

italia publishers

looking beyond digital printing



MEETING LEADERS

Moss: dalle tende pop-up alla comunicazione visiva, tra creatività, tecnica e magia

STRATEGIE

Renze: da più di cento anni, protagonista nel sign & display d'oltreoceano

SPECIALE

Gestione del colore 2.0, così stampa digitale e materiali inediti cambiano le regole



Nata a fine Ottocento, come costruttore di carri allegorici, l'azienda statunitense ha reinventato se stessa, anno dopo anno, con coraggio, creatività e passione

Renze: da più di cento anni, protagonista della storia del sign & display d'oltreoceano

di Gabriele Lo Surdo



Pur senza un passato millenario, gli Stati Uniti sono uno scrigno di storie suggestive e, talvolta, leggendarie. Ed è proprio una di queste ad avermi spinto a viaggiare verso Omaha, in Nebraska – uno Stato con un'economia fortemente legata all'agricoltura, ma anche con un numero di milionari e miliardari per abitante tra i più alti degli Stati Uniti. La storia in questione è quella di

Renze Display, uno stampatore che, nell'"About us" del sito aziendale, colloca la sua nascita nel 1895 e la associa a una vicenda di carri allegorici.

Non appena arrivato all'aeroporto Eppley Airfield, capisco che questa non sarà una visita qualsiasi. Ad attendermi c'è Doug Buchanan, titolare di Renze Display. Contrariamente alle mie aspettative, non guida un pickup di grossa cilindrata bensì un'elegante Mini Cooper, icona ultracompatta dell'automobilismo britannico. «E mia moglie ha un'Alfa Romeo Giulia», commenta sorridente l'imprenditore. Prima di dirigerci in azienda, si fa tappa al suo garage, dove custodisce una preziosa collezione di automobili inglesi d'epoca: una Triumph TR250 (autografata dagli storici piloti Bob Tullius e Kas Kastner), una Triumph GT6+, una Jaguar E-Type Series 1.5 e una Arnolt-Bristol Bertone (una delle 130 vendute). Buchanan mi racconta vita, morte e miracoli di

ognuna delle sue auto. Poi noto i numerosi lightbox che decorano le pareti del garage, con foto e illustrazioni di auto d'epoca. «Questi sono alcuni dei prodotti che vendiamo come "Garage Graphics", un brand e un e-commerce che ho creato per i collezionisti di auto

|| In alto, alcuni degli ultimi lavori realizzati da Renze: a sinistra, la lobby del quartier generale di DMSI Software; a destra, uno stand Tate & Lyle di cui Renze ha curato anche il progetto.



che vogliono trasformare il loro garage in un'esperienza visuale totalmente immersiva», spiega Buchanan. «Abbiamo un database con centinaia di file grafici riguardanti il mondo delle auto d'epoca, comprese foto di competizioni storiche, di dettagli interni ed esterni delle vetture più amate, nonché di motori e altre parti meccaniche che hanno reso unici i vari modelli».

A questo punto fremo per la curiosità di vedere l'azienda, ma Buchanan insiste per una tappa al Goldbergs, un bar di quartiere a poche centinaia di metri dalla storica abitazione di Warren Buffet. «Qui mangerai uno degli hamburger migliori di Omaha», mi dice. E così è.

Tutto inizia con una parata

La storia e il nome di Renze Display sono collegate alle vicende personali del suo fondatore, Gustaf Renze. Nel 1895, incoraggiato dai fondatori di Omaha,

che puntano a rendere la città attraente per i turisti, Renze visita il Mardi Gras di New Orleans. Al termine dei festeggiamenti, acquista alcuni dei carri allegorici che ha visto sfilare e li trasporta a Omaha. Qui li fa modificare, aggiungendo luci elettriche e un pantografo per collegarli alla linea aerea di contatto già utilizzata dai tram della città. Così, in occasione della festa del raccolto dell'ottobre 1895, ha luogo la prima "Renze's Electric Night Parade". Renze fonda la sua azienda per dedicarsi alla costruzione di carri originali, e ben presto riceve richieste anche per insegne e vetrine: i negozianti con punti vendita nelle vie dove si svolge la parata vogliono infatti farsi notare dai partecipanti alla manifestazione. Nel 1927 l'azienda va a fuoco e rischia la bancarotta. In questi anni Walter Renze (figlio di Gustaf) e Maynard Buchanan (nonno di Doug) stringono amicizia, e Buchanan si appassiona al lavoro di Renze, al punto che nel 1934 si dimette dal

suo impiego alla Eppley Hotels Company per rilevare, nel 1935, l'attività di Renze.

Di generazione in generazione

Nel 1948, insieme ad altri sei imprenditori, Maynard Buchanan supporta la nascita della Screen Printing Association, poi divenuta SGIA. Nel 1953, John Buchanan, figlio di Maynard, inizia a lavorare in azienda, per poi prenderne le redini nel 1960. Nel 1967 l'azienda introduce le prime macchine serigrafiche automatiche. «Stampavamo affissioni pubblicitarie di grande formato e le spedivamo in tutto il Midwest», racconta Doug Buchanan. «Poi, nel 1987, mio padre mi ha detto di volersi trasferire in Arizona con mia madre, e di volermi vendere l'azienda. All'epoca, avevo già lavorato per Renze Display per 8 anni, dopo essermi laureato in economia. Ma non ero preparato a raccogliere il testimone. Comunque, dopo qualche notte insonne,

1) La rarissima Arnolt-Bristol Bertone di Doug Buchanan, titolare di Renze Display; sullo sfondo, un lightbox raffigurante il motore dell'auto.

2) Alcuni progetti esposti nello showroom dell'azienda. 3) Particolare di uno stand realizzato da Renze Display utilizzando esclusivamente cornici in alluminio e tessuto in poliestere stampato a sublimazione.

ho deciso di accettare».

Renze continua a crescere anche nelle mani del giovane Doug, sebbene, di quando in quando, lo metta di fronte a questioni complesse. «Una delle sfide più importanti è stata quella degli spazi. Quando ho rilevato Renze, nel 1987, eravamo 15 persone in un vecchio stabile nel centro di Omaha, producevamo al quinto piano e per ricevere un cliente dovevo farlo salire con un montacarichi per le merci», continua Buchanan. «Da lì ci siamo spostati prima in un edificio di 2.000 m² e poi nell'attuale sede di quasi 9.000 m². Nel frattempo, siamo diventati più di 40 a lavorare qui».

Il difficile ingresso nel digitale

Nei primi anni Novanta, Doug Buchanan si scontra con una rapida evoluzione delle tecnologie di stampa e il progressivo cambiamento del suo mercato di riferimento. «Volevo cambiare modo di lavorare e puntare sul digitale, ma non era facile coinvolgere il personale dell'azienda in questo percorso. Poi è capitato che un grande stampatore offset di Omaha mi abbia confessato di essersi affidato a un consulente per risolvere una situazione analoga», racconta Buchanan. «Così ho chiesto aiuto alla stessa persona. Un uomo straordinario. Senza di lui non so come saremmo arrivati dove siamo». Negli anni seguenti, infatti, Renze Display assume nuovi professionisti in ruoli chiave, introduce nuovi servizi e compie la definitiva svolta digitale.

Tutto va a gonfie vele fino all'11 settembre 2001, quando l'azienda subisce un colpo durissimo. «Dopo l'attacco alle Torri Gemelle nessuno si spostava più in aereo per andare in fiera. Di conseguenza, i clienti non investivano in nuovi stand», spiega Buchanan. L'azienda però si salva, sia perché la sua offerta è incredibilmente ampia, sia perché inizia a specializzarsi nella realizzazione di ambienti brandizzati: uffici, sedi aziendali di rappresentanza e punti vendita.

Nuove competenze

Come detto, Omaha è la città di Warren Buffett e della sua Berkshire Hathaway. Ma la città ospita anche le sedi di numerose altre grandissime aziende, tra cui Union Pacific, ConAgra Foods, Lindsay Corporation e TD Ameritrade. Proprio i quartier generali di queste ultime due sono stati curati da Renze Display, e si aggiungono ai quasi duecento progetti di "branded environment" realizzati dallo stampatore negli anni. Soffermandoci sul lavoro fatto per Lindsay Corporation, rimango stupito dalla moltitudine di materiali utilizzati: pannelli e film stampati con tecnologia UV,



pellicole per vetri, carte da parati personalizzate, muschio artificiale, nonché tessuto stampato a sublimazione e applicato all'interno di cornici in alluminio di grandi dimensioni.

La folgorazione per il tessuto

Scopro così che il tessuto è cruciale nell'offerta di Renze Display. «Abbiamo visto come il poliestere stesse prendendo piede in Nord Europa e abbiamo iniziato a proporlo anche noi, inizialmente avvalendoci di fornitori esterni. Ai clienti è piaciuto e nel 2013 siamo arrivati ad acquistare mezzo milione di dollari di tessuto stampato», racconta Buchanan. «Ma la qualità di stampa di ciò che compravamo non sempre era buona. Così abbiamo deciso che era arrivato il momento di dotarci in una

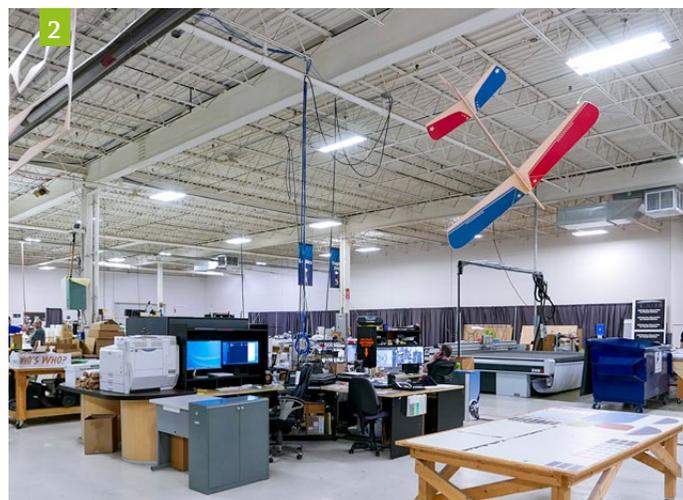
stampante a sublimazione». Sin dalle prime demo, però, il team di Renze Display si scontra con la difficoltà di ottenere neri profondi e omogenei.

Alla fine, la scelta cade sulla tecnologia italiana di ATP Color – un colpo di fulmine destinato a trasformarsi in una partnership di lunga durata. «Amo il tessuto, perché ha completamente cambiato il mondo in cui creiamo stand fieristici e ambienti brandizzati», racconta Buchanan. «Ho 62 anni e lavoro da 40. Mi mancano solo tre anni alla pensione. Ma sento che, in qualche modo, il tessuto mi trattiene qui: ha cambiato la prospettiva di ciò che questa azienda fa e potrà fare». Oggi, Renze Display stampa tessuti con una coppia di ATP Color da 3,2 m, entrambe dotate di unità di sublimazione in linea, che hanno

rimpiazzato l'ATP Color da 2,5 m acquistata nel 2013. Tra gli elementi che hanno consentito all'azienda di affermare la propria offerta di prodotti in tessuto c'è, però, anche la sua capacità di sviluppare strutture evolute, con e senza sistemi di retroilluminazione, facilmente trasportabili, assemblabili e smontabili.

Un'azienda completa

In Renze Display nulla è affidato al caso, neanche il layout degli spazi produttivi. «Il reparto digitale si trova al centro dell'azienda,



1) Doug Buchanan posa davanti a una delle due ATP Color da 3,2 m utilizzate da Renze Display per stampare a sublimazione tessuto in poliestere. 2) Le postazioni prestampa, al centro del reparto stampa e finitura. 3) Il plotter da taglio Zünd 3XL-3200. 4) Matt Rusek, responsabile del reparto finitura, cuce alcuni teli stampati.

piano è affidata a una nuovissima swissQprint Nyla 3, scelta da Renze per l'elevata qualità di stampa e l'eccellente resa cromatica. Quella tra l'UV-curabile, il Latex e la sublimazione è una forma di complementarità tecnologica perseguita tenacemente da Buchanan, che sottolinea l'opportunità di utilizzare la tecnologia ideale per ciascuna applicazione, così da ottenere le migliori caratteristiche estetiche e funzionali, nonché la miglior compatibilità ambientale. Per ottenere precisione e produttività nel taglio di poliestere e altri materiali flessibili, Renze Display ha installato una G3 3XL-3200, l'ammiraglia di casa Zünd, equipaggiata con conveyor belt e sbobinatore ad alta capacità Center Winder. La finitura di supporti rigidi è affidata a una Zünd G3 XL-3200, dedicata alle lavorazioni

di fresatura e incisione di alta precisione, e ad una fresa del costruttore americano Multicam. Nel reparto prestampa di Renze Display un team di esperti verifica la bontà dei file inviati dai clienti, prepara i nesting, e crea i profili colore per le varie stampanti. «Tempo fa abbiamo collaborato a un progetto per uno stampatore europeo di vetro. Il cliente voleva riprodurre, in scala 1:1, una locomotiva Union Pacific. Per l'appunto, su vetro. In quell'occasione abbiamo manipolato un file da quasi 6 GB», racconta Buchanan. La nostra esplorazione di Renze Display prosegue attraversando la falegnameria, il reparto verniciatura e quello logistico, destinato al testing e allo stoccaggio di stand e strutture espositive. «Ciò che mi rende orgoglioso di questa azienda, è che facciamo un po' di più di quello che fanno

molti altri», continua Buchanan. «Alcuni tagliano il legno, altri progettano sistemi espositivi e stand, altri ancora stampano. Noi facciamo tutte queste cose sotto lo stesso tetto».

Verso nuove sfide

Renze Display è da tre generazioni un'azienda familiare di successo, pronta al cambiamento e ad accettare nuove sfide. «Nel nostro futuro vedo macchine da stampa più grandi e produttive. Sempre più spesso siamo coinvolti nel dialogo tra clienti finali, architetti e designer. Questo ci permette di proporre soluzioni ambiziose, di cui spesso i clienti si innamorano. Ecco perché presto avremo bisogno di tecnologie più performanti: per rendere tutto questo ancora più grande, ed eccitante», conclude Buchanan. ■

cosicché sia isolato dall'esterno. Umidità e temperatura sono controllate 24/7», spiega Buchanan. «Poi abbiamo ingaggiato uno specialista di gestione dei flussi d'aria e ci siamo assicurati che fossero orientati verso l'esterno dell'azienda, così da tenere la polvere lontano dalle stampanti». Alle stampanti tessili ATP Color sono affiancate due unità HP Latex da 1,6 e 3,2 m, utilizzate prevalentemente per la stampa su PVC adesivo, carte da parati e altri materiali flessibili per applicazioni speciali. La stampa in