di buono per gli altri. Tornare per me non significava lasciare qualcosa, accettare un compromesso. Al contrario, ha significato uno slancio in avanti, la spinta per fare qualcosa di più rispetto a quello che facevo prima. Credo che riuscire a ottenere risultati eccellenti non dipenda dal luogo in cui ti trovi, ma dalle capacità tue e del team con cui lavori. Al giorno d'oggi, poi, con la tecnologia si possono fare cose impressionanti senza muoversi da casa. Anche da un piccolo paesino come il nostro si può cambiare il mondo. Ecco, noi ci stiamo provando e ci impegneremo a fare sempre meglio. Questo, in fondo, è solo l'inizio.

9

51

3

G+1 13

Mi piace 97

Pubblicato in [FreeStar](#)

[Consuelo Balduini](#)

Si occupa di comunicazione e new media.



soprattutto fisico ancora più stanco rispetto a quando...

E' IL GIORNO DELLA CIVETTA NEI BAR DI TOKIO



Il grande successo di Harry Potter, il maghetto nato dalla penna della celebre...

CONSIGLI E RIMEDI CONTRO IL JET LAG



I viaggiatori sono consapevoli di quanto possa essere fastidioso rimanere...

PER RIMANERE IN FORMA BASTA IL FREDDO



Notizie preoccupanti per il ricco business delle diete arrivano da un team di...

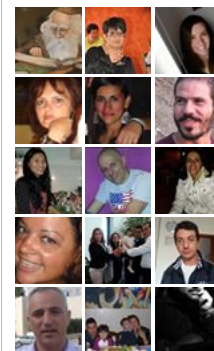
Trovaci su Facebook



Stella Nova

Mi piace

Stella Nova piace a 955 persone.



Plug-in sociale di Facebook



Devi effettuare il login per inviare commenti

#TECNOLOGIA A
#ULTRASUONI PER IL
#BIOGAS
<http://t.co/WVRkKWYUIV>
via @sharethis
@consorzioBiogas
#Bioenergy #BioEnergyItaly
#Crpa #Cremona



StellaNova
about 2 hours ago

#EDISONWEB: CAMBIAMO IL
MONDO DALLA PROVINCIA
<http://t.co/f8cwp2KHsW>
via @sharethis @NasoLuca
@websignage #Microbus
#MirabellaImbaccari



StellaNova
about 22 hours ago

#GOBEKLITEPE: IL PRIMO
#TEMPIO DEL MONDO
<http://t.co/UDTI63B6jo> via
@sharethis #neolitico
#Turchia #Urfa
#sitoarcheologico



StellaNova
1 day ago

#EXPORT, LOTTA ALLA
#CONTRAFFAZIONE
<http://t.co/pJjG7NXJnB>
via @sharethis
#madeinItaly @Expat_News
@expatsblog @BlogExpat
@ExpatFocus



StellaNova
3 days ago

QUARANT'ANNI
ALL'ASCOLTO: SOCIETÀ E
#DIRITTI #GAY
<http://t.co/lweRyWtaGA>
via @sharethis
@gayswitchboard #helpline
#lesbian #gay #switchboard



StellaNova
4 days ago

[Contatti](#) [chi siamo](#) [staff](#) [termini e condizioni](#) [privacy](#) [Cerca](#)

Copyright © 2013 StellaNova

Testata registrata presso il Tribunale di Roma al n. 47/2012 del 29/02/2012 | Indirizzo: Via Cicerone 28, 00193 Roma | Direttore Responsabile: Massimiliano Monnanni

Le foto presenti su stellanova.it sono state in larga parte prese da Internet, e quindi valutate di pubblico dominio. Se i soggetti o gli autori avessero qualcosa in contrario alla pubblicazione, non avranno che da segnalarlo alla redazione - indirizzo e-mail redazione@stellanova.it che provvederà prontamente alla rimozione delle immagini utilizzate.