

Screenline: l'evento Degustazione Immersiva

IN MOSTRA SOLUZIONI BUDGET

Screenline ha organizzato al MIND di Milano, un evento kick-off per dimostrare l'utilità e l'efficacia delle soluzioni basate su esperienze di videoproiezione immersiva.

screenline.it | mediatrama.com/it/ | epson.it

SCREENLINE
the screen makes the difference

► Ancora una volta la videoproiezione è protagonista di una trasformazione comunicativa: grazie all'immersività **ribadisce la centralità dell'utente e l'importanza della sua esperienza.**

Screenline, produttore nazionale di schermi e strutture di videoproiezione, ha organizzato con il supporto di TRAMA Creative

Studio, attivo nella produzione di contenuti esperienziali, e con il partner tecnologico Epson, un evento kick-off al Digital Bloom, spazio situato all'interno del complesso MIND a Milano. Obiettivo: **dimostrare dal vivo le sue soluzioni di Immersive Art Experience.** Un'attività che verrà replicata a Barcellona, durante ISE 2024; Screenline, come ogni anno, sarà presente alla mostra di riferimento dell'AV e integrazione dei sistemi, alla Hall 3 stand N100.

Per capire tutte le faccettature dell'evento di Screenline abbiamo intervistato Rachele Nichelatti, responsabile marketing. Nell'articolo vengono riportati anche i pareri di André Guidot (TRAMA Creative Studio), Mirko Corrias (Università dell'Insubria), Anna Buticchi (Adicom Group) e Monica Bua (Epson).

LA SFIDA - Far vivere dal vivo l'esperienza immersiva con soluzioni non convenzionali

«Era un'esigenza più che un'idea - ci spiega Rachele Nichelatti - quella di presentare il nuovo catalogo di strutture immersive. Il mercato, sempre di più, si sta orientando verso questo genere di soluzioni/entertainment: non è una novità, si respira già da un paio d'anni, è un trend che sta diventando sempre più popolare. Di pari passo il mercato richiede **soluzioni dotate di strutture più semplici,**





con superfici di visualizzazioni autonome, indipendenti dalle pareti del contesto dove queste soluzioni verranno installate».

Le nuove strutture immersive di Screenline sono pensate per soluzioni budget; strutture che si aggiungono ad altre in catalogo dedicate a sistemi immersivi tradizionali, dal costo sensibilmente più elevato, anche per dimensioni, capacità di customizzazione e necessità di elaborare un progetto.

Rachele Nichelatti commenta: «L'esigenza era quella di iniziare a fare formazione ai nostri clienti: system integrator, installatori e rental; loro sono al corrente del fatto che noi stiamo lavorando su questo fronte ma non avevano mai toccato con mano o visto le nostre soluzioni, i materiali e le strutture che li compongono. Al MIND di Milano abbiamo organizzato un evento kick-off al quale hanno partecipato anche numerosi utenti finali. Ma non era sufficiente 'soltanto' allestire queste soluzioni, **era necessario anche 'vestirle' di contenuti per stimolare il pensiero di chi avrebbe accolto il nostro invito**».

Le nuove soluzioni di Screenline non utilizzano le pareti della stanza, non richiedono la realizzazione di pareti in cartongesso e nemmeno la DIA (Dichiarazione Inizio Attività).

Sono strutture autoportanti, facili da allestire e, qualora si presentasse la necessità, possono essere smontate e rimontate in un

altro luogo; inoltre, facilitano il lavoro dei system integrator perché vengono fornite in kit.

«Sono state pensate secondo la logica win-win - commenta Nichelatti - non richiedono l'elaborazione di un progetto, sono facili da acquistare e si montano rapidamente».

La struttura dell'evento e la scelta dei partner

L'evento di Screenline è servito per mettere in mostra alcune delle nuove soluzioni dedicate al mondo dell'Immersive Art Experience: tecniche di spettacolarizzazione generate con tecnologie di videoproiezione.

Questo nuovo concetto di visual communication sta trasformando il modo di vivere le esperienze in diversi contesti, dai musei agli showroom, agli eventi. Nell'Immersive Art Experience **le emozioni e la multi-sensorialità si combinano tra loro facendo sì che le persone si sentano completamente immerse nel contenuto**.

Entrando nello specifico, l'evento ha mostrato due soluzioni immersive, una circolare e una pentagonale, come si vede dalle immagini riportate nell'articolo. Grazie ai videoproiettori Epson dotati di ottica ultracorta le persone intervenute hanno potuto vivere un'esperienza digitale coinvolgente e avvolgente, con le animazioni video che

La soluzione Arena sviluppata su 180 gradi con struttura autoportante.



Rachele Nichelatti
Responsabile marketing
Screenline

In apertura la struttura pentagonale autoportante ITS-PRO. Alta 280 cm, è composta da 4 pannelli da 280x278 cm; il quinto lato del pentagono viene lasciato libero per entrare e uscire dalla stanza.



Monica Bua,
Sales Manager
videoproiettori
Epson Italia

li hanno fatti sentire parte integrante dello 'spettacolo d'arte'.

I contenuti proiettati, in particolare quelli della struttura circolare, sono stati prodotti da TRAMA Visual Studio, uno studio affermato, impegnato in produzioni digitali e progetti creativi per brand, istituzioni ed eventi con il quale Screenline collabora da tempo. Lo studio creativo ha proposto due contenuti immersivi di respiro internazionale a tema food&wine in collaborazione con {(etica)estetica}anestetica} un collettivo artistico specializzato nella creazione di progetti di artificiazione.

«Ho conosciuto André Guidot più di un anno fa e insieme abbiamo capito quanto le nostre attività fossero sinergiche. Il suo studio possiede un mix di competenze adatte a sviluppare contenuti immersivi specifici per le nostre soluzioni. Quello che ha presentato al nostro evento è un tipo di contenuto adatto a spazi ristretti, punta molto sul connubio fra video immersivi e degustazione vinicola dal vivo, **sfrutta sensori per dar vita ad una narrazione scenografica di approfondimento, semplice da seguire e da comprendere**».

Il parere di Epson, partner tecnologico dell'evento

«L'evento di Screenline – racconta Monica Bua – ha dimostrato che **le esperienze immersive, quando coinvolgono più organi di senso, moltiplicano la loro efficacia**. 'Degustazione immersiva' è stata un'idea geniale e l'esperienza che ci ha fatto vivere TRAMA per me è stata totalizzante; l'averla provata senza conoscerla prima ha avuto un effetto

ancora maggiore. André Guidot è riuscito a dimostrare quanto una soluzione immersiva diventi potente se uniamo i vari sensi; a distanza di settimane, parlando con alcune delle persone presenti, mi sono accorta che nonostante fosse passato del tempo quell'esperienza se la ricordavano molto bene. E oggi, con tutti gli input che riceviamo, è veramente difficile ricordare».

Anche a proposito di contenuti Monica Bua ha le idee chiare: «Con la diffusione sempre più massiccia di soluzioni immersive, **la mission dei system integrator diventa vincente quando comprende anche i contenuti**. Per questo diventa imperativo individuare i partner giusti».

Degustazione immersiva: un nuovo format?

Può nascere un format? «Il titolo 'Degustazione Immersiva' – conclude Rachele Nichelatti – può essere declinato in tanti modi diversi: come l'ha interpretato André Guidot, coinvolgendo più sensi in una degustazione vinicola; nel museale, con l'obiettivo di mettere in mostra l'arte come abbiamo dimostrato in una delle soluzioni del nostro evento, ma anche in **attività specifiche come i temporary shop, per far vivere al potenziale cliente un'esperienza evoluta**. Si potrebbero fare tanti altri esempi, ne cito uno su tutti: la teleassistenza che chiede ampie superfici di visualizzazione per guidare il tecnico dotato di occhiali a realtà aumentata durante gli interventi di manutenzione». La tecnologia è pronta, ora bisogna investire per creare contenuti ad hoc. ■



Guarda le 4 videopillole dell'evento Screenline 'Degustazione immersiva'

È stata anche l'occasione per dimostrare quanto sia efficace lo schermo Screenline Frame ALR, dotato di una superficie che filtra la luce ambientale fino al 92%. Nella foto il Frame ALR abbinato al proiettore a ottica super ultra corta Epson EB-L810E.



ANDRÉ GUIDOT

TRAMA Creative Studio
mediatrama.com/it/



«Abbiamo iniziato a collaborare con Screenline sviluppando soluzioni di proiezione immersiva e interattiva per le scuole primarie, richieste da editori leader nella didattica. A 'Degustazione Immersiva' abbiamo portato Calicilindrica, un contenuto

pensato per spettacolarizzare la

degustazione di un vino, che può avvenire nella stessa cantina di produzione oppure ad un evento specifico.

Lo spettatore partecipa alla presentazione con tutti i sensi: dalla visione della proiezione immersiva alla degustazione del vino.

La persona che effettua la presentazione è supportata da un contenuto narrativo, studiato e prodotto da noi, che unisce immagini scenografiche dedicate al processo produttivo alle sensazioni organolettiche vissute dallo spettatore durante la degustazione e al racconto delle bellezze del territorio, quando la visita è parte di un percorso eno-gastronomico.

Il riscontro è stato molto positivo, il progetto è piaciuto tanto e le persone intervenute si sono rese conto che la nostra soluzione interattiva è semplice e può essere utilizzata facilmente da chiunque, basta avere in mano uno smartphone o un tablet.

Spesso nelle cantine le persone che presentano i vini non hanno particolari skill tecnologici e non sono sempre dei sommelier, quindi possono non avere competenze di storytelling creativa.

Con il nostro contenuto il loro lavoro viene reso più facile perché basta seguire la presentazione, non si corre il rischio di tralasciare concetti importanti. Durante una fiera specializzata, ad esempio, avere la possibilità di effettuare la presentazione in questo modo dove il protagonista resta comunque il vino, permette di avere un momento di dialogo attivo, più relazionale rispetto ad una presentazione tradizionale e più formale; il vino ha la magia di riscaldare il rapporto e la relazione fra sommelier e degustatore; dopo il Covid questa sensazione è ancora più apprezzata.

Usiamo da sempre l'immersività per dare alle showroom un valore aggiunto che sorprende e le completa, anche quando le aziende hanno oggetti da mostrare molto ingombranti, faticosi da trasportare e non facili da raccontare. Il contenuto immersivo ha grandi potenzialità; se lo story telling è stato ben realizzato, e questo è il nostro principale valore aggiunto, sono garantite flessibilità, efficacia e user experience, altro valore fondamentale che lo spettatore si aspetta di vivere. E la vive ancora di più quando si coinvolgono tutti i sensi».

MIRKO CORRIAS

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DELL'INSUBRIA
uninsubria.it



«L'evento Degustazione Immersiva è stata una buona occasione per vedere le soluzioni immersive dedicate al mondo education. Abbiamo potuto conoscere e valutare questi strumenti didattici che hanno elevate potenzialità, una qualità delle

immagini molto buona e permettono allo studente di 'entrare' nei contenuti perché quando ti avvicini allo schermo non crei ombre sui contenuti proiettati; inoltre, i proiettori sono silenziosi. **Sono soluzioni flessibili e versatili, che potrebbe essere installate all'interno di laboratori o di aule particolari.** Anche il fatto che le strutture sono autoportanti è un punto di forza: sono compatte, robuste ma leggere e ciò facilita l'installazione. È stata una sorpresa vedere queste soluzioni per la qualità complessiva che offrono».

ANNA BUTICCHI

ADICOM GROUP - adicomgroup.com



«Le soluzioni di proiezione immersiva, così come le abbiamo viste all'evento di Screenline, stanno iniziando a riscuotere interesse dal mercato. La tecnologia ora è pronta e matura: Screenline ci ha mostrato **strutture facili da**

allestire, anche in versione autoportante, quindi senza la necessità di richiedere la DIA; soluzioni flessibili in base alle necessità del cliente, che si possono anche smontare qualora fosse necessario spostarle in un altro luogo. Da parte nostra serve un'opera di evangelizzazione verso i mercati di riferimento perché questo genere di soluzioni, per essere comprese bene, **devono essere dimostrate one-to-one dal vivo;** è un lavoro oneroso ma indispensabile per far capire ai clienti i valori differenzianti di questa nuova frontiera della videoproiezione. L'altro aspetto che determina il successo di queste soluzioni innovative è il contenuto. La nostra sfida è quella di lavorare in partnership con produttori di contenuti di nuova generazione, **dotati di skill trasversali, capaci di unire competenze di storytelling, contenuti prodotti con mezzi di ripresa anche innovativi come droni e action-cam e conoscenza della tecnologia audiovisiva».**