Debutta il nuovo concept televisivo per l'aeroporto nato dalla collaborazione con Sea

Telesia Digital Mirror a Linate

Sugli specchi animati news, spot e info in tempo reale

DI GIOVANNI GALLI

È ora attivo Telesia Digital Mirror, il nuovo sorprendente concept televisivo per l'aeroporto di Linate, frutto della collaborazione tra Sea - Aeroporti di Milano - e la divisione Sistemi di Telesia, società leader in Italia per la Go Tv. Digital Mirror diffonde all'interno delle toilette notizie, spot e informazioni di servizio aggiornate in tempo reale e differenziate in base al target di riferimento, con trasmissioni che si attivano esclusivamente in presenza delle persone che, intercettate da appositi sensori di movimento, vengono «sorprese» dallo specchio che si anima pur non perdendo la propria funzione riflettente. Ciò grazie all'utilizzo di una tecnologia innovativa prodotta dal laboratorio Ricerca & Sviluppo di Telesia, che non ha paragoni in altri scali del mondo.

Così come le immagini si diffondono suggestivamente in una porzione dello specchio, anche l'audio viene trasmesso senza l'ausilio di altoparlanti attraverso un sistema di propagazione delle onde sonore all'avanguardia che le diffonde in modo «avvolgente», rendendo immersiva e coinvolgente l'esperienza degli utenti che ne ricevono i segnali.

Le persone, intercettate da appositi sensori di movimento, grazie all'utilizzo di una tecnologia innovativa, vengono sorprese dallo specchio che si anima pur non perdendo la propria funzione riflettente

«Questo innovativo progetto sottolinea l'importanza che Telesia riconosce alla pluriennale collaborazione con la Sea e, oltre a rappresentare una nuova e straordinaria opportunità per gli investitori pubblicitari della Go Tv, consente anche all'aeroporto di Linate di offrire un servizio di elevata qualità, primo e attualmente unico nel suo genere, con l'obiettivo di garantire la migliore soddisfazione possibile dei clienti», dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia.

La customer satisfaction, d'altronde, è diventata uno degli elementi distintivi nella concorrenza fra i diversi scali, e i servizi nelle toilette sono uno degli elementi distintivi che incidono maggiormente sulla percezione che i passeggeri hanno di un aeroporto, dice l'Airport Service Quality, il programma di benchmarking globale che misura la soddisfazione dei viaggiatori in transito negli scali dell'Airport Council International.

© Riproduzione riservata

BREVI

Santa Rosa lancia la linea Light. *La marca storica di confetture, di proprietà di Valsoia dal 2011, lancia la linea Santa Rosa Light, studiata per offrire una vera confettura extra in versione più leggera, con il 50% in meno di zuccheri rispetto alla media del mercato delle confetture. «Il lancio di questa nuova gamma», sottolinea il presidente Lorenzo Sassoli de Bianchi, «è un fattore chiave nella strategia di sviluppo del brand. Ci consente di posizionare Santa Rosa nel trend crescente del "benessere", segmento che vale circa il 40% del mercato a valore».*

Olivetti con SumUp per digitalizzare i sistemi di pagamento delle pmi. *Olivetti ha integrato nel suo nuovo sistema di cassa il lettore il lettore di carte wireless SumUp. Quest'ultima è una società fintech che permette alle pmi di accettare, anche senza la tradizionale apparecchiatura pos, pagamenti con carta in-store, in-app e online sui maggiori circuiti di carte di credito e di debito, oltre che tramite Google Pay e ApplePay: i terminali di pagamento devono semplicemente essere collegati ad uno smartphone o ad un tablet.*

Mandarin, Four Seasons e Hayat, novità per Roma

DI GIANFRANCO FERRONI

Mandarin, Four Seasons e Hayat: si è parlato dei tre colossi mondiali dell'ospitalità nella riunione romana dell'Albergatore Day, in una giornata che ha riunito i protagonisti del mondo dell'hotellerie, guidati dal presidente nazionale di Federalberghi Bernabò Bocca e dal presidente di Federalberghi Roma Giuseppe Roscioli, oltre che da Olivia Paladino, manager dell'Hotel Plaza e compagna del presidente del Consiglio dei ministri Giuseppe Conte. A Roma sono attesi grandi investimenti da parte dei tre gruppi, che in città stanno vagliando diverse proposte: nel frattempo, nella prossima primavera sono previste le inaugurazioni dell'Hotel de la Ville in via Sistina, con la gestione di Rocco Forte Hotels, e del First Roma Dolce in via del Corso. «Oltre mille partecipanti e la presenza di 50 aziende sponsor del settore della ricettività decretano il successo dell'Albergatore Day, che l'anno prossimo troverà sede al Roma Convention Center La Nuvola», ha detto Roscioli. Ma non bisogna dimenticare la lotta all'abusivismo nel settore alberghiero: «Cosa è cambiato dall'anno scorso a oggi a Roma? Che siamo passati da 21 mila a 33 mila strutture ricettive abusive. Il problema è grave e tutte le città del mondo si stanno muovendo per arginarlo: New York, Tokyo, Barcellona, Parigi e Londra. Questo non solo è un fatto di concorrenza sleale ma qualcosa che sta cambiando le città. Oggi chi cerca una casa in centro storico non ci riesce, non solo per i costi ma anche perché gli appartamenti sono tutti per i turisti».

Per combattere questo fenomeno, l'assessore regionale del Lazio Lorenza Bonaccorsi ha annunciato una nuova legge che introdurrà «sanzioni salatissime contro gli abusi». Con l'assessore capitolino Carlo Cafarotti pronto ad annunciare la ricostituzione del «corpo di polizia turistica», che era stato assorbito nella polizia locale. La cosiddetta shadow economy (economia ombra), definita come «la classica transazione che sfugge al fisco» con la scusa del volontariato e dell'autoconsumo, impoverisce il mondo delle imprese alberghiere, e gli affitti brevi delle case private, trasformate in strutture ricettive senza alcuna sorveglianza, costano almeno 40 milioni di euro in termini di mancato incasso della tassa di soggiorno.

© Riproduzione riservata

Allianz Partners, polizza anche per un solo giorno

Un assicurazione istantanea, acquistabile per un viaggio o anche per un solo giorno e completamente personalizzabile online: si può scegliere non solo quali mezzi di trasporto coprire, ma anche gli ambiti di copertura (la propria persona o le cose che si portano con sé, i propri familiari che restano a casa o l'abitazione stessa). Si chiama MyMobility, la nuova soluzione di Instant Insurance firmata dal marchio commerciale Allianz Global Assistance di Allianz Partners. Per accedervi sarà sufficiente andare sul sito web dedicato mymobility.allianz-assistance.it, scegliere il proprio pacchetto di protezione e visionare il relativo preventivo in maniera istantanea.

Il sito di MyMobility proporrà inoltre delle particolari guide turistiche dedicate alle principali città italiane, che insieme a suggerimenti e consigli su cosa vedere, indicano il mezzo migliore per raggiungere i diversi punti di interesse delle città.

«Il modo in cui le persone si muovono, in particolare i più giovani ma anche chi si muove nelle aree metropolitane e i professional, sta cambiando molto velocemente, spinto da un mutamento più generale che riguarda il loro approccio orientato all'uso più che al possesso, all'acquisto, che siano beni o servizi come le assicurazioni, solo di ciò che risponde alle proprie esigenze di reale utilizzo», ha commentato Paola Corna Pellegrini, amministratore delegato e direttore generale di Allianz Partners. «La nostra soluzione di assicurazione e servizio MyMobility propone un cambio di paradigma, legato quindi alle nuove abitudini di consumo tipiche dell'era della sharing economy, attraverso l'offerta dei nostri servizi più avanzati di protezione in mobilità, focalizzati sulla persona e non sul mezzo. Con MyMobility veniamo inoltre incontro alle nuove esigenze di pay per use, di personalizzazione del prodotto e all'approccio digitale che sono ormai irrinunciabili per garantire la soddisfazione del cliente. Per farlo, ancora una volta, facciamo leva sulla nostra lunga esperienza, sulla conoscenza approfondita del settore e dei consumatori, alle quali uniamo un sempre più ampio utilizzo delle recenti tecnologie digitali, con l'impegno costante volto a migliorare l'esperienza e la soddisfazione dei nostri clienti».

© Riproduzione riservata

http://www.milanofinanza.it - questa copia è concessa in licenza esclusiva all'utente 'tagliente@telesia.it' - http://www.italiaoggi.it

http://www.milanofinanza.it - questa copia è concessa in licenza esclusiva all'utente 'tagliente@telesia.it' - http://www.italiaoggi.it

prima COMUNICAZIONE ONLINE

Parte da Linate Telesia digital mirror, concept tv con news e spot trasmessi dagli specchi delle toilette

31/01/2019 | 11:37

Parte dall'aeroporto di Linate digital mirror, nuovo concept televisivo di Telesia che diffonde all'interno delle toilette notizie, spot ed informazioni in tempo reale, differenziate in base al target di riferimento.

L'iniziativa, spiega una nota, è frutto della collaborazione tra Sea – Aeroporti di Milano – e la divisione sistemi di Telesia, società italiana che gestisce i canali di Go tv all'interno di metropolitane, stazioni e aeroporti.

La tecnologia alla base del digital mirror è stata prodotta dal laboratorio di ricerca & sviluppo di Telesia. Le trasmissioni, spiegano una nota, si attivano solo in presenza delle persone, intercettate da appositi sensori in grado di animare lo specchio che comunque mantiene la sua funzione riflettente. Nel momento in cui le immagini si diffondono in una porzione della superficie, anche l'audio viene trasmesso senza l'ausilio di altoparlanti, con un sistema di propagazione delle onde che le diffonde in modo avvolgente.

Ad oggi, ricorda ancora la nota citando l'airport service quality, il programma di benchmarking globale che misura la soddisfazione dei viaggiatori in transito negli scali dell'Airport Council International, le toilette sono uno degli elementi che fanno la differenza e che incidono sulla percezione che i passeggeri hanno di un aereoporto.

Pubblicità Italia

Telesia Digital Mirror, al via a Linate il nuovo concept tv realizzato con Sea

31.01.2019

È ora attivo **Telesia Digital Mirror**, il nuovo concept televisivo per l'aeroporto di Linate, frutto della collaborazione tra **Sea – Aeroporti di Milano** – e la divisione Sistemi di Telesia, società leader in Italia per **la Go Tv**.

Digital Mirror diffonde all'interno delle toilette notizie, spot e informazioni di servizio aggiornate in tempo reale e differenziate in base al target di riferimento, con trasmissioni che si attivano esclusivamente in presenza delle persone che, intercettate da appositi sensori di movimento, vengono "sorprese" dallo specchio che si anima pur non perdendo la propria funzione riflettente. Ciò grazie all'utilizzo di una tecnologia innovativa prodotta dal laboratorio Ricerca & Sviluppo di Telesia, che non ha paragoni in altri scali del mondo.

Così come le immagini si diffondono suggestivamente in una porzione dello specchio, anche l'audio viene trasmesso senza l'ausilio di altoparlanti attraverso un sistema di propagazione delle onde sonore all'avanguardia che le diffonde in modo 'avvolgente', rendendo immersiva e coinvolgente l'esperienza degli utenti che ne ricevono i segnali.

"Questo innovativo progetto sottolinea l'importanza che Telesia riconosce alla pluriennale collaborazione con la Sea e, oltre a rappresentare una nuova e straordinaria opportunità per gli investitori pubblicitari della Go Tv, consente anche all'aeroporto di Linate di offrire un servizio di elevata qualità, primo e attualmente unico nel suo genere, con l'obiettivo di garantire la migliore soddisfazione possibile dei clienti", dice **Gianalberto Zapponini**, Amministratore Delegato di Telesia.

La customer satisfaction, d'altronde, è diventata uno degli elementi distintivi nella concorrenza fra i diversi scali, e i servizi nelle toilette sono uno degli elementi distintivi che incidono maggiormente sulla percezione che i passeggeri hanno di un aeroporto, dice l'Airport Service Quality, il programma di benchmarking globale che misura la soddisfazione dei viaggiatori in transito negli scali dell'Airport Council International.

TGCOM24 MEDIASET

Class E.: al via a Linate Telesia Digital Mirror

30/01/2019 15:53

MILANO (MF-DJ)--E' ora attivo Telesia Digital Mirror, il nuovo sorprendente concept televisivo per l'aeroporto di Linate, frutto della collaborazione tra Sea - Aeroporti di Milano - e la divisione Sistemi di Telesia, societa' leader in Italia per la GO Tv. Digital Mirror, informa una nota, diffonde all'interno delle toilette notizie, spot e informazioni di servizio aggiornate in tempo reale e differenziate in base al target di riferimento, con trasmissioni che si attivano esclusivamente in presenza delle persone che, intercettate da appositi sensori di movimento, vengono "sorprese" dallo specchio che si anima pur non perdendo la propria funzione riflettente. Cio' grazie all'utilizzo di una tecnologia innovativa prodotta dal laboratorio Ricerca & Sviluppo di Telesia, che non ha paragoni in altri scali del mondo. Cosi' come le immagini si diffondono suggestivamente in una porzione dello specchio, anche l'audio viene trasmesso senza l'ausilio di altoparlanti attraverso un sistema di propagazione delle onde sonore all'avanguardia che le diffonde in modo "avvolgente", rendendo immersiva e coinvolgente l'esperienza degli utenti che ne ricevono i segnali. "Questo innovativo progetto sottolinea l'importanza che Telesia riconosce alla pluriennale collaborazione con la Sea e, oltre a rappresentare una nuova e straordinaria opportunita' per gli investitori pubblicitari della GO TV, consente anche all'aeroporto di Linate di offrire un servizio di elevata qualita', primo ed attualmente unico nel suo genere, con l'obiettivo di garantire la migliore soddisfazione possibile dei clienti", dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia. La customer satisfaction, d'altronde, e' diventata uno degli elementi distintivi nella concorrenza fra i diversi scali, e i servizi nelle toilette sono uno degli elementi distintivi che incidono maggiormente sulla percezione che i passeggeri hanno di un aeroporto, dice l'Airport Service Quality, il programma di benchmarking globale che misura la soddisfazione dei viaggiatori in transito negli scali dell'Airport Council International. com (fine) MF-DJ NEWS

SPOT and WEB

Al via a Linate il nuovo concept televisivo Telesia Digital Mirror

30 gennaio 2019

E' ora attivo **Telesia Digital Mirror**, il nuovo concept televisivo per l'aeroporto di Linate, frutto della collaborazione tra **SEA** – Aeroporti di Milano – e la divisione Sistemi di Telesia, società leader in Italia per la **GO TV**.

Digital Mirror diffonde all'interno delle toilette notizie, spot e informazioni di servizio aggiornate in tempo reale e differenziate in base al target di riferimento, con trasmissioni che si attivano esclusivamente in presenza delle persone che, intercettate da appositi sensori di movimento, vengono "sorprese" dallo specchio che si anima pur non perdendo la propria funzione riflettente. Ciò grazie all'utilizzo di una tecnologia innovativa prodotta dal laboratorio Ricerca & Sviluppo di Telesia, che non ha paragoni in altri scali del mondo.

Così come le immagini si diffondono suggestivamente in una porzione dello specchio, anche l'audio viene trasmesso senza l'ausilio di altoparlanti attraverso un sistema di propagazione delle onde sonore all'avanguardia che le diffonde in modo "avvolgente", rendendo immersiva e coinvolgente l'esperienza degli utenti che ne ricevono i segnali.

"Questo innovativo progetto sottolinea l'importanza che Telesia riconosce alla pluriennale collaborazione con la Sea e, oltre a rappresentare una nuova e straordinaria opportunità per gli investitori pubblicitari della GO TV, consente anche all'aeroporto di Linate di offrire un servizio di elevata qualità, primo ed attualmente unico nel suo genere, con l'obiettivo di garantire la migliore soddisfazione possibile dei clienti", dice Gianalberto Zapponini, amministratore delegato di Telesia.

La customer satisfaction, d'altronde, è diventata uno degli elementi distintivi nella concorrenza fra i diversi scali, e i servizi nelle toilette sono uno degli elementi distintivi che incidono maggiormente sulla percezione che i passeggeri hanno di un aeroporto, dice l'Airport Service Quality, il programma di benchmarking globale che misura la soddisfazione dei viaggiatori in transito negli scali dell'Airport Council International.