

SHARP

Sistemi Integrati



Retail

User experience evoluta, device touch cambi di scenario quotidiani



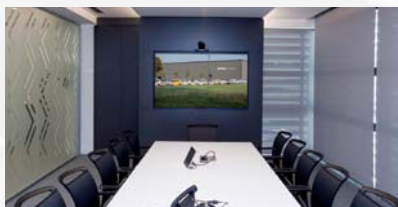
Formazione

Big Pad interattivi per sessioni coinvolgenti e condivise



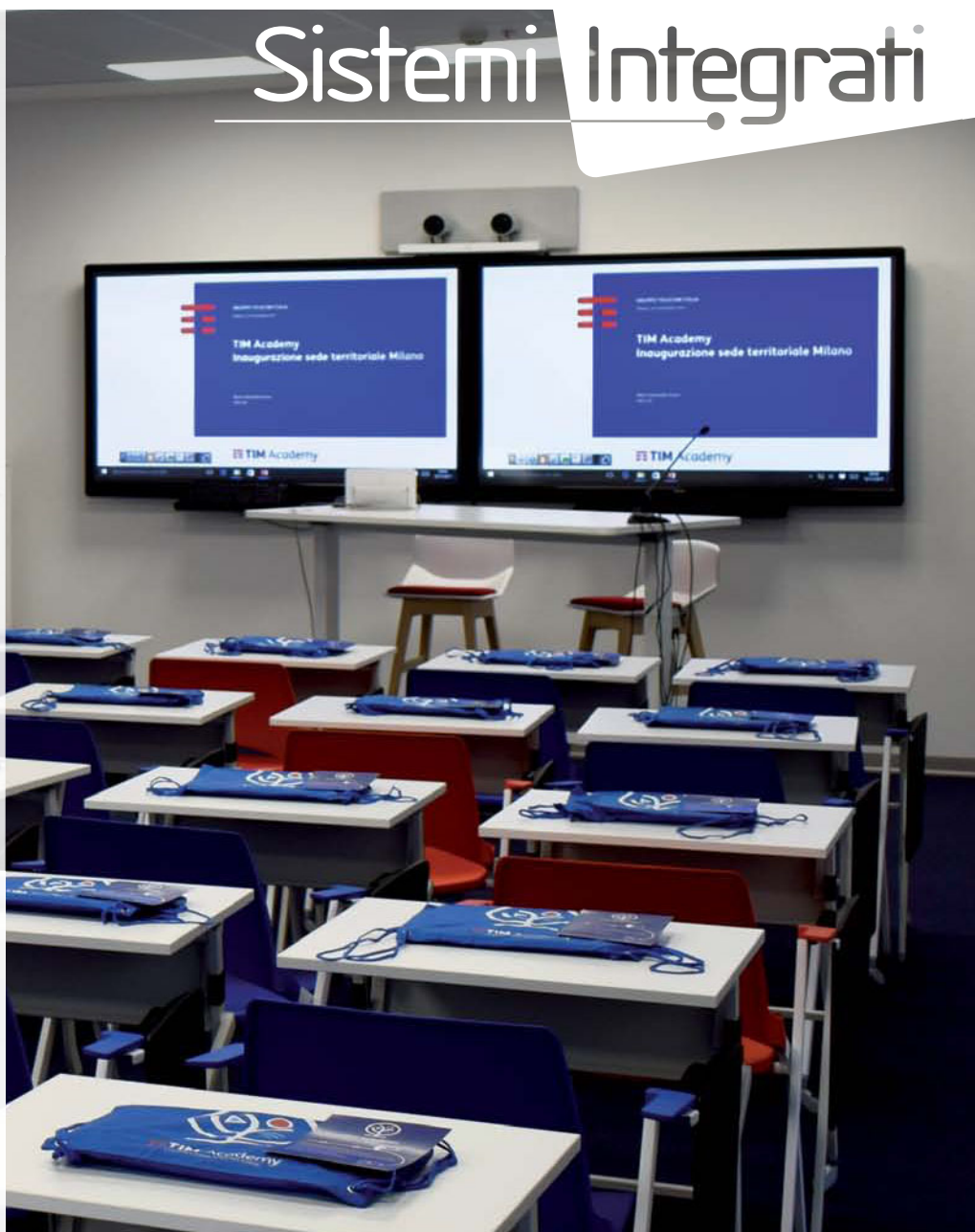
Aeroporti

Videowall e monitor per stimolare attenzione e vendite



Corporate

Nuovi scenari di comunicazione e collaborazione



Be Original

Case Study che raccontano l'unicità e la qualità dei prodotti Sharp



Infinite opportunità di successo con Sharp.

Con il BIG PAD di Sharp puoi stimolare la creatività, promuovere il lavoro di squadra e accelerare il processo decisionale.

Disponibili in diversi formati da 60" a 80", i monitor interattivi touch screen BIG PAD sono estremamente affidabili e la loro tecnologia intuitiva consente di concentrarsi sul lavoro senza distrazioni.

Ideali in ogni contesto, da una sala riunioni all'aula di formazione, i BIG PAD sono l'esempio perfetto di come Sharp trasforma il modo di lavorare, insegnare e collaborare.

Sharp.it/BeOriginal | [#SharpBeOriginal](https://twitter.com/SharpBeOriginal)

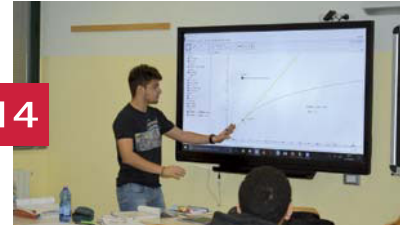
SHARP
Be Original.



6



10



14



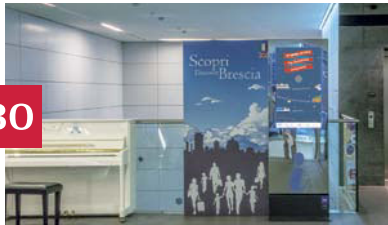
18



22



26



30



34



38

6

FORMAZIONE

TIM ACADEMY

VRM Italia Srl
Diciassette sedi in tutta Italia, dotate di Big Pad Sharp da 70 pollici.

10

FORMAZIONE

ACCADEMIA LILIANA PADUANO

AP Srl
Duemila metri quadrati, quattordici aule con Big Pad e monitor Sharp.

14

DIDATTICA

CIVICO ISTITUTO MANZONI

BCS Consulting Srl
Un piano formativo evoluto con la presenza dei Big Pad in classe.

18

DIDATTICA

UNIVERSITÀ "FORO ITALICO"

Delta Systems Srl
Sala Multifunzionale con videowall 3x3 composto da 9 monitor Sharp da 60".

22

RETAIL

JUST PLAY

Gamma SpA
24 monitor Sharp per arredare il primo negozio dedicato ai più giovani.

26

AEROPORTI

DUFRITAL

Elettromeccanica Bustese Srl
Tre installazioni di prestigio negli aeroporti di Firenze, Bergamo e Milano.

30

SERVIZI PUBBLICI

COMUNE DI BRESCIA

BBS Srl
I totem di Brescia Mobilità, con operatore remoto, per erogare servizi a valore aggiunto.

34

CORPORATE

KOHLER

Longwave Srl
Soluzioni di videoconferenza, collaborazione e condivisione con 8 monitor Sharp.

38

CORPORATE

DANONE

Dada Consulting Srl
Monitor Sharp da 90 pollici per le sale meeting e un videowall 2x2 per la sala plenaria.

42

CORPORATE

INSEM

AP Srl
Nuova brand image aziendale: un esempio di riferimento per comunicare la propria identità.

46

CORPORATE

OMET

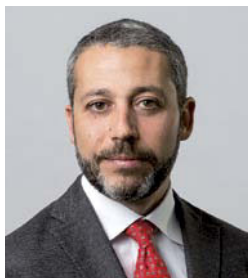
BCS Srl
Uffici e siti produttivi su più sedi: consolidare i valori di gruppo e favorire il coinvolgimento dei collaboratori.

L'editoriale

■ Rieccoci con quello che per Sharp è diventato una sorta di rito annuale, ossia lo Speciale di Sistemi Integrati. Non è soltanto una raccolta delle Case History più significative dell'anno ma un vero e proprio strumento di comunicazione e marketing che ci permette, oltre al racconto dell'installazione, di evidenziare come i prodotti Sharp possano contribuire al successo nella Comunicazione Digitale. Lo Speciale Sharp è nato nel 2012 ed ha anticipato i tempi allargando la visione del business alle soluzioni: oggi, questa modalità di comunicazione è diventata primaria, anche le fiere e le manifestazioni di settore l'hanno adottata. Ogni anno ci impegniamo per rinnovare lo Speciale nella grafica e nei contenuti, per renderlo sempre di più una fonte di idee, per ispirare i progetti di tutti i nostri rivenditori. Infatti, anche in questa edizione si trovano soluzioni e ambiti di applicazione molto diversi fra loro: dalla DIDATTICA tradizionale delle Scuole e Università (Istituto Civico Manzoni, Università di Roma "Foro Italico") alla formazione specializzata (Tim Academy, Accademia Paduano). Dal RETAIL (Just Play, Dufrital) al CORPORATE (Kohler, Danone) ai SERVIZI (Comune di Brescia). È importante sottolineare che lo spazio a disposizione di ogni Case History è raddoppiato: una decisione che sottolinea quanto siano importanti le immagini e la descrizione del lavoro dei professionisti che hanno lavorato ai vari progetti. Inoltre, per la prima volta abbiamo voluto dare maggior spazio ai nostri rivenditori cercando di capire meglio la loro esperienza con Sharp e le loro aspettative nell'ottica di una crescita comune.

Buona lettura!

Carlo Alberto Tenchini



*Carlo Alberto Tenchini,
Direttore Marketing
e Comunicazione.*

Spazio ai nostri partner

VRM Italia SpA

Esperienza attuale

«VRM Italia SpA è un System Integrator di soluzioni audio-video professionali con uffici a Roma e Milano – ci spiega Domenico Izzo Area Manager. La componente Visual, per il nostro lavoro costituisce una parte di assoluto rilievo. In trent'anni di attività abbiamo esplorato numerosi brand, negli ultimi anni stiamo collaborando con Sharp: il rapporto è solido e proficuo. La tecnologia di Sharp e i prodotti che proponiamo ai nostri clienti corporate incontrano i favori di tutte le anime, quella degli operatori di uffici acquisti esigenti, di utilizzatori alla ricerca di qualità semplicità d'uso, dei progettisti sempre attenti a soluzioni originali e affidabili. Nello staff di Sharp abbiamo trovato un supporto serio e collaborativo, sia per la componente tecnica che commerciale. Nelle nostre demo room abbiamo integrato i prodotti Sharp che maggiormente vengono richiesti per mostrare nel modo migliore ai nostri clienti le più avanzate soluzioni integrate».

Gamma SpA

Esperienza attuale

«Abbiamo iniziato a occuparci di soluzioni video – commenta Paolo Perissinotto, Direttore Commerciale di Gamma SpA – aderendo a uno specifico programma Sharp dedicato ai dealer office. Di Sharp abbiamo apprezzato: la **Strategia** nel rivolgersi ai dealer office, e quindi l'opportunità di prendere coscienza di questo mercato; la **Formazione** con sessioni tecnico-commerciali per poterci muovere con cognizione di causa e le **Sinergie** tra fornitori, perché di fatto bisogna condividere la cultura del System integrator e delle soluzioni che portano in un progetto alla soddisfazione del cliente e delle sue reali necessità. Vendere un Big Pad è una cosa diversa dal progettare una soluzione di Digital Signage. Sono questi i fattori abilitanti, attraverso i quali abbiamo raggiunto risultati altrimenti impossibili».



Paolo Perissinotto
*Direttore Commerciale
Gamma SpA*

Esperienze e prospettive



Antonio Tamarazzo, Sales Manager Visual Solutions

In prospettiva

«In un'ottica propositiva ci viene da suggerire e chiedere se un maggior supporto marketing e attività promozionali specifiche su nuovi mercati, come il retail del "lusso", sia o meno ipotizzabile. I nostri mercati storici di riferimento sono il Corporate e la Pubblica Amministrazione, ci piacerebbe giocare un ruolo da protagonisti anche su importanti player del Retail, in quanto settore di grande visibilità. Possiamo pensare di trovare in Sharp un interlocutore anche in questo senso?».



Domenico Izzo
Area Manager
VRM Italia SpA

Risponde Sharp

«Storicamente il Visual è un mercato B2B dove i vendor si affidano ad una rete di dealer per veicolare le proprie proposte, per questo l'attività sull'utente finale non è mai stata molto sostenuta. Capiamo comunque l'esigenza dei rivenditori di essere supportati con campagne specifiche. Ad esempio, ultimamente lo abbiamo fatto nell'educational o con campagne sui social, ma possiamo pensare ad attività nuove e dedicate».

«La volontà dei nostri rivenditori nel proporsi come interlocutori globali per il video professionale l'abbiamo sempre auspicata e sostenuta. Stiamo sollecitando gli operatori specializzati nel Retail a proporre le nostre soluzioni, soprattutto interattive, anche in ambito Corporate sui clienti che hanno già scelto Sharp per la loro rete di punti vendita. Analogamente i System Integrator, da sempre impegnati solo nel mercato Corporate, possono diventare validi fornitori anche di soluzioni Retail. Naturalmente, Sharp può offrire un valido supporto per la costruzione dell'offerta e nella relazione con l'utente finale».

In prospettiva

«Ci chiediamo se Sharp, riconosciuta per prodotti e soluzioni 'premium' ha progetti di medio e lungo termine per ampliare la gamma su prodotti entry level: per essere competitivi bisogna avere il prodotto adeguato per ogni progetto. Se vogliamo creare fidelizzazione sul brand, in definitiva serve una gamma più ampia. In azienda abbiamo fatto nascere una divisione ad hoc, si chiama Digital Experience: per noi il Visual è esperienza. Il cliente più che acquistare un monitor investe in un'esperienza, crediamo sia questa la chiave. Diventa importante trasformarsi in punti di aggregazione, individuare soluzioni per essere più propositivi: nei progetti la parte creativa è fondamentale, ampliare le potenziali collaborazioni significa accedere a maggiori opportunità di vendita. Sharp potrebbe intervenire con attività di coordinamento per selezionare e proporre ai dealer dei partner da scegliere secondo le proprie necessità?».

Risponde Sharp

«Foxconn, subito dopo l'acquisizione formalizzata a Luglio 2016, ha manifestato l'obiettivo di rendere Sharp uno dei tre top brand del mercato video professionale – commenta Antonio Tamarazzo. Oggi si intravedono nel planning delle fabbriche i piani ambiziosi di un operatore abituato ad essere un leader nel mercato dell'elettronica. Sharp naturalmente non perderà le sue prerogative di qualità ma, grazie alle sinergie con Foxconn, avrà una maggiore innovazione e una gamma sempre più ampia. Gli obiettivi quindi sono molto ambiziosi e il rinnovamento della gamma di questi mesi ne sono una testimonianza».

«Quando abbiamo deciso di attivare il canale dei rivenditori office sapevamo del grande lavoro da fare e il listino è stato quindi ampliato con servizi, add-on e software per la gestione dei contenuti Sharp e di terze parti. Bisogna però sottolineare che Sharp rimane fundamentalmente un produttore hardware: il focus, rimane la produzione di pannelli e monitor. Soddisferemo meglio queste specifiche richieste con le nuove serie in arrivo i primi mesi del 2018, capaci di integrare le piattaforme software anche di terze parti aprendo, di fatto, ad una selezione di possibili partner di Digital Signage».



INFO
Telecomitalia.com
vrmitalia.it
Sharp.it

Gianluca Comparelli - TIM



Sede: Italia



Ida Sirolli - TIM, Maurizio Bellatreccia - TIM
Barbara Pizzuti - HR Services
Marco Marziali - VRM Italia



PN-70TB3
PN-E703

Condividere la conoscenza, sviluppare e diffondere nuove competenze

Una piattaforma open, un luogo digitale ma anche fisico per condividere know-how e skill tra colleghi e all'esterno. Otto sedi in tutta Italia, 22 aule dotate di Big Pad Sharp da 70"

■ TIM Academy è una 'Corporate University', una scuola di formazione interna che lavora su più filoni di attività: la definizione di nuovi contenuti di apprendimento a sostegno della strategia aziendale, l'utilizzo di nuovi format e nuove tecnologie digitali per l'apprendimento e la certificazione delle competenze e conoscenze acquisite.

L'Academy è organizzata secondo il ciclo delle competenze: focus su scouting e studio di competenze nuove, introduzione ed utilizzo interno delle nuove competenze, consolidamento ed aggiornamento interno con rimpiazzo delle competenze ormai obsolete. Elemento centrale è rappresentato da una piattaforma per offrire corsi in aula, online e offline, pensati per diffondere e sviluppare le nuove



competenze della trasformazione digitale, vantaggi competitivi indispensabili per guidare il mercato di riferimento.

La trasformazione digitale richiede un cambio di mentalità e di prospettiva. Era naturale per TIM realizzare modelli, approcci e strumenti capaci di abilitare la diffusione delle conoscenze acquisite, la condivisione fra colleghi di competenze già presenti in azienda valorizzando quindi la conoscenza delle persone di TIM. Ricordiamo che il profondo know how posseduto da TIM nelle tecnologie applicate alle telecomunicazioni risale nella storia di TIM a centri di ricerca e di formazione di eccellenza riconosciuti a livello internazionale (ad esempio CSELT - Centro Studi e Laboratori Telecomunicazioni e Reiss Romoli).

Il progetto

«Abbiamo iniziato a lavorare sul progetto TIM Academy nel marzo del 2014 e ventiquattro mesi dopo lo abbiamo lanciato ufficialmente – inizia così Ida Sirolli, Responsabile Human Resources Organization – Education & Communication di TIM. La fase di studio e progettazione è stata particolarmente approfondita. Era nostra intenzione comunicare il rilascio del progetto ed essere in grado, da subito, di coinvolgere le persone».

«TIM Academy – prosegue Ida Sirolli – supporta l'azienda nella definizione e nella realizzazione della sua strategia. Abbiamo attivato un nostro osservatorio che ci aiuta a comprendere i trend, così selezioniamo le competenze funzionali al nostro business futuro. Le offro un esempio concreto: il 5G. TIM possiede un profondo know how sul 5G, maturato nei nostri centri di innovazione e ricerca. Obiettivo dell'Azienda è diffondere progressivamente le competenze del 5G a tutta la popolazione aziendale dopo la formazione di un piccolo gruppo di esperti. Quando un'azienda si prepara ad affrontare un'evoluzione tecnologica così importante, che comporta una profonda evoluzione dei servizi, poter contare su un modello che consente la diffusione ampia e rapida delle skill trasversalmente in azienda rappresenta un considerevole vantaggio competitivo. Tra le attività della TIM Academy

Ida Sirolli
TIM



TIM Academy supporta l'azienda nella definizione e nella realizzazione della sua strategia. Il funzionamento della piattaforma è organizzato secondo il ciclo delle competenze

troviamo anche quella di knowledge management che ruota intorno a community interne all'azienda che aggregano persone su tematiche innovative».

TIM Academy è quindi una nuova frontiera della formazione: un luogo digitale ma anche uno spazio fisico per l'apprendimento, costituito da 8 sedi distribuite sul territorio nazionale per un totale di 22 aule attrezzate con la tecnologia più avanzata disponibile, capaci di collegare aule diverse ad un docente anche non presente in aula.

La tecnologia

«Le aule di TIM Academy – ci spiega Maurizio Bellatreccia, Responsabile Real Estate Roma e Sedi Direzionali di TIM – sono state pensate per facilitare le sessioni di formazione, riducendo ai minimi termini le problematiche che, di fatto, frammentano l'attività a causa di contrattempi e inconvenienti generati dai dispositivi tecnologici adoperati. Nelle aule di TIM Academy il docente utilizza il proprio laptop e/o smart device per visualizzare i contenuti





Alessandro Maria Martino - TIM

Maurizio Bellatreccia
TIM



“ Abbiamo scelto i Big Pad dopo aver condotto diversi test e approfondimenti: era nostro interesse avere la miglior tecnologia e la miglior interazione nei collegamenti in videoconferenza ”

sui Big Pad di Sharp e per condividerli, gestisce le operazioni da un unico schermo touch. I cavi vengono utilizzati soltanto per collegare il computer del docente ai Big Pad di Sharp e il microfono all'impianto audio; tutti gli altri collegamenti sono wireless. All'inizio della sessione formativa, quando i partecipanti entrano in aula ricevono un laptop già configurato con i software necessari, predisposto per la connettività di rete, così anche l'autonomia delle batterie dei laptop e il collegamento Wi-Fi non sono più un problema».

«L'infrastruttura di rete – prosegue Maurizio Bellatreccia – è basata su tecnologia Cisco, ci consente di gestire fino a 500 partecipanti collegati alla rete, per trasmettere contenuti ovunque e raggiungere chiunque. Per questo motivo abbiamo strutturato le aule dando priorità alla videoconferenza, tenendo conto che dovevano visualizzare, riprendere e trasmettere contenuti. In ogni aula è presente una coppia di Big Pad Sharp da 70", uno destinato alla videoconferenza e l'altro alla visualizzazione, con la possibilità di unire i

due schermi per ottenere un unico desktop. Le funzioni native del Big Pad consentono di inviare email e salvare i contenuti su chiavette USB, per assecondare le diverse esigenze. In ogni aula è stata installata anche una telecamera Full HD dotata di auto tracking per inquadrare sempre il docente, anche mentre cammina».

«Abbiamo scelto i Big Pad di Sharp – conclude Maurizio Bellatreccia – dopo aver condotto diversi test e approfondimenti: la scelta è stata fortemente ponderata; era nostro interesse avere la miglior tecnologia disponibile, soprattutto la miglior interazione nei collegamenti in videoconferenza, trasmettere via email quello che veniva disegnato e scritto sui Big Pad, la possibilità di salvare gli appunti da inviare ai partecipanti. Questa infrastruttura può svilupparsi nel tempo, secondo le esigenze possiamo implementare nuove funzionalità».

Il capitale umano

«Abbiamo sempre creduto che la formazione non potesse essere tutta digitale, per questo ai percorsi formativi abbiniamo momenti di presenza fisica in aule attrezzate – commenta Ida Sirolli».

Il claim di TIM Academy è Connecting Knowledge: potenzialmente è una risorsa che potrebbe essere condivisa con partner esterni, aziende e università. «Un'attività – conclude Ida Sirolli – che richiede un effort notevole, per questo dobbiamo avere risorse dedicate. L'obiettivo di TIM Academy è prioritario: in futuro, con l'ingresso massivo dell'artificial intelligence potrebbe essere necessario

riconvertire l'attività delle persone a mestieri diversi. La formazione e il lavoro di TIM Academy è assolutamente strategico».

La formazione

Barbara Pizzuti di HR Services coordina l'area Multimedia Support della Service Unit Education.

«La nostra struttura – ci spiega Barbara – è formata da 70 professionisti: progettisti, docenti e project manager con grande esperienza, docenti a tempo pieno da sempre, oltre ad uno staff di supporto all'erogazione della formazione. Come HR Services nel 2016 abbiamo avviato un percorso formativo importante: abbiamo investito sulle nostre persone trasformandole da docenti, formatori, progettisti tradizionali in social digital educator. Un cambio di mentalità che ha generato un valore aggiunto alle solide competenze, di questi professionisti, per contenuti e metodologia».

Prosegue Barbara: «Conseguentemente abbiamo portato all'interno l'attività di progettazione e sviluppo dei prodotti digital, parliamo di e-learning, videointerviste, videotutorial, webinar, ecc. investendo molto per rivisitare il modello di formazione tradizionale e per rendere più digitali anche i normali corsi erogati in aula in quanto la tecnologia consente al docente di moltiplicare gli strumenti a disposizione».

«Non abbiamo un catalogo di corsi – conclude Barbara Pizzuti – lavoriamo sempre in modalità custom. Sulla base dell'esigenza formativa che emerge andiamo a ritagliare un percorso flessibile, progettato ad hoc, composto da parti in presenza e parti online; per scelta non abbiamo standardizzato nulla».

Marco Marziali
VRM Italia



“ La tecnologia implementata nelle aule di TIM Academy dimostra come sia possibile moltiplicare gli strumenti che distinguono la didattica digitale evoluta ”

Manutenzione e gestione

«La tecnologia implementata nelle aule di TIM Academy – sottolinea Marco Marziali, Area Manager - Carrier Division di VRM Italia, la società che ha integrato la soluzione – dimostra come sia possibile moltiplicare gli strumenti che distinguono la didattica digitale evoluta. Ad esempio, possiamo collegare fra loro più aule di TIM Academy, evitando alle persone iscritte al corso trasferte impegnative per costi e tempi, lasciando la libertà al docente di accedere all'aula più vicina da raggiungere. Ma possiamo ospitare anche l'intervento di un esperto che si collega alle aule in remoto. Ci sono numerosi altri vantaggi, mi limito a citarne soltanto un altro: ogni sessione può essere registrata, rimanendo patrimonio dell'azienda: il progetto ha previsto la presenza di due studi di registrazione, a Roma e L'Aquila, per effettuare interventi di post-produzione e videointerviste che consentono di mettere online un prodotto curato ed efficace. Infine, la configurazione di ogni aula è la stessa: un vantaggio per chi le utilizza e per i tecnici della manutenzione, che possono lavorare in flessibilità quando devono sostituire un apparato guasto».

Barbara Pizzuti
HR Services



L'applicazione Sharp Touch Viewer permette l'installazione fino a 3 monitor interattivi in modalità multiboard consentendo la gestione contemporanea su finestre indipendenti di file con differente tipologia (documenti office, pdf, foto, video e pagine web).



INFO
 Scuolaliliana.it
 Ap-srl.it
 Sharp.it



Sede: Napoli



Carlo Matthey - Direttore Generale dell'Accademia
 Alessandro Pervito - Direttore Commerciale AP Srl



PN-L802B, PN-L702B
 PN-R903, PN-R703
 PN-Y555, LL-S242A

L'importanza della sfumatura per una formazione d'eccellenza

Una struttura all'avanguardia per statura dei docenti e dotazione tecnologica. Duemila metri quadrati, quattordici aule con Big Pad e monitor di Sharp per garantire un metodo di formazione esclusivo.

■ L'Accademia di Estetica Liliana Paduano è una realtà rinomata a Napoli e fortemente riconosciuta come istituzione d'eccellenza per la formazione professionale.

Fondata da Liliana Paduano nel 1980, la scuola rappresenta una tra le migliori soluzioni per chi vuole diventare estetista, massaggiatore, truccatore, onicotecnica, tatuatore, spa therapist e ottenere un diploma valido in tutti i paesi della comunità europea. Con la possibilità di accedervi dopo la scuola dell'obbligo, l'Accademia Liliana Paduano fa della formazione di qualità una vera passione e un obiettivo da garantire. Una missione perseguita con diligenza che ha formato, ad oggi, oltre 6mila professionisti. La scuola è gestita come una realtà imprenditoriale di alto profilo: il metodo formativo è in continua evoluzione per anticipare i mercati che verranno.



lilianapaduano
 ACCADEMIA DI FORMAZIONE PROFESSIONALE

Dal 2011 il centro è diretto da Carlo Matthey, figlio di Liliana Paduano. Un impegno costante, con il desiderio di far bene: la scuola è leader nel settore

della formazione professionale estetica in tutto il centro-sud. Per questi motivi, l'allestimento della nuova sede che si sviluppa su 2mila mq con 14 aule si è dotata di sei Big Pad Sharp, da 70 e 80 pollici: strumenti di formazione dalla elevata user experience. Inoltre, sono stati installati all'ingresso e nei corridoi monitor Sharp da 90, 70, 55 e 32 pollici, oltre a due touch LL-S242A da 24". La fedeltà colorimetrica, quando si tengono corsi di perfezionamento con docenti internazionali di riferimento, è una caratteristica indispensabile per poter visualizzare contemporaneamente a tutti i partecipanti i risultati ottenuti applicando le tecniche descritte.

Nuova sede per un nuovo inizio

«La nostra mentalità si fonda su un valore imprescindibile: continuare a fornire una formazione di qualità, proiettata nel mondo del lavoro – ci racconta Carlo Matthey, direttore dell'Accademia. L'obiettivo è consolidare la nostra posizione per diventare un punto di riferimento ancora più importante nel settore. Per questo, verso la fine del 2015, abbiamo inaugurato la nuova sede nel cuore di Napoli, adiacente la stazione centrale, che si estende per 2 mila mq con un totale di 14 aule per lezioni teoriche e pratiche. La vicinanza alla stazione ferroviaria consente a studenti e allievi che provengono da fuori sede di raggiungere la scuola senza difficoltà. La nostra struttura è molto frequentata, gli allievi provengono da tutto il centro-sud. Con il recente ampliamento dell'offerta formativa e la costituzione di 6 accademie specialistiche proseguiamo il percorso per continuare ad essere un polo attrattivo strategico. Approfittando di un lavoro di riqualificazione e di ristrutturazione, abbiamo voluto fare della nuova sede un centro all'avanguardia e polifunzionale: uno spazio dedicato alla crescita professionale

orientato alla bellezza e al benessere a 360°. Un'ambizione per continuare ad alzare l'asticella delle aspettative, ma che sappiamo essere fondamentale per la qualità del servizio che vogliamo garantire».

Tecnologia per professionisti

«Sempre più studenti frequentano la nostra scuola – prosegue Carlo Matthey. Da un paio d'anni a questa parte le iscrizioni sono aumentate esponenzialmente. Siamo passati da un volume di 150 allievi a circa 600 attuali. Per affrontare questo cambiamento

Carlo Matthey
Direttore Generale
dell'Accademia



“ I Big Pad di Sharp coinvolgono e fanno interagire in modo vivo i partecipanti durante una lezione. Obiettivi che abbiamo piacevolmente riscontrato, con grande soddisfazione di istruttori e allievi ”



abbiamo deciso di avviare il rinnovamento della dotazione tecnologica. La didattica e i metodi d'insegnamento stanno affrontando una radicale trasformazione, soprattutto per l'evoluzione digitale. I giovani sono nativi digitali e convivono con la tecnologia in modo ormai pervasivo. Per questo motivo la didattica deve tenere il passo con il nuovo che avanza. C'è da sottolineare poi che nel campo dell'estetica, del trucco e della bellezza, è utile avere dispositivi visual capaci di riprodurre le corrette sfumature e le precise colorimetrie come i Big Pad di Sharp hanno confermato. In ambito formativo è una prestazione essenziale, per dare una corretta rappresentazione aderente alla realtà. La tecnologia integrata nei prodotti visual non è tutta uguale, sembra così solo all'apparenza. Immagini di alta qualità con colori vivi e realistici favoriscono durante le lezioni un elevato livello di coinvolgimento emotivo.

Passione, metodo didattico e strumentazione adeguata

«Il nostro lavoro è alimentato dalla passione e la passione si trasmette con il metodo didattico e con l'aiuto di una strumentazione adeguata. Per dar forma a queste nostre intenzioni, abbiamo sfruttato la profonda

Alessandro Pervito
Direttore Commerciale
AP Srl



conoscenza che da oltre 15 anni ci lega con la società AP srl, dealer di Sharp. Dal confronto con Alessandro Pervito abbiamo individuato soluzioni efficaci per trasformare in realtà le nostre idee. Nello specifico, abbiamo installato tre Big Pad Sharp in tre aule adibite a lezioni teoriche, con capienza da 50 a 100 posti a sedere. Questo per garantire un livello di coinvolgimento intenso durante lo svolgersi delle lezioni. I Big Pad si sono rivelati efficaci per le nostre esigenze: lo studente è attratto dalle immagini e l'interazione con lo schermo touch garantisce immediatezza e facilità di utilizzo assolutamente non comparabili con le tradizionali LIM. Si riduce poi la fastidiosa componente tipica della lezione frontale ed è

“ **Sempre più spesso la tecnologia è capace di adattarsi alle caratteristiche dei suoi utilizzatori. La user experience intuitiva dei display Big Pad di Sharp è perfetta per i nativi digitali** ”





possibile integrare facilmente gli strumenti della didattica classica. Inoltre, nel settore dell'estetica è fondamentale poter contare su un rapporto di contrasto ai massimi livelli, per dare l'esatta misura di una tonalità di colore di un trucco. Dettagli che si notano e fanno la differenza. In aggiunta ai Big Pad abbiamo installato tre monitor nei corridoi e all'ingresso, tutti con risoluzione Full HD. Questi monitor sono stati pensati per garantire un'immagine al livello della nostra Accademia, per offrire un impatto visivo che caratterizzasse la nuova struttura».

Dotazione 'future proof'

La fornitura e l'installazione dei Big Pad e dei monitor è stata effettuata da AP srl. «Siamo partner e dealer per Sharp Italia, ci occupiamo di tutto ciò che riguarda il mondo office automation e printing solutions – commenta Alessandro Pervito, Direttore Commerciale. Ci contraddistingue il fatto di proporci come un vero e proprio general contractor, capace di proporre una gamma completa di soluzioni, dal visual alla multifunzione, all'arredamento all'illuminazione. In una battuta, cerchiamo di dettagliare soluzioni ad hoc per diventare un unico interlocutore di riferimento per i nostri clienti. Nella nuova sede dell'Accademia di Estetica Liliana Paduano abbiamo installato sei Big Pad, due da 80 e quattro da 70 pollici. La qualità delle immagini e la capacità di visualizzare colori reali stupisce sempre i nostri clienti. Per questa Accademia, che ospita numerosi corsi tenuti da docenti di fama internazionale, si tratta di una prestazione indispensabile».

Interazione intuitiva




«I Big Pad sono dispositivi perfetti nel contesto educational poiché permettono un'interazione intuitiva e dinamica – aggiunge Alessandro Pervito. Lo studente soprattutto, abituato ai touchscreen di smartphone e tablet, si coinvolge immediatamente e apprezza subito l'immediatezza comunicativa. Oltre ai Big Pad abbiamo integrato sette monitor Sharp – uno da 90, due da 70, due da 55 e uno da 32 pollici, oltre a due touch da 24" – posizionati nei corridoi e all'ingresso. I contenuti sono autoprodotti dalla scuola: questo lascia a loro una grande libertà di manovra per visualizzare slide, contenuti web, video, file PDF, filmati o immagini riprese in diretta da una videocamera».

Noleggio operativo

«Ai nostri clienti – conclude Alessandro Pervito – proponiamo anche formule di noleggio, il riscontro è elevato perché consente di ammortizzare i costi e programmare le spese. Il noleggio è una leva efficace per investire in soluzioni digital e rinnovare la propria dotazione tecnologica. L'idea che un investimento importante possa ripagarsi nel tempo e non gravare sull'aspetto finanziario sta convincendo sempre più aziende ad investire con questa formula. Una comunicazione che voglia stare al passo con i tempi deve essere veloce nell'aggiornare i contenuti, per dare un'immagine accattivante e di prestigio che solo una dotazione tecnologica adeguata è capace di offrire».



INFO
lamanzoni.it
bcs.it
Sharp.it

Sede: Milano   Renata Anelli - Responsabile didattico
Stefano Alberti - Responsabile tecnologico
Antonio Borriello - BCS Consulting  Big Pad PN-70SC3

Un piano formativo evoluto pensato da anni

L'ITE del Civico Istituto Manzoni propone un piano formativo basato sulla didattica digitale, per generare negli studenti curiosità, nuovi stimoli e motivazione, tenendo in considerazione le vere esigenze educative e culturali.

Il Civico Istituto Manzoni è una Istituzione Scolastica con un passato illustre. Fondata a metà Ottocento, oggi è un polo che comprende al suo interno un Liceo Linguistico, il nuovo ITE – Istituto Tecnico Economico a indirizzo Amministrazione, Finanza e Marketing, aperto nel 2012 in seguito alla chiusura del PACLE – il Liceo Linguistico dedicato agli allievi del Teatro alla Scala di Milano e un centro d'istruzione per adulti e adolescenti preposto al recupero degli anni scolastici.

All'ITE gli studenti interagiscono con l'attività didattica solo attraverso dispositivi multimediali e libri digitali: per questo motivo sono stati installati undici Sharp Big Pad PN-70SC3 da 70" in altrettanti classi e nella media room.

Milano



Comune di Milano

Curiosità, stimolo, motivazione

L'idea che sta alla base della nuova metodologia proposta dal Civico Istituto Manzoni si può sintetizzare in questo slogan: curiosità, stimolo, motivazione!

«Il tema che abbiamo portato avanti in questi anni – ci spiega la Prof.ssa Renata Anelli, responsabile didattica del progetto multimediale – è stato adoperare strumenti tecnologici per sviluppare un'attività didattica necessaria ad attuare il nuovo piano formativo. Abbiamo perciò impostato un programma per far utilizzare ai ragazzi questi strumenti. Crediamo sia importante educare le nuove generazioni all'uso intelligente della tecnologia, per sviluppare le competenze trasversali, così come viene oggi richiesto nelle università e nel mondo del lavoro. Siamo convinti

che sia errato ritenere le nuove generazioni di per sé native digitali: è importante istruirle al corretto uso della tecnologia, per educare a fruirne in modo sano e consapevole».

«Abbiamo elaborato il metodo didattico della Palma – prosegue Renata Anelli – quando ancora era operativo il Civico PACLE Manzoni, prima della chiusura decisa dall'Amministrazione in conseguenza della Riforma Gelmini. Un metodo basato su concetti importanti; ad esempio: l'apprendimento approfondito, l'approccio interdisciplinare e per competenze, lo sviluppo di un pensiero autonomo e indipendente e l'adesione al concetto di cittadinanza attiva, perché lo studente deve sentire il senso di appartenenza alla sua epoca e alla sua società, sperimentare la possibilità di essere attore e non spettatore del suo tempo. Abbiamo partecipato a numerosi eventi organizzati da enti pubblici, aziende private e università, in Italia e in Europa, per raccogliere stimoli e idee. Queste nuove attività didattiche richiedono lavori in gruppo, spazi diversi e tempistiche flessibili, 'su misura', in funzione di metodi e argomenti. Le prime sensazioni sull'attività avviata sono positive: il mezzo, ossia il Big Pad di Sharp da 70 pollici, lo stiamo utilizzando in diverse classi, il riscontro da parte degli studenti è entusiasta: si percepisce un senso di chiara soddisfazione, l'attenzione e la vitalità delle lezioni ne hanno

Renata Anelli
Responsabile didattico del progetto



“ **I Big Pad di Sharp da 70 pollici li stiamo usando in diverse classi, il riscontro degli studenti è entusiasta: l'attenzione e la vitalità delle lezioni ne hanno guadagnato** ”

guadagnato. È un'innovazione sostanziale per parlare alle nuove generazioni, catturare i loro sguardi, coinvolgerli e permettergli di esprimere tutto il loro potenziale. Per l'Istituto significa adottare una tecnologia che aiuti a creare un piano formativo differente. Certo, sui contenuti digitali c'è molto da fare, siamo ancora all'inizio».

I giovani e il futuro eterno confronto

«Bisogna sostenere i giovani – afferma il Prof. Stefano Alberti, responsabile tecnologico del progetto – affinché nel loro percorso di crescita e di formazione possano utilizzare strumenti



efficaci per mettere in risalto le proprie qualità. Vogliamo adoperare la tecnologia per coinvolgere i nostri studenti in progetti didattici stimolanti, attraverso la curiosità e il gioco. Per questo motivo ci siamo orientati verso una soluzione capace di traghettare la didattica verso un'evoluzione costante: dal libro alle LIM e ora ai Big Pad. Abbiamo così indetto un bando di gara e valutato diverse soluzioni: fin da subito abbiamo potuto apprezzare la qualità dei display Sharp. Siamo stati invitati presso lo show room di Milano dove abbiamo capito immediatamente che si trattava di una soluzione ben più avanzata della tradizionale LIM. Difatti, oltre a permettere una visione confortevole, merito di una fedeltà cromatica e un rapporto di contrasto elevati, i Big Pad possiedono una tecnologia che consente un'interazione intuitiva. Nella sostanza

è come essere di fronte ad un gigantesco smartphone. Inoltre, non va dimenticato il grande vantaggio dell'assenza di manutenzione. Ci garantiamo così un notevole risparmio di tempo e denaro. Per consentire l'accesso diretto e libero ai contenuti multimediali, tutta l'infrastruttura è supportata da una rete dedicata, Wi-Fi e non cablata. Questo ci ha permesso di utilizzare una connettività separata da quella del Comune di Milano».

Progetti che entusiasmano i ragazzi

«Riguardo all'attività in classe – commenta la Prof.ssa Chiara Casati, docente di Matematica – era nostra intenzione dotare gli studenti di monitor multitouch, per introdurre questo strumento in modo sistematico e pervasivo nella didattica ordinaria. Ci sono progetti che trovano in questa tecnologia un mezzo indispensabile per realizzarsi. Dare sostanza, per esempio, a concetti astratti per aiutare la comprensione e l'assimilazione dei contenuti. Abbiamo elaborato e messo in pratica un progetto di matematica che ha piacevolmente entusiasmato i ragazzi e li ha fatti letteralmente immergere nel vivo della lezione. Questo approccio didattico coinvolge molto di più i ragazzi, dà molteplici possibilità di sviluppare una didattica interattiva, prendere appunti, archivarli e condividerli immediatamente. Tutto in un'ottica stimolante, per promuovere una didattica attiva. Questi monitor possiedono davvero una sostanziale efficacia comunicativa, per trasmettere concetti,

Antonio
Borriello
BCS Consulting



“ I Big Pad sono strumenti semplici da usare rispetto alle LIM, complicate nell'impiego e costose nella manutenzione. L'immediatezza li rende simili a smartphone e tablet, device che i giovani conoscono bene “



Chiara Casati
Docente di Matematica



“ I Big Pad sono mezzi indispensabili per allestire progetti altrimenti impensabili. Consentono di mettere in pratica idee, renderle concrete e tangibili ”

renderli concreti e per aiutare la memorizzazione e la concentrazione nell'apprendimento. Nel futuro pensiamo di potenziare l'offerta, per condividere materiale didattico anche in videoconferenza. Per il momento la nostra ambizione è creare condivisione, far sì che questi strumenti possano stimolare l'alunno. Per esplorare e gettare un seme oggi e far crescere una quercia domani».

Big Pad: strumenti per imparare

La fornitura e l'installazione dei Big Pad al Civico Istituto Manzoni è stata effettuata da BCS Consulting.

«Come rivenditori Sharp – commenta Antonio Borriello – ci occupiamo di vendita e installazione di soluzioni visual, nei settori che spaziano dal business all'educational. Il

Big Pad è uno strumento decisivo nelle scuole dove si promuove l'innovazione tecnologica. La necessità di questo Istituto era sostituire le vecchie LIM dotate di proiettori con uno strumento più moderno, facile da gestire nella manutenzione, capace di garantire una qualità di visione più confortevole. In totale sono stati installati e configurati 11 Big Pad Sharp modello PN-70SC3 da 70", rimuovendo le vecchie apparecchiature. Dietro ad ogni Big Pad abbiamo collegato i NUC, minicomputer dove sono installati il software Touch Display Link di Sharp e altri programmi necessari a visualizzare i documenti. Il Big Pad è l'elemento che fa la differenza perché offre una user experience evoluta, analoga a quella di smartphone e tablet. I servizi pre e post-vendita di Sharp sono di qualità, rapidi e immediati: questi sono elementi altrettanto determinanti».

Stefano Alberti
Responsabile tecnologico del progetto



“ Adoperiamo la tecnologia per definire una nuova offerta didattica, in grado di stimolare la partecipazione, la condivisione di materiali, e il coinvolgimento degli studenti ”



INFO
uniroma4.it
Sharp.it



Sede: Roma



Luca Rocchegiani - Università degli Studi di Roma
Fabrizio Ales - Progetto e direzione lavori



PN-V601A
LL-S201A
PN-L702B

Videowall 3x3: il contesto diventa polivalente

L'Università degli Studi di Roma "Foro Italico" ha installato nella palestra un videowall 3x3 composto da monitor Sharp da 60", integrato in una struttura autoportante in legno lamellare.

■ Uno spazio molto importante, con un soffitto alto ben 15 metri: stiamo parlando della palestra dell'Università degli Studi di Roma "Foro Italico". Un ambiente molto illuminato dalla luce naturale che filtra da una superficie vetrata di oltre 100 mq, disposta nella parte superiore.

L'Università ha deciso di dotare questo ambiente di un videowall per poter disporre non solo di un semplice luogo dove praticare sport indoor ma anche di un contesto dove organizzare eventi e manifestazioni importanti per l'Ateneo.

Il dealer Delta Systems di Roma, partner Sharp di lunga data, si è aggiudicato la gara d'appalto e l'Architetto Fabrizio Ales, per conto dell'Università, ha curato il progetto e la direzione lavori.



Contesto imponente

«Di questo lavoro, ossia del videowall 3x3 composto da nove monitor Sharp PN-V601A, sono particolarmente orgoglioso, per diversi motivi. Innanzitutto – ci spiega l'Architetto Ales – ci troviamo nella palestra più grande dell'ateneo, un ambiente imponente alto 15 metri, praticamente quanto un palazzo di cinque piani».

L'Università degli Studi di Roma Foro Italico è un istituto di istruzione universitario statale italiano, l'unico del Paese dedicato allo studio delle scienze motorie e sportive.

Fondato nel 1928 come Accademia di Educazione Fisica di Roma, la sua sede è al Foro Italico di Roma e dal 2013 il suo rettore è il Prof. Fabio Pigozzi.

Superficie polivalente

«Come palestra non aveva alcuna dotazione tecnologia avanzata, a parte un impianto audio Bose di alta qualità – commenta Fabrizio Ales – così abbiamo affrontato lo studio iniziando a passare in rassegna le soluzioni praticabili, tenendo conto di due fattori importanti: la volumetria e la luce ambiente; infatti, le pareti della palestra sono formate da un'importante superficie vetrata che guarda verso lo Stadio del Marmi. Ci siamo subito orientati sul videowall per la dimensione estesa del contesto, ma abbiamo dovuto escludere l'utilizzo di monitor tradizionali, a luminosità standard, per la quantità di luce naturale presente quando le giornate sono luminose. La trasformazione di un contesto di questo tipo deve prevedere soluzioni utilizzabili 365 giorni all'anno, affinché il successo dell'installazione sia garantita. Per un discorso analogo abbiamo dovuto scartare anche i videoproiettori: installarli ad un'altezza di 15 metri sarebbe stato improponibile oltre che troppo costoso, con il rischio di forzare l'oscuramento delle finestre durante il loro utilizzo. Così abbiamo deciso di proporre un videowall con monitor Sharp PN-V601A ad alta luminosità, da 700 cd/mq. Il risultato ci ha dato ragione perché in presenza di molta luce proveniente

Fabrizio Ales

Progetto e direzione lavori



“ La soluzione ha dimostrato la qualità del progetto: anche in presenza di molta luce proveniente dall'esterno, nelle ore centrali della giornata, il videowall mantiene sempre una leggibilità perfetta ”

dall'esterno, nelle ore centrali della giornata, il videowall mantiene sempre una leggibilità perfetta e non si perde alcun dettaglio guardando le immagini da ogni punto della palestra».

Struttura autoportante legno lamellare

«Abbiamo progettato una struttura autoportante da 7 metri x 4,5 metri, pensata per integrarlo – prosegue l'Architetto Ales. All'inizio abbiamo pensato fosse sufficiente un videowall 2x2 con monitor da 60". Quando la committenza ha esaminato il progetto ha





Le dimensioni della palestra, oltre che allo svolgimento delle attività didattiche, si prestano anche ad ospitare conferenze, meeting, esposizioni e ricevimento degli ospiti per eventi di vario genere. Luca Rocchegiani, Università del Foro Italico

valutato di estenderlo ad una configurazione 3x3, per rendere ben visibili le immagini da ogni angolo della palestra. Quindi abbiamo adattato il progetto, allargando la base: questo videowall 3x3 ha una dimensione complessiva di 180 pollici; inoltre, il peso dei 9 monitor è importante, di oltre 400 kg: per questo la struttura del mobile è stata realizzata in legno lamellare, particolarmente resistente e capace di mantenere la forma iniziale, senza subire deformazioni nel tempo, oltre che esteticamente gradevole».

La configurazione

Il mobile in legno lamellare ospita il videowall 3x3, il computer con scheda grafica dedicata per la gestione dei nove monitor e

un touch screen Sharp da 20 pollici modello LL-S201A, utilizzato per evitare di collegare al computer mouse + tastiera e avere una preview delle immagini inviate al videowall. I monitor PN-V601A hanno un'operatività H24, quindi progettati per un utilizzo intensivo, non sviluppano un'elevata quantità di calore. In ogni caso, per mantenere la temperatura di lavoro sempre ai minimi termini sono state predisposte all'interno del mobile ventole di estrazione dell'aria calda. La scheda integrata nel computer genera due diverse uscite: DVI e HDMI. La DVI è stata collegata al primo dei monitor del videowall; i successivi sono collegati in daisy chain, sempre in DVI.

Il monitor Sharp da 20" invece, utilizza l'uscita HDMI.

L'assemblaggio del videowall è stato realizzato in due fasi distinte: nella prima ci si è occupati di montare le staffe a pantografo sul pannello di supporto, utilizzando dime dedicate. Quindi, la struttura è stata issata sul mobile in legno e successivamente sono stati installati i monitor. Il lavoro nel suo complesso è stato realizzato in una settimana circa.

Il parere dell'Università

«L'idea di installare un sistema di visualizzazione nella Palestra Monumentale nasce diversi anni fa – ci spiega il Dottor Luca Rocchegiani, Coordinatore Area Infrastrutture

e Sicurezza dell'Università degli Studi di Roma "Foro Italico" – *quando è emersa l'esigenza di avere un ambiente capace di fungere da sala multifunzionale, in grado di ospitare un numero di persone considerevolmente più elevato rispetto all'attuale Aula Magna. L'adeguamento della Palestra è stato realizzato tramite Fondi Convenzione P.C.D.M.».*

«Le dimensioni della palestra – prosegue Luca Rocchegiani – si prestano, oltre che allo svolgimento delle attività didattiche, anche ad ospitare eventi di vario genere qualora l'aula Magna risultasse troppo contenuta; ad esempio: conferenze, meeting, esposizioni e ricevimento degli ospiti per eventi di vario genere. Siamo soddisfatti dell'installazione, sia per la facilità d'uso che rende fruibile anche ad utenti meno esperti le operazioni di accensione, spegnimento e caricamento/diffusione dei contenuti, sia per la visibilità ottimale del videowall da ogni punto della palestra; la luminosità dei monitor, infatti, garantisce un'ottima qualità delle immagini in qualsiasi condizione di luce».

L'Università degli Studi di Roma "Foro Italico" è il quarto Ateneo Statale della città di Roma. Assicura tutti i livelli di formazione universitaria nel campo delle Scienze del Movimento Umano dello Sport rilasciando i titoli di laurea triennale, magistrale e dottorato di ricerca previsti dall'ordinamento universitario ministeriale.

Big Pad in aula e per conferenze

Questa Università utilizza anche altri strumenti Sharp; nello specifico, ben 14 Big Pad PN-L702B in altrettante aule, oltre a stampanti multifunzione a colori Sharp MX-2314N. È possibile far lavorare i dispositivi in rete (cablata o Wi-Fi), per condividere file e stampanti. Le lavagne sono state inserite anche in due contesti di conferenze, nella sala riunione del Rettorato e nella sala Consiliare dell'Ateneo.

«Il design dei Big Pad ha un notevole impatto visivo – è il parere dell'Architetto Ales – sufficiente da solo a modificare totalmente l'aspetto delle aule. Anche negli ambienti non adibiti alla didattica, le lavagne si integrano perfettamente sia dal punto di vista estetico che dal punto di vista tecnologico, come nel caso della sala riunioni del Rettorato, in cui viene utilizzata per videoconferenze. Nella grande sala Consiliare, detta 'sala Marinozzi', fulcro della vita dell'Ateneo, utilizzata non solo per la discussione delle tesi e la proclamazione delle lauree, ma anche per conferenze, workshop e master universitari, il Big Pad è stato collocato sul suo supporto, ma è prevista una successiva integrazione nella boiserie in legno che riveste le pareti della sala, esattamente come gli attuali apparati tecnologici presenti».





INFO
justplay.store/it
Sharp.it

Foto: Luca Morandini



Sede: Veneto



3A dei F.lli Antonini SpA - Fabio Antonini, Managing Director
 Studio Alberto Apostoli - Massimiliano Tita, Architetto
 Gamma SpA - Giovanni Elampini, Presales Analyst



PN-R703, PN-Y556
 PN-Y326, PN-Y496

Just Play: nuovo concept dotazione tecnologica all'avanguardia

Nasce il primo negozio Just Play, dedicato ai più giovani. Un concept nuovo per fondere i canoni della vetrina tradizionale con l'appeal del Digital Signage e dell'e-commerce. Presenti 24 monitor Sharp.

È stato inaugurato a marzo presso il Centro Commerciale Adigeo di Verona Just Play, dedicato a Teen, Kids e Infant.

Just Play è l'espressione di una nuova idea di franchising, pensata per coniugare la tradizionale impostazione di uno store con una dotazione tecnologia all'avanguardia.

Fondere due elementi

«Ci siamo mossi dal voler creare qualcosa di totalmente nuovo – ci racconta Fabio Antonini, Managing Director di 3A dei F.lli Antonini Spa, distributore ufficiale di Nike Italia e distributore esclusivo di Nike Swim e Haddad Brands – con l'intento ambizioso di comporre un concept retail radicalmente innovativo. Ci definiamo distributori

dell'era 3.0, capaci di rappresentare puntualmente i valori del brand che distribuiamo. Il negozio Just Play vuol essere un esperimento capace di fondere due elementi: il tradizionale concetto di negozio e una profonda digitalizzazione dei suoi contenuti. In una battuta, non solo immaginare un nuovo modello di business, ma delineare anche una nuova struttura retail, costruita intorno a una tecnologia che fonda l'emozione di un'esperienza video con l'interattività tipica dei dispositivi touch. Siamo partiti con la volontà di sperimentare, ora siamo pronti per espandere il nuovo concept sia in Italia che in Europa. I monitor Sharp ci consentono di comunicare immagini visualizzate con elevata qualità».

Formato User Experience

«Il restyling del negozio è passato attraverso l'integrazione dei monitor Sharp – spiega Massimiliano Tita dello Studio Alberto Apostoli, architetto e coordinatore di tutte le fasi del progetto – rimanendo favorevolmente sorpresi dalla precisione colorimetrica. Abbiamo aggiunto elementi di Digital Signage per parlare la lingua dei ragazzi e fargli scoprire come abbiamo trasformato un ambiente tradizionale qual è un negozio. Così i monitor sono stati installati non solo per dare maggiore visibilità ai prodotti, bensì per consentire un'interazione originale e intensa con i prodotti stessi. È possibile vivere questa user experience grazie ad alcuni dispositivi, ad esempio i totem, monitor posti in posizione verticale con molteplici funzionalità: sono cataloghi sfogliabili che richiamano l'e-commerce, strumenti per veicolare spot pubblicitari e sono anche postazioni ludiche che permettono ai ragazzi di simulare attività sportive. Queste idee nascono dal bisogno di utilizzare i monitor non solo per funzionalità promozionali, ma per far scoprire e far interagire i clienti con il prodotto, giovani e ragazzi abituati a convivere all'interno di uno spazio sempre più virtualizzato. Inoltre, il layout del negozio è stato progettato anche per trasformarsi nel corso della giornata,

Fabio Antonini
Managing Director
3A dei F.lli Antonini



“ Siamo partiti con la volontà di sperimentare, ora siamo pronti per espandere il nuovo concept sia in Italia che in Europa. I monitor Sharp ci consentono di comunicare immagini visualizzate con elevata qualità ”

merito di un programma di domotica integrata. Così facendo, il punto vendita si modifica: alla mattina, quando i ragazzi sono a scuola, l'atmosfera e i contenuti sono studiati per persone adulte, le mamme ad esempio; nel pomeriggio lo scenario si predispone per attrarre un pubblico teen, con musica più energica, un'illuminazione soft e contenuti video legati al mondo dello sport. Soluzioni digitali pensate per seguire target diversi in diversi momenti della giornata, il tutto costruito su un nuovo concetto di negozio che può essere definito e-shop – il negozio virtuale, metà e-commerce e metà classic store»

Foto: Luca Morandini





Foto: Luca Morandini

Massimiliano Tita
Studio Alberto Apostoli
Architetto e Coordinatore
del progetto



Il restyling del negozio è passato attraverso l'integrazione dei monitor. Abbiamo aggiunto elementi di Digital Signage per parlare la lingua dei ragazzi e fargli scoprire come abbiamo trasformato un ambiente tradizionale qual è un negozio

Digital Signage con monitor Sharp

Nella ricezione di una nuova esigenza, Giovanni Elampini di Gamma Spa, dealer Sharp, ha saputo cogliere la sfida proposta da Fabio Antonini.

«Siamo fornitori di 3A per i prodotti office, multifunzioni e materiali per il printing – dice Giovanni Elampini. I rapporti sono ottimi come i prodotti che forniamo, curiamo il servizio nei minimi particolari. Abbiamo assistito alla presentazione del progetto, fondato sull'integrazione del Digital Signage, e ci è sembrato naturale proporre la gamma Visual Solution di Sharp, enfatizzando importanti punti di forza, come la naturalezza dei colori, indispensabile per rappresentare realisticamente prodotti che il cliente può

vedere e toccare anche nei negozi, a volte in prossimità dei monitor stessi. La qualità totale dei prodotti è un presupposto fondamentale per soddisfare brand del calibro di Nike. Questa fornitura rientra in un processo di fidelizzazione consolidato nel tempo, grazie al quale la nostra azienda Gamma Spa ha potuto attivare una strategia dell'offerta basata sull'espansione flessibile, funzionale all'integrazione. Per questo primo punto vendita Just Play abbiamo fornito 24 monitor Sharp, composti da modelli diversi in base agli spazi e alle esigenze di comunicazione. Quattro monitor PN-R703, 70" da 700 cd/m², sono stati collocati in verticale, integrati in due colonne distinte. Possono visualizzare un contenuto sincronizzato oppure differente e offrono un impatto importante anche dall'esterno, per dare più visibilità al punto vendita. Vi sono poi sedici monitor PN-Y326 da 32", tutti 450 cd/m². Sono disposti soprattutto in patchwall sul retro della cassa, per visualizzare contenuti indipendenti o sincronizzati, secondo la natura del messaggio, garantendo un maggior impatto scenografico. Abbiamo poi tre monitor PN-Y556 da 55" pensati per essere una sorta di catalogo sfogliabile e un PN-Y496 da 49", in posizione verticale, utilizzato come camerino virtuale, abbinato al Kinect. Tutti i monitor sono collegati in rete e i contenuti sono gestiti da player BrightSign. Naturalmente, per un'attività commerciale è fondamentale avere un prodotto che possa funzionare ininterrottamente, 24/7. Abbiamo programmato l'accensione e lo spegnimento dei monitor per seguire il ritmo d'apertura e chiusura del centro commerciale».

Un negozio 'su misura'

«Nel concepire l'idea del progetto abbiamo dovuto analizzare accuratamente il mercato – commenta Fabio Antonini – per comprendere in modo accurato l'abitudine al consumo e i target specifici. Questo store, con le sue soluzioni di Digital Signage, è rivolto ai teenager ma anche i ragazzi fino ai 12 anni, per attrarre una nuova tipologia di clientela con un messaggio a loro familiare, a cui sono abituati. Oltre a ciò, il layout del negozio è stato pensato per essere un vero e proprio percorso virtuale interattivo, per predisporre all'acquisto. Con questo sistema abbiamo voluto unire e-commerce e negozio fisico tradizionale: gli articoli si possono guardare e provare; quindi scegliere se acquistarli direttamente in negozio oppure riceverli direttamente a casa propria. Soprattutto, vorrei evidenziare il fatto che questa integrazione tecnologica si propone di enfatizzare il prodotto, declinarlo in un modo originale, e non di oscurarlo. L'evoluzione del punto vendita si serve di tecnologia per ristrutturare elementi essenziali del suo core business».

Qualità dei prodotti qualità dei servizi

«Sharp è un prodotto di grande qualità, abbina ottime prestazioni ad un'affidabilità e a una longevità elevate – ci spiega Giovanni Elampini. In un contesto commerciale questi

Giovanni Elampini
Gamma Spa
Presales Analyst



elementi sono essenziali per dare continuità e autorevolezza al proprio business. Per espanderci dal mondo Office al Digital Signage, abbiamo messo a punto una struttura flessibile, capace anche di garantire interventi in tempi estremamente celeri: molto però dipende dalla tipologia di installazione e del cliente finale. Ma a questo eravamo già abituati nell'ambito office: solitamente abbiamo Service Level Agreement contrattuali che prevedono interventi entro il giorno lavorativo successivo la segnalazione del guasto. Va riconosciuto però che Sharp propone prodotti così affidabili che l'indice di difettosità è praticamente vicino a zero. I rari problemi, poi, si manifestano durante le prime 100 ore di funzionamento e questo aspetto facilita ancora di più il nostro lavoro».

“ La qualità totale dei prodotti è un presupposto fondamentale per soddisfare brand del calibro di Nike. Questa fornitura rientra in un processo di fidelizzazione consolidato nel tempo, grazie al quale la nostra azienda ha potuto attivare una strategia dell'offerta basata sull'espansione flessibile, funzionale all'integrazione ”

Foto: Luca Morandini





INFO
 dufry.it
 elettromeccanicabustese.it
 signorellisnc.com
 hddsvision.it
 Sharp.it



Sede: Italia



Massimo Smaniotto - Elettromeccanica Bustese
 Antonio Gianazza - Signorelli Cesare



PN-V601, PN-R556,
 PN-E803
 player HDDS Vision

Luxury duty-free shopping

Tre installazioni di prestigio nelle aree Dufrital negli aeroporti di Firenze, Bergamo e Milano. Videowall e Monitor Sharp di grandi dimensioni per promuovere gli acquisti ai turisti in prossimità dei gate d'imbarco.

■ Dufrital, società specializzata in Italia nel duty free, ha aperto il suo primo negozio all'aeroporto di Linate nel 1979. Oggi è presente nei più importanti aeroporti italiani con oltre 50 punti vendita.

Elettromeccanica Bustese è un fornitore storico di Dufrital e dei principali aeroporti italiani, da diversi decenni: realizza l'impiantistica elettrica, elettronica e multimediale oltre a garantire l'assistenza e la manutenzione post-vendita con personale on-site dedicato, servizi sensibili a garantire il successo in contesti commerciali così importanti.

Dufrital appartiene al gruppo Dufry Ltd, definito un global travel retailer, leader di mercato con un market share del 20%. Dufry è presente in 64 Paesi con oltre 2.200 negozi situati in aeroporti, navi da crociera, porti marittimi e altre location turistiche.

Negli aeroporti, lo shopping del lusso è



organizzato in showroom curate nei minimi particolari: arredi pregiati, ambienti illuminati ad arte, digital signage con immagini di elevata qualità e fedeltà cromatica superiore. Questa Case History racconta la presenza del brand Sharp e dei suoi monitor di grande formato in tre installazioni selezionate, realizzate negli aeroporti di Firenze Peretola, Bergamo Orio - Il Caravaggio e Milano Malpensa, in location dove la qualità delle immagini e l'affidabilità del prodotto vengono valutate con attenzione.

Firenze Peretola 80 pollici verticale

L'Aeroporto di Firenze-Peretola è intitolato al celebre navigatore fiorentino Amerigo Vespucci, nato per l'appunto a Peretola. Passato il controllo sicurezza si apre l'area dedicata ai duty free, gestita da Dufrital, appena ristrutturata.

«In quest'area abbiamo realizzato tutta l'impiantistica, compresa la fornitura della soluzione Digital Signage con i relativi prodotti AV - ci spiega Massimo Smaniotto, socio di Elettromeccanica Bustese, certificata SOA RINA e ISO 9001. La collaborazione con Dufry AG è nata alcuni decenni fa quando abbiamo realizzato impianti e sistemi di illuminazione per i primi duty-free shop degli Aeroporti di Milano Malpensa e Linate. Oggi il rapporto con Dufry AG è ben consolidato. Collaboriamo con loro in tutti gli aeroporti italiani, abbiamo conquistato la loro fiducia: sono soddisfatti del nostro lavoro e apprezzano il nostro atteggiamento basato sul confronto: esprimiamo sempre il nostro punto di vista, anche quando non condividiamo la soluzione da adottare. Ci teniamo a dire le cose in anticipo anziché a lavori fatti: il buon senso e l'onesta professionale sono due valori importanti; il nostro fondatore mi ripeteva sempre: diamo la precedenza alla qualità del lavoro, curando ogni particolare e il resto viene da sé. Qui a Firenze abbiamo interpretato il progetto, tenendo conto le esperienze di successo già realizzate a Bergamo e a Milano. Certo che la qualità dei monitor Sharp è fondamentale per ottenere la soddisfazione del cliente: la qualità delle immagini e l'affidabilità non sono in discussione. Inoltre, il supporto

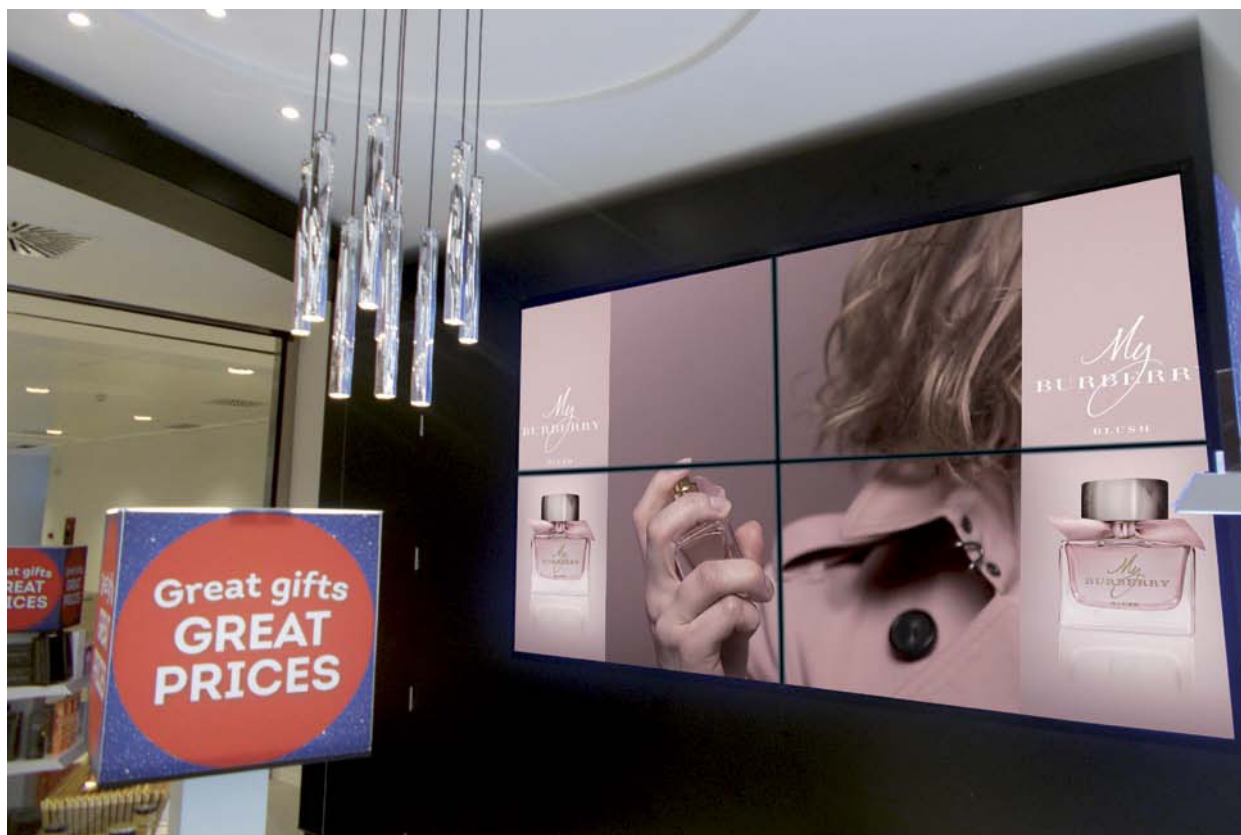
Massimo Smaniotto
Elettromeccanica Bustese Srl



“ La collaborazione con Dufry AG è nata alcuni decenni fa: sono soddisfatti del nostro lavoro e apprezzano il nostro atteggiamento critico, basato sul confronto ”

di Antonio Gianazza è stata una garanzia di successo».

«Abbiamo configurato l'impianto - commenta Antonio Gianazza dell'azienda Signorelli Cesare - con un videowall 2x2 composto da quattro monitor Sharp da 55 pollici e un monitor da 80 pollici posizionato in verticale proprio all'ingresso del duty-free, appena superato il controllo sicurezza. È un'area organizzata a isole. La regia del sistema è stata posizionata dietro al videowall: è composta da cinque Apple Mac mini configurati come client e uno che funge da server. Il videowall di Sharp è collegato in daisy chain con DisplayPort. Il cavo principale che proviene dal Mac mini è HDMI perché la tratta di collegamento è inferiore ai 15 metri. Le altre isole, invece, sono state cablate con cavi di rete Cat5e, utilizzano extender HDBaseT.



Da evidenziare la rapidità con la quale abbiamo messo in opera i videowall: i monitor Sharp sono già ben calibrati in fabbrica, cosa che velocizza non poco il lavoro perché è stato sufficiente eseguire una taratura fine per completare il lavoro».

Il Caravaggio, Orio al Serio videowall 2x2

Fra le installazioni realizzate in ambito retail da Elettromeccanica Bustese in collaborazione con Signorelli abbiamo anche il videowall 2x2 realizzato all'aeroporto di Bergamo con quattro monitor Sharp da 60 pollici ciascuno, modello PN-V601 con luminosità di 700 cd/mq.

«Elettromeccanica Bustese - ci spiega Massimo Smaniotto - è attiva anche nel terzo scalo più importante d'Italia con 40 milioni di passeggeri all'anno: l'aeroporto di Orio al Serio, che porta il nome del pittore Michelangelo Merisi, detto Il Caravaggio. Il videowall 2x2 di Sharp è stato installato nell'area duty free lo scorso anno, in seguito alla riconfigurazione dell'area internazionale. Il nostro obiettivo è espandere le tipologie di impianti e i servizi integrati per generare qualità e valore aggiunto ai clienti. Qui a Bergamo abbiamo realizzato impianti in aree come il duty free, nelle edicole evolute Hudson News e nel comparto della ristorazione/

Antonio Gianazza
Signorelli Cesare Snc



“ La qualità dei monitor Sharp è duplice: le immagini soddisfano i brand del lusso, l'affidabilità nel tempo è assoluta, non richiede interventi di manutenzione ”

somministrazione. L'esperienza maturata nel settore aeroportuale garantisce parametri di misurazione e risultati più affidabili di quelli riscontrabili con altre aziende del nostro settore».

«Anche per il videowall di Orio al Serio - aggiunge Antonio Gianazza - la configurazione del videowall 2x2 prevede che i quattro monitor Sharp PN-V601 siano collegati in loop-through via DVI. Il contenuto viene fornito da un player HDDS Vision che pilota tutti i quattro monitor e gestisce anche i contenuti in cloud, con la stessa modalità di quanto avviene a Malpensa. L'impianto audio copre tutta l'area duty-free con un punto audio dedicato





unicamente al videowall. Per garantire interventi di manutenzione veloci e comodi le staffe di supporto sono di tipo push-pull».

Malpensa, maxi videowall 5x4

Per accogliere i visitatori internazionali di Expo Milano 2015, il Terminal 1 di Malpensa tre anni fa è stato in parte restaurato. Dufry gestisce l'area dedicata allo shopping del lusso: per questo lavoro si è avvalsa del general contractor Elettronica Bustese che ha delegato Signorelli Cesare Snc per la sezione digital signage in ambito retail.

«Questa realizzazione – esordisce il progettista Antonio Gianazza – presenta diversi tratti distintivi, che la rendono unica. Innanzitutto, la dimensione importante della parete su cui allestire il video di circa 8 metri di lunghezza per 5 di altezza. Poi, la proporzione base/altezza che non rientra in alcun formato video standard: non era 16:9 e neppure 4:3, un aspetto non secondario per la produzione dei contenuti. Dopo aver considerato diverse soluzioni d'impianto, dal Ledwall alla proiezione ultra short throw, abbiamo verificato che il videowall 5x4 fosse quella più performante. E'

formato da 5 colonne: 3 perfettamente verticali e 2 inclinate in avanti di 5°. I brand del lusso pretendono sempre una qualità impeccabile. I monitor utilizzati per comporre il videowall sono di Sharp, modello PN-V601 da 60"; oltre alla fedeltà cromatica e alla luminosità, abbinano altri punti di forza come il formato – sono gli unici da 60" – e la risoluzione HD Ready pari a 1366x768 pixel – su videowall così estesi la precisione delle immagini ne guadagna, e non poco. La risoluzione complessiva del videowall è di 6830 x 3072 pixel, quindi compatibile con i contenuti UltraHD-4K».

Per la gestione dei contenuti, invece, è stata selezionata Hdds Vision in grado anche di fornire una piattaforma Cloud capace di gestire le più diverse situazioni: rescaling, modifica del formato e download dei contenuti nei singoli player. I monitor di Sharp sono collegati in loop via DVI e ognuno di loro è collegato in HDMI al Datapath. Normalmente la configurazione attiva del videowall è in HDMI. I monitor, a gruppi di 4, sono connessi ad uno splitter Datapath. Tutta la catena supporta la risoluzione UltraHD-4K.

«Il videowall – conclude Massimo Smaniotto – è in funzione dalle 5 del mattino all'1 di notte, 20 ore al giorno da oltre tre anni e nessun problema si è manifestato».



INFO
bresciamobilita.it
bbsitalia.com
Sharp.it



Sede: Brescia



Francesca Quiri - Resp. Comunicazione Brescia Mobilità
Bruno Bottini - Presidente BBS Srl



PN-Y425

Totem interattivi: priorità al rapporto umano

totem interattivi sono un'espressione evoluta del Digital Signage: Brescia Mobilità ha adottato totem multimediali di BBS, con operatore remoto, per erogare servizi a valore aggiunto.

■ Brescia Mobilità SpA è una società del Comune di Brescia nata per realizzare e gestire in forma integrata la mobilità cittadina, ad esempio: la metropolitana, le telecamere per videosorveglianza, il bike sharing e l'area ZTL.

Due anni fa Brescia Mobilità ha fatto installare dalla società BBS i primi due totem informativi, nelle stazioni Vittoria e FS della metropolitana, le fermate più frequentate. Obiettivo: garantire al passeggero, soprattutto al turista, un'informazione 'live' sulla viabilità dei mezzi di trasporto, gli eventi culturali, i musei, i ristoranti, ecc. L'esperimento è riuscito: dati alla mano, i totem informativi sono stati riconosciuti dal turista e dal passeggero strumenti utili per navigare in rete, informarsi e ottenere risposte.

Il piano iniziale di Brescia Mobilità comprendeva una progressiva estensione del servizio, qualora

il riscontro iniziale fosse stato positivo: per questo motivo è stata avviata la seconda fase, che ha previsto l'installazione di un terzo totem informativo presso la stazione San Faustino della metropolitana e un quarto totem evoluto, nell'Infopoint Turismo e Mobilità di Via Trieste. In questi totem i monitor sono Sharp modello PN-Y425. Con un'operatività 24/7 e un sistema di raffreddamento senza ventole interne hanno rappresentato la soluzione ideale; l'interattività è stata resa possibile applicando un sistema infrarossi overlay.

Sviluppare i canali informativi

«Per Brescia Mobilità – ci spiega Francesca Quiri, Responsabile Comunicazione – l'informazione alla clientela è un elemento

Francesca Quiri
Responsabile Comunicazione
Brescia Mobilità

“ Per noi l'informazione alla clientela è un elemento prioritario; dialogare con il cliente finale aggiungendo strumenti efficaci è un'occasione per migliorare l'esperienza dell'utente ”



prioritario, soprattutto quando è stata inaugurata cinque anni fa la metropolitana a Brescia. Per noi, dialogare con il cliente finale aggiungendo strumenti efficaci è l'occasione per migliorare l'esperienza dell'utente. L'attività collegata ai totem è stata pensata in questa ottica: espande i servizi dedicati al customer care, basato sui social e sulla comunicazione digitale in senso lato; i totem sviluppano questa filosofia di base, aggiungono un canale di comunicazione e invitano all'interazione con una grafica attraente. Lo scorso anno il nostro customer care ha ricevuto quasi 36mila contatti, ogni mese gli utenti che accedono al nostro sito sono circa 350 mila. Questa attività è onerosa da sostenere perché le richieste sono davvero numerose; agendo così, però, ribadiamo anche la nostra disponibilità a raccogliere suggerimenti e lamentele. Condividere ogni aspetto dell'attività è sinonimo di trasparenza: il digitale in questo senso ci aiuta».

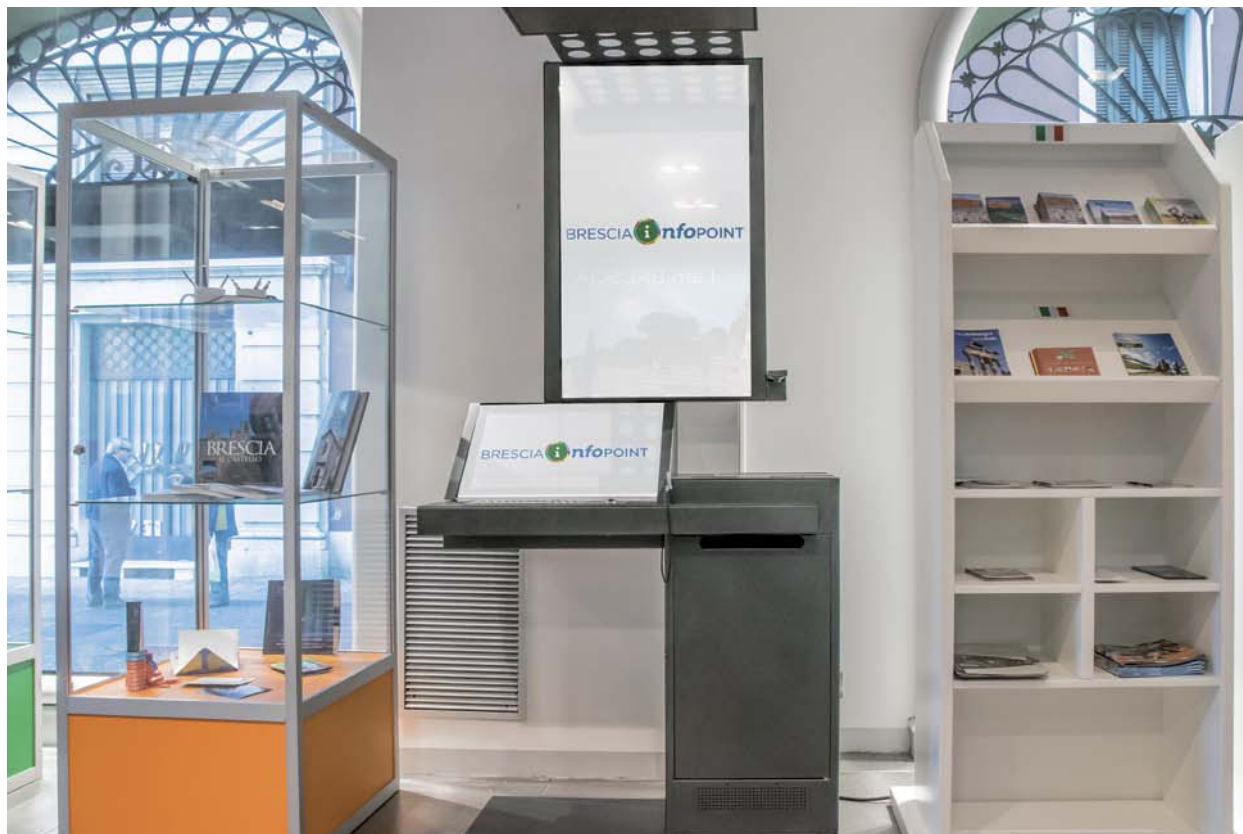
Totem con operatore remoto

I due Totem installati di recente sono diversi fra loro. Quello presente nella stazione San Faustino comprende un monitor touch da 42 pollici. Il totem presente nell'Infopoint offre un'evoluzione significativa: ai servizi del totem informativo aggiunge l'interazione con un assistente remoto; comprende due monitor, quello più piccolo è touch per navigare fra i menu; il monitor principale, invece, visualizza le informazioni richieste.

«Abbiamo realizzato la seconda fase del

progetto totem partecipando a un bando della Regione Lombardia sulla valorizzazione dei centri storici, commercio e turismo – prosegue Francesca Quiri. Così abbiamo colto lo spunto per estendere la rete, ragionando come migliorare ulteriormente un aspetto fondamentale per questa tipologia di servizi: la user experience. Il totem installato nell'Infopoint è diverso, abbiamo pensato di renderlo ambivalente: da una parte riproponendo gli stessi servizi dei totem attivi in metropolitana; dall'altro, aggiungendo l'operatore remoto: un nostro collaboratore appare a video e dialoga con l'utente per rispondere alle sue richieste, e lo guida alla fruizione dei servizi. In questo caso il totem offre un supporto propedeutico all'acquisto dei servizi: dall'abbonamento per i mezzi pubblici al bike e al car sharing. Entrambe le funzioni sono state pensate per snellire le code all'interno dell'Infopoint, rivolte ad una clientela che ha familiarità con gli strumenti digitali. La tecnologia integrata in questo totem dà precedenza al rapporto umano perché l'interazione non avviene con una macchina ma





con una persona, che può trovarsi per comodità in un qualsiasi luogo remoto, dal quale può lavorare senza recarsi sul posto di lavoro».

I totem installati in metropolitana, invece, sono stati progettati in modo diverso, coerente alla tipologia degli utenti che transitano in quelle stazioni, ma sono comunque predisposti per l'upgrade all'assistente remoto.

Le informazioni che offre il totem in metro sono un sottoinsieme del totem nell'Infopoint.

In metro si effettuano principalmente due tipologie di navigazione: quella approfondita, quando il visitatore arriva in città, prende la metro e scopre il totem. In questo caso la navigazione torna utile per acquisire una serie di informazioni, dal sistema di mobilità alla visita della città (musei, monumenti, ristoranti, ecc.). La seconda tipologia, prevalente, è occasionale: l'utente scopre la presenza del totem in stazione e ne approfitta per soddisfare rapidamente la sua richiesta in attesa del treno.

Strumenti per processare le attività

La gara di fornitura a Brescia Mobilità è stata vinta da BBS, un'azienda di Paderno Franciacorta, specializzata nella progettazione di software e soluzioni tecnologiche integrate.

«Il nostro lavoro – commenta Bruno Bottini, Presidente della società – si sviluppa principalmente nell'ambito della cultura del turismo, per questo motivo abbiamo sviluppato competenze specifiche. Per noi, realizzare un totem interattivo significa non solo progettare il case, scegliere i componenti ma anche sviluppare l'interfaccia utente e il software che consente al totem di dialogare con le diverse piattaforme del cliente, ad esempio: sito e App. In questo modo, i dati vengono inseriti una volta sola ma l'informazione viene distribuita su qualunque mezzo, è questo il nostro valore aggiunto».

I primi totem prodotti da BBS interagivano con il codice a barre stampato su cartoline distribuite agli utenti, interrompendo la visualizzazione di contenuti standard proposti a rotazione. Quando l'utente passava il codice a barre sul lettore il totem visualizzava contenuti personalizzati.

«L'evoluzione con le nuove tecnologie è stata rapida – commenta Bottini. Oggi siamo in grado di produrre una generazione di totem multimediali molto evoluti: prodotti che alla classica funzione di mezzi di informazione hanno aggiunto quella di strumenti capaci di stampare un documento, acquisire immagini e documenti con una scansione, gestire il pagamento tramite un lettore di carte POS, firmare il documento con valore legale».

Bruno Bottini
Presidente BBS Srl

Assistenza live, punto di forza

«I totem interattivi che abbiamo realizzato per Brescia Mobilità due anni fa – prosegue Bruno Bottini – hanno rappresentato un primo passo. Il totem installato da poco nell'Infopoint è particolarmente innovativo, l'espressione di un sistema automatizzato informativo/turistico. L'utente dialoga con un operatore che vede attraverso il monitor. Un totem di questa generazione lo abbiamo realizzato anche per il Comune di Bergamo: è operativo al centro commerciale Auchan e consente di richiedere e stampare i certificati anagrafici, evitando alle persone di andare personalmente in Comune. Il totem provvede a stampare il certificato, gestisce il pagamento con carta di credito; inoltre, con la tavoletta grafica raccoglie la firma con valore legale. Il totem installato all'Infopoint di Brescia offre le stesse prestazioni; in quel caso la stampante può produrre addirittura il biglietto cartaceo dell'evento acquistato, ad esempio uno spettacolo teatrale. La nostra azienda fornisce al Comune di Brescia un servizio di customer care telefonico, per informare i clienti/utenti della metropolitana e dei mezzi di trasporto».

Il rapporto umano

BBS offre un servizio attraverso due modalità, associando alla fornitura del totem un contratto di manutenzione per aggiornare il sistema e intervenire in caso di guasti. Nel primo caso si limita alla fornitura del totem e all'assistenza della soluzione; il secondo, invece, è più



“ Abbiamo scelto Sharp per la qualità e l'affidabilità dei monitor; ci ha sorpreso molto l'atteggiamento delle persone di Sharp: collaborativo, corretto e qualificato ”

completo perché aggiunge anche il servizio di customer care che il cliente delega così in outsourcing, con tutti i vantaggi del caso.

«Questa soluzione – aggiunge Bruno Bottini – abilita anche il lavoro da casa perché l'operatore non deve necessariamente trovarsi sul posto di lavoro, un vantaggio in più, e poi rivaluta il rapporto umano nell'era digitale perché instaura una relazione di fiducia, che prende un nome e un volto. L'innovazione è proprio questa: rivalutare il rapporto umano, alla base della nostra cultura».

Il rapporto umano è un valore che BBS mette in pratica anche nella selezione dei fornitori.

«Abbiamo scelto Sharp – conclude Bruno Bottini – per diversi motivi: i monitor sono di alta qualità e molto affidabili, aspetto importante per un servizio destinato ad aree pubbliche, oltre che convenienti nel rapporto prezzo/prestazioni. Ma ancora di più ci ha sorpreso favorevolmente l'atteggiamento delle persone di Sharp, sempre disponibile, umile e collaborativo; sono corretti e molto preparati. La nostra filosofia prevede la persona al centro, nel vero senso della parola, di questo ne teniamo conto anche durante la scelta dei fornitori».





INFO
Kohlerengines.com/eu
Longwave.eu
Sharp.it



Sede: Reggio
Emilia



Robertino Predelli - IT Infrastructure Manager, Kohler
 Mauro Arduini - Team leader, Massimo Vaccari - Key Account
 Andrea Denti - Technical Office, Longwave Srl



PN-Y556
 PN-Q901E
 PN-Q601E

Videoconference & Collaboration

La tecnologia nella sede italiana di Kohler è stata pensata per dare massima efficacia alle soluzioni di videoconferenza, collaborazione e condivisione. I monitor di Sharp sono otto: da 55, 60 e 90 pollici.

■ Kohler è un'azienda multinazionale americana con una storia di oltre 130 anni. Il costante impegno dei diretti discendenti di John Michael Kohler, il fondatore, ha generato una crescita continua.

Oggi la società vanta una leadership consolidata a livello mondiale nella produzione di motori, generatori, cucine e arredo bagno, con una gamma molto diversificata, molto attenta all'innovazione del prodotto. Proprio nell'ottica della diversificazione, nel 2007 Kohler ha rilevato la Lombardini di Reggio Emilia, per acquisire un profondo know-how nella produzione di motori diesel.

La sede italiana, per aprirsi al futuro che avanza e consentire uno sviluppo del network sempre più capillare, ha recentemente avviato un'importante ristrutturazione degli spazi aziendali, seguendo la politica sostenuta dalla casa madre, basata fortemente nel reinvestimento degli utili societari per

KOHLER
 IN POWER. SINCE 1920.

potenziare e sviluppare nuovi progetti.

L'occasione di riorganizzazione degli spazi ha generato il rinnovamento della dotazione tecnologica necessaria per realizzare un sistema di comunicazione efficace e in linea con il principio guida aziendale che recita: "essere sempre all'avanguardia nella tecnologia e nell'innovazione".

La nuova infrastruttura, capace di integrare i benefici della comunicazione visuale, utilizza nel complesso otto monitor Sharp da 55", 60" e 90".

L'esigenza di evolvere

«Il gruppo Kohler conta più di 35 mila dipendenti e vanta sedi in tutto il mondo – ci racconta Robertino Predelli, IT Infrastructure Manager di Kohler. Un focus su cui l'azienda insiste molto risiede nella brand image, per comunicare con efficacia la propria identità.

Naturalmente, per una multinazionale è essenziale abbinare questo concetto a elementi di performance. Utilizzare dispositivi che garantiscano immediatezza e semplicità d'uso appartiene a questa logica. Ad esempio, capita spesso di avere ospiti membri del management americano; con loro organizziamo videocall con colleghi in altre parti del mondo, dobbiamo essere sempre preparati per questo genere di attività. La recente ristrutturazione della nostra sede ha generato la possibilità di progettare e installare nuove soluzioni di videoconferenza. Seguiamo in tal senso la cultura della collaborazione e della condivisione, un trend sempre più efficace in prospettiva. Il nostro obiettivo è stato creare sistemi capaci di facilitare la collaborazione a livello corporate: una comunicazione istantanea per riunioni interne e meeting professionali. Abbiamo studiato le soluzioni praticabili e ci siamo orientati verso una dotazione tecnologica capace di migliorare l'esperienza multimediale, per riservare un'adeguata accoglienza ai nostri ospiti. Nel complesso, abbiamo installato sette monitor Sharp nelle sale riunione e uno all'ingresso, curando l'aspetto estetico, facilitati anche dal design dei monitor stessi. Siamo convinti che la tecnologia può dare un contributo significativo alla semplificazione dei processi, con la soddisfacente integrazione nell'arredo d'interni».

Robertino Predelli
IT Infrastructure Manager
Kohler



“ **Comunicare con immediatezza è una necessità fondamentale per una multinazionale. Il nuovo sistema installato ci consente rapidità e qualità: un binomio vincente** ”

Attenti alla User Experience

«Per realizzare l'intero progetto – prosegue Robertino Predelli – abbiamo scelto Longwave. Conosciamo quest'azienda da molti anni, con loro abbiamo condiviso diverse collaborazioni proficue e i loro tecnici conoscono bene la nostra struttura. Per la comodità derivata dalla prossimità e per una relazione fidelizzata nel tempo ci siamo affidati a loro».

Longwave è una società del Gruppo Zucchetti, specializzata nella consulenza e nei servizi ICT. Fondata nel 2001, instaura con i clienti vere e proprie partnership: uno dei punti cardine sul quale da sempre si fonda l'azienda è la collaborazione; affiancare il cliente in un percorso verso l'innovazione digitale, un nuovo modo di connettersi, comunicare e collaborare.



«Abbiamo concentrato maggiormente la nostra attenzione – commenta Mauro Arduini, Team Leader Video di Longwave – sulle soluzioni dedicate alla condivisione, sia fra gruppi di lavoro interni, sia per ospitare al meglio clienti e fornitori, dando la precedenza all'accesso semplice e immediato alla tecnologia. Siamo partiti dalla standardizzazione di prodotti e soluzioni per rimediare alla situazione precedente, che prevedeva configurazioni diverse in ogni sala; quando ci si spostava da una sala all'altra questa situazione poteva creare disagio. Abbiamo così costruito un sistema di videoconferenza omogeneo, per consentire ai fruitori di concentrarsi sul proprio lavoro. In totale abbiamo installato sette monitor Sharp, posizionati in salette di varie dimensioni – parliamo di ambienti strutturati per ospitare da 5 a 20 posti, per meeting di carattere operativo, spazi riservati per riunioni tecniche e incontri commerciali. In base alla superficie della sala abbiamo scelto monitor da 55 o 60 pollici. Infine, abbiamo previsto un 90 pollici Sharp nell'area welcome all'ingresso, integrato in una boiserie in legno realizzata su misura, ancorato

Mauro Arduini
Team Leader Video,
Longwave



“ I monitor Sharp evidenziano caratteristiche di elevata luminosità e colorimetria. Elementi importanti per trasmettere una user experience efficace e di notevole impatto ”

al muro con staffe push-pull, per rendere più agevoli gli interventi di manutenzione ordinaria. Questo monitor visualizza contenuti di carattere istituzionale, presentazioni aziendali di benvenuto. Tutta la tecnologia installata è stata selezionata per garantire un'elevata user experience, che faciliti la produttività e offre un'immagine positiva a tutti i soggetti coinvolti».



Cablaggio in fibra ottica

«Gli schermi dei monitor sono molto luminosi – ci dice Andrea Denti, Technical Office di Longwave – l'impatto visivo è notevole, anche grazie al rapporto di contrasto. Queste prestazioni unite all'elevata fedeltà cromatica hanno il pregio di stimolare l'interazione e la vivacità dei meeting. La qualità dei monitor Sharp non si discute, lo si vede già dal robusto imballo, pensato da chi conosce bene i rischi causati dal servizio di trasporto dei corrieri. Sembra una banalità, ma proteggere nei minimi particolari questo genere di prodotti evita possibili malfunzionamenti nel tempo e contribuisce ad accrescere l'affidabilità. Il riscontro lo abbiamo nel tasso dei guasti che è praticamente nullo. Tornando all'impianto, in tutte le sale abbiamo reso disponibile una presa HDMI per collegare eventuali device locali, oltre al ClickShare come soluzione wireless di condivisione e collaborazione. La prenotazione delle sale riunione è centralizzata e gestibile da remoto. Un aspetto peculiare di questo lavoro è stato il cablaggio in fibra ottica: si sviluppa lungo il soffitto del piano inferiore seminterrato e attraversa la soletta in corrispondenza dei punti presa previsti a progetto. La fibra ottica ci ha consentito di cablare tratte estese di collegamento senza incorrere nelle problematiche tipiche del cablaggio in rame. Abbiamo così raggiunto l'obiettivo di un cablaggio ordinato, senza cavi sparsi sui pavimenti, anche per non compromettere l'estetica».

Il portfolio di Longwave spazia dalle infrastrutture fisiche di cablaggio alla gestione della rete aziendale, dalla collaboration alla security, alle infrastrutture data center e cloud. Il lancio di Longwave.for.you, la suite di servizi gestiti ha rappresentato la chiave di volta nel

Massimo Vaccari
Key Account Manager
Longwave



“ **I benefici della tecnologia si fanno ormai trasversali: sia semplificando le pratiche di lavoro, sia potenziando quell'immagine positiva che si vuole trasmettere ad ogni livello** ”



Andrea Denti
Technical Office
Longwave



“ **È stato importante concentrarsi sulla standardizzazione della configurazione installata, per garantire tutta la flessibilità operativa per un'ottima performance del lavoro** ”

passaggio di Longwave da semplice System Integrator a fornitore di servizi a valore.

La fusione di quest'anno con Lantech Solutions ha dato vita ad un partner strategico unico nel panorama nazionale con 12 sedi in Italia, più di 220 dipendenti e oltre 500 certificazioni.

«Il supporto – puntualizza Massimo Vaccari, Key Account Manager di Longwave – si estende dalla progettazione al post vendita: per un'azienda come Kohler, con persone che lavorano in sedi sparse nel mondo, è fondamentale avere un punto di riferimento a cui rivolgersi per affrontare qualsiasi necessità operativa. Sharp, nello specifico, rappresenta un'eccellenza, capace di fornire un supporto davvero tempestivo. Questo per sottolineare che la qualità di Sharp non si limita al prodotto, ma comprende servizi fondamentali per il system integrator e l'utente finale».



INFO
Dadaconsulting.it
Sharp.it



Sede: Milano



Michele Carizzoni - IT Manager, Danone
Domenico Vitobello - Dada Consulting



PN-V600
PN-R903

Collaborare, condividere e decidere

Danone Italia nella sede a Milano ha scelto i monitor Sharp da 90 pollici per le sale meeting e un videowall 2x2 con monitor narrow bezel da 60 pollici per la sala plenaria.

Impegnata a promuovere e diffondere la salute attraverso l'alimentazione al maggior numero possibile di persone, Danone è un'azienda alimentare globale costituita da quattro aree di attività: Prodotti lattiero caseari e di origine vegetale, Nutrizione Infantile, Acque e Nutrizione Medica.

Attraverso la sua missione e il suo duplice impegno a favore sia del successo di business sia del progresso sociale, l'azienda mira a contribuire a un futuro più salutare, grazie al miglioramento della salute, delle condizioni di vita e del pianeta, per tutti i suoi stakeholder – i suoi 100.000 dipendenti, i consumatori, i clienti, i fornitori, gli azionisti e tutte le comunità con le quali interagisce.

Danone è presente in Italia con le divisioni Prodotti Lattieri Freschi (Danone SpA), Nutrizione Infantile (Mellin SpA) e Nutrizione Medica (Nutricia SpA), ubicate in



un'unica struttura in via Farini 41 a Milano. Recentemente è emersa la necessità di aggiornare con monitor e videowall di Sharp nell'ottica di collaborare, condividere e decidere con efficacia e rapidità.

Organizzazione a 360°

«Nel 2012 le tre aziende Danone hanno trovato sede in un'unica struttura – ci spiega Michele Carizzoni, IT Manager di Danone – ed è stato deciso di progettare nuove soluzioni visual e di videoconferenze. Sempre più spesso sta prendendo piede la cultura della condivisione video per ridurre i costi di trasferimento delle persone, costi che rappresentano una parte importante dei budget aziendali: per queste aspettative la tecnologia oggi mette a disposizione soluzioni molto performanti, sistemi innovativi che mettono in contatto le diverse aree aziendali.

Obiettivo: comunicazione istantanea, condivisione di contenuti funzionali a riunioni interne e meeting professionali. Abbiamo così iniziato a studiare le soluzioni percorribili, per finalità pratiche e anche per vivacizzare l'immagine dell'intero gruppo interpretando come risorsa positiva il trasloco stesso. Sotto questo aspetto la tecnologia può fare davvero molto: abbiamo selezionato i prodotti Sharp perché si identificano meglio con la nostra filosofia, per la cura dei particolari, la facilità di utilizzo e le elevate prestazioni».

Soluzioni e combinazioni integrate

«Conoscevamo l'integratore Dada Consulting dal 2012 – prosegue Michele Carizzoni. Abbiamo cominciato a collaborare con loro durante le prime fasi del trasferimento. Per noi hanno realizzato

Michele Carizzoni
IT Manager, Danone



“ Nel complesso Danone Italia conta circa 600 persone: la configurazione che integra i monitor di Sharp permette di far interagire efficacemente i vari team di lavoro. È stata una sfida vinta, una scelta di qualità ”

Danone: i monitor Sharp

Sala	Dimensioni	Modello
CODES	10 x 7 metri	Videowall 2x2 - 4 x PN-V600
NUTRICIA	8,5 x 7,5 metri	PN-R903
DANONE	7,5 x 5,5 metri	PN-R903

diverse infrastrutture tecnologiche come le reti VoIP, LAN, WAN e la videoconferenza: il grado di soddisfazione è stato elevato, così abbiamo ritenuto opportuno proseguire con loro anche per la fornitura dei prodotti visual».

«In questo caso – commenta Domenico Vitobello di Dada Consulting – abbiamo cercato di comprendere a fondo i desiderata di Danone. In sostanza, quello che cercavano era una soluzione di alto profilo, per visualizzare immagini di qualità superiore, da utilizzare durante le loro videoconferenze. Avrebbero dovuto sostituire i videoproiettori, tecnologicamente obsoleti. Inoltre, veniva richiesto di ridurre ai minimi termini l'utilizzo dei cavi».

Supporti eleganti

«La nostra proposta è stata semplice – prosegue Domenico Vitobello. Per ridefinire la struttura di videoconferenza abbiamo recuperato il sistema precedentemente installato, composto da un codec e da una telecamera, integrandoli con monitor Sharp. Nello specifico sono stati installati





due monitor Sharp da 90 pollici in due sale riunioni, con una superficie di circa 40 mq, adibite a meeting aziendali di carattere operativo. Questi monitor sono stati pensati per snellire e velocizzare le riunioni in videoconferenza ai quali partecipano altri membri di Danone Company presenti nella sede; vengono condivisi file di PowerPoint, immagini e video, ad esempio gli spot per l'area marketing. In aggiunta a questi monitor, nella sala plenaria abbiamo previsto un videowall 2x2, composto da quattro monitor narrow bezel da 60 pollici. La sala plenaria è riservata a eventi ufficiali ai quali partecipa un pubblico professionale. La risoluzione totale del videowall è UltraHD-4K con una dimensione complessiva di 120 pollici. In questo caso l'impatto e l'imponenza sono notevoli: i contenuti visualizzati sono di carattere più istituzionale, necessari a coinvolgere il pubblico e stimolarlo nella condivisione di aspetti di carattere maggiormente corporate e comunicativo».

Tecnologia facile

«Parliamo in ogni caso di monitor dalle dimensioni molto ampie – continua Domenico Vitobello. Se aggiungiamo poi che gli schermi risultano molto luminosi, il tutto fornisce un notevole impatto visivo. Gli ambienti sono oscurabili, eppure non

Domenico Vitobello
Dada Consulting



“ La user experience dei monitor Sharp permette di sperimentare un coinvolgimento intenso. Comunicare con efficacia significa poter utilizzare la tecnologia con immediatezza, riuscire a fruire per intero le sue potenzialità ”

è necessario tirare le tende o chiudere le finestre: difatti, anche con la piena luce del giorno i monitor offrono un'ottima visibilità senza causare disturbi legati al fastidio del riflesso sullo schermo».

Luminosi in ogni condizione

«La luminosità degli schermi è una caratteristica molto apprezzata – commenta Michele Carizzoni. Si pensi ai meeting estivi, molto caldi e a volte piuttosto lunghi: non è un problema tenere aperte le finestre per un ricambio d'aria. I monitor da 90" e i videowall offrono 700 cd/mq, così come i videowall cd/mq: valori che permettono di evitare

ogni problema con la luce del sole. La fedeltà cromatica delle immagini poi ha il pregio di contribuire a rendere le riunioni più vivaci, l'attenzione aumenta perché il coinvolgimento è più efficace. Non è soltanto merito della risoluzione Full HD, l'omogeneità delle immagini generano un effetto più realistico dei dettagli. Oltre alla qualità delle immagini abbiamo apprezzato anche la configurazione wireless realizzata con i ClickShare di Barco, con un semplice collegamento USB si può attivare la modalità BYOD, condividere i contenuti e trasformare le riunioni in attività di collaborazione e condivisione. Credo che l'obiettivo della tecnologia sia proprio questo: garantire immediatezza e semplicità di utilizzo. Permettere cioè di essere fruibile e non alimentare quello stress, quella frustrazione di chi si avvicina ad essa e non riesce ad utilizzarla come vorrebbe. Un discorso quasi banale che la configurazione e i monitor Sharp hanno saputo interpretare alla perfezione».

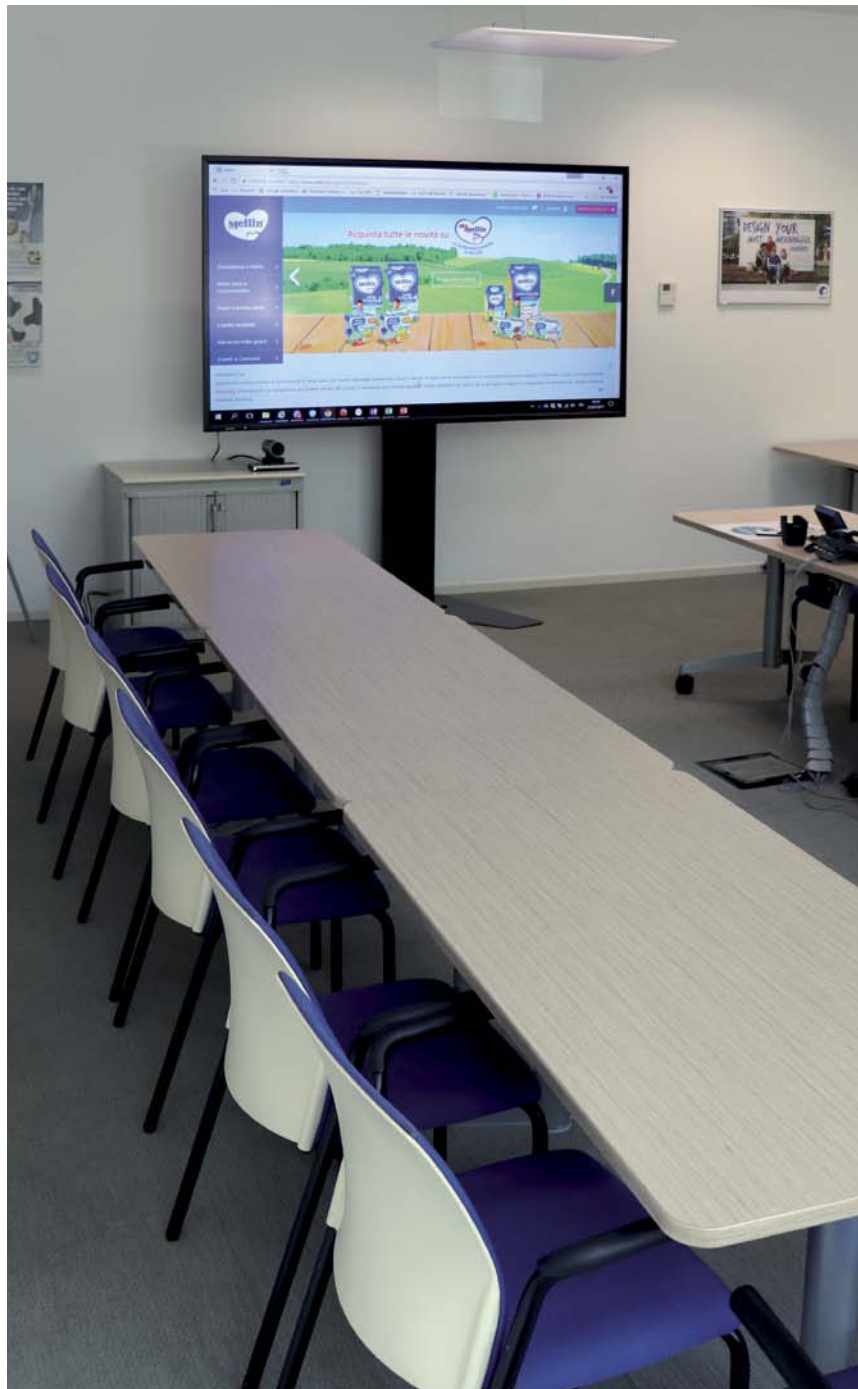
Supporti eleganti

«Si pensi sempre che i monitor Sharp destinati alle sale riunione – conclude Domenico Vitobello – pesano circa 80 Kg. Con un valore del genere non è stato facile trovare una collocazione ideale, soprattutto perché le sale della nuova sede sono pensate per essere modulari, quindi molte pareti non sono portanti. Grazie al puntuale supporto di Sharp abbiamo risolto il problema adottando eleganti supporti da pavimento. Così abbiamo mantenuto la modularità delle sale, garantito la sicurezza dei dispositivi e al contempo creato una soluzione estetica piacevole. Devo constatare inoltre che i monitor Sharp sono molto silenziosi e non si surriscaldano durante il funzionamento. Questo spiega perché finora non abbiamo avuto alcuna necessità di contattare l'assistenza post vendita di Sharp. Una testimonianza della qualità del prodotto e dell'affidabilità garantita nel tempo».

Videowall con Mirror Frames

I quattro monitor PN-V600 che compongono il videowall sono ultra-slim bezel. La dimensione complessiva del videowall è pari a 120 pollici. Questa dimensione richiede un'adeguata distanza di visione, circa 5-7 metri, dalla quale la

cornice risulta davvero sottile. Per rendere ancora più preciso il lavoro e meno visibile la cornice, il videowall installato nella Sala Codes di Danone integra il Mirror Frames, un accessorio che Sharp rende disponibile nella propria offerta. Il Mirror Frames è un sottile profilo a 'T' che minimizza le linee tra i monitor, riflettendo le immagini del display. Questo effetto crea una parete video più dinamica e immagini ancora più uniformi perché genera una transizione più soft delle immagini da monitor a monitor. Infine, l'operatività 24/7 consente di garantire una temperatura operativa mai al limite, con evidenti benefici sull'affidabilità del prodotto.





INFO
Insem.it
Ap-srl.it
Sharp.it



Sede: Milano
Marcianise



Tommaso G. Pappagallo - CEO Finance, Insem SpA
Alessandro Pervito - Direttore Commerciale, AP Srl



PN-V601, PN-L802B
PN-R903, PN-R703

Promuovere identità e vision aziendali

Per la nuova brand image aziendale, Insem | The Digital Factory ha rinnovato la dotazione tecnologica. Big Pad, monitor e videowall Sharp nelle sale riunioni e nelle aree relax, per comunicare la propria identità.

■ Insem | Digital Factory è un'azienda attiva nel digital e web marketing con sedi operative a Marcianise, in provincia di Caserta e a Cernusco sul Naviglio, nell'interland milanese.



Partner di Google, Insem lavora per supportare le società a migliorare la visibilità sul web. Attraverso l'algoritmo di Google vengono studiate strategie per posizionare al meglio le imprese sui principali motori di ricerca. Inoltre, si fa uso dei social media e dei social network per potenziare la visibilità aziendale. Valorizzare il marchio e posizionarlo al meglio nel mercato di riferimento sono le chiavi per creare, gestire e ottimizzare il business online.

Punto di forza di Insem è la cura e l'entusiasmo che riversa nella pianificazione di strategie di web marketing. La dotazione visual della sede di Marcianise, in provincia di Caserta,

comprende due Big Pad nelle sale riunione, un videowall da 2x2 con monitor da 60 pollici, quattro monitor da 70" e un monitor da 90" pollici presenti nelle sale direzionali e nelle aree ristoro, tutti Sharp.

Un'immagine parla più di mille parole

«Siamo una realtà dinamica a cui piace sperimentare e stare al passo coi tempi – ci spiega Tommaso G. Pappagallo, CEO Finance di Insem SpA. Ci piace molto costruire un ambiente di lavoro con un buon clima, che possa permettere di vivere la vita dell'ufficio con entusiasmo e vitalità. Su questo aspetto abbiamo seguito la cultura aziendale che contraddistingue alcune realtà americane come Google, Twitter e Apple. È importante pensare

al luogo di lavoro come uno spazio sereno e non come un ambiente costrittivo e stressante. Per questi motivi siamo molto sensibili alle politiche di welfare aziendale che introducono nuove idee di smart working e un orario flessibile. Crediamo che l'ambiente di lavoro influenzi in modo determinante la produttività operativa, l'entusiasmo e la positività che si respira e si fa respirare. Mi piace citare a tal proposito una massima di Confucio: un'immagine parla più di mille parole».

Realtà giovane

«È essenziale – prosegue Tommaso G. Pappagallo – che l'ambiente sia curato proprio per quell'idea di benessere che deve emanare. Siamo un'azienda giovane: l'età media è di circa 35 anni. Ai nostri dipendenti fa piacere respirare e lavorare in un contesto confortevole: credo che in un ambiente del genere si riesca anche a lavorare meglio. Il nostro ufficio di Marcianise è stato ricavato da una vecchia fabbrica e si sviluppa su due piani, per un totale di circa 1.500 mq. Al piano inferiore abbiamo predisposto un'area relax. Naturalmente pensiamo anche ai clienti che vengono a visitarci: vogliamo che respirino un clima positivo, effervescente e dinamico, così come chi lavora nei nostri uffici deve sentirsi a proprio agio».

Tommaso G. Pappagallo
CEO Finance, Insem SpA



“ I Big Pad sono strumenti affascinanti che aiutano nell'operatività quotidiana, utili per costruire un ambiente tecnologicamente all'avanguardia. Teniamo molto a far rispecchiare la nostra identità aziendale anche nel modo in cui comunichiamo e lavoriamo ”

Innovare, con tecnologia all'avanguardia

«Vogliamo che la nostra linea di pensiero sia pervasiva e uniforme in tutti gli aspetti della vita lavorativa: dalla mentalità del modo di operare agli ambienti di lavoro – sottolinea Tommaso G. Pappagallo. Così abbiamo colto l'occasione per ristrutturare la nostra sede di Marcianise e operare un profondo restyling degli ambienti. Per gestire una serie di lavori importanti e strutturali



volevamo affidarci ad un unico interlocutore di riferimento per quanto riguarda il visual, l'arredo, l'illuminotecnica e le multifunzioni. Abbiamo scelto l'azienda di Alessandro Pervito, dealer Sharp. Era la prima volta che collaboravamo con questa società: per l'importante investimento che avevamo deciso, l'idea di affidarci ad un marchio di qualità come Sharp ci ha sicuramente rassicurati. Come primo intervento sulla parte visual abbiamo installato 2 Big Pad, in

Alessandro Pervito
Direttore Commerciale
AP Srl



“ Lavoriamo in stretta collaborazione come dealer per Sharp Italia da oltre 15 anni. Sappiamo cosa vuol dire affidarsi ad un marchio che non fornisce solo una garanzia di qualità, ma che sa supportarti con un'assistenza continua

ognuna delle due sale riunioni. Sono monitor multitouch, funzionano come grandi tablet: l'utilizzo è estremamente intuitivo, facilitano la condivisione e la collaborazione durante le riunioni. Si sa, le riunioni possono essere molto lunghe: mantenere un alto livello di attenzione e coinvolgimento dei partecipanti è un punto davvero critico. L'idea di creare coinvolgimento partendo da un dispositivo visivo capace di stimolare l'interazione tra i partecipanti permette di rendere i meeting più energici e produttivi. Tramite i Big Pad visualizziamo slide di PowerPoint, contenuti web e file di vario formato, tutti autoprodotti. È stata soprattutto l'evoluta tecnologia multitouch a convincerci per orientarci verso questo tipo di soluzione. Una particolarità che permette un'elevata user experience e una semplicità estrema nella condivisione di materiale durante i meeting. In aggiunta, abbiamo predisposto due videowall da 2x2 con monitor da 60" negli ambienti adiacenti gli ingressi, quattro monitor da 70" e un monitor da 90" nelle sale direzionali e nelle aree ristoro. Tutte postazioni pensate per dare un seguito coerente ai nostri propositi di luogo di lavoro accogliente e stimolante. In questo la tecnologia aiuta a creare un'immagine attraente e dinamica, per informare, comunicare e promuovere la nostra attività».





Solution Provider per ogni necessità

«Ci siamo occupati dell'installazione di una grande quantità di device su una superficie complessiva di circa 1.500 mq – ci spiega Alessandro Pervito, Direttore Commerciale di AP Srl. Questa gamma di monitor Sharp è stata pensata per visualizzare contenuti video personalizzati e per celebrare l'identità aziendale, pervadere di entusiasmo tutto l'ufficio. L'investimento dell'azienda è stato importante, per questo era necessario invogliare e far comprendere al cliente i vantaggi che ne sarebbero derivati nel medio-lungo periodo, con un adeguato ritorno dall'investimento. La tecnologia non solo eleva l'immagine di brand identity ma si proietta in prospettiva: il mercato attuale chiede velocità e dinamicità nella proposizione e nell'evoluzione dei contenuti, da gestire in totale autonomia e con estrema semplicità da parte dell'azienda.

Il vantaggio del noleggio

«Il nostro lavoro propositivo – prosegue Alessandro Pervito – viene reso ancora più allettante dalla possibilità di praticare il noleggio su lungo termine, per spalmare i

costi e rendere l'investimento conveniente. Non viene richiesto di gestire alcun ammortamento perchè la rata del noleggio viene considerata un costo operativo, quindi è totalmente detraibile. Questo aspetto consente di non appesantire il bilancio dell'azienda poiché i beni non entrano nei cespiti aziendali».

Sharp: una presenza costante

«Parlare di Sharp per me significa giocare in casa – commenta Alessandro Pervito. Collaboro da oltre 15 anni con Sharp Italia: oltre alla ben nota qualità, Sharp per noi è un partner affidabile e sempre presente. Fondamentale e indispensabile è il ruolo dell'assistenza. Il supporto che ci viene fornito e che possiamo garantire ai nostri clienti ci mette in condizione di effettuare un intervento quasi immediato e un contatto diretto. Riuscire a percepire un'azienda e il suo carattere umano di vicinanza sono valori che ripagano totalmente un costo più alto rispetto alla media del mercato, ma sempre molto competitivo. C'è un filo diretto, una comunicazione che permette di poter gestire qualsiasi imprevisto con rilassatezza. Questo aspetto è davvero impagabile».



INFO
Omet.com
Bcs.it
Sharp.it



Sede: Lecco



Antonio Bartesaghi – Gruppo OMET
Antonio Borriello – BCS Srl



PN-H801, PN-H701, PN-E603
PN-Y556, PN-Y496, PN-Y326

Accorciare le distanze: coinvolgere e condividere

Per realizzare la nuova infrastruttura di comunicazione interna, il Gruppo OMET ha installato 22 monitor Sharp di diversi formati, da 80 a 32 pollici: per le sale riunioni sono stati scelti modelli a risoluzione UltraHD-4K.

■ Il Gruppo OMET è una realtà imprenditoriale italiana fondata a Lecco nel 1963, organizzata in quattro principali aree di business:

- progettazione e produzione di macchine da stampa per etichette e packaging;
- progettazione e produzione di macchine per tissue converting (tovaglioli in carta e altri prodotti monouso);
- progettazione e costruzione di sistemi di movimentazione;
- cosmetica.

Uffici e aree produttive sono distribuiti su un'area molto estesa, in diversi comuni: Lecco, Valmadrera, Molteno e Oggiono. Per rendere più efficace e strutturata la comunicazione interna tra le diverse sedi del gruppo, si è deciso di installare 22



monitor Sharp di diversi formati: 80, 70, 60, 55, 49 e 32 pollici, con i tagli più grandi a risoluzione UltraHD-4K. L'obiettivo è ridurre la 'distanza' tra i dipendenti e i siti produttivi per consolidare i valori di gruppo e favorire la condivisione e il coinvolgimento dei lavoratori.

Identità multiforme

«In quasi 55 anni di storia – ci racconta Antonio Bartesaghi, Amministratore Delegato del Gruppo OMET – abbiamo ampliato e moltiplicato l'offerta. Oggi abbiamo una duplice anima industriale: metalmeccanica e cosmetica. Siamo giunti a questa diversificazione gradualmente: nel corso degli anni l'azienda ha sviluppato nuovi settori produttivi sfruttando capacità e conoscenze

che il mercato ci ha sempre riconosciuto e applicando la mentalità del prodotto/servizio creato 'su misura'. Una metodologia affinata negli anni da mio padre e guidata da sue intuizioni. La nostra attività, infatti, nasceva dalla produzione di minuteria metallica; in seguito, grazie all'osservazione costante del mercato mio padre individuò presto nei cuscinetti a sfera un interessante ambito di sviluppo. Tramite la conversione di alcuni macchinari fu poi possibile assecondare la domanda del mercato, per realizzare prodotti complementari e/o sinergici al nostro business d'origine. Così, negli anni '80 si arrivò ad espandere l'attività in diversi settori: dalla fabbricazione di macchinari per stampare etichette e imballaggi e per piegare i tovaglioli di carta fino al business cosmetico delle salviettine umidificate in tessuto/non tessuto. La nostra identità multiforme è figlia proprio di questo atteggiamento: recepire le esigenze del mercato per progettare e produrre prodotti personalizzati, ampliare la gamma di quelli esistenti, arrivando a presidiare nuove nicchie. La flessibilità è stata la vera forza dell'azienda: fornire una produzione 'tailor made' capace di mettere a fuoco le necessità correnti e soddisfare pienamente i desideri espressi dal mercato».

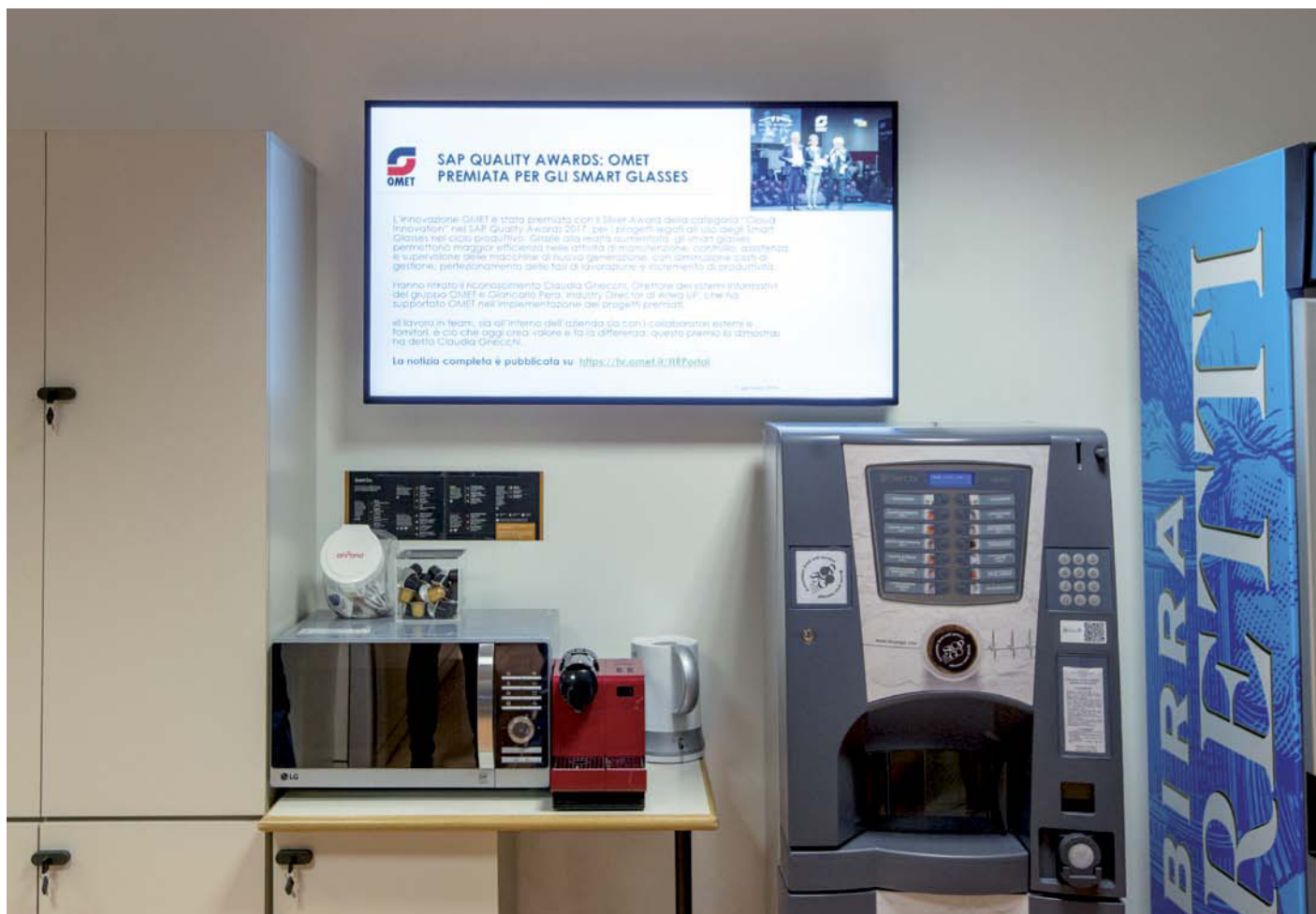
Antonio Bartesaghi
AD, Gruppo OMET



“ **Siamo soddisfatti della soluzione costruita intorno ai monitor Sharp: gli strumenti di digital signage accorciano le distanze e consentono di recuperare una dimensione di coesione familiare** ”

I benefici del digital signage

«La progressiva espansione dell'attività ha avuto come conseguenza l'apertura di diverse unità produttive dislocate su un'area molto vasta della provincia lecchese: tre sedi sono a Lecco, due a Valmadrera, due a Molteno e poi c'è l'azienda O-PAC, con sede a Oggiono, che si occupa principalmente di cosmesi. Da questo quadro si comprende come sia arduo mantenere una forte identità aziendale, di una grande famiglia unita come siamo abituati a considerarci. Ci siamo presto



Antonio Borriello
Integratore, BCS Srl



“ **La necessità di trovare mezzi di comunicazione efficaci è un'esigenza sempre più incalzante per le aziende strutturate. La qualità dei monitor Sharp è evidente, anche nei modelli UltraHD-4K** ”

convinti che il messaggio comunicativo, per essere veicolato con efficacia, aveva bisogno di un'adeguata dotazione tecnologica. La capacità di comunicare, in un'azienda strutturata, è determinante: può creare un coinvolgimento e un entusiasmo diffusi; sentirsi parte di un gruppo è indispensabile anche per la qualità del lavoro. Così è nata l'idea di creare un canale comunicativo diretto per raggiungere tutti i lavoratori nei vari stabilimenti: per tenerli informati sulle attività, sui risultati ottenuti e sugli obiettivi

che l'azienda si pone. La comunicazione diventa elemento di coesione strutturale e condivisione interna. A mio parere le persone sono la vera anima di una società. I lavoratori non devono solo saper fare, ma devono anche sapere cosa sta facendo l'azienda e qual è il loro contributo».

Ventidue monitor per il Digital signage

«Con questo intento abbiamo pensato un progetto per integrare il digital signage – prosegue Antonio Bartesaghi. Dopo aver condotto un lavoro di confronto tra le soluzioni disponibili, abbiamo scelto la proposta di BCS Srl. Sono stati installati complessivamente 22 monitor Sharp: 3 a risoluzione UltraHD-4K nelle sale riunioni, 14 nei siti produttivi OMET e 5 presso l'azienda O-PAC. Una soluzione che ci ha permesso di apprezzare come la tecnologia possa realmente favorire la comunicazione tramite un canale diretto. In particolare, è molto funzionale il modo in cui le diverse soluzioni sono state realizzate: i monitor per le sale riunioni dovevano rispondere prima di tutto ad una particolare esigenza per delle attività





di rappresentanza – riunioni commerciali, attività formative e videoconferenze – quindi ci siamo orientati su modelli 4K; gli altri, collocati all'interno degli uffici e dei siti produttivi, hanno la funzione di realizzare una sorta di ponte virtuale tra le sedi del gruppo. La novità è stata apprezzata sia dai lavoratori, sia dai clienti e fornitori che usano la nostra tecnologia per interagire in meeting di varia natura presso la nostra sede. Questi monitor hanno dato vita al progetto che avevamo in mente, e questo ci ha dato una grande soddisfazione».

Strumenti per comunicare

«La nostra collaborazione con il Gruppo OMET è iniziata circa 15 anni fa – ci descrive Antonio Borriello, integratore di BCS Srl, con sede a Erba. Siamo partiti fornendo strumenti di comunicazione e sistemi di videoconferenza. Di recente abbiamo sviluppato questa configurazione, per soddisfare la loro esigenza di comunicazione interna. È stata l'occasione ideale per presentare le soluzioni di Sharp. Siamo partiti da una necessità di semplice ammodernamento delle sale riunioni, per sostituire videoproiettori e televisori divenuti obsoleti. Il progetto doveva concretizzare il loro desiderio di utilizzare supporti digitali per attuare una comunicazione aziendale efficace.

Nelle tre sale riunioni utilizzate dalla direzione commerciale abbiamo installato 3 monitor Sharp da 80 e 70 pollici con risoluzione UltraHD-4K e da 60 pollici, Full HD. Tutti questi display vengono utilizzati per videoconferenze, attività commerciali e di formazione. I monitor sono stati installati stand alone, e ogni display è collegato ad un pc tramite click share. Questi dispositivi garantiscono stabilità e rapidità per la condivisione dei contenuti. Altri 14 monitor Sharp di formati differenti – 55, 49 e 32 pollici serie PN-Y – sono stati utilizzati per dar vita al progetto di comunicazione diffusa. I display sono stati installati nei siti produttivi in ambienti comuni – reception, officine, mense, magazzini – e sono collegati tutti in rete. I display sono stati pensati per essere inseriti all'interno delle linee di produzione, per veicolare messaggi sia di natura istituzionale e/o più informale. Inoltre, nella sede di O-Pac sono stati predisposti i lavori per l'installazione di ulteriori 5 monitor Sharp collegati in rete – PN-Y556, PN-Y496, PN-Y326. I contenuti di tutti questi monitor collegati in rete saranno gestiti e creati direttamente dall'azienda: per lo scopo si utilizza la piattaforma HDDS, con player dedicati per la gestione dei contenuti. Rimaniamo sempre un punto di riferimento per tutto il post vendita: siamo strutturati per fornire un servizio help desk – con 15 persone che seguono l'assistenza tecnica».

Speciale Enterprise Innovation 2017

SHARP

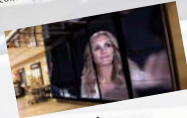
Sistemi Integrati



Retail
User experience evoluta, device touch
cambi di scenario quotidiani



Formazione
Big Pad interattivi per sessioni
coinvolgenti e condivise



Aeroporti
Videowall e monitor per stimolare
attenzione e vendite



Corporate
Nuovi scenari di comunicazione
e collaborazione



Be Original

Case Study che raccontano l'unicità e
la qualità dei prodotti Sharp

è disponibile gratuitamente anche per iPad



scarica la App



SI Magazine

www.sistemi-integrati.net



Ottimizza la
produttività in
ufficio con Sharp.

Crea, gestisci e condividi le informazioni con la Multifunzione A3 a colori Sharp MX-3070N.

La connessione Cloud, la connettività tramite WiFi, la stampa diretta da USB e la funzione Print Release, per inviare ed archiviare i documenti direttamente sulla MFP, rendono la MX-3070N molto più di una stampante.

Sicura, versatile e con funzionalità evolute, la Multifunzione MX-3070N di Sharp semplifica il lavoro, rivelandosi la scelta giusta per l'ufficio.

Sharp.it/BeOriginal | [#SharpBeOriginal](https://twitter.com/SharpBeOriginal)

SHARP
Be Original.

Sharp Electronics Italia Spa
www.sharp.it
professionale@sharp.eu