

Advertising Technologies, Creatività e Marketing Immersivo

MISSONI HOME X DESIGN WEEK 2026

“WAVING THE UNSEEN”

Project Work

Anna Guarato 1045622, Ramona Orsi 1047540, Federica Pierini 1047381, Lidia Sapienza 1032083, Luca Scorbati 1046556

STRATEGIC FRAMEWORK



CREATIVE & IMMERSIVE UX

AI-POWERED OPTIMIZATION

REPORTING & PRESENTATION

HISTORY

STRATEGIC FRAMEWORK

MISSONI HOME, NATA NEL 1983, **RAPPRESENTA** LA DECLINAZIONE DEL BRAND **MISSONI NEL MONDO DELL'INTERIOR DESIGN**, PORTANDO ALL'INTERNO DELLO SPAZIO DOMESTICO GLI ELEMENTI CHE STORICAMENTE NE DEFINISCONO L'IDENTITÀ: **SPERIMENTAZIONE TESSILE, UTILIZZO DISTINTIVO DEL COLORE E PATTERN ICONICI.**

MISSONI COSTRUISCE IL PROPRIO VALORE NON SOLO SUL PRODOTTO, MA SU UNA **FORTE COERENZA ESTETICA E CULTURALE** CHE RENDE IMMEDIATAMENTE RICONOSCIBILI I SUOI OGGETTI.

SI AFFERMA COME **UNA DELLE PRIME ESTENSIONI LIFESTYLE** DI UN BRAND FASHION ITALIANO, ANTICIPANDO IL CONCETTO DI TOTAL LIVING E PONENDOSI IN CONTINUITÀ CON L'IDENTITÀ STORICA DELLA MAISON MISSONI (FONDATA NEL 1953).



COMPETITORS

STRATEGIC FRAMEWORK

IN QUESTO SCENARIO, MISSONI HOME SI DIFFERENZIA GRAZIE A UNA **PROPOSTA FORTEMENTE IDENTITARIA E LEGATA AL PATTERN** COME **ELEMENTO NARRATIVO**.

ACCANTO AI COMPETITOR DIRETTI, MISSONI HOME **SI CONFRONTA ANCHE CON BRAND DI DESIGN CONTEMPORANEO COME KARTELL, B&B ITALIA O HAY**, CHE, PUR OPERANDO SPESSO CON UN'ESTETICA PIÙ MINIMALISTA, INTERCETTANO LA STESSA FASCIA DI **CONSUMATORI 25-44 ANNI** ATTENTI AL DESIGN E ALLO STORYTELLING DEL PRODOTTO.



TARGET

STRATEGIC FRAMEWORK

I CREATIVE & DIGITAL EXPLORERS:

GIOVANI PROFESSIONISTI, CREATIVI, DESIGNER, ARCHITETTI O APPASSIONATI DI MODA/DESIGN CON UNA DISCRETA O ALTA CAPACITÀ DI SPESA. SONO EARLY ADOPTERS DI TECNOLOGIA E TENDENZE. HANNO DAI 25 AI 44 ANNI

ESPERIENZA-CENTRICI

Cercano eventi che offrano più di una semplice visione; vogliono partecipare, interagire e sentirsi parte della creazione

DIGITAL STORYTELLERS

Utilizzano attivamente social media e piattaforme digitali (Instagram, TikTok, ecc.) per documentare e condividere esperienze esteticamente rilevanti e innovative

RICERCA DI UNICITÀ

Apprezzano marchi con una forte identità e storia, ma vogliono vederli proiettati in chiave contemporanea e futuristica.

DESIGN CONSCIOUS

Percepiscono l'arredamento non solo come funzionalità ma come espressione del proprio sé e del proprio stile di vita.

OBIETTIVI

STRATEGIC FRAMEWORK



BRAND AWARENESS & BUZZ

Massimizzare la visibilità durante la Design Week, aumentando copertura mediatica e contenuti generati dagli utenti (post, reel, stories e hashtag dedicati)

ENGAGEMENT (COMPORTAMENTALE)

Aumentare il tempo di permanenza all'interno dell'installazione e stimolare il desiderio di interagire e creare con Missoni, portando con sé un ricordo o una personalizzazione unica

BRAND ASSOCIATION

Rafforzare nel target 25–44 anni l'associazione tra Missoni Home e i valori di innovazione, arte interattiva, stile contemporaneo e vitalità digitale



VALUE PROPOSITION

STRATEGIC FRAMEWORK

PRESENTARE I PATTERN ICONICI DI MISSONI NON COME SEMPLICI TESSUTI STATICI, MA COME **ECOSISTEMI VIVI**.

L'**AR** È LA CHIAVE CHE SBLOCCA L'**ANIMA ARTISTICA E SURREALE DEL BRAND**, TRASFORMANDO LO SPAZIO FISICO IN UN **CANVAS DIGITALE**.

L'OBIETTIVO È **SUPERARE LA PERCEZIONE TRADIZIONALE DEL "LUXURY HOME DECOR"** PER INGAGGIARE MILLENNIALS E GEN Z.

SI PASSA DALLO STORYTELLING (RACCONTARE LA STORIA) ALLO **STORYDOING** (FAR VIVERE LA STORIA), USANDO LA **TECNOLOGIA COME LINGUAGGIO NATIVO DELLE NUOVE GENERAZIONI**.

L'ARREDAMENTO SI FONDE CON L'**ARTE DIGITALE**.

LE STANZE NON SONO SHOWROOM, MA **INSTALLAZIONI IMMERSIVE** DOVE IL CONFINE TRA L'OGGETTO E L'IMMAGINAZIONE SCOMPARE ATTRAVERSO L'AR.



ESPERIENZA UTENTE

STRATEGIC FRAMEWORK

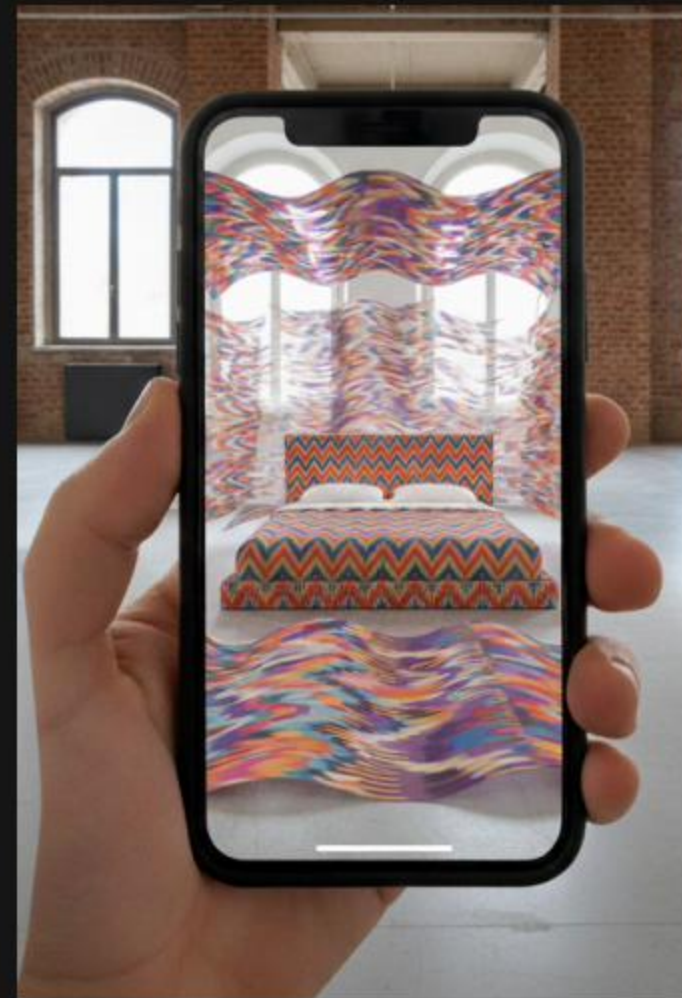
VEDERE L'INVISIBILE

L'AR PERMETTE DI **ESPLORARE LA MATERIA**: ZOOMARE SULLE FIBRE FINO A VEDERLE DANZARE O VEDERE I COLORI INFLUENZARE L'AMBIENTE. OFFRIAMO UN **LIVELLO DI PROFONDITÀ** CHE **L'OCCHIO NUDO NON PUÒ COGLIERE**, ELEVANDO L'ARTIGIANATO A SPETTACOLO VISIVO.

INSTAGRAMMABILE BY DESIGN

OGNI INTERAZIONE AR È **PENSATA PER ESSERE CATTURATA E CONDIVISA**. LA VALUE PROPOSITION PER IL GIOVANE UTENTE È LA CREAZIONE DI **CONTENUTO UNICO** ED **ESCLUSIVO** PER I PROPRI CANALI SOCIAL (INSTAGRAM O TIKTOK), GARANTENDO AL BRAND UNA VIRALITÀ ORGANICA E UN RIPOSIZIONAMENTO "COOL".

IL **VISITATORE NON È PASSIVO**. TRAMITE L'AR "ATTIVA" LE STANZE: MODIFICANDO LUCI, SUONI O PATTERN IN TEMPO REALE. QUESTO POTERE DI INTERAZIONE CREA UN LEGAME EMOTIVO IMMEDIATO E **TRASFORMA L'ESPOSIZIONE IN UN PARCO GIOCHI SENSORIALE**.



STRATEGIC FRAMEWORK

CREATIVE & IMMERSIVE UX

AI-POWERED OPTIMIZATION

REPORTING & PRESENTATION



CAMPAGNA — “WAVING THE UNSEEN”

CREATIVE & IMMERSIVE UX

FORMATO:

La campagna si basa su **4 pilastri**:

BRAND + PRODUCT EXPERIENCE

Non è una semplice installazione artistica, ma una vera **esperienza di prodotto**

AR IMMERSIVE ACTIVATION

La realtà aumentata è il **motore visibile** dell'esperienza

INTEGRAZIONE AI END-TO-END

L'intelligenza artificiale opera come un **livello invisibile** ma fondamentale

ON-SITE → DIGITAL → E-COMMERCE

Il percorso non finisce alla mostra; parte dalla Design Week e **continua a casa**

IL PUBBLICO DELLA **DESIGN WEEK 2026**, DAL **21 AL 26 APRILE 2026** CERCA **ESPERIENZE IMMERSIVE E PERSONALIZZABILI**, NON SHOWROOM STATICI.

FASI DELLA CAMPAGNA

CREATIVE & IMMERSIVE UX



1 DESIGN WEEK (ATTIVAZIONE FISICA)

DENTRO CASA DEGLI ARTISTI ALLESTIAMO LE **QUATTRO STANZE AR DEDICATE ALLE COLLEZIONI MISSONI HOME**. CHI È PRESENTE LA VIVE DAL VIVO, CHI È A DISTANZA PUÒ ACCEDERE AGLI STESSI STRUMENTI TRAMITE **LINK/WEBAR**.



2 UGC & ESPANSIONE DIGITALE

LE **CREAZIONI** REALIZZATE DAI VISITATORI NELLE STANZE, VERI E PROPRI **CO-CREATORI** DELL'ESPERIENZA, DIVENTANO **UGC** CHE MISSONI RACCOGLIE, AMPLIFICA E TRASFORMA IN CONTENUTI ISPIRAZIONALI.



3 E-COMMERCE & PROVA A CASA

DOPO L'EVENTO, L'**ESPERIENZA CONTINUA ONLINE**: OGNI VISITATORE PUÒ RIVEDERE IL PROPRIO **SOUVENIR 3D (TAKE-HOME DIGITALE)**, PROVARLO NEL PROPRIO SPAZIO CON WEBAR E ACCEDERE DIRETTAMENTE AL CATALOGO MISSONI HOME.

LA LOCATION: CASA DEGLI ARTISTI (BRERA)

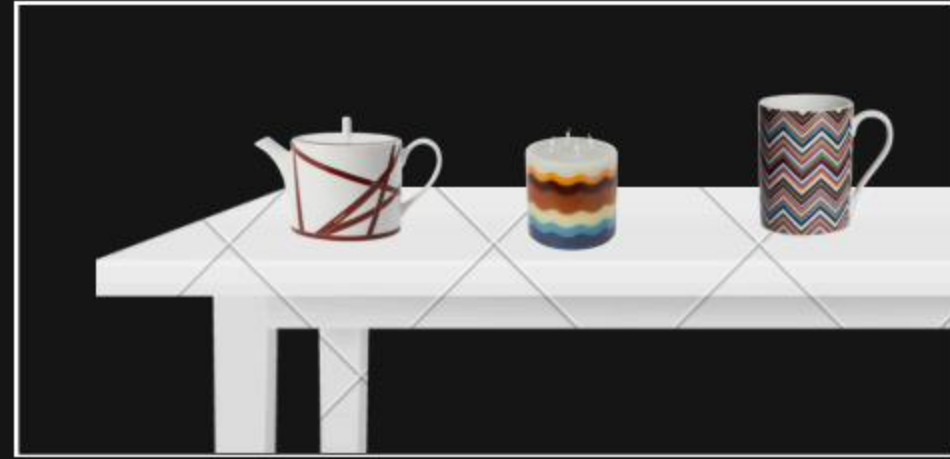
CREATIVE & IMMERSIVE UX



DAL FISICO AL DIGITALE, OGNI INTERAZIONE È UN DIALOGO:
TU CAMBI MISSONI, MISSONI CAMBIA TE.

STRUTTURA DELLA MOSTRA (4 STANZE AR)

CREATIVE & IMMERSIVE UX



LIVING — “THE CHROMATIC LOUNGE”

HOME COLLECTION | LIVING

ALLESTIMENTO FISICO

Sedute, pouf e tappeti Missoni Home, oggetti reali come divani e lampade

Ogni oggetto ha un **QR Code**

Scansionando il QR, l'oggetto appare in **3D**
→ **ruotabile, muovibile, scalabile**

Puoi cambiare pattern, colore, texture

Info prodotto + **link** diretto al **sito Missoni Home**

PERCHÉ FUNZIONA

È una prova d'arredo “a portata di mano”, connessa al catalogo reale



PROTOTIPO

PRODUCT VIEWER

Cuscino Dune 60x60 cm



€ 450,00



360°

Colore:



AGGIUNGI ALLA SHOPPING BAG

DINING — “THE TABLE THAT REMEMBERS”

HOME COLLECTION | LA MISE EN PLACE

ALLESTIMENTO FISICO

Mensole laterali con set reali: piatti, tazze, bicchieri, tovagliette.

La **tavola reale** diventa **interattiva**: l'utente può modificarla in AR



L'utente **punta la tavola** → cambia pattern e tessuti

Trascina texture Missoni nella tavola come fosse un **editor**

Apparecchia virtualmente: piatti, tazze, runner, candele
Preview 3D delle combinazioni create

OUTPUT CREATIVO

Ogni configurazione crea una tessera digitale che diventa parte del “**Quilt Collaborativo della Design Week 2026**”



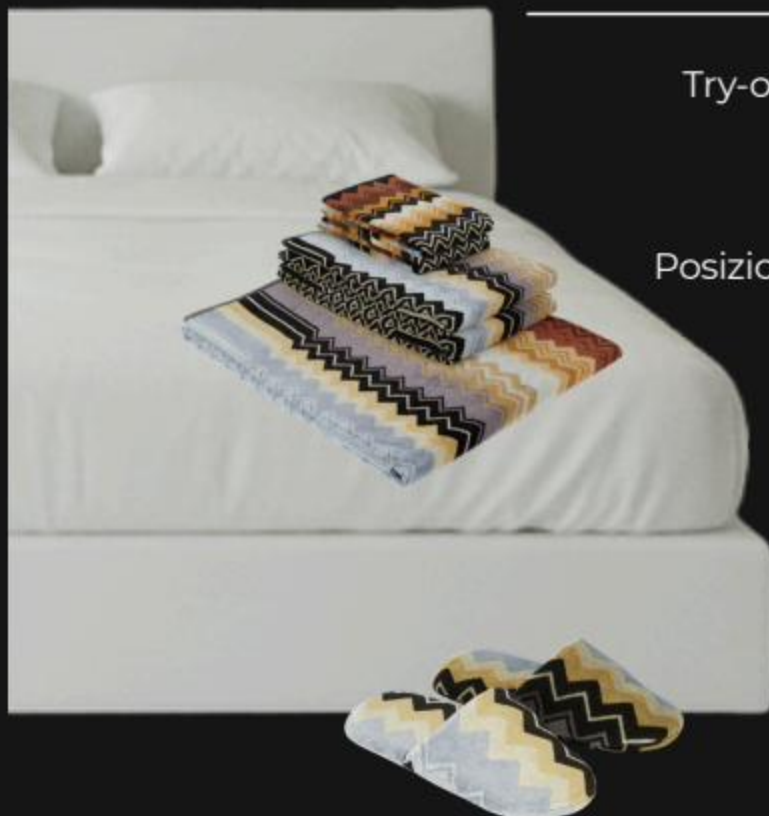
PROTOTIPO

DINING AR EXPERIENCE



BEDROOM + BATHROOM — “RIPOSO SINESTETICO” + VIRTUAL TRY-ON

HOME COLLECTION | TESSILE LETTO & LA COLLEZIONE GIACOMO



Try-on dei tessuti letto: copriletti,
cuscini, plaid

Cambi pattern e colori

Posizionamento oggetti AR nella
stanza



Try-on virtuale dell'accappatoio

Posizionamento tappetini e
accessori 3D



ALLESTIMENTO FISICO

Letto reale + specchio LED
+ asciugamani + tappetini + cuscini

PROTOTIPO

PERSONALIZZAZIONE DEI PATTERN



PROTOTIPO

TRY-ON VIRTUALE



OUTDOOR — “OPEN-AIR MISSONI REIMAGINED”

HOME COLLECTION | CASA DELLE VACANZE

ALLESTIMENTO FISICO
Pouf, sdraio, tappeti outdoor



Puoi posizionare gli oggetti outdoor nello spazio reale

Porti a casa gli oggetti con **WebAR tramite QR**

Cambi tessuto, pattern e dimensioni

Modalità “**my terrace**” → scatti una foto e provi outdoor Missoni nel tuo balcone

PROTOTIPO

PRODUCT VIEWER

Pouf da esterno Watamu 40x30 cm in
tessuto tecnico zig zag



€490,00



360°

Colore:



AGGIUNGI ALLA SHOPPING BAG

STRATEGIC FRAMEWORK

CREATIVE & IMMERSIVE UX

AI-POWERED OPTIMIZATION

REPORTING & PRESENTATION



STRUMENTI AI PER LA CAMPAGNA

AI COME ANALISI DEI COMPORTAMENTI (BEHAVIORAL ANALYTICS)

In ogni stanza, l'AI raccoglie e interpreta i **dati generati** dall'esperienza AR

AI PER LA GENERAZIONE DI VARIANTI CREATIVE

Genera **nuove possibilità creative**, perfettamente coerenti con il linguaggio Missoni

AI PER SEGMENTAZIONE PREDITTIVA (PREDICTIVE MODELING)

AI **costruisce cluster dinamici** di utenti, utili per la strategia di marketing ed e-commerce

AI PER ANALISI DEL SENTIMENT

L'AI **analizza commenti, interazioni social e condivisioni del souvenir digitale**, classificandoli

AI NEL FLUSSO DI PERSONALIZZAZIONE (DURANTE LA VISITA)

L'AI osserva e interpreta ogni **interazione** dell'utente

AI E TAKE-HOME DIGITALE (SOUVENIR 3D)

Al termine del percorso, l'AI genera automaticamente un **souvenir digitale 3D** personalizzato

DAL SOUVENIR DIGITALE ALLA CONVERSIONE

Il souvenir è un catalogo personalizzato, in cui **ogni oggetto è cliccabile** e rimanda al sito Missoni Home

KPI



KPI di Engagement

- tempo medio per stanza
- numero di interazioni AR
- pattern provati per utente



KPI Creativi

- numero di tessere generate per il Quilt
- diversità delle combinazioni create
- mood selezionati nel Bedroom



KPI di Conversione

- click-to-product dai souvenir
- aggiunte alla wishlist
- acquistabilità dei set suggeriti



KPI Tecnici

- FPS medio (Frames Per Second): è una misura che indica quanti fotogrammi (immagini) vengono reinderizzati ogni secondo durante un'esperienza digitale, come video, videogiochi o — nel nostro caso — esperienze AR.
- tempo di caricamento AR
- tasso di completamento esperienza
- acquistabilità dei set suggeriti



KPI di Brand Perception

- sentiment positivo/negativo
- coinvolgimento social del Quilt
- percentuale di utenti che condividono il souvenir

STRATEGIC FRAMEWORK

CREATIVE & IMMERSIVE UX

AI-POWERED OPTIMIZATION

REPORTING & PRESENTATION



KPI DI ENGAGEMENT



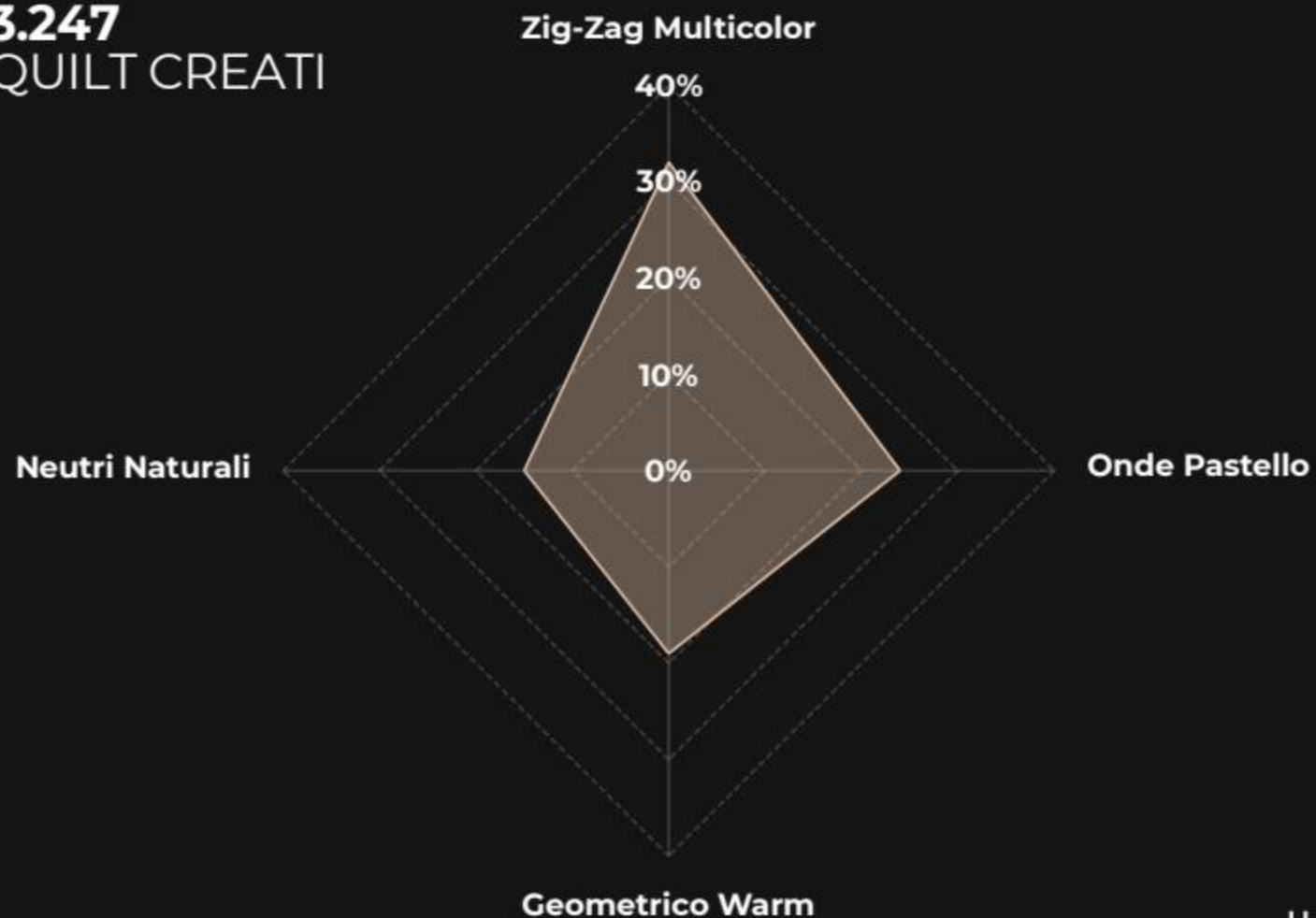
TEMPO MEDIO

Living 3:45	Bedroom/Bathro... 3:58
Dining 4:12	Outdoor 3:10

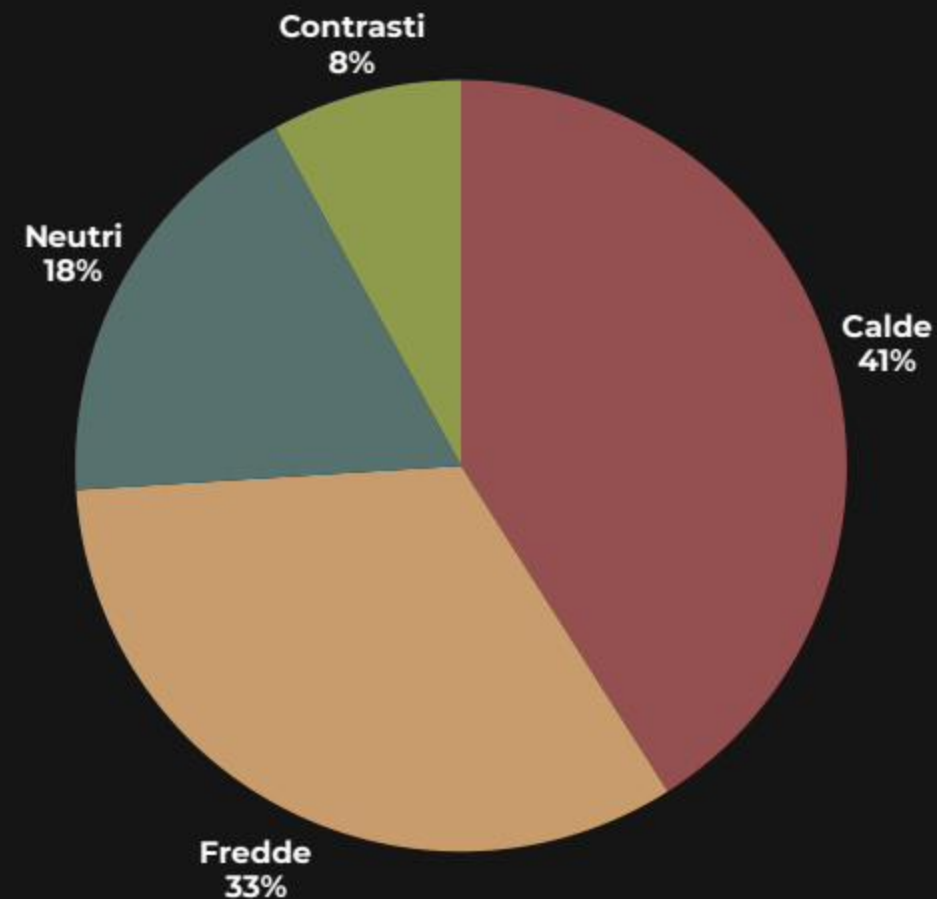
LA **SALA DINING** È LA PIÙ **COINVOLGENTE**, CON IL TEMPO MEDIO PIÙ ALTO E IL MAGGIOR NUMERO DI INTERAZIONI AR PER UTENTE

KPI CREATIVI

3.247
QUILT CREATI



PALETTE SCELTE



IL PUBBLICO TENDE VERSO **CROMIE CALDE**
E **PATTERN VIBRANTI**

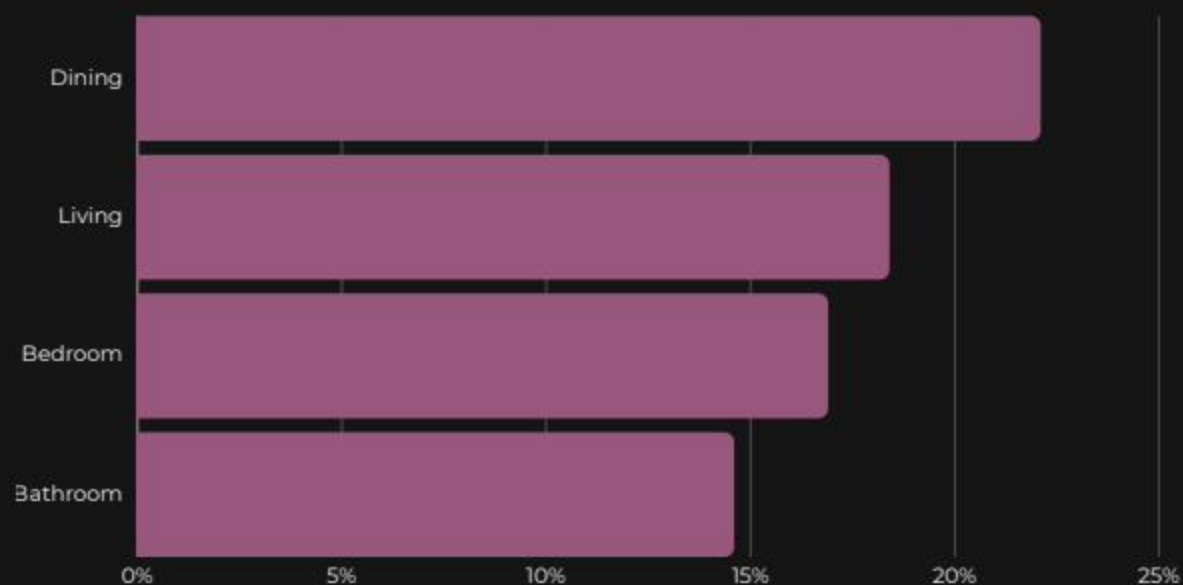
KPI TECNICI

KPI	VALORE	SIGNIFICATO
FPS Medio	43 FPS	Fluidità dell'AR
Tempo di Caricamento AR	1,8 sec	Velocità di accesso all'esperienza
Tasso di Calo FPS	3,20%	Stabilità dell'esperienza visiva
Crash Rate	0,70%	Affidabilità dell'applicazione
Completion Rate Percorso	62%	Percentuale di visitatori che completano l'intera esperienza

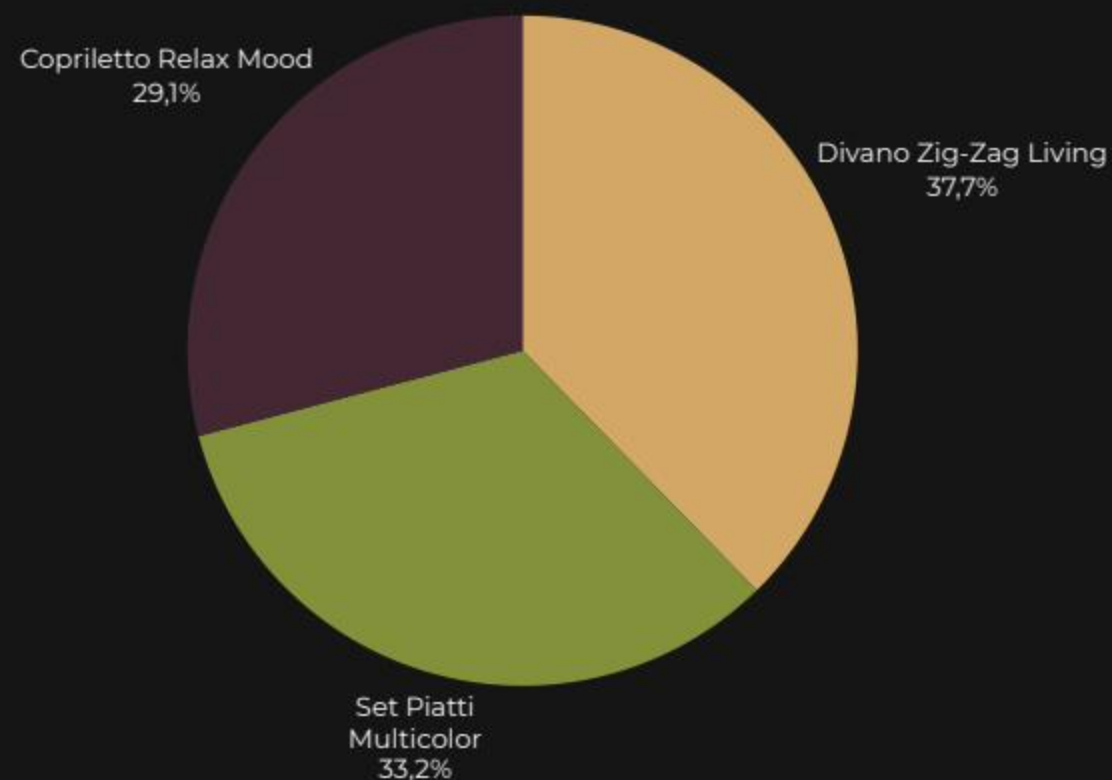
KPI DI CONVERSIONE

KPI	VALORE
Souvenir digitali generati	3.910
Souvenir aperti da casa	63%
Esperienze WebAR domestiche	1.920

CTR VERSO PRODOTTI

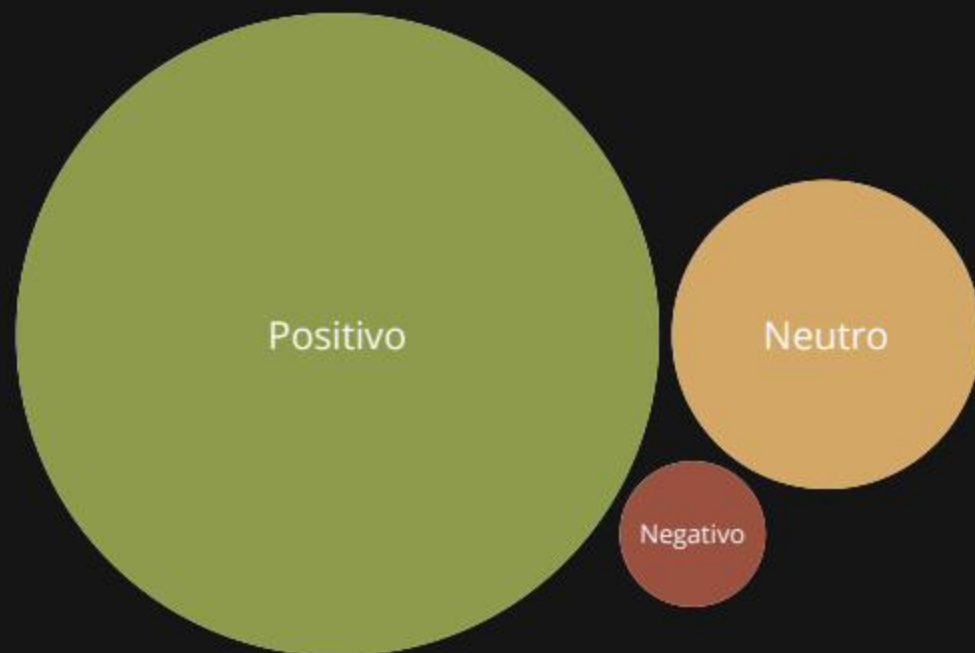


PRODOTTI PIÙ CLICCATI



IL **SOUVENIR DIGITALE** È UN **PONTE** VERSO L'ACQUISTO CHE PORTA GLI UTENTI A ESPORARE PRODOTTI REALI DOPO L'EVENTO

KPI DI BRAND PERCEPTION



EMOZIONE DOMINANTE: **ENTUSIASMO PER LA PERSONALIZZAZIONE** E L'ASPETTO GIOCOSO DELL'ESPERIENZA MISSONI



KPI	VALORE
Souvenir condivisi	1.120
Quilt menzionato	860
Reach organica stimata	148.000 utenti

CONCLUSIONI

IL PUBBLICO NON
OSSERVA MISSONI: LO
CREA

L'ESPERIENZA
GENERA CREATIVITÀ,
DATI E CONVERSIONE

IL QUILT DIVENTA UN
MANIFESTO DEI GUSTI
CONTEMPORANEI

IL SOUVENIR 3D È IL
PONTE TRA EMOZIONE E
ACQUISTO

SOUVENIR TAKE-HOME DIGITALE 3D E WEB-AR

TAKEWAY

OGNI VISITATORE RICEVE UN:

- **SOUVENIR DIGITALE 3D**, CIOÈ LA STANZA CHE HA PERSONALIZZATO
- **LINK WEBAR** PER RIVEDERE A CASA I PRODOTTI MISSONI NELLO SPAZIO REALE

COS'È IL WEB-AR?

IL WEBAR È LA **REALTÀ AUMENTATA** CHE FUNZIONA DIRETTAMENTE DAL BROWSER, SENZA BISOGNO DI SCARICARE UN'APP.

QUINDI:

- **APRI LA FOTOCAMERA** → SCANSIONI IL QR → SI APRE UNA PAGINA WEB
- LA PAGINA ATTIVA AUTOMATICAMENTE L'AR
- L'UTENTE INTERAGISCE CON GLI OGGETTI 3D MISSONI NEL MONDO REALE
- TUTTO AVVIENE **IN POCHI SECONDI**, CON ZERO FRIZIONE



WEB-AR

COME LO USIAMO NEL PROGETTO "WAVING THE UNSEEN"?

NELLE 4 STANZE;

- **LIVING** → PUOI VISUALIZZARE IL DIVANO MISSONI IN AR E CAMBIARE I PATTERN.
- **DINING** → SI PUÒ APPARECCHIARE LA TAVOLA TRASCINANDO PIATTI E TEXTURE AR.
- **BEDROOM/BATHROOM** → PROVI I TESSUTI, CAMBI MOOD, FAI TRY-ON DEGLI ASCIUGAMANI.
- **OUTDOOR** → POSIZIONI POUF E SDRAIO MISSONI SUL TUO BALCONE O NEL TUO GIARDINO TRAMITE WEBAR.

WEBAR È **FONDAMENTALE** PER IL **TARGET 25-44 ANNI**, PERCHÉ:

- NON VOGLIONO SCARICARE APP
- CERCANO **ESPERIENZE RAPIDE, FLUIDE E CONDIVISIBILI**
- USANO INSTAGRAM/TIKTOK

**ABBIAMO TRASFORMATO L'ESPERIENZA IN DATI,
I DATI IN INSIGHT,
E GLI INSIGHT IN FUTURO.**

**COSÌ MISSIONI HOME CONTINUA A EVOLVERE:
CON LA SENSIBILITÀ DI CHI LA VIVE
E LA VISIONE DI CHI LA CREA.**