il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



Octo_Net, frontiera della realtà aumentata e virtuale per il mondo del progetto

Intervista a Michele Campagnoni, amministratore delegato e direttore creativo della startup Octo_Net

Octo_Net è una startup innovativa che fonde i servizi delle web agency, delle agenzie di comunicazione e delle software house. Che ruolo hanno creatività e tecnologia nello sviluppo delle vostre soluzioni?

La risposta a questa domanda si può sintetizzare in un verbo: comunicare. Assistiamo, e assisteremo sempre di più, a una rivoluzione tecnologica che ci permette di realizzare ciò che prima potevamo soltanto sognare. Per chi come noi ha un background professionale nel marketing e nell'advertising (ma non solo per noi…), le nuove tecnologie ci consentono d'immaginare ed elaborare nuove idee e di realizzarle sempre più rapidamente. Questo ci permette di fornire ai clienti soluzioni innovative per veicolare al meglio il loro messaggio, la qualità del loro lavoro, dei loro prodotti e del loro ingegno. E a questo fine – quello della comunicazione – tecnologie immersive come la realtà aumentata, la realtà virtuale e la *mixed reality* sono certamente quelle più promettenti. È proprio grazie al nostro background che siamo in grado di dare una componente creativa al nostro lavoro, e di estenderci quindi al di là della

sua dimensione tecnica e tecnologica. Venendo dal mondo del marketing e dell'advertising, infatti, non ci limitiamo a registrare le esigenze dei clienti, ma siamo in grado di aiutarli a comprendere meglio i loro bisogni in funzione degli obiettivi che hanno e di assemblare infine gli strumenti tecnologici più adatti per raggiungerli.

Perché da imprenditore impegnato nelle tecnologie per il digital marketing, ha scelto di rivolgersi proprio al mondo dell'arredamento, del design d'interni e dell'architettura?

Per due ragioni: una personale, l'altra professionale. Per quanto riguarda quella personale, si tratta del mio interesse culturale di lungo corso nei riguardi del mondo dell'architettura e del design. Ho sempre guardato con ammirazione a questa eccellenza tutta italiana e ho sempre sognato un giorno di esserne coinvolto anche professionalmente. Come per molti altri milanesi, il design ha fatto parte dell'ecosistema in cui sono cresciuto e, sinceramente, non so come la gente possa non appassionarsene. Dal punto di vista professionale, invece, la scelta è stata dettata da considerazioni molto pragmatiche. Durante il primo lockdown abbiamo effettuato uno studio approfondito per comprendere quali settori potevano essere più ricettivi per tutto quello che concerne le tecnologie ad alto grado d'immersività. Il focus è stato fin dall'inizio quello di comprendere quali fossero i campi applicativi dove realtà aumentata, virtuale e mixata potessero creare maggiore valore aggiunto. E gli ambiti dell'architettura, del design e in generale della modellazione 3D si sono mostrati estremamente interessanti da questo punto di vista. In questi settori tali strumenti possono fare una differenza reale; inoltre, si tratta di ambienti dove la cultura del digital è decisamente diffusa. La nostra speranza è quella di contribuire al potenziamento in termini di competitività per i prossimi anni, in cui queste tecnologie saranno sempre più diffuse.

Nello specifico, qual è la vostra strategia di assistenza e di miglioramento dei servizi erogati dagli studi di architettura e dalle società di progettazione?

Per quanto riguarda queste realtà, crediamo che le nostre soluzioni siano di valore soprattutto in fase di presentazione dei progetti – una fase molto delicata nell'iter professionale di questi settori, sia perché spesso è proprio dal successo di questa fase che dipende l'assegnazione dell'incarico, sia perché è fondamentale – per una questione di rapporto col cliente – veicolare verso di esso il senso e il valore del progetto, dandogli una chiara idea del risultato

atteso. Generalmente, questa fase è gestita mediante una superproduzione di render. Tutt'ora resto ammirato dalla potenza degli strumenti per la renderizzazione disponibili sul mercato e dalla bravura di alcuni professionisti del settore. Ma un render, per quanto realistico e dettagliato, resta un prodotto statico e bidimensionale. Sia la realtà aumentata che la realtà virtuale, invece, permettono di dar vita ai progetti in modo inaudito. Con la prima, ad esempio, è possibile creare dei plastici completamente digitali e anche interattivi, attorno ai quali il cliente può muoversi e accedere alle informazioni del progetto attraverso lo smartphone. Questo permette non solo di risparmiarsi la fatica di costruire e trasportare fisicamente il plastico in questione presso il cliente ma, soprattutto, di fare tutto da remoto. Per quanto riguarda gli interni, invece, la realtà virtuale è perfetta, perché permette di portare i render in tre dimensioni, offrendo al cliente non solo una preview, ma un'esperienza immersiva dell'ambiente in cui potrebbe abitare. Comunque, si tratta di contributi validi anche in fase di lavorazione, sia per uso interno che esterno, perché permettono di mostrare il futuro, al di là dello stato di avanzamento dei lavori.

E per i designer d'interni e arredamento?
Qui il valore aggiunto è dato soprattutto dalla realtà aumentata, che permette di collocare gli elementi d'arredo all'interno dello spazio. Quando si lavora a stretto contatto con il cliente, si tratta di uno strumento particolarmente utile, perché è molto potente dal punto di vista della persuasione. Permette di valutare la resa estetica di un certo elemento alla luce dell'ambiente reale in cui questo andrà a collocarsi, prevenendo eventuali errori e garantendo la soddisfazione finale. Con la tecnologia oggi disponibile, i modelli 3D degli articoli possono essere infatti resi in modo molto realistico, sia a livello cromatico, dimensionale, di texture e via dicendo.

Da diversi anni si parla di realtà aumentata nel settore. Cos'è cambiato negli ultimi anni?
Di questa tecnologia se ne parla almeno dagli anni '80, quando è nata, e in questi settori è giustamente discussa, anche e soprattutto per le ragioni che ho indicato in precedenza. Dal punto di vista funzionale, la tecnologia non è cambiata molto. Ciò che è migliorato, sono i supporti di cui può avvalersi. Con la diffusione di smartphone e tablet, infatti, sono stati messi a disposizione dispositivi hardware fondamentali per la sua fruizione. Inoltre, di recente, sia Google che Apple hanno introdotto pacchetti di codice all'interno dei loro dispositivi che sono di

grande aiuto sia in fase di sviluppo che di fruizione. Da ultimo, con l'arrivo del 4G e, nell'immediato futuro, del 5G, si è reso possibile il trasferimento di grandi volumi di dati, che sono fondamentali per la qualità delle esperienze cui queste tecnologie danno accesso.

Perché secondo lei queste tecnologie hanno impiegato molto tempo prima di diffondersi in questi settori? In che direzione vede il futuro?
Si tratta di un ritardo relativo, perché il settore dell'architettura e dell'interior rientrano in realtà tra gli *early adopters* di questo tipo di strumenti. Le ragioni del ritardo, nella misura in cui di un ritardo si può davvero parlare, sono quelle che abbiamo visto prima, ossia la mancanza di supporti adeguati fino a pochi anni fa. Per quanto riguarda il futuro, è certo che queste tecnologie stanno facendo passi da gigante e che si dirigono verso un sempre più largo utilizzo. La realtà aumentata, in particolare, è meno vincolata dal punto di vista dell'hardware perché non necessita di visori, e infatti ha già ampiamente dimostrato il suo valore, ad esempio, nel retail dell'arredamento. Credo che il futuro di questi strumenti andrà sempre più verso la disintermediazione, ossia verso una sempre maggiore immediatezza di utilizzo. Faccio un esempio. Per quanto riguarda la realtà aumentata, fino a qualche anno fa era praticamente impensabile sviluppare alcuna soluzione che prescindesse da un'applicazione mobile, per diverse ragioni tecniche. Oggi, invece, alcune soluzioni che si appoggiano a questa tecnologia funzionano direttamente dai browser di navigazione. Questo ha un duplice vantaggio, sia per gli sviluppatori che per gli utilizzatori finali. Per i primi, questa disintermediazione tecnologica rispetto al mondo delle App permette di tenere i costi e i tempi di sviluppo più bassi. Per i secondi, questa significa una maggiore immediatezza di utilizzo. Credo che questo mondo si sposterà sempre più in questa direzione e, infatti, è quella su cui in Octo_Net stiamo puntando di più.

A margine

Chi è Michele Campagnoni

il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



Imprenditore, direttore creativo, tecnofilo, assiduo formatore e motivatore del proprio team. Fondatore e amministratore unico di Octo_Net S.r.L., Startup Innovativa. Da oltre 10 anni Michele lavora nel settore della comunicazione digitale, collaborando con diverse agenzie di comunicazione e pubblicità nella realizzazione di soluzioni creative web based, per brand internazionali dei settori IT, GDO e ONG. Nel 2014 con alcuni soci, apre Officina Digitale Reactio, un Co-Working di professionisti dei diversi settori creativi, con i quali collabora alla realizzazione di spot televisivi, applicazioni mobile, piattaforme web ed e-commerce. Nel 2017 da vita a un progetto solitario, Octo_Net. Uno studio creativo che fa della tecnologia digitale, in tutte le sue applicazioni dirette, il nuovo perno della comunicazione visiva. Naturale evoluzione di questo progetto è la trasformazione, nel settembre del 2020, dello Studio Creativo in Startup Innovativa, che conta ad oggi otto collaboratori.

Autore

Ubaldo Spina

Ricercatore, Industrial Designer e BDM presso CETMA (www.cetma.it), si occupa di design research e servizi di design e innovation management. Consulente di startup, PMI e Grandi Imprese, con focus sulla gestione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e fornitura di servizi avanzati di progettazione concettuale e strategica, ingegneria, prototipazione e protezione IP. Esperto europeo nella ricerca di "Tecnologie emergenti per il design" e membro dello Steering Board del progetto WORTH, il più grande incubatore europeo finanziato all'interno del programma COSME per la creazione e il supporto di collaborazioni transnazionali tra designer, PMI e technology provider, è membro della Commissione "Ricerca per l'impresa" dell'ADI - Associazione per il Disegno Industriale. Per conto del Joint Research Center della Commissione Europea, ha co-curato il rapporto "Innovation Ecosystems in the Creative Sector: The Case of Additive Manufacturing and Advanced Materials for Design". Il suo gruppo di lavoro ha ricevuto

diverse segnalazioni ADI Design Index, due Menzioni d'Onore e il Compasso d'Oro ADI per il veicolo a guida autonoma OMNIAGV. Docente nell'ambito delle attività didattiche magistrali della "24ORE Business School, coordina la pagina Design de "Il Giornale dell'Architettura" e le rubriche giornalistiche "SOS Design" (Design for Emergencies), "Design&Startup" e "Professione Designer".