



## **Manifesti e spot diventano interattivi grazie a «Beem»**

**Beem è pronta a rivoluzionare il mercato pubblicitario: in arrivo in Svizzera il 1° giugno, questa piattaforma rende interattive le campagne pubblicitarie tradizionali portandole anche su smartphone. Il tutto senza bisogno di installare un'app o aprire una pagina web. Merito di una tecnologia sorprendentemente semplice.**

Il mercato pubblicitario tradizionale con contenuti statici è in parte sotto pressione: i committenti pubblicitari puntano sempre di più su formati online interattivi e orientati alla performance, spesso rivolgendosi ai giganti internazionali dell'online. «In questo contesto, l'integrazione di Beem in una campagna è un vero valore aggiunto», afferma Alessandro Rausa, responsabile Beem di Swisscom.

Da poco sbarcata in Svizzera, Beem permette di far arrivare le campagne pubblicitarie tradizionali direttamente sullo smartphone degli utenti per renderle interattive. Per il momento, il servizio è attivo su manifesti APG|SGA e spot nelle sale cinematografiche. I canali TV si trovano in una fase avanzata dei test e si aggiungeranno quanto prima, mentre sul canale 3+ Beem è già disponibile.

### **Informazioni direttamente sullo smartphone**

Gli spot nelle sale cinematografiche e i manifesti APG|SGA a cui è stata aggiunta Beem emettono un segnale audio ad alta frequenza non udibile dall'orecchio umano; i manifesti trasmettono anche un segnale Bluetooth. Questi segnali vengono ricevuti dalla piattaforma Beem integrata in tante app a grande diffusione, per cui non serve scaricare un'applicazione dedicata. Al momento, Beem è integrata nelle app di 20 Minuti, Watson e Bluewin. Se un utente ha una di queste app aperta nello smartphone, alla ricezione del segnale compare sullo schermo un avviso, chiaro ma non fastidioso. Toccando l'avviso si apre la piattaforma Beem, in cui vengono presentate offerte collegate al manifesto visto, alla trasmissione o allo spot. Può trattarsi di semplici informazioni supplementari, concorsi o votazioni, ma anche di offerte speciali o buoni sconto.



In alternativa alle app di terzi c'è anche un'app Beem dedicata scaricabile dagli app store Apple e Google Play. La registrazione a Beem non è necessaria per poter usare la piattaforma, però semplifica l'esperienza degli utenti più assidui.

### **Campagna FFS con Beem**

La prima campagna realizzata con Beem prende il via il 3 giugno: le FFS, infatti, hanno puntato su questa nuova tecnologia, e lo stesso giorno inizia anche una campagna incentrata proprio su Beem. Le campagne sono realizzabili tramite APG|SGA (per i manifesti) e WerbeWeischer (per il cinema). Admeira e Goldbach sono già coinvolte nella fase di test per la versione televisiva. «Le pubblicità tradizionali attirano l'attenzione, ma grazie a Beem vengono integrati con grande eleganza anche elementi interattivi e contenuti rilevanti in grado di offrire un valore aggiunto. È una combinazione vincente,» sostiene Beat Hostenstein, membro della Direzione aziendale di APG|SGA.

### **Il ponte tra la dimensione analogica e quella digitale**

La vision di Beem è quella di integrare il mondo analogico e quello digitale: in campo pubblicitario, ma non solo. Infatti Beem è utilizzabile in tutte le situazioni in cui gli utenti interagiscono con lo smartphone per accedere a un livello informativo supplementare: ad esempio in occasione di eventi, nei musei, per orientarsi in un luogo ecc.

Berna, 27 maggio 2019