

## **I marchi ignorano l'importanza di coinvolgere i loro clienti: il 74% degli italiani ritiene che le esperienze immersive siano il futuro**

*Uno spostamento verso le esperienze dirette da parte dei consumatori di tutte le età sta creando un imperativo per le aziende e i marchi ad abbracciare le nuove tecnologie*

*Cinisello Balsamo, 10 marzo 2020* – Con la società che sta spostando l'interesse verso le esperienze rispetto al possesso dei beni materiali, la domanda di attività coinvolgenti è in aumento e il risultato è che la tecnologia viene utilizzata dai marchi in modi nuovi ed entusiasmanti per creare un contatto con il pubblico. Una nuova ricerca sui consumatori italiani rivela che le esperienze immersive sono la via per



raggiungere il cuore delle persone, fra i quali il 74% ritiene che la possibilità di vivere esperienze nuove, coinvolgenti o spettacolari – cioè situazioni dove si utilizzano proiezioni su larga scala, display interattivi, ologrammi, realtà virtuale o aumentata – diventerà il futuro degli eventi.

La ricerca europea, commissionata da Epson e intitolata "The Experiential Future", mette in evidenza quanto gli elementi immersivi ed esperienziali nel futuro degli eventi, dell'hospitality e del tempo libero siano importanti non solo per il 71% dei Millennial (i nati fra il 1980 e il 1993), ma anche per le persone meno giovani. Il 77% degli appartenenti alla Generazione X (nati tra il 1965 e il 1979) concorda sul fatto che l'esperienza è il futuro degli eventi, così

come il 73% della Generazione Z (chi è nato fra il 1994 e il 2003) e il 71% dei Baby Boomer (i nati fra il 1946 e il 1964).

Questi risultati rappresentano un chiaro incentivo per le aziende a usare elementi esperienziali perché consentirebbero un maggior ritorno economico: il 66% dei Millennial concorda appunto sul fatto che sarebbe disposto a pagare di più per un evento, una mostra o un luogo che abbia una componente esperienziale, seguito dal 65% della Generazione X, dal 57 % della Generazione Z e dal 52% dei Baby Boomer.

Proporre esperienze ed attività in cui coinvolgere le persone sarà fondamentale per i locali e le aziende alberghiere, non solo per attirare nuovi consumatori, ma anche per incoraggiarli a tornare. Il 74% dei Millennial rivisiterebbe un evento con una componente di esperienza diretta, così come il 68% della Generazione X, il 57% della Generazione Z e il 52% dei Baby Boomer, dimostrando che le tecnologie che offrono esperienze dirette aiutano a incentivare il coinvolgimento dei clienti e la volontà a ripetere le visite.

"Le nuove tecnologie – ha commentato Neil Colquhoun, Vice Presidente CISMEA e Professional Displays, Epson Europe – stanno cambiando drasticamente il modo in cui i marchi coinvolgono, intrattengono e comunicano con il loro pubblico. La nostra ricerca dunque rappresenta da una parte un forte richiamo all'azione sia per le aziende sia per chi organizza e gestisce le attrazioni, dall'altra un invito a includere elementi di esperienza diretta nelle attività che si propongono a visitatori e pubblico. Diversamente, le aziende rischiano di perdere clienti che potrebbero rivolgersi a marchi concorrenti o ad altri eventi, a caccia di esperienze più emozionanti e coinvolgenti."

Per ulteriori informazioni, il report "[The Experiential Future](#)" è disponibile per il download all'indirizzo <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, 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. Le fasce di età sono definite come segue: Generazione Z (nati tra il 1994-2003), Millennial (nati tra il 1980-1993), Generazione X (nati tra il 1965-1979) e Baby Boomer (nati tra il 1954-1964).

### **Gruppo Epson**

Epson è leader mondiale e nell'area EMEAR per i proiettori utilizzati nelle grandi installazioni, con una quota di volume pari al 35%<sup>1</sup> del mercato Pro AV.

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

<sup>1</sup> Per proiettori superiori a 6.000 lumen che coprono il mercato dei grandi spazi, dell'installazione fissa e del noleggio di proiettori, escluso il cinema digitale, secondo Futuresource Consulting Limited - Projectors Market Insights - WorldWide Analyser FY 2019 Q4.

### **Epson Europe**

Epson Europe B.V., con sede ad Amsterdam, è il quartier generale regionale del Gruppo per Europa, Medio Oriente, Russia e Africa. <http://www.epson.eu>

### **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](mailto:silvia_carena@epson.it)

Via Viganò De Vizzi, 93/95

Cinisello Balsamo (MI)

[www.epson.it](http://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](mailto:giuseppe.turri@attitudo.it)

Corso Italia 54

Bovisio Masciago (MB)

[www.attitudo.it](http://www.attitudo.it)