

La cabina multisensoriale di IBM “star” della quarta edizione di “Moda e Tecnologia”

L’edizione 2007 del talk show “Moda e Tecnologia”, svoltosi lo scorso 15 marzo al cinema Odeon di Milano e dedicato a: “Come cambiano retail e comunicazione con la tecnologia”, ha visto scendere in campo tre partner d’eccezione per la prima volta insieme: IBM, La Rinascente e Vogue, ai quali si affiancava il patrocinio di SMI-ATI. Il retail nel fashion e nel lusso sente la necessità di proporre soluzioni inedite per crescere e guarda alla tecnologia come a una delle strade possibili per raggiungere l’eccellenza. Emozionare, divertire, intrattenere sono alcune delle mission tecnologiche che hanno come obiettivo quello di coinvolgere in profondità il cliente, mettendo in atto azioni che potenzieranno il grado di fedeltà per spingere all’acquisto. “L’industria della moda – ha dichiarato Andrea Pontremoli, presidente e amministratore delegato di IBM Italia – è da sempre l’emblema del Paese. Oggi la sua storica creatività ricava dalla tecnologia informatica nuove opportunità per coniugarsi efficacemente all’innovazione dando vita, nel contempo, a nuove esigenze in fatto di ‘customer experience’. Quest’anno Moda e Tecnologia si è focalizzata sull’innovazione in ambito retail: il luogo fisico e virtuale in cui ad assumere sempre più importanza sarà il percorso emotivo che lega un marchio ai bisogni e alle motivazioni intime di chi acquista”.

Comunicare attraverso i sensi

Al talk show, come di consueto, è seguito un momento exhibition, intitolato “Experience the future”: in questo contesto, IBM ha presentato la “cabina multisensoriale”, un progetto innovativo dedicato all’interazione con il consumatore finale nel punto di vendita. Si tratta di una soluzione davvero unica al mondo, realizzata da IBM grazie all’integrazione di tec-



nologie hardware, software e di servizi. In particolare, la cabina multisensoriale è un’area delimitata, allestita come una zona sfilate riservata, che con l’ausilio di tecnologie video, audio e olfattive, permette di raggiungere un’esperienza davvero unica. Solo indossando un paio d’occhiali 3D ed entrando in quest’area si può dare vita a un mondo virtuale: un concentrato di tecnologia all’avanguardia si trasforma in uno spazio multisensoriale.

La cabina multisensoriale può rivoluzionare la “customer experience” nel mondo retail. Nell’ambito della moda, al suo interno si può offrire al cliente la possibilità di partecipare, quasi in presa diretta, alle sfilate di alta moda, in un contesto gradevole avvolti da un’atmosfera rilassante. Per esempio, seguendo la sfilata di uno stilista si sarà circondati dal profumo dello stesso marchio. Applicazioni interessanti si possono ipotizzare anche nel design industriale, nel campo medico, nel pdv, nell’area benessere. Suoni, profumi, immagini si imprimono nel pensiero e orientano le nostre scelte. Nel futuro del business si delinea così in un nuovo orizzonte: comunicare attraverso la sensorialità.



IBM Italia spa
Circonvallazione Idroscalo – 20090 Segrate (Mi)
Tel. 02 59621 – www.ibm.com/it/