



Un distretto che fonde tecnologia e colore, Hisense presenta «The colorful district» ;

Descrizione

(Adnkronos) «Cosa succede quando il colore smette di essere un dettaglio e diventa il modo in cui viviamo gli spazi? Dal 20 al 26 aprile, in occasione della Milano design week 2026, Hisense risponde a questa domanda con «The colorful district»: piÃ¹ di un'installazione, un vero e proprio distretto immersivo che trasforma Officina 14 (Via Tortona 14) in un luogo da attraversare, abitare e interpretare. Non Ã¨ uno spazio da osservare, ma un percorso da vivere: un luogo in cui ogni ambiente racconta un momento della quotidianitÃ e ogni tecnologia diventa parte di una narrazione piÃ¹ ampia, fatta di gesti, abitudini e relazioni.

L'esperienza si articola in quattro momenti distinti: si comincia con «The entrance», la soglia che segna il passaggio da osservatore a partecipante. Qui ogni visitatore riceve due strumenti per esplorare il distretto: una matita dotata di lente a sottrazione colore in grado di rivelare parole nascoste lungo il percorso e una mappa che guida la scoperta degli spazi e dove poter prendere nota di ogni parola trovata. Il percorso continua in «The central plaza», una piazza urbana aperta e vibrante in cui prende forma l'identitÃ del distretto. Strutture morbide, cromie espressive ed elementi architettonici danno vita allo spazio outdoor del distretto. Una sorta di parco che invita a rallentare, a muoversi liberamente, a lasciarsi attraversare dall'atmosfera: Ã¨ qui che il colore si manifesta come emozione condivisa, nel punto d'incontro tra le diverse esperienze del distretto.

Da questa dimensione pubblica si entra nel cuore del progetto: «The inner court». Primo ambiente interno e fulcro dell'intero percorso, si presenta come una corte viva e contemporanea che trasforma le finestre colorate in veri e propri accessi ai mondi che prendono vita all'interno dove ogni ambiente esprime un colore, un'atmosfera, un modo di vivere lo spazio trasformandolo in esperienza. Ã¨ qui, all'ingresso della corte interna, che il visitatore coglie il senso del progetto: non una sequenza di stanze separate, ma un ecosistema interconnesso. Accolgono il visitatore i primi due prodotti protagonisti: a sinistra, il Tv da 116 pollici con tecnologia Rgb MiniLed, che rappresenta la massima espressione del colore secondo Hisense, una presenza che va oltre la semplice visione aprendo, in senso visivo e simbolico, le porte al concept «The colorful district» e introducendo un nuovo modo di percepire luce, profonditÃ e intensitÃ cromatica. A destra troviamo invece Hi Prime, il sistema di accumulo dell'energia che connette simbolicamente le nostre stanze dell'ecosistema,

alimentate e animate dalla stessa energia invisibile. Da qui si diramano le diverse stanze, ciascuna ispirata a un momento della quotidianità, una passione o un'atmosfera dove la tecnologia non si impone come protagonista, ma si integra, in modo naturale e insieme al colore, nell'esperienza. Proprio come nelle nostre case.

La "Sport room" restituisce tutta l'energia e l'emozione dei grandi eventi, in dialogo diretto con il legame di Hisense con la Fifa world cup 2026. Qui, il Laser cinema 4K Pt1 amplifica la visione trasformandola in un'esperienza immersiva e coinvolgente, capace di portare nello spazio intensità, i colori e l'emozione del campo da gioco. La "Cinema room" interpreta l'intrattenimento come un momento speciale, dove il proiettore laser 4K M2 Pro accompagna la visione con naturalezza, quasi scomparendo nello spazio ma valorizzando, al contempo, le emozioni che i contenuti sono in grado di trasmettere. Nella "Fun room", il mix tra suono e colore trasforma l'ambiente in un'esperienza dinamica e multisensoriale grazie a soluzioni come "Party storm" e il Tv Rgb MiniLed Ur9. Atmosfere sempre diverse che favoriscono momenti di condivisione e divertimento.

L'area "Kitchen & Winery" introduce una dimensione più raccolta e sensoriale, in cui la cucina e la degustazione del vino diventano rituali quotidiani fatti di attesa, scelta e convivialità. In questo contesto, la cantinetta vino RW3N230GELF si inserisce con discrezione, contribuendo a definire un ambiente caldo e curato, in cui ogni dettaglio valorizza il momento. La "Bedroom" rappresenta uno spazio intimo e rigenerativo, dove il comfort passa dalla scelta del colore a momenti di relax, fino alla qualità dell'aria. Soluzioni come "Air master", sistema di climatizzazione intelligente, contribuiscono a creare un ambiente equilibrato e piacevole, migliorando il benessere quotidiano in modo naturale, mentre il Tv FollowMe offre un'opzione di visione discreta e di design. Infine, la "Laundry room" chiude il racconto con uno spazio dedicato alla cura del proprio stile, dove la Washer dryer heat pump WD5I1245BWRH della serie 5i -una soluzione che unisce lavatrice e asciugatrice in un unico sistema innovativo a pompa di calore- si inserisce nella vita di tutti i giorni per prendersi cura, in maniera ancora più delicata, del nostro stile e del nostro benessere fin dai capi che indossiamo.

Il viaggio si conclude con "The immersive room", uno spazio immersivo che non rappresenta una fine, ma una visione d'insieme. Dopo aver attraversato il distretto e trovato le parole nascoste, il visitatore matura una nuova consapevolezza: il colore non è un elemento decorativo, ma una chiave per interpretare e vivere gli spazi.

In linea con il tema del Fuorisalone 2026, "Essere progetto", The colorful district invita ogni persona a completare il racconto in modo attivo. Attraverso un sistema di grafiche a doppio livello e l'uso delle lenti colorate, l'esperienza prende forma, rendendo ogni visita unica e personale. Accanto a questi ambienti, la location si anima grazie a una serie di aree esperienziali pensate per il coinvolgimento diretto del pubblico. L'area showcooking diventa uno dei momenti più dinamici del palinsesto: Gino Sorbillo interpreta la cucina come gesto condiviso, valorizzando il forno Pizza chef HO66F, nato dall'incontro tra la sua esperienza e la tecnologia Hisense per portare anche a casa un'esperienza autentica e contemporanea con la nuova versione matt.

Accanto a lui, Rosy Chin -alla sua prima partecipazione ufficiale come ambassador Hisense per Kitchen appliances & Small domestic appliances- racconta una cucina contemporanea e accessibile attraverso prodotti come il frigorifero Kitchen fit RQ768N4GBE, pensato per integrarsi perfettamente in

cucina e valorizzare i propri arredi ma anche colori, freschezza e varietà degli ingredienti grazie all'esclusivo cassetto sottovuoto vacuum fresh, e il forno a vapore Hi8 BFS615S8, che accompagna la preparazione esaltando consistenze, profumi e tonalità naturali del cibo, insieme al piano a induzione con cappa integrata (HEH8443BSRWF), che unisce funzionalità e design in un unico gesto, contribuendo a rendere lo spazio cucina ancora più fluido e armonico.

A questo si affianca uno spazio dedicato ai workshop, dove il pubblico è invitato a esplorare il colore come linguaggio personale attraverso attività come Crea il tuo angolo verde, Decora il tuo cupcake e colori dei chakra & movimento creativo, trasformando l'esperienza in un momento attivo e partecipativo. Il percorso si arricchisce ulteriormente con un photo booth, pensato come punto di ingaggio immediato, dove i visitatori possono catturare un ricordo del distretto. Con il passare delle ore, il distretto cambia ritmo e atmosfera: ogni sera i Dj set accompagnano l'esperienza trasformando lo spazio in un ambiente conviviale, in cui design, tecnologia e intrattenimento si incontrano.

Durante tutta la settimana, The colorful district si trasforma grazie a un programma dinamico di attività che alterna momenti di scoperta, intrattenimento e partecipazione. Il 23 aprile, la location ospiterà inoltre un momento speciale dedicato al mondo dello sport e dell'intrattenimento, ispirato alla Fifa world cup 2026, di cui Hisense è sponsor globale. Un'occasione per portare nel distretto energia e i valori universali del calcio -passione, condivisione e connessione tra culture- in continuità con il percorso del brand.

Con The colorful district abbiamo voluto trasformare la tecnologia in un'esperienza da vivere, non solo da osservare -commenta Tatiana Pampalone, head of marketing Hisense Italia-. Il colore è il filo conduttore di questo progetto: un elemento capace di rendere visibile ciò che spesso diamo per scontato nella quotidianità. L'obiettivo è mostrare come l'innovazione Hisense, così come il colore, possa integrarsi in modo naturale negli spazi domestici, migliorandoli e influenzando positivamente il modo in cui li viviamo ogni giorno. Con questo progetto, Hisense consolida il proprio posizionamento come brand capace di connettere tecnologia, emozione e cultura contemporanea, dando forma a un ecosistema in cui innovazione e quotidianità convivono in maniera fluida e coerente e mantenendo sempre al centro il benessere e l'esperienza dell'utente.

Parallelamente alla presenza al Fuorisalone, il Gruppo Hisense conferma il proprio ruolo anche a Eurocucina, dove i brand Gorenje e Asko presentano le loro ultime innovazioni dedicate al mondo della cucina e del design. Un presidio che testimonia la capacità del gruppo di costruire un sistema completo e sinergico, in cui tecnologie, competenze e identità differenti contribuiscono a ridefinire il modo di vivere e concepire la casa moderna.

???

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 21, 2026

Autore

redazione

default watermark