

MEDIA CONTACTLESS

Media Monitoring
November 2021

Publication name:

CORRIEREINNOVAZIONE.CORRIERE.IT

Date: 01.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 1547 - AVE: 124 €

Tone of voice: positive



Sai che cosa è il phygital? Presto lo useremo ovunque e cambierà le nostre abitudini

di Enrico Maria Corno

Il neologismo è una sincrasi che descrive l'unione tra mondo "physical e digital" che avviene attraverso la stessa tecnologia con cui oggi paghiamo contactless. E sarà il futuro del marketing

1/6

2/6

3/6

4/6

5/6

Questione di gesti

La tecnologia NFC

Un microchip verniciato, meglio del QR

Le infinite applicazioni: dallo shopping ai teatri

Autogestione delle campagne

1 di 6

Questione di gesti

Alcuni di noi hanno preso l'abitudine di pagare avvicinando lo smartphone al device presente alla cassa. Un gesto che tutti abbiamo visto fare qualche volta. Quella mano che si distanzia dal corpo allungandosi verso un oggetto e brandendo un telefono diventerà presto un gesto quotidiano che ripeteremo diverse volte al giorno, non solo per pagare ma anche per ricevere informazioni. Immaginate ad esempio di camminare in un negozio di articoli sportivi e di fermarvi davanti ad un paio di sci esposti. Chiedete consiglio al venditore ma sembra saperne meno di voi. Avvicinando lo smartphone al prodotto stesso o ad un totem o ad un altro tipo di supporto "fisico", sul vostro piccolo schermo "digitale" si avvierà un video con la descrizione dello sci stesso fatta da un atleta famoso che ne tesse le lodi o un link che attiva una promozione o qualsiasi altri genere di messaggio che l'azienda - o il negozio stesso - vuole comunicarvi e che a voi potrebbe essere utile. Un adesivo con un microchip NFC sul prodotto può comunicare al cliente anche consigli per l'utilizzo o la manutenzione, sondaggi sul prodotto stesso, certificati di autenticità e informazioni sul customer service. Questo è il principio del phygital marketing.

1 di 6

CHANEL

SEE MORE

CONTENUTO SPONSORIZZATO A CURA DI VODAFONE BUSINESS LAB

Pnrr, breve guida alle agevolazioni della Missione 1

Dietro i fondi del Piano nazionale di ripresa e resilienza ci sono misure concrete per le imprese. Ecco quelle che riguardano l'innovazione

Publication name:

CORRIEREINNOVAZIONE.CORRIERE.IT

Date: 01.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 1547 - AVE: 124 €

Tone of voice: positive



Sai che cosa è il phygital? Presto lo useremo ovunque e cambierà le nostre abitudini

di Enrico Maria Corno

Il neologismo è una sincrasi che descrive l'unione tra mondo "physical e digital" che avviene attraverso la stessa tecnologia con cui oggi paghiamo contactless. E sarà il futuro del marketing

1/6
Questione di gesti

2/6
La tecnologia NFC

3/6
Un microchip verniciato, meglio del QR

4/6
Le infinite applicazioni: dallo shopping al teatro

5/6
Autogestione delle campagne

2 di 6

La tecnologia NFC

Tutto ebbe origine diversi anni fa quando i brand dell'alta moda nascondevano un microchip nei capi firmati per garantirne l'originalità dalle imitazioni (e perfino come sistema antitaccheggio). Ora la tecnologia NFC (Near Field Communication) è il più potente strumento di marketing del mondo, capace di mettere in contatto l'azienda che produce o che vende con il potenziale cliente, proprio nel momento in cui gli può essere utile un'informazione. Le potenziali azioni sul digital marketing che seguono un primo contatto avvenuto attraverso un sistema NFC sono infinite, dalla profilazione in giù. Studi della SDA Bocconi, in collaborazione con aziende leader in fatto di customer relationship management e marketing technologies solutions, evidenziano come il contactless sia una priorità assoluta per il futuro delle strategie marketing di qualsiasi brand.

2 di 6

1 NOVEMBRE 2021 | 18:19
(©) RIPRODUZIONE RISERVATA

CONTENUTO SPONSORIZZATO A CURA DI ARUBA

Cloud: la nuvola al centro della trasformazione digitale

Il mercato cresce, come da diversi anni a questa parte. Ma stavolta Italia, Ue e aziende hanno un nuovo approccio strategico

L'Online-Shop per Artigiani

MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Publication name:

CORRIEREINNOVAZIONE.CORRIERE.IT

Date: 01.11.2021

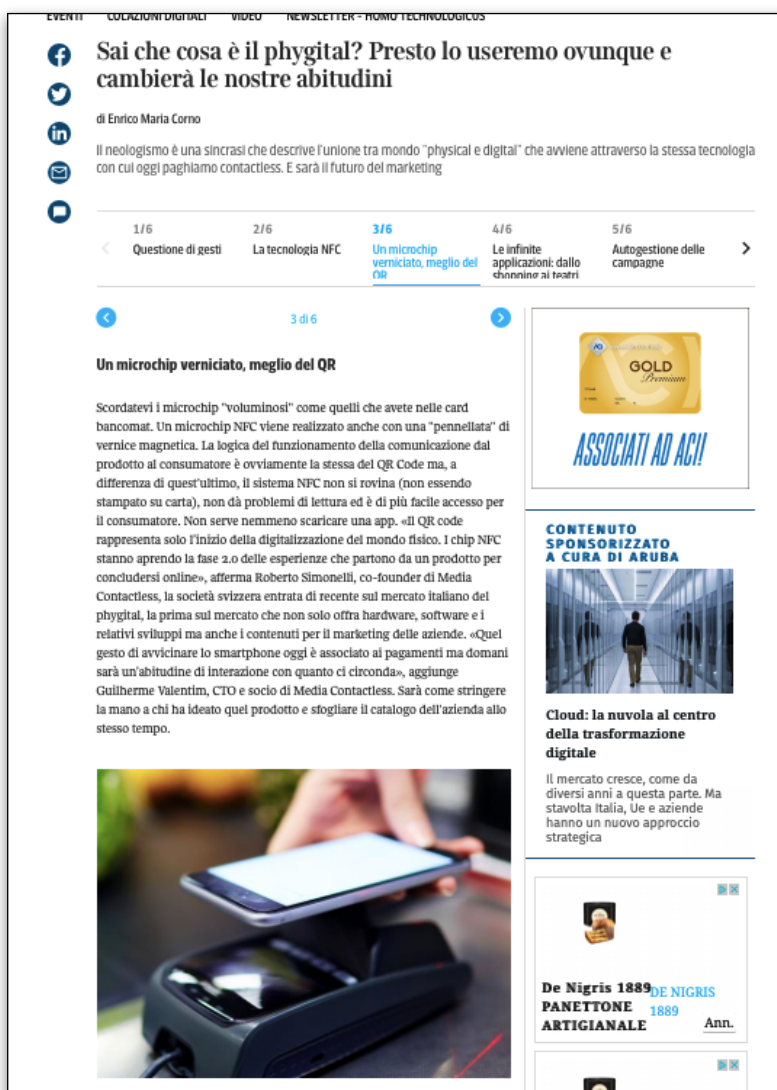
[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 1547 - AVE: 124 €

Tone of voice: positive



MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Publication name:

CORRIEREINNOVAZIONE.CORRIERE.IT

Date: 01.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 1547 - AVE: 124 €

Tone of voice: positive



Publication name:

CORRIEREINNOVAZIONE.CORRIERE.IT

Date: 01.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 1547 - AVE: 124 €

Tone of voice: positive



EVENTI COLAZIONI DIGITALI VIDEO NEWSLETTER - HOMO TECHNOLOGICUS

Sai che cosa è il phygital? Presto lo useremo ovunque e cambierà le nostre abitudini

di Enrico Maria Corno

Il neologismo è una sincrasi che descrive l'unione tra mondo "physical e digital" che avviene attraverso la stessa tecnologia con cui oggi paghiamo contactless. E sarà il futuro del marketing

1/6 **5/6** Autogestione delle campagne

2/6 La tecnologia NFC

3/6 Un microchip verniciato, meglio del QR

4/6 Le infinite applicazioni: dallo shopping ai teatri

5 di 6

Autogestione delle campagne

Va da sé che le aziende non debbano necessariamente passare dall'agenzia che implementa la piattaforma hardware e software NFC per gestire la propria comunicazione phygital. I messaggi inviati dal microchip ai clienti che avvicinano il proprio smartphone possono cambiare tutti i giorni, in funzione della volontà del marketing del brand: «Nel prossimi tre giorni i prodotti sul mercato italiano devono veicolare il nuovo video promozionale che dovrà poi condurre l'utente alla pagina e-commerce. E poi nel weekend è preferibile programmare un video del designer che introduce la nuova collezione del prodotto», concludono da Media Contactless. In questo modo si crea poi un legame più stretto tra la vendita al dettaglio e quella online: mentre lo shopping mobile infatti continua a crescere, i clienti utilizzano anche i propri dispositivi mobili per migliorare le esperienze di acquisto in negozio.

Le auto elettriche si fanno strada

Toccano i 260km/h, hanno un'autonomia di 500 km e possono cedere energia a device o altre automobili. Come cambia la mobilità.

1 NOVEMBRE 2021 | 18:19
(©) RIPRODUZIONE RISERVATA

MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Publication name:

CORRIEREINNOVAZIONE.CORRIERE.IT

Date: 01.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 1547 - AVE: 124 €

Tone of voice: positive



Publication name: MEGAMODO.COM

Date: 05.11.2021

[LINK](#)

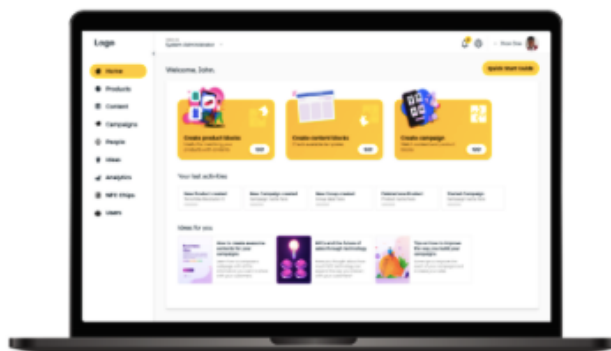
Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 106 - AVE: 8 € - VISITE MENSILI: 16003

DURATA MEDIA PER VISITA: 25 s

Tone of voice: positive



TECNOLOGIA

Media Contactless: il mondo "phygital" entra nel quotidiano

Pubblicato 5 Novembre 2021



Media Contactless, innovativa **start-up** svizzera, avvia la sua strategia di internazionalizzazione partendo dal mercato italiano con l'apertura della sua prima filiale a Milano.

Media Contactless lavora su soluzioni hardware NFC (Near Field Communication) e software che collegano prodotti e spazi fisici ad esperienze digitali. Media Contactless ha sviluppato un **innovativo sistema di pianificazione e gestione di campagne marketing per trasformare un prodotto in un vero media integrabile in strategie omnichannel**.

Immaginate di avere prodotti distribuiti sul mercato e di poter facilmente programmare cosa essi devono comunicare in un dato arco temporale al semplice avvicinamento di uno smartphone. Ad esempio: *"Nei prossimi 3 giorni i prodotti sul mercato italiano devono veicolare il nuovo video promozionale che dovrà poi condurre l'utente alla pagina e-commerce... da giovedì a domenica è programmato un video del designer che introduce la nuova collezione..."*; questo è quanto potrebbe affermare al suo direttore un digital marketing manager che utilizza le soluzioni Media Contactless.

Publication name: MEGAMODO.COM

Date: 05.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 106 - AVE: 8 € - VISITE MENSILI: 16003

DURATA MEDIA PER VISITA: 25 s

Tone of voice: positive



TECNOLOGIA MOTORI MODA SPORT GIOCHI SPETTACOLO BEAUTY TURISMO



Media Contactless è un'intuitiva cabina di regia dalla quale creare palinsesti dinamici di contenuti che partono dal prodotto e finiscono online. Di fatto si apre una nuova dimensione di "servizio" che nasce dall'interazione con il prodotto. I brand da oggi sono chiamati a rivedere radicalmente il ruolo dei propri prodotti, e dei propri spazi, integrando componenti tecnologiche "contactless" capaci di generare nuovi "link" tra mondo fisico e mondo digitale.

"La nostra realtà nasce dall'unione di competenze in ambito di tecnologie di radio-frequenza, sviluppo software e marketing. Questo mix è un chiaro specchio del nostro posizionamento e della nostra visione: un prodotto può diventare un vero media programmabile nel tempo e nello spazio" dichiara **Raimondo Gissara, co-founder di Media Contactless.**

"Il QR code rappresenta solo l'inizio della digitalizzazione del mondo fisico, i chip NFC stanno aprendo la fase 2.0 delle esperienze che partono da un prodotto per concludersi online" afferma **Roberto Simonelli, co-founder di Media Contactless e responsabile della parte hardware.** *"Crediamo che la gestualità dell'avvicinare uno smartphone a degli oggetti, per poter interagire con essi, sia destinata a diventare la normalità... parliamo di un gesto contactless che oggi è associato 'solo' ai pagamenti, ma che domani sarà un'abitudine di interazione con quanto ci circonda..."* aggiunge **Guilherme Valentim, CTO e socio di Media Contactless.**

I numeri sembrano dare ragione alla visione di Media Contactless: in diversi mercati internazionali la gestualità contactless collegata ai pagamenti sta letteralmente esplodendo. *"I sistemi iOS e Android hanno ormai la funzionalità NFC automaticamente accesa in qualsiasi dispositivo di nuova generazione e questo fatto rappresenta un booster per l'adozione della gestualità contactless nel quotidiano di ognuno di noi"* prosegue Roberto Simonelli.

Studi della SDA Bocconi, in collaborazione con Salesforce e Jakala, aziende leader in CRM e MarTech solutions, sottolineano come il "contactless" sia una dimensione indispensabile per il futuro delle strategie marketing di qualsiasi brand. *"Bisogna sottolineare come il contactless sia basato sulla moltiplicazione di nuovi punti di contatto tra brand ed utenti. Tale visione è fortemente legata alla capacità di ogni brand di generare in futuro nuovi dati nel rispetto della privacy e rappresenta una nuova opportunità per dare concretezza al concetto di 'branded' garden"* conclude Raimondo Gissara.

In questo articolo: marketing, media contactless, megamodo, pianificazione, PRODOTTO, tecnologia

MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Publication name: TIMEMAGAZINE.IT

Date: 10.11.2021

Publication type: Online

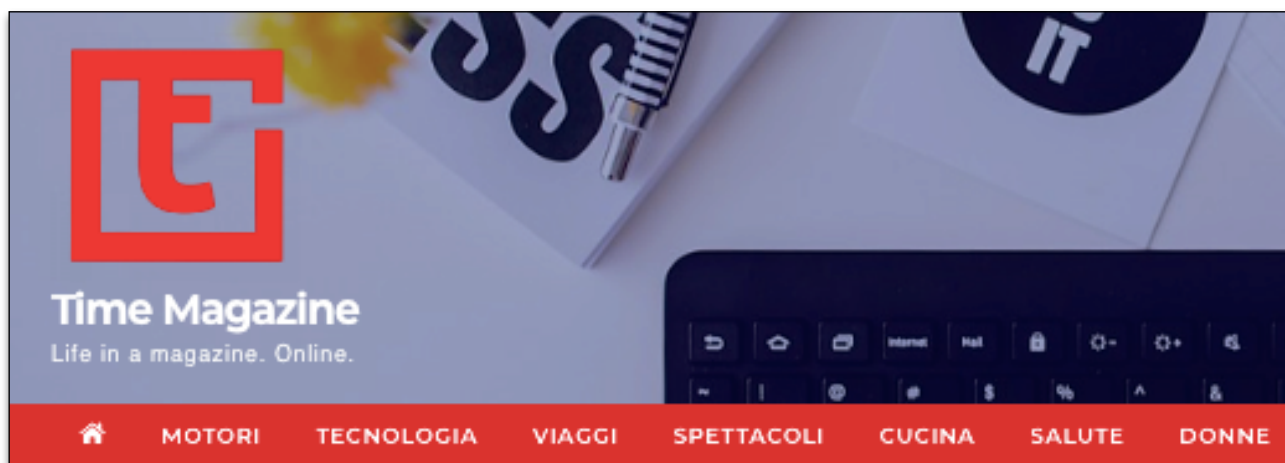
[LINK](#)

Circulation:

Reach: OTS: 595 - AVE: 47 € - VISITE MENSILI: 3636

DURATA MEDIA PER VISITA: 30 s

Tone of voice: positive



Media Contactless approda in Italia, il mondo Phygital entra nel quotidiano

Di Tiziana Cairati
© NOV 10, 2021



Media Contactless, innovativa start-up svizzera, avvia la sua strategia di internazionalizzazione partendo dal mercato italiano con l'apertura della sua prima filiale a Milano. La start-up svizzera lavora su soluzioni hardware NFC (Near Field Communication) e software che collegano prodotti e spazi fisici ad esperienze digitali.

Con Media Contactless il prodotto diventa un vero media integrabile

MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Publication name: TIMEMAGAZINE.IT

Date: 10.11.2021

[LINK](#)

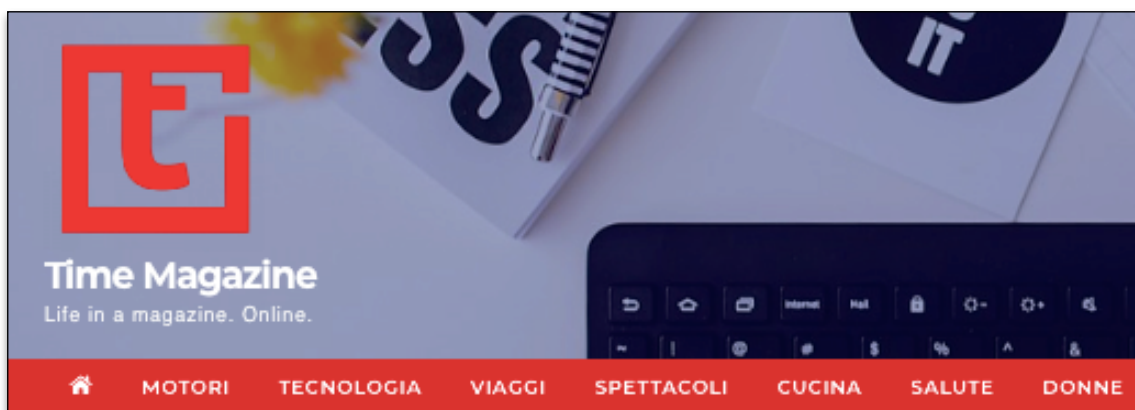
Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 595 - AVE: 47 € - VISITE MENSILI: 3636

DURATA MEDIA PER VISITA: 30 s

Tone of voice: positive



Media Contactless, innovativa start-up svizzera, avvia la sua strategia di internazionalizzazione partendo dal mercato italiano con l'apertura della sua prima filiale a Milano. La start-up svizzera lavora su soluzioni hardware NFC (Near Field Communication) e software che collegano prodotti e spazi fisici ad esperienze digitali.

Media Contactless ha sviluppato un innovativo sistema di pianificazione e gestione di campagne marketing per **trasformare un prodotto in un vero media integrabile in strategie omnichannel**. Immaginate di avere prodotti distribuiti sul mercato e di poter facilmente programmare cosa essi devono comunicare in un dato arco temporale al semplice avvicinamento di uno [smartphone](#).

Ad esempio: "Nei prossimi 3 giorni i prodotti sul mercato italiano devono veicolare il nuovo video promozionale che dovrà poi condurre l'utente alla pagina e-commerce... da giovedì a domenica è programmato un video del designer che introduce la nuova collezione...". Questo è quanto potrebbe affermare al suo direttore un digital marketing manager che utilizza le soluzioni Media Contactless.

Media Contactless è un'intuitiva cabina di regia dalla quale creare palinsesti dinamici di contenuti che partono dal prodotto e finiscono online. Di fatto [si apre una nuova dimensione](#) di "servizio" che nasce dall'interazione con il prodotto. I brand da oggi sono chiamati a rivedere radicalmente il ruolo dei propri prodotti, e dei propri spazi, integrando componenti tecnologiche "contactless" capaci di generare nuovi "link" tra mondo fisico e mondo digitale.

Publication name: TIMEMAGAZINE.IT

Date: 10.11.2021

[LINK](#)

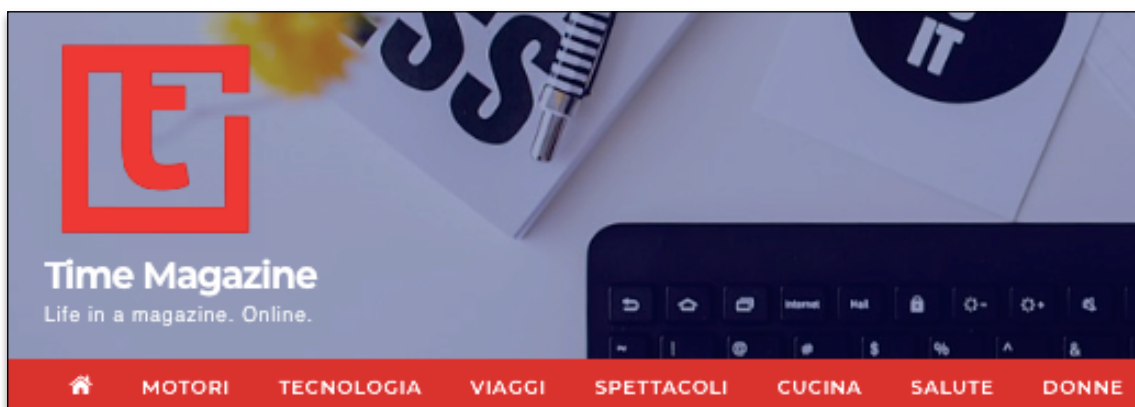
Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 595 - AVE: 47 € - VISITE MENSILI: 3636

DURATA MEDIA PER VISITA: 30 s

Tone of voice: positive



Media Contactless: il phygital è già tra noi

Media Contactless, che ha già avviato importanti collaborazioni in Italia nel mondo della moda e dello sport, e crede fortemente in potenziali sviluppi in diversi settori del Made in Italy, dall'universo wine fino a ogni ambito del luxury. Grazie alla sua specializzazione "phygital" (physical + digital world), Media Contactless si pone sul mercato come un nuovo importante partner per Agenzie e Società specializzate in MarTech e Programmatic.

Il prodotto come media programmabile, interagire con gli oggetti sarà la normalità

"La nostra realtà nasce dall'unione di competenze in ambito di tecnologie di radio-frequenza, sviluppo software e marketing. Questo mix è un chiaro specchio del nostro posizionamento e della nostra visione: un prodotto può diventare un vero media programmabile nel tempo e nello spazio". Le parole di Raimondo Gissara, co-founder di Media Contactless.

Publication name: TIMEMAGAZINE.IT

Date: 10.11.2021

[LINK](#)

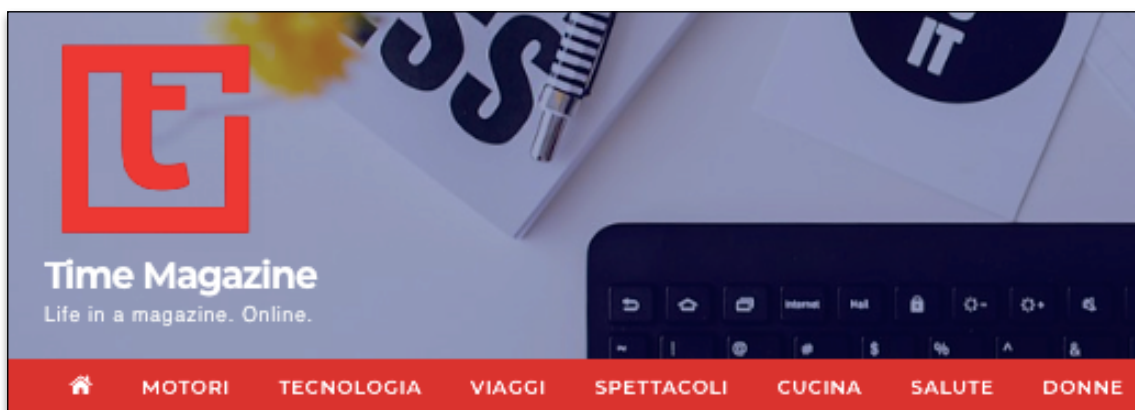
Publication type: Online

Circulation:

Reach: OTS: 595 - AVE: 47 € - VISITE MENSILI: 3636

DURATA MEDIA PER VISITA: 30 s

Tone of voice: positive



"Il QR code rappresenta solo l'inizio della digitalizzazione del mondo fisico, i chip NFC stanno aprendo la fase 2.0 delle esperienze che partono da un prodotto per concludersi online". Spiega Roberto Simonelli, co-founder di Media Contactless e responsabile della parte hardware.

"Crediamo che la gestualità dell'avvicinare uno smartphone a degli oggetti, per poter interagire con essi, sia destinata a diventare la normalità... parliamo di un gesto contactless che oggi è associato 'solo' ai pagamenti, ma che domani sarà un'abitudine di interazione con quanto ci circonda", aggiunge Guilherme Valentim, CTO e socio di Media Contactless.

E, i numeri sembrano dare ragione alla visione di Media Contactless: in diversi mercati internazionali la gestualità contactless collegata ai pagamenti sta letteralmente esplodendo.

Publication name: COMPACKNEWS.NEWS

Date: 14.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: dati non disponibili

Tone of voice: positive

COM.PACK.news

La rivista online sull'eco-packaging | [Abbònati al bimestrale](#)

BREAKING NEWS

Codifica / Il contactless anche per il pack

Il packaging diventa parlante ma senza QR Code



Dall'unione di competenze legate a tecnologie di radio-frequenza, sviluppo software e marketing nasce **Media Contactless**, start-up svizzera che opera nel mondo "phygital" (unione della dimensione physical e digital) e che da oggi avrà sede anche in Italia, a Milano. Collegare prodotti e spazi fisici ad esperienze digitali, è questo ciò che Media Contactless riesce a fare con le tecnologie NFC (Near Field Communication), definibili come QR-code 2.0. Semplicemente avvicinando lo smartphone ad un oggetto si potrà interagire con lui, un gesto "contactless" che già è presente con i pagamenti. Studi della SDA Bocconi, in collaborazione con Salesforce e Jakala, hanno messo in evidenza come il "contactless" sia qualcosa di indispensabile per il futuro delle strategie marketing. Il prodotto e il suo packaging diventano il nuovo media.

Publication name: SPORTEIMPIANTI.IT

Date: 29.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: dati non disponibili

Tone of voice: positive



Al Dall'Ara l'evento per i 60 anni di Omsi

In un incontro alla Terrazza Bernardini dello stadio bolognese si è parlato di sicurezza, comfort e design degli impianti sportivi, con un lungo sguardo sul domani.



Attualità
Erasmus Grillini - 28 Novembre 2021

La torre di Maratona vista dalla Terrazza Bernardini, durante l'evento del 26 novembre (foto BG/Tsport).

Era un omaggio ai 60 anni dell'azienda leader internazionale nella produzione e nell'installazione di sedute in plastica per impianti sportivi, ma è stata anche l'occasione per parlare di sicurezza e design, di passato e futuro, con diversi ospiti importanti.



La tribuna del Dall'Ara (foto BG/Tsport).

Presentati dall'affabile giornalista **Erasmus Lombardi Di Perna**, si sono avvicinati al microfono alcuni protagonisti del presente e del futuro di **Omsi**. Naturalmente c'è stato il saluto del presidente **Carlo Ebenestelli**, così come ha parlato di Omsi l'amministratore delegato **Marco Bongiovanni**: la storia dell'azienda l'abbiamo ricordata su Tsport e Sport&Impianti in un precedente articolo.



La storia vista attraverso gli stadi - italiani e non - sui quali Omsi è intervenuto con le sue sedute è stata tracciata da **Sandro Solinas**, già autore di "Stadi d'Italia" (ed. Bonanno, 2008), che oggi pubblica con Omsi "Posti a Sedere", un racconto che passa attraverso il passato e il presente di oltre 40 iconici "templi" del calcio.

Con un rappresentante dei padroni di casa, **Roberto Tassi**, delegato alla sicurezza e facility manager del Bologna Calcio, si è parlato di gestione e sicurezza negli impianti, tema che è stato poi ripreso da **Carlo Longhi**, già arbitro internazionale, membro della Commissione Impianti Sportivi della FIGC e ispettore dell'Osservatorio del Viminale.

Con un ricco videointervento registrato da **Fabio Calorico**, Head of global brand extension di **Pininfarina**, siamo entrati nel vivo della collaborazione tra l'icona del design italiano e la Omsi, rappresentata dalle sedute della linea **Leonardo e Caravaggio**.



Sedute Leonardo by Pininfarina.

Sguardi sul futuro

Il futuro è poi entrato in gioco con l'intervento di **Simone De Feo**, ingegnere capo progetto dello studio **GAU Arena**, che ha delineato quanto si sta preparando per il radicale rinnovamento dello stadio Dall'Ara, che vedrà il riavvicinamento degli spalti al campo di gioco e la copertura di tutti i posti a sedere. Ricordiamo che di questo progetto parlerà anche **Carolina Zavanella** (A.D. & Business Development di GAU Arena) al webinar di Sport&Impianti del 13 dicembre.

Publication name: SPORTEIMPIANTI.IT

Date: 29.11.2021

[LINK](#)

Publication type: Online

Circulation:

Reach: dati non disponibili

Tone of voice: positive

SPORT & IMPIANTI

il portale dello sport, ambiente e life style



Un'ultima proiezione nel futuro l'ha portata **Roberto Simonelli**, co-fondatore di **Media Contactless**, che ha illustrato la nuova frontiera della tecnologia NFC, applicabile alle sedute da stadio per una nuova modalità di interazione tra brand e tifosi.

L'incontro si è concluso con un ricco e conviviale aperitivo.



MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Recensioni web e cartacee:

AVE: 179,61 (*)

OTS: 2247,33 (*)

(*) i dati di alcune pubblicazioni al momento non sono reperibili

MEDIA CONTACTLESS - Media Monitoring



Contatti:

MEDIA CONTACTLESS ITALIA s.r.l.

info: raimondo@mediacontactless.com | mob: +41 79 781 77 73
www.mediacontactless.com



di Giovanni Milazzo - giornalista professionista
P.IVA 07252480962 - C.F. MLZGNN74M09F205S

sede legale

via Pasinetti 10/D
24010 Ponteranica (BG)

sede operativa

via Borgo Palazzo, 272
24126 Bergamo (BG)

Mob. | +39 3355447254 | skype: gmgiovannimilazzo
E-mail | info@gmcomunicazione.net
PEC | posta_certificata@pec.gmcomunicazione.net

Web site | Facebook | Twitter | Instagram