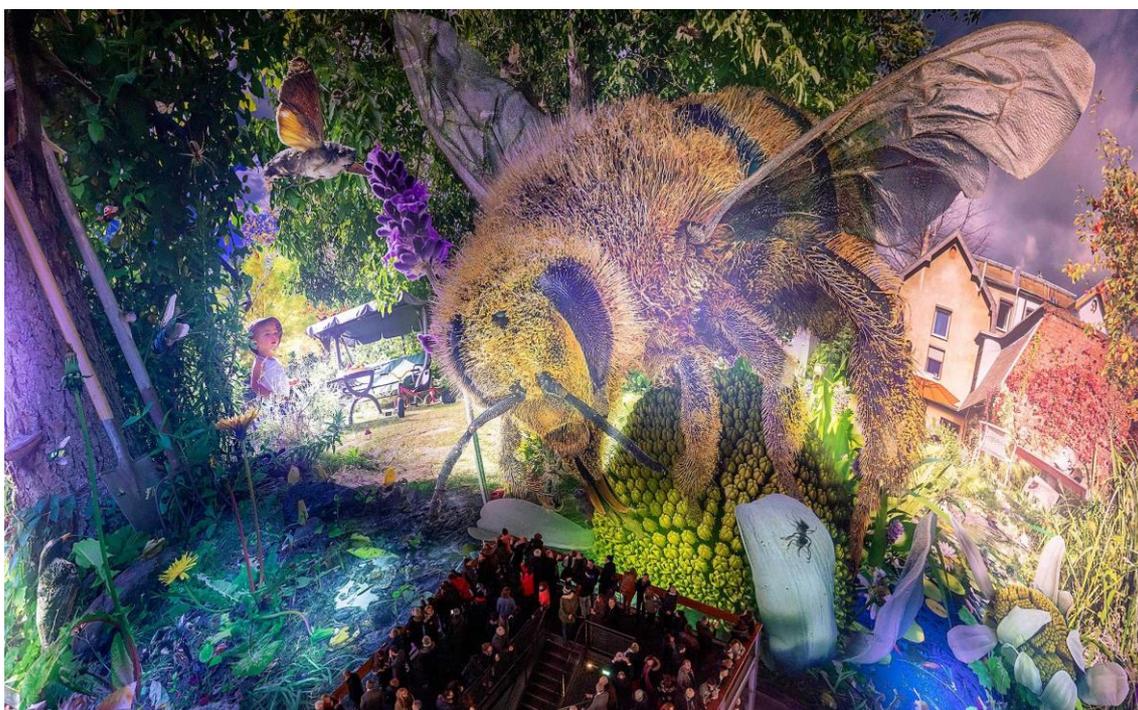


Moss: mm. 3600 largo formato Dalle tende pop-up alla comunicazione visiva in tessuto, tra creatività, tecnica e magia

Nata dalla mente geniale di Bill Moss, l'azienda americana è oggi presente con cinque sedi in tre continenti, e vanta un'offerta di prodotti impareggiabile

di Gabriele Lo Surdo // gabriele@densitymedia.com

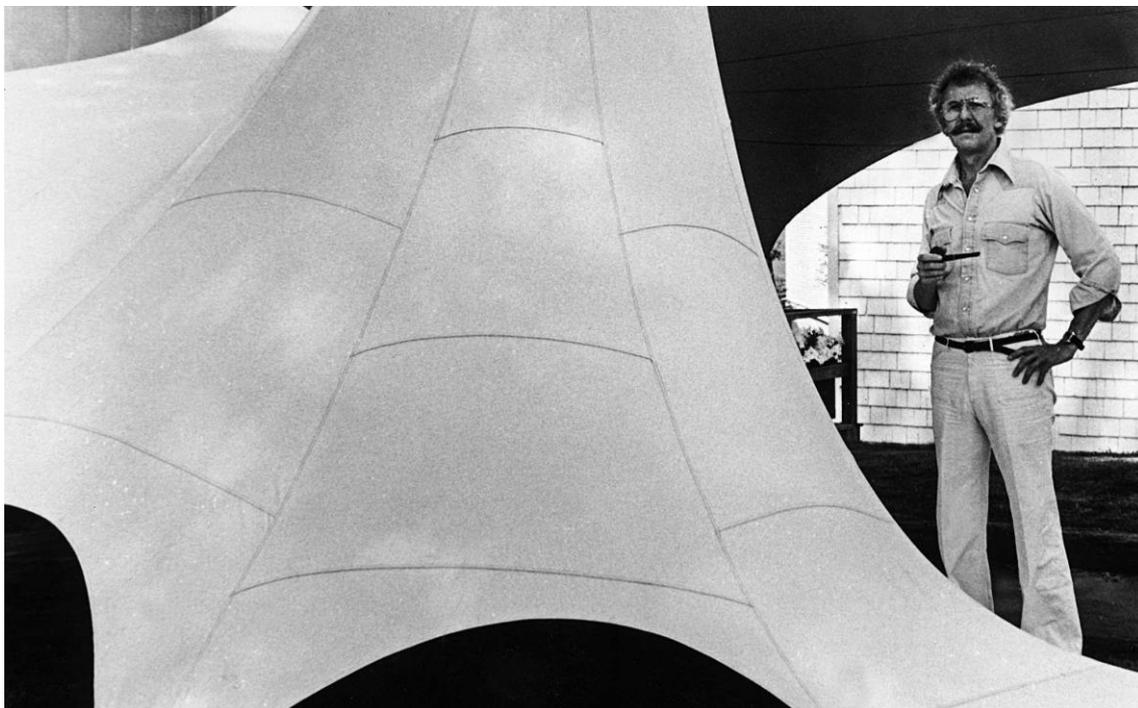


Una porzione del panorama immersivo "Carola's Garden", realizzato da Moss per l'artista, designer e architetto Yadegar Asisi. La struttura ha un'altezza di 32 metri e una circonferenza di 110 metri.

Dopo 18 mesi di sperimentazione, Bill Moss e Henry Stribley [...] hanno messo a punto una tenda pop-up che si ripiega fino alla misura di uno zaino, è tanto leggera da poter essere trasportata da un bambino, si apre come un ombrello, non ha bisogno di picchetti o tiranti, ed è pronta a essere abitata in quattro minuti netti». Questo si leggeva nell'uscita di Life del 18 luglio 1955. La mattina seguente Moss e Stribley depositavano una domanda di brevetto per un "rifugio portatile pieghevole" che sarà poi accettata a settembre del 1960, confermando che la tenda pop-up è una loro invenzione originale.

Lo scorso giugno – spinto dalla mia consueta e incontenibile frenesia esplorativa – ho visitato la sede europea e due (delle tre) sedi americane di Moss, l'azienda creata per l'appunto da Bill Moss, che oggi è una delle più importanti realtà al mondo per la realizzazione di prodotti in tessuto per la comunicazione visiva. Come sempre avrei dovuto intervistare alcuni manager, fare il tour della produzione, scoprire le tecnologie utilizzate etc. È quello che ho cercato di fare, ma ammetto che durante le visite ho perso un po' della lucidità richiesta a un giornalista, e ho iniziato a sentirmi come Charlie nella Fabbrica di Cioccolato. Nell'azienda che ho visitato, infatti, tutto è straordinario. Le

persone che ci lavorano, la storia, l'organizzazione interna, i progetti che realizza e il modo in cui li realizza: nulla è "già visto". In fondo, la sola cosa normale che mi sono trovato di fronte sono le tecnologie utilizzate; sebbene anche alcune delle scelte fatte in quest'ambito siano eccezionali.



Bill Moss posa vicino alla struttura in tessuto da lui realizzata nel 1970 per il Center for Maine Contemporary Art (CMCA)

C'era una volta un uomo geniale

Bill Moss, nasce a Detroit (Michigan) nel 1923. Studia arte e inizia la sua carriera come illustratore per Ford Times, una rivista mensile generalista realizzata dalla Ford. Appassionato di caccia, pesca e attività all'aperto, a metà degli anni Cinquanta, Moss inizia a progettare innovative tende da campeggio che risolvessero tutte le note criticità delle tende classiche, uguali a se stesse da secoli. Da allora lo sviluppo di strutture architettoniche in tessuto, via via più ambiziose, diventa la sua unica attività. Caratteristica principale di tutte le sue realizzazioni è la sinuosità, data appunto dall'impiego di tessuto o altri materiali soffici. «Non mi ispiro intenzionalmente alla natura. A volte però ritrovo il mio lavoro in una conchiglia o in una ragnatela, e lo considero un complimento. La natura è il migliore degli ingegneri», diceva.



Struttura disegnata da Florian Wieder e realizzata da Moss per gli MTV Video Music Awards 2010.

Nel 1975 Bill Moss fonda la Moss Tent Works. Per promuovere la sua attività, espone in diverse fiere legate sia al turismo che agli sport all'aria aperta. Gli stand della Moss Tent Works vengono disegnati e realizzati da Moss e dai suoi collaboratori, con gli stessi materiali che utilizzano per le tende, cosicché possano essere trasportati facilmente e montati rapidamente. In molti riconoscono bellezza, originalità e praticità degli stand disegnati da Moss e l'azienda inizia a ricevere richieste per questo tipo di prodotti.

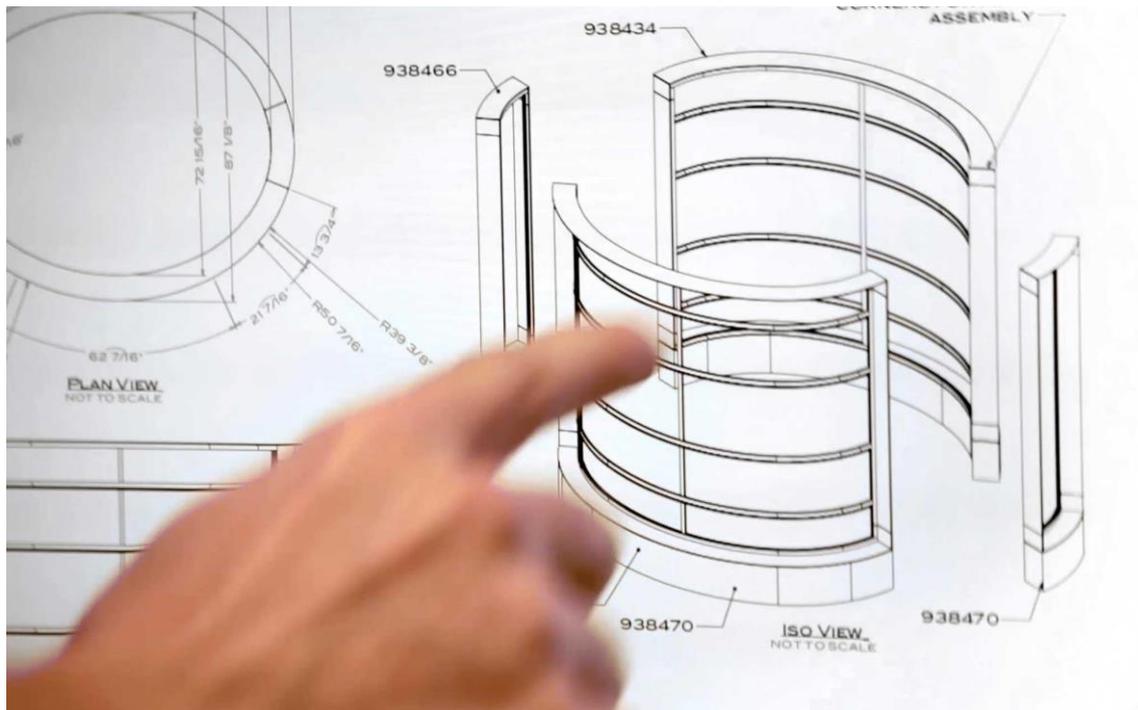
Gli anni Ottanta sono per Moss quelli della consacrazione: la sua Parawing Tent (una tenda di quasi 500 m²) viene ampiamente utilizzata in occasione delle Olimpiadi di Los Angeles del 1984; alcune delle sue creazioni vengono esposte in vari musei degli Stati Uniti; la sua tenda Star Gazer II entra nella collezione del MoMA di New York; diversi famosi architetti utilizzano le sue tende nei loro progetti.

Nello stesso periodo si sviluppa l'attività di Moss Inc, una nuova società fondata da Moss per rispondere alla domanda di stand fieristici e di allestimenti temporanei per eventi.



MONTI ANTONIO®

STANDARD & CUSTOM HEATING SOLUTIONS



Tra i punti di forza di Moss, c'è la sua squadra di disegnatori tecnici che supporta i clienti dell'azienda nello sviluppo creativo dei loro progetti, e trasforma le loro richieste più estreme in strutture e prodotti realizzabili.

1994-2009: 25 anni di crescita ed espansione

Bill Moss muore nel 1994. Moss Inc, rimasta nelle mani di Marilyn Moss, ex-moglie di Bill, si sposta poco dopo in una sede più grande, incrementa il suo organico e acquista nuove tecnologie, tra cui una stampante inkjet di grande formato. Il mercato, dapprima scettico, inizia ad accogliere con sempre maggior favore le creazioni dell'azienda. Moss Inc cresce e acquisisce clienti sempre più importanti, anche grazie all'attività di un ufficio commerciale aperto Germania già alla fine degli anni Ottanta.

Monti Antonio S.p.A.

Head Office: via dell'Elettronica n°5, 36016 Thiene (VI) Italy

Operation and Administration: via della Fisica n°6, 36016 Thiene (VI) Italy

T. +39 0445 364619 +39 0445 364707 - sales@montiantonio.com

Cap. Soc. € 208.000 i.v. - C.C.I.A.A. R.E.A. 197931/Vicenza - Iscr. Reg. Impr. Vicenza C.F. e P. IVA 01960870242

www.montiantonio.com



La sala stampa del sito Moss di Lennestadt (Germania), con stampanti Durst da 1,6, 3,2 e 5 metri, sia con inchiostri UV che sublimatici.

Nel 2000 Marylin Moss vende l'azienda a un fondo d'investimento. Per Moss Inc inizia una fase di crescita mediante acquisizioni, che la porterà ad affermarsi come realtà globale, con tre sedi produttive negli Stati Uniti, una in Germania e una in Cina. Inoltre, le suddette acquisizioni consentono all'azienda di ampliare la sua offerta di prodotti e accrescere la sua capacità produttiva complessiva, nonché di dialogare con clienti più esigenti, per progetti unici e di grande complessità.



Le due calandre Monti Antonio installate nel sito Moss di Lennestadt (Germany).

La comunicazione visiva ispirata all'arte, all'architettura, al design

Sebbene sia passato qualche anno da quando Moss era una piccola realtà, capitanata dal suo eclettico fondatore, l'azienda continua ad avere un approccio alla comunicazione visiva incentrato sulla creatività. «Ai nostri clienti la stampa non basta, anche se ha una qualità e delle dimensioni mai viste prima. Ci chiedono strutture tridimensionali e soluzioni uniche create appositamente per loro. Questo è ciò che ci piace fare e che sappiamo fare meglio», spiega Heidi Katherine, SVP Global Design and Development di Moss Inc. L'azienda, infatti, ha organizzato i propri siti produttivi affinché la complessità di realizzare prodotti personalizzati ed estremamente elaborati sia ridotta al minimo. «Abbiamo standardizzato il modo in cui realizziamo progetti personalizzati. Così, anche se ogni progetto è a sé stante, riusciamo a portarlo a termine in tempi brevi e con costi sostenibili, evitando sprechi ed errori», prosegue Katherine. Ma alcuni dei progetti seguiti da Moss recentemente sono talmente complessi da rendere difficile persino intuirne la genesi e le tecniche usate per la realizzazione. Mi riferisco, per esempio, all'allestimento degli spazi interni del quartier generale di LinkedIn a San Francisco o di McDonald's a Chicago. «Il nostro team è fatto di persone con competenze estremamente varie. Per alcune delle nostre lavorazioni usiamo software di progettazione 3D e macchinari digitali all'avanguardia. Per altre, invece, l'intero processo produttivo è manuale. Per i primi ci avvaliamo di tecnici esperti, per i secondi di una squadra di artisti», spiega Victoria Weidner, Plant Manager di Moss Inc. «La difficoltà aumenta quando un cliente ci chiede centinaia di pezzi di un prodotto realizzabile solo manualmente. Tra i nostri punti di forza c'è la capacità di gestire richieste come questa». Nonostante l'organizzazione certosina e le competenze straordinarie, il progetto portato a termine per LinkedIn ha richiesto un anno di lavoro. «Quando abbiamo iniziato a discutere del progetto, l'edificio non era ancora finito e le installazioni che avremmo dovuto realizzare erano illustrate in alcuni disegni corredati da pochissimi dettagli tecnici», prosegue Katherine. «Abbiamo dovuto scovare i materiali più adatti per rendere reale ciò che i designer avevano immaginato. Poi abbiamo dovuto trovare il modo di lavorarli». Il risultato è mozzafiato.



Per il taglio del tessuto, Moss utilizza principalmente sistemi da taglio Zünd da 3,2 metri di larghezza, configurati con conveyor, sbobinatore per jumbo roll e utensile con lama rotante.

Oltre all'allestimento di stand fieristici e sedi aziendali, con tecniche e soluzioni ai limiti dell'immaginazione, Moss si occupa anche di scenografie per eventi (sportivi, musicali, etc) e di progetti speciali. Per esempio, è partner dell'architetto Yadegar Asisi per la stampa dei suoi panorami a 360°: enormi strutture cilindriche (32 m di altezza per 110 m di circonferenza), che offrono ai visitatori un'esperienza visuale immersiva senza precedenti.

Cinque sedi, una sola filosofia produttiva

Moss ha quasi 400 dipendenti e realizza circa 20.000 progetti l'anno. Vista la necessità di coniugare la creazione di progetti personalizzati con la capacità di produrli in tempi brevi, l'azienda dispone di disegnatori tecnici, specialisti di pre stampa e project manager. Per semplificare la gestione della produzione e la relazione con i clienti, Moss ha inoltre sviluppato alcuni software proprietari accessibili via browser web. Grazie ad essi, i clienti possono inviare ordini di prodotti standard in totale autonomia, o gestire le fasi preliminari di lavorazioni più complesse (approvazione dei progetti strutturali proposti da Moss, upload delle grafiche, etc.). Le commesse pronte alla produzione fluiscono poi automaticamente attraverso i vari reparti (stampa, taglio, cucitura, logistica). Parlando di macchine, un fiore all'occhiello di Moss sono le otto Durst Rhotex 325 da 3,2 m, abbinate a calandre Monti Antonio. «Grazie a sedi in diversi Paesi, una capacità produttiva fra le più elevate al mondo e una logistica efficace, possiamo gestire, per i grandi brand owner, la produzione e la spedizione di materiali destinati a centinaia di punti vendita», spiega Peter Bottenberg, Managing Director di Moss GmbH. «In un simile scenario, però, è fondamentale offrire ai clienti risultati coerenti e certi. Per questo stiamo lavorando da anni per uniformare le tecnologie di stampa, i software e i materiali utilizzati in tutti i nostri stabilimenti. Per ottenere il massimo dalle nostre Rhotex, i tessuti che utilizziamo con maggior frequenza sono frutto del lavoro di ricerca dei nostri specialisti di materiali e vengono prodotti esclusivamente per noi da un nostro partner». Ma l'attenzione di Moss per la qualità non si limita a questo. «Di ogni lavoro che realizziamo, conserviamo campioni per tre anni. Così, se un cliente ci chiedesse una ristampa, o ci commissionasse un nuovo lavoro per lo stesso brand, avremmo un riferimento cromatico da seguire» spiega John Cooper, Plant Manager di Moss Inc. «Questi campioni tornano utili anche quando aggiorniamo le nostre macchine da stampa. In ogni momento possiamo verificare che il risultato cromatico ottenuto con le nuove macchine sia identico a quello che ottenevamo con le vecchie».



Una delle oltre 100 macchine da cucire, distribuite nei cinque siti produttivi di Moss.

Possibilità infinite

Heidi Katherine, prima di entrare a far parte del team di Moss, lavorava per un'azienda cliente. Al tempo, amava dialogare con Moss perché era continuamente stimolata a esplorare nuove possibilità. Oggi Katherine lavora ogni giorno perché Moss si confermi l'interlocutore ideale per clienti in cerca di soluzioni straordinarie. «Lavoriamo a stretto contatto con i nostri fornitori per avere accesso, prima di chiunque altro, alle novità disponibili sul mercato», spiega. «E per quanto riguarda materiali già noti, facciamo sperimentazione cercando di scoprire come utilizzarli in modo inusuale. Infine, i nostri progettisti lavorano costantemente a ideare e perfezionare le nostre strutture in alluminio, oltre che i loro meccanismi di montaggio e smontaggio. Infatti, Moss è assegnataria di 15 brevetti».



Una squadra di operai dell'azienda installa un lightbox di grandissime dimensioni.

Tessuto è bello, e fa rima con ecosostenibilità

Moss ha scelto di dare ampio spazio al tessuto nella sua offerta, anche perché la qualità che ottiene stampando su questo materiale con inchiostri a sublimazione è superiore a quella che ottiene con qualsiasi altro materiale e tecnologia di stampa. «Molte delle nostre macchine UV-curabile sono configurate con colori Orange e Violet. Eppure, il gamut che otteniamo stampando a sublimazione è sempre superiore. Inoltre, i brand owner apprezzano la brillantezza di questo tipo di stampa, oltre che l'opacità del tessuto in generale», spiega Christos Pappas, R&D and Print Production Manager di Moss GmbH.



Molti dei prodotti realizzati da Moss sono frutto del lavoro di artisti, che utilizzano tecniche manuali e un'incredibile varietà di materiali.

Poi il tessuto è ecosostenibile, e questo è un aspetto molto importante per Moss. Infatti, non solo l'ecosostenibilità è un valore chiave dell'azienda, ma è anche oggetto di grande interesse da parte dei suoi clienti. E se i più importanti brand owner chiedono per i loro punti vendita solo prodotti green, Moss risponde offrendo loro persino la possibilità di ritirare e riciclare i materiali di comunicazione non più attuali. Un'opzione che è già stata scelta da Levi's per alcuni punti vendita pilota.



L'interno di un fast food della catena Popeyes, che da anni incarica Moss di allestire gli ambienti dei suoi ristoranti.

Un esempio del fare bene

In Moss non ci sono note stonate o, se ci sono, è molto difficile udirle. In ogni ambito, l'azienda è impegnata a seguire la strada migliore possibile. Che si tratti di relazioni con i clienti, investimenti sulle risorse umane, scelte tecnologiche, sviluppo di nuovi prodotti o rispetto per l'ambiente, Moss individua la strada migliore da percorrere e la fa sua. Non è facile: occorrono determinazione, impegno, risorse economiche e molto altro. Ma è incoraggiante constatare come lo sforzo di fare bene torni all'azienda sotto forma di affezione da parte dei clienti, che continuano a sceglierla, da decenni, come partner per progetti incredibilmente belli e maledettamente complicati.



La sala stampa del sito Moss, a Elk Grove Village, con due Durst Rhotex 325 da 3,2 m.

* * *

Quote 1

“Nel sito di Lennestadt stampiamo in digitale circa 1,4 milioni di metri quadri di tessuto all’anno: siamo secondi in Europa” – Peter Bottenberg, Managing Director di Moss GmbH

Quote 2

“Stampiamo solo su carta transfer. Così otteniamo una qualità più elevata e colori più intensi, su ogni tipo di tessuto” – Christos Pappas, R&D and Print Production Manager di Moss GmbH

Quote 3

“In azienda abbiamo tutti a disposizione tablet e smartphone per aggiornare in tempo reale lo stato delle commesse di cui ci stiamo occupando” – John Cooper, Plant Manager di Moss Inc

Quote 4

“Realizziamo, con modalità standard e ripetibili, progetti in cui di standard c’è poco o niente: tutto è personalizzato” – Heidi Katherine, SVP Global Design and Development di Moss Inc