

# CONNESSIONI<sup>®</sup>

MAGAZINE



## "STAY HUNGRY. STAY FOOLISH"

Apple, "iBusiness", interfacce  
"STAY HUNGRY. STAY FOOLISH"  
Apple, "iBusiness" and interfaces

## LO STUDIO VERSATILE DI ANTENA 3

The show must go on  
THE VERSATILE ANTENA  
3 STUDIO - The show must go on

## REGIONE LOMBARDIA:

La prima "Giunta digitale" italiana  
THE LOMBARDY REGIONAL  
AUTHORITY:  
The first Italian "Digital Council"

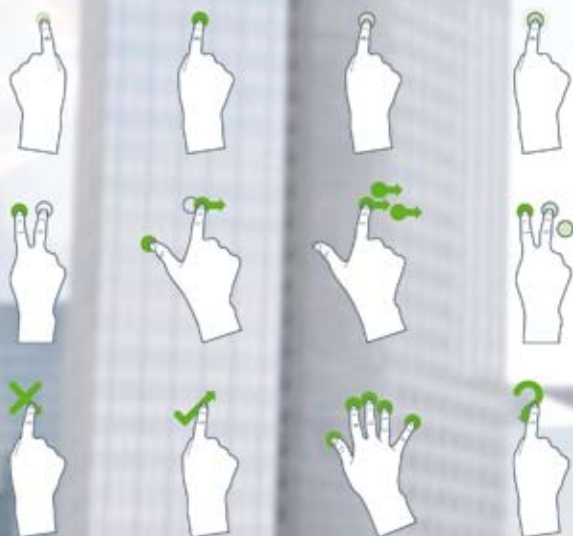
## BRIAN & BARRY IN DIGITALE

Il flagship di Milano  
BRIAN & BARRY IN DIGITAL  
The flagship store of Milan

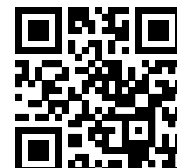
# TOUCH, DRAG, ENLARGE...

## LA RE-INVENZIONE DELLE INTERFACCE UTENTE

RE-INVENTING THE USER INTERFACE



CONNESSIONI.BIZ  
THE INTEGRATED  
SYSTEMS MEDIA



[www.oki.it](http://www.oki.it)  
[www.flos.it](http://www.flos.it)  
[www.sitecoitalia.it](http://www.sitecoitalia.it)  
[www.mobilberg.it](http://www.mobilberg.it)  
[www.vediproject.it](http://www.vediproject.it)

# OKI SPACE A MILANO

## Stampanti e design

### OKI SPACE IN MILAN - Printers and design

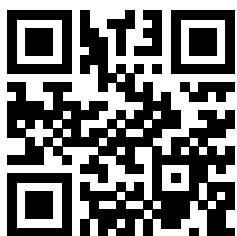
L'azienda giapponese leader per le stampanti professionali ha aperto a Milano il secondo OKI Space italiano dedicato all'utenza professionale, dopo un primo esperimento a Catania. Nonostante il target attento all'estetica, però, la stampante non è esattamente un oggetto di design, e spesso i negozi vendita sono trascurati e trattati in stile "magazzino". Ecco invece un'idea semplice ed efficace per valorizzare i prodotti OKI e allettare anche la clientela: grazie alla tecnologia

*The Japanese leader in professional printers has opened its second Italian OKI space dedicated to professional users in Milan, after an initial experiment in Catania. In spite of a target audience which appreciates aesthetics, the printer is not exactly an object of 'design', and the stores are often neglected and treated like "warehouses". Here, we present a simple and effective concept to enhance OKI products and attract customers: thanks to technology*

Text: Barbara Trigari



Informazione integrata.  
 Inquadra il QR con la fotocamera del cellulare dopo aver aperto il lettore.  
 ■ Integrated information access.  
 Frame the QR with the phone camera after opening the player.



OKI System Italia, come ha spiegato il Marketing Manager **Romano Zanon**, ha ideato il progetto dei negozi o corner monomarchio (un'eccezione nel mondo delle stampanti) che poi ha condiviso con i propri dealer più attivi sparsi per l'Italia. Per quanto riguarda questi flagship della stampante, l'obiettivo sarebbe quello di averne uno al nord, uno al centro e uno al sud, perché oltre a rappresentare l'immagine OKI nella penisola, fanno anche da vero e proprio punto di riferimento per iniziative di formazione, eventi, dimostrazioni e presentazioni.

**Marcello Gottardi** dello Studio Vedi di Milano si è occupato di definire la nuova visual identity OKI adottata per gli OKI Space, i corner e l'immagine aziendale in generale. **Roberto Consonni** di Mobilberg ha seguito l'allestimento.

### SPAZIO OKI

Il negozio milanese occupa una superficie di circa 200 mq ed è strutturato come un open space nel quale si possono individuare due zone principali, con funzionalità diverse: l'area espositiva e la zona per i meeting. In realtà non c'è separazione, anzi, l'obiettivo era proprio quello di poter disporre di uno spazio il più



possibile flessibile, che si adattasse all'esposizione di una stampante in più o in meno, e si potesse anche liberare per accogliere un tavolo e delle sedie. Allo stesso tempo, aggiunge **Piero Ficarra** proprietario di Syscom e quindi dello Space, "Avevamo bisogno di accedere a tutte le stampanti in esposizione da qualunque punto del negozio, per dimostrarne le possibilità al cliente senza dover ogni volta tornare al computer per lanciare una stampa in un determinato formato". L'oggetto stampante poi doveva essere sempre al centro dell'attenzione del potenziale cliente, senza distrazioni (come appunto il PC o una lungaggine tecnica), e anzi con dei rinforzi, quindi materiale informativo ed esempi di stampa direttamente sopra ciascuna stampante.

Una volta individuate le caratteristiche estetiche della nuova immagine aziendale, Gottardi ha pensato di asciugare al massimo lo spazio espositivo ponendo l'accento sulla dimensione longitudinale, lungo la quale sono posizionati gli oggetti e sottolineata dalle strisce sul pavimento e dai supporti a vista sul soffitto per l'illuminazione. Il problema pratico di conciliare le esigenze estetiche con quelle dimostrative è stato risolto con la scelta di collegare tutti i modelli di stampante presenti in negozio in rete, e fornire la

possibilità di controllo sia dalla singola postazione, che da un computer centrale, che "in remoto" (rispetto al computer) e wireless con un iPad (più maneggevole) o computer portatile.

## LA SOLUZIONE

Chi entra in negozio si trova davanti uno spazio aperto nel quale spiccano delle isole costituite dai modelli di stampante posti su pedane fornite di pannelli verticali modulari. Grande ordine, quindi, e facile interpretazione dello spazio: il cliente può girare intorno al prodotto che ritiene più interessante, spostarsi su un modello alternativo dalle opzioni simili (la disposizione tiene conto delle esigenze possibili), consultare la scheda tecnica e vedere da vicino la qualità della stampa della macchina. Le pedane si adattano alle diverse dimensioni delle stampanti regolando o togliendo i quattro dischi dai quali sono composte. L'asse verticale serve a contenere e nascondere alla vista i cablaggi per l'alimentazione delle stampanti e i collegamenti in rete. L'esempio classico è quello del grafico o architetto che entra con un progetto su una chiavetta USB e vuole vedere il risultato a stampa, per scegliere la macchina più adeguata alle proprie esigenze. Il progetto viene

acquisito dal server del negozio via USB (anche wireless, se il cliente entra con un PC, per esempio), successivamente il cliente sceglie una delle stampanti e l'assistente alla vendita, con l'iPad in mano, regola i parametri di stampa e lancia il processo: senza mai allontanarsi dalla stampante, anche se poi il cliente vuole vedere cosa è in grado di fare, per esempio, la macchina posta accanto. La preferenza Mac per il sistema informativo dipende essenzialmente dalla prevalenza di questo marchio nel mondo della grafica e della progettazione, quello di riferimento per questo negozio OKI. La clientela ha già dimestichezza con l'iPad, e si sente più a casa, ma sostanzialmente è uno strumento che viene usato per dare ordini al computer che accede al server cui le stampanti sono collegate. L'iPad infatti per ora non è in grado di controllare stampanti se non wireless (ma gli upgrade sono frequenti), né una rete wireless tradizionale; per questo l'interfaccia è un software di connessione remota, TeamWeaver. Creando più sessioni, è possibile anche controllare più macchine contemporaneamente con più iPad, Iphone o iPad anche per gestire le presentazioni video o Power Point sullo schermo della zona presentazioni.

## MASSIMA FLESSIBILITÀ

La stessa postazione-stampante può essere utilizzata per qualsiasi stampante. Può servire per l'esposizione e dimostrazione in negozio, o per l'allestimento della vetrina. Si può spostare nello spazio, se le stampanti aumentano e si rende necessario riorganizzare il negozio, oppure si può togliere senza lasciare "tracce" per lasciare spazio alle sedie e a un tavolo per i meeting. Questo è quello che avviene nella parte più interna dell'OKI Space, già allestita con un tavolo davanti al quale, levando la pedana con il prodotto in esposizione, si possono appunto posizionare delle sedute. L'installazione dei tralicci in acciaio cromato per i cablaggi "aerei" non è stata tra le più semplici, come ha raccontato **Roberto Consonni di Mobilberg**, perché tutte le lavorazioni sono fatte su misura. Anche l'illuminazione è semplice ma particolare, visto che appoggia su canaline industriali che di solito sono collocate dentro il controsoffitto, mentre qui sono a vista. Quindi lampade molto leggere Siteco (meno di un kg) in foglio d'alluminio. Gli spot, invece, sono Flos Fort Knox con lampade Mastercolor Philips, dallo spettro molto vicino a quello della luce solare e consumo ridotto.

UNO SPAZIO APERTO NEL QUALE SPICCANO DELLE ISOLE  
COSTITUITE DAI MODELLI DI STAMPANTE POSTI SU PEDANE  
FORNITE DI PANNELLI VERTICALI MODULARI

*AN OPEN SPACE FEATURING ISLANDS COMPOSED OF  
THE PRINTER MODELS ON PLATFORMS PROVIDED  
WITH VERTICAL MODULAR PANELS*



OKI System Italia, as the Marketing Manager, **Romano Zanon**, explained, devised the project of the stores or single brand corner shops (an exception in the world of printers) which it then shared with its busiest dealers scattered throughout Italy. As regards these printer flagship stores, the goal would be to have one in the north, one in the centre and one in the south, so that in addition to representing the OKI image in the peninsula, they also work as reference points for training initiatives, events, demos and presentations.

**Marcello Gottardi** of **Studio Vedi** in Milan took care of defining the new OKI visual identity adopted for the OKI Space, the corner shops and business image in general. **Roberto Consonni** of **Mobilberg** managed its fit-out.

## OKI SPACE

The store in Milan covers a surface of 200 m<sup>2</sup> and is laid out like an open space in which two main zones can be identified, each with its own function: the exhibition area and the meeting area. In actual fact, there is no real separation; the objective was precisely to avail of a space which would be as flexible as possible, adapt to the exhibition of one more or one less printer, and could also be vacated to accommodate a table and chairs. At the same time, adds **Piero Ficarra**, owner of Syscom and consequently of the Space, "We needed to access all the printers on display from any point of the store, to show customers their possibilities without having to return to the computer every time to launch a print in a specific format". Secondly, the printer always had to be at the centre of the attention of the potential customer, without distractions (the PC itself or a technical delay) and, indeed, with reinforcements, so information material and print samples directly above each printer.

Once the aesthetic features of the new business image was identified, Gottardi thought of confining the exhibition space to a maximum by focusing on the longitudinal dimension, along which the objects are positioned and highlighted by the stripes on the floor and by the visible supports on the ceiling for the lighting. The practical



USB key and wants to see the result on paper, to choose the machine that best fits their requirements. The project is obtained by the store's server by USB (also wireless, if the customer enter with their own pc, for example), the customer chooses one of the printers and the sales assistant, equipped with iPad, adjusts the print parameters and launches the process: without ever distancing themselves from the printer, even if the customer wants to see what the machine beside it is capable of doing. The preference of Mac for the information system is essentially a consequence of the prevalence of this brand in graphics and design, relevant for this OKI store. The customers are already on familiar terms with the iPad and feel more at home, but essentially it is a tool which is used to give orders to the computer which accesses the server to which the printers are connected. For now, the iPad is unable to control printers unless they are wireless (but upgrades are frequent), or a traditional wireless network; as a result, the interface is a remote connection software called TeamWeaver. By creating more sessions it is also possible to check more machines contemporarily with more iPads, iPhones or iPads, also to manage the video or Power point presentations on the screen of the presentation zone.

problem of reconciling the aesthetic and demonstration needs was resolved with the choice of networking all the printer models in the store, and providing the possibility to control them from each single workstation, from a central computer, "remotely" (with respect to the computer) and wirelessly with an iPad (easier to manage) or a portable computer.

**THE SOLUTION**

Those who enter the store will find an open space featuring islands composed of the printer models on platforms provided with vertical modular panels. Great tidiness and easy interpretation of the space: the customer moves around the product they find most interesting, moves on to an alternative model with similar options (the layout keeps account of the possible requirements), consults the technical specifications and sees the printing quality at first hand. The platforms adapt to the different dimensions of the printers by adjusting or removing the four discs of which they are made. The vertical axis serves to contain and conceal the cables that power the printers and the network connections.

The classic example is that of the graphic designer or architect who comes into the store with a project on a

**MAXIMUM FLEXIBILITY**

The same workstation-printer can be used for any printer. It can be used for the exhibition and demonstration in the store or to fit out the store window. It can be moved in the space, if the printers increase in number and it becomes necessary to reorganise the store, or it can be removed without leaving any "trace" to leave room for chairs and a table for meetings. This is what happens in the inner most part of the OKI Space, already fitted out with a table in front of which it is possible to position chairs by simply removing the platform that displays the printer. The installation of the chrome plated steel pylons for the "overhead" wiring was not an easy task as Roberto Consonni of Mobilberg told us, because all the workmanship was made to measure. The lighting is also simple but special, because it rests on industrial raceways which are usually located inside a false ceiling; here, however, they are in full view. Consequently, lightweight Siteco lamps (less than 1 kg) in aluminium. The spotlights are Flos Fort Knox with Mastercolor Philips lamps, with the spectrum very close to that of sunlight; they also have the added feature of being energy-saving. ▲