

NEWS

Il futuro appartiene agli schermi che non si vedono

Smart glass – l'era della rivoluzione invisibile comincia quando l'hardware scompare

24 aprile 2026, Tobias Engl



È sabato mattina, le nove e mezza. Una cliente passeggia davanti a una boutique di moda, si ferma un attimo e guarda. In vetrina compaiono immagini dolcemente animate: il nuovo abito estivo in tre colori, abbinato agli accessori giusti, sotto uno sconto speciale, valido solo oggi. Il vetro stesso appare intatto, chiaro, invitante. Eppure lavora. Ciò che suona come una scena da film futuristico è oggi realtà. I display OLED trasparenti trasformano le superfici di vetro in supporti di comunicazione vivi, senza appesantire lo spazio, senza bloccare le linee di vista, senza disturbare l'atmosfera.

Il digital signage ha raggiunto negli ultimi anni una maturità notevole. Il mercato globale è stato stimato nel 2024 in circa 29 miliardi di dollari e dovrebbe crescere entro il 2035 oltre i 57 miliardi. In Europa la crescita annua supera il 17 per cento. Ma la vera rivoluzione non è la crescita. È la qualità. I display moderni sono più nitidi, più luminosi e più efficienti che mai. E con l'avvento delle tecnologie trasparenti il display stesso diventa invisibile: il messaggio passa in primo piano, il supporto si ritira.

Una vetrina che è al tempo stesso trasparente e riproducibile. Non è magia. È lo stato attuale della tecnica.

Gli schermi OLED trasparenti, come quelli offerti dal 2024 da LG e Samsung in formati commerciali fino a 77 pollici, raggiungono una trasparenza dal 40 al 55 per cento con nitida risoluzione 4K. Si integrano nelle vetrine, si impiegano come porte di vetrine refrigerate o come divisori in uffici e hotel. Accanto, gli schermi LED mesh trasparenti, che lasciano passare fino al 90 per cento della luce, aprono possibilità del tutto nuove per facciate e grandi superfici. E dall'autunno 2025 esiste un'altra categoria: i cosiddetti display hololuminescenti, che trasformano comune materiale video 2D in ologrammi 3D realistici, senza software speciale, senza pipeline 3D. Chi vede schermi così, si ferma. Ed è esattamente questo il punto.

Perché fermarsi non basta e dove il software fa la differenza

Uno schermo impressionante è un buon inizio. Ma solo il software giusto trasforma una costosa cornice di vetro in un vero vantaggio competitivo. Qui interviene ScreenWay. La piattaforma collega display di ogni tipo (che sia la classica parete LED, il pannello OLED trasparente o il chiosco olografico) con i dati e i sistemi che un'azienda già usa. Gestione prenotazioni, sistema informativo, sistema di cassa, funzione calendario:

ScreenWay si sincronizza con oltre 50 integrazioni e garantisce che il contenuto giusto compaia al momento giusto nel posto giusto, in modo del tutto automatico e senza interventi manuali.

Cosa significa in concreto: un ristorante cambia il prezzo del piatto del giorno una volta in cassa, e lo schermo del menù lo mostra corretto in pochi secondi. Un hotel saluta per nome gli ospiti in arrivo, perché ScreenWay legge il sistema PMS. Uno studio medico trasmette automaticamente in sala d'attesa video esplicativi, per esempio sulle campagne vaccinali, appena inizia l'autunno. E se in un ufficio scatta l'allarme antincendio, ScreenWay sovrascrive con un solo clic tutti gli schermi contemporaneamente, che siano uno, cento o mille.

La piattaforma è progettata di proposito per non richiedere conoscenze IT. In meno di 30 minuti il primo schermo funziona. Oltre 300 modelli specifici per settore forniscono subito contenuti dall'aspetto professionale, senza agenzia e senza programma di grafica. E chi cresce non deve cambiare: ScreenWay gestisce con la stessa serenità un singolo display in uno studio medico come una rete di 1.000 schermi in 200 filiali.

La domanda non è più se il digital signage convenga. La domanda è se ci si possa permettere di aspettare.

Da oggi al 2050: l'evoluzione che è già cominciata

Ciò che oggi inizia con schermi OLED trasparenti e personalizzazione assistita dall'IA accelererà nei prossimi anni. Entro il 2030 i display trasparenti passeranno da prodotto premium a standard. Vetrine, pareti divisorie di vetro e vetrine refrigerate si riempiranno di contenuti con tutta naturalezza. Il solo mercato dei display trasparenti dovrebbe crescere entro il 2035 oltre i 65 miliardi di dollari, con una crescita annua di oltre il 31 per cento. Poco dopo, verso il 2036, gli occhiali di realtà aumentata diventeranno prodotto di massa: da quel momento esisteranno per le aziende due canali informativi paralleli: lo schermo fisico per tutti i visitatori e un overlay digitale per gli utenti con occhiali AR. Le piattaforme capaci di servire entrambi i canali da un'unica mano definiranno il mercato. E a più lungo termine, verso il 2045 e oltre, il concetto di schermo si dissolve del tutto: ogni superficie, ogni parete, ogni finestra diventa potenzialmente portatrice di informazione. Il software che la governa diventa lo strato di sistema operativo del mondo fisico.

ScreenWay è costruito esattamente per questa strada. La piattaforma non pensa in apparecchi, ma in canali. Non in schermi, ma in messaggi. Chi comincia oggi con ScreenWay, che sia con un singolo display trasparente in vetrina o con una rete di filiali connessa, si posiziona per un'evoluzione che sta appena prendendo velocità. E chi aspetta ancora, presto guarderà concorrenti le cui vetrine parlano da tempo.