

VISCOM

28 - 29 OTTOBRE 2026 - ALLIANZ MICO CONVENTION CENTER, MILANO

VISCOM ITALIA SI PREPARA ALLA SUA 37ª EDIZIONE CONFERMANDOSI COME PUNTO DI RIFERIMENTO PER IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E DELLE SUE APPLICAZIONI NEL RETAIL, NELL'INTERIOR E NEL PROGETTO. UN OSSERVATORIO PRIVILEGIATO SULLE TRASFORMAZIONI DI UN SETTORE SEMPRE PIÙ TRASVERSALE, DOVE TECNOLOGIA, CREATIVITÀ E MATERIALI SI INTRECCIANO. NE PARLIAMO CON CECILIA MONTALBETTI, EXHIBITION MANAGER DELLA MANIFESTAZIONE, PER APPROFONDIRE EVOLUZIONI, NUOVI FORMAT E SCENARI DI MERCATO.

La manifestazione evolve oggi verso un nuovo format, più compatto e orientato ai contenuti, rispondendo a un mercato in cui tempi, costi e modalità di partecipazione stanno cambiando rapidamente. Ne parliamo con Cecilia Montalbetti, Exhibition Manager della manifestazione, per approfondire evoluzioni, nuovi format e scenari di mercato.

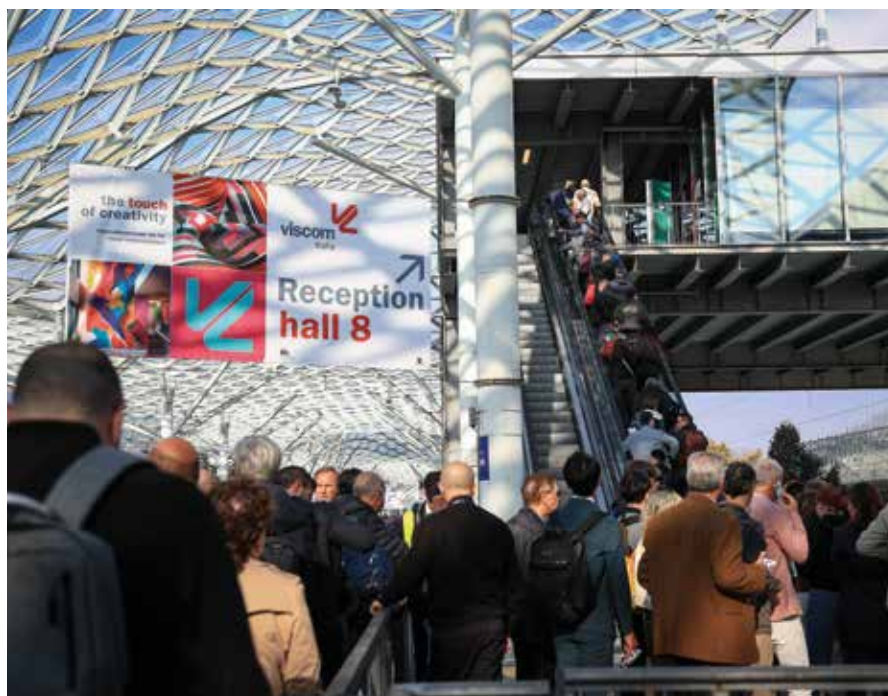
VISCOM ITALIA SI PRESENTA COME "IL CUORE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA". QUAL È OGGI IL SUO VALORE DISTINTIVO?

Viscom è una piattaforma unica perché riunisce l'intera filiera della comunicazione visiva: dalla stampa digitale grande formato alle tecnologie e soluzioni per retail, interior e allestimenti. Il suo valore distintivo sta proprio in questa trasversalità: non è solo una fiera di prodotto, ma un luogo di incontro tra competenze diverse, dove innovazione, ispirazione e business convivono.

Nel tempo, questa capacità di mettere in relazione mondi differenti si è rafforzata: accanto agli operatori tradizionali della stampa, si sono aggiunti sempre più progettisti, architetti, brand e aziende manifatturiere alla ricerca di soluzioni applicative. Viscom diventa così un ecosistema in cui non si incontrano solo domanda e offerta, ma anche idee e linguaggi diversi. Per aziende e professionisti rappresenta quindi non solo un momento di aggiornamento tecnologico, ma un osservatorio privilegiato sui trend e sulle soluzioni concrete del mercato, capace di anticipare evoluzioni e stimolare nuove collaborazioni.

LA PROSSIMA EDIZIONE INTRODUCE IL FORMAT "EXHIBITION & CONFERENCE". COME NASCE E QUALI VANTAGGI OFFRE?

La nuova formula nasce dall'evoluzione del mercato e dalla necessità di ottimizzare tempi e risorse, sia per gli espositori sia per i visitatori. Partecipare a una fiera oggi



richiede investimenti sempre più mirati: per questo Viscom ha scelto un format più compatto, agile e focalizzato.

Due giorni di manifestazione, spazi preallestiti di qualità e una forte integrazione tra area espositiva e contenuti: il modello "Exhibition & Conference" punta a semplificare la partecipazione, mantenendo alto il livello dell'esperienza. Gli espositori possono concentrarsi sul prodotto e sulle applicazioni, riducendo la complessità organizzativa; i visitatori, invece, possono orientarsi più facilmente, ottimizzando tempi e costi di visita.

La scelta di spostarsi all'Allianz MiCo, in una posizione centrale e facilmente accessibile, va nella stessa direzione: rendere la fiera più fruibile e coerente con le esigenze contemporanee, favorendo un networking più mirato e meno dispersivo.

TRA LE NOVITÀ DEL 2026 DEBUTA ANCHE LA EXHIBIT TECH AREA: DI COSA SI TRATTA E QUALE RUOLO AVRÀ ALL'INTERNO DELLA MANIFESTAZIONE?

La Exhibit Tech Area è una nuova area dedicata alla filiera degli allestimenti professionali per spazi espositivi, retail, museali, fieristici ed eventi. Nasce in risposta alla crescente domanda di ambienti sempre più immersivi, personalizzati e progettati su misura.

Si tratta di uno spazio pensato come "nudo", modulare e altamente flessibile, che consente alle aziende di costruire installazioni su misura, presentare soluzioni in scala reale e valorizzare materiali, strutture e tecnologie integrate.

A differenza delle aree espositive tradizionali, qui l'accento è posto sulla capacità



di mettere in scena applicazioni concrete, mostrando come sistemi modulari, profili, tessuti e tecnologie possano dialogare tra loro.

All'interno del nuovo ecosistema Viscom, la Exhibit Tech Area diventa così un punto di connessione tra tutti gli attori della filiera: produttori di tecnologie, system integrator, progettisti e brand. Un luogo dove si attivano sinergie tra chi sviluppa soluzioni e chi le utilizza nei progetti, favorendo contaminazioni e nuove opportunità di collaborazione.

CHE RUOLO HANNO LE AREE SPECIALI NELL'ESPERIENZA DI VISITA?

Le aree speciali traducono in modo concreto il potenziale delle tecnologie, rendendo visibili applicazioni che altrimenti resterebbero astratte. Format come WonderPlace dell'edizione 2025 e le aree dimostrative dedicate all'exhibit pensate per il 2026 mostrano come materiali, stampa e sistemi costruttivi possano trasformarsi in ambienti esperienziali.

Non sono solo spazi espositivi, ma veri strumenti di ispirazione: aiutano progettisti e aziende a visualizzare possibilità progettuali concrete, facilitando il passaggio dall'idea alla realizzazione. In questo senso, assumono un ruolo sempre più strategico, perché rispondono alla crescente esigenza di vedere applicazioni reali, non solo prodotti.

Accanto a queste, anche le aree storiche

della manifestazione – come i progetti dedicati al mondo del P.O.P, all'arredo espositivo e allo shop fitting e al design sperimentale – continuano a valorizzare la componente creativa e progettuale, mettendo in relazione materiali, tecnologie e linguaggi.

QUALI SARANNO I TEMI CHIAVE DELL'EDIZIONE 2026?

Emergeranno tre direttrici principali: personalizzazione, sostenibilità e integrazione tecnologica. La stampa digitale si conferma uno strumento creativo oltre che produttivo, capace di generare soluzioni su misura e di alta qualità, anche in piccole tirature, rispondendo alle esigenze di mercati sempre più orientati al bespoke.

Parallelamente cresce l'attenzione verso materiali e processi a basso impatto ambientale: dalla scelta di supporti riciclabili fino a tecnologie di stampa più efficienti e sostenibili. Un tema che non riguarda solo la produzione, ma anche la progettazione degli spazi, sempre più orientata a soluzioni leggere, modulari e riutilizzabili.

Il dialogo tra fisico e digitale ridefinisce gli ambienti: il digital signage, le superfici interattive e l'integrazione tra contenuti e spazio costruito aprono nuove possibilità per interior, retail e comunicazione visiva. In questo contesto, la stampa diventa parte di un sistema più ampio, capace di connettere tecnologia, creatività e progetto.

