

Multimedialità e immagine aziendale

Le opzioni multimediali, l'audio, le animazioni, i filmati e gli effetti speciali vengono utilizzati per CD promozionali di grande interesse. La validità dei contenuti e il forte impatto comunicativo distingue quelli di Artemide e Abet Laminati Print.

di Paolo Martegani

Utilizzare questo tipo di supporto per memorizzare cataloghi e relativi listini prezzi è una possibilità presa in considerazione da moltissime aziende. Infatti risolvere i problemi connessi all'ingombro del supporto cartaceo ed ottenere contemporaneamente l'abbattimento dei costi di stampa è un obiettivo ghiotto. Tuttavia non così semplice da raggiunge-

re: la rete di distribuzione non è ancora completamente attrezzata in questa ottica.

Inoltre un mezzo come Internet, che opera in tempo reale, si presterebbe meglio, per consentire variazioni ed ampliamenti, del CD: questo una volta uscito dall'azienda rimane bloccato e per mutarne qualsiasi dato contenuto necessita

Un'immagine tratta dal CD-ROM della Abet

Nel CD sono contenute interessanti videointerviste a Sottsass, Mendini, Burkhardt e un excursus interattivo che percorre quattro decenni della storia del design italiano.



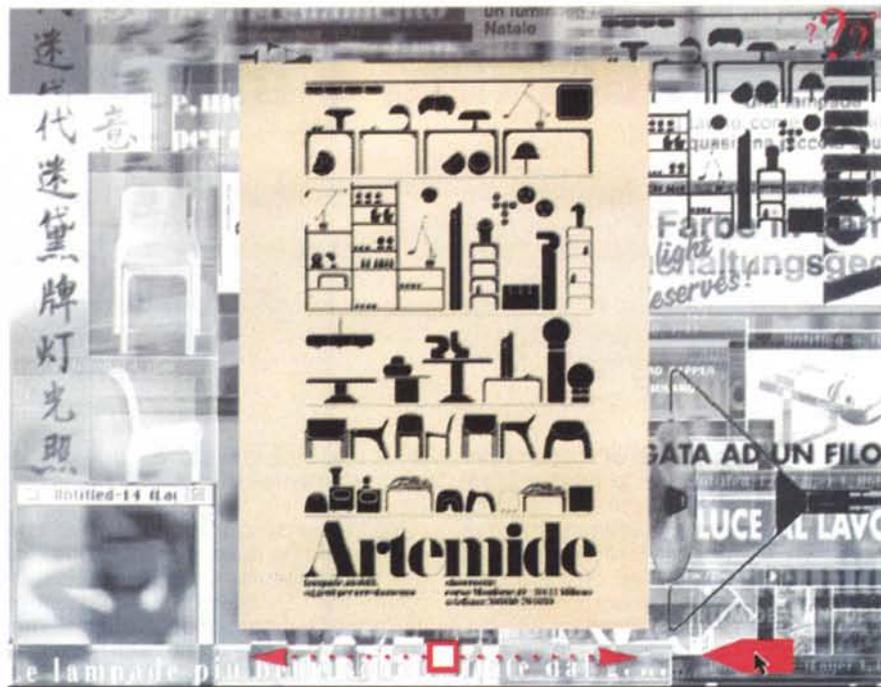
di sostituzione.

Ma il CD con la grande disponibilità di memoria e le opzioni multimediali risulta perfettamente idoneo per "illustrare" il prodotto e "raccontare" l'azienda.

Artemide CD-ROM

In questo caso le prerogative di questo medium vengono usate per far compiere all'osservatore, a cui restano ampie possibilità di interazione, un percorso attraverso l'opera dei migliori designer che hanno collaborato con l'azienda. In una galleria di immagini di elevata qualità il CD illustra la storia, la ricerca, la produzione dell'Artemide; ma soprattutto invita ad un fantastico viaggio nella luce.

L'ideazione e il progetto grafico sono dello Studio Carlotta di Bevilacqua, la realizzazione tecnica di Datanord Multimedia. Particolarmente interessante è l'uso di questo mezzo per mostrare le caratteristiche di un apparecchio illuminante di nuova



nalizzata ed irripetibile, che si adegua quindi ai vari ambienti, favorisce le diverse attività, accompagna gli stati d'animo. La quantità di informazioni contenute è ampia: cataloghi, indirizzi dei punti vendita nei cinque continenti, aspetti tecnici della produzione, linee di sviluppo. Anche la confezione del CD è personalizzata graficamente, molto pratica ed elegante, e anticipa con diverse immagini il contenuto del disco.

Immagini tratte dal CD-ROM di Artemide

Sopra e a sinistra due pagine del catalogo dove sono annoverate lampade dai nomi noti come: Tizio, Tolomeo, Eclisse Callimaco. Tra i designer: Magistretti, Sottsass, De Lucchi, Sapper, Anastasi.

La produzione è articolata in quattro linee: Artemide, Artemide Collezioni, Artemide Architectural, Metamorfosi.

In basso l'effetto di "Metamorfosi", luce di nuova concezione grafica che prevede tre fonti colorate, rosso, blu, verde e una quarta bianca; e un telecomando per graduarne l'emissione. Risultato: una luce personalizzata e atmosfera suggestiva.



Il CD-ROM della Abet Laminati Print

Il Servizio Marketing e Comunicazione ha curato l'edizione del CD che prevede due percorsi. L'uno tratta la struttura dell'azienda, l'impegno, la storia ed il rapporto privilegiato con professionisti e designer. L'altro mette a disposizione un completo panorama dei prodotti, con i colori e le tipologie del laminato.

Particolarmente interessante è il percorso storico dell'azienda. Esso coincide con lo sviluppo delle vicende del design italiano. È diviso in quattro parti, corrispondenti ai decenni dagli anni Sessanta ai Novanta. Ogni decennio è preceduto da una schermata arricchita da immagini animate riferite al periodo, che ne ricreano l'atmosfera.

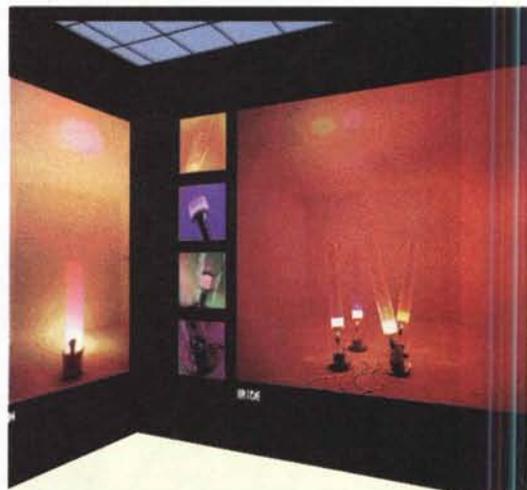
Sulla schermata sono anche presenti dei titoli sensibili che aprono le relative animazioni.

Negli anni Sessanta nasce il marchio "Print"; si cercano nuovi interlocutori con cui dividere la responsabilità creati-

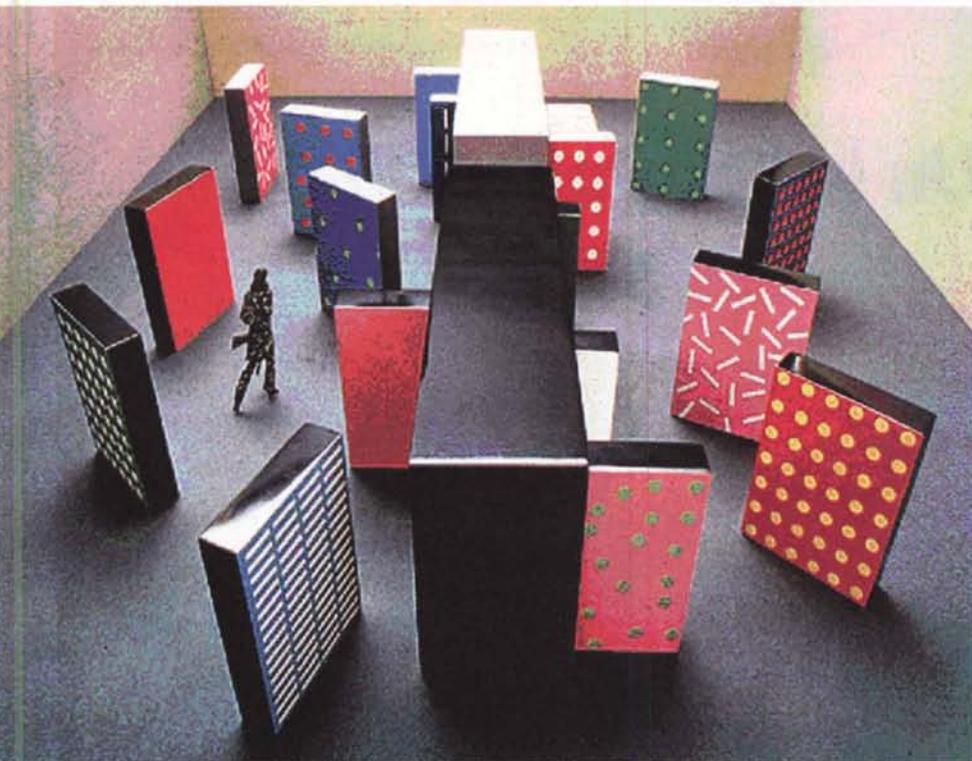
concezione: "Metamorfosi", la luce che cambia la luce. Il

carattere innovativo di questo prodotto è in linea con il processo in atto in ambito industriale. L'obiettivo è quello di offrire un prodotto che, senza perdere i vantaggi della produzione automatizzata, sia comunque personalizzabile. Tecnicamente l'apparecchio è basato su tre riflettori parabolici che proiettano la luce prodotta da altrettante lampade alogene attraverso filtri dicroici nei colori fondamentali rosso, blu e verde. Si crea così un fascio monocromatico contornato da diversi aloni colorati; graduando con un telecomando l'intensità delle emissioni, si ottengono atmosfere di luce e colore diverse.

L'apparecchio consente ad ognuno di scegliere la propria luce, sia in termini di colore, che di intensità. Una luce perso-



va. Viene fondata la rivista "Elementi" per promuovere il dibattito. Si costituisce il Laboratorio Serigrafico per ricercare e sperimentare le decorazioni ed i trattamenti del laminato. Iniziano le collabora-



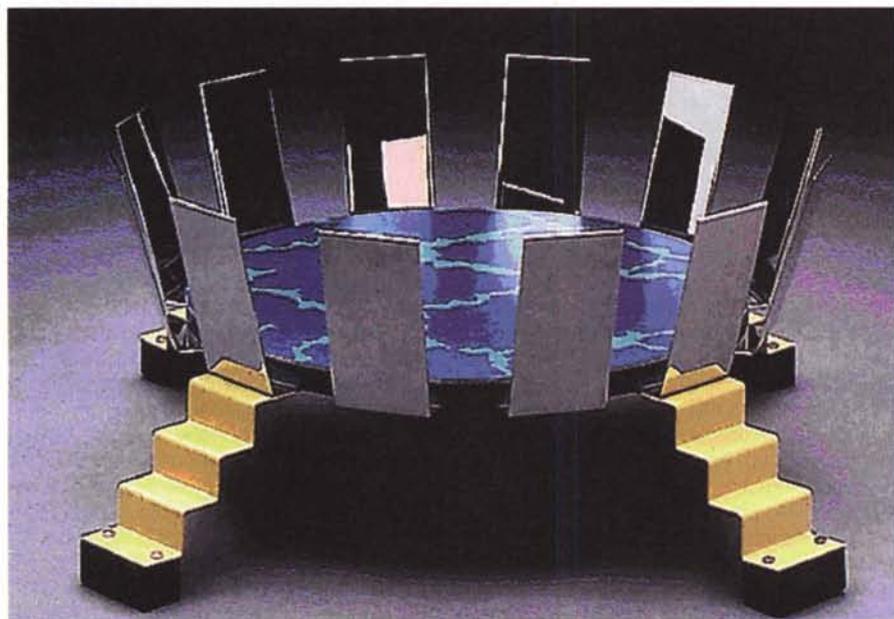
Immagini tratte dal CD-ROM della Abet
 A sinistra, "superficie neutra" è la locuzione utilizzata per definire un materiale astorico, privo di riferimenti legati alla tradizione e quindi ideale per la sperimentazione di nuove sensazioni percettive.
 A destra, un'immagine di "Material Lights", mostra itinerante organizzata dall'azienda e coordinata da Ettore Sottsass, per promuovere il primo laminato trasparente con decorazione tridimensionale, vincitore del Compasso d'Oro '87.
 In basso, gruppi allora d'avanguardia ed ora quasi storici come Archizoom, Alchimia, Memphis, hanno ampiamente utilizzato il laminato per proporre un rinnovamento, spesso radicale, del design.

le, poi promosso con la mostra itinerante "Material Lights" di Ettore Sottsass.
 L'evoluzione continua e negli anni Novanta si sviluppano nuovi prodotti, si studiano colori speciali legati alle tradizioni dei vari contesti in-



zioni con i protagonisti di un design italiano allora in una promettente primavera.
 Nei Settanta si tratta della costituzione di "Colordinamo", il centro studi per le ricerche sul colore della famosa mostra del design italiano al MOMA di New York, e appare un gruppo di progettisti interessati al radical design: Archizoom.
 Con il passare del tempo la diffusione del computer influenza l'abitare e negli

Ottanta si studia il tema della "casa tematica". Si sviluppa parallelamente l'azione di altri gruppi destinati ad influenzare in maniera duratura il design italiano e non solo: Alchimia e Memphis. I materiali acquistano sempre maggiore leggerezza e l'azienda vince il Compasso d'Oro con Diafos, un laminato trasparente con decorazione tridimensiona-



ter-
 nazionali; all'azienda viene attribuito un prestigioso riconoscimento: European Community Design Prize 1990. A questa interessante ricostruzione dell'evoluzione nei quattro decenni, si affiancano nel CD le videointerviste: attraverso i volti e le parole di Sottsass, Mendini e Burkhardt si percepisce il dibattito culturale e sociale che coinvolge industria e design.
 I CD presi in esame in questa occasione non sono certo casi isolati, il numero cresce continuamente e si spera che, prendendo ad esempio questi illustrati nell'articolo, anche la qualità possa migliorare continuamente.

Siti Internet delle aziende

Artemide
<http://www.datanord.it/artemide/>

Abet Laminati
<http://www.abet-laminati.it/default.html>