

Design, tecnologia e arte: Ploom ridefinisce il suo concetto di esperienza sensoriale alla Design Week

2025-04-10 10:37:19 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/04/10/ploom-ritorna-design-week-connected-sensation/>

La Milano Design Week è un laboratorio a cielo aperto sul futuro del design, dove si sperimentano idee, si lanciano prodotti, si creano connessioni e si ispira il cambiamento. Il luogo ideale per **Ploom**, brand globale di tabacco riscaldato firmato **Jti** (Japan Tobacco International), per presentare **Connected Sensation**, un'installazione immersiva dedicata ai consumatori adulti che unisce arte, tecnologia e design in un viaggio multisensoriale. Dopo il debutto del 2024 con il celebre designer francese Ora Īto, il marchio rinnova la sua presenza con un'esperienza che racconta l'identità di Ploom: una sinergia tra estetica e innovazione che punta a risvegliare i sensi e generare emozioni autentiche.

Connected Sensation: l'innovazione immersiva di Ploom tra design, arte e tecnologia

“Connected Sensation rappresenta un nuovo importante capitolo per il nostro percorso con Ploom, in Italia e nel mondo”, afferma Lorenzo Fronteddu, corporate affairs & communication director di Jti Italia. “Lo scorso anno abbiamo lasciato un segno con la collaborazione con il designer francese Ora Ito. Oggi torniamo con un progetto ancora più ambizioso: un'esposizione che intreccia arte digitale, effetti video e installazioni immersive, grazie al talento di sei designer internazionali. Siamo fieri di presentare questa visione in Italia, patria del design e luogo di debutto europeo di Ploom, con cui abbiamo instaurato un legame forte e profondo”.

La nuova esposizione, aperta al pubblico dall'8 al 13 aprile in via Tortona 32, si distingue per un concept inedito, che eleva l'esperienza del design a un livello superiore. Quattro ambienti interconnessi guidano i visitatori in un vero e proprio viaggio tra estetica e percezione, unendo tecnologia e storytelling emotivo in un percorso che riflette i valori chiave di Ploom: raffinatezza, innovazione e personalizzazione.

I quattro ambienti dell'installazione

Il primo spazio di Connected Sensation è un omaggio all'heritage del brand e alla sua vocazione per il design ricercato, con focus sulla nuova edizione speciale giapponese Stripe Blue, firmata dal visual artist Kosuke Kawamura. L'installazione invita i visitatori a esplorare la fusione tra razionalità ed estetica attraverso una narrazione che valorizza l'identità di Ploom come oggetto di lifestyle contemporaneo. Si prosegue con la Ploom Design House, cuore creativo del progetto, dove le collaborazioni con sei artisti visionari da tutto il mondo mettono in scena l'idea di un design capace di abbattere le barriere culturali e parlare una lingua universale. Ogni opera è pensata come un front panel, ispirato alla visione personale dell'artista sul tema della sensorialità.

“Con Connected Sensations, vogliamo offrire un'esperienza unica che rifletta la nostra idea di design e piacere sensoriale”, spiega **Alexandre Sofianopoulos, vice president Ploom Brand & consumer experience management presso Jti**. “Questa installazione è un tributo alla creatività globale e all'evoluzione dell'esperienza di consumo, resa possibile grazie al talento di sei artisti capaci di reinterpretare l'essenza del brand attraverso linguaggi innovativi”.

Il terzo ambiente è un laboratorio di contaminazione, dove i design creati si fondono con l'universo esperienziale di Ploom, offrendo un'esplorazione interattiva che coinvolge tutti i sensi. Il visitatore non è più solo spettatore ma parte integrante dell'opera, invitato a esplorare le proprie emozioni e a immergersi in una dimensione trasformativa e partecipativa.

Il percorso culmina in una lounge esclusiva dove i consumatori possono personalizzare la propria esperienza Ploom, scegliendo elementi stilistici e sensoriali che riflettano la propria individualità. Una celebrazione dell'identità e del piacere consapevole, che consolida l'idea di Ploom come brand lifestyle, sofisticato e connesso con le tendenze globali.

Sensorialità senza confini: sei visioni artistiche per raccontare l'essenza di Ploom

I sei artisti protagonisti della mostra sono stati selezionati per l'originalità e l'approccio interculturale che caratterizza la loro visione creativa. A tutti è stato chiesto di rispondere alla stessa call: "Reinterpreta il concetto di sensorialità nel tuo stile unico". Il risultato è un caleidoscopio creativo di emozioni, forme e colori, che celebra il design come linguaggio universale e ponte tra mondi differenti.

Dalla Germania arriva **Valentin Elias Renner**, noto per la sua tecnica con filo e chiodo che rappresenta le connessioni globali: "Sia la mia arte che Ploom condividono l'impegno per la trasformazione, l'innovazione e la creazione di esperienze significative. Il mio lavoro consiste nel connettere passato e presente, struttura e fluidità, proprio come Ploom ridefinisce la tradizione attraverso il design moderno e la tecnologia", afferma Renner. Dall'Italia, **Arturo Tedeschi**, architetto e designer pioniere nell'uso dei materiali avanzati, ricerca "la bellezza attraverso la tecnologia, linguaggio che ci consente di esplorare nuovi orizzonti estetici, immaginare forme che si spingono oltre i limiti e migliorare la funzionalità".

Dalla Malesia, **Kenji Chai**, celebre per i suoi murali vibranti e la sua poetica urbana, riconosce la sensorialità "nel coinvolgimento di tutti i sensi", afferma lo street artist. Dalle Filippine, **Dex Fernandez**, artista provocatorio che fonde pop culture e street art in un'estetica d'impatto, collega la sensorialità alla spensieratezza e all'astrazione: "Per me significa dare corpo allo storytelling attraverso forme e figure", racconta. **Philippos Theodorides**, dalla Grecia, mescola tradizione e contemporaneità per esplorare l'identità culturale, convinto che "la chiave di un piacere ricercato sta nell'espressione della creatività e nell'uso dei colori". Dalla Polonia, infine, arriva **Tymek**, musicista e artista visivo che porta una prospettiva fresca e ibrida sul tema: "La sensorialità è il momento in cui possiamo totalmente lasciarci andare, che rimane a lungo nei nostri ricordi".

Con Connected Sensation, Ploom conferma la sua ambizione di ridefinire l'esperienza del tabacco riscaldato attraverso un linguaggio artistico e tecnologico all'avanguardia, in grado di parlare ai sensi e al cuore del consumatore adulto. Un'iniziativa che rafforza l'identità del brand come simbolo di piacere evoluto, attento al gusto e al dettaglio, e sempre più integrato con le esperienze culturali e le tendenze globali.





