



Benvenuti nel futuro della comunicazione

DrawLight srl è specializzata in *immersive media* e nella produzione di servizi dedicati alla comunicazione visiva tridimensionale. Con una continua ricerca di contaminazioni tecnologiche e culturali punta a informare emozionando e stupendo

Il *viral marketing* negli ambienti dell'*advertising* è ormai una sorta di Sacro Graal. Se il *concept* è giusto, basta magari un po' di *seeding*... Capito niente? Ahimé, siete out. Non è che state ancora lì a cincischiarvi con il solito depliantino a 3 ante di gutenberghiana memoria, mentre gli untori stanno diffondendo i loro contagi? DrawLight srl, ad esempio.

Mick e Lorenzo ne sono i titolari (70 e 30%); Alberto, Nello, Mario e la *new entry* Elena i di-

Da sn: Mario Piercarlo Marino, Michele Odelli, Nello Fontani, Lorenzo Beccaro e Alberto Gentilin. In apertura un esempio di "realtà aumentata": immaginatevi di puntare l'obiettivo del vostro smartphone o del vostro iPad verso una tavola apparecchiata sulla quale al posto di un piatto c'è un logo; questo, se avete scaricato l'apposita app, sul vostro schermo può apparire come un piatto tridimensionale pieno di cibo.

pendenti. Tutti sotto i trenta, tranne il vecchio Mick che ne ha 31, motivo per cui lo scorso novembre in occasione del Premio Amici della Zip 2012 l'azienda è stata segnalata nella sezione "imprenditoria giovanile". Fondata nel 2008 da Mick Odelli in uno

stanzino di casa, ha ora sede all'inizio di via Lisbona, nei pressi del casello autostradale Padova Zona Industriale.

«Iniziai occupandomi di *rendering* – ci racconta –, i miei principali committenti erano studi di architettura e immobiliari. Creavo

le tipiche immagini fotorealistiche di palazzi ancora tutti da costruire, con esterni e interni completi di arredi e giardini in fiore».

Questo sarebbe ancora il *core business* di DrawLight se non fosse che il settore in questi pochi anni si è articolato in cento direzioni. Ormai si parla di *virtual set*, grafica 3d, architettura tridimensionale, *object design*, interattività e animazioni. DrawLight ti fa ruotare davanti agli occhi oggetti inesistenti di ogni tipo, ti fa volare sul cielo di città virtuali, ti fa entrare in ambienti incredibilmente realistici, ti introduce perfino nell'atmosfera 1901 dell'antico ristorante Storione, gioiello liberty della Padova perduta. «Per farsi ascoltare al di sopra del brusio – spiega ancora Mick – si deve fare in modo che l'atto comunicativo risulti già di per se un evento, crei l'effetto wow. Per la sua originalità la gente ne deve parlare, diffonderlo nel web, commentarlo nei *social network*». Il concetto, l'idea si deve insomma disperdere nel mercato, come un virus, aiutato magari da un'accorta semina [*seeding*, ed eccovi tradotta la frase d'apertura].

Il *team* di DrawLight, tutte le mattine, come apre bottega, la prima cosa che si mette a fare è quella di cercare in rete nuovi strumenti, nuove soluzioni per favorire un rapido contagio, perché nel più breve tempo possibile giunga ad esempio voce al gallerista di New York e di Sydney che a Padova Vecchiato Art Galleries ha presentato un'opera della scultrice-pitttrice Rabarama, in una forma tecnicamente inedita. E' questo il caso della "proiezione mappata", 3d a 360°, che hanno realizzato su una delle più note icone dell'artista.

Il primo di questi spettacoli in Italia era stato quello che DrawLight aveva organizzato a Padova nel settembre 2010 in occasione della Notte Magica Carrarese. Indimenticabile poi quello presentato al Centro Porsche Padova per promuovere la Carrera 4S. Con un tocco di 3d hanno fatto qui vedere ai 400 invitati la *supercar* immobile nel suo piedistallo che cambiava colori, correva sotto la pioggia e si sporcava di fango. Corredato di

suoni e musica l'evento è riuscito a generare così tanta viralità da procurare al canale YouTube di Porsche ben 100 mila visite in pochi giorni.

Forse non avete mai sentito parlare nemmeno di "realtà aumentata", un altro futuro che per DrawLight è già presente. In questo caso un *marker* che può benissimo essere stampato su una qualsiasi pagina di pubblicità (come ormai si usa per i *qr-code*) si trasforma nella vostra *device* in un oggetto tridimensionale. Con un'adeguata dose di creatività, DrawLight ha adottato questa soluzione nello stand di Fgf Industry spa, alla Eicma di Milano. I *marker* in questo caso erano cubi che i visitatori appoggiavano sulla testa mentre sul maxischermo sembrava che indossassero caschi da moto di tutti i tipi. Inutile aggiungere che c'era la fila.

Un ultimo esempio di magia: «Abbiamo constatato che ideale per il *retail* sono le "tv trasparenti" con la loro capacità di aggiungere informazioni all'oggetto che contengono». Si tratta di una scatola che al posto di una faccia ha un monitor trasparente interattivo. Se al suo interno si colloca l'articolo da promuovere e la si espone in vetrina o in uno stand, il passante vede l'articolo con scritte e disegni che scorrono davanti decantandone le qualità. Nel gennaio dello scorso anno DrawLight l'aveva già impiegata per CP Company al Pitti di Firenze, «giusto con un anno d'anticipo sul boom riscontrato quest'anno ad Amsterdam».

Con tutta questa terminologia anglofona ed effetti speciali forse vi abbiamo un po' stordito, siamo però convinti che si tratti di processi di comunicazione inarrestabili che volenti o nolenti bisognerà cavalcare. Aspettatevi di vederne delle belle perché il 2014 sarà anche la volta dei Googleglass. ■

Questi speciali sono curati dal Consorzio Zona Industriale di Padova [www.zip.padova.it] in collaborazione con l'Associazione Amici della Zip [www.amicidellazip.it] senza oneri a carico delle aziende presentate [comunicazione: alberto salvagno/studioph.it]



Massi
PARRUCCHIERI

SU
appuntamento

di Battipiero Massimo & C.
Galleria Santa Lucia, 15 - PADOVA
1° Piano (Piazza Cavour)
Tel. 049.662.916



Nel 2010, per ricordare alcuni momenti storici agli spettatori che gremivano piazza dei Signori, DrawLight simulò perfino crolli e incendi tramite una proiezione mappata (5 videoproiettori, 72 mila ANSI lumen totali) effettuata sugli edifici che la circondano (970 mq). Per un altro evento itinerante ha inondato il Bozzolo di Rabarama di luce, figure, pattern facendogli cambiare continuamente pelle. Decantata in Brasile, la performance ha richiamato 300 mila visitatori anche in Giappone con ripetute interviste della tv nazionale agli ideatori.

