

## **Una ricerca Epson prevede che dopo la pandemia ci sarà un rinnovato desiderio di socialità e di eventi**

*Una volta eliminate le restrizioni, la domanda sarà forte.*

Cinisello Balsamo, 31 marzo 2021 – Una nuova ricerca a livello europeo commissionata da Epson, leader mondiale nella produzione di videoproiettori<sup>1</sup>, rivela che ci sarà un forte "rimbalzo" per l'industria degli eventi, una volta che le misure di blocco saranno allentate. L'indagine, che è stata progettata con l'assistenza del professor Steven Taylor<sup>2</sup>, uno psicologo che ha studiato l'impatto delle pandemie sul comportamento sociale umano, suggerisce che gli europei si troveranno travolti da un'ondata di entusiasmo post-pandemia per gli eventi quali festival, concerti, intrattenimento dal vivo e attrazioni turistiche. Condotta in cinque Paesi (Italia, Spagna, Francia, Germania e Regno Unito,) sulle persone che amano gli eventi, questo studio ha rivelato che quasi nove su dieci (89%) hanno riferito di sentire la mancanza agli eventi e più di nove su dieci (92%) non vedono l'ora di parteciparvi di nuovo una volta che le restrizioni saranno abolite.



Secondo una ricerca Epson, al termine delle restrizioni per la pandemia, ci si aspetta una forte domanda per gli eventi come "Mantegna Experience", l'esperienza immersiva realizzata con videoproiettori Epson che nel 2019 ha avuto migliaia di visitatori.

La ricerca suggerisce inoltre che la domanda di partecipazione sarà ancora più forte dopo la pandemia di quanto non fosse prima dell'inizio delle restrizioni. In Italia un'alta percentuale (84%) sta pianificando di andare allo stesso numero di eventi o a un numero maggiore una volta che le restrizioni saranno rimosse (in Europa il dato si discosta di poco, (83%) e, tra coloro che programmano un numero più elevato di partecipazioni, oltre la metà in Italia (61%) ha riferito che andrebbe a più eventi perché "la vita è breve" e vogliono "recuperare il tempo perso" (contro il 56% dell'Europa).

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

Il sentimento "la vita è più breve" è più alto in Italia (61%) contro la media europea (55,8%) e vede la Silent Generation (nati prima del 1946) e i Baby Boomers (nati tra il 1946 e il 1964) le categorie più attente/entusiaste (68,8%), oltre a registrare un 67,6% fra le donne. Più della metà ha anche detto che gli eventi sociali "fanno bene alla mia anima e mi rendono felice", il che è particolarmente vero in Spagna con il 57,6%, e in Italia con un 47,8%.

### **I risultati emersi dalla ricerca: dati interessanti**

#### **Privazione dell'evento**

La ricerca rivela che molte persone dicono di aver trascorso l'isolamento mancando gli eventi e ricordando quelli a cui avevano partecipato in precedenza. Più della metà della media europea (54%), rispetto al 50,3% dell'Italia, ha trascorso il lockdown condividendo ricordi di eventi passati con amici e familiari, mentre il 51% europeo, contro il 61% dell'Italia, ha ammesso di guardare concerti ed eventi online o in TV come sostituto della partecipazione agli eventi.

Il 78% dice che "vedere e/o programmare eventi con amici o familiari" li fa sentire felici, mentre il dato italiano registra un 74,2%. In Europa, più di sei su dieci (63%) hanno detto di essersi sentiti annoiati, tristi e frustrati per non essere in grado di andare agli eventi durante i Lockdown pandemici, mentre l'Italia registra un 59,4% ed è più alto per le donne con il 60,6%, le categorie Generazione Z (nati tra il 1994 e il 2001) con il 65,8% e Millennials (nati fra il 1980 e il 1993) con il 62,4%. Rispetto alla media europea, il Bel Paese inoltre rileva uno dei dati più alti anche per la voce "tristezza" con il 48%, preceduta solo dal 58% della Spagna. Nello specifico, le categorie italiane più tristi sono le donne (55,4%) e la Silent Generation (75%).

A livello europeo, invece, annoiarsi è l'emozione più alta nel Regno Unito (48%), nella Generazione Z (52,2%) e nelle donne (45,9%).

In Francia, il 'denaro risparmiato' è il più menzionato con il 44%, contro il 36,6% dell'Italia, mentre i tedeschi sono ugualmente 'annoati' o dicono di aver 'risparmiato' (43%).

### **Crescita post-traumatica**

La ricerca rivela che la pandemia ha incoraggiato le persone ad apprezzare di più le piccole cose e a dare maggior valore a ciò che è stato loro negato. Una volta che le restrizioni saranno rimosse, questo probabilmente si tradurrà in un periodo di maggiore apprezzamento o cosiddetta "crescita post-traumatica".

Complessivamente, in Europa il 43,9% ha affermato che una volta terminata la pandemia "apprezzeranno di più le persone che amano e/o avranno un rinnovato apprezzamento del legame con gli amici e la famiglia per le esperienze condivise", contro il 35,4% in Italia, mentre rispetto al 41,7% europeo che afferma che "coglierà ogni opportunità per vivere appieno la vita e o uscire e divertirsi" dopo la fine dell'isolamento, il dato italiano si attesta al 44,8%.

In tutti i gruppi di età, le caratteristiche di crescita post-traumatica sono più evidenti nelle generazioni più anziane come i Baby Boomers e la Silent Generation. Le donne sono anche più propense degli uomini a mostrare caratteristiche di crescita post-traumatica ottimistiche che confermano la vita.

### **La psicologia che spiega i risultati**

"Il sondaggio - ha commentato il professor Steven Taylor - indica che la stragrande maggioranza delle persone è desiderosa di riprendere la vita sociale pre-pandemia, che include anche la partecipazione ad eventi esperienziali dal vivo. Ciò sottolinea il fatto che le persone sono pronte e che la maggior parte tornerà ai livelli di socializzazione precedenti alla pandemia, indipendentemente da come si sentono in questo momento. La gente vorrà uscire e socializzare e questo movimento avverrà rapidamente. In effetti, quando la gente si riprenderà, mi aspetto che ci sarà un breve periodo di iper-socialità, una sorta di ripetizione potremmo dire di quanto avvenne nei periodi post- bellici negli anni '20 del secolo scorso. Gli eventi dal vivo giocheranno un ruolo importante in questo contesto".

L'analisi dei risultati da parte del professor Steven Taylor suggerisce anche che le persone potrebbero aver sottovalutato il loro desiderio di partecipare ad eventi dal vivo, e in tal caso il rimbalzo sarà ancora più significativo del previsto.

"La ricerca - conclude Taylor - mostra che le persone hanno difficoltà a prevedere cosa le renderà felici. In parte questo è dovuto ai" pregiudizi di ancoraggio", una situazione che si

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

verifica quando le persone fanno previsioni sul futuro sulla base del loro stato d'animo e dei loro sentimenti attuali. Attualmente le persone sono in uno stato di "stanchezza pandemica", si sentono stressate e alcune soffrono di minime forme di depressione che introducono un livello di pregiudizio negativo quando pensano ai loro piani futuri. Di conseguenza, è probabile che le persone stiano sopravvalutando la loro ansia di partecipare agli eventi. Alcune persone potrebbero essere preoccupate la prima o la seconda volta che andranno a un evento, ma è probabile che le loro ansie si dissipino rapidamente. La maggior parte delle persone si riprenderà. Questo è quello che è successo in passato e succederà di nuovo". Neil Colquhoun, vicepresidente di Professional Displays di Epson Europa, ha aggiunto: "L'industria degli eventi deve prepararsi a un'impennata senza precedenti della domanda una volta terminato il blocco. È probabile che il rimbalzo sarà ancora più forte di quanto si possa immaginare. La ricerca ci dice che tra i consumatori che hanno partecipato a uno o più eventi negli ultimi due anni, quasi tutti ne hanno sentito la mancanza in questo periodo e non vedono l'ora di andare a nuovi eventi, oltre a pianificare di andare allo stesso o maggior numero una volta che il blocco finirà. L'industria degli eventi ha sofferto molto durante il lockdown, ma questa ricerca mostra che c'è luce alla fine del tunnel. Possiamo aspettarci una reale atmosfera di festa post-pandemia e gli organizzatori di eventi e attrazioni si staranno preparando per sfruttare al meglio l'aumento della domanda".

### **Epson e il settore della proiezione**

Epson è il leader mondiale nella produzione di videoproiettori, con oltre un terzo del mercato globale. È specializzata in tecnologie di proiezione laser 3LCD compatte, versatili e ad alta luminosità per case, uffici, scuole, negozi e per installazioni su larga scala in luoghi di intrattenimento, musei, gallerie, eventi all'aperto e attrazioni turistiche. I videoproiettori laser Epson ad alta luminosità sono utilizzati per creare ambienti esperienziali coinvolgenti e interattivi nelle principali sedi e attrazioni turistiche di tutto il mondo. Tra i recenti esempi di utilizzo della tecnologia AV di Epson vi sono l'Electric Forest Music Festival in America, l'installazione TeamLab Borderless a Shanghai e il Festival internazionale delle luci in Europa. Inoltre, la tecnologia AV di Epson ha un impatto sulla produttività delle aule e di altri ambienti di apprendimento in tutto il mondo, migliora l'esperienza di vendita al dettaglio e aiuta una serie di settori industriali con funzionalità di assistenza remota.

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

<sup>1</sup> Secondo i dati di Futuresource, Epson è il produttore leader mondiale di videoproiettori sia per volume che per valore del mercato. I videoproiettori laser Epson ad alta luminosità sono ampiamente utilizzati nell'industria degli eventi per creare ambienti di grande impatto esperienziale, tra cui la mappatura delle proiezioni in festival, spettacoli dal vivo, luoghi d'arte e di intrattenimento, musei, gallerie e attrazioni turistiche.

<sup>2</sup> Il professor Steven Taylor è un'autorità mondiale sull'impatto delle pandemie sul comportamento sociale umano. Nell'ottobre 2019 ha pubblicato un libro intitolato Psychology of Pandemics <https://www.drsteventaylor.com/books> e ha tenuto Ted talks sull'impatto psicologico di Covid.

### **Gruppo Epson**

Epson è leader mondiale nel settore tecnologico e si impegna a cooperare per generare sostenibilità e per arricchire le comunità facendo leva sulle proprie tecnologie efficienti, compatte e di precisione e sulle tecnologie digitali per mettere in contatto persone, cose e informazioni. L'azienda si concentra sullo sviluppo di soluzioni utili alla società attraverso innovazioni nella stampa a casa e in ufficio, nella stampa commerciale e industriale, nella produzione, nella grafica e nello stile di vita. Entro il 2050 Epson diventerà carbon-negative ed eliminerà l'uso di risorse naturali esauribili quali petrolio e metallo.

Guidato da Seiko Epson Corporation con sede in Giappone, il Gruppo Epson genera un fatturato annuo di oltre 1.000 miliardi di Yen (circa 8,5 miliardi di euro).

<http://global.epson.com>

### **Environmental Vision 2050**

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

### **Epson Italia**

Epson Italia, sales company nazionale, per l'anno fiscale 2019 (aprile 2019 – marzo 2020) ha registrato un fatturato di oltre 255 milioni di Euro e impiega circa 225 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)