

Gli italiani chiedono tecnologie coinvolgenti negli eventi: il 69% non vuole solo guardare, ma vivere esperienze immersive

La domanda di esperienze e partecipazione diretta è in aumento: più è giovane il pubblico che le aziende vogliono raggiungere e maggiore è la possibilità di ottenere buoni risultati con un coinvolgimento esperienziale.

Cinisello Balsamo, 13 febbraio 2020 – La tecnologia sta inaugurando un nuovo ed entusiasmante modo per consentire alle aziende di interagire con il pubblico e nuove ricerche rivelano che offrire un coinvolgimento esperienziale è la via che porta al cuore dei consumatori. Il 69% degli italiani (quasi 7 su 10) vuole partecipare fisicamente agli eventi e non essere solo spettatore.



L'esperienza immersiva "Mantegna Experience" allestita con dodici video-proiettori Epson avvolge i visitatori con 300 m² di immagini del Mantegna.

Una nuova ricerca europea, commissionata da Epson e intitolata "The Experiential Future", ha evidenziato l'atteggiamento dei consumatori nei confronti della partecipazione ad eventi e attrazioni. La ricerca ha analizzato i punti di vista sull'uso delle tecnologie immersive in eventi e attrazioni dove si utilizzano proiezioni su larga scala, display interattivi, ologrammi, realtà virtuale e aumentata.

I Millennial – i nati fra il 1980 e il 1993 – sono i più attratti da questo tipo di eventi: il 73% degli intervistati in questa fascia d'età ha partecipato negli ultimi 12 mesi a un evento o a un'attrazione in cui è stato coinvolto in un'esperienza diretta, mentre più della metà degli stessi (66%) ritiene che la tecnologia immersiva non sia utilizzata a sufficienza in occasione di eventi. Il 35% della Generazione Z – i nati fra il 1994 e il 2003 – e il 26% dei Baby Boomer

– nati dal 1946 al 1964 – invece hanno partecipato a eventi con un forte coinvolgimento diretto e personale persino al di fuori del loro paese d'origine, contro il 23% della Generazione X – nati tra il 1965 e il 1979 – e il 17% dei Millennial. Ciò dimostra che le imprese che utilizzano questi elementi possono ottenere chiari vantaggi economici, evidenziando al tempo stesso come anche il turismo in generale possa trarne vantaggio. Il 70% della Generazione X concorda inoltre sul fatto che preferisce eventi o attrazioni che includono un elemento esperienziale, seguita dai Millennial (67%), dalla Generazione Z (61%) e dai Baby Boomer (58%). In sintesi: più è giovane il pubblico che si vuole raggiungere e maggiore è la possibilità di ottenere buoni risultati con un coinvolgimento esperienziale.

Per i locali e le aziende alberghiere, un'esperienza di visita che suscita emozioni e crea una forte connessione non solo è cruciale per attrarre nuovi consumatori, ma anche per incoraggiare i clienti a ritornare. Il 74% dei Millennial vorrebbe rivivere l'esperienza fatta, così come il 68% delle Generazioni X e Z e il 60% dei Baby Boomer, dimostrando che le tecnologie esperienziali aiutano a stimolare il coinvolgimento di visitatori e clienti per nuove visite.

Neil Colquhoun, Vice Presidente CISMEA e Professional Displays, Epson Europe B.V commenta: "Le nuove tecnologie stanno cambiando drasticamente la natura delle attrazioni e degli eventi; questi risultati dimostrano che le aziende devono sfruttare il potere degli elementi esperienziali per aumentare la partecipazione del pubblico. Millennial, Baby Boomer e coloro che fanno parte della Generazione Z vogliono eventi e attrazioni coinvolgenti: ora spetta alle organizzazioni soddisfare queste aspettative."

Per ulteriori informazioni, il report "[The Experiential Future](#)" è disponibile per il download al seguente link: <http://www.epson.eu/proav>

Metodologia di ricerca

Arlington Research ha condotto una ricerca di mercato in 26 paesi su un totale di 9.750 adulti di età compresa tra i 16 e i 65 anni che hanno partecipato a un evento o a un'attrazione negli ultimi 12 mesi. I paesi intervistati includono: Regno Unito, Francia, Germania, Italia, Spagna, Portogallo, Repubblica d'Irlanda, Paesi Bassi, Belgio, www.epson.it

Turchia, Grecia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Svezia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Estonia, Polonia, Slovenia, Bosnia Erzegovina, Croazia, Montenegro, Israele, Emirati Arabi Uniti, Marocco. La ricerca è rappresentativa a livello nazionale degli adulti di età compresa tra i 16 e i 65 anni in ogni paese intervistato.

Epson nel mercato della proiezione

Epson è leader mondiale nel mercato della videoproiezione, una posizione che ricopre da 19 anni consecutivi. Oggi è il principale produttore di videoproiettori leader in EMEAR e CIS sia in termini di volume che di valore della quota di mercato¹. Il successo di Epson nella videoproiezione è dato dall'esclusiva tecnologia di proiezione laser 3LCD 4k enhanced, unica nel suo genere e ultra luminosa, che riflette l'impegno dell'azienda nello sviluppo di soluzioni innovative e pratiche in risposta alle opinioni e ai commenti dei clienti. I videoproiettori Epson sono utilizzati in un'ampia gamma di mercati: eventi immersivi su larga scala, attrazioni turistiche, aule didattiche, spazi per riunioni aziendali, ospitalità e punti vendita.

¹ Per proiettori superiori a 6.000 lumen che coprono grandi spazi, installazione fissa e mercato a noleggio, escluso il cinema digitale, secondo Futuresource Consulting Limited - Projectors Market Insights - WorldWide Analyser FY 2019 Q4

Gruppo Epson

Epson è leader mondiale nell'innovazione con soluzioni pensate per connettere persone, cose e informazioni con tecnologie proprietarie che garantiscono efficienza, affidabilità e precisione. Con una gamma di prodotti che comprende stampanti inkjet, sistemi di stampa digitale, videoproiettori 3LCD, così come orologi e robot industriali, Epson ha come obiettivo primario promuovere l'innovazione e superare le aspettative dei clienti in vari settori, tra cui: stampa inkjet, comunicazione visiva, tecnologia indossabile e robotica. Epson è impegnata nella realizzazione di una società sostenibile e nel perseguimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Con capogruppo Seiko Epson Corporation, che ha sede in Giappone, il Gruppo Epson genera un fatturato annuo di oltre 10 miliardi di dollari.

<http://global.epson.com>

Environmental Vision 2050

<http://eco.epson.com/>

Epson Italia

Epson Italia, sales company nazionale, per l'anno fiscale 2018 (aprile 2018 – marzo 2019) ha registrato un fatturato di oltre 237 milioni di Euro e impiega circa 215 persone. <http://www.epson.it>

Per ulteriori informazioni:

Epson Italia

Silvia Carena – PR & Social Media Manager

tel. 02.66.03.21

silvia_carena@epson.it

Via Viganò De Vizzi, 93/95

Cinisello Balsamo (MI)

www.epson.it

Attitudo - Giuseppe Turri

Ufficio stampa Epson Italia

Corporate e Prodotti IT

tel. 0362.18.29.080 - 335.73.90.945

giuseppe.turri@attitudo.it

Corso Italia 54

Bovisio Masciago (MB)

www.attitudo.it