

# Johannes, la social live agency invade il mondo degli eventi con le sue soluzioni custom made e chiude il 2019 a +35%

Autore: D Sechi

h 17.17 - 17/01/2020



*Il punto della situazione della struttura che compie cinque anni con i co-founder Vittorio Castelli e Daniele Lazzari, tra novità di prodotto, la crescita della unit Johannes Lab e l'espansione internazionale*

Siete alla ricerca di qualcosa di differente per la vostra comunicazione; ritenete che i vostri eventi non abbiano la giusta cornice che valorizzi i meriti del brand; magari avete deciso che sì, da quest'anno ci sarà bisogno dei cosiddetti fuochi artificiali, del passo definitivo per andare oltre. Però brancolate nel buio: a chi affidarsi, quindi, senza rischiare ricadute? A **Johannes, social live agency lanciata sotto la guida dei co-founder Vittorio Castelli e Daniele Lazzari**, struttura che si muove su tre linee di azione: promuovere l'intrattenimento offline, accrescere la visibilità di un brand sui social, registrare la raccolta di dati. «Tenendo conto che ogni prodotto, dalla Social Live Printer al Social Mirror, dall'AR Experience allo Street Art Wall, ha la sua tipologia, il nostro obiettivo è intrattenere il pubblico e generare risultati on e offline».

## Il 2019

L'anno appena concluso ha visto la società lanciare una serie di nuovi prodotti, il primo dei quali è l'**Influencer Photographer**: «Sostituisce o si aggiunge al tradizionale fotografo per eventi, il nostro ha un outfit interamente personalizzato, a seconda delle richieste del brand, scatta, oltre a foto, gif animate e ha uno zaino con all'interno un tablet sul quale l'ospite all'evento può inserire la propria mail per ricevere lo scatto in digitale e immediatamente può averne anche la stampa». Johannes, inoltre, offre lo scontorno automatico e istantaneo che proietta le persone in qualsivoglia scenario desiderato - da una spiaggia caraibica a un paesaggio lunare - «senza la necessità di avere un background "green screen" tipicamente cinematografico, il tutto grazie a un tool sviluppato ad hoc guidato dall'intelligenza artificiale». O ancora, la creazione del **Social Mosaic** (sia digitale, proiettabile su schermo, sia fisico): «Il software permette di applicare un filtro alle immagini che vengono scattate in modo da realizzare un mosaico fotografico che vada a comporre l'immagine scelta dal cliente (il logo, per fare un esempio)». E infine, lo **Sky Shot**: «Si tratta di un sistema che permette scatti ripresi dall'alto verso il basso, con la possibilità di creare degli sfondi sottostanti».

**Una continua richiesta, non solo di immagini, ma di progetti speciali, che via via ha portato sulla strada di una più profonda specializzazione...**

«Ed è qui che è nato Johannes Lab, dedicato ai progetti custom made più sofisticati. In questo caso più che di un neo prodotto, parliamo di un concetto inedito, per andare oltre i prodotti standard. Gli eventi ai quali abbiamo partecipato con le nostre tecnologie sono cresciuti del 35% rispetto all'anno scorso, anche grazie alla presenza del Lab».



## E intanto, siete finiti a Dubai

«Ci siamo andati un anno e mezzo fa e da qualche mese stiamo raccogliendo i primi frutti, come testimonia il lavoro effettuato per Armani Privè, un progetto stilisticamente elegante e funzionale: un **Social Mirror situato in un tunnel customizzato all'interno dell'Armani Privè del Burj Khalifa** per la durata di un anno. Uno specchio interattivo che permette di generare contenuti di varia natura, foto, gif, video, e di personalizzarli in varie forme, (firme, emoticon, stampe con cornici e sfondi personalizzati), sempre con la possibilità di condivisione social e stampa immediata».

## Il fatturato vi sta dando ragione?

«Decisamente sì: nel 2019 abbiamo registrato una crescita del 35% rispetto all'anno precedente. Segnaliamo che nel periodo natalizio, quindi da novembre in poi, abbiamo lavorato su circa 70 progetti, con particolare soddisfazione nel settore fashion, ma anche con ottimi risultati in settori non comuni come il banking e le assicurazioni. Tra gli esempi durante le festività, due attività legate agli alberi di Natale a Roma e Milano: in quello capitolino abbiamo posizionato un Social Mirror per foto personalizzate, con struttura waterproof e funzionante notte e giorno, h24 (sono state stampate più di 25.000 foto), mentre a Milano abbiamo installato un'applicazione su un megawall che permetteva la creazione di filtri ad hoc, legati al Natale, modello Instagram (coinvolte in questo caso circa 10.000 persone)».

## E nel 2020?

«Quest'anno festeggeremo i nostri primi cinque anni, abbiamo anche appena inaugurato il nostro nuovo sito web. Assisteremo la nostra posizione a Dubai e poi cominceremo seriamente a pensare a una città europea dove poter operare. Nessun franchising, sia chiaro, solo sedi nostre».