



EVENTI

WIDE 21
VISCOM ITALIA 2014



32



Dalla "tre giorni" milanese

LA PAROLA D'ORDINE È INNOVAZIONE

Un'edizione di successo, con il 10,6% in più di affluenza e un incremento del 20% degli espositori dall'estero, caratterizzata da un rinnovato vigore e propensione al business da parte degli operatori.

La 26ma edizione di Viscom Italia, la fiera internazionale dedicata all'intero mercato della comunicazione visiva, si è chiusa all'insegna del successo.

Alla manifestazione durata tre giorni, sono stati registrati infatti 17.221 visitatori (+10,6% rispetto al 2013), con più di 300 brand e un incremento del 20% degli espositori dall'estero.

È sulla sfida verso nuovi mercati, sull'importanza della formazione, sull'esaltazione dell'eccellenza delle tecnologie e delle applicazioni e sull'internazionalizzazione che Viscom Italia ha centrato il suo traguardo contribuendo a delineare e rendere raggiungibili per tutti gli operatori nuovi obiettivi futuri, per migliorare così le proprie strategie aziendali.

«Viscom Italia 2014 è stata davvero un'edizione di svolta», spiega Paola Sarco, Exhibition Manager Viscom Italia. «Le premesse del successo c'erano tutte. Molte nuove aziende hanno scelto la manifestazione come piazza di debutto, alcuni grandi ritorni, la volontà di incrementare gli spazi dedicati al business e un fermento che si percepiva già alla vigilia. Andando oltre l'aspetto quantitativo, siamo particolarmente soddisfatti di evidenziare che il sentiment generale che si percepiva tra gli stand e i corridoi era quello di un rinnovato vigore e propensione al business da parte degli operatori e ci auguriamo che sia il segnale di un nuovo atteggiamento più positivo che

si sta diffondendo tra i professionisti del nostro settore».

Numerose le anteprime di prodotti, materiali, soluzioni e applicazioni in materia di stampa digitale di grande formato, insegnistica e cartellonistica, stampa serigrafica e tampografica, promozione tessile e ricamo, incisione, fresatura, laser, Digital Signage, Labelling, Packaging, P.O.P e servizi per eventi.

"Innovazione" era la parola d'ordine in tutti i comparti presenti che hanno saputo raccontare una nuova modalità di espressione dei linguaggi visivi facendoli diventare strumenti duttili e facilmente personalizzabili in grado di venire incontro alle esigenze di molteplici mercati, che sempre di più necessitano delle soluzioni della comunicazione visiva per esprimere al meglio il proprio brand.

Gli eventi proposti hanno offerto un ambiente di formazione specializzato, per costruire il know-how tecnico, un'occasione di networking nonché la possibilità di cogliere le opportunità commerciali rese possibili dalle dimostrazioni di nuove tecnologie.

La diversificazione di applicazioni o formati nuovi era una delle maggiori soluzioni rappresentate nella manifestazione, che hanno fornito nuovi spunti a tutti i visitatori che intendono giustamente scostarsi da quanto già provato e sperimentato da loro nel passato.

Aggiornamento professionale con i Viscom Talks

13 seminari con 28 relatori: più di 1.200 persone hanno seguito il nutrito programma dei convegni dei Viscom Talks, realizzati con il coordinamento scientifico del MIP Politecnico di Milano. I temi scelti, i testimonial e le numerose case history hanno contribuito a rendere gli incontri un appuntamento professionale vero non solo per imparare e aggiornarsi professionalmente, ma soprattutto per non perdere tutte le nuove opportunità di business che la comunicazione visiva offre oggi. Il confronto diretto di esperienze ha messo in luce svariati argomenti: dal design cartotecnico e le nuove tecnologie di stampa per il punto vendita alla ricerca creativa fotografica e al ruolo che la comunicazione visiva con soluzioni e tecnologie digitali ha nel comunicare i nuovi volti dell'architettura nelle città. Non sono mancati anche incontri di divulgazione manageriale per fornire stimoli e linee guida specialmente alle piccole e medie imprese per migliorare le proprie vendite e le relazioni con i clienti. Infine, contenuti più tecnici e mirati come la tecnologia laser applicata alla luce, i temi della *green economy*, la certificazione energetica nelle insegne.

Sperimentazione e creatività al Viscom Live

Grande affluenza di pubblico per la nuova edizione firmata Viscom



EVENTI WIDE 21 VISCOM ITALIA 2014



34

Live. Durante l'evento una squadra di decoratori ha sperimentato la duttilità delle pellicole Avery Dennison – sponsor tecnico dell'evento – applicate a un'auto, a una barca e a vari oggetti di arredo della Kartell. I visitatori hanno così testato le innumerevoli applicazioni, le potenzialità di personalizzazione, la vasta gamma di materiali di rivestimento su svariati prodotti.

L'evento ha raccontato inoltre 54 lattine ideate dalla creatività degli espositori (Blu Sign, Cutlite Penta, Depositphotos, Elitron IPM, Epson Italia, Fenix Digital Group, Fotolia, Market Screentypographic, Memo, Spandex, Sprint Solution, Studio Auriga) mettendo in scena le tecnologie della comunicazione visiva in materia di decorazione, personalizzazione, stampa digitale e serigrafica e intaglio a laser. Sempre sul tema creatività e tecnologie sono stati presentati alcuni progetti e installazioni degli stessi studenti del Politecnico di Milano.

Un premio assegnato ai migliori display

Una giuria di esperti capitanata dal presidente Maurizio Milani, graphic designer, e a seguire Renzo Callegari, direttore produzione Cheil, Andrea Archidi, trade marketing C2C, e Sharon Storti, marketing and sales Acidas, hanno premiato i migliori display in gara nella quarta edizione del concorso internazionale DIVA - Display Italia Viscom Award, organizzato in collaborazione con Display Italia.

17 soluzioni espositive per il punto vendita, realizzate dai produttori di materiali P.O.P., studi di progettazione, agenzie creative e aziende committenti si sono sfidate nelle seguenti categorie: soluzioni espositive durevoli e non durevoli, dispositivi di digital signage, shop fitting.

Appuntamento a Viscom 2015

Viscom Italia ritornerà dal 15 al 17 ottobre 2015 sempre nel quartiere fieristico di Fiera Milano Rho, in concomitanza con EXPO 2015, l'Esposizione Universale che si terrà a Milano. La nuova edizione della manifestazione sarà un evento che vuole continuare a stimolare il business e la condivisione tra tutti i protagonisti del mondo della comunicazione visiva.





UN PADIGLIONE RICCO DI PRIMIZIE TECNOLOGICHE

Anche quest'anno l'offerta tecnologica era concentrata in un unico padiglione, caratterizzato da stand allestiti con stile, incentrati sulle applicazioni, così da creare un contatto più immediato con i visitatori. Nonostante l'assenza di alcuni importanti player, il panorama espositivo era decisamente variegato, con una selezione di primizie tecnologiche che avevano debuttato in primavera alla Fespa Digital tenutasi a Monaco, in Germania.





EVENTI WIDE 21 VISCOM ITALIA 2014



Bompan, importatore esclusivo per l'Italia dei prodotti **Mimaki**, ha concentrato in un imponente ed elegante stand – il più grande a Viscom e al centro del padiglione – il meglio dell'offerta tecnologica.

«Il 2014 è stato un anno ricco di nuovi prodotti Mimaki», ha commentato Rachele Bompan, marketing manager di Bompan. «Siamo contenti di aver incontrato clienti acquisiti e potenziali a Viscom Italia, dove abbiamo mostrato tante novità e la più vasta gamma di prodotti, che solo Mimaki è in grado di offrire. Il nostro stand, dove erano presenti tutti i nostri rivenditori, era suddiviso in tre zone esattamente come le tre linee di prodotto Mimaki: Sign Graphics, Industrial e Textile. Le macchine erano costantemente in funzione e producevano campioni per i visitatori».

Tra le novità esposte sullo stand, la macchina da stampa e taglio a getto d'inchiostro CVJ300-130/160 con operazioni di stampa e taglio simultanee e il nuovo inchiostro argento SS21 che integra gli inchiostri nero chiaro e arancione introdotti sempre quest'anno consentendo agli utenti di creare immagini metalliche in

ben 648 colori con una base argento.

Mimaki ha inoltre mostrato in anteprima europea a Viscom Italia due nuove stampanti che non saranno commercialmente disponibili in Europa prima dell'inizio del 2015: la macchina da stampa/taglio a getto d'inchiostro entry-level CJV150, che raggiunge i 56,2 m² all'ora con inchiostri argento, nero chiaro e arancione SS21, e la stampante a getto d'inchiostro JV150 per un'ampia gamma di applicazioni, tra cui decorazioni per interni, poster, decorazioni per negozi o eventi e wrapping di veicoli. Può essere utilizzata con due tipi di inchiostri: inchiostri a solvente o a sublimazione. Per questa stampante sono disponibili inchiostri nero chiaro e arancione SS21 ad asciugatura rapida.

Mimaki ha, infine, concluso nuovi accordi di sponsorizzazione sportiva che forniranno grafiche uniche alla squadra di hockey dei Paesi Bassi MHC Lelystad, che indosserà il logo Mimaki sulla maglia, e alla squadra di pallavolo maschile tedesca Geilste Club Der Welt (GCDW). Inoltre, ha avviato una partnership tecnologica con il team di Formula 1 Caterham F1, di cui è stata nominata fornitore grafico ufficiale.

Innovazione tecnologica e sperimentazione applicativa: questo la ricetta di successo di **Colorcopy** a Viscom 2014. Grande fermento tra addetti ai lavori e curiosi che hanno visitato numerosi lo stand dell'azienda bresciana, attirati dagli esempi applicativi in mostra: oggettistica e tessile per tutti i gusti, cover per smartphone e divise sportive, fino ai capi fashion impreziositi con stampe e glitter. Un tripudio di colori e materiali, personalizzati con le più moderne tecnologie disponibili sul mercato (v. riquadro a pag. 41).

Durst ha confermato ancora una volta la propria leadership tra i produttori di sistemi di stampa inkjet e consolidato il primato della serie Rho P10. Protagonisti i modelli Rho P10 200 versione Presto, best seller in Italia, e Rho P10 160, la più versatile e produttiva flatbed industriale, entrambi impegnati in dimostrazioni live per tutta la manifestazione.

«Siamo soddisfatti del grande interesse dimostrato dai visitatori per la serie P10, con apprezzamenti per lo standard offset, l'estrema flessibilità e la notevole precisione di posizionamento dei materiali sul piano di stampa», ha commentato a caldo Alberto Bassanello, direttore vendite Italia Durst Phototechnik. «In molti, inoltre, hanno chiesto informazioni più dettagliate sui modelli High Speed (HS), ultimi nati della famiglia P10 presentati a Fespa 2014, che coniu-





gano qualità fine art a produttività senza precedenti». Nel corso della kermesse milanese Durst ha avuto, inoltre, l'occasione di incontrare clienti e prospect portando a conclusione alcune trattative già in corso. «Un risultato che conferma il positivo trend della nostra azienda per il 2014, trainato a livello internazionale dal settore delle arti grafiche, in crescita nonostante il perdurare della crisi», ha attestato Bassanello. «Da gennaio ad oggi sono 16 i nuovi sistemi Rho P10 installati solo in Italia, una cifra destinata a salire raggiungendo entro fine anno le 20 unità». Riflettori puntati anche sulle applicazioni industriali, per le quali l'R&D Durst offre da sempre soluzioni all'avanguardia. Grande interesse in particolare per la stampa su tessuto con la serie Rhotex, disponibile nei modelli 320 e 322, recentemente arricchite della versione HS, che rappresenta la nuova frontiera della tecnologia inkjet per il soft signage firmata dalla casa altoatesina. Alle specifiche esigenze delle industrie tessili Durst risponde invece con una divisione dedicata e con gli innovativi sistemi Kappa. A livello industriale la novità in casa Durst riguarda il settore del vetro (v. Speciale da pag. 12), nel quale l'azienda opera già da qualche anno con inchiostri specifici. «Sono diversi gli operatori della visualcom che utilizzano già i sistemi Rho P10 per realizzare particolari applicazioni su questo materiale. Ma per soddisfare le esigenze specifiche dell'industria del vetro, Durst Industrial Inkjet Application ha messo a punto Rho Vetrocer, un sistema dedicato che impiega inchiostri inorganici, progettato e costruito nel nuovo sito produttivo di Lienz, in Austria».



Edigit, la nota software house di sistemi gestionali per le arti grafiche, quest'anno era posizionata di fronte allo stand dei plotter da taglio Zund e si è presentata con una grande novità, intuibile a prima vista fin dall'arredamento dello stand: una postazione demo interamente realizzata in cartone, come anche i complementi d'arredo e le cornici alle pareti; un video di demo proiettato a ciclo continuo sulla parete principale e rappresentante scatole in cartone, espositori e prodotti fustellati; la partnership con una nota casa produttrice di sistemi per la progettazione e produzione di imballaggi, e la scritta esplicativa a

parete "Sistemi gestionali per il Packaging piccolo e grande formato".

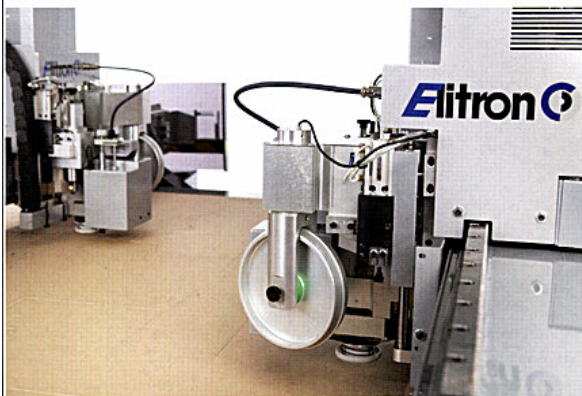
Edigit ha così ufficializzato la sua entrata a pieno titolo nel mondo del packaging, con la propria soluzione gestionale specializzata per il settore, che permette di gestire in pochi clic tutte le attività delle aziende di imballaggi e cartotecniche grazie all'archivio fustelle integrato, alla gestione delle revisioni, dei formati e delle caratteristiche tecniche delle fustelle, alle schede prodotto integrate e alla gestione delle certificazioni FSC e PEFC, oltre che delle milestone per la certificazione.

Il MIS Edigit Packaging-64 è un sistema specifico e a 360 gradi che collega tutti i reparti aziendali e li rende gestibili attraverso un'unica interfaccia condivisa dagli utenti.





EVENTI WIDE 21 VISCOM ITALIA 2014



Elitron, azienda protagonista nella realizzazione di sistemi da taglio CAD/CAM, ha confermato la sua grande carica innovativa con due modelli di punta, Kombo SD+ e Kombo TH, e una novità, Heleva, che ha ricevuto la nomination come Best Print Support Tool agli EDP Awards di Fespa a Monaco.

Kombo SD+ dispone di nuovo carrello multi-utensile con gruppo fresa e gruppo di taglio ad assi indipendenti, il potente elettromandrino da 50.000 rpm, 3Kw di potenza e un sistema di raffreddamento a liquido. Disponibile per l'utensile fresa anche l'opzione con sistema di cambio utensile automatico a 4 posizioni e gestito tramite comando digitale.

Kombo TH è un sistema dedicato all'industria cartotecnica e stampa digitale di grande formato, l'unico del settore con due teste di taglio multi-utensile che garantiscono velocità, produttività, rendimento raddoppiati e tempi di lavoro dimezzati. Dotato di software TwinCut che gestisce in automatico il processo, il sistema è in grado di eseguire due finiture differenti nella stessa area di lavoro grazie alle due teste di taglio indipendenti. Flessibilità e precisione vengono garantite su materiali come Forex, Dibond, Pvc, materie plastiche, cartone, cartoncino, vinile, plexiglas e tanti altri.

Infine, Heleva è un vero e proprio complesso di alta tecnologia marchiato Elitron, capace di comunicare e di interfacciarsi con la stampante con la massima flessibilità. Heleva infatti non solo può eseguire gli ordini di carico richiesti della stampante, ma può anche trasmettere alla stampante stessa le informazioni dei supporti pronti alla stampa. Heleva alimenta la stampante prelevando i pannelli direttamente da bancale. Non è necessario che i fogli siano perfettamente allineati sul pallet, ci pensa Heleva ad allinearli perfettamente per la stampa.



Epson ha raccontato attraverso gli arredi e le pareti dell'intero stand le potenzialità dei propri sistemi di grande formato per l'interior decoration. Ma questa non è stata l'unica applicazione protagonista: si è parlato anche di stampa commerciale, con la produzione di oggetti e materiali promozionali, e di digital signage, le nuove frontiere della comunicazione dinamica.

La crescente qualità e la versatilità della stampa digitale, insieme al sempre maggior numero di supporti disponibili (carte da parati, pellicole retroilluminate o trasparenti ecc.), offre nuove opportunità creative a chi si occupa di arredamento di interni, siano essi pubblici o privati. La forte tendenza alla personalizzazione è proprio una delle leve che sta supportando lo sviluppo di questo mercato. In questa area dello stand Epson è stato realizzato un concept di negozio con vetrina, una grande parete e degli scaffali, su cui erano applicati messaggi promozionali stampati su supporto magnetico, realizzati con stampanti Epson SureColor serie S.

Sul fronte stampa commerciale o, meglio, promozionale, la gamma di stampanti Epson è molto ampia e comprende modelli per la stampa diretta su magliette e altri per la stampa su supporti vari che permettono di personalizzare oggetti anche tridimensionali. In particolare, Epson SureColor SC-F2000 è la stampante per la stampa diretta su magliette che, grazie alle prestazioni elevate e ai bassi costi di manutenzione e gestione, consente alle aziende di creare capi finiti dal design personalizzato.

Le stampanti a sublimazione Epson SureColor SC-F7100 (64") e Epson SureColor SC-F6000 (44") sono invece adatte per la realizzazione di materiale promozionale di vario tipo: segnaletica in piccoli formati, banner, bandiere, abbigliamento sportivo ecc.

Nell'area dedicata al digital signage veniva presentata





l'Interactive Virtual Hostess, una proposta innovativa per una comunicazione più coinvolgente e diretta con i clienti. Realizzata e prodotta dal Gruppo DSE, la postazione era costituita da un videoproiettore Epson che proiettava l'immagine su un'apposita sagoma, permettendo così di catalizzare l'attenzione delle persone per ottimizzare l'esito di iniziative quali: campagne promozionali, lancio di nuovi prodotti, concorsi, eventi e punti informativi interattivi.

Di forte impatto emozionale, l'Interactive Virtual Hostess può avere forme e profili differenti in funzione della scelta del testimonial: un personaggio famoso (reale o dei cartoni animati), un "avatar" di una persona reale, un personaggio immaginario. Dato che è sempre personalizzato, quindi unico, assicura una comunicazione coinvolgente "one to one".

Viscom ha messo in luce l'importante percorso strategico e di crescita che **Fenix DG** ha attuato ormai da tempo, puntando su partnership tecnologiche davvero all'avanguardia. Durante i tre giorni intensi di fiera, l'azienda ha presentato ufficialmente la recente partnership con **HP**, che ha rinnovato la posizione di Fenix DG sul mercato e destato grande curiosità grazie all'innovativo ed ecosostenibile HP Latex wide e superwide format, roll-to-roll e alle consolidate flatbed UV-curable HP Scitex FB500 e FB700.

Sullo stand, in particolare, tutti i visitatori hanno potuto toccare con mano la qualità di stampa e la notevole versatilità applicativa delle nuove HP Latex di terza generazione: l'entry level HP Latex 310, il plotter di fascia intermedia HP Latex 330 e l'ammiraglia HP Latex 360.

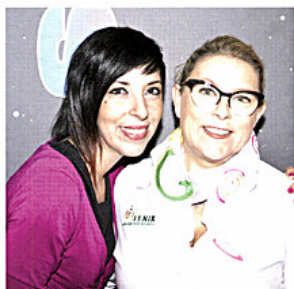
"Fiore all'occhiello" dell'offerta di Fenix DG è la nuova **swissQprint Nyala 2**, con una produttività massima di 206 m²/ora grazie al suo piano di stampa fisso di formato XXL da 3200x2030 mm. Grazie alle teste inkjet di ultima generazione Konica Minolta 1024i, con goccia di stampa variabile da 9 picolitri a

42 picolitri, la stampante assicura immagini di qualità fotografica, grafiche ricche di sfumature e tratti sottilissimi perfettamente definiti, così come testi minuti leggibili anche in corpo 4 e 2 punti.

Altra novità annunciata da Fenix DG è l'entrata nel mercato tessile grazie alla rivoluzionaria **Shima Seiki**, un sistema di stampa a piano fisso SIP-160 F3L da 1,6x2,4 m, per la stampa inkjet diretta su ogni genere di capo (mostrata per la prima volta in Europa) e sistema di vaporizzo dedicato Shima Seiki SSM-100, fondamentale per fissare il colorante al tessuto dopo la

fase di stampa. Grazie ai nuovi inchiostri Shima Seiki acidi e reattivi, con SIP-160 F3L è possibile stampare tinte brillanti, neri profondi e mezzi toni perfetti, immagini e disegni fino a 600x600 dpi. Capi realizzati con fibre naturali di origine animale o vegetale, spaziando dal maglione in lana alle pashmine in pregio cashmere, dal cotone al lino e molti altri ancora.

I numerosi visitatori sono stati accolti su uno stand che di sicuro non è passato inosservato e che aveva come concept "Con i colori Fenix DG, tutto un altro pianeta", ideato dall'agenzia di marketing e comunicazione Your Smart Agency, dove la mascotte PrintX troneggiava sulla sua astronave.



Paola Mortara (a destra), ad di Fenix DG, con Francesca Borghi dell'agenzia Your Smart Agency.

Nuove opportunità con la "green economy"

Convegno organizzato da Guandong in collaborazione con HP e 3M

«Tutti parlano di *green economy*: aziende grandi e piccole sono accomunate dalla necessità di affrontare questo tema, ma troppo spesso lo fanno senza percepire in modo corretto i segnali del mercato». Così Edoardo Elmi, presidente di Guandong, ha accolto il pubblico del convegno "Riqualficazione, sostenibilità e Green Economy". Sul palco con lui, Fulvio Rohrer (3M Italia) e Dario Morelli (HP Italiana): tre rappresentanti del mondo della visualcom che hanno coinvolto la platea in un iter alla scoperta di come mettere in pratica con successo i principi dell'economia "verde" in questo mercato. Il tutto partendo da una semplice domanda di base: sostenibilità ambientale e creazione di valore economico sono obiettivi conflittuali o è una combinazione vincente?

L'introduzione di Elmi ha scattato un'istantanea del mercato, in cui aziende grandi e piccole – come Guandong, HP e 3M – sono accomunate dallo stesso obiettivo: creare prodotti innovativi per nuove tecnologie, in modo da allargare i mercati di riferimento. «Il nostro successo deriva dalla volontà di creare soluzioni messe a punto per massimizzare le prestazioni delle più recenti innovazioni, proprio come abbiamo fatto con la nuova Textile Collection serie LUS, ideale per la tecnologia HP Latex 300. Una strategia che ci sta premiando, come è stato dimostrato dal successo dei nostri Book. Gli operatori riconoscono in questi strumenti un mezzo per poter presentare in modo efficace i materiali, facendo vedere esempi applicativi che spesso semplificano la trattativa con gli utilizzatori finali».

Fulvio Rohrer ha poi approfondito l'aspetto più culturale del tema. Dall'equilibrio tra i bisogni dell'uomo e la salvaguardia della natura alla responsabilità etica delle multinazionali, che adottano politiche di Corporate Social Responsibility a livello globale. «Sempre più spesso abbiamo a che fare con aziende come Ikea e Nestlé, che hanno politiche ben definite per la scelta dei materiali. Per essere fornitori di queste realtà dobbiamo ampliare la nostra gamma con proposte sempre più amiche dell'ambiente». Il trend è dunque evidente: cresce la domanda del mercato per soluzioni ecosostenibili, aumentano i volumi, i prezzi diventano più competitivi e il tutto rende più appetibili le proposte caratterizzate da un'anima green.

Dai virtuosismi della Green Economy all'applicazione di modelli teorici: Dario Morelli ha condiviso con il pubblico i 6 punti da analizzare per capire il "livello di greenitudine" della propria azienda: adozione di normative, allineamento dei processi, scelta dei prodotti, comunicazione sul tema, selezione dei fornitori, risparmio energetico. «Un'azienda può anticipare le normative in materia oppure subire le regole imposte dai singoli Paesi. Può scegliere di avere solo fornitori certificati oppure trovare il proprio livello intermedio di ecosostenibilità. Occorre fare un'autoanalisi per capire il proprio stato dell'arte, identificare un obiettivo e definire un piano d'azione a lungo termine».

Tutti concordano dunque sulla risposta da dare alla domanda iniziale: il binomio sostenibilità ambientale e creazione di valore economico è sicuramente vincente, se ben studiato e messo in pratica con serietà e concretezza. L'augurio finale è quindi di saper cogliere gli spunti offerti per aumentare il business in un momento potenzialmente di grande crescita grazie anche all'approssimarsi di EXPO 2015, evento fortemente incentrato sulla Green Economy.



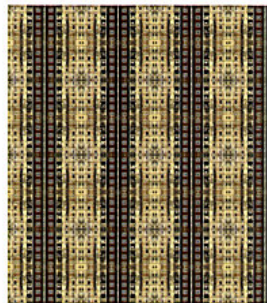


EVENTI WIDE 21 VISCOM ITALIA 2014

Concorso "Interior decoration: your photographic vision"

La fotografia di architettura sposa il design. Una competizione organizzata da Photo ARCHITETTI per dare spazio alla creatività e alla comunicazione visiva attraverso la fotografia. La premiazione è avvenuta durante Viscom.

È Alberto Lardizzone, con la sua opera *Living* (nella foto) il vincitore del concorso "Interior decoration: your photographic vision", organizzato da Photo ARCHITETTI, l'unico evento in Italia interamente dedicato alla teoria e tecnica fotografica e alla post-produzione digitale in architettura e design, con cui Epson Italia collabora da alcuni anni, confermando così il proprio impegno nel mondo dell'architettura e del design.



Alberto Lardizzone, *Living*

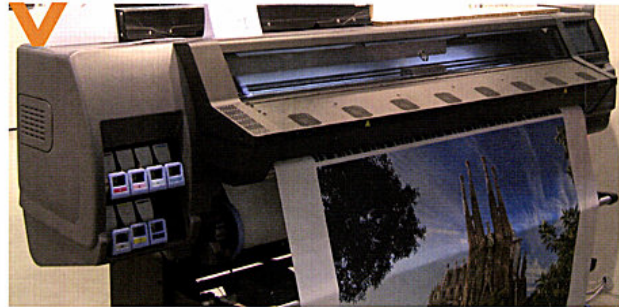
«Siamo soddisfatti per questo primo risultato», dice Gianmarco Terracciano, fondatore e presidente di Photo ARCHITETTI. «Da anni con la nostra formazione parliamo a un pubblico sempre più vasto. Photo ARCHITETTI nasce, infatti, con l'intento di proporre un momento di approfondimento tecnico sull'utilizzo della fotografia come indagine dello spazio architettonico, metafora, lettura e interpretazione dello spazio, valorizzazione di forme e dettagli. Uno strumento per interrogare e raccontare, traducendo la realtà architettonica in rappresentazioni visive uniche e originali, come per questo primo contest. Auspichiamo di avere risultati d'eccellenza e numeroso seguito anche per i prossimi contest».

«Da diversi anni siamo partner di Photo ARCHITETTI», ha spiegato Renato Sangalli, sales manager Pro-Graphics di Epson Italia. «I nostri strumenti sono un valido supporto per chi opera nel mondo dell'architettura e del design, in particolare oggi che gli elaborati e i progetti richiedono una qualità di presentazione molto elevata, sia su stampa che in proiezione».

Ai vincitori, decretati dalla giuria tecnica composta da architetti, fotografi e tecnici esperti, vanno i premi messi in palio da Epson, partner del concorso: Alberto Lardizzone riceverà una Epson Stylus Pro 3880, stampante professionale fotografica in formato A2+; Melania Muto, 2a classificata con l'opera *Praga fiorita*, parteciperà a un seminario di un giorno con demo e prove di stampa digitale presso il Textile Solution Center di Fino Mornasco (CO), il centro Epson di eccellenza per la ricerca, promozione e diffusione della stampa digitale su tessuto; ad Alessio Drago, terzo classificato con l'opera *Di balconi e altre storie* sarà consegnata una stampante A3+ Epson Stylus Photo R2000.

La giuria popolare che ha votato le opere presentate sulla pagina Facebook di Photo ARCHITETTI ha invece premiato Giovanni Pastore con la sua opera *Gradini del cavone*, al quale andrà una Epson Expression Photo 860.

La partecipazione al concorso era gratuita e aperta a tutti gli architetti, studenti e fotografi professionisti o semplici appassionati di fotografia e design. Il concorso proponeva un approccio originale all'interior design attraverso tracce fotografiche di architettura. I partecipanti dovevano creare, partendo da una fotografia di architettura modificata al computer, un nuovo motivo architettonico per la decorazione d'interni, pensato per adattarsi a diversi contesti e superfici.



HP ha presentato la nuova serie HP Latex 300 e la serie HP Designjet Z (v. *Wide n. 20 pag. 52*). Lanciata ad aprile, la serie HP Latex 300 utilizza la terza generazione di inchiostri HP Latex e fissa nuovi standard in termini di durabilità, qualità e versatilità.

Presso lo stand erano inoltre presenti le stampanti inkjet per grande formato da 60 pollici HP Designjet Z6600 e HP Designjet Z6800 Photo.

Le diverse applicazioni di stampa – mostrate sulle cinque pareti media HP che facevano parte dello stand – hanno offerto ai visitatori l'opportunità di vedere, toccare e scoprire l'illimitata versatilità dell'ultima generazione HP Latex. Quest'area innovativa mostrava più di 30 diverse applicazioni stampate su vari materiali, dal vinile autoadesivo agli striscioni in pvc fino alle pellicole, alle carte e ai materiali tessili.

Inoltre, nell'area HP "Wallart", i visitatori hanno potuto testare la nuova versione 2.0 della soluzione software HP Wallart, vincitrice di premi nel settore e studiata per realizzare con facilità idee e progetti di interior design.

Il fulcro dello stand di **OKI Systems Italia** era rappresentato dalla ES9541, una stampante LED A3 a colori che dispone, come quinto colore, del toner bianco o trasparente. Presente, inoltre, la gamma di stampanti con toner bianco che consentono ampie possibilità di personalizzazione. In occasione di Viscom OKI ha presentato ufficialmente il progetto "Total White Contest – We print your brilliant ideas", in collaborazione con la community di creativi CREATHEAD. Obiettivo: raccogliere progetti originali che intuiscono e suggeriscono nuove possibilità di utilizzo e campi di applicazione della stampante a cinque colori ES9541 in quattro categorie: packaging, design, grafica, innovazione.



Per permettere al visitatore una visione più chiara delle periferiche e delle applicazioni, **Roland** aveva preparato uno spazio organizzato in "shop", ognuno contenente diverse tecnologie per la stampa, la stampa & taglio e la stampa in 3D.

Al Textile Shop, grande successo per la Texart RT-640, novità assoluta di casa Roland. La nuova stampante sublimatica è stata la protagonista indiscussa, insieme alle tante applicazioni dedicate al mondo della comunicazione visiva, dell'abbigliamento, dell'abbigliamento sportivo, dell'arredamento d'interni e della personalizzazione di oggetti e accessori moda.

Al Customizing Shop, le VersaUV LEF-12 e LEF-20 hanno mostrato le po-



tenzialità della personalizzazione per rispondere al meglio alle richieste di una clientela e di un mercato sempre più esigente.

All'UV Shop, il plotter flatbed VersaUV LEJ-640F ha stampato su diversi tipi di materiali rigidi. In questo modo i visitatori hanno potuto vedere anche molte delle applicazioni dedicate alla personalizzazione di oggetti di grandi dimensioni tramite tecnologia UV.

Al Printing Shop ha fatto il suo debutto la nuova VersaEXPRESS RF-640, la periferica solo stampa di ultima generazione che combina l'alta qualità con la velocità, la facilità d'uso e l'affidabilità. Equipaggiata con inchiostri Eco-Sol Max 2, garantisce una risposta colorimetrica di altissimo impatto, per un grande livello di dettaglio delle stampe.

Molto interesse e tanta curiosità presso lo shop BeFab dedicato al mondo del 3D e dei FabLab. Roland qui ha offerto agli operatori una panoramica delle tecnologie desktop che consentono di trasformare le proprie idee in oggetti fisici. Prime fra tutte la serie monoFab, la novità di casa Roland, che comprende la nuova stampante 3D a tecnologia additiva ARM-10 e l'SRM-20, il nuovissimo modellatore tridimensionale per la prototipazione rapida.



Colorcopy all'insegna della sperimentazione

Soluzioni tecnologiche per applicazioni innovative: dal grande al piccolo formato, dall'oggettistica alla stampa diretta su tessuto, fino al mondo dell'industria.

Presente capillarmente in tutto il territorio di Lombardia ed Emilia Romagna, Colorcopy fa della consulenza specializzata il suo punto di forza. Partner strategico per la scelta di tecnologie ideali alle specifiche esigenze applicative, a Viscom 2014 il Gruppo bresciano ha riconfermato il proprio ruolo di primo piano nel mondo delle arti grafiche e della visual communication.

«Siamo molto soddisfatti del successo riscosso anche in questa edizione di Viscom», ha commentato il management Colorcopy. «Abbiamo riscontrato un flusso crescente di visitatori, sintomo di un mercato con un potenziale ancora molto interessante. E questo avviene grazie alla volontà delle aziende di continuare a investire per innovare, affidandosi a partner specializzati per scegliere le tecnologie più adatte allo sviluppo di nuovi business. Ne è un esempio il trend positivo registrato dal promozionale e dal tessile, settori caratterizzati da potenzialità applicative estremamente variegate».

Dinamica e attenta all'evoluzione tecnologica applicata ai mercati emergenti, Colorcopy ha presentato la più recenti innovazioni tecnologiche dei brand rappresentati.

Tante le novità firmate Roland: dalla nuova soluzione VersaUV LEF-20 per prototipazione e stampa diretta di oggettistica al plotter flatbed e roll to roll grande formato VersaUV LEJ-640, fino al sistema stampa&taglio eco-solvente Roland VS-640i e XR-640. Un'intera area dello stand è stata dedicata al mondo textile, con una novità assoluta per la stampa sublimatica: i plotter RF-640 e XF-640 modificati a sublimazione per la personalizzazione di tessuti tramite carta transfer. Spazio anche al mondo tridimensionale con ARM-10, la stampante 3D Roland per lo sviluppo di prototipi e minuterie, e SRM-20, l'innovativo modellatore 3D da tavolo. E per la stampa digitale professionale, non potevano mancare le soluzioni professionali di casa Xerox: C75 e C60/C70. Completano l'ampia gamma Colorcopy in mostra a Viscom 2014 i sistemi DTG Digital Viper 2, la stampante per la personalizzazione diretta su tessuti tramite inchiostri a base acqua, e Valiani MAT PRO ULTRA V, il plotter da taglio ideale per il mondo del converting.

(Comunicazione d'impresa)





EVENTI WIDE 21 VISCOM ITALIA 2014



Sprint 24, il web-to-print a 5 stelle certificato da Trustpilot, ha concluso positivamente la prima esperienza al Viscom. Lo testimoniano la grande affluenza di operatori del settore allo stand, che hanno potuto apprezzare la qualità della sua produzione e l'interesse per le soluzioni dell'azienda romana: una vasta gamma di prodotti fortemente personalizzabili e di lavorazioni finora non presenti sul canale web (nobilitazioni, colori Pantone, supporti rigidi ecc.). Sprint 24 ha presentato quindi i suoi nuovi campioni di Lavorazioni, Materiali e Rigidi che gli "addetti ai lavori" hanno giudicato e acquistato perché validi supporti di lavoro. Tra le altre novità introdotte spiccano le tre nuove classi di stampa alternative (Business, Flexi e Promo), nelle quali il prezzo di vendita cambia

in funzione dei tempi di consegna e dei servizi accessori offerti.

La fiera è stata anche l'occasione per presentare il nuovo marchio dell'azienda, "Michele" (www.micheleletterpress.it). Il servizio di stampa tipografica tradizionale rivisitato in chiave più moderna.

Insomma, un evento di successo per l'azienda romana che da anni è apprezzata sul mercato italiano e che ora sta muovendo i primi passi anche sul mercato francese.



Accademia del Poligrafico apre Viscom Talks

È toccato a Emanuele Posenato aprire i lavori di Viscom Talks, l'interessante iniziativa di Reed Exhibitions che ha raccolto alla sua prima edizione un grande risultato di pubblico e di gradimento.

Una nuova piattaforma divulgativa pensata per approfondire i temi caldi che ruotano attorno al mercato della comunicazione visiva. Una serie di incontri e dibattiti con esperti e professionisti che hanno scritto le proprie regole, sfidato verità consolidate e creato percorsi alternativi di crescita. Uno spazio di riflessione dove confrontarsi con le ricette di successo per affrontare le sfide attuali del mercato, apprendere competenze e arricchire il proprio bagaglio professionale, acquisendo modelli e strategie.

Questa l'ambizione degli organizzatori di Viscom quando hanno pensato e proposto Viscom Talks, per la cui programmazione si sono avvalsi anche della competenza di alcuni esperti del Politecnico di Milano. E l'apertura dei lavori è toccata all'**Accademia del Poligrafico** (organizzazione all'interno di Zeta's), con Emanuele Posenato che ha proposto un'overview intitolata: "Design cartotecnico, materiali e stampa nobilitata per l'engagement sul punto vendita. Spunti e indicazioni per la realizzazione di materiali POP ad alto livello di attrattività".

Un percorso che dai fondamentali della brand identity alle emergenti esigenze dello storytelling ha condotto i partecipanti nell'analisi del difficile percorso che conduce alla



Sullo stand **Zünd** differenti sistemi di taglio disponibili in molteplici configurazioni hanno dimostrato come i dispositivi sviluppati dall'affermata azienda svizzera garantiscano alta produttività e soddisfino esigenze e livelli di automazione specifici.

Punto di partenza e cuore pulsante di un ambiente di stampa e finishing efficiente è il software. La suite di soluzioni Zünd Cut Center (ZCC) fornisce statistiche precise e dettagliate circa il tempo necessario per completare un lavoro, calcolando i tempi di set-up, taglio e finitura di un materiale, così come l'intervallo necessario per il carico/scarico di un nuovo supporto.



Zünd ha presentato, inoltre, l'ultima versione di Zünd Design Center (ZDC), il plug-in di Adobe Illustrator che permette di creare layout tridimensionali per packaging e display. ZDC contiene una ricca libreria di layout, che è possibile selezionare e personalizzare con l'aggiunta di logo e altri elementi grafici.

Spostandoci sulle soluzioni di taglio, Zünd ha portato in scena un S3-M800 dotato di alimentazione automatica dei materiali che consente di gestire supporti di dimensioni fino a 3,2x2,2 metri, con la necessità di un minimo intervento da parte dell'operatore.

Sullo stand Zünd è stato inoltre possibile ammirare le performance del sistema G3 3XL-1600 dotato di un'unità centrale di srotolamento automatico dei materiali.



creazione e distribuzione di stampati e strumenti di comunicazione per il punto vendita, luogo di incontro per eccellenza della Marca con il proprio cliente e quindi luogo che deve emozionare, confermare, coinvolgere e rinnovare il legame con la clientela. «La comunicazione sul punto vendita è una sorta di sinfonia nella quale non prevale uno strumento in particolare, ma tutti, anche il più flebile, concorrono a creare la completezza e l'armonia d'insieme della comunicazione verso il cliente», ha detto Posenato nel suo intervento. L'adesione a una Marca piuttosto che a un'altra, proprio perché legata a motivazioni che solo in parte hanno a che fare con gli attributi fisici dei beni e sono invece spesso dovute a quelli immateriali, determina l'attribuzione al punto vendita di un ruolo strategico nel tentativo di differenziarsi dalla concorrenza e di attuare un'efficace comunicazione polisensoriale con il consumatore finale. In tale concezione, mutuata dal pensiero e dall'esperienza di Luca Pellegrini (ordinario di Marketing presso l'Università IULM), profondo conoscitore delle dinamiche di ingaggio sul punto di vendita, il ruolo assunto dagli strumenti di relazione è fondamentale. Il compito della comunicazione polisensoriale è dotare il prodotto di un'identità forte e coinvolgere il consumatore sul piano cognitivo e passionale. I materiali in cui sono costruiti gli strumenti di comunicazione, come pure le tecniche di costruzione dello strumento e le scelte estetiche di stampa e nobilitazione, concorrono alla trasmissione del messaggio diventandone parte integrante, secondo la nota tesi "il mezzo è il messaggio" di Marshall McLuhan.

Partendo dal presupposto che quello che vediamo non è quello che arriva al nostro cervello ma quello che questi elabora, risulta evidente che comunicare visivamente non significa quindi semplicemente "riprodurre" qualcosa, quanto ricreare un concetto, uno spirito, un'emozione, aprendo uno spazio di dialogo virtuale, di confronto, di interazione con il destinatario della comunicazione. E questo si può sfruttare a vantaggio di chi comunica, per modificare il comportamento del destinatario.

Attraverso una serie di esempi concreti tratti dalla comunicazione moderna, Posenato ha messo in evidenza i macrotrend che si vanno affermando nella comunicazione sul punto vendita dal punto di vista del codice cromatico e iconico, nelle innumerevoli declinazioni dei tanti strumenti di relazione che incontriamo, dai banner agli espositori, dai display ai fanfold, a tutto quanto concorre al brand identification system.

