

POSTE ITALIANE S.P.A.
SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - 70% - LQMI
1,5 EURO (4 NUMERI)

ITALIA

DISPLAY

BIMESTRALE DI POP - RETAIL - TRADE MARKETING | N.24 • PRIMAVERA 2017 •

èMagazine

Euroshop 2017:
gli highlight

POP POS MATERIALS

SHOPFITTING

PAPERMAKING DESIGN

RAW MATERIALS

VISUAL MERCHANDISING

DIGITAL SIGNAGE

RETAIL & MASS MARKET



Marco Oltrona Visconti



RAW MATERIAL



La raw material development ossia la scienza dei materiali insieme all'illuminotecnica, rappresenta oggi la maggiore componente di innovazione nel campo dei materiali POP o POS (Point of Purchase o Point of Sale) ovvero del canale Display. In questo campo vi sono principalmente varie necessità dettate dalla committenza che nella maggior parte dei casi è rappresentata dall'industria di marca. La prima necessità è quella di

risparmiare senza per questo perdere la componente estetica, tenendo presente che in gdo per la campagna di un singolo prodotto possono essere posizionati anche 10.000 materiali espositivi che esauriscono la propria funzione solamente in 2 settimane, ossia nel tempo medio di una campagna in questo canale. Non affrontiamo in questa sede il capitolo del riciclo dei materiali espositivi che, né retail né industria, sembrano voler affrontare tanto che tutti gli espositori non-durevoli (short term material) di norma finiscono nella raccolta indifferenziata, quando invece si potrebbe agire sin dalla fase di progettazione affinché i monomateriali possano essere riutilizzati e quelli plurimateriali scomposti.

Quindi proponiamo alcune valide alternative alla cartotecnica che comunque resta il materiale più utilizzato in questo settore e che riteniamo intramontabile.

La prima è il **Laminil** lo stesso materiale utilizzato per produrre i display di **Large Format**. (foto 4) L'azienda trevigiana con la collaborazione del partner **Isonova di Torino**, fornitore di pannelli di varie misure, tratta questo materiale di fatto composto da uno strato di polistirene espanso estruso ad alta densità che poi viene accoppiato con differenti tipi di carta. Le caratteristiche del Laminil in generale, che lo differenziano dagli

altri materiali, sono: a) Leggerezza pesa in media intorno ai 430 gr al mq, circa 2/3 del peso del cartone ondulato e la metà del peso del cartoncino teso ed un settimo dei materiali simil-forex; b) La facilità di taglio (fustellabilità) dopo essere stato sottoposto alla pressione della fustella meccanica infatti ritorna subito alla sua forma originale mantenendo così bordi puliti e precisi; c) Tenuta termica, nel packaging, a favore del prodotto all'interno oppure per l'isolamento ed arredo di stanze. D) La versatilità, nella formula Isoprint è un supporto più rigido con carta per ottima risoluzione di stampa mentre nella versione Gold lam/Silver lam è un supporto plastificato in PET metallizzato ideale per stampa diretta su supporti o packaging di lusso.

Una novità che ha riguardato la lavorazione delle materie prime è stata quella proposta da **Massivit 3D**, in Italia rappresentata da **NTG digital**, che ha presentato le potenzialità della stampa 3D grazie alla stampante **3D Massivit 1800**. In questa sede il Product Manager, **Sharon Rothschild**, ha tenuto una sorta di focus dal titolo "3D Printing Innovations and Applications for effective Retail Promotion and Exhibitions Design", per dimostrare alcune applicazioni di prossima generazione, nonché le modalità di razionalizzazione dei cicli di produzione con tempi di risposta rapidi



nell'utilizzo di questo avanguardistico dispositivo capace di produrre oggetti con dimensioni 180H x 150L x 120P cm. Un macchinario sicuramente adatto per la prototipazione in grande formato e la produzione di mockup (foto 1-2-3). Sono questi prodotti sempre più richiesti dalla committenza per esposizioni dall'effetto wow, o altresì come strumento di valutazione prima di procedere a produzioni su vasta scala.

Nel campo delle pavimentazioni non si può non tener conto dell'offerta di **Montecolino**. L'azienda dell'hinterland milanese offre un'ampia varietà di moquette agugliate, moquette tufting, pavimenti in pvc, erbe sintetiche, pavimenti stampati mediante serigrafia,





stampa digitale transfer e stampa a getto d'inchiostro. Molto utilizzate da arredatori e visual merchandiser per vetrine, sgabuzzini, ingressi ma anche per esempio all'interno di negozi di abbigliamento o calzature, da griffe del calibro di Laperla, Ferragamo Gucci. A Düsseldorf l'accento è stato posto sui prodotti stampati in particolare modo sulle moquette rapid e granito stampate mediante tecnologia transfer e al logoprint plus utilizzate come rivestimento per pareti (foto 8). Presente sul mercato dal 1975, oggi Montecolino vanta una struttura di 54.000 mq. su un'area di 120.000 mq., un potenziale produttivo di oltre 15 milioni di metri quadrati e oltre 4.000 clienti in 30 nazioni nel mondo. Trecento gli articoli a catalogo e altissimo il livello di personalizzazione garantito dall'avanzato sistema di stampa Logoprint Plus. Il parco industriale di Montecolino comprende anche 2 impianti fotovoltaici per oltre 300 KW e l'attivazione di un processo di riduzione dei consumi energetici interni di oltre il 20% (espresso in Tep: tonnellate equivalenti di petrolio).

Tra i contenuti dell'evento del retail per antonomasia si possono annoverare gli effetti speciali garantiti da **Octa Mesh di Ocatanorm**, i pannelli polimerici di origine plastica che sovrapposti davanti a una fonte

luminosa sono in grado di generare pattern particolari (foto 6-7) grazie a un procedimento di propagazione della



luce nella lastra. In totale gli effetti e le colorazioni disponibili sono sei e variano secondo l'angolo visivo. Il prodotto arriverà in Italia nei prossimi mesi importato dalla rappresentante **Formula 8** di Caronno Pertusella (Va). E probabilmente completerà l'assortimento di lastre e pannelli che lo specialista utilizzerà nelle sue strutture componibili a snodi che lo hanno reso celebre nel settore, anche a livello internazionale.

Sono cinque gli scenari presentati che comprendono tutte le novità 2017 di **Slide** affiancate da prodotti iconici (foto 5). In primis lo scenario POP (inteso come art) composto da arredi per la casa o per il contract sempre in polietilene, gli oggetti di design colorati con cui dare



personalità ad angoli anonimi, come l'ironico pouf Summertime a forma di spirale. Con lo scenario Bright invece si va sulle luminose e divertenti lampade dalle forme geometriche e astratte. Poi c'è lo scenario Soft che offre una rivisitazione, pensata per il mondo contract. Storici di questa linea sono, Slide Cubo e Snake, e poi lo sgabello Gelée e il pouf Gelée Grand, che ricordano la forma delle caramelle. Segue lo scenario Icons che è l'avanguardia la quale scaturisce dalla collaborazione con designer di fama internazionale: **Karim Rashid e Taeke Halma**, con il tondeggianti e versatile Blos Low Table che si può trasformare nel vaso e contenitore Blos Pot. Poi l'avvolgente Rap Chair, oltre all'elegante libreria modulare Hexa. Ultimo scenario è Design of love che oltre ai classici include la famiglia creata dai designer **Moro e Pigatti**.