



Vivienne Westwood: speaker wireless mimetizzati tra i faretto per la boutique milanese

Nello store milanese di Vivienne Westwood la musica è elemento essenziale per una stilista che contribuì alla nascita del punk londinese degli anni Settanta. Oggi è diffusa da otto speaker a faretto, pressoché invisibili, leggeri, performanti. Tecnologia Ecler, marchio distribuito in esclusiva per l'Italia da Exhibo. Installazione AV a cura di A.V.L. Technology.

viviennewestwood.com | javltechnology.it | ecler.com | exhibo.it

► Nel 1971, al numero 430 di King's Road, nel lussuoso quartiere Chelsea di Londra, apriva un negozio destinato a diventare il punto di riferimento della scena punk londinese. Si chiamava **Let it rock** (in seguito cambiò spesso nome, fino all'attuale World's end) e a fondarlo erano stati due giovani artisti visionari: Vivienne Westwood e Malcom McLaren. **Fu al Let it rock che avvennero i primi incontri tra quelli che sarebbero in seguito diventati i Sex Pistols**, di cui McLaren divenne manager.

Questo dovrebbe essere sufficiente per rendere l'idea di quanto, negli store Vivienne Westwood, **la musica non sia solo un piacevole sottofondo agli acquisti, ma parte integrante dell'esperienza del cliente**. Per questo motivo, nell'unica vetrina italiana del brand, che si trova in Corso Venezia a Milano, in pieno quadrilatero della moda, nell'estate 2021 è stato deciso di ammodernare il sistema di diffusione audio dello store. Per sostituire gli speaker preesistenti, piuttosto ingombranti e scomodi da gestire, incassati a soffitto e quindi impossibili da spostare, i titolari cercavano **una soluzione che fosse, al contrario, leggera, non invasiva, di facile installazione e gestione**. Si sono quindi rivolti ad A.V.L. Technology, che ha immediatamente proposto loro l'innovativa offerta dal sistema WiSpeak di Ecler (marchio distribuito in esclusiva in Italia da Exhibo): **otto speaker WiSpeak TUBE, due processori WiSpeak CORE, l'app WiSpeak grip per gestire il tutto**.

Ne parliamo con Cristina Caragnulo, Assistant Store Manager, Vivienne Westwood Milano e con Roberto Gnechi, CEO, A.V.L. Technology.

La sfida: migliorare la diffusione del suono nello store, con una soluzione poco invasiva

«Tutte le boutique del brand – ci spiega Cristina Caragnulo – sono emanazione della personalità forte e carismatica di Vivienne Westwood, che è molto più di una semplice stilista. **Fin da giovane Vivienne è stata una precorritrice dei tempi, non solo dal punto di vista dello stile nel vestire, ma anche del modo di vivere**. Attorno a lei e al primo compagno, Malcom McLaren, si è raccolta la prima ondata punk, che da Londra si è diffusa nel mondo e che **univa eccentricità**

“ **La musica, nel nostro store, non è solo un elemento di contorno, ma una delle principali cifre stilistiche del brand - C. Caragnulo**

nel modo di essere, di vestire e di suonare. Capite quindi come la musica, nel nostro store, non sia solo un elemento di contorno, ma una

delle principali cifre stilistiche del brand: non trasmettiamo, infatti, semplice musica di sottofondo, o la programmazione delle radio italiane, bensì delle **playlist che ci vengono inviate direttamente dalla sede londinese**».

È chiaro che non stiamo parlando solo di un negozio di vestiti di alta moda, e non stiamo parlando solo di vestiti: Vivienne Westwood concepisce la moda come un modo per comunicare messaggi forti e rivoluzionari.

«Oggi – racconta Cristina Caragnulo – **lo spirito rivoluzionario di Vivienne Westwood si esprime nelle sue battaglie per la giustizia sociale ed economica e, soprattutto, nell'impegno ambientale**, che ne ha fatto uno dei punti di riferimento del movimento per la salvaguardia del pianeta e della lotta al cambiamento climatico. Non a caso tutti gli store del brand (Londra, New York, Parigi, Milano...) seguono buone pratiche dal punto di vista del risparmio energetico, del riciclo e della riduzione della plastica».

Ma se negli anni la stilista ha applicato il proprio spirito combattivo sempre più verso temi sociali e ambientali, non ha mai dimenticato il legame originario con la musica. Ecco perché **ogni boutique VW non è solo un luogo da osservare («Il nostro negozio è un vero e proprio museo», dice Caragnulo), ma anche da ascoltare**: Andy Warhol di Dana Gillespie, L'anarchie pour le UK dei Sex Pistols, Live and let die di Chrissie Hynde, Maniac dei Peaches & Moullinex, Merengue di Malcolm McLaren, Because the night di Patty Smith sono solo alcuni dei brani che fanno parte della playlist dello store milanese di Vivien-



Cristina Caragnulo, Assistant Store Manager, Vivienne Westwood Milano



Roberto Gnechi, CEO A.V.L. Technology

Si parla di:

Speaker a faretto WiSpeak TUBE di Ecler. Processore WiSpeak CORE. Applicazione WiSpeak grip per gestione playlist e diffusione audio.

Nell'immagine di apertura: Vivienne Westwood non è solo alta moda; dietro al marchio c'è lo spirito rivoluzionario della fondatrice che si esprime nelle sue battaglie per la giustizia sociale ed economica e, soprattutto, nell'impegno ambientale. Di fianco: Vivienne Westwood.





VIVIENNE WESTWOOD PREMIATA IN ITALIA PER LA DIFESA DEL PIANETA

Nell'articolo abbiamo raccontato di come lo spirito rivoluzionario di Vivienne Westwood oggi si esprima soprattutto nelle sue battaglie politiche e sociali, prima fra tutte quella contro il cambiamento climatico.

L'editore globale italiano Hearst, che riunisce brand come Cosmopolitan, Elle, Elle Decor, Esquire, Gente, Harper's Bazaar, Marie Claire, Marie Claire Maison ha conferito a Vivienne Westwood il Good Energy Award 2021.

Tra le motivazioni si legge: "Ambientalista, progressista, controcorrente, il suo lavoro, in particolare il suo impegno rispetto alla sostenibilità e al pianeta [...] ha aiutato a cambiare il dibattito culturale e a spostare il focus, in tempi non sospetti, sul tema più importante: salvare il mondo".



Nel QR code: un articolo, uscito su Elle, relativo al conferimento del premio, la cerimonia di consegna e un videomessaggio di ringraziamento di Vivienne Westwood

ne Westwood.

«E tuttavia – prosegue Cristina Caragnulo –, fino a quest'estate, la musica era diffusa da **un impianto non più al passo con i tempi:** grandi speaker a incasso, difficili da riposizionare, gestite da un mixer altrettanto ingombrante e di difficile utilizzo. Senza contare i cavi, che creavano disordine. Oggi invece, grazie all'intervento di A.V.L. Technology e ai prodotti Ecler, **la musica è diffusa in tutti e due i piani del negozio in modo uniforme attraverso speaker a faretto pressoché invisibili,** gestiti da un piccolo processore e da un'applicazione molto intuitiva: il tutto senza nemmeno un cavo».

La soluzione: il sistema WiSpeak di Ecler

«Serviamo molti negozi del centro di Milano – racconta Roberto Gnechi, CEO di

Nella pagina accanto: il piano dedicato agli abiti da donna. In questa pagina: gli speaker WiSpeak TUBE nella versione color nero e color bianco, perfettamente mimetizzati tra i faretti.

A.V.L. Technology – e negli anni abbiamo imparato a riconoscere rapidamente la soluzione migliore per ciascun contesto. Così, **quando lo store Vivienne Westwood ci ha comunicato che necessitava di una soluzione di rapida installazione** (in modo da non dover avere chiusure del negozio), **non impattante sulle mura dell'edificio storico, semplice da gestire, non abbiamo avuto dubbi nel proporre la soluzione WiSpeak di Ecler**, marchio che in Italia è distribuito in esclusiva da **Exhibo**.

WiSpeak è una soluzione interamente wireless, costituita da tre componenti: degli **speaker wireless, a forma di faretto (WiSpeak TUBE) o di cubo (WiSpeak CUBE)**, muniti di attacco per l'alimentazione compatibile con i binari elettrificati presenti in quasi tutti i negozi; **un processore** che invia loro il segnale audio (**WiSpeak CORE**); **un'applicazione (WiSpeak grip)**, utilizzabile con un qualsiasi device, per gestire il tutto. L'installazione degli speaker richiede poche ore, non c'è necessità di rompere muri o tirare cavi».

Gli speaker wireless, come raccontato da Gnechi, possono dunque essere scelti tra due modelli: il TUBE, che assomiglia in tutto e per tutto a una lampada a faretto e il CUBE, più grande e potente, che, come dice la parola, ha la forma di un cubo.

«Nel caso dello store Vivienne Westwood, tuttavia – dice Gnechi – il dubbio su quale modello scegliere non si è nemmeno posto: **i binari presenti sul soffitto montavano già dei faretti per l'illuminazione, molto simili al WiSpeak TUBE**. Faretti neri nelle zone dello store arredate in tonalità scure e bianchi nelle zone arredate nelle tonalità chiare: poiché WiSpeak TUBE è disponibile proprio nei colori bianco e nero, mimetizzarlo tra i faretti preesistenti è stato semplicissimo ed efficace, tanto che oggi chi entra in negozio si domanda da dove esca la musica».

Gli speaker del modello TUBE, essendo più piccoli rispetto al CUBE (3" contro 5"), sono anche leggermente meno potenti, ma ciononostante **sono stati sufficienti cinque speaker al piano terra, controllati da un processore e tre al piano interrato, controllati da un secondo processore, per ottenere una copertura perfetta dei due**





I diffusori a faretto mimetizzati nei binari fra i faretti di illuminazione. I diffusori a faretto di Ecler sono attivi e vengono alimentati direttamente dal binario utilizzato per le luci.

“Quando lo store ci ha comunicato che necessitava di una soluzione di rapida installazione, non impattante sulle mura dell'edificio storico, semplice da gestire, non abbiamo avuto dubbi nel proporre la soluzione WiSpeak di Ecler - R. Gnechchi

• **ambienti.**

• Entrambi i processori sono gestiti da un'unica applicazione, con un semplice accorgimento tecnico: se il device su cui è installata la app si trova al piano terra, esso si connette con il CORE del piano terra, se invece si trova al piano interrato, si connette con il CORE del piano interrato.

Tutto così semplice? Chiediamo a Gnechchi se non ci sia stata neanche una criticità durante l'installazione.

«Criticità no – ci risponde –, magari giusto l'attenzione, per assicurarci che il sistema funzioni alla perfezione, di posizionare il pro-

• **cessore CORE nel punto in cui la rete arriva più pulita** e con meno interferenze. Anche se

– aggiunge – il problema delle interferenze è ridotto ai minimi termini per via del fatto che **WiSpeak usa una banda posizionata oltre i 5 Giga Hz (da 5,1 a 5,8 GHz)** e quindi al di fuori della fascia maggiormente utilizzata dai normali dispositivi Wi-Fi. Questa caratteristica è preziosa soprattutto in zone come il centro di Milano, in cui la banda tradizionale è decisamente affollata. Il risultato è che, una volta posizionato il processore nel punto più adatto, **la diffusione della musica avviene in modo assolutamente continuo, senza pause, senza rallentamenti, proprio come se la connessione fosse realizzata con dei cavi e non in wireless**».

||||| **Leggerezza e versatilità**

Ciascuna delle tre parti di cui si compone il sistema WiSpeak è pensata per semplificare la vita a qualsiasi attività professionale che abbia la necessità di diffondere audio in modo continuo, affidabile, pulito e sen-



Nel QR Code: **pagina Wikipedia dedicata a Vivienne Westwood**

.....
za affrontare onerosi interventi strutturali. «Il processore **WiSpeak CORE** – ci spiega Gnechchi – **è dotato di diversi ingressi**: un ingresso stereo bilanciato, un ingresso stereo sbilanciato oltre all'accesso bluetooth (che è il sistema scelto dallo store Vivienne Westwood). Per l'equalizzazione del suono e per regolare toni e volumi si può invece agire, tramite l'app WiSpeak Grip, direttamente su ogni singolo speaker amplificato: per esempio **si possono settare le varie aree dello store con volumi diversi**, a seconda delle proprie esigenze. Infine, **l'applicazione WiSpeak grip, che governa tutte le componenti, è estremamente intuitiva**, tanto che per formare i dipendenti dello store sono state sufficienti poche decine di minuti: possiamo tranquillamente affermare – conclude Gnechchi – che chiunque sappia usare una comune app per la gestione di file musicali (Spotify, per intenderci) è in grado di usare WiSpeak Grip senza problemi».

Le parole del System Integrator sono confermate da Cristina Caragnulo: «**Siamo soddisfattissimi del prodotto scelto: l'in-**

stallazione non ha richiesto alcun fermo negozio, i diffusori a faretto sono pressoché invisibili, la qualità del suono è ottima e copre uniformemente e senza interruzione tutti gli spazi e non c'è il classico 'effetto doccia', per cui si sente la musica solo quando si passa vicino allo speaker. Il passaggio dal mixer ingombrante e complicato che avevamo prima a una semplicissima app installata su un iPad, inoltre, è un enorme passo avanti. Una volta impostati i settaggi in modo idoneo e caricate le playlist, **l'impegno si riduce a un unico click, con il quale accendiamo e spegniamo l'impianto**. Questo è un grande vantaggio anche per me, perché prima ero l'unica addetta al mixer, mentre ora tutti in negozio sono in grado di accendere, spegnere e regolare la diffusione della musica.

Un altro vantaggio della soluzione propostaci da A.V.L. Technology – conclude Cristina Caragnulo – è la sua **modularità**: se in futuro avremo bisogno di una copertura musicale maggiore in alcune aree (o se, per fare un'ipotesi, il negozio dovesse ampliarsi), non dovremo fare altro che aggiungere nuovi speaker, collegandoli ai CORE che abbiamo già in dotazione. In conclusione, posso affermare che siamo davvero contenti della scelta fatta e non escludiamo ulteriori implementazioni in futuro». ■



Nel QR Code: **approfondisci il prodotto WiSpeak TUBE**

Lo sapevi che... Lo stile di Vivienne Westwood unisce elementi della tradizione sartoriale inglese con una spinta innovativa e rivoluzionaria. Lo stesso logo del brand, il famoso Orb logo, unisce un simbolo legato alla tradizione monarchica (il globo con la croce) agli anelli di Saturno, che rappresentano una spinta verso il futuro e un elemento di eccentricità, come è normale aspettarsi da chi ha contribuito a far nascere negli anni Settanta la rivoluzione del punk londinese.

Processori WiSpeak CORE posti al primo e al secondo piano, che consentono di trasmettere contemporaneamente due playlist diverse.

