




LOVE
EAT

Felici di stu

DALLA TEORIA ALLA PRATICA. LA FILOSOFIA DI CERCARE SEMPRE L'IDEA GIUSTA PER SORPRENDERE SI SPOSA A PERFEZIONE CON LA STRATEGIA DI PROGETTO IMMAGINE, SEMPRE PRONTA AD ACCETTARE NUOVE SFIDE. PUNTANDO, APPUNTO, SULL'EFFETTO WOW



Investire in macchinari è sempre un passo delicato per un'attività come la stampa, dove le apparecchiature sono tanto costose quanto fondamentali. D'altra parte, la capacità e la volontà di spendere non sono garanzia di successo. Fare la differenza in un settore sempre più concorrenziale richiede infatti una buona dose di abilità, accompagnata da tanta buona volontà e quel pizzico di fantasia in grado di far emergere il proprio prodotto e attirare l'attenzione.

Questa filosofia è uno dei capisaldi Roland, capace di sviluppare in Italia un vero e proprio modello nei rapporti con i propri clienti, passando dalla semplice relazione commerciale a una

vera e propria community, dove la macchina rappresenta solo il punto di partenza per entrare in un mondo dove confronto, formazione, scambio di opinioni e ricerca costante del tocco in più sono all'ordine del giorno. Per lo stampatore, questo si traduce facilmente nella possibilità di fare la differenza. Per i più abili, riuscire ad andare oltre, arrivando a lasciare l'utente a bocca aperta di fronte al risultato raggiunto. Quella sorta di Effetto Wow, che **Progetto-Immagine** ha recepito al meglio e grazie alla perfetta miscela di competenza ed entusiasmo, i fratelli **Nicola e Luca Landoni, sotto la spinta di papà Guido**, hanno trasformato in fattore di successo.



DA DESTRA NICOLA E LUCA LANDONI, TITOLARI DI PROGETTO IMMAGINE CON IL PAPÀ GUIDO

pire

Signori Landoni, come è nata Progetto-Immagine?

“Dal punto di vista strettamente legale, il primo embrione era legato alla mia attività di grafico, avviata subito dopo la mia laurea in disegno industriale, nel 2004. In quel periodo, papà lavorava presso un’azienda tessile mentre Luca aveva iniziato nel settore officina della stessa ditta. Chiusa questa esperienza, ci siamo trovati a collaborare insieme per un’attività con un sistema laser, sempre nel tessile e nei momenti di pausa della macchina abbiamo iniziato a usarla per applicazioni nell’ambito della grafica. Quando papà ci ha visto lavorare in accordo, ha proposto di trasformare l’agenzia aggiungendo la parte di produzione grafica. Luca ha accettato subito. Io invece, Nicola, avevo qualche dubbio sulle potenzialità del mercato, ma alla fine abbiamo rotto gli indugi e siamo partiti”.

Da dove è arrivato l’impulso decisivo?

“L’illuminazione ci è arrivata dai primi libri fotografici. Il supporto decisivo però, l’abbiamo trovato da Tosinograf,

rivenditore Roland capace di offrirci un supporto eccezionale. Una ditta straordinaria, dove non si limitano a vendere macchine, ma offrono anche grande supporto e assistenza. Ci hanno insegnato molto e ci hanno aiutato a trovare i macchinari giusti per le nostre esigenze”.

Quando è iniziata l’attenzione per la stampa digitale?

“Nel 2006. Poco dopo, abbiamo partecipato a un evento dove Roland presentava i propri prodotti e noi la nostra azienda. Avevamo appena acquistato la LEC300. In quegli anni abbiamo anche cambiato sede, da Busto Arsizio alla vicina Marnate, muovendo-



ci in spazi nuovi più grandi. Il primo lavoro è stato per una grande azienda a pochi passi. La svolta decisiva però, è arrivata poco dopo”.

Precisamente, quando?

“Nel 2008 siamo andati al VisCom con il contratto già pronto per acquistare la LEC-300, anche se non l’avevamo ancora vista. È quella che possiamo definire il nostro Effetto Wow. L’idea era offrire la massima qualità anche sui piccoli ordini e non più solo sui grandi numeri. Quando è arrivata, eravamo così ansiosi da non aspettare neppure la messa a punto del tecnico e abbiamo iniziato a stampare da soli. Da lì, abbiamo continuato a crescere, abbiamo acquistato nuovi plotter, da stampa e da taglio, e abbiamo allargato il capannone. Nel 2011, abbiamo organizzato il nostro primo Open Day e siamo stati tra i trenta selezionati per il Roland Experience Day. In questa occasione, eravamo gli unici a presentare un progetto pensato apposta per l’occasione e capace di sfruttare tutte le loro tecnologie”.

Cosa vi offre di così particolare il mondo Roland?

“Abbiamo capito il significato della Community. Facciamo parte degli Artigiani Tecnologici e restiamo attivi sul loro forum. Inoltre, partecipiamo praticamente a tutti i loro eventi. Anche se idee come il Wow all’inizio possono sembrare solo divertenti, alla fine ci si rende conto come sia un’idea che può funzionare. La parte più difficile è trasmetterla al cliente”.

Dove incontrate queste difficoltà?

“Resta molto difficile convincere dell’opportunità di spendere cento una volta sola per un progetto particolare invece di spendere dieci per dieci volte in progetti più tradizionali. Dobbiamo riuscire a spiegare meglio ai clienti tutto quello che ci sta dietro”.

Come traducete in pratica il vostro Effetto Wow?

“Abbiamo iniziato nello scorso mese

di agosto, per aiutare a capire come sia importante anche la qualità oltre che la quantità. Volgiamo riuscire a spiegare le potenzialità di una macchina come la Lec-300, quella che non a caso, con un gioco di parole, noi definiamo ‘una macchina da leccarsi i baffi’”.

Quali sono stati i vostri primi risultati?

“Il più significativo in assoluto, capace anche di stupire la stessa Roland, la stampa su carta vetrata. All’apparenza può sembrare folle, perché un minimo spostamento del supporto o un’increspatura avrebbe rovinato irrimediabilmente la testina, ma il nostro concetto di Wow è prima di tutto lanciarsi senza paura”.



PROGETTO IMMAGINE SI OCCUPA DI COMUNICAZIONE VISIVA A TUTTO TONDO, DALL’OGGETTISTICA AL GRANDE FORMATO ALLE DECORAZIONI MURALI

Come è nata questa idea?

“Da un artista, che voleva provare questa soluzione per i propri quadri. Una volta studiato il problema, abbiamo deciso di procedere con i primi campioni. Sinceramente, durante la fase di stampa avevamo i sudori freddi, ma come abbiamo visto il risultato, abbiamo deciso di procedere e il risultato ci è piaciuto tanto da presentarlo anche a VisCom, nello stand Roland, dove ha incontrato un grande successo”.

Altre idee curiose?

“Un giorno, era mercoledì, ci arriva la proposta di esporre il nostro materiale a un evento per la domenica successiva. Visto il tempo ridotto, abbiamo pensato subito al classico roll up, ma nella notte le nostre rotelle si sono messe in moto e abbiamo deciso di buttar-

ci su qualcosa di diverso. Ispirati dal nostro slogan ‘il nettare delle idee’ e dal nostro primo marchio dove c’era una persona che appunto beve da una lattina, è nata l’idea di stampare la sagoma di una grande lattina. Il giorno successivo, dopo un primo tentativo, abbiamo provato a stampare direttamente su un foglio di alluminio, per un migliore effetto realistico, con le gocce sulla superficie e subito dopo abbiamo pensato di aggiungere un movimento a simulare l’apertura, azionata da un sensore di presenza”.

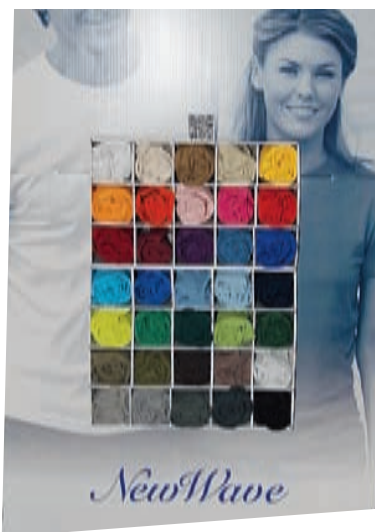
Avete raggiunto l’Effetto Wow?

“Direi di sì. C’erano tutti e sei gli elementi richiesti, sempre in bella evidenza sulla mia scrivania. La dimensio-

STAMPA

DURI COMINCIANO A STAMPARE

ALCUNI ESEMPI DI REALIZZAZIONI DELLA DINAMICA PROGETTO IMMAGINE



Come pensate di muovervi in futuro?

“L’Effetto Wow naturalmente ci piace, ma al momento non possiamo contare solo su quello. Offriamo anche tutta la serie di lavorazioni classiche, ma cerchiamo sempre di aggiungere un tocco in più. Abbiamo appena acquistato due nuove macchine Roland, una SOLJET PROIII XJ-640 e una EGX-640. Insieme a tutte le altre attrezzature, stampante per il piccolo formato, piastra per magliette e cappellini, rilegatrici varie, stampante per CD e DVD e tanto altro ancora, siamo in grado di eseguire lavori completi, combinati e riuscire sempre a offrire quel particolare capace di fare la differenza”.

Cosa potreste consigliare a chi vorrebbe stupire i propri clienti?

“Prima di tutto, è fondamentale non aspettare l’ordine giusto prima di investire. Bisogna essere capaci di capire quando il momento è quello ideale e a quel punto non aspettare. Inoltre, saper cogliere sempre il momento per pensare a qualcosa di particolare e non aver paura di provare a realizzarlo. Ci consideriamo artigiani e dobbiamo sfruttarlo. Le macchine aiutano, ma da sole non bastano. Il wow significa anche cercare di stare sempre un po’ avanti”.

ne era esagerata, il movimento l’abbiamo inserito, l’associazione inusuale era evidente. L’effetto bagnato e il realismo davano il coinvolgimento, il posizionamento davanti allo stand la metteva in evidenza e l’economicità era la stessa di un normale totem, e circa quella di un roll up”.

Come nascono queste idee?

“Non esiste un processo codificato. Bisogna cogliere il momento per scovare qualcosa di particolare e pensare come realizzarlo. Quando si hanno a disposizione macchine come la LEC-300 i cui effetti di stampa lasciano stupiti i clienti, diventa più facile. Arriviamo al punto di proporre campioni di stampa con livelli di qualità praticamente impossibili da riprodurre in un processo produttivo”.

Sul fronte del mercato, quanto riscontro riuscite a trovare?

“Al momento, non moltissimo, anche se qualcosa si muove. Per esempio, la realizzazione della lattina è piaciuta a una persona della LIUC, una Università qua vicino. In occasione di un convegno sul tema dei tag RFID, invece dei due roll up previsti li abbiamo convinti a personalizzare quel tipo di lavorazione. Alla fine, con una spesa praticamente uguale, il risultato è stato decisamente migliore in termini di attenzione”.

