

# SHARP

by  
Sistemi Integrati

## CASE STUDY DI PRESTIGIO

Realizzazioni di riferimento, nazionali e internazionali, che confermano l'unicità e l'elevata qualità dei prodotti Sharp



**BANCHE**  
Messaggi dinamici ben visibili in vetrina nonostante la luce del sole



**RETAIL**  
Flagship Store e totem multimediali, shopping experience premiante



**DIDATTICA**  
Big Pad interattivi per condividere e interagire, studenti più coinvolti



**ARTE & CULTURA**  
Tecnologia non invasiva, efficace narrazione documentale



A man in a dark suit and yellow tie stands in the center, gesturing towards two large interactive screens. One screen displays a floor plan with blue annotations and a circled area containing text. The other screen shows a data visualization. Two other men in suits are seated at a white table in the foreground, one using a tablet. The background features a blue banner with the text 'INTEGRATED OFFICE' and a cityscape graphic.

# SHARP

**Creare, sviluppare, condividere e comunicare.  
Con Sharp hai gli strumenti giusti.**

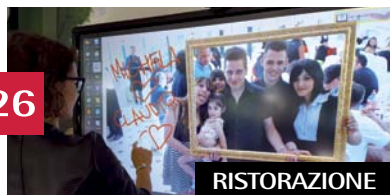
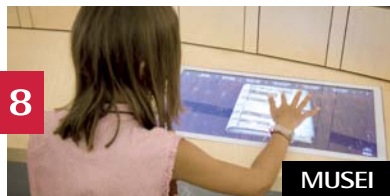
## Inspiring ideas from technology

Tecnologia all'avanguardia e innovazione costante sono elementi chiave per le imprese, per questo Sharp ha progettato il software Advanced Multi-Board che unisce tre Big Pad in un grande monitor interattivo, per lavori di gruppo entusiasmanti.

Sharp trasforma il modo in cui le organizzazioni gestiscono le informazioni attraverso le tecnologie integrate.

[www.sharp.it](http://www.sharp.it)

# Sommario



## RETAIL

**6** — **PINKO** – R. Baroni Impianti Elettrici  
Hybrid Shop: shopping experience evoluta con monitor PN-U553

**8** — **CONAD** – Sapori & Dintorni – AP  
Corsi e Laboratori: tradizione gastronomica partenopea con monitor PN-Y475

## BANCHE

**10** — **IBL BANCA** – Sharp Business Systems  
In vetrina con monitor Sharp PN-A601, all'interno con touch LL-S201A

**12** — **BANCA DI PIACENZA** – HDDS Vision  
Digital Signage da vetrina e da interno con monitor PN-A601, PN-R603, LL-S201A

## CORPORATE - MEETING ROOM

**14** — **NOVARTIS FARMA** – Durante  
Quindici sale riunioni: Big Pad PN-L702B e monitor LC60LE752E, come strumento di collaborazione

**16** — **MOVI GROUP** – Sharp Business Systems  
Riunioni interattive e videoconferenza: Big Pad, monitor PN-E802 e LL-S201A

## MUSEI

**18** — **MUSEO DEGLI INNOCENTI** – MMG  
La tecnologia come elemento coerente del percorso, con monitor LL-S242AW, LL-S201A e PN-E602

## STRUTTURE ALBERGHIERE

**20** — **BIANCA MARIA PALACE HOTEL** – Nikita  
Composizione con monitor PN-E603, Big Pad PN-70TB3 per Sale Meeting

## DIDATTICA

**22** — **IST. ANCELLE DELLA CARITA'** – CS Project  
Big Pad Sharp PN-70SC3 affiancati al libro di testo, per maturare la consapevolezza

**24** — **IST. SALESIANO BEARZI** – Centro Friuli  
Didattica in classe e da casa con Big Pad PN-70SC3, pari opportunità per tutti

## RISTORAZIONE

**26** — **RISTORANTE CENACOLO** – DPM Ufficio  
Selfie Board: l'altra faccia del Big Pad

## SPAZI INFORMATIVI

**28** — **FUNIVIE MONTE BIANCO** – HDDS Vision  
Skyway: il digital signage sul tetto d'Europa con monitor PN-U473

**30** — **ICONACASA** – Fare Ufficio  
La vendita di immobili in vetrina, con monitor PN-U553; Sale meeting con Big Pad PN-70TB3

**32** — **PARCO DELLA MUSICA** – Aliseo Soluzioni  
Videowall 1x4 con monitor PN-V551, per comunicare rapidamente, con efficacia

## Garantire valore aggiunto e adeguata marginalità

**O**biiettivo della divisione visual è mettere in condizione i propri dealer di proporsi come interlocutori unici, per realizzare soluzioni video professionali. L'unicità come produttore di pannelli LCD e l'arrivo di Foxconn.



■ Antonio Tamarazzo, Responsabile Vendite Soluzioni Video Professionali, commenta gli aspetti distintivi che caratterizzano la presenza di Sharp nel mercato professionale e ne determinano la strategia: il quotidiano e le prospettive future, con l'arrivo di Foxconn.

**Quale ruolo oggi interpreta Sharp nel mercato AV PRO e quali sono le prospettive future?**

Sharp, oggi, è l'unica azienda giapponese che produce i pannelli LCD nonché uno dei pochi costruttori mondiali. Un aspetto, questo, che rappresenta indubbiamente un punto di forza strategico poiché ci permette e ci permetterà di mantenere un ruolo di primo piano nel mercato delle soluzioni video professionali. Un altro elemento importante è rappresentato dalla rinuncia al mercato consumer in regioni come Europa e USA, per motivi di redditività e di maggiore focalizzazione sul B2B. Ma, soprattutto, è l'arrivo dei taiwanesi di Foxconn con un'alleanza strategica che si aggiunge a quelle di altre importanti aziende come Smart Technology, Infocus e Nokia, che prospettano scenari futuri determinanti per lo sviluppo di nuovi prodotti e nuove soluzioni. In pratica, se fino ad oggi abbiamo lavorato solo sui segmenti di mercato a maggiore redditività, come i monitor di grande formato, quelli interattivi, 4K o ad elevata luminosità, in futuro potremmo proporci con una gamma ben più ampia, per avere maggiori opportunità di business.

**Quali sono i punti di forza che Sharp propone ai propri rivenditori?**

Sharp Italia, oggi più che mai, è capace di proporre soluzioni, sw di digital signage, contenuti, supporto a installazioni per progetti nazionali, europee anche in virtù della nuova garanzia valida

su tutto il territorio EU. La gamma hardware, oltre ai monitor comprende player, mini pc, tavoli interattivi, piantane, staffe, totem, pellicole protettive e prodotti LED. L'obiettivo è importante: mettere in condizione i nostri rivenditori di proporsi al mercato AV PRO come unici interlocutori affinché possano garantire all'utente finale un valore aggiunto, evitando una negoziazione basata unicamente su logiche di puro prezzo, non sostenibili soprattutto da chi ha costi di struttura e lavora con qualità professionale. Riguardo ai prodotti, possiamo confermare che la qualità e l'affidabilità sono ampiamente riconosciute dai nostri rivenditori: la gamma è sempre stata focalizzata su prodotti importanti in termini di specifiche e dimensioni, quindi con marginalità superiore alla media. Abbiamo una gamma che ci permette di approcciare diversi mercati: dal Retail, con monitor di qualunque formato e luminosità, al Broadcast e IT con prodotti 4K, touch e non. Ultimamente stanno acquisendo sempre più peso il mercato Educational e, soprattutto, il Corporate dove proponiamo soluzioni uniche con i nostri Big Pad: soluzioni interattive composte da monitor dotati di diversi applicativi come lo Sharp Pen SW per un uso di Lavagna, il Connect link come strumento di collaborazione, il Touch Viewer o la modalità wireless dei modelli più recenti.

**Quali sono i trend più recenti del mercato Visual?**

I dati Futuresource indicano che nel Q1 2016 c'è stata una crescita EMEA del 10%, fa eccezione l'Italia che ha vissuto una contrazione di mercato del 12,5% da ricondurre all'ottimo risultato del 2015 generato anche dalle numerose installazioni di EXPO 2015. Da sottolineare, inoltre, una crescita delle vendite di prodotti di grande formato dai 60" in su, di quelli ultra HD e, soprattutto, prosumer: monitor con bassa operatività e prestazioni base. Ovviamente la nostra offerta segue questi trend e dai prossimi mesi saremo pronti a proporre numerose novità con l'obiettivo di arrivare ad essere uno dei 3 top brand anche in termini di market share.



# Ampliare le prospettive di business per tutta la nostra rete

*In attesa che l'investimento di Foxconn produca i primi risultati con nuove sinergie e prodotti, come prosegue la gestione del business nel quotidiano?*

Continuiamo il nostro lavoro di proposizione come Solution Provider: nell'ultimo anno abbiamo completato, anche con il sostegno dei nostri partner, un percorso di formazione che ha coinvolto principalmente i nostri rivenditori office. Abbiamo reso più efficace la loro preparazione sulle soluzioni video a sostegno della nostra strategia multicanale che ci vede impegnati come brand di riferimento per rivenditori AV, Office e IT. Un'attività articolata su diverse tappe: una formazione tecnica presso i nostri uffici, la riunione Europea strategica di Malta che ha coinvolto circa mille rivenditori europei e due eventi dedicati alle soluzioni Visual sempre in sede presso i nostri uffici di Milano, dove abbiamo coinvolto un centinaio di operatori. Ulteriori attività formative dedicate principalmente ai monitor interattivi BIG PAD sono in corso con road show e altre saranno pianificate per coinvolgere al meglio e dare maggiore consapevolezza anche ai rivenditori AV, IT e System Integrator su cui ci proponiamo di lavorare con maggiore intensità, anche per ampliare prospettive di business per tutta la rete dei nostri rivenditori.



*Siamo ormai giunti alla 4ª edizione di questo speciale curato dalla nostra rivista che presenta Case Histories dedicate alle soluzioni AV PRO di Sharp. Quali sono i criteri utilizzati per selezionare i lavori da pubblicare?*

Innanzitutto occorre dire che lo "Speciale Sharp" viene riproposto anche quest'anno perché è un ottimo strumento di comunicazione. Uno strumento che ci permette di evidenziare nel modo migliore quello che siamo in grado di fare; allo stesso tempo, fornisce idee di progetto basate su soluzioni video professionali.

Quindi, i criteri di scelta seguono proprio queste direttive. L'edizione di quest'anno dimostra che abbiamo coinvolto operatori di diverso tipo (AV, IT, Office) su mercati eterogenei: dal classico Retail (Conad o Pinko) all'educational (Istituto Salesiano Bearzi o Istituto Ancelle della Carità), dal Corporate (Novartis Farma e Movi Group) al bancario (Banca di Piacenza e IBL Banca), dal museale (Museo degli Innocenti di Firenze) all'alberghiero (Bianca Maria Palace Hotel di Milano). Inoltre, abbiamo voluto dare spazio anche a progetti un po' particolari come quello dedicato all'informazione digitale sullo Skyway, la nuova Funivia del Monte Bianco, la biglietteria dell'Auditorium Parco della Musica a Roma e la ristorazione con la case history Ristorante Cenacolo per fornire nuovi spunti ai nostri rivenditori, affinché siano propositivi e ci favoriscano nella sostituzione della cartellonistica in generale con soluzioni digitali.

## Marzo 2016: Sharp avvia l'alleanza di capitale con Hon Hai

Riportiamo alcuni passi del comunicato stampa congiunto con il quale Foxconn Technology Group e Sharp Corporation hanno ufficializzato l'accordo.

"Sia Foxconn che Sharp sono liete di annunciare oggi (30 marzo 2016) l'alleanza strategica storica di due leader tecnologici globali. La cultura di entrambe le nostre aziende è caratterizzata da un duro lavoro, creatività e innovazione. Siamo impegnati nel recuperare la redditività delle nostre attività e rafforzare l'organizzazione, affinché Sharp possa tornare ad essere un'azienda leader nel settore dell'elettronica a livello mondiale, positivamente orientata al futuro. Entrambe le nostre aziende sono allineate, lavorando per lo stesso obiettivo. Grande fiducia sul futuro: sia Foxconn che Sharp lavorano a stretto contatto e con successo dal 2012".

### I Benefici dell'Alleanza

- Sharp continuerà ad essere indipendente a livello operativo;
- Sharp continuerà ad essere quotata alla Borsa di Tokyo;
- Oltre 310 milioni di euro da investire nelle Business Solutions, comprese la Document Solutions e la Visual Solutions;
- Oltre 310 milioni di euro da investire in elettronica di consumo;
- Oltre 63 milioni di euro da investire nelle Energy Solutions;
- Viene mantenuto il marchio Sharp.



INFO  
pinko.com  
baroniromano.it  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Pinko

Partner: Romano Baroni Impianti Elettrici Srl

Hardware: Monitor Sharp PN-U553

## Hybrid Shop: shopping experience evoluta

**N**ei flagship store di Pinko sono stati installati gli Store Stylist: totem touch multimediali dotati di monitor Sharp: offrono al cliente una formula innovativa che combina l'esperienza dello shopping online con quella tradizionale.

■ Il brand Pinko, fondato nei primi anni '90 da Pietro Negra, attuale Presidente e AD, e da sua moglie Cristina Rubini, si rivolge al pubblico femminile e si colloca nel segmento high-contemporary. Un brand che si distingue per creatività, innovazione e qualità della manifatturiera, presente nel mondo con 180 Negozi e in 25 Outlet.

«Nel 2014 Pinko ha lanciato l'Hybrid Shop – ci racconta Roberto Rizzoli, Retail IT Manager – basato sugli Store Stylist, che sono dei veri e propri totem evoluti. I totem sono presenti nei nostri negozi fino dal 2009, anche se la prima generazione era in versione più semplificata. All'epoca, questa decisione era parte della visione di business di Pietro Negra, il fondatore della società, appassionato di tecnologia e attento alla presenza di soluzioni avanzate

all'interno dei nostri store; da sempre pensa quale sarà il cliente del futuro e quali le sue future abitudini. La scelta dei totem si è rivelata da subito vincente, i dati di vendita hanno dato ragione al nostro Presidente. Il progetto Hybrid Store per il nostro cliente rappresenta una formula innovativa, per combinare il meglio dello shopping online con quello tradizionale».

### Lo Store Stylist

L'Hybrid Shop di Pinko è dotato dello Store Stylist, un totem touch con monitor da 55 pollici di Sharp, da 700 candele disposto in verticale: i clienti hanno la possibilità di sfogliare, virtualmente, il catalogo stagionale completo e creare nuovi e unici abbinamenti. Qualora non fossero disponibili subito in negozio, i capi ready

to wear e gli accessori potranno essere acquistati online, direttamente dallo Store Stylist, e consegnati in pochi giorni alla destinazione richiesta. Una nuova esperienza di shopping personale e originale.

«È un modello pensato per integrare il negozio reale con quello virtuale – prosegue Roberto Rizzoli – per rendere il magazzino del negozio reale ancora più completo, per soddisfare ogni richiesta del cliente. Rispetto ad un acquisto in e-commerce i vantaggi sono evidenti: il pagamento viene effettuato in negozio ma il cliente può scegliere se ricevere la merce a casa oppure ad un indirizzo diverso, ad esempio nel caso si tratti di un regalo; un ulteriore dettaglio di un servizio discreto e riservato, curato nei minimi particolari. Negli store presenti in aeroporto questo servizio è piuttosto comodo. Tutto ciò per noi si è tradotto anche in un vantaggio competitivo: l'appeal del brand è cresciuto, l'uso della tecnologia ha reso più giovane il brand agli occhi del cliente, per essere considerati al passo con i tempi, sempre un passo avanti».

## Moltiplicate le potenzialità

Prima dell'arrivo dei totem, tutto era delegato alla commessa, alla sua capacità ed esperienza: con l'introduzione del totem in versione evoluta, ossia dell'Hybrid Shop, le sue potenzialità vengono moltiplicate. Non è più costretta a vendere solo gli articoli disponibili nel negozio e la soddisfazione del cliente cresce in modo importante. «Il progetto collegato ai totem è dinamico – conclude Roberto Rizzoli – sempre in movimento: stiamo lavorando ad una release successiva per coinvolgere altri strumenti, ad

esempio l'uso del CRM, dei tablet e il registratore di cassa. Ovviamente la qualità del monitor è fondamentale; il modello Sharp offre una qualità indiscussa; lo abbiamo scelto per diversi motivi: la sua luminosità che è di 700 candele, necessaria quando il monitor viene integrato all'interno dei totem interattivi; per l'operatività 24/7 e perché visualizza le immagini rispettando la cromia dei nostri prodotti. I benefici della tecnologia sono sempre più evidenti in ambito commerciale, chi la definisce complicata non è aggiornato sugli ultimi sviluppi o non possiede una visione di prospettiva. Non dobbiamo dimenticare che le nuove generazioni sono native digitali: servizi di questo tipo sono indispensabili».

## Intervento onsite in 72 ore

«I totem, integrati nell'arredo, vengono assemblati e collaudati in Italia, quindi spediti via aerea direttamente al negozio durante la fase di allestimento – ci spiega Luca Baroni, l'integratore che coordina l'installazione dei totem Store Stylist – questi motivi spiegano la scelta della dimensione da 55 pollici, affinché il totem sia pratico e maneggevole da gestire. Formati più grandi creerebbero problematiche di non facile risoluzione. Per l'assistenza post-vendita siamo tranquilli, Sharp offre un servizio globale di assistenza onsite entro 72 ore. Ovviamente il totem è congegnato per accedere facilmente al monitor. Abbiamo coordinato l'installazione di questi totem in tutti i Flagship Store Pinko nel mondo. I negozi che offrono una superficie più estesa ospitano anche due totem. Per i totem di Pinko abbiamo sempre utilizzato i monitor Sharp».





INFO  
conad.it  
gourmeet.it  
ap-srl.it  
sharp.it



Paese: Italia  
Cliente: Conad-Sapori & Dintorni, Gourmeet  
Partner: AP srl  
Hardware: Monitor Sharp PN-Y475

## Corsi e Laboratori: la tradizione gastronomica partenopea

*Un videowall che mostra in diretta la brigata di cucina all'opera oppure le videoricette del maestro Antonio Tubelli, lo chef di Gourmeet. L'impatto è forte e il coinvolgimento immediato: obbiettivo, promuovere l'agroalimentare di qualità.*

■ Il videowall è uno strumento di comunicazione dalle grandi potenzialità, oltre che apprezzato da un pubblico appartenente ad ogni target.

In un contesto commerciale non generalista catalizza l'attenzione e contribuisce a consolidare la fidelizzazione dei clienti, soprattutto quando offre contenuti a tema, verticalizzati su interessi e passioni.

È questo l'esempio di Gourmeet, un progetto imprenditoriale dedicato ad un settore in continua espansione sia in Italia che all'estero: la commercializzazione e la somministrazione di prodotti agroalimentari di qualità.

Gourmeet si trova a Napoli, è uno spazio polifunzionale, formato da diverse aree gastronomiche: mercato, osteria, vineria,

caffetteria, ecc. Per ben rappresentare l'iniziativa imprenditoriale si può pensare al pantheon, simile nella forma strutturale, nel quale ci si reca per acquistare prodotti agroalimentari di qualità, per bere un caffè e/o aperitivo, per degustare vini, pietanze e/o ordinare cene e piatti da asporto, incontrare chef in sedute monotematiche su prodotti e manipolazioni, ecc.

All'interno dell'area mercato si trova Sapori & Dintorni, il supermercato da gustare e degustare del Gruppo Conad che raccoglie le eccellenze della tradizione gastronomica regionale, un'ampia selezione di prodotti con materie prime locali e con metodi tradizionali di trasformazione e preparazione, garantiti



dalla selezione Conad dei produttori locali più qualificati. Oltre duemila prodotti con prevalenza di certificazioni Dop, Doc e Igp e una forte identità locale.

## Il contributo tecnologico all'emozione

Ritorno all'origine dei sapori e tecnologia. Se infatti da una parte i consumatori conferiscono sempre di più importanza e valore ai prodotti di origine naturale, biologica e di provenienza certa, dall'altra la comunità è sempre più attenta agli impatti che i sistemi produttivi hanno sull'ambiente.

Obiettivo di Gourmeet, il cui significato deriva dalle parole Gourmet (raffinato buongustaio) e Meet (incontri) è introdurre sul mercato un format nuovo per la città di Napoli dove il supermercato di qualità sposa la somministrazione ricercata. I prodotti offerti sono fortemente riconoscibili per gusto e packaging. Il connubio tra sapori e tecnologia si evince anche dalla scelta di posizionare un videowall nell'area di maggior passaggio della clientela, quella del bar.

Il videowall di Sharp mostra in diretta la brigata di cucina all'opera oppure videoricette che hanno come protagonista lo chef Antonio Tubelli: l'impatto è forte e il coinvolgimento immediato.

«Sono assolutamente favorevole all'utilizzo delle nuove tecnologie, anche in un lavoro come il mio, soprattutto da un punto di vista divulgativo sono diventate necessarie: l'importante è che l'utilizzo delle nuove tecnologie avvenga nell'ambito del governo umano e non il contrario» confessa lo chef dall'alto della lunga esperienza maturata in

cucina come cuoco e come insegnante; Antonio Tubelli è infatti docente nei corsi di "Master Food" organizzati da Slow Food nell'ambito dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo.

«Il videowall di Sharp – commenta Alessandro Pervito di AP srl, dealer Sharp – è lo strumento in più a disposizione dei clienti, dei partecipanti ai corsi, ai laboratori e agli incontri organizzati da Gourmeet. E può far leva su un importante punto di forza: le telecamere installate nelle cucine, che riprendono ogni fase della preparazione, generano contenuti video personalizzati per il target: fanno leva sull'emotività, sull'entusiasmo e sulla sensibilità per celebrare l'identità locale».

## La configurazione dell'impianto

«Il videowall – conclude Alessandro Pervito – è composto da 4 monitor Sharp PN-Y475. Questi modelli hanno diversi punti di forza: la cornice ha una dimensione sottile e il costo è alla portata anche di budget più contenuti. Poi hanno l'audio integrato e sono silenziosi per l'assenza di ventole. Per generare un'immagine unica, formata con i 4 monitor, abbiamo sfruttato la funzione videowall integrata nei monitor stessi. Per gestire le diverse sorgenti, invece, è presente una matrice HDMI 4x4 HDBaseT, compatibile DVI. Attualmente, alla matrice sono collegati due telecamere HD utilizzate per riprendere la preparazione dei piatti in cucina, un DVD/BD player e un decoder Sky. L'intero sistema è molto flessibile: è gestibile da remoto via rete e RS-232 oppure in locale via IR. I segnali in uscita dalla matrice sono cablati con cavo Cat6».



Il videowall è uno strumento efficace di comunicazione anche per i Corsi di cucina e i Laboratori organizzati da Gourmeet.



INFO  
 iblbanca.it  
 sharp.it

Paese: Italia  
 Cliente: IBL Banca SpA  
 Partner: Sharp Business Systems  
 Hardware: Monitor Sharp PN-A601, PN-R903, PN-E603, PN-V602

## Attrae l'attenzione nonostante la luce del sole

**C**rescono di anno in anno le filiali di IBL Banca che adottano i monitor in vetrina. A Genova, ad esempio, è stato installato un videowall 2x2 da 270x150 cm, con monitor Sharp PN-V602 da 1.500 cd/mq.

■ L'arredo delle filiali bancarie è in profonda trasformazione, per essere più informale e amichevole: il rapporto diretto con il cliente rappresenta un valore aggiunto e un vantaggio competitivo che le banche totalmente online non possono offrire, un aspetto che rappresenta l'elemento di unicità delle banche tradizionali capaci, però, di assistere il cliente anche con servizi internet e tecnologie evolute.

E quindi, ecco che il digital signage ravviva l'ambiente, anima le vetrine, attrae la curiosità dei clienti e informa con efficacia.

Le immagini, infatti, attirano l'attenzione dei passanti, ma devono essere realizzate con particolare sensibilità, scegliendo contenuti, testi e colori. E non finisce qui: bisogna anche saper scegliere il monitor adatto da installare

in vetrina, deve essere visibile anche quando la luce del sole è diretta, e deve mantenere nel tempo le prestazioni: la continuità è determinante per garantire un ritorno efficace dell'investimento.

### Vantaggi e riscontri

«Abbiamo inserito i monitor nelle vetrine di alcune delle nostre nuove filiali – ci spiega Simone Lancioni, Responsabile Marketing & Advertising di IBL Banca – e il risultato più immediato è una comunicazione più moderna e coinvolgente, che si fa notare per dinamicità e freschezza. La vetrina non viene più vissuta come elemento di separazione, ma diventa elemento di attrazione, di fronte a cui il cliente, o comunque il passante in generale,

si sofferma per guardare le immagini e cogliere le informazioni che proponiamo con messaggi semplici e diretti. A questo si aggiunge il vantaggio di poter variare frequentemente i contenuti, aggiornando il pubblico sulle novità di IBL Banca in termini di prodotti, offerte o servizi. E inoltre, nel caso del videowall, c'è anche la possibilità di diversificare i messaggi fornendo più informazioni in contemporanea. In generale, quindi, con i monitor si può andare oltre la staticità dei classici mezzi di comunicazione, che pure mantengono una loro efficacia in determinati contesti, e si rende la vetrina il primo punto di contatto e direi anche di dialogo con i clienti, ottimizzandone l'efficacia. Una comunicazione più invitante, animata, è una valida leva ai fini commerciali».

## IBL Banca a Genova in vetrina un videowall 2x2

I monitor da vetrina, e quindi i loro messaggi, devono essere pensati per catturare con efficacia l'attenzione dei passanti.

Anche il numero di vetrine e la loro dimensione sono fattori importanti da considerare, così come è determinante l'esposizione al sole, e quindi la scelta del monitor affinché non si compromettano visibilità e resa della comunicazione.

«A Genova – prosegue Simone Lancioni – dove recentemente è stata inaugurata la nuova filiale IBL Banca in Viale Brigate Partigiane, abbiamo optato per un videowall 2x2 a sviluppo verticale, con caratteristiche tali da offrire una visibilità di alta qualità e fedeltà cromatica nelle diverse ore del giorno, pur essendo molto esposto al sole: il videowall ha una dimensione di 2,7 x 1,5 metri, ha un bell'impatto anche da lontano, grazie alla luminosità di 1500 candele dei monitor. In effetti, ci potremmo sbizzarrire a livello di immagini, ma la nostra finalità in questa fase è informare, comunicare, promuovere i nostri prodotti e il brand. Cerchiamo di farlo in modo simpatico e gradevole. A Napoli e Palermo, abbiamo invece dei monitor a schermo unico, in orizzontale, così come a Milano. Ma pensiamo che la strategia e la modalità di comunicazione di base siano le stesse, a prescindere dalle dimensioni dei monitor: pochi elementi e chiari, per essere colti al volo dal passante, per aggiornare chi è già cliente, per far entrare in filiale chi

magari ancora non ci conosce. In prospettiva, le installazioni potrebbero essere utilizzate anche per condividere contenuti social oppure notizie a carattere generale, su economia, attualità, oppure di interesse a livello locale rafforzando così il legame con il territorio».

## Quali contenuti

Le campagne pubblicitarie di IBL Banca sono sempre orientate alla semplicità, alla trasparenza, all'ironia. Questo modo di comunicare è apprezzato dal suo pubblico di riferimento, oltre che dagli addetti ai lavori: per queste caratteristiche si adatta facilmente ai monitor, che di solito valorizzano messaggi essenziali.

«In generale – conclude Simone Lancioni – sui monitor privilegiamo la visualizzazione di immagini, accompagnate da testi puliti, sintetici, incisivi. Si tratta naturalmente delle nostre campagne di prodotto, dai finanziamenti al conto deposito e alle assicurazioni. La più nota è quella di RataBassotta, il prestito in piccole rate, che ha come testimonial proprio un bassotto».







INFO  
bancadipiacenza.it  
hddsvision.it  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Banca di Piacenza, Soc. Coop. per Azioni

Partner: HDDS Vision Srl

Hardware: Monitor Sharp PN-A601, PN-R603, LL-S201A touch, sistemi HDDS vision

## Duemila candele, più luminoso del sole

**L**a Banca di Piacenza innova il layout delle proprie filiali: quella di Milano offre aree predisposte ai servizi evoluti, cablaggi in fibra ottica e digital signage, anche in vetrina, nonostante il sole renda tutto più difficile.

■ La Banca di Piacenza, sempre attenta alla tecnologia pur mantenendo i suoi connotati di banca tradizionale, nella sua nuova filiale di Milano ha installato 5 monitor di digital signage: 3 in vetrina, fra cui un modello Sharp da 2mila candele, e 2 all'interno che lavorano in coppia per gestire in modalità touch le immagini visualizzare dal monitor PN-R603, da 60 pollici.

Una configurazione performante, pensata per offrire un servizio di qualità ai clienti e di informazione ai passanti, un servizio sempre visibile anche quando il sole 'illumina' la vetrina rischiando di vanificare la leggibilità dei contenuti visualizzati.

### Sostituire le classiche locandine

«Le motivazioni che ci hanno spinto all'installazione del digital signage – ci spiega

Mauro Accornero, Direzione Macchina operativa – sono due: la prima riguardava la sostituzione delle locandine cartacee con i monitor, la seconda era dovuta alla visione di una filiale concepita come filiale modello, dotata delle soluzioni tecnologiche più avanzate. Le locandine, che vengono ancora usate in altre filiali della banca, mostrano limiti che il mezzo elettronico ha risolto: devono essere stampate e spedite alle filiali, è necessario controllare che la nuova versione sia stata esposta, bisogna sostituire quelle ormai rovinate per la prolungata esposizione al sole. Nei monitor questi limiti non ci sono: anzi, la luminosità è maggiore rispetto a quella delle locandine, possiamo personalizzare e modificare il messaggio a piacere, il controllo di quanto viene visualizzato è gestibile da remoto così come la messa in onda di un nuovo contenuto».

«Inoltre – prosegue Mauro Accornero – abbiamo concepito la filiale di Milano come un ambiente evoluto, una filiale di riferimento, per questo dispone delle tecnologie più innovative: dal cablaggio in fibra ottica ai servizi evoluti dedicate alla clientela; ad esempio, la possibilità di offrire alle imprese una sala riservata dotata di videoconferenza e condivisione in remoto dei documenti. La presenza, all'interno della filiale, del monitor PN-R603 da 60 pollici, gestito con il touch LL-S201A di Sharp rientra nella filosofia della dotazione tecnologica prevista».

## Monitor da 60 pollici

La filiale di Milano presenta un'esposizione al sole particolarmente favorevole che, però, crea problemi ai monitor comuni per digital signage. Infatti, la luce ambiente, quando diventa molto intensa degrada la qualità delle immagini e riduce la loro visibilità, a meno che non si decida di installare modelli ad altissima luminosità.

«Per le vetrine particolarmente esposte al sole – ci spiega Mauro Accornero – abbiamo scelto il monitor PN-A601, che ha una luminosità di 2mila cd/mq. La vetrina più riparata dalla luce, invece, ha un monitor della stessa dimensione ma di luminosità inferiore, modello PN-R603 da 700 candele. Milano l'abbiamo concepita anche come un'installazione pilota, da declinare su quelle nostre filiali che presentano caratteristiche analoghe. Il programma di intervento che abbiamo messo a punto è orientato per incrementare efficienza e produttività, intervenendo su layout e tecnologia».

Riguardo alla gestione dei contenuti, il software è stato sviluppato da HDDS Vision. «Abbiamo la possibilità di mandare in onda contenuti diversi secondo la tipologia di filiale – aggiunge Mauro Accornero. Ad esempio, possiamo visualizzare sui monitor delle filiali in città un contenuto diverso da quello di una filiale di provincia. Uno strumento potente a disposizione del nostro ufficio marketing che, in autonomia, può gestire palinsesti differenziati».

## Sempre visibili

«Al cliente abbiamo evidenziato l'esigenza di installare il modello più luminoso, da 2mila candele – interviste Alberto Comazzi di HDDS Vision, la società che ha curato l'installazione e l'integrazione – anche a costo di diminuire

il numero complessivo dei monitor, qualora il budget non fosse stato sufficiente; per non vanificare il risultato complessivo per colpa di monitor poco luminosi. Infatti, quando sbagli modello è troppo costoso tornare indietro: si dà la colpa alla tecnologia quando invece l'errore sta nella scelta del prodotto. I monitor sono stati montati su eleganti supporti sviluppati dall'Architetto Carlo Ponzini, eleganti anche visti dal retro che dà sugli uffici; sono tutti collegati in rete, si tratta di una sottorete separata da quella principale utilizzata per lavoro e sono completi del nostro player Vision. L'ufficio marketing centrale gestisce il caricamento dei contenuti in autonomia, da Piacenza. È servita solo una giornata di training per formare il personale interno. «L'ufficio marketing ha a disposizione un player in più – conclude Alberto Comazzi – che utilizza per realizzare una sorta di preview, per vedere come apparirà il nuovo contenuto prima di mandarlo in onda».



INFO  
novartis.it  
durante.it  
sharp.it



Paese: Italia  
Cliente: Novartis Farma Spa  
Partner: Durante Spa  
Hardware: Big Pad PN-L702B, TV LC60LE752E

## Quindici sale riunioni: Big Pad come strumento di collaborazione

***N**ei nuovi uffici di Novartis Farma, riconfigurati con sale meeting e aree comuni, è stata scelta la lavagna interattiva di Sharp come strumento di collaborazione.*

■ Novartis Farma è la sede italiana di Novartis International, società multinazionale svizzera tra i leader del settore che opera nel settore farmaceutico. È presente in molti Paesi del mondo e impiega 118 mila dipendenti dal 1996, anno in cui è stata fondata dalla fusione di Ciba-Geigy e Sandoz Laboratories.

In Italia, nell'ottica di affrontare la ristrutturazione della propria sede di Origgio, in provincia di Varese, ha chiesto a Durante Spa di elaborare un progetto che mettesse a disposizione di dipendenti e collaboratori le più avanzate soluzioni di comunicazione e collaborazione, con l'obiettivo di ottenere la massima efficacia e immediatezza. Il tutto riorganizzando gli spazi attraverso la realizzazione di salette di lavoro di diversa

dimensione e di nuove aree comuni.

Durante Spa è una società specializzata nelle soluzioni integrate di telecomunicazioni e networking; è stata fondata nel 1962: ha quindi maturato una profonda esperienza nel nostro settore.

*«La scelta di Novartis Farma – ci spiega Roberto Panicola, Direttore Vendite di Durante – che poi è diventato il punto di partenza del nostro lavoro è stata quella di privilegiare gli spazi comuni agli uffici destinati ai diversi dipendenti; una riorganizzazione delle superfici che ha coinvolto anche il top management. Per questo motivo ha disegnato un layout composto da numerose sale riunione, di diverso tipo e dimensione: una quindicina*



*di sale circa disposte al centro, con un open space lungo il perimetro esterno».*

Le sale riunioni sono state concepite per ospitare da 8 a 18 posti; inoltre, ce ne sono alcune da 2 e 3 posti, da utilizzare per colloqui personali e riservati. In ogni caso, per tutte, è stata posta una particolare attenzione affinché fosse garantita una gestione intelligente degli spazi, nell'ottica di migliorare la produttività e razionalizzare i costi di realizzazione e gestione.

## Collaborare, condividere e decidere

*«Il corredo tecnologico di ogni sala è stato massimizzato per facilitare la collaborazione – aggiunge Fabio Carvelli, Product Manager di Durante – quindi i desiderata del cliente non comprendevano, ad esempio, la videoconferenza perché già presente nella sede. L'elemento centrale di tutte queste sale è stata la lavagna interattiva. La scelta del Big Pad di Sharp, nel formato da 70 pollici, ci è sembrata quella più naturale, aveva le caratteristiche più adeguate per le specifiche del capitolato ed esprimeva al meglio i desiderata della committenza, ossia la possibilità di facilitare la collaborazione e la condivisione orientata agli obiettivi. La risposta evoluta al tocco dello schermo multi-touch ha una marcia in più, i software a corredo come lo Sharp Pen SW sono efficaci e facilitano l'aggiornamento di un file da condividere durante un meeting, per raccogliere e organizzare i dati, e migliorare il processo decisionale. I Big Pad di Sharp sono stati montati appesi alle pareti nella maggior parte delle sale; dove, invece, le pareti erano per lo più di vetro, sono state utilizzate delle piantane dedicate».*

## Sale cablate, con audio

*«Novartis Farma era già nostro cliente – commenta Roberto Panicola. Questa fornitura, che è stata sottoposta a gara, comprendeva oltre al materiale e alla relativa installazione anche l'assistenza post-vendita. In ognuna delle sale abbiamo installato un Big Pad con un cablaggio dedicato al tavolo, per collegare ai vari ingressi i device che di regola vengono utilizzati durante una riunione. Nello specifico è stata aggiunta anche una sezione audio, così da rendere ben intelligibile il suono, un aspetto molto*

*importante durante una riunione di lavoro. La maggioranza delle sale sono da 8 posti, altre ospitano 12 persone e un paio 18».*

## La configurazione

Oltre alle sale riunione, Durante ha realizzato anche l'allestimento tecnologico dell'area break: l'obiettivo di Novartis Farma era visualizzare video istituzionali e di prodotto oppure la possibilità di vedere un programma televisivo. Anche per le aree comuni sono stati installati dei prodotti Sharp. Ad esempio, i TV LC60LE752E, collegati alle derivate in cavo coassiale dell'impianto centralizzato.

In ogni sala, con il Big Pad c'è un tavolo riunione attrezzato con una presa HDMI, la Apple TV e il decoder DTT; il tutto viene gestito da uno switch HDMI a tre vie che determina quale ingresso AV inviare alla lavagna interattiva.





INFO  
movigroup.com  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Movi Spa

Partner: Sharp Business Systems

Hardware: Big Pad Sharp PN-L602B, Monitor Sharp PN-E802 e LL-S201A touch

## Riunioni interattive e videoconferenza

**A**zienda centenaria, ha compiuto 100 anni nel 2012, Movi ha riorganizzato lo spazio dedicato al proprio Centro Studi: da un unico ambiente sono state ricavate quattro sale dotate di Big Pad e monitor da 80".

■ Movi è stata fondata nel 1912 per la distribuzione nazionale ospedaliera di attrezzature chirurgiche delle migliori marche, con un servizio post-vendita dedicato e personalizzato. Oggi la Società genera un fatturato annuo di 40 milioni di Euro con 95 collaboratori: negli ultimi 5 anni ha ottenuto una crescita media del 10%. È strutturata in cinque divisioni, per la specificità dei prodotti: Attrezzature, Biosistemi, Critical Care, Wimed e Cardiovascolare.

### Riorganizzare gli spazi, sviluppare il lavoro

«Il Centro Studi interno alla nostra sede – esordisce Maurizio Daelli, IT Manager di Movi – fino allo scorso anno era composto da uno spazio indiviso, piuttosto esteso. Il Presidente

della Società voleva renderlo più razionale, quindi funzionale; ha così deciso di avviare una ristrutturazione per creare quattro sale diverse e indipendenti: di queste, tre sale si sarebbero potute unire perché dotate di pareti mobili».

E così è stato fatto, per quanto riguarda la riallocazione degli spazi: rimaneva ora da stabilire la dotazione tecnologica, anche perché l'idea era di utilizzare lo spazio non solo come Centro Studi ma anche per organizzare all'interno dell'Azienda le riunioni commerciali, fino a quel momento realizzate in location esterne.

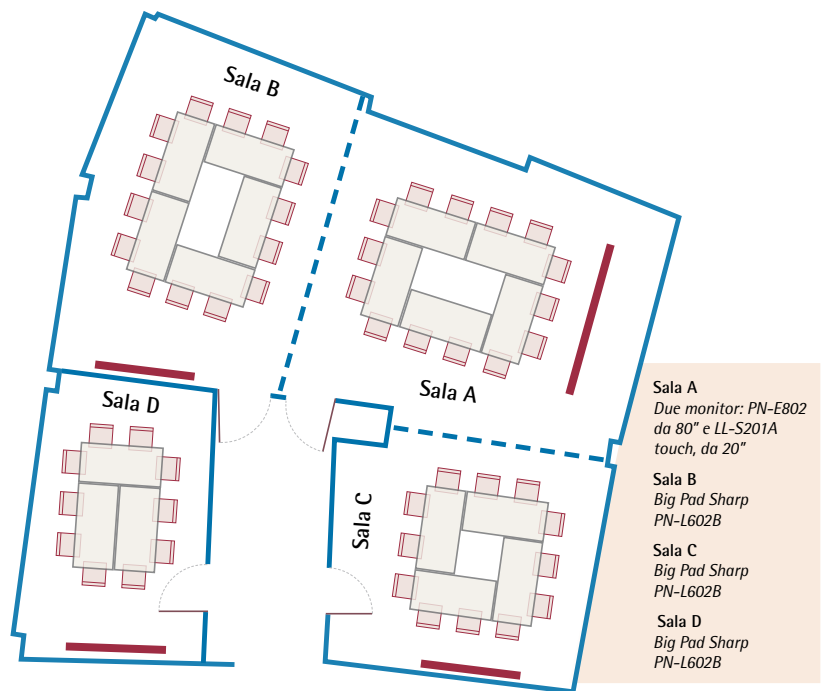
### La dotazione tecnologica

«Quando è stato il momento di valutare con attenzione gli aspetti correlati alla tecnologia – racconta Maurizio Daelli – quindi rete locale, visualizzazione, conference call, ecc. allora sono stato coinvolto. All'inizio il progetto prevedeva

*l'impiego di videoproiettori dotati di lift motorizzati, che fuoriuscivano dal controsoffitto quando venivano accesi mentre si abbassava il telo di proiezione. Però, desideravo approfondire l'argomento perché l'ambiente è molto luminoso ed era necessario oscurarlo parzialmente affinché le immagini fossero ben visibili. Avevo un contatto in Sharp che conoscevo da molto tempo, era l'occasione giusta per capire quali tecnologie fossero le più avanzate per i nostri spazi. Inoltre, sapevo che Sharp era leader di mercato su certi prodotti e quindi abbiamo una visitato la loro Showroom di Milano. In particolare ci hanno colpito due prodotti: i Big Pad con la loro user experience avanzata e la configurazione con monitor da 80" più touch da 20". A questo punto abbiamo deciso di rinunciare ai proiettori e di dotare la sala più grande di questa configurazione. Quello che visualizza il monitor di questa sala lo puoi vedere anche su tutti gli altri Big Pad, audio compreso. Nelle altre tre sale sono stati previsti tre Big Pad da 60 pollici. I costi erano allineati rispetto alla soluzione precedente, così abbiamo proceduto in tal senso».*

## La videoconferenza

Le sale sono predisposte anche per la Conference Call, con il device composto da microfoni e diffusore audio, posto sul tavolo riunione; in più la Sala C gestisce anche le videoconferenze: sopra il Big Pad è stata montata una videocamera motorizzata. «In aggiunta –



commenta Maurizio Daelli – per evitare il disordine dei cavi volanti è stato realizzato un cablaggio wireless, dotato di ClickShare di Barco e HDMI Wireless. Oltre alla parte visual abbiamo dotato tutte le sale di un piccolo schermo touch per il controllo dei vari device, luci e tende comprese».

«Certo – conclude Daelli – la user experience dei Big Pad Sharp è evidente, con la penna dedicata puoi evidenziare le parti che desideri commentare, ci siamo trovati subito a nostro agio: il coinvolgimento dei partecipanti è aumentato e abbiamo notato anche un maggior livello di proposizione. Il confronto con gli strumenti precedenti è crudele: prima utilizzavamo il classico blocco di fogli bianchi, posto sul treppiedi. Ora con la penna scrivi le note direttamente sulle slide della presentazione che visualizzi, le salvi, le puoi stampare con una multifunzione o inviare per email. È un modo di lavorare completamente diverso, il grado di soddisfazione è totale».







INFO  
istitutodegliinnocenti.it  
mm-group.it  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Istituto degli Innocenti

Partner: MMG - Multimedia Meeting Group

Hardware: Monitor Sharp multitouch LL-S242AW e LL-S201A, monitor Sharp Sharp PN-E602

## La tecnologia, elemento coerente del percorso

**L'***Istituto degli Innocenti è stata una delle prime istituzioni laiche al mondo ad occuparsi di assistenza ai bambini. Per un'efficace narrazione documentale il Museo offre dieci aree dotate di monitor touch capacitivi, di Sharp.*

■ L'Istituto degli Innocenti opera da quasi sei secoli in favore dell'infanzia e dell'adolescenza.

La sede si trova a Firenze in Piazza della Santissima Annunziata, in un edificio progettato da Filippo Brunelleschi.

L'Istituto degli Innocenti, nato nel 1419 come ospedale destinato ad accogliere i trovatelli, è stata una delle prime istituzioni laiche nel mondo a occuparsi in maniera esclusiva di assistenza ai bambini: l'accoglienza è al centro delle attività dell'Ente.

Per valorizzare il proprio patrimonio storico-artistico e far conoscere meglio questo straordinario 'luogo dei fanciulli' è nato il Museo degli Innocenti, un centro culturale

in progressiva crescita che riunisce e rende fruibile la secolare memoria dell'assistenza all'infanzia.

### Tecnologia per favorire il taglio narrativo

«Nel corso dei secoli – racconta Stefano Filippini, curatore del Museo con Eleonora Mazzocchi – il più antico luogo pensato per questo genere di assistenza ha prodotto un patrimonio culturale importante: dalla fine dell'800 è diventato un Museo. Quello appena concluso è il terzo intervento che viene eseguito sul Museo degli Innocenti: i lavori sono in progress, il progetto di sviluppo si concluderà a fine anno».

«Per rendere al visitatore più semplice e immediata la comprensione delle opere e dei documenti storici – prosegue Stefano Filipponi – abbiamo optato per una tecnologia semplice ma efficace, per valorizzare l'esperienza. Inoltre, l'integrazione fra hardware e software è stata determinante per realizzare un'efficace narrazione documentale del museo. Il lavoro di progettazione dedicato al contenuto della storia e all'interfaccia grafica è stato importante; anche la scelta dell'hardware è stata coerente con questa filosofia, mirata a facilitare l'integrazione con l'allestimento, per garantire continuità. Potevamo adottare soluzioni ad elevata capacità seduttiva, in grado di generare stupore, invece abbiamo deciso di utilizzare tecnologie consolidate per concentrarci di più sui contenuti e la loro fruibilità: schermi touch e radio-guide; due elementi ampiamente consolidati, anche dal punto di vista tecnologico, ma efficaci. Del risultato ottenuto siamo soddisfatti; abbiamo delegato i nostri partner nella scelta dei prodotti e delle interfacce interattive, adeguati al taglio narrativo dato al Museo».

«Portata a termine questa prima fase – conclude Stefano Filipponi – selezioneremo un partner tecnologico che voglia sperimentare con noi nuove idee».

## L'area multi-touch

Nel Museo degli Innocenti sono state realizzate 10 aree dotate di monitor Sharp multitouch, a 10 tocchi, con tecnologia capacitiva.

«Siamo stati scelti per curare l'impianto

Audio/Video, da anni siamo fornitori di tecnologia dell'Istituto degli Innocenti – ci spiega Giuseppe Ercolino, titolare di MMG, Multimedia Meeting Group, che aggiunge – nel passato avevamo già realizzato installazioni di sistemi visuali. L'area museale in precedenza non conteneva tecnologia avanzata: ora, invece, abbiamo installato monitor touch di Sharp, a tecnologia capacitiva, che propongono al visitatore del museo contenuti navigabili, per approfondire la conoscenza delle opere esposte. La tecnologia capacitiva offre una user experience superiore, analoga a quella dei tablet e degli smartphone. Abbiamo scelto i modelli LL-S201A, da 20 pollici, e LL-S242AW da 24. I modelli hanno in dotazione una penna con punta da 2 mm, la precisione della scelta è garantita. Inoltre, una delle dieci postazioni è stata completata con un monitor da 60 pollici, PN-E602. In pratica in visitatore naviga con il software attraverso il monitor touch e, grazie al monitor da 60" può visualizzare i dettagli di affreschi e opere d'arte. Una configurazione che evidenzia i benefici della tecnologia, per nulla invasiva: la storia, i documenti, i racconti di vita di questo Istituto rappresentano il vero motivo della visita».

«La committenza – conclude Giuseppe Ercolino – è stata molto soddisfatta del lavoro svolto: il touch capacitivo è fluido e preciso, il tocco davvero naturale: aspetti determinanti affinché il visitatore possa concentrarsi sulla fruizione del contenuto, senza essere distratto dalle indecisioni dello strumento tecnologico. Anche la qualità cromatica è all'altezza della situazione: la riproduzione di opere artistiche richiede una fedeltà dei colori superiore».

Una delle dieci postazioni dotate di monitor multitouch capacitivo: si accede al racconto aprendo a mo' di libro la protezione superiore.





INFO  
hotelbiancamariamilano.it  
nikita.it  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Blu Seven Srl

Partner: Nikita Srl

Hardware: Monitor Sharp PN-E603, Big Pad PN-TB3, TV LC70UD20, MX-5141N, MXC301W

## Raffinato nell'arredo 'tailor made' e nella tecnologia

*Un concetto di ospitalità basato su elementi personalizzati, dove la tecnologia diventa un reale vantaggio competitivo: il Bianca Maria Palace Hotel ha scelto la tecnologia di Sharp, i risultati sono eccellenti.*

■ Il Bianca Maria Palace Hotel si trova nel centro di Milano, a pochi passi da Piazza Duomo: è stato inaugurato nel gennaio del 2016, dopo una totale ristrutturazione. L'edificio, in precedenza, era composto da unità abitative ad uso ufficio.

Di categoria 4 stelle, questo raffinato Hotel dispone di 100 camere, da suite a singole, suddivise su 8 piani e arredate su misura in un elegante stile italiano.

«Il Bianca Maria Palace Hotel – ci spiega il Direttore Jas Carra – si rivolge ad una clientela business di fascia molto alta; ad esempio, oltre ad ospitare diverse case di moda durante le loro attività a Milano, abbiamo attivato collaborazioni con molteplici multinazionali: l'obiettivo è costruire un rapporto basato

sulla qualità totale. Per questo abbiamo scelto la tecnologia di Sharp che, notoriamente, offre prestazioni superiori, tipiche di strutture selezionate. La tecnologia è un nostro punto di forza; aggiungo solo che per la connettività ad internet mettiamo a disposizione dei clienti una larghezza di banda complessiva di 400 Gbps».

### Una Reception originale

«All'ingresso dell'Hotel abbiamo deciso di installare una composizione originale di monitor Sharp da 60" posizionati verticalmente, – prosegue Jas Carra – un elemento di intrattenimento che ribadisce alla clientela la nostra volontà basata sul desiderio di personalizzare ogni elemento.



*I clienti affezionati, ogni volta che tornano, rimangono meravigliati da questa composizione di monitor che gestisce contenuti di vario tipo: dall'evento sportivo a quello musicale, le news e un video dedicato a Milano, davvero molto bello. La strategia commerciale avviata dalla famiglia italiana che rappresenta la proprietà, sta dando risultati lusinghieri: la percentuale delle camere occupate supera il 70%, merito anche di una cura dei particolari nell'arredo e nella tecnologia che avvicinano questa struttura ad una classe ben superiore al 4 stelle».*

## Eventi e Meeting

L'Hotel offre aree insonorizzate per eventi business e privati. «Vi sono tre sale meeting per incontri d'affari, corsi di formazione o convention di diversa capienza, da 40 a 200 posti – prosegue Jas Carra. La Sala Leonardo da 70 posti, al settimo piano, è contornata da vetrate bow window che si affacciano su un grande terrazzo con vista panoramica su Milano. In ogni Sala abbiamo previsto anche un Big Pad di Sharp: i clienti apprezzano la semplicità di utilizzo e l'ottima interattività. Queste strutture, dirette da Roberta Iannelli, responsabile Food & Beverage ed Eventi, sono già state prenotate fino al prossimo dicembre, un successo inaspettato in così poco tempo».

## Su misura, dalla fase progettuale

«Abbiamo avuto la possibilità di incontrare il cliente già durante la fase progettuale – così esordisce Elisa Nicastrì, titolare di Nikita. Questo è un vantaggio non da poco perché si ha la possibilità di condividere con la committenza necessità e punti di vista, sogni e visioni: ci si pone soprattutto in ascolto, per poi tentare di dare forma ad una proposta che realizzi i desideri del cliente e ne esprima al meglio l'identità. L'esigenza principale era quella di scegliere per le zone comuni elementi di tecnologia che ben si inserissero nel contesto di eleganza e ricercatezza dell'Hotel».

Seguendo i loro pensieri, i ragionamenti e anche le indecisioni, le varie modifiche tipiche delle fasi di cantiere, abbiamo provato ad assecondarli proponendo man mano diverse soluzioni; dai due TV da 70" di cui era importante dotare la sala breakfast e la sala relax della Hall, il progetto si è così ampliato e articolato andando ben oltre le dotazioni alberghiere "standard"».

## Tecnologia selezionata

Il risultato finale è stato molto soddisfacente: la fornitura ha riguardato i due monitor TV da 70", la composizione 3x60" in reception, tre Big Pad per le tre sale business e tre stampanti multifunzione, tutto Sharp. Poter spostare i Big Pad, grazie al supporto dotato di rotelle, ha garantito una flessibilità di posizionamento altrimenti non prevedibile.

«Fra l'altro l'Hotel dispone di una sala meeting molto particolare – prosegue Elisa Nicastrì – si trova al settimo piano e offre anche un terrazzo molto grande, con una vista sul centro di Milano davvero affascinante. In questo caso il supporto mobile del Big Pad torna utile perché il terrazzo può diventare a sua volta una location per eventi».

«Nikita è un'azienda di stampo familiare – conclude Elisa Nicastrì – ed è un dealer storico per Sharp. Mio padre ha sempre lavorato con Sharp, iniziando a vendere le prime fotocopiatrici importate in Italia: parliamo del 1977! Perciò siamo specializzati soprattutto nelle multifunzioni. Da un paio d'anni, però, abbiamo deciso di proporre ai nostri clienti anche i prodotti del canale visual: è una sfida che si gioca sull'integrazione dei sistemi e sulle soluzioni personalizzate. Richiede la comprensione dei vantaggi che un lavoro in team può generare, ci vuole pazienza ma sono convinta che sia la strada giusta».





INFO  
ancellepalazzolo.it  
csproject.it  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Istituto Ancelle della Carità

Partner: CS Project Srl

Hardware: Big Pad Sharp PN-70SC3

## Guardare sempre avanti, molto avanti

*Offrire ai giovani una guida, un supporto e una didattica al passo con i tempi, cercando di anticiparli. Il Big Pad affiancato al libro di testo tradizionale, per far maturare nei ragazzi la consapevolezza delle potenzialità del mezzo informatico.*

■ L'Istituto Ancelle della Carità è presente a Palazzolo (BS) dal 1886 e rappresenta una presenza fortemente radicata sul territorio. All'epoca, le prime Suore hanno gestito un orfanotrofio femminile voluto dal Canonico della parrocchiale don Giuseppe Bettinelli. Non ci si accontentò di garantire a queste orfane soltanto un vitto e un posto sicuro dove trovare accudimento: l'istruzione è sempre stata considerata un valore fondamentale per cui nel corso di un ventennio fu avviata la scuola dell'infanzia, a seguire la scuola elementare, l'avviamento commerciale e la formazione professionale per le Segretarie d'Azienda, una figura molto richiesta in quei tempi a Palazzolo.

### Soprattutto i giovani

*«Tutte le ragazze che venivano accolte in Istituto, allora era attivo un convitto studentesco, avevano la possibilità di prepararsi culturalmente anche per affrontare il mondo del lavoro – racconta Suor Ivana coordinatrice didattica di Istituto. Oggi, l'attività didattica dell'Istituto Ancelle della Carità si articola su cinque sezioni di Scuola dell'Infanzia, dieci di Primaria e sei di Scuola Secondaria. La filosofia di questa nostra Istituzione, da sempre, è orientata ai giovani, affinché nel loro periodo di crescita e di formazione possano avere gli strumenti più efficaci per stare al passo con i tempi. La nostra scuola, in questo senso, è un riferimento fondamentale.»*

«Chi si accontenta dello strumento tradizionale, al 'già visto' e 'già fatto' – aggiunge Suor Ivana – diventa obsoleto molto più rapidamente rispetto al passato. Una riflessione valida anche per il mondo della scuola: la tecnologia digitale è entrata nella vita quotidiana dei ragazzi, anche la didattica deve mantenere lo stesso passo. Per questi motivi abbiamo deciso di rinnovare gli strumenti a disposizione di alunni e professori, per guardare ancora più avanti ed essere aggiornati al meglio: è una filosofia che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro e il nostro Istituto».

## Proverbio cinese, cuore italiano

“Chi guarda avanti dieci anni pianta alberi, chi guarda avanti cento anni pianta uomini”, questo proverbio cinese appare su un poster che si trova all'interno dell'Istituto.

«La presenza di questo poster non è un caso – ci tiene a precisare Suor Ivana – rappresenta la nostra voglia di fare, riservando particolare attenzione al futuro dei ragazzi e alle prospettive della loro vita. Riguardo all'attività in classe era nostra intenzione dotarli di lavagne interattive per introdurre questo strumento in modo sistematico nella didattica ordinaria. Il suggerimento di valutare il Big Pad di Sharp è venuto proprio dall'Ingegnere Costardi di CS Project, che è peraltro il padre di un nostro alunno: con lui abbiamo visitato la show room di Sharp a Milano dove abbiamo capito subito che si trattava di uno strumento ben più avanzato della tradizionale LIM, che abbiamo già in alcune classi. La LIM è meno costosa ma non è comparabile al Big Pad per facilità e immediatezza di utilizzo. E per far fronte all'investimento ci è venuta un'idea: organizzare una lotteria per la raccolta fondi. Così ne abbiamo installati inizialmente sei, distribuiti fra le classi della scuola primaria e secondaria di primo grado. I ragazzi sono davvero entusiasti perché abituati a convivere con questi strumenti tecnologici digitali. Anche i professori lo sono, hanno avuto la possibilità di provarli durante la festa della scuola: rispetto alle LIM il coinvolgimento è completamente diverso, il multitouch del Big Pad ricorda i tablet e gli smartphone».

«Infine – conclude Suor Ivana – ci sono delle belle prospettive per il futuro: se le possibilità economiche di investimento lo consentiranno l'obiettivo è di avere un Big Pad in ognuna delle sedici classi della nostra scuola».

## Consapevolezza del mezzo informatico

La fornitura e l'installazione dei Big Pad all'Istituto Ancelle della Carità sono stati effettuati da CS Project di Brescia. «Sviluppiamo software per gestione della produzione e della logistica avanzata, in tempo reale, fabbrica 4.0 – ci spiega Roberto Costardi, CEO di CS Project – per visualizzare situazioni specifiche in tempo reale. Con i Big Pad di Sharp stiamo lavorando a diversi progetti per elaborare soluzioni integrate, sia business che educational. L'elemento che fa la differenza è il prodotto che offre una user experience evoluta; Sharp ci ha dato la possibilità di gestire il loro software per soddisfare particolari esigenze dei clienti».

Prosegue Roberto Costardi: «Questa scuola investe molto in tecnologia, per offrire ai ragazzi una visione interattiva dei contenuti, anche fra materie diverse, per individuare collegamenti e punti in comune. I Big Pad vengono affiancati al tradizionale libro di testo; si dà precedenza alla consapevolezza che deve maturare in ogni studente affinché utilizzi il mezzo informatico con la necessaria maturità. Il progetto ambizioso di questa scuola è di andare oltre. Terminato il ciclo di studi della Secondaria Inferiore, per supportare i ragazzi durante il primo anno del Liceo, si sta pensando ad un'attività multimediale a distanza: lo strumento Big Pad, anche in questo caso, sarebbe perfetto».







INFO  
bearzi.it  
centrofriuli.com  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Istituto Bearzi, Salesiani Don Bosco

Partner: Centro Friuli srl

Hardware: Big Pad Sharp PN-70SC3

## Essere per i giovani: pari opportunità, per tutti

**L**a presenza in aula del Big Pad crea le condizioni per instaurare un rapporto nuovo con le lezioni: gli studenti, in caso di indisponibilità, possono seguire le lezioni da casa e interagire con professori e compagni, ma non solo.

■ L'Istituto Salesiano Bearzi di Udine si fonda su un valore importante: essere per i giovani, per animare la capacità di scelte libere e rette.

Le attività dell'Istituto, rivolte a oltre 800 ragazzi, sono molteplici: Scuola Primaria, Scuola Secondaria di Primo e Secondo Grado (Informatico e Meccatronico), Centro di Formazione Professionale, Casa Famiglia, Parrocchia, Oratorio, Unione Sportiva e Convitto Universitario.

Tutto ha origine dal sistema ideato da Don Bosco: la presenza educativa promuove nel giovane l'abilità di diventare un soggetto attivo della propria maturazione e di quella degli altri.

Fra i punti di forza che contraddistinguono l'Istituto citiamo l'Educational Robotics, il nuovo settore di ricerca e didattica in cui sperimentare la robotica applicata

all'apprendimento e il Science Center, il centro scientifico che promuove una molteplicità di laboratori dove toccare con mano che cosa significhi scienza.

### L'innovazione digitale alla didattica

«Da ormai quattro anni – ci racconta Lucia Radicchi, Dirigente Scolastico dell'Istituto – abbiamo adeguato la didattica all'innovazione digitale. Don Bosco diceva sempre di essere all'avanguardia nel progresso, e quindi facciamo di tutto per avere a disposizione strumenti avanzati tecnologicamente: per i ragazzi è importante imparare ad utilizzarli in modo intelligente, in ambito di lavoro. La nostra è un'attività di approfondimento,

vogliamo evitare che i ragazzi li adoperino soltanto per giocare».

Prosegue Lucia Radicchi: «Centro Friuli ci ha dato l'opportunità di testare il Big Pad di Sharp da 70 pollici: è stata un'esperienza unica, l'abbiamo utilizzato in due classi, alla scuola media e superiore. Ora proseguiamo con la scuola elementare perché questi studenti, ormai, sono nativi digitali. I ragazzi interagiscono con il proprio tablet: poche le problematiche, tutte risolte; numerosi i vantaggi, previsti e non previsti. Ci siamo accorti, lo immaginavamo, che questo modo di fare didattica coinvolge molto di più i ragazzi; ad esempio, dà la possibilità di prendere appunti più ordinati, archivarli, condividerli, ecc. **Ma la bella notizia è che tutto ciò aiuta anche i ragazzi in difficoltà, ad esempio chi soffre di disturbi specifici per l'apprendimento: lo strumento li aiuta a liberare un po' la fatica che fanno quando scrivono, così stanno più attenti e imparano di più.**

L'istituto Bearzi ha utilizzato il Big Pad di Sharp anche in una terza classe informatica: una delle cose più interessanti è stata la possibilità di far seguire le lezioni agli studenti assenti.

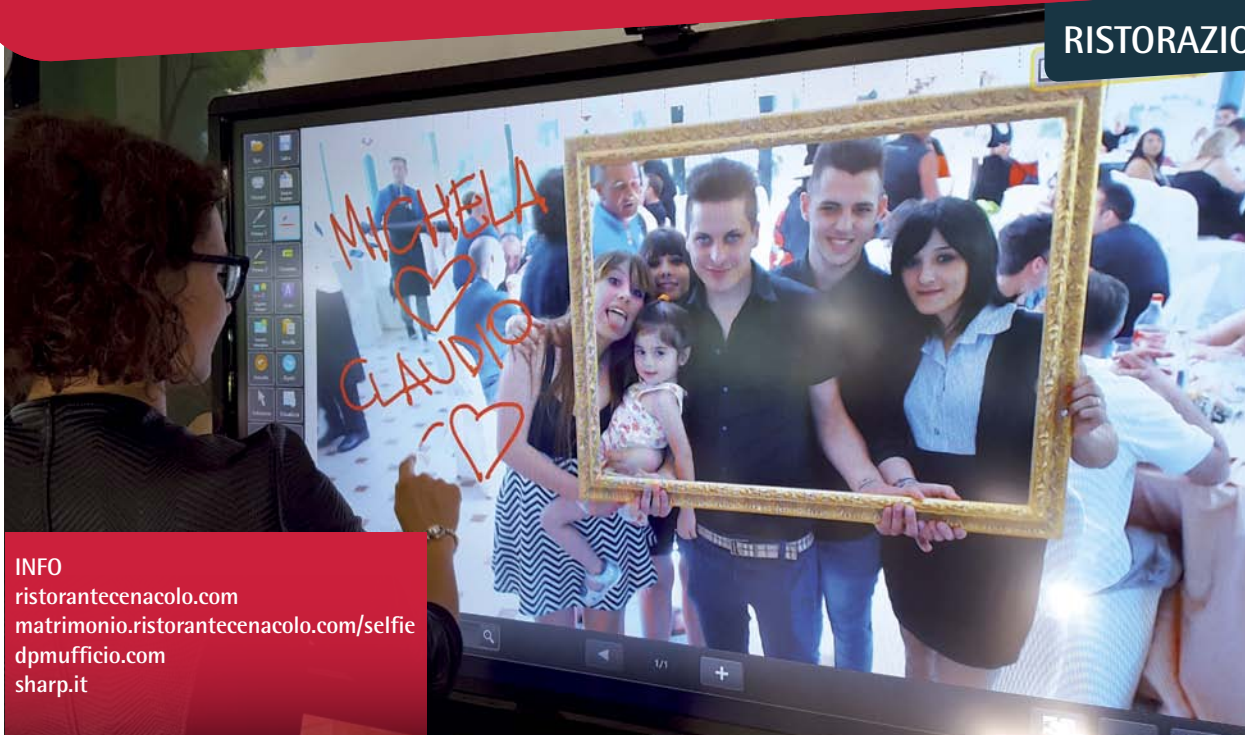
«La configurazione che abbiamo installato – prosegue Lucia Radicchi – prevede la possibilità di assistere da casa alle lezioni. Così abbiamo proprio tutto: possiamo navigare in internet, visualizzare un video e interagire anche da una posizione remota. Pensiamo a studenti che per ragioni di salute sono spesso assenti: questi ragazzi oltre ad essere particolarmente sfortunati non possono frequentare la scuola con regolarità. Nel nostro caso abbiamo un ragazzo che ci mette l'anima per far bene a scuola; per curarsi, però, non può sempre frequentare; i compagni sono supercollaborativi, gli passano gli appunti, ma non è la stessa cosa; adesso, invece, può seguire tutte le lezioni: interagisce con noi direttamente sullo schermo del Big Pad, anche in audio; da casa vede quello che facciamo in classe. Questo ragazzo si è trasformato, dobbiamo ringraziare anche Centro Friuli che ha mostrato molta sensibilità umana, ha configurato il computer per metterlo in condizione di poter fare tutte queste belle cose, un esempio profondo di pari opportunità. Questa esperienza ha migliorato anche gli altri ragazzi, anche loro quando sono malati seguono da casa le lezioni, un buon esempio contagioso. Ora stiamo pensando di installare altri Big Pad, l'investimento è significativo ma l'esperienza non ha prezzo».

## Preparazione di qualità

«Durante il meeting Sharp dello scorso novembre – esordisce Flavio Zorzini, titolare di Centro Friuli – ho capito che il Big Pad era davvero uno strumento importante per le scuole. Abbiamo quindi iniziato a promuoverlo in diversi Istituti, organizzando sessioni demo; ci siamo accorti che le scuole paritarie sono più sensibili ad innovare la didattica, più preparate e interessate all'evoluzione tecnologica. L'esperienza con l'Istituto Bearzi, per noi un cliente nuovo, ha un valore particolare. Gli studenti escono da questa scuola molto preparati; quando dobbiamo assumere nuovi collaboratori, anche noi ci rivolgiamo a loro, oppure li indirizziamo ai nostri clienti: i riscontri sono ottimi. Bisogna investire tempo e aver la possibilità di attendere che maturi la consapevolezza: il risultato finale però è garantito».

Stefano Tavano è un ex allievo del Bearzi, ora in forza da Centro Friuli: «La configurazione dei Big Pad che abbiamo installato nelle classi – ci spiega – prevede un minicomputer dove installiamo i software di Sharp, come il Touch Display Link, e altri necessari per visualizzare i documenti. I Big Pad sono collegati in rete, via cavo. Sono presenti anche una webcam, la condivisione dello schermo, una rete VPN mobile, necessari per seguire in streaming la lezione, condividere i file da device diversi e rivedere la lezione registrata in un secondo tempo. Ad esempio, un professore mentre sta spiegando può inviare le slide di appunti sui dispositivi degli studenti che a loro volta le elaborano e le inviano di nuovo al professore; diventa tutto più interattivo e coinvolgente per i ragazzi».





INFO  
ristorantecenacolo.com  
matrimonio.ristorantecenacolo.com/selfie  
dpmufficio.com  
sharp.it

Paese: Italia

Cliente: Ristorante Cenacolo

Partner: DPM ufficio Snc

Hardware: Big Pad Sharp PN-70TB3

## Selfie Board: l'altra faccia del Big Pad

*“finti selfie, quelli fatti dai fotografi, sono ormai un lontano ricordo. L'ultima moda del pranzo di matrimonio si chiama Selfie Board: è stata battezzata così dal ristorante Cenacolo, viene realizzata con un Big Pad da 70”.*

■ Il ristorante Cenacolo, di proprietà della famiglia Cortinovis, è noto per i pranzi di matrimonio, la sua vera specialità. Durante queste cerimonie, si sa, soprattutto la sposa è attratta dall'emozione e dall'entusiasmo quando arriva il momento di decidere quali opzioni scegliere. Di recente, fra le novità il Ristorante ha inserito anche la Selfie Board, un Big Pad di Sharp con il quale sposi e invitati interagiscono con foto, filmati, selfie e social network, per trascorrere più allegramente la giornata. Questa Case vi racconta un'esperienza di successo non facilmente prevedibile, nonostante il cliente sia un fan della tecnologia.

### Dalle MFP al Big Pad

«Abbiamo iniziato con le multifunzioni Sharp – ci racconta Cristian – da tempo siamo in contatto

con il dealer DPM ufficio. Un giorno durante una loro visita dopo aver parlato di stampanti, ci hanno presentato anche il Big Pad, spiegando che rappresentava la punta di diamante della tecnologia Sharp. Ricordo che ci avevano proposto di utilizzarlo durante i matrimoni ma, francamente, al momento non mi era sembrata un'idea particolarmente attraente, nonostante mi reputi un fan della tecnologia».

«Succede, però – prosegue Cristian – che quando un'idea ha valore prima o poi ti viene in mente come sfruttarla; pensando ai matrimoni si ragionava con tutta la famiglia sul fatto che sono tante le cerimonie, almeno sette su dieci, dove gli amici e i parenti proiettano un video dedicato agli sposi, che hanno preparato in precedenza. Anche soltanto una carrellata di fotografie commoventi, che emozionano.



Quindi abbiamo pensato al Big Pad di Sharp perché ci avrebbe consentito di evitare l'uso del proiettore e del telo di proiezione, che in questi casi diventa ingombrante. Inoltre, le nostre sale sono molto luminose e bisogna oscurare le finestre altrimenti la qualità delle immagini proiettate diventa scadente. Inoltre, il Big Pad integra una sezione audio perciò avremmo potuto fare a meno anche dell'impianto di amplificazione».

## La degustazione

La famiglia Cortinovis decide di approfondire la questione presentando il Big Pad di Sharp ad una giornata di degustazione, dove sono invitate le coppie che si sarebbero sposate a breve, per scegliere il menù della cerimonia. «Il riscontro è stato davvero positivo – spiega Cristian – perché sono state numerose le persone che lo hanno usato così come in tanti hanno chiesto informazioni per avere questo servizio nelle loro cerimonie. In questa occasione i nostri fotografi hanno scattato alcune foto e hanno spiegato alle persone invitate come si potevano modificare con il Big Pad aggiungendo anche le scritte, anche per renderle buffe e divertenti. La stessa cosa è stata fatta con i selfie, che sono tantissimi anche durante i matrimoni. Le foto, poi, le abbiamo stampate con la multifunzione di Sharp, che avevamo messo di fianco al Big Pad, una cosa molto apprezzata. In questo caso la tecnologia ha davvero entusiasmato un po' tutti, stimolando la creatività e facendo leva sull'emotività, sempre molto presente in un pranzo di matrimonio».

Un servizio apprezzato, quello della Selfie Board, un ulteriore divertimento a disposizione dell'ospite e una sorta di gratificazione che avvantaggia tutti. «Durante la giornata di degustazione – aggiunge Cristian – i fotografi del ristorante hanno realizzato anche un video dedicato a questa giornata e lo hanno condiviso sui social: abbiamo ricevuto richieste di informazione anche da chi non era presente».

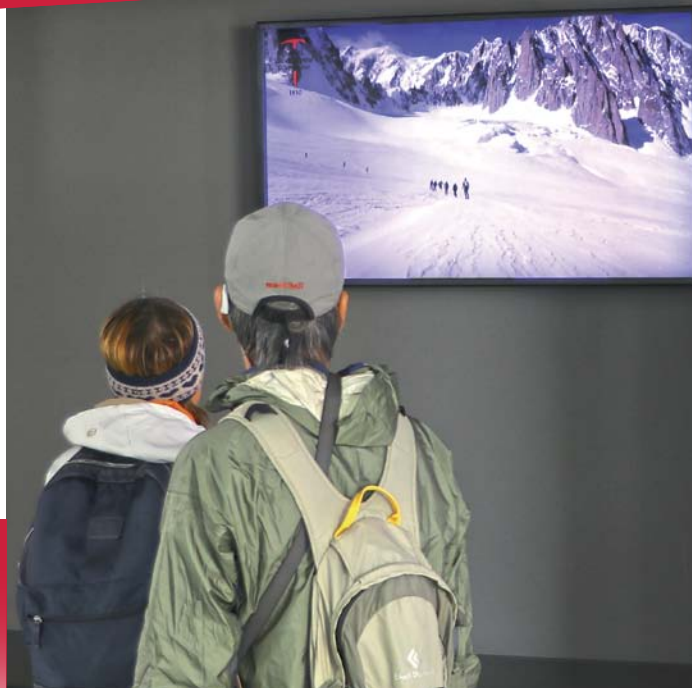
## Soluzione innovativa, che rompe gli schemi

Il Big Pad è uno strumento dalle innumerevoli possibilità: richiede solo un po' di tempo per essere compreso a fondo.

«La possibilità di ampliare il nostro portafoglio prodotti – commenta Flavio Delicato, uno dei titolari di DPM ufficio – ci è stata proposta da Sharp Italia in due occasioni: alla convention Inspire Expo dello scorso anno a Malta e durante un meeting organizzato nella sede di Milano, dedicato ai rivenditori. Così abbiamo iniziato a promuoverlo alla nostra clientela, ricevendo diversi apprezzamenti. Vista la particolarità del prodotto, e per rendermi conto delle potenzialità, ho deciso inizialmente di occuparmene in prima persona. Ne abbiamo acquistato subito uno per l'ufficio e un secondo è presente nel nostro show room, così i nostri clienti quando ci visitano lo possono toccare con mano. Con il tempo, questo prodotto sta prendendo piede; funziona anche la sinergia con le multifunzioni, soprattutto quando il rapporto è basato sulla fiducia reciproca: con il ristorante Cenacolo, quando è venuto il momento di sostituire la stampante multifunzione abbiamo di nuovo parlato anche del Big Pad e insieme abbiamo stabilito di verificare che interesse avrebbe potuto riscuotere, utilizzandolo durante una giornata di degustazione. E i risultati non sono mancati».



INFO  
montebianco.com  
hddsvision.it  
sharp.it



Paese: Italia

Cliente: Funivie Monte Bianco SpA

Partner: HDDS Vision srl

Hardware: Monitor Sharp PN-U473

## Skyway: il Digital Signage sul tetto d'Europa

**L**a nuova funivia che collega Courmayeur a Punta Helbronner, quota 3.500 metri, rappresenta una meraviglia tecnologica, un'opera ingegneristica di rilevanza mondiale. Il Digital Signage si avvale di 18 monitor PN-U473, luminosità 700 candele.

■ La nuova funivia del Monte Bianco, costruita fra il 2011 e il 2015, è stata definita l'ottava meraviglia del mondo. La stazione base si trova a Pontal d'Entrèves, a 1.300 m, nei pressi di Courmayeur. Quella intermedia del Pavillon du Mont Fréty si affaccia sulle Val Veny e Val Ferret. L'ultima stazione è quella di Punta Helbronner: riproduce la forma di un cristallo e si sviluppa principalmente in senso verticale e con terrazze a sbalzo. Qui si trova l'attrazione principale dell'opera: la terrazza panoramica circolare di 14 metri di diametro, che regala una straordinaria vista a 360° su buona parte dei 4000 metri delle Alpi Occidentali (Monte Bianco, Monte Rosa, Cervino, Gran Paradiso e Grand Combin).

I tanti schermi posti nelle tre le stazioni consentono al turista di conoscere in tempo

reale i dettagli del proprio viaggio, di apprendere, comprendere e conoscere la storia di questo luogo unico e affascinante.

Tra le infrastrutture significative costruite per consolidare la montagna ne citiamo una, quella del pozzo profondo 80 metri, scavato nel cuore di Punta Helbronner: un elemento volto a garantire la tenuta del "tiro delle funi" della nuova funivia. Oltre alla terrazza panoramica, un'altra particolarità di questa nuova funivia sono le cabine rotanti che ruotano a 360° lungo tutto il percorso, per offrire ai passeggeri una vista completa sulle vette circostanti. Il progetto ha tenuto conto anche dell'obiettivo di avvicinarsi il più possibile allo standard di Zero Energy Building, dedicato agli edifici che non richiedono energia, ma la autoproducono.

## Display in rete ma indipendenti

Il sistema di Digital Signage installato, nonostante il progetto sia iniziato nel 2006, è di ultima generazione: un aspetto che conferma la sensibilità degli ingegneri nel curare ogni aspetto tecnologico capace di generare un concreto valore aggiunto.

«Abbiamo iniziato a contribuire attivamente al progetto di Digital Signage dalla fine del 2014 – ci spiega Stefano Damiani di HDDS Vision, la società che ha progettato e realizzato l'installazione – segnalando le varie criticità che si potessero presentare. All'inizio del 2015 sono iniziati i sopralluoghi al cantiere per mettere a punto la configurazione finale e il numero di monitor da utilizzare: abbiamo scelto 18 Sharp PN-U473 da 700 candele. Di questi, due sono stati installati in esterno, protetti da box dedicati».

Il sistema viene gestito da tre server, collocati nelle tre stazioni, in modo che ogni stazione possa essere autonoma in caso di emergenza. La stazione base e quella intermedia sono collegate via cavo; dalla stazione intermedia a quella di arrivo (Punta Helbronner) invece il collegamento di rete avviene via ponte radio.

Il server centrale, collocato nella stazione di partenza dove si trovano gli uffici marketing, invia i contenuti ad ogni monitor, dotato di un proprio player HDDS Vision collegato via HDMI.

Per gestire il palinsesto e ridurre l'occupazione della rete, il player non lavora in streaming ma effettua il download dei contenuti. In assenza temporanea della rete, il player continua a visualizzare gli ultimi contenuti scaricati.

«Abbiamo scelto i monitor Sharp da 700 candele – conclude Stefano Damiani – per garantire una qualità visiva superiore, sia dei colori che dei dettagli. Questo modello si distingue perché, anche alla massima luminosità, mantiene costanti le prestazioni. Inoltre, sono silenziosi per l'assenza di ventole di raffreddamento, così come i nuovi Player Hdds Vision a basso consumo».

## Quali contenuti

«I monitor dislocati nelle tre stazioni della funivia Skyway – commenta Maurizio Salice, responsabile della gestione dei contenuti – rivestono principalmente una funzione promozionale. I nostri partner possono far conoscere i loro prodotti e le loro iniziative con video o immagini pubblicitarie che si alternano secondo i palinsesti creati. Un altro utilizzo

importante è come mezzo di informazione, specifico per il servizio funiviario. Ad esempio: gli orari di apertura al pubblico, le partenze e gli arrivi, la situazione meteorologica. Infine, gli eventuali messaggi di allerta. Per questo utilizzo il sistema HDDS Vision integra una funzione informativa e di gestione attiva delle emergenze. I visitatori così vengono informati in tempo reale, grazie ad un'ampia dislocazione dei monitor nelle stazioni di arrivo e partenza della funivia».

## Monitor & Stazioni

Ecco nel dettaglio dove sono stati collocati i diciotto monitor Sharp PN-U473, tutti da 47 pollici e 700 candele di luminosità:

### Stazione di valle di PONTAL d'Entrèves

- due PN-U473 informativi installati all'interno dei box di protezione per poter essere usati in esterno, collocati alle scale di ingresso alla funivia;
- due PN-U473 informativi installati ai lati della zona imbarco.

### Stazione intermedia di PAVILLON du Mont Fréty

- cinque PN-U473 informativi installati in vari punti ad elevata pedonabilità di visitatori: zona d'imbarco e di uscita dalle cabine, zona ristorante, zona reception.

### Stazione di Punta HELBRONNER

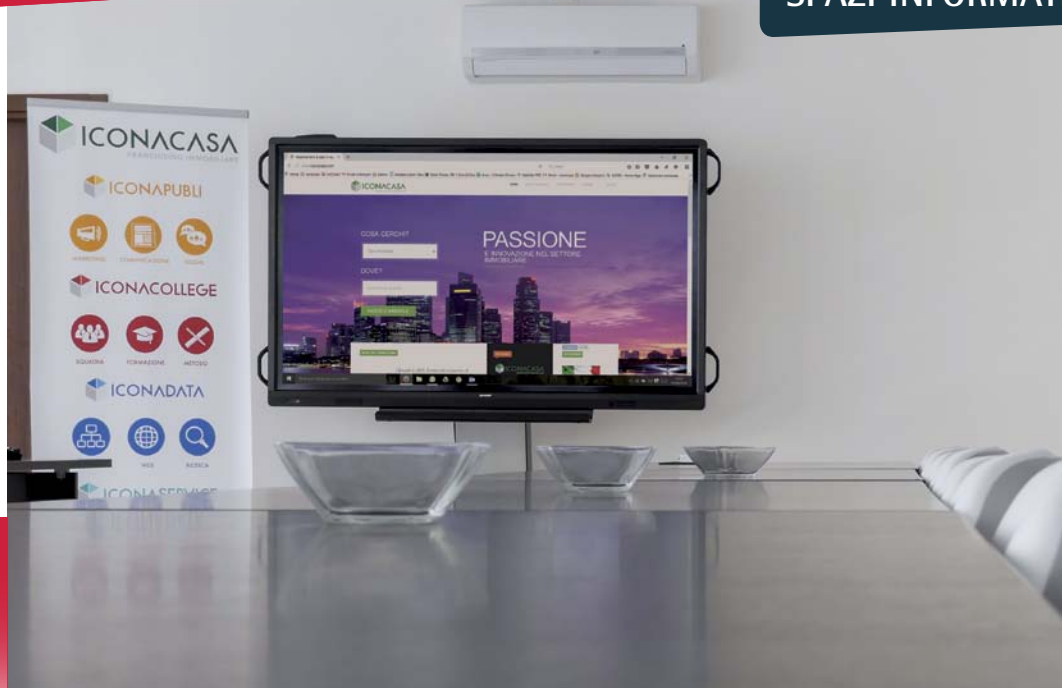
- sette PN-U473 informativi installati in vari ad elevata pedonabilità di visitatori: zona d'imbarco e di uscita dalle cabine, zona panoramica Dente del Gigante, zona bar, esposizione Sala Cristalli.

Ulteriori due monitor PN-U473, sempre da 700 candele, sono destinati a progetti in fase di sviluppo.

  
**SKYWAY**  
COURMAYEUR MONTE  
VALLE D'AOSTA BIANCO  
ITALIA







INFO  
 iconacasa.com  
 fareufficio.it  
 sharp.it

**Paese:** Italia  
**Cliente:** Iconacasa srl Franchising Immobiliare  
**Partner:** Fare Ufficio srl  
**Hardware:** Monitor Sharp PN-U553, Big Pad Sharp PN-70TB3

## La vendita di immobili, in vetrina

**L**e vetrine delle Agenzie Immobiliari affrontano un cambiamento importante: i monitor stanno sostituendo i classici annunci cartacei. Punto di forza: la loro elevata luminosità attrae più facilmente i passanti.

■ La luce è uno degli elementi che attrae maggiormente l'essere umano: le vetrine dei negozi ne sono un esempio eloquente. Oggi, grazie al Digital Signage, i vetrinisti hanno a disposizione uno strumento in più per raggiungere lo scopo: i monitor.

Però bisogna fare attenzione perché i monitor non sono tutti uguali. Fra gli aspetti prioritari da tener presente durante la scelta di un modello da vetrina oltre alla luminosità, che deve essere significativamente superiore alla media, anche la costanza di prestazioni; ad esempio: il dettaglio dell'immagine e la qualità del colore non devono variare nel tempo. Questa Case History rappresenta un esempio concreto di come si può ottenere un risultato che soddisfi anche i clienti più meticolosi.

### Esempio di news business

L'esperienza di Fare Ufficio, dealer Sharp per i prodotti office in Puglia e Abruzzo, è un buon esempio di come si possa sviluppare l'attività facendo leva sul parco clienti acquisito.

«Il progetto di proporre alle Agenzie Immobiliari monitor da installare in vetrina è partito all'inizio dell'anno. Ad oggi, abbiamo fornito diverse decine di monitor PN-U553 oltre che Big Pad da 70 pollici», così esordisce Antonio Tufo, titolare di Fare ufficio. Che prosegue: «Ho scelto questo genere di aziende perché sono inserito in questo mercato da sempre, da quando ho aperto l'attività. Negli anni, infatti, ho fornito gli arredi a catene di franchising come Gabetti, Professionecasa,

Grimaldi, Tecnocasa, ecc. Tutte agenzie con le quali collaboro quotidianamente per le multifunzioni e le soluzioni d'ufficio. L'idea del monitor in vetrina mi è piaciuta subito, peraltro il mercato è ancora nella fase pionieristica e nella nostra zona la concorrenza non è agguerrita. La mia attività è formata da due sedi, siamo presenti sia a Bari che a Pescara. A breve, dopo la positiva esperienza in Puglia, inizieremo a proporlo anche in Abruzzo. Un altro aspetto positivo è dato dalla possibilità di proporre alle agenzie monitor anche per i loro uffici; a Iconacasa, ad esempio, abbiamo fornito anche Big Pad di Sharp da 70 pollici, che utilizzano per riunioni con la forza vendita e corsi di aggiornamento professionale».

## Le opportunità si moltiplicano

Fare Ufficio ha fornito alle Agenzie i monitor Sharp modello PN-U553, da 55 pollici, che offrono una luminosità di 700 candele e un'operatività 24/7. Considerando che la luminosità dei monitor standard si aggira sulle 350 candele, è praticamente impossibile non notarli in una vetrina.

Con uno strumento così potente e capace di attirare l'attenzione, bisogna pensare bene alla qualità dei contenuti visualizzati. Per la produzione dei contenuti si possono scegliere due diverse strade: il fai da te, più conveniente per i costi da sostenere e la possibilità di sviluppare idee a prima vista 'eccentriche' ma più aderenti alla realtà del territorio, oppure rivolgersi ad un esperto che saprà coniugare i suggerimenti 'eccentrici' con altre idee, rispettando le regole che trasformano un messaggio di marketing in un efficace strumento di comunicazione. «Rispetto alla vetrina statica di una Agenzia Immobiliare, che alcuni operatori hanno ravvivato con le strisce di LED, i punti di forza di un monitor sono numerose e aprono la strada a utilizzi impensabili prima d'ora – ci racconta Antonio Tufo. Innanzitutto questi monitor si possono posizionare anche in verticale, e quindi sono adeguati a qualunque tipo di vetrina; inoltre, con il software di gestione dedicato alla messa in onda dei contenuti si può decidere la frequenza delle variazioni di immagini e video, per dare più ritmo alla comunicazione stessa. Infine, fra le Agenzie di una stessa organizzazione è possibile promuovere in luoghi diversi un appartamento così come una residenza di prestigio. Pensiamo ad esempio,

alle seconde case, quale vantaggio potrebbero trarre qualora fossero pubblicizzate anche nelle grandi città italiane, oppure all'estero».

## Il parere di Iconacasa

Iconacasa ha scelto i monitor Sharp proposti da Fare Ufficio, sia per le vetrine di alcune sue agenzie che per il suo ufficio dove è stato installato un Big Pad di Sharp da 70 pollici.

«Il monitor in vetrina – ci spiega Leonardo Lo Cascio, Direttore di Iconapubli, servizio della rete Iconacasa – sono davvero luminosi e la qualità delle immagini è sempre impeccabile. Per un'Agenzia Immobiliare questi due aspetti sono fondamentali per attrarre l'attenzione anche quando le persone sono distanti dalla vetrina e per fornire al passante un'immagine emozionante dell'immobile in vendita. E poi, la flessibilità di comunicazione che garantisce un monitor è incomparabile: si possono differenziare le proposte anche per fasce orarie oppure giorni lavorativi e festivi. Per la nostra sede centrale, inoltre, abbiamo acquistato anche un Big Pad da 70 pollici che stiamo iniziando a utilizzare per le riunioni con i nostri affiliati. Abbiamo optato per il Big Pad di Sharp perché si lavora con grande efficacia nella nostra sala riunione dove la luce ambiente è elevata; la soluzione con videoproiettore, invece, richiedeva un modello molto luminoso, e quindi era più costosa».

Fare Ufficio ha eseguito numerose decine di installazioni: nella foto il monitor PN-U553 da vetrina per Vendesi Casa.





Paese: Italia

Cliente: Fondazione Musica per Roma

Partner: Aliseo Soluzioni Srl

Hardware: Monitor SharpPN-V551

## Comunicare con efficacia, rapidamente

*Un videowall 1x4, realizzato con i monitor PN-V551 da 700 cd/mq, per offrire un sistema di comunicazione che attrae l'attenzione. Ha preso il posto di quattro cubi a retro-proiezione: il salto di qualità è molto evidente.*

■ L'Auditorium di Roma, creato da Renzo Piano, si sviluppa su un'area di oltre 90mila mq. È una delle più importanti strutture internazionali dedicate agli spettacoli live. La programmazione annuale offre eventi musicali e culturali: dai concerti di musica classica, jazz, pop e rock, popolare alla danza contemporanea e teatro-circo; con le manifestazioni dedicate a filosofia, scienza, matematica, giornalismo, etica, letteratura e libri, gastronomia. Sono oltre un milione le persone che ogni anno partecipano agli spettacoli e alle altre iniziative. In sintesi, una fabbrica della cultura, proprio come l'ha definita il suo fondatore.

L'intero complesso è composto da tre sale concerto: al centro l'anfiteatro all'aperto, dedicato alle rappresentazioni e ai concerti, da 3mila posti a sedere. L'Auditorium è diventato anche la 'casa' dell'Accademia di Santa Cecilia.

### Videowall 1x4 con i PN-V551

Per dare maggior impulso alla comunicazione si è deciso di intervenire nella zona della biglietteria, all'ingresso della struttura. In effetti, questo è il luogo dove lo spettatore acquisisce le prime informazioni, in attesa di acquistare il biglietto. Ecco il parere del portavoce dello staff tecnico di Musica per Roma: «L'Auditorium Parco della Musica è stato inaugurato nel 2002 ed è gestito dalla Fondazione Musica per Roma. All'epoca l'unica tecnologia disponibile per realizzare un videowall era a tubo catodico, con tutte le limitazioni in termini di qualità, luminosità e visualizzazione dei contenuti. In seguito ad una ristrutturazione tecnologica, dopo diversi anni questi monitor hanno lasciato il posto ai quattro cubi a retro-proiezione.



È stato compiuto un importante passo in avanti per quanto riguardava la possibilità di visualizzare contenuti più vari ma i limiti erano ancora evidenti. La loro sostituzione era in programma già da alcuni anni: durante un processo che ha coinvolto una profonda revisione della comunicazione, è stato deciso di adeguare e aggiornare anche il videowall posto sopra la biglietteria».

## Gli aspetti peculiari

Durante il processo di selezione sono stati presi in considerazione diversi fattori: la luminosità dei monitor e la qualità della loro immagine, l'angolo di visualizzazione che doveva essere il più ampio possibile per consentire alle persone di leggere con facilità i messaggi anche quando si trovano di lato. È importante tener presente le numerose attività collaterali che l'Auditorium organizza per i propri spettatori; uno su tutti l'area dedicata ai bimbi, che può essere utilizzata dai figli mentre i genitori assistono al concerto.

Il videowall 1x4 è composto da quattro monitor Sharp PN-V551 da 55 pollici, con una luminosità di 700 candele per metro quadro, costruito per rimanere in funzione 24 ore al giorno, senza soste. La retroilluminazione di tipo full led riduce il consumo a 130W; lo spessore della cornice bezel-to-bezel è di soli 3,5 mm: specifiche importanti per gli interior design. Fra gli altri aspetti caratteristici abbiamo il Power on Delay che in configurazione videowall consente l'accensione progressiva dei monitor per evitare di impegnare un carico elevato di alimentazione, l'assenza di ventole che li rende totalmente silenziosi, il sensore di temperatura integrato che riduce automaticamente la luminosità in caso di surriscaldamento e la sezione audio integrata da 10+10W.

«La sostituzione dei cubi da retroproiezione si è resa necessaria – prosegue il portavoce dello staff tecnico di Musica per Roma – perché le schede video hanno incominciato a manifestare qualche problema. Così abbiamo dovuto valutare cosa era più conveniente fare:



se procedere con la riparazione oppure sostituire gli apparecchi guardando avanti, adottando una soluzione più favorevole ad una visione efficace. Certo che la nuova veste grafica sviluppata dal nostro ufficio marketing ha inciso non poco nella decisione di sostituire i cubi. Il nuovo videowall è molto luminoso, l'impatto visivo è notevole, attrae l'attenzione e genera emozioni, proprio quello di cui ha bisogno una comunicazione efficace. Il grado di soddisfazione è elevato così come la messa in onda dei contenuti e la gestione in remoto».

## La realizzazione

«L'installazione è stata particolarmente difficoltosa – ci spiega Francesco Maravalli, titolare di Aliseo Soluzioni – perché non avevamo alcun punto di ancoraggio posteriore dove agganciare i monitor. Infatti, quando abbiamo tolto i cubi a retroproiezione sono rimaste le nicchie nel muro. Non potevamo ricostruire la biglietteria e quindi abbiamo dovuto progettare una struttura in acciaio dedicata, realizzata da un fabbro specializzato, necessaria per ancorare delle staffe a 'elle' sulle quali abbiamo montato i quattro monitor Sharp PN-V551 da 55 pollici».

Conclude Maravalli: «I quattro monitor sono collegati a coppia, in daisy chain via DVI-D: il primo con il terzo e il secondo con il quarto. Il player è collegato in HDMI ad ogni coppia di monitor, connesso alla rete internet per essere gestito via web. Questa configurazione è stata pensata per poter evolvere, collegando i quattro monitor ad un unico player per garantire formati di comunicazione e quindi di contenuto ancora più spettacolari. L'hardware è stato fornito con la garanzia on-site da parte di Sharp».



Il videowall 1x4 è stato realizzato con quattro monitor Sharp PN-V551, da 55" e 700 cd/m<sup>2</sup>.

è disponibile gratuitamente  
anche per iPad



scarica la App







# SHARP

**Potenzia** la tua impresa recuperando i 19 giorni di lavoro persi annualmente da ogni collaboratore

IN EUROPA OGNI IMPIEGATO PERDE IN MEDIA 13 ORE DI LAVORO AL MESE CERCANDO DOCUMENTI E ASPETTANDO CHE VENGANO STAMPATI\*

Inspiring ideas from technology

Noi di Sharp innoviamo costantemente, per consentire alle aziende di potenziarsi al massimo. Le nostre tecnologie integrate hanno rivoluzionato la relazione tra imprese e informazione e siamo pronti a fare lo stesso anche per la tua azienda.

**Scopri oggi stesso come possiamo potenziare il tuo business.**

\*Ricerca condotta ad aprile 2016 da Censuwide per conto di Sharp.

[www.sharp.it](http://www.sharp.it)

#SharpUnlock



Sharp Electronics Italia Spa  
[www.sharp.it](http://www.sharp.it)  
[professionale@sharp.eu](mailto:professionale@sharp.eu)