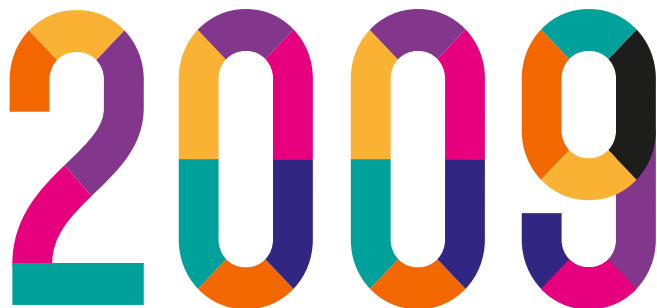
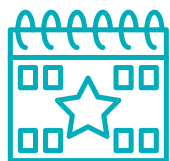




Nonostante un'economia globale in forte crisi, ISE cresce e si consolida. La fiera è vissuta come momento di riflessione per capire le complessità del mercato e intercettare le occasioni che offre.



Dove e quando
Amsterdam, RAI
dal 3 al 5 febbraio 2009

► EVOLUZIONE DI ISE

Dal 3 al 5 febbraio 2009, il RAI di Amsterdam ospita la sesta edizione di Integrated Systems Europe. ISE è ormai un punto di riferimento all'interno del panorama AV europeo. Ancora una volta l'evento cresce e si ritrova un clima di entusiasmo e fervore tra i partecipanti della fiera, nonostante una congiuntura economica decisamente sfavorevole.

Nel 2009, l'economia globale era in piena recessione a causa della crisi finanziaria esplosa l'anno prima, con il fallimento di grandi banche e il crollo dei mercati. L'Europa affrontava una drastica contrazione della produzione e degli investimenti, accompagnata da incertezza diffusa e aumento della disoccupazione.

Il mercato AV risentiva della situazione economica globale con investimenti più cauti in alcuni settori, ma beneficiava della crescente domanda di soluzioni digitali e immersive. L'instabilità rallentava alcuni progetti, ma generava forti spinte verso l'innovazione e la ricerca di tecnologie più flessibili ed efficienti per ridurre i costi e migliorare la produttività.

In questo panorama di luci e ombre, ISE 2009 registra comunque numeri positivi: 560 espositori e circa 19.600 visitatori unici prendono parte alla manifestazione. È il segno della solidità e della capacità di adattamento del settore, nonché dell'attrattività di ISE. L'evento si conferma un appuntamento imperdibile, prezioso sì quando il mercato è solido, ma a maggior ragione quando il contesto è più sfidante, come in questi anni. Il suo valore contenutistico e la capacità di interpretare i cambiamenti di mercato e i trend diventano un incentivo determinante.

Il programma formativo, curato da InfoComm e CEDIA, propone un'ampia offerta di corsi e seminari, supportando l'aggiornamento delle competenze tecniche. Gli inter-

venti, gli eventi, i tanti momenti di confronto aiutano a riflettere su quali siano le strategie migliori per intercettare le occasioni offerte dallo scenario, invece che subirlo.

Un successo che porta la fiera a generare un potere attrattivo di rilievo anche oltre l'Europa.

Mike Blackman, Managing Director di Integrated Systems Events, ha aperto ufficialmente ISE 2009 con la frase: «Questo non è un evento locale, è un evento globale», a sottolineare quanto la fiera rappresentasse veramente l'industria globale dei sistemi integrati AV. I numeri lo dicevano chiaramente. Due dati su tutti: i visitatori di ISE provenivano da 99 Paesi diversi e gli espositori dagli Stati Uniti costituivano oltre il 18% del totale, segno della crescente rilevanza internazionale dell'evento.

D'altra parte, ISE sta diventando davvero grande e importante. Lo stesso Blackman sottolinea un fenomeno già emerso negli anni precedenti e che ormai si stava affermando, che rimarca la rilevanza che l'evento sta assumendo: «C'è stato un tempo in cui i nostri espositori principali riservavano i loro lanci di prodotto ad altre fiere. Oggi vengono presentate qui a ISE centinaia di nuove soluzioni, di aziende grandi e piccole. Tutte realtà che considerano ormai questa fiera un elemento chiave della propria strategia commerciale.»

DOOH Business Conference

L'edizione 2009 ha anche ospitato per la prima volta la Digital Out of Home Business



Focus su DSSE, Digital Signage Summit Europe.



**Approfondimento
in tema di imaging
stereoscopico 3D.**



Conference, segno ulteriore del crescente ruolo di ISE come piattaforma di contenuti e dibattiti strategici.

La conferenza offre ai partecipanti occasioni di approfondimento e riflessione sulle opportunità offerte dalla comunicazione digitale negli spazi pubblici. Si concentra sull'evoluzione della segnaletica digitale e sulle nuove modalità di interazione tra brand, operatori commerciali e pubblico.

In un momento in cui la tecnologia stava rendendo più accessibili soluzioni dinamiche per la visualizzazione di contenuti, il DOOH rappresentava una frontiera di forte interesse per settori come il retail, l'intrattenimento e i trasporti.

Attraverso il DOOH si cercavano strade per comunicare in modo più efficace in tutti questi contesti, ovvero fuori dai tradizionali ambienti domestici e lavorativi. Si trattava di un'area in pieno sviluppo, destinata negli anni successivi a rivoluzionare il panorama pubblicitario, con modelli sempre più basati su esperienze immersive e messaggi contestuali. Il fatto che ISE accolga questo evento già nel 2009 è un ulteriore segno della sua lungimiranza.

Il sistema di prenotazione digitale

Anno dopo anno ISE cresce e si arricchisce di espositori, visitatori, eventi, iniziative.

La tecnologia riempie gli stand, ma gli organizzatori della fiera vogliono che essa stessa si modernizzi adottando gli strumenti digitali che si stanno diffondendo, AV ma non solo.

Un passaggio importante che avviene infatti già in questa prima fase di "gioventù" di ISE è quello legato al sistema di prenotazione degli stand, attraverso cui gli espositori, già durante l'evento, scelgono il loro spazio per l'edizione successiva.

Blackman racconta che nel 2005, tutto era ancora manuale: «Ci mettevamo in una stanza con piantina, righello e matita. Tracciavamo le linee a mano e usavamo la gomma ogni volta che qualcuno cambiava idea. Dopo qualche anno, eravamo però pronti a fare un primo passo: come fiera di tecnologie AV, non potevamo non immaginare di riorganizzarci utilizzando degli schermi. Usavamo già il software CAD dietro le quinte per la gestione della planimetria e per le prenotazioni. Perché non rendere "visibile" questo processo?»

ISE introduce quindi in fiera dei display che visualizzano gli spazi e diversi strumenti per rendere il processo di prenotazione più snello, più comodo e veloce per gli espositori, evitando le file che si creavano con il sistema manuale.

Con i monitor di grandi dimensioni i concerti possono essere rappresentati anche a grandezza naturale.



**560 ESPOSITORI
19.600 VISITATORI UNICI**



Lo sapevi che...
Integrated Systems Europe è la fiera leader a livello mondiale per l'integrazione dei sistemi audio video, oltre che la più grande fiera europea per l'industria del digital signage.



Lo sapevi che...

Questa edizione di ISE è quella dei primi proiettori 3LCD ad alta luminosità, concepiti come alternativa alla tecnologia DLP di Texas Instruments.

Immagine dall'edizione 2005 - Nei primi anni, la prenotazione degli stand a ISE avveniva manualmente, con planimetrie e matite, causando code e lunghe attese. Il passaggio al digitale - introdotto per la prima volta in una fiera del settore - permise agli espositori di scegliere lo spazio in tempo reale, anche a distanza.

Non basta. Qualche anno dopo, il passo successivo: «C'erano momenti in cui notavamo gli espositori, davanti allo schermo dedicato alle prenotazioni, che parlavano al telefono con colleghi e superiori cercando di descrivere la posizione dello stand che avrebbero voluto prenotare per l'edizione successiva. Potevamo offrire di meglio. Abbiamo quindi messo tutto online. La mappa si poteva visualizzare da remoto in tempo reale attraverso un link.

Anche chi non era fisicamente in fiera poteva seguire il processo di prenotazione live. In questo siamo stati pionieri. Ora molte fiere usano lo stesso sistema, ma siamo stati noi i primi a introdurre le prenotazioni elettroniche online.»

► FORMAZIONE

Dai principianti ai professionisti

A ISE 2009, CEDIA ripropose la formula dell'anno precedente, scandita da sessioni didattiche brevi, frequenti e gratuite, connotate da un programma esaustivo, tale da andare incontro alle esigenze formative di tutti, dai principianti ai professionisti con anni di esperienza alle spalle.

Tra i numerosi argomenti trattati (alcuni dei quali reduci dal successo di pubblico registrato nel 2008), ricordiamo la progettazione di home cinema dalle elevate prestazioni, l'integrazione di dispositivi IT e di elettronica di consumo (PC, Mac, iPhone) negli allora sistemi convergenti e l'aumento della domanda di videogiochi domestici.

Inoltre, l'Associazione, quell'anno,

organizzò anche una sessione con l'obiettivo di spiegare al pubblico presente cosa significava - allora - essere un "membro" CEDIA, insistendo, in particolare, sul concetto di "integrazione di sistemi" e sul criterio metodologico che ogni membro doveva dimostrare di adottare, ossia analizzare l'intero ciclo di vita del progetto, il che implicava la presenza di documentazione e l'attenzione alle politiche di assistenza post-vendita.

Corsi specifici per progettisti

Quanto alla proposta formativa di InfoComm, durante quell'edizione essa si esprimeva seguendo una prospettiva internazionale, a partire dal modello consolidato della fiera InfoComm Asia a Hong Kong. Da lì la scelta di organizzare sessioni su argomenti ancora inesplorati a ISE, come, ad esempio, l'imaging stereo-

scopico 3D e le reti Wi-Fi.

In cima all'agenda formativa InfoComm 2009, anche un corso di tre giorni pensato per i project manager (ripetuto, poi, a Londra e a Dubai), volto a insegnare i principi base di una gestione efficiente dei progetti, sia di piccole che di grandi dimensioni.

In qualità di organizzazione globale che offriva corsi, certificazioni e opportunità di networking ai professionisti dell'AV in sei continenti durante tutto l'anno, InfoComm International iniziava ad essere molto attenta al proprio coinvolgimento in seno a Integrated Systems Europe; un atteggiamento in linea con la sua visione di formazione globale e ormai sempre più consapevole dell'importanza che, anno dopo anno, andava assumendo ISE quale principale fiera in Europa dedicata all'audio video professionale e all'integrazione dei sistemi.

► KEYNOTE

Per i keynote address di ISE, si dovrà attendere il 2012. Nel mentre, a marcare la linea dei contenuti, a delineare, di anno in anno, la nota chiave dell'evento, saranno le conferenze.

In particolare, l'edizione 2009 della fiera viene ricordata per avere ospitato - come già detto - la sua prima conferenza ufficiale dedicata al Digital Out Of Home (DOOH), ovvero alle soluzioni di digital signage in ambienti esterni e luoghi pubblici.

L'evento fu organizzato in collaborazione con invidis consulting, la stessa società di consulenza in materia di digital signage che, nel 2006, lanciò il Digital Signage Summit Europe, oggi riconosciuta, nel mondo, come la manifestazione di riferimento.

L'obiettivo della prima DOOH Conference fu dare voce ad agenzie pubblicitarie e digital creator, affinché la loro conoscenza sui

sistemi Digital Out Of Home potesse essere di aiuto a proprietari di brand, inserzionisti e fornitori presenti nel comprendere appieno le peculiarità della cartellonistica digitale outdoor, in primis il suo forte impatto visivo e la sua versatilità.

Il mercato del DOOH

Ad aprire i lavori fu Mike Blackman - il quale, sottolineando come il mercato del Digital Out Of Home fosse cresciuto rapidamente negli ultimi due anni, fino a diventare uno dei segmenti più significativi del comparto AV professionale (al punto che delle 560 aziende espositrici quell'anno, più della metà provenivano proprio dal settore del digital signage), rimarcò la strategicità della partnership con Invidis nel gettare le prime basi del legame tra ISE e quel preciso comparto.

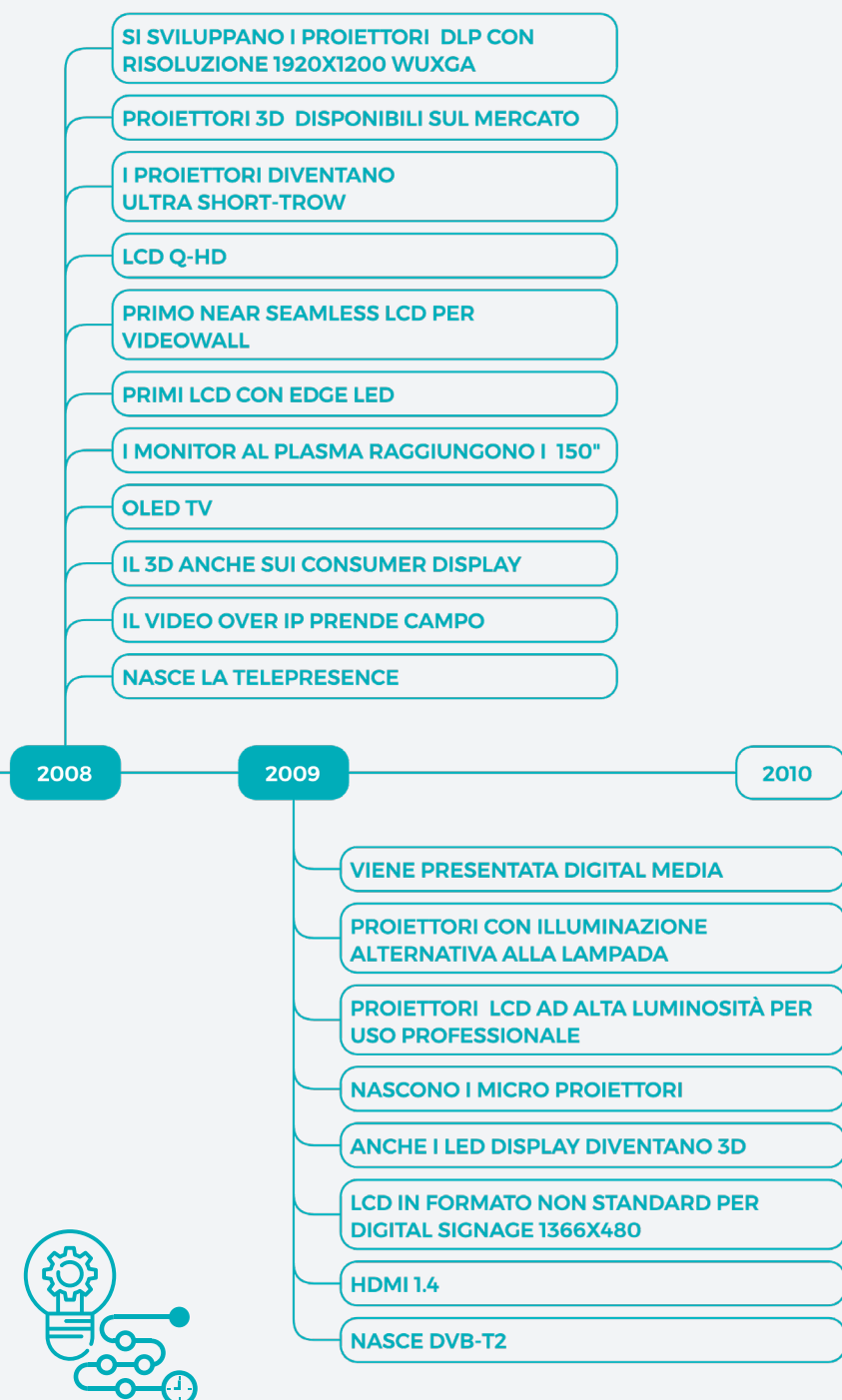
Tra i relatori intervenuti, Christoph Köller, co-fondatore della società di consulenza Görgen & Köller nei pressi di Colonia, portò l'attenzione del pubblico su un argomento, in quegli anni, cruciale, ossia i vantaggi concreti che il DOOH era in grado di portare ai clienti. Secondo Stefan Kuhlow, a quel tempo managing director dell'agenzia di pubblicità Infoscreen (Monaco di Baviera), la questione che si poneva non riguardava tanto le potenzialità delle tecnologie a supporto del DOOH, quanto il "valore" della soluzione in sé in termini di flessibilità, rapidità di consegna e capacità di fornire immagini sempre più dinamiche. Questi dovevano essere, secondo Kuhlow, i plus, in risposta a ciò di cui il cliente aveva, di fatto, bisogno.

Sempre in tema di Digital Out Of Home visto dalla prospettiva del cliente, Robert Winston, senior account manager dell'allora Arbitron, evidenziò la necessità di definire una metrica per rendere "misurabile", "quantificabile" l'utilità dei sistemi DOOH, al fine di poter fare leva su questa per convertire anche gli inserzionisti più tradizionali alle opportunità offerte dalla cartellonistica pubblicitaria digitale outdoor.

A spostare il focus sui prodotti e, più in particolare, sulla visualizzazione dei contenuti Digital Out Of Home, fu Adrian Cottrell, co-fondatore del portale di informazione DailyDOOH, che ipotizzò uno scenario futuro in cui lettori multimediali dalle dimensioni sempre più ridotte avrebbero dato vita a nuovi mercati e dove gli schermi non sarebbero più stati "entità separate", bensì parte dell'arredo che caratterizzava l'intero ambiente. Previsione, negli anni a venire, divenuta realtà. ■



Due immagini dell'edizione 2009. Dall'alto lo stand di un produttore di schermi per videoproiezione e, più sotto, lo stand di CEDIA che promuove seminari gratuiti di aggiornamento professionale per l'ambito residenziale.



Timeline delle tecnologie
Novità ed evoluzioni che hanno definito il biennio 2008-2009.

► TECNOLOGIE

Siamo negli anni della transizione dall'analogico al digitale. E i cambiamenti appaiono evidenti in tutti i settori dell'audio video.

Il protocollo Dante

In particolare, nell'audio la piattaforma Dante (proposta da Audinate) diventa una tecnologia di riferimento del mercato a pochi anni dal debutto e viene adottata dai principali produttori per numerose soluzioni ad ampia diffusione.

La stessa evoluzione si riscontra anche nel video. La distribuzione dei segnali diventa digitale e Crestron presenta Digital Media, una tecnologia di distribuzione su cavi Cat. Non si tratta di una novità assoluta visto che, già in passato, erano state presentate soluzioni con un approccio simile. La differenza è che Crestron crea un ecosistema completo, dagli endpoint alle matrici di commutazione.

Video 3D, trend in forte crescita

Nella videoproiezione si persegue l'efficienza con la sostituzione delle lampade ad alta pressione con sistemi di illuminazione allo stato solido come i LED. I livelli di luminosità sono ancora limitati, ma la ricerca prosegue incessantemente.

SIM2 introduce il primo proiettore LED Gran Cinema Mico 50, DLP HD da 800 lumen. Epson presenta i primi proiettori 3LCD ad alta luminosità, serie EB-Z8000, fino a 7.000 lumen, come alternativa alla tecnologia DLP di Texas Instruments.

Vengono presentati anche i primi proiettori compatti, come quello di 3M, capostipite dei micro e pico-proiettori.

Le soluzioni video 3D rappresentano un trend in forte crescita anche nella videoproiezione. Oltre alle soluzioni già esistenti basate su 3 chip DLP, Texas Instruments presenta il 3D Ready applicato ai moduli DLP a singolo chip.

Per quanto riguarda i display LED, ricordiamo le soluzioni Barco come il LED 3D per la visione tridimensionale con occhiali passivi e il primo LED trasformabile che copre uno schermo di 360°, tra l'altro utilizzato nel tour della band musicale U2.

LCD con rapporto d'aspetto non standard

Il digital signage acquista spazio e prodotti specifici: tra questi, i pannelli LCD con formati non standard come, ad esempio, 1366 x 480 pixel. Questo porta anche alla creazione di nuovi contenuti, dando spazio alle creatività e svincolando il contenuto dalla rigidità del supporto. Lo vedremo negli anni successivi, soprattutto quando verranno superati tutti i limiti di forma e di aspetto.

Gli standard HDMI e DisplayPort proseguono la loro evoluzione: la versione 1.4 di HDMI supporta le risoluzioni da 3840x2160 pixel fino a 30Hz e 4096x2160 pixel a 24 Hz. Ci stiamo così avviando verso il 4K e, nelle trasmissioni broadcast, viene adottato il DVB-T2, la seconda generazione dello standard della TV digitale terrestre, ancora più efficiente e "4K ready".