

High tech

Cortocircuiti Mediatici



Si tratta di una nuova tecnologia che permette di collegarsi direttamente con il proprio telefonino ad un contenuto multimediale in modo estremamente semplice e rapido. Questi simboli (tecnicamente chiamati codici bidimensionali o QR-code) altro non sono che una sorta di codice a barre in grado di "memorizzare" al proprio interno un indirizzo internet a cui è possibile collegarsi con qualsiasi dispositivo mobile. L'utilizzo di questa tecnologia è decisamente accattivante; basta inquadrare il codice con la fotocamera del cellulare



"Credere che i media si susseguano come ere geologiche distinte è errore antico: invece si sovrappongono, moltiplicano, coniugano, fecondano, mutandosi a vicenda." (Gianni Riotta)

Sarà capitato a molti, ultimamente, di vedere curiosi simboli di forma quadrata riportati su riviste, quotidiani o confezioni di prodotti di consumo.

(dotato di un software apposito, scaricabile gratuitamente) per poter entrare in un mondo di comunicazione fatto di contenuti interattivi, foto, video, audio ed ogni altro servizio a cui siamo normalmente abituati ad accedere via web con il computer. Ma in che modo viene applicata questa tecnologia? Esistono essenzialmente due distinti modi per l'impiego di questi codici; il primo ne prevede l'utilizzo quale strumento di marcatura a livello di logistica onde organizzare le funzioni di tracciabilità aziendale

interna ed ottimizzare la gestione dei prodotti a magazzino. E' evidente che questo tipo di impiego non è trasparente all'utente finale e rimane finalizzato alla gestione della logistica interna dell'impresa che adotta il sistema.

La seconda e più interessante applicazione è nel settore della comunicazione; grazie alla fotocamera di un normale telefonino è possibile leggere ed interpretare il codice bidimensionale esattamente come un lettore laser del supermercato leggerebbe un codice a barre.

Il codice a barre, però, ha un limite fisico. Può "rappresentare" solo una sequenza limitata di caratteri (quasi sempre numeri) che devono essere interpretati da un sistema a valle. La principale differenza, quindi, è che il QR-code ha memorizzato al suo interno un indirizzo internet-mobile che il telefonino è in grado di riconoscere automaticamente ed a cui l'utente può collegarsi in modo semplice ed immediato senza dover digitare indirizzi o effettuare lunghe navigazioni sui

Le possibilità di queste tecnologie sono molte e ancora parzialmente inesplorate.

motori di ricerca, operazione che, specie se portata avanti con una microscopica tastierina, scoraggia la maggior parte dei possessori di telefonini.

Non bisogna commettere l'errore di pensare che si tratti di una moda passeggera o di

un vezzo tecnologico del momento.

In Giappone, infatti, dove sono stati brevettati i codici bidimensionali, appena dopo tre anni dalla loro introduzione sul mercato più del 90% della popolazione conosce l'utilizzo di questa tecnologia e più del 50% degli utenti che adoperano il telefonino per connettersi ad internet se ne serve abitualmente per accedere rapidamente a informazioni, servizi e contenuti multimediali per in mobilità.

In Italia si sta assistendo ad una evoluzione simile anche se più lenta; se è vero che gli operatori di mercato si trovano ad affrontare scenari di mercato ancora critici e difficoltosi, a causa del protrarsi degli effetti della crisi economica ed alla forte pressione sul fronte concorrenziale, gli stessi hanno pure necessità di trovare nuove strategie e ricercare nuovi canali d'offerta per i propri prodotti e servizi.

Un valido aiuto per competere e differenziarsi è quello di utilizzare strumenti di comunicazione innovativi per intraprendere azioni informative e di marketing più efficienti. Un chiaro esempio arriva proprio dal settore mobile che vede numeri molto significativi se rapportati a

Una sorta di codice a barre in grado di "memorizzare" al proprio interno un indirizzo internet a cui è possibile collegarsi con qualsiasi dispositivo mobile.

quelli di altri canali di comunicazione, basti pensare che per alcuni settori il guadagno medio di pubblico derivante dall'implementazione di un sito mobile (ottimizzato per i telefonini) è del 13%, con punte che superano il 25% per le applicazioni rivolte ad un pubblico giovane nella fascia 15-35 anni.

L'utilizzo di dispositivi mobile, quindi,

permette di trasmettere all'utente informazioni in modo preciso e diretto, poiché sfrutta uno strumento semplice, di utilizzo quotidiano e che ogni potenziale consumatore ha sempre con sé: il telefonino.

Una delle sfide sulle quali gli esperti sono pronti a scommettere è quella del "Mobile Advertising", ovvero di quei sistemi volti a portare le pubblicità sull'*internet mobile*, che proprio grazie alla tecnologia dei codici bidimensionali, associata a piattaforme informatiche per mobile, già oggi inizia a farsi largo sul mercato.

Le possibilità di queste tecnologie sono molte e ancora parzialmente inesplorate. Così, nel prossimo futuro potremo vedere sul nostro telefonino il video di una sfilata semplicemente fotografando il codice di una griffe riportato su una pagina pubblicitaria oppure visualizzare una ricetta direttamente dalla scatola di un cibo. Ma il telefonino è in possesso anche di ulteriori informazioni, che possono essere incrociate con altre. Come ad esempio la nostra posizione geografica, più o meno precisa, in base al tipo di telefono e di copertura di rete. Immaginiamo quindi cosa potrebbe significare per, un inserzionista, fornire un QR-Code in grado di indirizzare l'utente al più vicino punto vendita rispetto alla posizione in cui lo stesso si trova. E' molto interessante, infine, l'esperienza che alcuni magazine stanno portando avanti con la tecnologia QR-code. Filmati, contenuti multimediali e siti internet vengono resi immediatamente accessibili dagli articoli cartacei. Questa nuova sinergia rappresenta un vero e proprio cortocircuito mediatico in grado di far esprimere al meglio il singolo strumento, tradizionale o innovativo che sia.

Luca Massi

■ <http://fcode.qrmob.it>



INFORMATION OVERLOAD

The QR-code contains a mobile internet address which mobile phones are able to read and this system provides the user with a simple instant way of connecting to the net. There is no need to type in web addresses or spend ages on search engines which can put off most mobile phone owners, especially if they have to use a microscopic keypad to do so.