

PRESS RELEASE 15_10_2021

LA SOCIETÀ SVIZZERA MEDIA CONTACTLESS APPRODA IN ITALIA IL MONDO “PHYGITAL” ENTRA NEL QUOTIDIANO: LA RIVOLUZIONE HA INIZIO

hashtag di riferimento: #MediaContactless #Phygital

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

Media Contactless lavora su **soluzioni hardware NFC** (Near Field Communication) e **software** che collegano **prodotti** e **spazi fisici** ad **esperienze digitali**.

Media Contactless ha sviluppato un **innovativo sistema** di **pianificazione** e **gestione** di campagne marketing per trasformare un prodotto in un vero media integrabile in strategie **omnichannel**.

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



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

MEDIACONTACTLESS: IL PHYGITAL È GIÀ TRA “NOI”

Media Contactless, che ha già avviato importanti collaborazioni in Italia nel mondo della **moda** e dello **sport**, e crede fortemente in potenziali sviluppi in diversi settori del *Made in Italy*, dall'**universo wine** fino a ogni ambito del **luxury**.

Grazie alla sua specializzazione “*phygital*” (physical + digital world), Media Contactless si pone sul mercato come un nuovo importante partner per **Agenzie** e **Società specializzate** in **MarTech** e **Programmatic**.

PRESS RELEASE 15_10_2021

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

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

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

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

“I sistemi iOS e Android hanno ormai la funzionalità NFC automaticamente accesa in qualsiasi dispositivo di nuova generazione e questo fatto rappresenta un booster per l’adozione della gestualità contactless nel quotidiano di ognuno di noi” prosegue Roberto Simonelli.

Studi della SDA Bocconi, in collaborazione con Salesforce e Jakala, aziende leader in CRM e MarTech solutions, sottolineano come il “contactless” sia una dimensione indispensabile per il futuro delle strategie marketing di qualsiasi brand.

“Bisogna sottolineare come il contactless sia basato sulla moltiplicazione di nuovi punti di contatto tra brand ed utenti. Tale visione è fortemente legata alla capacità di ogni brand di generare in futuro nuovi dati nel rispetto della privacy e rappresenta una nuova opportunità per dare concretezza al concetto di ‘branded’ garden” conclude Raimondo Gissara.

La rivoluzione “phygital” è iniziata!



www.mediacontactless.com

CARTELLA IMMAGINI: [DOWNLOAD](#)