



Rai Pubblicità: rinnovamento ad alto tasso tecnologico per la sede milanese

Rai Pubblicità, a partire dal 2021, ha rinnovato la sede di Milano con ledwall ad altissima definizione e dotazioni avanzate per la gestione di eventi. Integrazione a cura di CWS.

raipubblicita.it | cws.it

Si parla di:
#ledwall
#microled
#eventi
#immersività
#collaboration
#multimedia

Sala Eventi. Al centro, il TheWall Samsung, microled COB. Ai lati del ledwall e della platea i monitor di supporto.

► Rai Pubblicità è la concessionaria che gestisce in esclusiva i format commerciali dell'offerta total video e total audio di Rai, oltre agli spazi commerciali di Radio Italia solomusicaitaliana, Radio Kiss Kiss, VEVO e Friends&Vivo Multimedia. Ha sedi a Roma, Torino, Bologna, Padova e Milano, la sede di cui ci occuperemo in questo articolo.

A Milano hanno sede gli uffici dell'AD e delle direzioni commerciali dell'azienda ed è stata proprio la **sede milanese** a essere scelta come **capofila per un progetto di rinnovamento tecnologico e multimediale** degli spazi, pensato con un duplice obiettivo: da un lato ospitare eventi e presentazioni per i clienti, dall'altro migliorare la comunicazione interna, non solo tra diversi reparti della

stessa sede, ma anche tra sedi di diverse città.

L'occasione per mettere in atto questo rinnovamento tecnologico è stata la riqualificazione della sede, resasi necessaria dopo il lungo stop legato alla pandemia; il risultato, grazie anche alla piena intesa creatasi con il system integrator CWS è andato oltre le previsioni, potenziando la percezione stessa del brand Rai Pubblicità, sia internamente sia nei confronti dei clienti.

Ne parliamo con Luigi Cipolla, Luca Rapelli e Alessandro De Giorgio, rispettivamente IT Project Manager, Responsabile Ingegneria, Coordinamento Sedi e Sicurezza e Responsabile Comunicazione e Immagine Coordinata di Rai Pubblicità, e con Mario De Fazio, Project Manager & Team Leader di CWS.



La sfida: tecnologia multimediale avanzata per una nuova concezione degli spazi

Rimandiamo al box dedicato la presentazione dell'azienda, ed entriamo qui subito nel vivo chiedendo a Luigi Cipolla quale sia stata la molla che ha spinto Rai Pubblicità a fare il grande investimento tecnologico che racconteremo in questo articolo.

«Per la nostra azienda – ci risponde – la comunicazione è tutto: è il cuore stesso della nostra attività e nel **2020** la direzione ha ritenuto importante fare un **grosso investimento sugli strumenti di supporto alla comunicazione interna**.

Come sede capofila del progetto è stata scelta quella di Milano, che ospita l'AD e le direzioni commerciali. Lo scopo del progetto era quello di rendere disponibili ambienti tecnologicamente avanzati per un **duplice utilizzo**: da un lato consentire la realizzazione di **eventi all'interno dell'azienda in spazi più adeguati e tecnologici**; dall'altro **potenziare**

la comunicazione fra i vari reparti dislocati non solo nella sede milanese ma **in tutte le altre sedi** di Rai Pubblicità: Torino, Roma, Bologna, Padova. Sin dall'inizio, non a caso, l'azienda ha previsto di estendere anche alle altre sedi la tecnologia installata a Milano.

Per la progettazione e l'integrazione della tecnologia è stato scelto il system integrator CWS, che ha lavorato di concerto con il nostro reparto IT, con il reparto Ingegneria Coordinamento Sedi e Sicurezza (ICS) e con la funzione Comunicazione e Immagine Coordinata curata da Alessandro De Giorgio».

Chiediamo proprio ad Alessandro De Giorgio come riassumerebbe la sfida che Rai Pubblicità, e conseguentemente anche il system integrator CWS, ha deciso di affrontare.

«E' stato importante – risponde De Giorgio – rendersi conto della necessità di alzare l'asticella, sia dal punto di vista della tecnologia sia, soprattutto, del **tipo di eventi** che grazie a questa tecnologia avremmo potuto realizzare. Tutto è partito dalla necessità, in periodo di lenta ripresa post-covid, di **ristrutturare alcune sale**, il che ci dava **l'occasione di potenziarle** anche da un punto di vista tecnologico. Ma quanto e in che modo potenziarle? Se ci fossimo limitati a considerare le esigenze del momento, sarebbe stata sufficiente una tecnologia di livello medio, medio-alto.

Ma da persone di comunicazione quali siamo abbiamo voluto investire su una soluzione tecnologica audio-video estremamente avanzata, ambienti domotizzati e sistemi di collaboration all'avanguardia. Quando disponi delle sale adeguate e dei prodotti idonei, le tue esigenze evolvono e le tue abitudini si trasformano». La sfida numero uno, quindi, è stata quella di alzare l'asticella, proponendo una visione.

«Esattamente – risponde De Giorgio –; la sfida numero due invece è stata quella

di passare da un sistema chiuso a un sistema aperto, che **mettesse in connessione i diversi ambienti della sede di Milano e le diverse sedi dislocate per l'Italia**. Per esempio, dagli uffici di Torino siamo in condizione di modificare i contenuti che vengono proiettati sul ledwall che si trova all'ingresso della sede di Milano. Questa interattività aumenterà ulteriormente quando tutte le sedi avranno



Luigi Cipolla, IT Project Manager, Rai Pubblicità



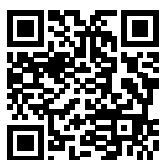
Alessandro De Giorgio, Responsabile Comunicazione e Immagine Coordinata, Rai Pubblicità



Mario De Fazio, Project Manager & Team Leader di CWS

“La comunicazione è al centro della mission di Rai Pubblicità, per questo nel 2020 l'azienda ha ritenuto importante fare un grosso investimento sugli strumenti di supporto alla comunicazione interna - L. Cipolla

Rai Pubblicità mostra il proprio nuovo biglietto da visita: una hall dotata di un ledwall Samsung da 2,88 x 1,67 metri, tecnologia SMD e pixel pitch 1.5, che riproduce un multiview di canali RAI. Sul soffitto, ai lati, si possono vedere i diffusori Bose Professional EdgeMax, che garantiscono copertura sonora efficace con impatto estetico pressoché nullo.



Rai Pubblicità si presenta sul proprio sito



Luca Rapelli,
Responsabile Ingegneria,
Coordinamento Sedi
e Sicurezza,
Rai Pubblicità

RAI PUBBLICITÀ: CONCESSIONARIA LEADER NEI SETTORI TOTAL VIDEO E TOTAL AUDIO

Rai Pubblicità è la concessionaria che gestisce in esclusiva i format commerciali dell'offerta total video e total audio di Rai, inclusiva di tutte le piattaforme digital e social, oltre che di un importante circuito di pubblicità cinematografica.

Rai Pubblicità offre progetti di total video sui cinque più diffusi schermi di fruizione: tv e smart tv, pc, smartphone, tablet e cinema, in aggiunta all'offerta di total audio. L'approccio consulenziale della concessionaria si esprime attraverso progetti di brand integration che includono pianificazioni crossmediali, branded content, product placement, eventi sul territorio, attività social, garantendo una misurazione efficace dei risultati di comunicazione degli investitori. Rai Pubblicità, oltre a Rai Radio, ha in concessione anche gli spazi commerciali di Radio Italia solomusicali italiana e Radio Kiss Kiss, presentandosi sul mercato come il primo polo audio italiano. VEVO (digital e connected tv) e Friends & Vivo Multimedia (live entertainment) completano l'offerta musicale della concessionaria.



dotazioni simili. Per noi è sempre importante lavorare in ottica futura, mettendoci in condizione di connettere tutte le sedi».

C'è anche una sfida numero tre?

«C'è – risponde De Giorgio – ed è quella dai risvolti più pratici: quando abbiamo iniziato i lavori ci trovavamo nel **periodo post pandemico** e si era diffuso lo smartworking che per certi versi ha funzionato e funziona ancora, ma non può eguagliare in alcuni casi l'efficacia di un confronto in presenza o di un evento live. Per rendere più piacevole e stimolare il rientro in ufficio, nella rivisitazione degli spazi abbiamo pensato di creare ambienti accoglienti e che fornissero delle soluzioni tecnologiche adeguate.

Oltre all'ingresso e alle due grandi sale multimediali, abbiamo realizzato e attrezzato con tecnologie multimediali all'avanguardia un'area break, oggi utilizzatissima sia dai dipendenti che dai clienti».

La soluzione: sinergia tra cliente finale e system integrator e prodotti d'eccellenza

Per affrontare tutte queste sfide Rai Pubblicità si è affidata a un system integrator di alto profilo come CWS, leader di mercato nel campo dell'integrazione di sistemi e della consulenza tecnologica. Chiediamo a Mario De Fazio, che di CWS è Project Manager & Team Leader, di descriverci nel dettaglio la soluzione e il rapporto instauratosi con Rai Pubblicità.

«L'integrazione che abbiamo realizzato presso la sede milanese di Rai Pubblicità – risponde De Fazio – è stata innanzitutto **un'esperienza molto positiva in termini umani e professionali**. Il cliente ci conosceva grazie ad alcuni lavori svolti in passato presso la sede di Torino di Rai Pubblicità, ma abbiamo comunque dovuto partecipare a una selezione per aggiudicarci il lavoro presso la sede di Milano. La richiesta era di integrare **tecnologie avanzate per la trasmissione di contenuti audio-video e per la collaboration**, che rendessero le sale più appetibili sia per i dipendenti dell'azienda stessa sia per i clienti esterni. Poiché il nostro intervento ha coinciso con una generale riqualificazione strutturale delle sale, abbiamo avuto il grande vantaggio di lavorare in quelle che di fatto erano **aree di cantiere**, potendo quindi collaborare con architetti e maestranze per integrare, nascondere e posizionare nel modo migliore i prodotti. Il rapporto con il cliente è stato fin da subito positivo, in particolare con il settore IT, ICS

e il settore Comunicazione e Immagine Coordinata, guidato da Alessandro De Giorgio. C'è stata grande condivisione e un continuo scambio di idee, che ci ha permesso di comprendere con esattezza i desideri del cliente».

Vediamo allora nel dettaglio gli interventi realizzati, descrivendo le diverse aree oggetto di integrazione.

La hall, il biglietto da visita di Rai Pubblicità

«Il cliente ha deciso di dotare di una tecnologia importante, anche la hall – ci spiega De Fazio – biglietto da visita di Rai Pubblicità, visibile anche dall'esterno tramite una grande porta a vetri. Qui abbiamo messo un **ledwall Samsung con pixel pitch di 1.5**, che trasmette un **multiview dei canali Rai** ad alta definizione. Dalla regia, situata a fianco della sala eventi, e da remoto, è possibile scegliere le **varie modalità in cui trasmettere il multiview, dal 3x3 al 5+1, fino all'immagine intera**. La fonte del segnale è costituita dai canali Rai, ricevuti con il **sistema Fracarro** e trasmessi dalla regia, situata all'ottavo piano, con sistema Barco e connessione in fibra.

Grazie al processore Barco il ledwall riceve **segnali da tutte le altre sale**, eccetto l'area break: il cliente può così trasmettere anche nell'ingresso i contenuti di un evento che si svolge, per esempio, nella grande sala eventi. Il cuore della diffusione del segnale video è il sistema **Barco E2**, dotato di 5 espansioni: tre a disposizione della sala eventi e due per la sala polifunzionale. Oltre che dalla regia, la scelta dei segnali può essere fatta anche in loco, tramite un touch screen. Il ledwall può sfruttare anche **MagicInfo**, la piattaforma pensata da Samsung per la gestione dei contenuti video. L'acustica dell'ingresso è garantita dai diffusori **Bose Professional Edge Max** in-ceiling, che garantiscono **audio direzionale di alta qualità** con un ridotto impatto dal punto di vista estetico: ne parleremo più approfonditamente descrivendo la sala eventi dell'ottavo piano».

“**Da persone di comunicazione quali siamo abbiamo voluto investire su una soluzione tecnologica audio-video estremamente avanzata, ambienti domotizzati e sistemi di collaboration all'avanguardia. Quando disponi delle sale adeguate e dei prodotti idonei, le tue esigenze evolvono e le tue abitudini si trasformano-** A. De Giorgio

Sala polivalente. Una delle tre possibili configurazioni della sala. Al centro, il TheWall Samsung da 3,23 x 1,81 metri, tecnologia microled COB e, sulla destra, un monitor di supporto.





Adiacente alla sala eventi è presente la regia, utilizzata sia dal personale Rai Pubblicità sia, per eventi particolarmente complessi, da tecnici forniti direttamente dal system integrator. Sulla sinistra, in evidenza l'Event Controller EC-50 di Barco e il mixer Yamaha TF1.

La sala eventi è quella in cui è stata adottata la tecnologia più spinta. In questa foto, al centro, TheWall Samsung, tecnologia microled COB da 4,032 x 2,268 metri; ai lati due monitor da 85".

Una sala polivalente in room combining

La sala polivalente è dotata di pareti mobili in vetro, molto eleganti, che permettono di passare da un ambiente unico a due o tre sale separate, indipendenti e insonorizzate l'una rispetto all'altra. La tecnologia installata qui da CWS è stata configurata in modalità 'room combining' pensata per adattarsi a tutte le possibili configurazioni della sala.

Mario De Fazio ci illustra il metodo di lavoro utilizzato: «Abbiamo lavorato in stretta collaborazione con lo studio di architettura e il reparto di ICS dell'azienda che insieme hanno curato la riqualificazione della sala. Per quanto riguarda la trasmissione dei segnali video, per esempio, il dialogo con Rai Pubbli-

cità ci ha fatto comprendere che dovevamo puntare all'eccellenza: per questo, al posto dei ledwall, comunque di alto profilo, a cui avevamo inizialmente pensato, abbiamo poi deciso di installare **due Samsung TheWall con passo 1,68 e misure di circa 3,23 x 1,81 metri**, fissati a parete.

TheWall è un prodotto rivoluzionario, vincitore di numerosi premi, tra cui il prestigioso "best of ISE". I punti di forza di questo ledwall sono soprattutto la qualità video, il ridotto consumo energetico grazie alla tecnologia COB microled e la possibilità di gestire i contenuti tramite la già citata piattaforma MagicInfo. Oltre ai due The Wall abbiamo installato **tre monitor da 65 pollici**, gestiti separatamente o a gruppi dalla domotica di sala.

Abbiamo posizionato inoltre **cinque telecamere Lumens**, che il cliente utilizza sia per la ripresa locale sia per la videoconferenza, che sfrutta **Codec Cisco**. Di concerto con l'architetto e la struttura ICS, abbiamo utilizzato dei cubi di cartongesso per poter abbassare le telecamere rispetto al controsoffitto, ottenendo quindi una ripresa migliore senza impattare sull'estetica della sala. Per lo stesso motivo, oltre che per la qualità del suono, abbiamo scelto anche qui, come per la hall, i **diffusori Edge Max di Bose Professional**, che sono esteticamente piacevoli, possono



essere posizionati tra parete e controsoffitto, minimizzando ulteriormente l'impatto visivo sull'ambiente e, ciononostante, garantiscono una diffusione sonora ottimale in tutta la sala.

Per quanto riguarda la microfonia, abbiamo scelto il **sistema ADECIA di Yamaha**, microfoni omnidirezionali che funzionano benissimo anche in videoconferenza.

La condivisione dei contenuti è garantita da **Barco Clickshare** e in particolare, in una delle tresale che si formano quando si adotta la configurazione 1+1+1, abbiamo attivato la **modalità BYOD**, che permette ai partecipanti di condividere immediatamente i contenuti del proprio device su tutti i dispositivi presenti. Il **rack** si trova allo stesso piano della sala polivalente ed è collegato con la regia attraverso un'importante struttura in **fibra**, perché richiede tratte di cablaggio molto estese».

Luca Rapelli aggiunge: «Nella sala polivalente le sedute sono garantite da un mix tra sedie e divanetti fissi – posizionati nel corridoio – che all'apertura delle pareti mobili diventano parte integrante della sala».

La sala eventi, il fiore all'occhiello

La sala eventi, dotata di una sala regia che può gestire anche i contenuti AV delle altre sale, è quella in cui è stata adottata la tecno-

logia più avanzata. Prima di dare la parola a CWS, facciamoci raccontare da Alessandro De Giorgio quali fossero le esigenze specifiche di Rai Pubblicità legate a questa sala.

«Per garantire la visibilità a tutti i presenti in sala, non solo alle prime file, abbiamo installato ai lati del TheWall, di cui parleremo più avanti, due grandi monitor. Nella sala sono presenti inoltre due monitor laterali posti su carrello che consentono la lettura di dati numerici che richiedono maggior attenzione. Al momento opportuno, tuttavia, tutti i monitor della sala possono lavorare di concerto per diffondere un video unico, creando una situazione immersiva.

La scelta fatta rispetto ai contenuti video – prosegue De Giorgio – porta con sé esigenze specifiche anche rispetto all'audio. La preferenza era quella di aumentare il coinvolgimento della platea con un audio direzionale.



Il rapporto con Rai Pubblicità è stato fin da subito positivo, in particolare con il settore IT, il settore ICS e il settore Comunicazione e Immagine Coordinata, guidato da Alessandro De Giorgio. C'è stata grande condivisione e un continuo scambio di idee, che ci ha permesso di comprendere con esattezza i desideri del cliente - M. De Fazio

La sala eventi ha anche due monitor Samsung da 43", sulla destra, che servono da rimando per i relatori; di fianco a questi monitor le due telecamere PTZ Lumens. Nota: il rapporto di aspetto del monitor è di 16:9, l'effetto stretch è dovuto all'ottica grandangolare con cui è stata scattata la fotografia per riprendere l'intera sala.





Due dei quattro corner della sala break. Adatto per svago e team building, ma anche per presentazioni sul ledwall Samsung da 65 pollici, con sistema Barco ClickShare per la condivisione dei contenuti.



Pagina dedicata alle news sul sito di CWS

D'altra parte, però, avevamo anche bisogno di un **audio diffuso di grande intelligibilità** da utilizzare durante le riunioni o i discorsi dei relatori. Infine, dovevamo trovare una soluzione che non impattasse sull'**estetica** della sala, dotata di un controsoffitto che non poteva in alcun modo essere interrotto da device elettronici. Abbiamo discusso a lungo la questione sia con CWS che con Bose Professional, arrivando a una soluzione che ci soddisfa pienamente.

Ascoltiamola, allora, questa soluzione, dalle parole del project manager di CWS Mario De Fazio.

«Per la sala eventi, deputata a ospitare eventi live, da remoto o ibridi, abbiamo installato un **Samsung TheWall microled da 4,032 x 2,268 metri**, due monitor Samsung da 85", due monitor da 65" su carrello e infine

due monitor da 43", che servono da rimando per i relatori. La diffusione audio è stata realizzata con due diffusori a colonna line array Panaray MA12 con un subwoofer, tutto di Bose Professional. Questa soluzione ci ha consentito di minimizzare l'impatto estetico garantendo, al tempo stesso, due obiettivi: intelligibilità del parlato e una pressione sonora adeguata per riprodurre musica di alta qualità. Ci sono poi **tre telecamere PTZ** per riprese in sala o in videoconferenza. La diffusione dei contenuti è gestita dal **Barco ClickShare serie CX30**, ma c'è anche un **touchscreen** per il controllo domotico di sala. La sala ospita anche la regia, da cui si controllano tutti i device di tutte le sale che abbiamo riqualificato. Il cliente, infatti, voleva che i monitor potessero essere gestiti anche da una **regia unica**, che abbiamo dotato di console **Barco EC50**. I segnali e il controllo vengono configurati con il software nativo **Barco Event Master**.

Per la maggior parte degli eventi il personale di Rai Pubblicità è autonomo, ma noi siamo pronti a mettere a disposizione i nostri tecnici per occasioni particolarmente complesse, o quando più semplicemente occorre più personale»

La nuova sala è utilitatissima da Rai Pubblicità, per eventi pubblici, presentazioni ai clienti, eventi corporate. Non solo: molti dei clienti che hanno assistito a una presentazione all'interno di questa sala chiedono di poterla affittare per eventi propri.

L'area break: svago e lavoro

L'area break è il perfetto esempio di quel tipo di interventi fatti allo scopo di rendere più piacevole il luogo di lavoro. «Si tratta – dice De Fazio di CWS – di uno spazio unico diviso in **quattro corner**, ciascuno dotato di un monitor da 65", un **Barco ClickShare** per la condivisione dei contenuti e un **touchscreen per la gestione domotica**».

Alessandro DeGiorgio, Luigi Cipolla e Luca Rapelli di Rai Pubblicità sottolineano come anche nell'area break si sia voluto puntare su una tecnologia di qualità e confermano il grande utilizzo di questa sala e l'impatto positivo che genera sia in occasione di una pausa tra colleghi che per incontri informali con clienti.

Intesa vincente tra cliente, system integrator e fornitori

Cliente finale e system integrator, nel-



**Scheda prodotto
di Sistemi Integrati
sui diffusori Bose
Professional EdgeMax**

le rispettive interviste, hanno sottolineato con la stessa enfasi come la collaborazione tra CWS e Rai Pubblicità sia stata positiva e arricchente. Alessandro De Giorgio, dice: «L'aspetto che maggiormente ci ha colpito, oltre alla competenza del system integrator, sono state **la disponibilità e la flessibilità**. Prima di procedere con la selezione e l'assegnazione dei lavori, abbiamo incontrato diversi fornitori che ci hanno presentato soluzioni già utilizzate altrove, non esattamente in linea con le nostre esigenze. CWS invece si è subito dimostrata pronta a creare un progetto su misura per noi».

Luigi Cipolla concorda: «Ci siamo trovati ad affrontare un vero e proprio cambio di paradigma e una nuova concezione dell'utilizzo della nostra sede, il che ci ha portato a rivedere le nostre scelte più volte durante il percorso: per esempio, inizialmente pensavamo che una diffusione audio di tipo ambientale potesse essere sufficiente, mentre in seguito abbiamo capito che occorreva un audio direzionale; il system integrator ha accolto la nostra richiesta, seppure emersa in seconda battuta, impostando diversi scenari, adatti a qualsiasi tipo di situazione potesse verificarsi durante i nostri eventi».

De Giorgio aggiunge: «Un discorso simile vale per la parte video. Inizialmente, non è stato facile per CWS comprendere perché desiderassimo monitor di fascia alta come

i TheWall Samsung, quando sembrava che dei ledwall più tradizionali fossero sufficienti. Tuttavia, grazie alla loro capacità di ascolto, hanno capito la nostra visione e l'hanno fatta propria. Oggi, quando si parla di un possibile sviluppo futuro del progetto, sono loro stessi a spronarci a mantenere alta l'asticella, cercando di venire incontro alle nostre esigenze economiche, ma incoraggiandoci a non scendere a compromessi sulle nostre ambizioni.»

«**La capacità di ascolto** del cliente – dice Mario De Fazio – è la skill di cui andiamo più orgogliosi. Il fatto che il cliente in questo caso fosse un'eccellenza nel campo della comunicazione, ha reso tutto ancora più semplice. Il confronto costante ci ha portato a rimodulare le nostre proposte, sostituendo il ledwall con tecnologia smd, inizialmente pensato, con il TheWall, oppure un processore Barco più prestazionale. **Il rapporto è stato costruttivo con tutti i settori di Rai Pubblicità**, dall'IT alla comunicazione, all'ICS. Inoltre, noi proponiamo sempre brand dei quali siamo partner e che garantiscono a noi e al cliente un **supporto** importante dal punto di vista della **progettualità** e dell'**assistenza post vendita**. Noi stessi non abbandoniamo mai i nostri clienti: restiamo a disposizione per dare suggerimenti, fornire personale per eventi complessi, offrire assistenza, sviluppare progettualità future.»

CWS ringrazia i partner:

Samsung - Per il supporto nelle scelte in fase di progettazione, nella realizzazione e nell'assistenza successiva.
Exertis AV - Per il valore aggiunto offerto per tutta la durata del progetto e il supporto anche nel periodo di forte shortage dei componenti elettronici.

Da sinistra a destra: uno dei due diffusori Panaray MA12 di Bose Professional con il subwoofer di sala, i touchscreen per il controllo domotico presente in tutte le sale e il rack, fotografato in fase di installazione, nella sala regia.

