



Una serata di incontro con i “creativi”

Pecha Kucha arriva a Udine dopo aver contaminato altre 40 città in tutto il mondo tra cui New York, Los Angeles, London, Amsterdam, Berlin, Beijing, Buenos Aires, Mexico City, Bangkok, Delhi, ecc.

Pecha-Kucha Night (PKN) è una serata di incontro in cui architetti, artisti, interior designers, grafici, video artists, stilisti, fotografi, pubblicitari, studenti o chiunque appartenga all'industria creativa presenta in pubblico un'opera, un progetto o un'idea.

Può essere un edificio, un quadro, un mobile, un film, un libro, una campagna di comunicazione, una nuova collezione di moda, un gadget pubblicitario o qualsiasi idea interessante da voler comunicare.

La particolarità di Pecha Kucha è la speciale formula di presentazione dei partecipanti brevettata a Tokio dagli architetti Astrid Klein e Mark Dytham nel 2003: “*il format 20x20* “. Ogni serata prevede la presentazione al pubblico di 12 partecipanti e ogni partecipante mostra 20 immagini con 20 secondi di tempo per ogni immagine. La serata incalza con un ritmo continuo che cattura l'attenzione e la curiosità del pubblico senza concedere al “creativo” di turno di annoiare la platea con monologhi tediosi.

Comunicazione innovativa

PKN è comunicazione, incontro e conoscenza tra creativi e con il pubblico, è veloce e diretta senza filtri critici e intermediazione di editori, pubblicitari costosi e galleristi monopolizzanti. PKN come la web-chat è accessibile, informale, con regole semplici per offrire a tutti una equivalente opportunità per far conoscere il proprio lavoro e le proprie idee. PKN a differenza della web-chat crea l'atmosfera coinvolgente della *real-chat*. Non più lezioni noiose, seminari penosi o presentazioni stancanti. PKN offre al pubblico l'esperienza di assistere ad una vorticoso sequenza di immagini e presentatori nell'arco di una sola serata.

Contaminazione

Lo spirito delle Pecha Kucha Nights udinesi è quello della contaminazione tra diverse specificità e settori dell'industria creativa. L'obiettivo è offrire al pubblico una ampia e differenziata selezione di partecipanti dagli studenti ai protagonisti affermati compresi gli ospiti internazionali tra architetti, artisti, designers, fotografi, ecc.

Promozione

Lo spirito delle Pecha Kucha Nights udinesi è anche quello di portare alla luce “creativi in ombra o in erba”. Un ruolo importante sarà dato al pubblico invitando i protagonisti della cultura e dell'industria in modo da avvicinare le risorse creative al mondo della produzione e del consumo.

Vita sociale

Pecha-Kucha in giapponese è l'equivalente onomatopeico del più comune “chit-chat” inglese, ovvero chiacchiera. Lo spirito per eccellenza delle Pecha Kucha Nights udinesi è quello di incontrarsi, chiacchierare e bere nel rispetto delle tradizioni locali e del significato del nome giapponese. Gli architetti Klein-Dytham concepiscono inizialmente PKN con la finalità di attrarre sia pubblico che giovani artisti al SuperDeluxe, il loro spazio di eventi multimediali a Tokio. E proprio al Superdeluxe viene lanciato lo slogan “*Think and drink*” che accompagna il fenomeno fin dalle sue origini ed è altrettanto efficace quanto il nome “*Pecha Kucha*” nel trasmettere l'atmosfera dell'evento.

Promotori

Pecha Kucha Night è promosso a Udine su iniziativa dell'architetto Anna Termitte con la collaborazione di Mirko van den Winkel export manager della MOROSO S.p.a. e con l'entusiasmo e il supporto di tutte le persone coinvolte nell'organizzazione.

Programmazione

Il programma prevede quattro serate udinesi nel 2007 con debutto il 12 febbraio presso il cinema VISIONARIO a Udine, apertura al pubblico alle ore 20,20.

Per aggiornamenti visita: www.pechakuchanight.it – per informazioni contatta : info@termitestudio.it

Link correlati per approfondimenti :

www.pecha-kucha.org / www.klein-dytham.com / www.super-deluxe.com