

# INTERACTIVE SHOPPING PROJECT

*Progetto di vetrine interattive per Appia New.*

*Roma, 21 maggio 2010*  
IED ROMA

FASE 03: SCENARI.

## Presentazione

Questo fascicolo illustra l'approfondimento grafico, visuale e tecnologico di una selezione di scenari già presentati nel precedente booklet. Per alcuni di essi vengono documentate le sessioni di simulazione dell'esperienza interattiva: i prototipi di *motion graphic* sono stati proiettati a parete e ripresi per realizzare i video di presentazione finale. Una seconda parte del fascicolo è dedicata alla fattibilità tecnologica ed economica. Viene incluso un cronoprogramma di lavori di massima.

A

# SCENARI



I miei gioielli pag. 10

Souvenir



Urban jungle pag. 12

Meeting point



Chit chat pag. 16

Interactive blocks



Controllati a vista pag. 20

iFlat



Controllati la vista pag. 24

Paradiso in terra 2



Blowing pag. 26

Seducimi



Balzi evolutzionistici pag. 28

Pixel luminosi



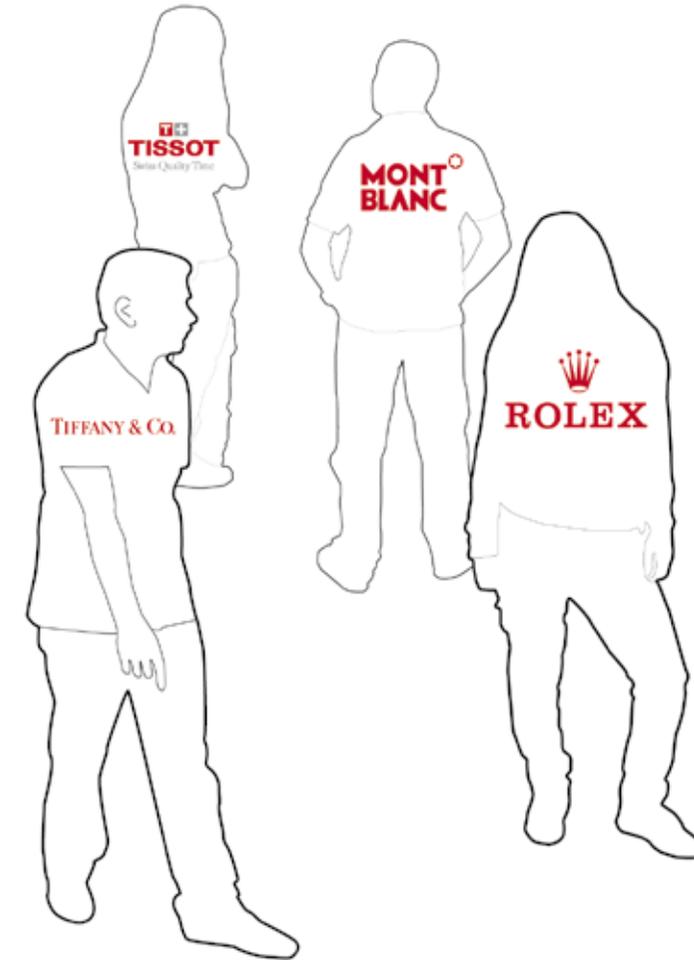
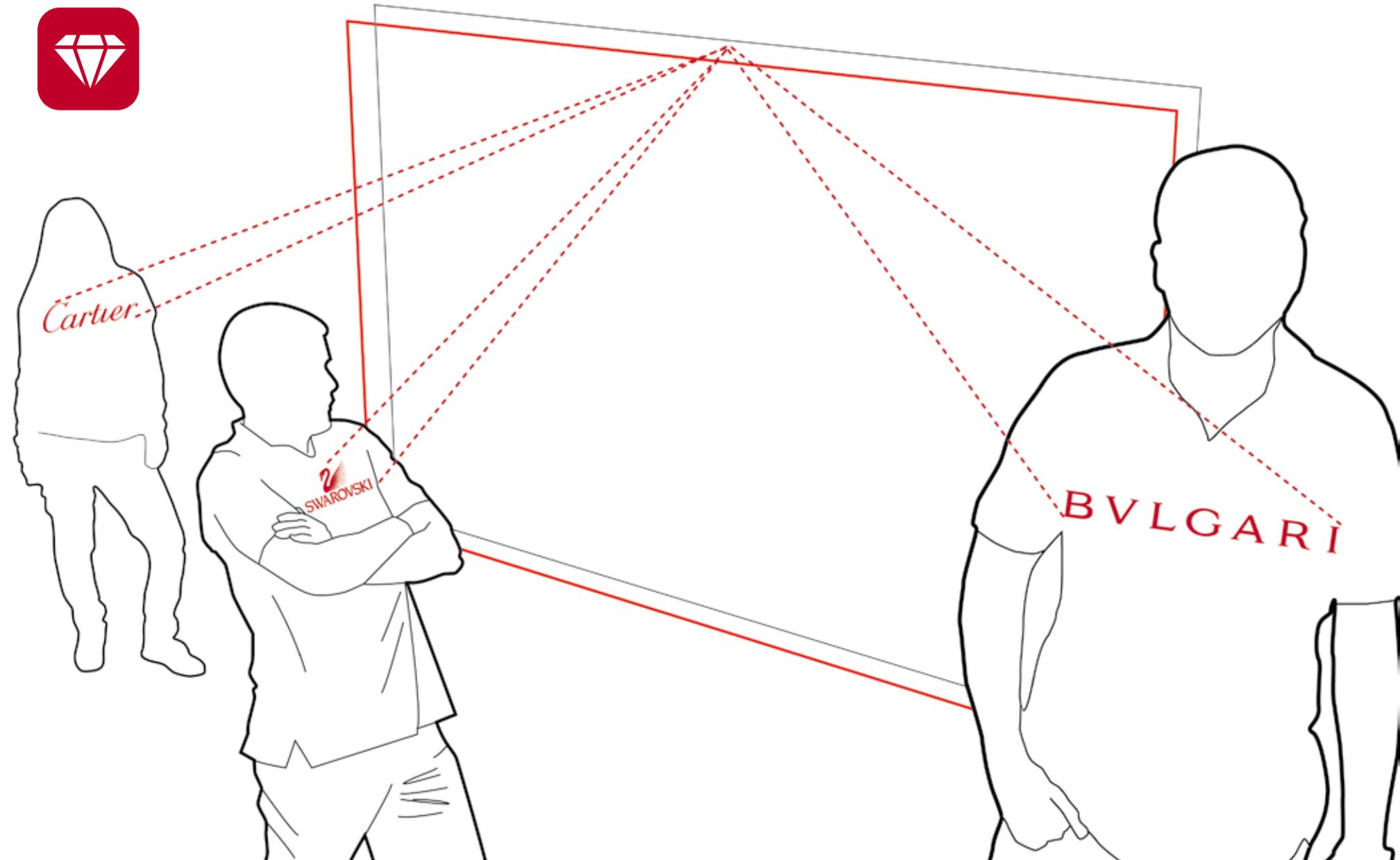
Paradiso in terra pag. 30

Psssl!



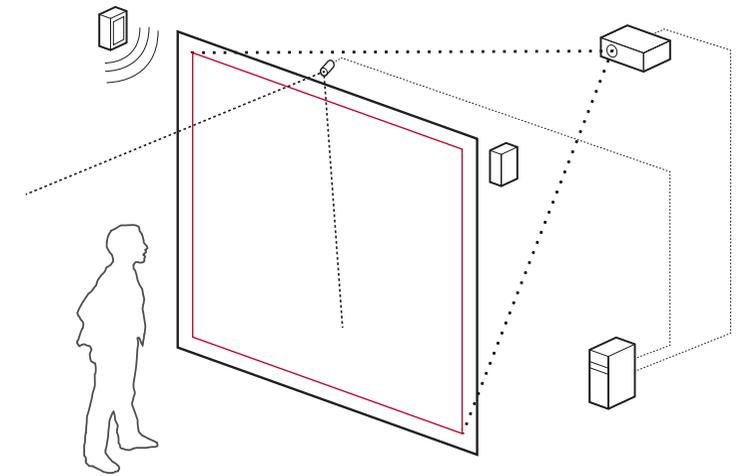
My Look pag. 32

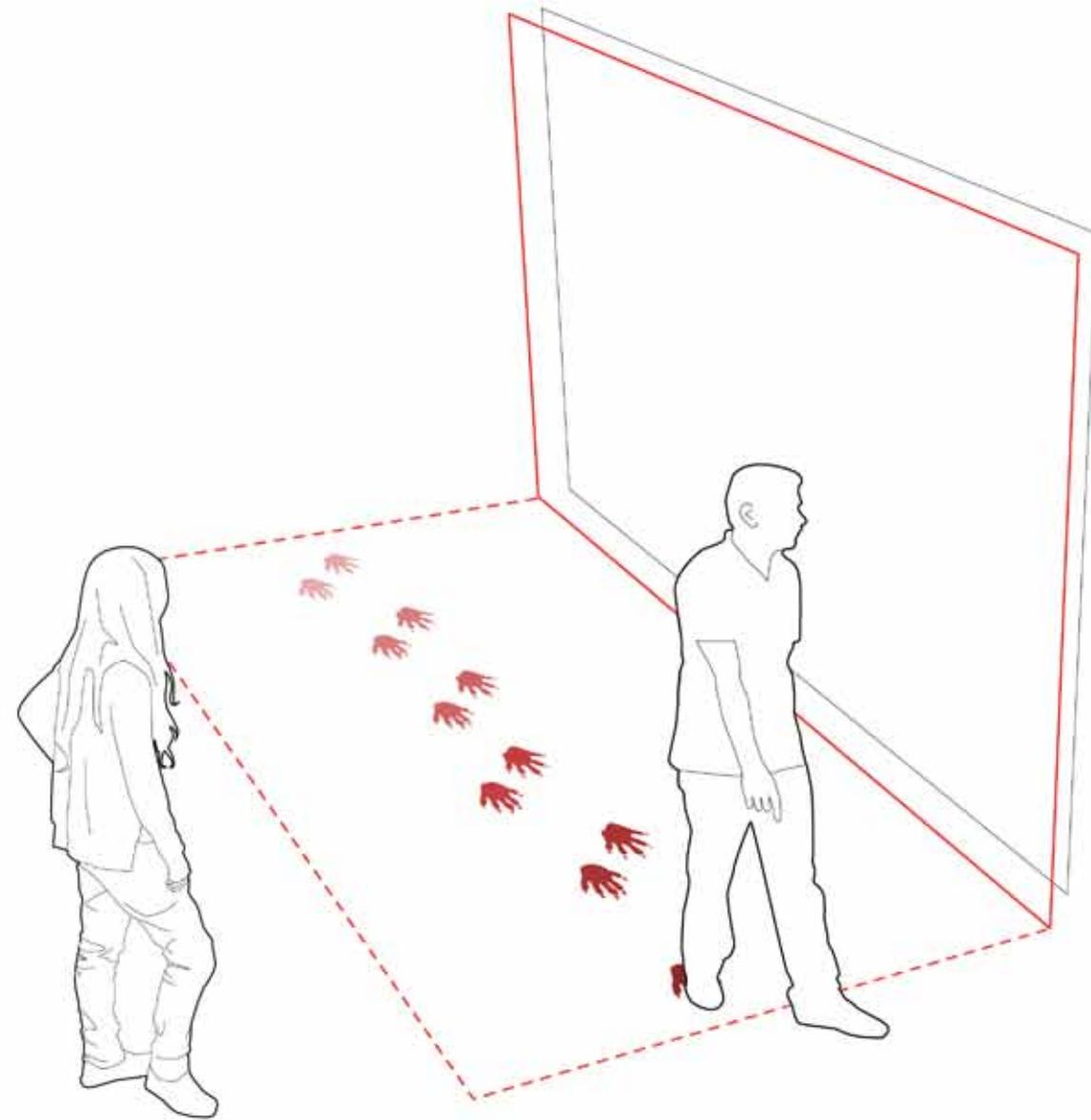
Valigie interattive



## I miei gioielli

Sui passanti vengono proiettate le migliori marche di gioielleria. Vale di più un gioiello o la persona che lo indossa?





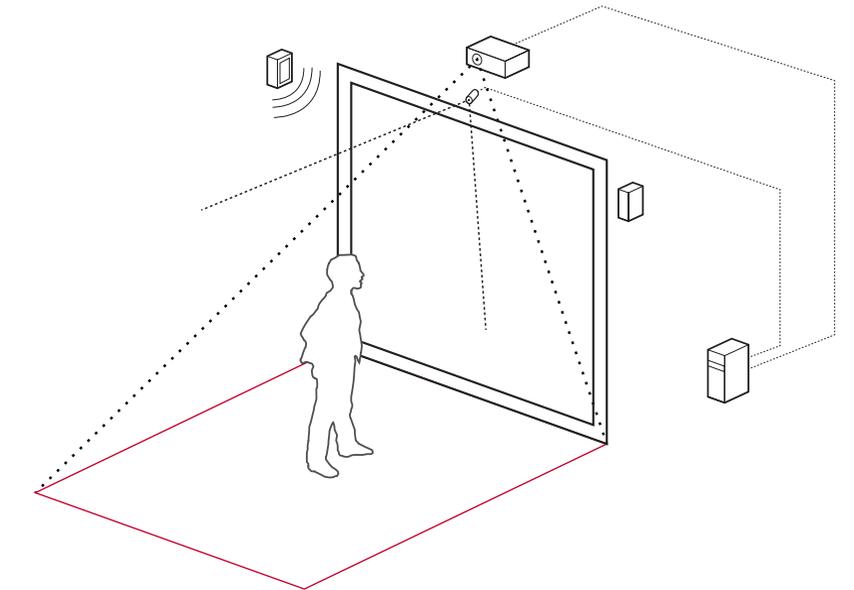
*Due persone*



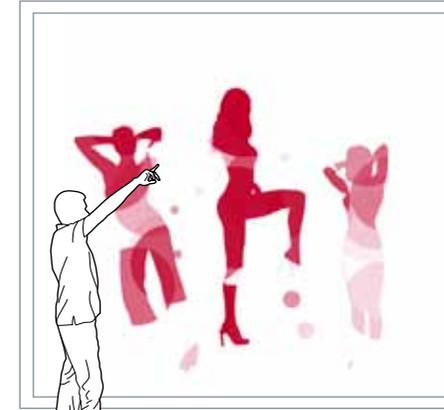
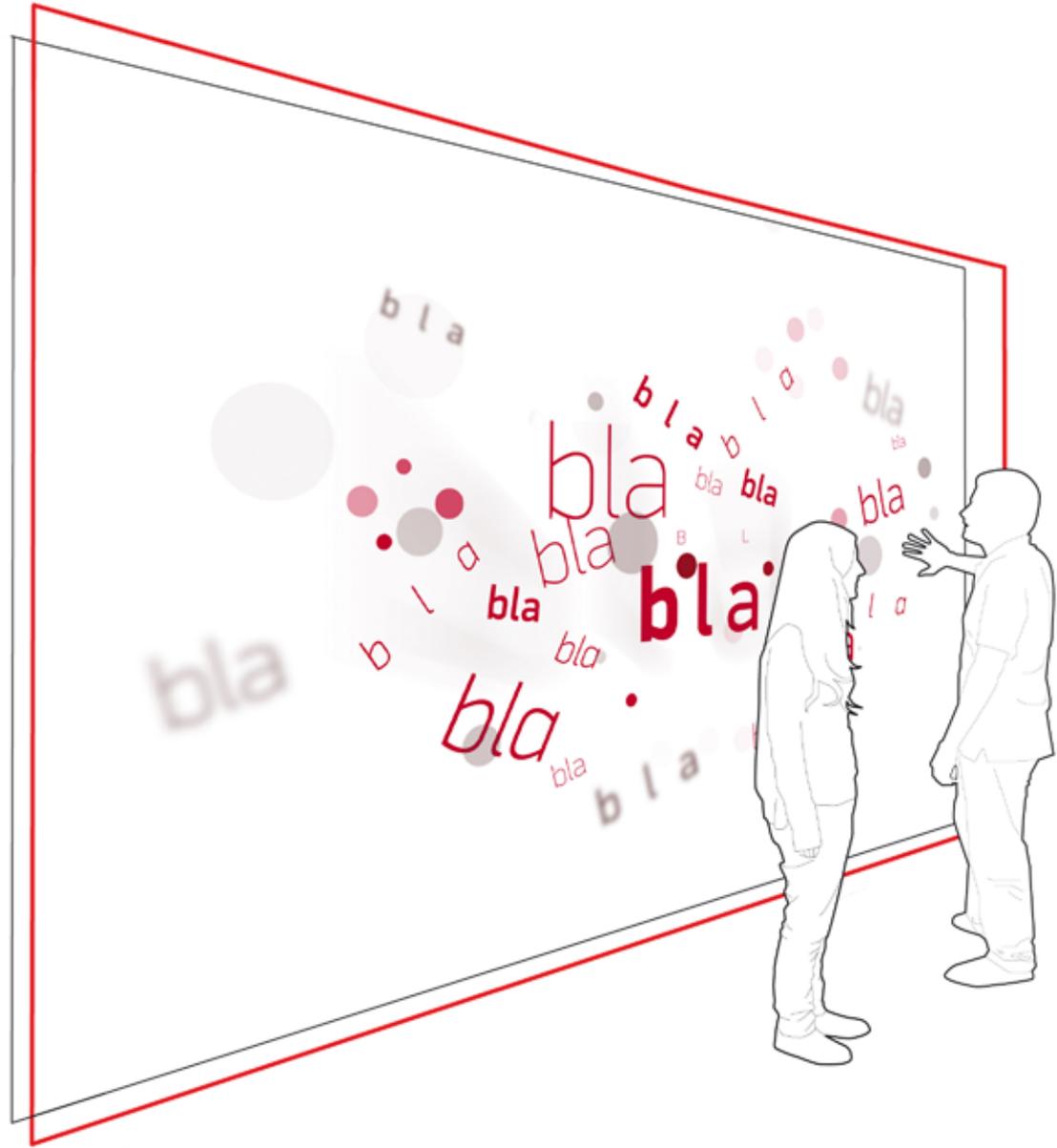
*Tre persone*

## Urban Jungle

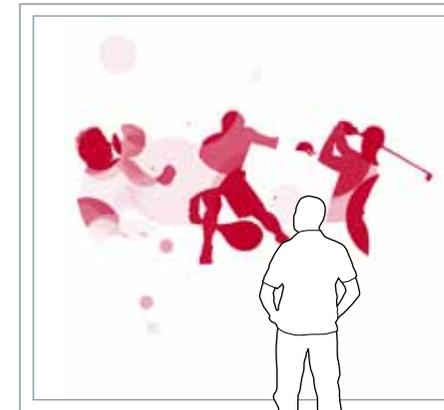
Si attraversa un tappeto magico su cui rimangono imprime le nostre tracce. Ma queste tracce rassomigliano a quelle degli animali della jungla! Un paesaggio sonoro appropriato sottolinea ulteriormente la nota analogia tra il contesto metropolitano e la jungla.







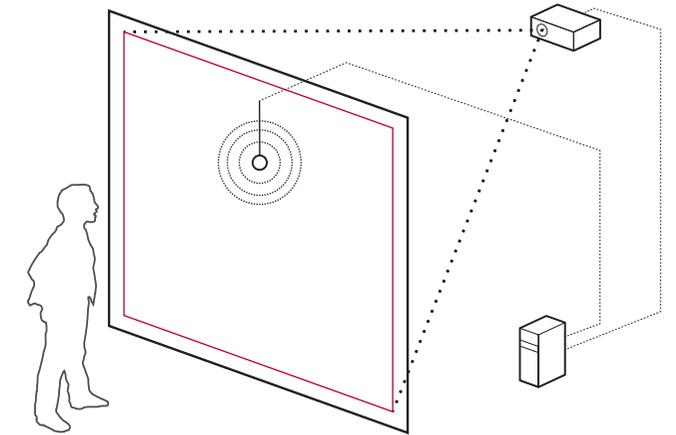
Gossip



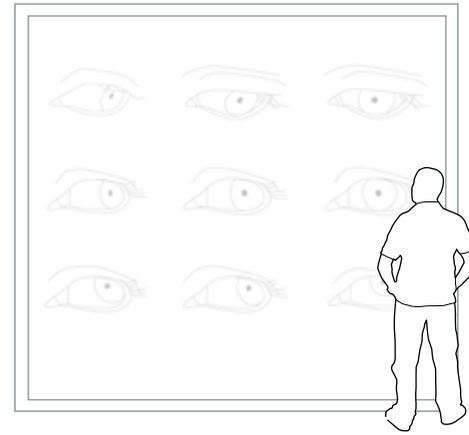
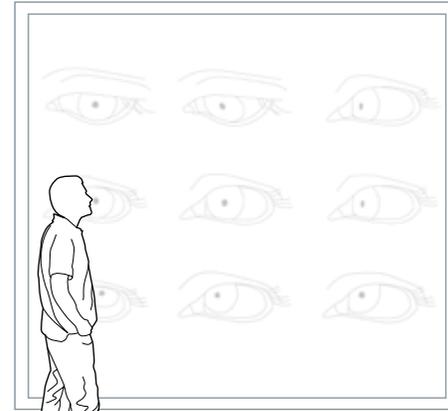
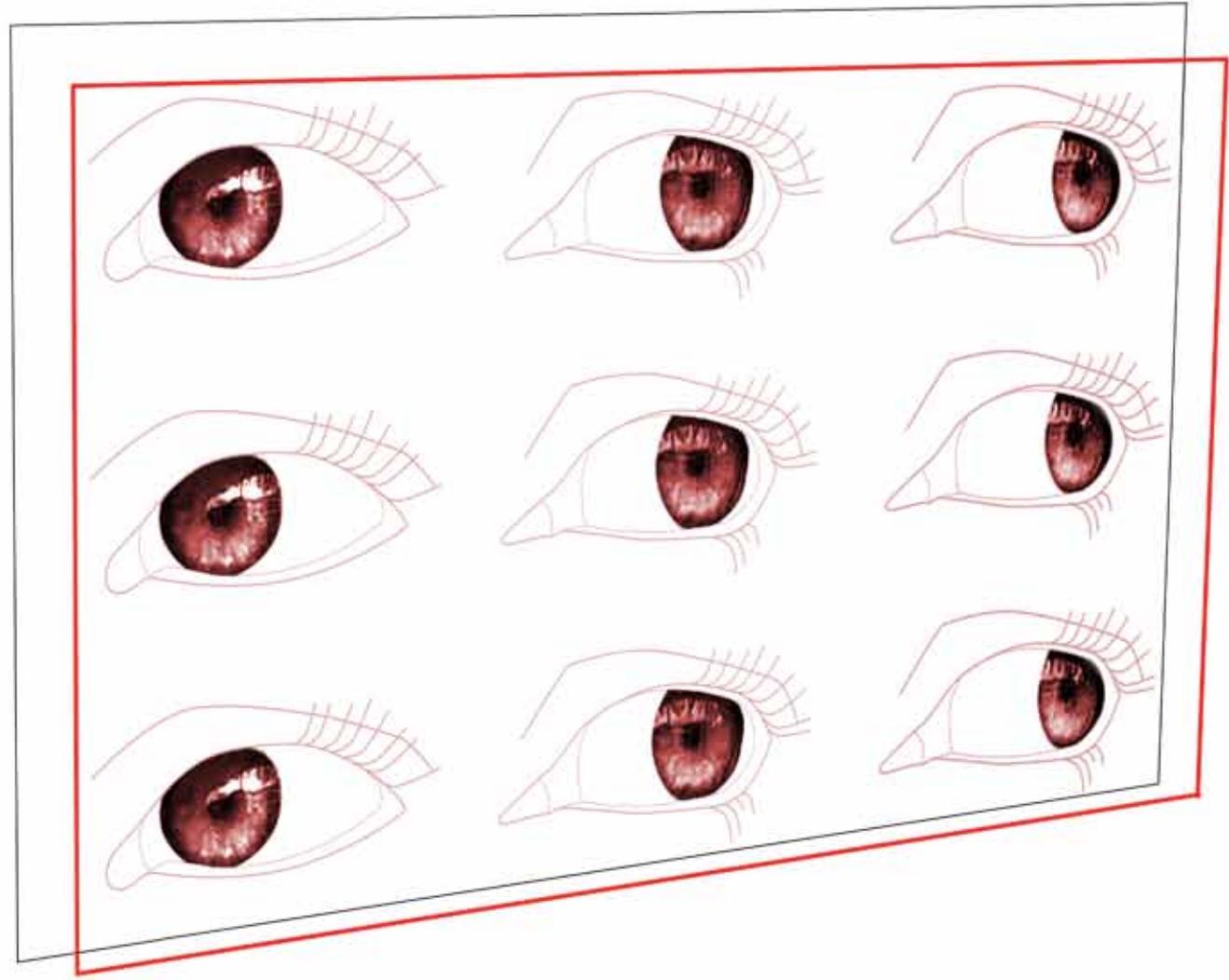
Sport

## Chit chat

La vetrina si trasforma in una sorta di specchio d'acqua su cui le nostre parole cadono come gocce luminose. La vetrina rende palese con un effetto visivo i dialoghi che avvengono nella sua prossimità tra i clienti o i passanti.

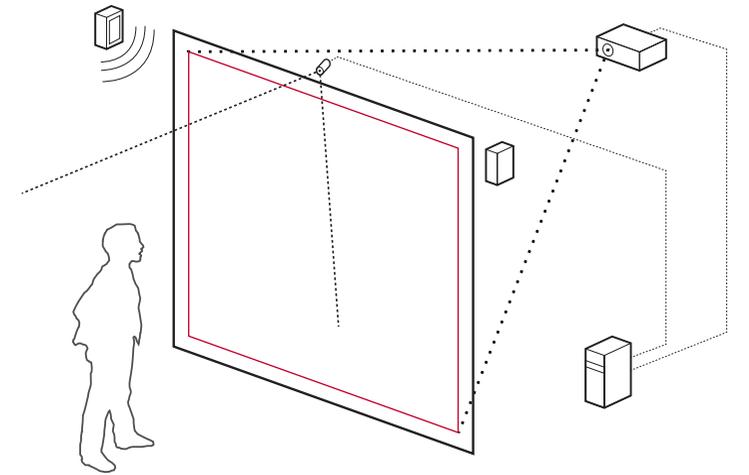




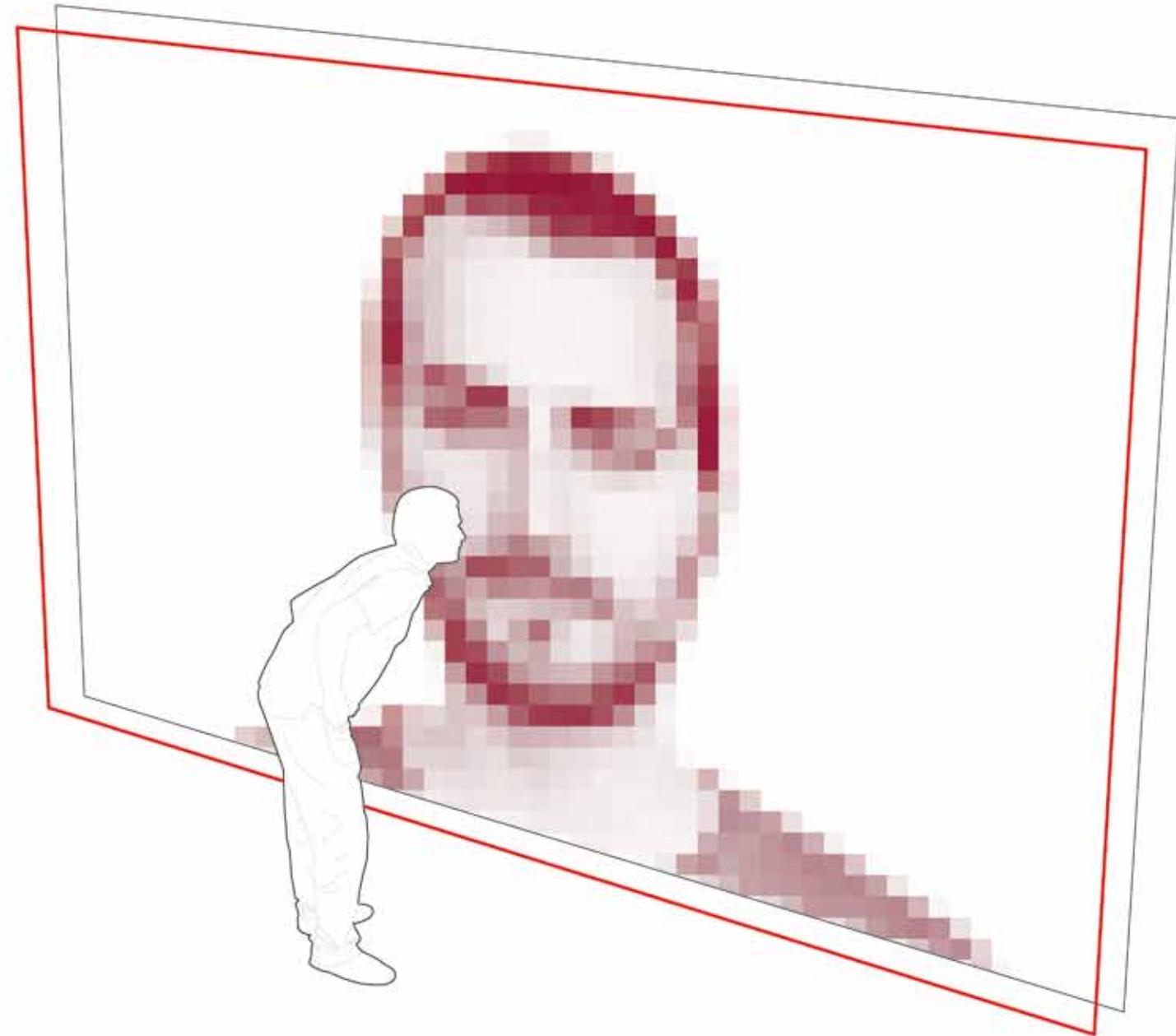


## Controllati a vista

Chi passeggia davanti alla vetrina si trova ad essere seguito da una serie di occhi giganti. Il tema esplorato è quello del controllo a cui siamo subdolamente sottoposti nella nostra quotidiana attività di consumo.







*Troppo lontano*

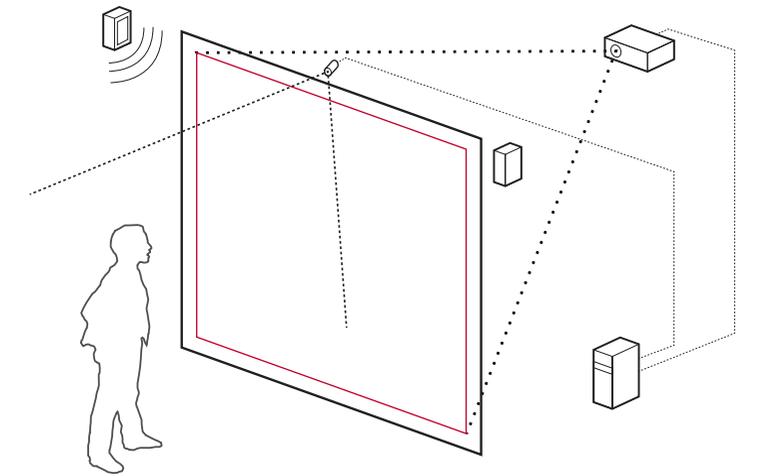


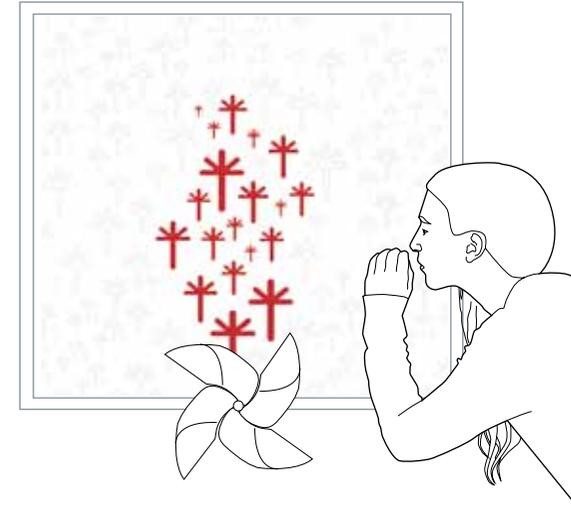
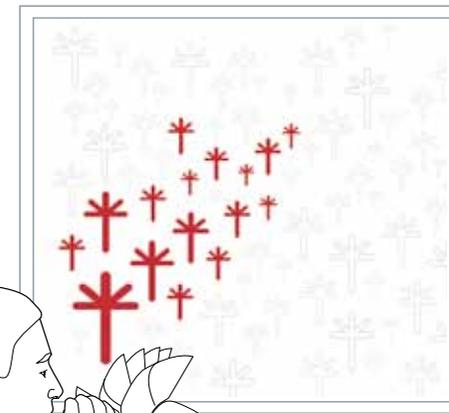
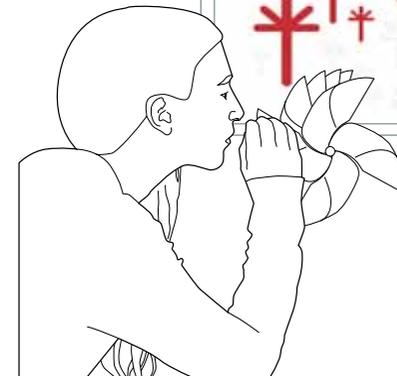
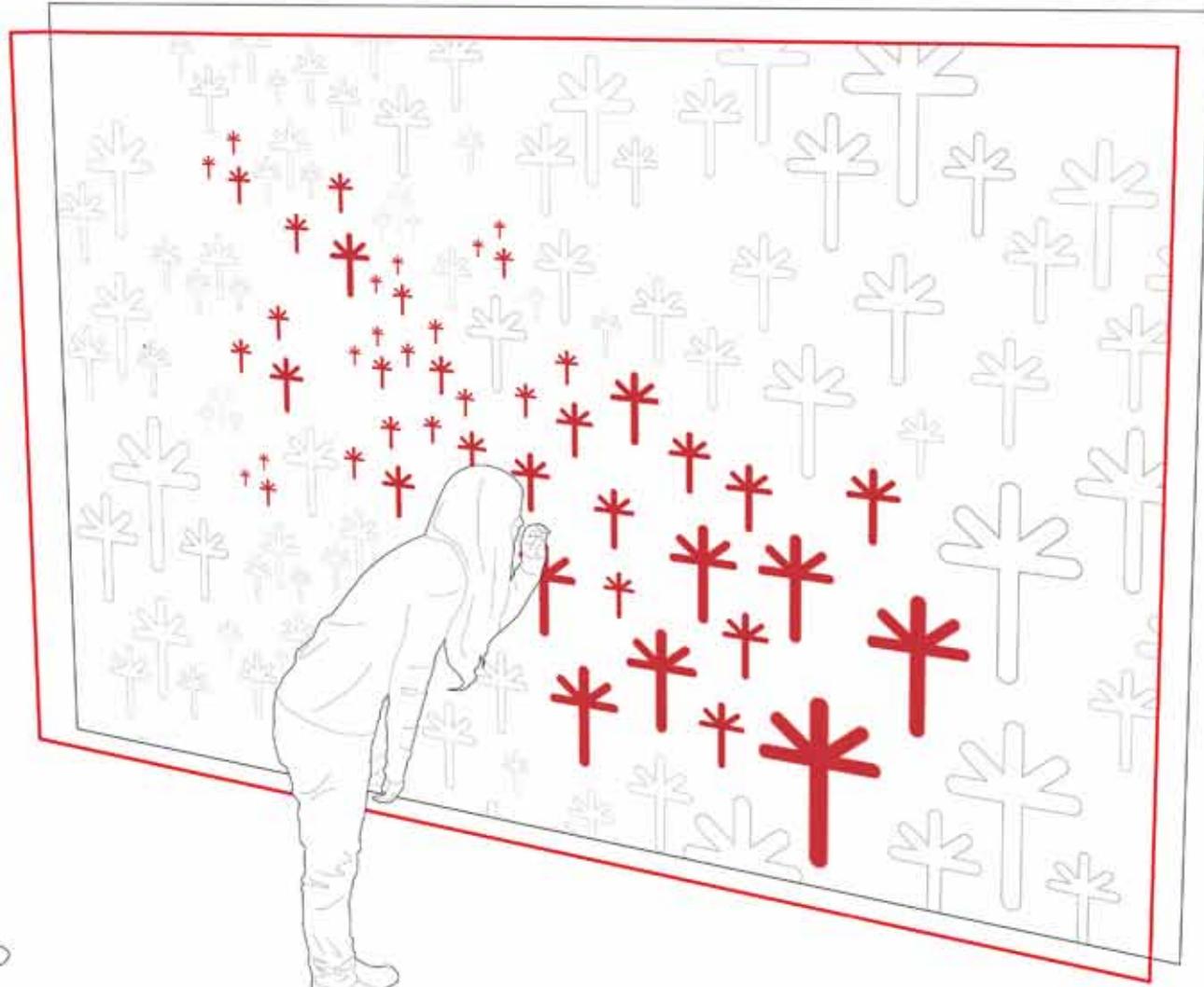
*Punto focale*



## Controllati la vista

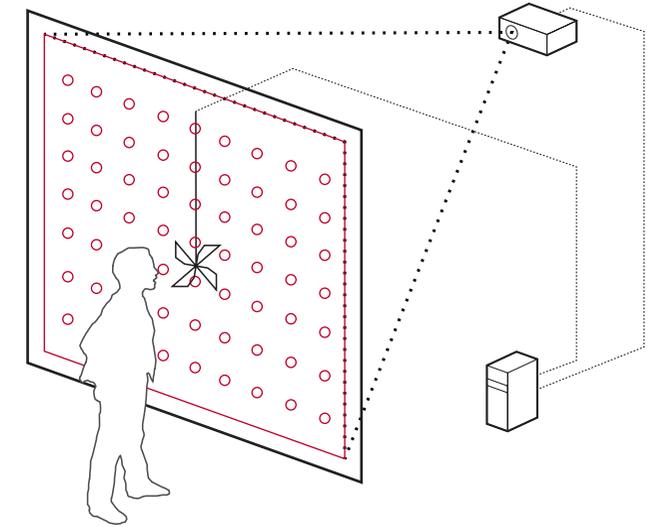
Muovendosi avanti e indietro si viene sollecitati a mettere a fuoco la propria immagine che è stata precedentemente catturata dalla vetrina. Bisogna trovare la posizione giusta o scoprire cosa succede ai punti estremi. Il tema esplorato è quello della ricerca dell'equilibrio in un ambiente ambiguo che appare incomprensibile.

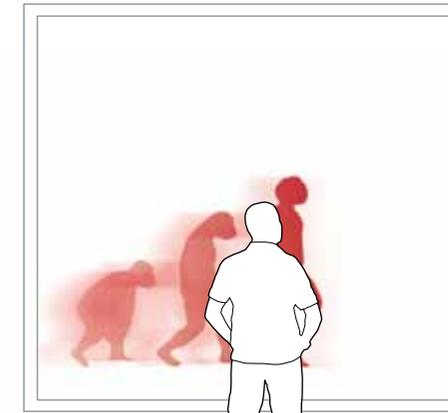




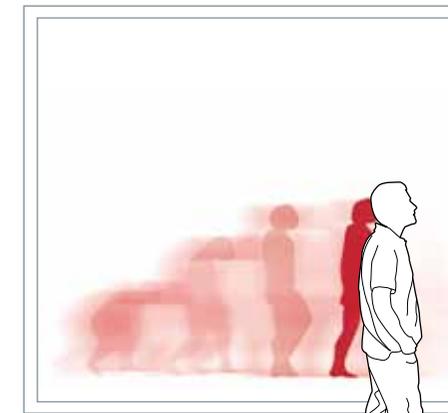
## Blowing

Una girandola è disposta al centro della vetrina. Soffiandoci sopra, apparirà sulla vetrina una scia luminosa fatta di led che sarà più o meno intensa e prolungata in funzione dell'intensità del soffio e della direzione.





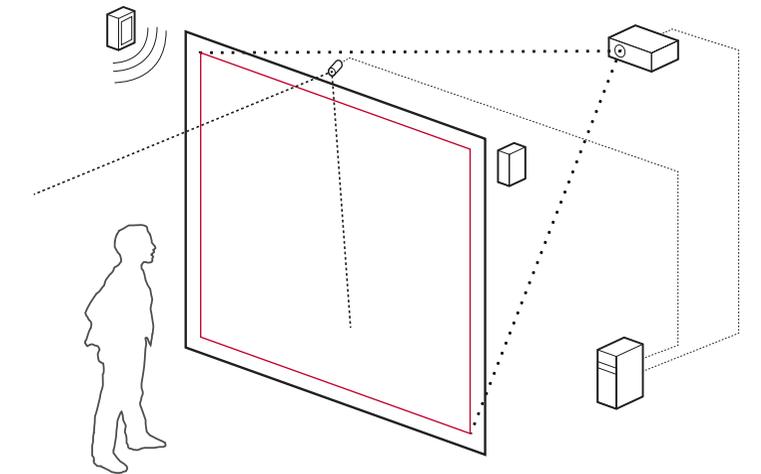
*Tre persone*

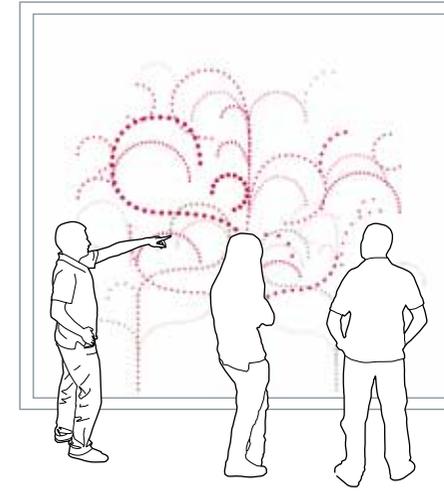
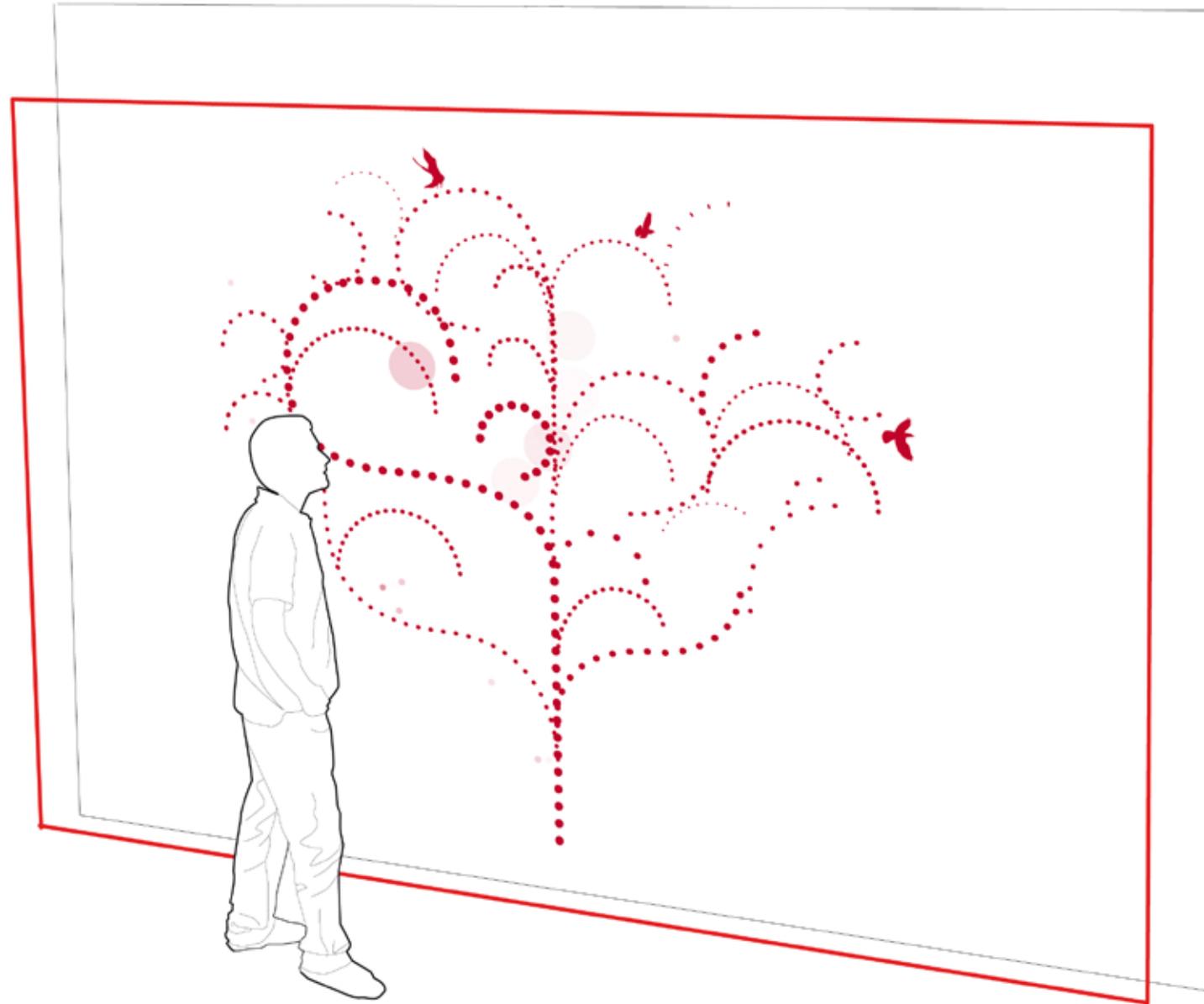


*Due persone*

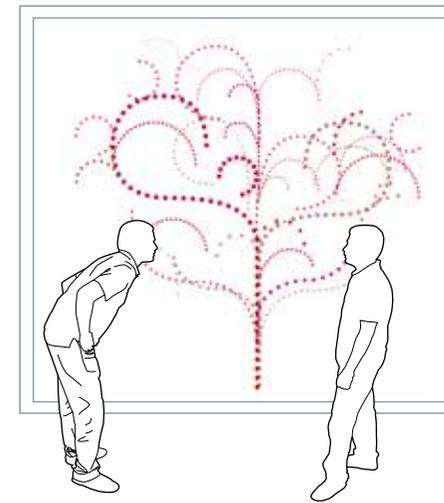
## Balzi evolutivistici

Spostandosi avanti e indietro, si fa scorrere il cursore degli stadi evolutivistici: le ombre degli ominidi vengono riempite di textures che appartengono al mondo della cultura visiva delle varie epoche.





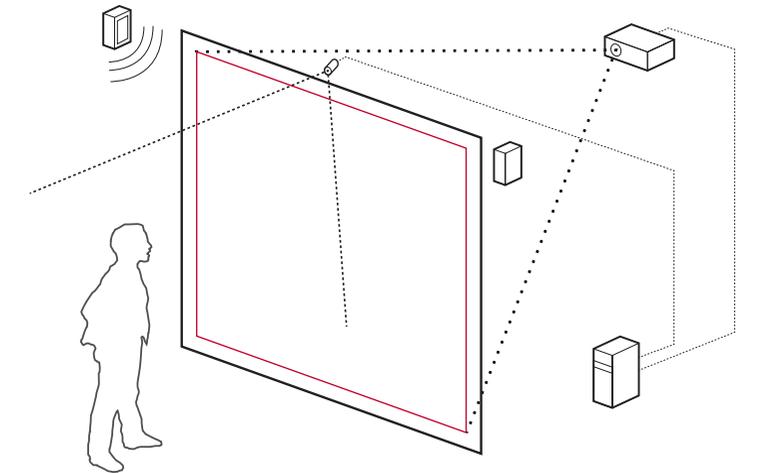
*Tre persone*

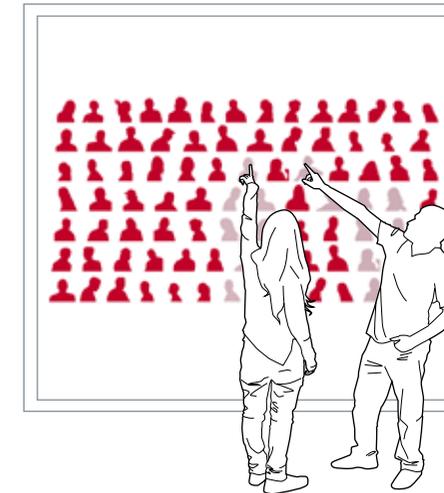
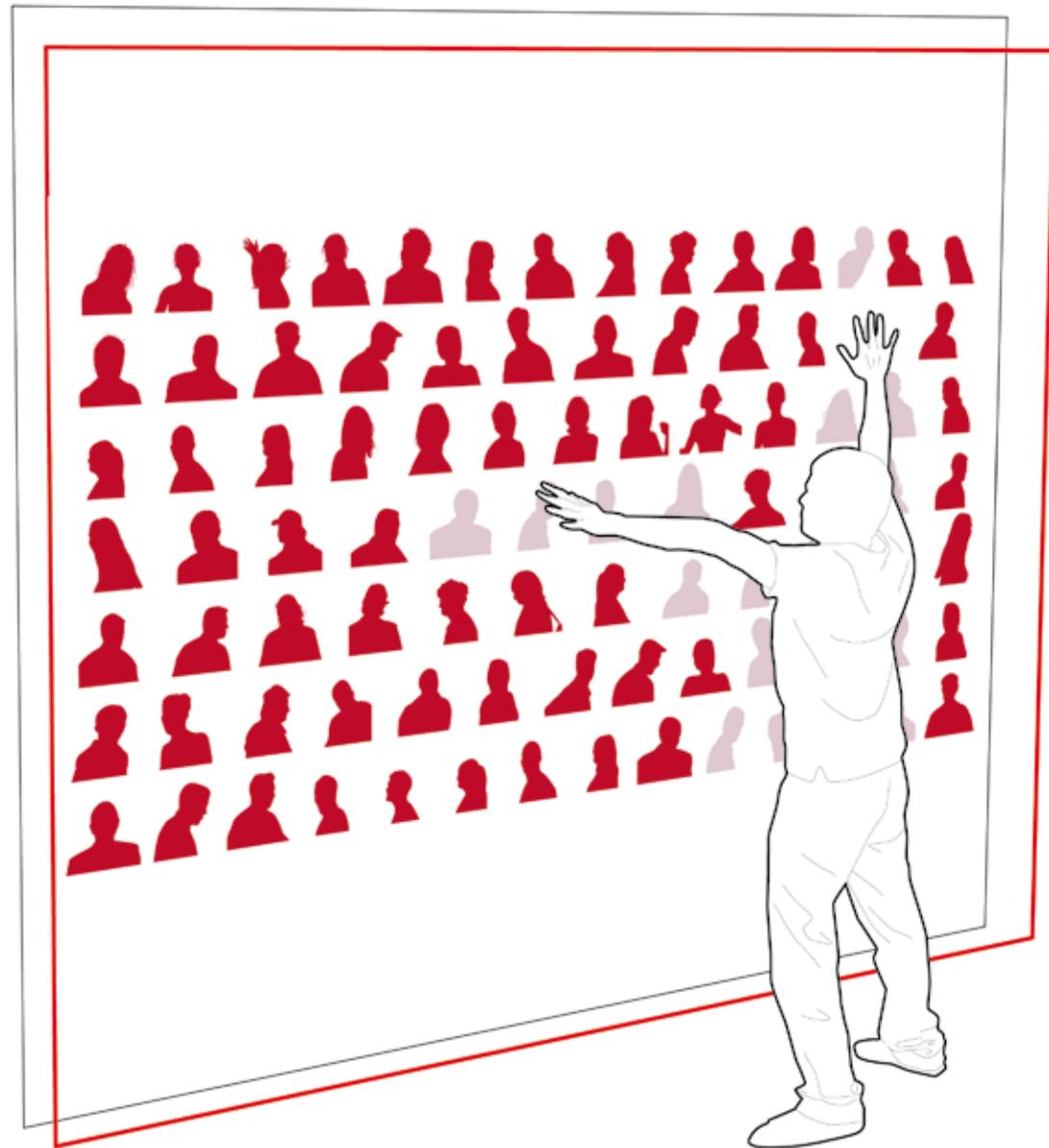


*Due persone*

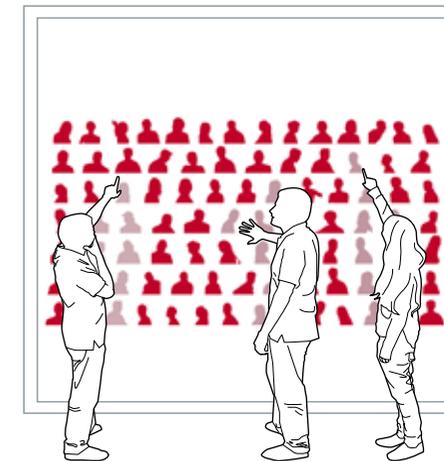
## Paradiso in terra

I passanti si fermano di fronte alla vetrina: ciascuno di loro diventa un seme che fa crescere una pianta digitale. Più i passanti restano a guardare più la vegetazione si infittisce. Il tema esplorato è il rapporto di contiguità tra la dimensione reale e quella digitale che il dispositivo interattivo permette di instaurare.





*Tre persone*

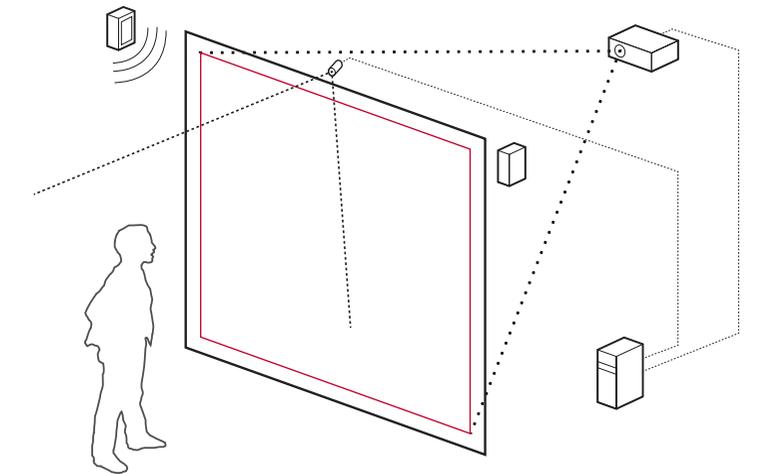


*Due persone*

## My look

Vengono proiettati sulla vetrina n x m ritratti di clienti che sono stati preventivamente ripresi da una telecamera mentre si tagliano i capelli. I passanti possono attivare solo i ritratti relativi alla loro ombra.

Si crea uno strano rapporto tra interno ed esterno e tra ciò che è avvenuto nel passato e ciò che sta accadendo.



B

# FATTIBILITÀ

## Valutazione economica

Una installazione interattiva prevede l'assemblaggio di componenti tecnologiche da innestare nel contesto spaziale. Queste componenti hanno bisogno di una intelligenza che le faccia funzionare in una certa precisa maniera: è la programmazione, la realizzazione di un software che sovrintenda il tutto. Inoltre, essendo l'allestimento interattivo un meccanismo che entra in dialogo con l'utente, ci sarà una componente di contenuti tramite i quali si instaura una comunicazione interattiva, appunto: sono i video, le animazioni, i soundscapes.

Il costo di una installazione interattiva varia anche in base alla "robustezza" del sistema, cioè in base alla durata prevista di esercizio e al luogo di installazione. Una installazione che dura una notte o viene approntata per un evento con una durata molto limitata e in un ambiente protetto (per esempio un museo o una galleria), prevederà meccanismi meno "robusti" e quindi con dei costi contenuti. Installazioni o meccanismi che funzionino più a lungo o che hanno bisogno di essere impiantati all'esterno o che prevedono continui interventi di aggiornamento dei contenuti, avranno costi più alti.

Una valutazione economica precisa può essere quindi predisposta su un progetto definitivo elaborato in base a chiare esigenze del committente.

Pertanto nella valutazione di fattibilità economica di un allestimento interattivo vanno considerate le seguenti voci:

### > **Progettazione**

Progetto dell'allestimento (fase, preliminare, definitiva, esecutiva)  
Progetto dell'interazione (fase, preliminare, definitiva, esecutiva)

### > **Realizzazione**

Costo di realizzazione dell'allestimento spaziale (corpi d'opera e manodopera);  
Costo delle componenti tecnologiche e loro assemblaggio  
Costo della licenza software  
Costo di installazione nel contesto allestitivo  
Costo di produzione dei contenuti  
Costo di assistenza, manutenzione e aggiornamento  
Costi burocratici (assicurazioni, autorizzazioni, permessi, ...)

## Fattibilità tecnologica

Per quanto riguarda i progetti di vetrine interattive predisposte, si possono fare delle stime sommarie per consentire le opportune valutazioni.

Si possono distinguere tre grandi tipologie di progetti in base alla tecnologia usata.

### > **Progetti RFID TAGS (5.000 - 10.000 €)**

Proiettore (o monitor) | RF ID Tags | Antenna RF  
CPU + gruppo continuità + hardware di supporto  
Software | Contenuti video e audio

### > **Progetti Video Tracking (10.000 - 25.000 €)**

Telecamera | Lampada ad infrarossi | Videoproiettore  
CPU + gruppo continuità + hardware di supporto  
Componentistica elettronica | Software | Contenuti video e audio | (Motion Graphic e Grafica Generativa)

### > **Progetti sensori (15.000 - 30.000 €)**

Sensori e componentistica elettronica | Microcontroller  
(CPU + gruppo continuità + hardware di supporto) | Software

## Cronoprogramma

Questo cronoprogramma fa riferimento ad un arco di tempo di circa due mesi e considera come verifica intermedia significativa il momento del set up di un prototipo interattivo funzionante presso lo IED.

Vengono proposti i seguenti step:

1. Definizione dei criteri progettuali definitivi con il cliente
2. Definizione di un budget di riferimento
3. Individuazione dell'esercizio commerciale
4. Rilievo e restituzione
5. Progetto dell'allestimento spaziale e grafica
6. Realizzazione di un prototipo funzionante allestito allo IED
7. Verifica con il cliente
8. Revisione del prototipo (contenuti e meccanismo interattivo)
9. Installazione del prototipo *in situ*
10. Test e aggiustamenti
11. Opening



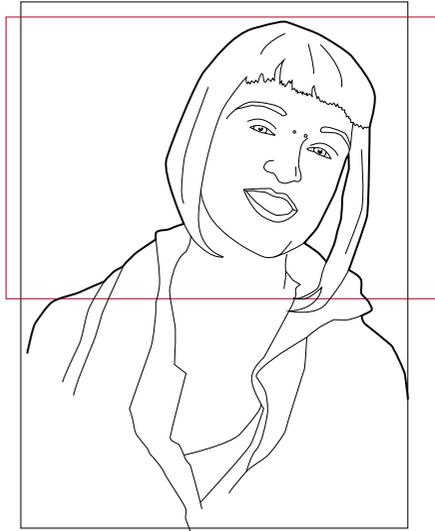
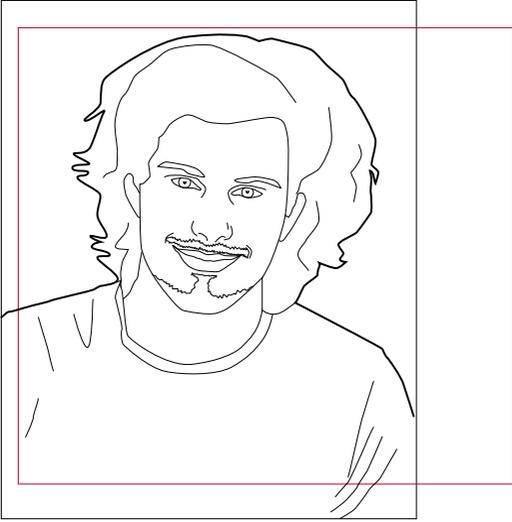
c

# BACKSTAGE



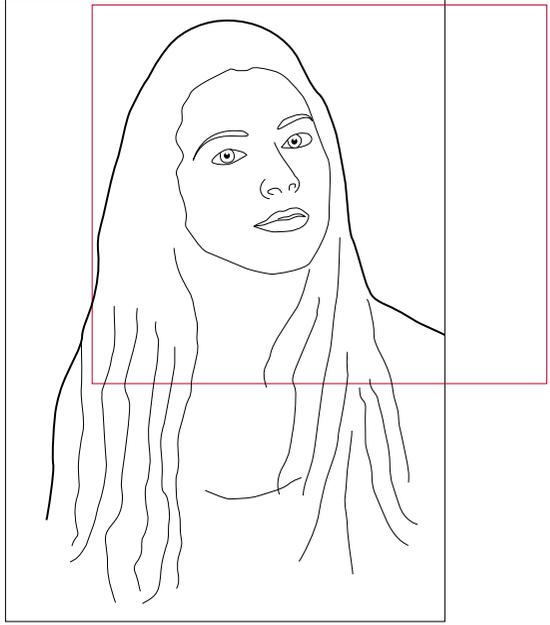
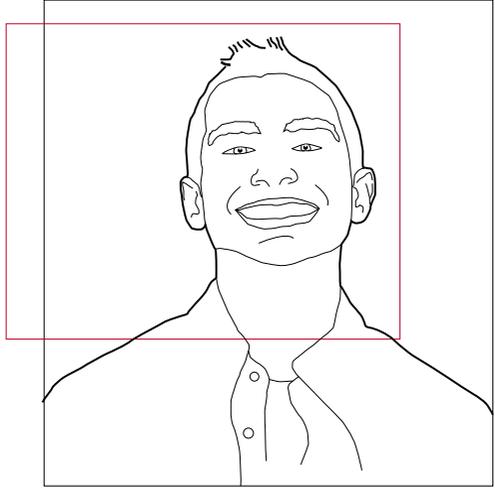


Alessandro Alpago



Oriana Distefano

Daniel Bedusa

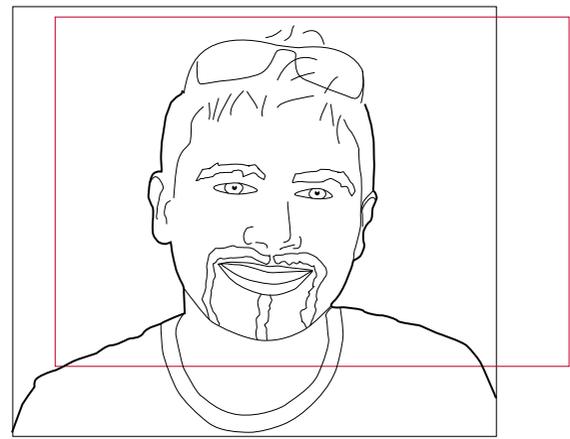


Martina Biffa

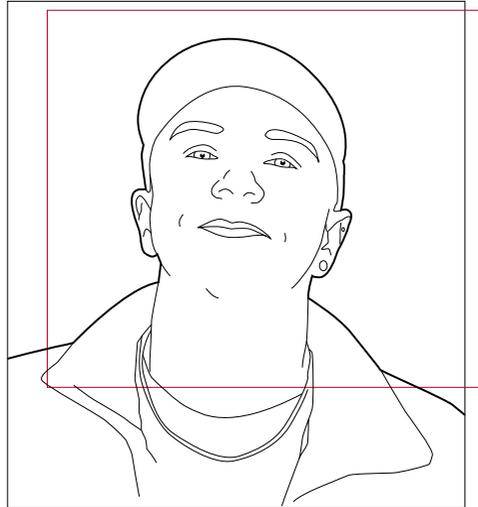
Andrea Incardona



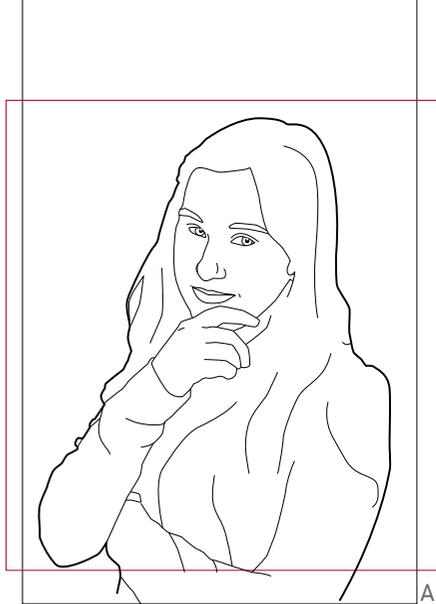
Carlo Bindi



Angelo Simone Crociani



Alessandra Filippone



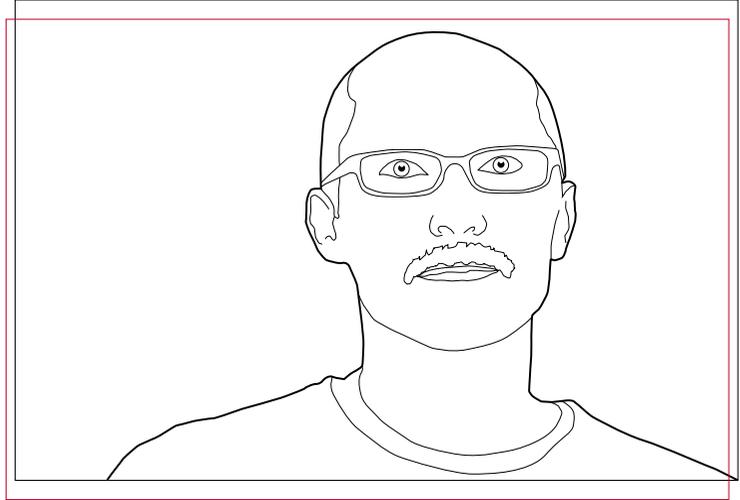
Andrea Dell'Anna



Sabrina Fasano



Daniele Mancini





London, 1851



Direttore  
**Alberto Iacovoni**

Direttore scuola di design  
**Laura Negrini**

Progettista e coordinatore  
**Daniele Mancini**

Progettisti  
**Daniel Bedusa** *Digital & virtual design*  
**Angelo Simone Crociani** *Digital & virtual design*  
**Alessandro Alpago** *Digital & virtual design*  
**Martina Biffa** *Video design*  
**Sabrina Fasano** *Video design*  
**Andrea Dell'Anna** *Graphic design*  
**Oriana Distefano** *Graphic design*  
**Carlo Bindi** *Interior design*  
**Alessandra Filippone** *Interior design*

con la collaborazione di  
**Andrea Incardona** *Digital & virtual design*

Valutazione economica e fattibilità tecnologica  
**Daniele Mancini** con la collaborazione di  
**Giorgio Olivero (ToDo)**

Booklet  
**Andrea Dell'Anna, Oriana Distefano**

INTERACTIVE SHOPPING PROJECT  
Roma, 21 maggio 2010