

Dass Architettura e Allestimenti: la comunicazione fieristica parte della comunicazione totale

S spesso mi chiedo se il termine costruttore o allestitore, abbia un senso: per noi ce l'ha, ovviamente, ma separato dal contesto, isolato da tutte le connotazioni che inevitabilmente lo coinvolgono.

Costruire qualcosa deve in assoluto, commercialmente parlando, costituire il passaggio comunicativo, il ponte di congiungimento possibile verso nuove sponde. Questo deve essere sviluppato dalla riflessione. In pratica mille forme e diverse ipotesi sono sottese, spesso anche contraddittoriamente, alla realizzazione di una presenza fieristica.

Come sempre il percorso è impervio, culturalmente difficile, ma la ricerca si impone. Parafrasando fiumi e orizzonti, dobbiamo saper condurre il traghetto, se vogliamo accogliere la fiducia di chi cerca nuovi lidi.

Non più quindi allestitore (costruttore), se non nell'immediato, nel temporary building, ma comunicatore di occasioni, ricercatore di senso, meticoloso gestore della rotta. La comunicazione fieristica è parte della



Giuseppe Ferrari

comunicazione totale e vive respirando il suo ossigeno, riflette le medesime esigenze di scambio con la committenza.

Più si allargano i termini dell'integrazione fra produzione e comunicazione e maggiore è l'identificazione della funzione espositiva. L'attenzione dell'evento si articola con maggiore continuità assimilando un'internità logica alla presentazione dell'azienda. È evidente: i singhiozzi di percorso, gli accadimenti frazionati in rapporti che si creano e si interrompono prima e dopo l'evento sono presenti, ma non certo attuali. La riflessione

conduce ben oltre, induce ad affiancare e non semplicemente ad incrociare la committenza. Immagini articolate su una creatività consona alla natura del prodotto. Interpretare il percorso diviene una scelta possibile oltre che, spesso, utile allo scenario in cui si presenta il prodotto. Per noi diventa necessità operativa e non può che essere così anche a fronte di accadimenti più o meno positivi e reiterati che il dato costruttivo può segnare.

L'abilità operativa non è un traguardo ma la composizione di una base solida che possa sintetizzare il messaggio programmato. Solo così le relazioni hanno il respiro di un'intesa protesa alla collaborazione duratura.

La Dass Architettura e Allestimenti opera a Brescia da sei anni, nata dalla fusione di società minori già collaboranti. Il suo ufficio progettazione vede una nutrita presenza di collaboratori progettisti ed elaboratori di design grafico e architettonico.

Collocata al 12° piano del Crystal Palace, si relaziona con la consociata Staff Service,



azienda organizzatrice di eventi fieristici e convention, leader nel settore a livello provinciale e rinomata in Italia e all'estero.

Il magazzino è il comparto di supporto materiale situato nella periferia della città: i suoi 2500 m² soppalcati, il laboratorio grafico e la presenza di qualificati professionisti artigiani del legno, del ferro e dei materiali plastici consentono di supportare esigenze diverse per qualità e caratterizzazione formale operativa.

Arch. Giuseppe Ferrari



S spesso è nei momenti difficili che si scopre di aver imboccato la strada giusta. La Artes Group da sempre ha deciso di proporre al cliente "Qualità e Servizi". In un momento di contrazione, come quello attuale, registrare aumenti di fatturato, margini e visibilità sul mercato, non possono che essere considerati meravigliosi frutti nati a seguito di un buon seminare.

Se dare al cliente un prodotto di qualità superiore è cosa tutto sommato piuttosto facile, non è così per il servizio. Nel tempo ogni settore raggiunge un livellamento della qualità proposta. È successo nel settore autoveicoli, alimentare, abbigliamento, ecc. Oggi è difficile indossare un vestito confezionato male o con tessuto scadente. Identica evoluzione si è avuta nel nostro settore, dove si è assistito, nei decenni, a un livellamento verso l'alto della qualità; uno stand realizzato proprio male è una mosca bianca.

Artes Group all'insegna di Qualità e Servizi



Discorso diverso è quello concernente il servizio; non sempre chi è in grado di realizzare un buono stand, può dare anche un

buon servizio. Per chiarire meglio il concetto, per servizio intendo il rapporto col cliente. Ovvero tutto ciò che circonda la produzione vera e propria: reattività alle richieste del cliente (progetto, stesura preventivi), precisione, capacità propositiva e alternativa (materiali, tecnologie), capacità di assorbire richieste "last minute", a volte anche stravolgenti, ecc. Tutto questo viene vissuto, quotidianamente, anche da noi allestitori, in veste di cliente. Ci sarà sicuramente capitato di preferire un negozio, un ristorante, un locale non tanto per il prodotto che possiamo acquistare (a volte la marca è la stessa), quanto e soprattutto per il modo in cui veniamo accolti e trattati; ovvero per il servizio. Certo il prezzo rimane una discriminante importante, ma non sempre determinante.

Ma se imparare a realizzare un buon allestimento è tutto sommato facile, il rapporto col cliente, da intendere come elemento fondamentale e non accessorio del nostro business, presenta difficoltà nel nostro settore che, egoisticamente, rendono felici l'Artes Group.

Mauro Di Tria, presidente Artes Group