



2024.2.13

## Salone del Mobile.Milano の革新的なコミュニケーションキャンペーン： ピュブリス・グループ考案、パオロ・チウッカレツリによるキュレーション AI がコンテンツとコンテナを形成

新しいサローネの革新的なコミュニケーション・キャンペーンは、常に進化するデザイン・コミュニティの会話のダイナミズムを映し出す鏡であり、動く地図であると同時に、過去の記憶を保ちながら、コンテンツの時間的階層からトレンドやパターンを浮かび上がらせます。

ミラノサローネ国際家具見本市(以下、ミラノサローネ)の新しいコミュニケーション・キャンペーンは、革新的かつ現代的で、このイベントのアイデンティティ、テーマ、主役たち、そしてその進化を独創的なビジュアル・ストーリーに凝縮する任務を与えられたピュブリス・グループ(フランス・パリに拠点を置く世界第3位の広告代理店グループ)が、ミラノ工科大学のDensityDesignラボの創設者であり、ボストンのノースイースタン大学デザイン・センターのディレクターであるパオロ・チウッカレツリの科学的協力を得てデザイン・制作しました。

### 【ジェネレーティブ AI の採用】

「WHERE DESIGN EVOLVES(デザインが進化する場所)」というキャッチコピーには、イベントの本質が凝縮され、単に目的地であるという考えを超越し、逆にいかにイベントがデザインを生み出し、進化させ、未来を定義する舞台であるかを強調しています。キービジュアルには、イベントが年中もたらずストーリー、関係性、感情を理解し分析、視覚化するために、「ジェネレーティブ AI」\*を採用しました。この新しいマルチチャネル・コミュニケーション・プラットフォームは、アート、デザイン、テクノロジーを融合させながら、これまでにない多次元的な視点からミラノサローネを伝えます。

\*米国 Gartner 社が、2022 年の「戦略的テクノロジーのトップ・トレンド」で注目すべきキーワードとして発表したキーワードで、「コンテンツやモノについてデータから学習し、それを使用して創造的かつ現実的な、まったく新しいアウトプットを生み出す機械学習手法」と定義されています。



### 【第1ステップ:AIの導入】

AI 主導のプロセスのおかげで、前回から現在に至るまでデザイン・コミュニティを活気づけてきた議論や会話がまず傍受され、分析されました。ブランド、デザイナー、デザイン愛好家、そして見本市の来場者の声は、3つのパラメーターに従って視覚化されました:感情と理性の二元性(デザインは理性か感情か)、2つの極(カテゴリー)の分類学的明確化、そしてカテゴリーにおける属性の感情バランス。最も重要な考察は、常に進化するアートワークを提供する流動的なプラットフォームに注ぎ込まれました。

### 【第2ステップ:聞き取り】

次に聞き取り対象が絞られ洗練されました。最初のボトムアップのパブリック・リスニングに2つ目の「トップダウン」のステップが追加され、事前に参加者が選抜されました。主な賞をフィルターとして(1つ以上の賞を受賞したデザイナーを特定)、彼らの会話(あるいは彼らに関わる会話)を収集し、第一段階と同じアプローチを適用して処理し、可視化しました。

### 【第3ステップ:統合】

最後に、第3段階では、「遠くから」(そして「下から」)一般来場者の会話や「専門家」が仲介する会話に耳を傾けることに加え、空間的・時間的な意味でのより緊密な観察、つまり、ミラノサローネの一般来場者とコミュニティ、オンラインとオフライン、またはリアルタイムで直接対峙する現場でのリスニングが加わります。イベントのインパクトを読み取り、これまでの会話から浮かび上がったものと統合します。

これにより、創造性を生み出し、イベントとデザイン文化を表現し、解釈し、強化することができる芸術的システムを創造するための最も価値ある洞察を特定し、触媒することが可能になる。人間の創造性と人工知能の革新的なパワーを統合することで、キャンペーンのビジュアルは、見本市によって喚起される知覚を「ライブ」で伝達するために、継続的に変化する経験、記憶、会話のリアルで常に変化する器となるのです。

プレスお問合わせ先: 山本幸 [yuki@milanosalone.com](mailto:yuki@milanosalone.com)

International press info: Marva Griffin-Patrizia Malfatti [press@salonemilano.it](mailto:press@salonemilano.it)