

Pitti Immagine e MIT Mobile Experience Lab lanciano una collaborazione strategica

Pitti Immagine e MIT Mobile Experience hanno avviato una collaborazione per ripensare il concetto di fiera e disegnare tecnologie ed esperienze innovative per i saloni di moda. Lo scopo di questa collaborazione di lungo termine tra Pitti Immagine e MIT Mobile Experience Lab è quello di fornire una prospettiva creativa sui saloni, oltre che pensare a nuove tecnologie, luoghi ed esperienze in grado di incrementare i contatti tra i visitatori. La collaborazione è iniziata nel gennaio del 2007, con un progetto di ricerca guidato da Federico Casalegno, direttore del MIT Mobile Experience Lab e Direttore Associato del MIT Design Lab.

<http://mobile.mit.edu/pitti/>

Il seminario di MIT

Attualmente Pitti immagine sta sponsorizzando un seminario, in svolgimento nel semestre primaverile 2007, in cui un team multidisciplinare – che comprende studenti dal MIT Media Lab, della MIT Sloane School, della MIT School of Architecture e della Harvard GSD – sta progettando delle soluzioni innovative per rinventare le esperienze di una fiera, considerando l'evoluzione delle tecnologie della comunicazione, lo spazio architettonico e urbano, le attività e gli spazi legati al business durante i saloni. Il seminario si concluderà alla fine di questo mese.

Il progetto si è avviato lo scorso giugno e, nel marzo 2007, un gruppo di 20 studenti e ricercatori dell'MIT è venuto a Firenze per un workshop assieme a tutta la struttura di Pitti Immagine, per combinare ricerca e sperimentazione scientifica con l'esperienza sul campo. Il team di MIT ha anche condotto ricerche etnografiche, attraverso questionari sottoposti ai visitatori e agli utenti delle fiere alla Fortezza da Basso.

Il progetto di ricerca

La fiera è un eco-sistema estremamente complesso, che si articola attraverso luoghi e spazi espositivi diversi, attraverso i camminamenti, l'utilizzo dei badges e dei tornelli di accesso, la segnaletica e i desk di registrazione, e tutte queste parti sono inserite all'interno della città, con le persone che la vivono e le dinamiche e gli eventi che la caratterizzano. Guardando alla fiera, tradizionale luogo di scambio commerciale, e confrontandolo con i modelli economici dei mercati virtuali e ripensandolo come un mercato ibrido, MIT e Pitti Immagine stanno progettando soluzioni e servizi per sviluppare le tecnologie sul campo e incrementare l'esperienza degli utenti prima, durante e dopo i saloni.

In occasione della prossima edizione di Pitti Uomo del giugno 2007, l'MIT Mobile Experience Lab realizzerà una Experience Room: verranno creati dei badges interattivi per metter in connessione espositori e compratori, e questo sistema verrà supportato da una piattaforma online, che utilizzando questo network di utenti mirerà ad accrescere le connessioni tra gli utenti del salone. In una seconda fase, durante l'edizione di Pitti Uomo di gennaio 2008, l'elettronica verrà integrata all'architettura fisica degli spazi, che sarà direttamente connessa ai badges e al sistema online, per un arricchimento dell'esperienza e della comunicazione tra le persone.