Sai già cos’è e a cosa serve il QR code?



Lo abbiamo creato alcuni giorni fa per i FassaLux, dopo che un’amica ha pubblicato su facebook un post “..inizio di giornata, arrivo le colleghe con questo pacchettino....” con una foto di un sacchetto del pane con il codice Qr e la curiosità di sapere cosa conteneva era troppa… quindi scan et voilà: appagati, il contenuto era una super colazione!

Il Qr è una sorta di trait d’union tra il mondo cartaceo e quello multimediale di internet. Una porta d’accesso a contenuti aggiuntivi che per la loro natura digitale non troverebbero spazio sulla carta e che invece arrivano, via web, direttamente sullo schermo del telefonino. Se lo si inquadra con l’obiettivo del cellulare il codice Qr, che è l’abbreviazione inglese di **«quick response» (risposta rapida)**
, prende vita e racconta tutto di sé: sul display arrivano, infatti, video e pagine internet preparate ad hoc per approfondire l’argomento a cui è legato.

In Giappone, patria della corporation Denso-Wave che lo ha inventato nel 1994, il codice Qr è approdato praticamente ovunque.
Se ne vedono **gigantesche riproduzioni** sulle facciate dei grattacieli, ma compaiono (miniaturizzati) sui **prodotti al supermercat**o e **al posto della foto sulle lapidi al cimitero**
.
A Londra i grandi magazzini Harrods ne hanno affisso uno di 3 metri sulla facciata.
All'ombra del Big Ben si trovano sulle pubblicità in metropolitana, ma anche sui muri di Camden Town e Soho dove vengono affissi volantini che riportano codici Qr con le indicazioni per feste underground. Chi li inquadra e li decodifica col cellulare legge il messaggio. Tutti gli altri non capiscono nulla. **Già perché il codice Qr può contenere fino a 4.296 caratteri di testo**. Non sempre conduce, quindi, a un video o a una pagina web. Come nel caso del volantino: sul display del cellulare compaiono, infatti, solo una serie di
informazioni testuali.
Per questo molte aziende come l'americana Google hanno cominciato a
stamparlo sui biglietti da visita dei dipendenti. Basta un clic con il telefonino per memorizzare tutte le informazioni nella rubrica del cellulare e anche in quella del computer.

Dove questo codice è già diventato di uso comune, come in Svezia e Danimarca, lo si trova in vetrina accanto ai prezzi. Un clic e tutto quello che interessa su un possibile regalo di Natale viene risucchiato nella memoria del telefonino. Pronto per essere confrontato con i dati di un prodotto analogo di un'altra marca e di un altro negozio.
Le prime a cogliere l'opportunità offerta da questo codice sono state le multinazionali: la **Ikea,** per esempio, negli Stati Uniti lo pubblica sui volantini pubblicitari. Chi lo fotografa ottiene un coupon di sconto.
La **Pepsi,** in Danimarca, ha ideato affissioni e lattine con il Qr code. Chi lo inquadra ottiene una bibita gratis e le informazioni sui concerti che Pepsi sponsorizza a Copenaghen.
Poi c'è il mondo della **moda**: non solo un marchio di massa come la **H&M** lo stampa su manifesti ed etichette, ma anche case del lusso come Fendi, Gucci e Ralph Lauren stanno migrando alla nuova tecnologia. Gli utilizzi di questo quadratino puntinato sono infiniti e possono essere di grande utilità sociale.
La Ibm, per il Comune di Venezia, ha disseminato di bianche mattonelle con codici Qr i monumenti della città. Con un clic del cellulare i turisti possono sapere dove si trovano e che monumento stanno ammirando.

Tu dove lo hai visto la prima volta?
La Sportler lo aveva già utilizzato sui suoi cataloghi della scorsa stagione invernale.

Curiosità: Ebbene il marketing non convenzionale e l'arte sembrano ricorrere sempre più spesso a questa tecnologia, utilizzandola nei modi e per i fini più disparati. Ad esempio la Sinap Co. Ltd si è prefissa di raggiungere i propri utenti anche in spiaggia, sulla quale ha realizzato il codice direttamente con la sabbia. Guarda il video .
Il Qr di lusso costa 100.000 dollari ed è stato prodotto da PiageT, nota casa produttrice di orologi di lusso Svizzera. Il gioiello è in oro a 18 carati, composto di diamanti con taglio a brillante. E' il Qr – Code più costoso del mondo, creato in occasione del ventesimo anniversario

dell’azienda.

Creare il Qr code è semplicissimo. Noi abbiamo utilizzato questo sito: http://zxing.appspot.com/generator/

