

Nicoletta Buora



SPECIALISTI

**LEGERI, FLESSIBILI,
CONVENIENTI ED ECOCOMPATIBILI,
I TESSUTI COMBINATI ALLA
TECNOLOGIA SI PRESTANO A PROGETTARE
SPAZI FLUIDI E DI FORTE IMPATTO VISIVO.
E NELL'ERA DELL'ESPERIENZA SONO SEMPRE
PIÙ APPREZZATI PER IL RETAIL DESIGN**

**Soft
signage:
il tessuto
per comunicare**

Nel Nord Europa, l'impiego dei tessuti negli allestimenti e negli arredi di showroom e punti vendita è già ampiamente diffuso, complici cultura e coscienza ambientale che da tempo connotano i Paesi nordici. Già, perché il primo vantaggio dei materiali flessibili e leggeri è proprio il minor impatto ambientale generato in tutta la filiera. In Norvegia, per esempio, la stampa su tessuto è quasi uno standard, perché lo smaltimento di supporti rigidi e di materiali con stampa UV è molto costoso. Ma non è solo questa la ragione della rapida diffusione del cosiddetto soft signage. Un aspetto apparentemente secondario è la piacevolezza del tessuto al tatto, senso spesso trascurato ma che contribuisce a creare experience. «Oggi, il soft signage sta avendo una crescita paragonabile a quella che dieci anni fa ha avuto la stampa UV su supporti rigidi - ci dice Giorgio Grando, responsabile ricerca e sviluppo di ABS Group, azienda veneta specializzata in stampa sublimatica su tessuto - . Si ottengono gli stessi risultati raggiungibili con l'utilizzo dei supporti rigidi, ma con indubbi vantaggi, a partire dalla facilità di trasporto e installazione. Si pensi a realtà con numerosi punti vendita da arredare con lo stesso format, o, nel caso di allestimenti fieristici, alla necessità di trasportare in diverse manifestazioni lo stand, magari da un capo all'altro del globo.

Il tessuto è leggero, richiede un imballaggio minimo, difficilmente si danneggia, il telaio può essere fornito smontato, poiché i profili sono modulari e personalizzabili. In più la stampa dei tessuti è sublimatica a base acqua, quindi ecologica e inodore, disponendo al tempo stesso di una gamma colori paragonabile alla tradizionale tecnica a solvente, ma con una maggior brillantezza». Dunque, facilità e velocità di montaggio, riutilizzabilità, abbattimento dei costi di logistica, grazie a minor peso e ridotti ingombri, e dei costi in generale, proprio per la possibilità di riutilizzo, sono sicuramente elementi non trascurabili, che rendono i tessuti green ed etici.

Dal fashion al food

«I primi clienti che hanno compreso l'importanza di utilizzare il tessuto per la comunicazione - continua Grando - sono state le aziende del fashion, dell'abbigliamento in particolare, non solo per la sua versatilità, ma anche perché è lo stesso materiale del prodotto oggetto della comunicazione. I grandi brand stanno ricorrendo a immagini che immergono direttamente in un'esperienza. Per esempio, a un capo di abbigliamento come il



Ferrero, Expo Milano 2015
Allestimento Nutella Concept Bar con strutture curvilinee in alluminio e tessuto

piumino vengono associate immagini di montagna: una dimensione così coinvolgente vale di più di cento parole». Questa tendenza della comunicazione visiva si sta affermando anche presso marchi minori, proprio perché più facile da realizzare e ricollocare, e sta contagiando anche altri ambiti. Non ultimo il food, sempre più

interessato dal visual design, che trae vantaggio anche dagli inchiostri a base acqua.

Il tessuto si fa tecnologico

La materialità del tessuto combinata alla virtualità della tecnologia nella comunicazione visiva si sta rivelando un'abbinata vincente. E in questo senso, ABS Group è





Anche per l'outdoor...

I materiali flessibili sono sempre più impiegati anche per rivestimenti outdoor.

F.lli Giovanardi di Villimpenta (Mn) è una realtà specializzata nel settore dei tessuti tecnici destinati alla protezione esterna. «Le grandi superfici vengono, oggi, sempre più sfruttate per fare comunicazione - ci dice Paolo Pini, responsabile commerciale di F.lli Giovanardi -.

I tessuti che proponiamo sono prevalentemente in poliestere, spalmati in PVC per la stampabilità, e il vantaggio principale è dato dai costi contenuti pur garantendo una buona resa.



Le richieste del mercato vanno in direzione della riciclabilità dei materiali e verso requisiti rispondenti a norme di sicurezza più stringenti, quali la proprietà ignifuga, per fare un esempio.

L'azienda mantovana opera in diversi ambiti, tra cui l'advertising con gigantografie e striscioni, il settore industria con tensostrutture per eventi e sport e teloni di copertura per camion e quello della protezione solare con tende da interno ed esterno, realizzate con tessuti tecnici che controllano i passaggi termici, filtrano luce e calore, divenendo una soluzione per il risparmio energetico.



Shopping Center, Emirati Arabi
Allestimento centro commerciale con strutture curvilinee a sospensione



Moncler
Allestimento showroom e punti vendita con light box



F.lli Campagnolo
Allestimento showroom con pareti in alluminio e tessuto attrezzate e retroilluminate



METAL MINUTERIE
G.B. MANZONI S.r.l.



PRODUCIAMO ARTICOLI PER LA FERRAMENTA DAL 1955
SPECIALIZZANDOCI NELLA REALIZZAZIONE E
PERSONALIZZAZIONE DI GANCI PER ESPOSITORI DI VARIO TIPO



Via S. Biava, 5 - 23808 Vercurago (LC) Italy
Tel. 0341 420 421 - Fax 0341 422 332
www.gbmanzoni.it - info@gbmanzoni.it

stata lungimirante, iniziando una collaborazione con alcuni partner tecnologici e realtà digitali creative, che si occupano d'innovazione tecnologica e culturale, sviluppo software e consulenza. Oggi, la tecnologia è un asset irrinunciabile per sviluppare customer experience e costruire un'esperienza di brand efficace; parallelamente è necessario rispondere alle esigenze dell'interior design contemporaneo, che spesso punta su layout fluidi e creativi. In tale prospettiva, dalla ricerca e sperimentazione di ABS Group è nata una nuova progettualità, basata proprio sulla combinazione di new, media e strutture in alluminio e tessuto. «Forniamo un vero e proprio sistema allestitivo — spiega Grando — basato sul tessuto». Combinando il tessuto con diversi profili in alluminio, l'azienda veneta propone numerose tipologie di strutture portanti, che possono essere retro illuminate, attrezzate con accessori,

mensole, appendiabiti, ma anche elementi curvi, cerchi, ellissi e strutture a sospensione di diverse forme e dimensioni, a fungere da elementi decorativi. Il tessuto risulta anche più flessibile nella gestione del contenuto rispetto al tradizionale pannello di legno perché rinnovabile più facilmente. E se i contenuti sono il cuore della comunicazione, lo storytelling deve poter essere aggiornato ogniqualvolta si presenti la necessità. «Per questo — conclude Grando — è importante contenere i costi dei supporti e investire maggiormente nei contenuti». L'evoluzione va, dunque, verso l'integrazione di supporti multimediali. Si creano vere e proprie installazioni, capaci di instaurare un rapporto diretto con il cliente attraverso percorsi immersivi multi-sensoriali e tecnologie di interazione, come i supporti touch, i dispositivi per la realtà aumentata e virtuale, la tecnologia beacon e le app.

Riutilizzo e riciclo

La tendenza crescente a utilizzare materiali flessibili, ci viene confermata anche da Erio Magon di Magic Expò, piccola realtà di Lendinara in provincia di Rovigo, che punta sulla qualità della stampa nella comunicazione visiva. «I tessuti sintetici sono sempre più impiegati sia per l'utilizzo indoor per la miglior gestione logistica, la velocità di allestimento, il riutilizzo e la possibilità di riciclo di alcuni materiali, sia per l'outdoor, grazie a caratteristiche tecniche quali, per esempio, la microforatura dei materiali che consente una migliore gestione del vento», commenta Magon.

