

strategie

Prima in Italia ad acquistare una Durst Rhotex 5 metri, ABS Group punta sull'innovazione tecnologica e inventa un nuovo modo di concepire l'allestimento

Allestimenti e POP: inizia dal tessuto la "seconda rivoluzione digitale"

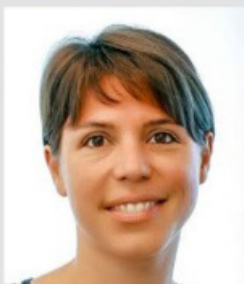
L'eccellenza è uno stato mentale, che si sostanzia in una spinta costante verso l'innovazione e il perfezionamento.

Una filosofia che la trevigiana ABS Group ha fatto decisamente propria, aggiudicandosi a pieno titolo il primato italiano nell'ambito del soft signage. L'azienda, infatti, è la prima in Italia ad aver installato una Durst 5 metri per stampa sublimatica, in una logica di ottimizzazione dei processi e ampliamento dell'offerta. Il successo di ABS Group si fonda su due elementi chiave: tecnologie sempre aggiornate e un know-how specialistico, acquisito in ben venticinque anni d'esperienza. Dal 2007, Giorgio Grando e Francesca Posocco insieme agli altri soci lavorano con il proprio team per studiare nuovi modi di impiegare il tessuto nell'ambito della comunicazione visiva e dell'allestimento. La preferenza accordata loro da importanti brand della moda e i numerosi premi ricevuti - l'ultimo ai DIVA 2017 - conferma l'impegno profuso dall'azienda nell'investire in progetti che sfidano l'ordinario.



|| L'attuale sede di ABS Group, a Vittorio Veneto (TV), che ospita oggi i reparti produttivi dell'azienda che gli uffici dell'agenzia creativa Kora Comunicazione in attesa del trasferimento nel nuovo polo produttivo previsto per il prossimo anno.

strategie



intervista

a **Giorgio Grando**

Direzione commerciale ABS Group

e **Francesca Posocco**

Direzione marketing ABS Group e

titolare di Kora Comunicazione

ABS Group ha deciso di intraprendere la via dell'eccellenza. Qual è il vostro tratto di unicità?

Giorgio Grando: Un primo elemento che ci caratterizza è la capacità di intercettare le evoluzioni del mercato in anticipo sui tempi. È ciò che è successo con il tessuto, che oggi rappresenta la principale innovazione nell'ambito della comunicazione visiva di grande formato. Un secondo tratto distintivo è sicuramente l'unicità della nostra proposta: il sistema costruttivo ABS Group combina tessuti e strutture in alluminio, offrendo un prodotto unico nel suo genere. Infine, ci distinguiamo per la scelta di operare in assoluta autonomia. Poter controllare l'intero processo di produzione ci permette di garantire qualità del prodotto e del servizio costanti.

Brand owner e creativi italiani sembrano aver colto solo in parte le potenzialità offerte dal tessuto: è più un limite economico o culturale?

Francesca Posocco: Il panorama italiano tende a sottovalutare le opportunità offerte dall'innovazione tecnologica. Spesso i prospect sono restii all'idea di abbandonare le vecchie abitudini per lanciarsi

in un investimento di cui non conoscono l'efficacia. Il nostro obiettivo è far comprendere loro che adottare le nostre soluzioni progettuali può risultare, a fronte di una spesa iniziale leggermente più elevata, un investimento remunerativo sul lungo periodo.

In che misura vi trovate a dover educare i vostri interlocutori?

EP: Non cerchiamo mai di sostituirci ai clienti, ma proviamo a ragionare con loro sul messaggio che i brand vogliono trasmettere, proponendo loro le nostre soluzioni. Kora Comunicazione punta sul coinvolgere gli utenti sin dalla fase di progettazione. Siamo convinti che il team creativo e quello tecnico debbano collaborare sin dall'inizio. Ci piace essere attivamente coinvolti nella fase di brainstorming, anche perché è difficile intervenire su un progetto già avviato. Una volta raccolto l'interesse del brand, lavoriamo fianco a fianco con architetti, designer e grafici per definire insieme i dettagli della commessa.

Quali difficoltà incontrate nel confronto con loro?

G.G.: Si tratta di un'utenza abituata a lavorare con un certo tipo di materiali e progetti. Spesso gli allestitori si trovano

positivamente colpiti all'arrivo dei nostri sistemi costruttivi nei punti vendita o negli spazi espositivi, stupiti dai vantaggi che le nostre soluzioni comportano in termini di versatilità.

Quanto l'ecosostenibilità è un valore percepito o richiesto?

G.G.: In Italia si fa ancora fatica a ragionare in una logica ecofriendly. Alcuni brand iniziano ad essere più sensibili all'argomento, anche in virtù delle più rigide normative europee in materia. Per noi quello della sostenibilità ambientale è uno dei punti chiave dell'offerta. Innanzitutto perché il tessuto è riutilizzabile e durevole. In secondo luogo perché tutte le componenti dei sistemi ABS Group sono riciclabili o smaltibili come rifiuto comune e hanno, perciò, un costo di smaltimento molto basso.

Quali i pregi e le criticità più comuni delle lavorazioni in tessuto?

EP: Oltre ai vantaggi legati all'impatto visivo e tattile delle lavorazioni in tessuto, questi materiali garantiscono un considerevole risparmio in termini di tempo di allestimento. I nostri sistemi possono essere smontati e rimontati in pochi minuti a differenza di un banner in PVC.

Oltre venticinque anni di esperienza

Siamo nel 2007 e ancora nessuno pensa al soft signage come nuova frontiera della comunicazione visiva. Giorgio Grando - un passato come tecnico per Scitex e HP - e sua moglie Francesca Posocco, professionista della comunicazione, decidono, insieme agli altri soci, di apprezzare un settore ancora inesplorato. Acquistano così la storica ABS, specializzata nella stampa di bandiere e standardi, con sede ad Olmo di Martellago (VE). L'azienda comincia sperimentando con lavorazioni semplici, come gli appendimenti a tasca, per poi evolvere verso la realizzazione di strutture più complesse, basate su profili in alluminio. "Volevamo superare le problematiche strutturali che un materiale elastico come il tessuto presenta" spiega Giorgio. Una missione difficile che, tutta-



strategie

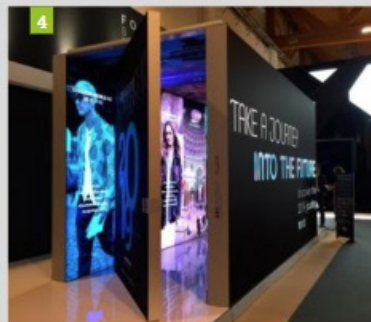
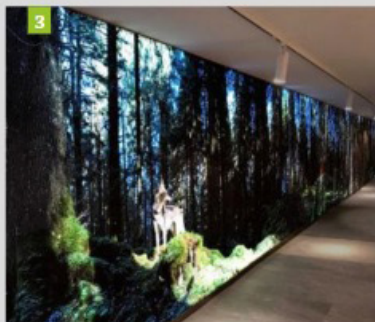
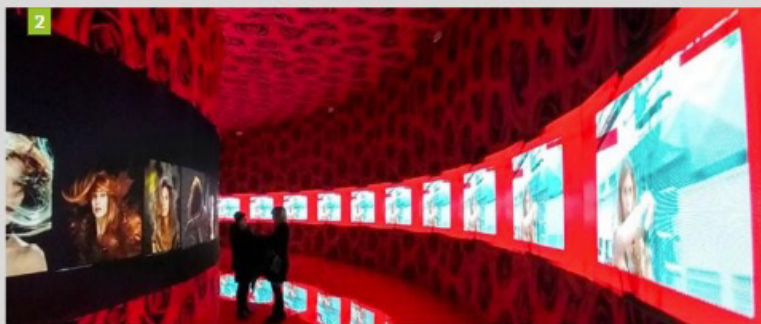
ABSolutely, un nuovo modo di concepire la comunicazione è possibile

Dal desiderio di aggiungere valore esperienziale ai progetti allestitivi nasce ABSolutely, un sistema che rivoluziona il concetto di arredo degli spazi. La peculiarità di ABSolutely consiste nel combinare tessuti, profili in alluminio e retroilluminazione dinamica. Una

soluzione che si è dimostrata vincente in tutti i sensi, aggiudicandosi il primo premio ai DIVA 2017 con il lightbox dinamico realizzato per la boutique parigina di Moncler (fig. 1). La flessibilità del tessuto permette, inoltre, di adattarlo a strutture curve o ellittiche, come nel

caso dei led wall realizzati per la mostra di Aldo Coppola alla Triennale di Milano (fig. 2). L'assenza di giunture permette di realizzare pareti lisce come nello showroom Gridirion (fig. 3). Una combinazione articolata di tutte queste possibilità è quella offerta dalla Trendvision

Experience Box (fig. 4). L'intero ambiente è stato realizzato con profili in alluminio, integrati con un impianto audio, pannelli fonoassorbenti e un sistema di lightbox dinamici. Questi ultimi sono dotati di sensori in grado di rilevare i movimenti circostanti e attivarsi di conseguenza.



di allestimento correlate a stand fieristici, show room e installazioni museali" spiega Grando. Un ulteriore plus garantito da un formato così ampio è la possibilità di effettuare nesting più efficaci, massimizzando l'output. Alla nuova stampante, ABS Group ha affiancato una nuova calandra Monti anch'essa in formato 5 metri. L'utilizzo di questo sistema è stato preferito a quello di un riattivatore a tappeto, nell'ottica di tenere aperte le porte alla stampa transfer. La scelta di dotarsi di tecnologie all'avanguardia è anche dettata dalle caratteristiche tecniche in continua evoluzione dei tessuti. "Il poliesteri possiede una propria elasticità strutturale" spiega Leonardo Posocco, direttore di produ-

zione di ABS Group. "Quello che per alcuni è un limite, per noi rappresenta il vero pregio del tessuto," prosegue "perché garantisce un risultato visivo e tattile unico". A fare la differenza è la conoscenza dei materiali che si utilizzano, un'abilità che si acquisisce solo con l'esperienza.

Liberi di allestire

La forza di ABS Group consiste nel saper vedere un'opportunità, dove altri vedono un limite. Alla costante ricerca di un dialogo con i clienti, l'azienda vuole far comprendere come l'innovazione tecnologica permetta, oggi, di

aggiungere una componente esperienziale ai progetti: un ingrediente indispensabile per produrre una comunicazione d'effetto. La linea di prodotti ABSolutely (vedi box in alto) segue esattamente questa logica. La sapiente combinazione di tessuti, profili in alluminio, lightbox e sistemi di fonoassorbimento e diffusione del suono consente di rivoluzionare completamente la percezione di uno spazio. Inoltre, la strutturale "leggerezza" di questi sistemi li rende naturalmente più flessibili. "In pochi minuti è possibile modificare la disposizione delle pareti e dei retroilluminati" conclude Grando "facendo sì che il consumatore percepisca una sensazione di novità, ogni volta che fa il suo ingresso in negozio."