



Partner

Nell'era degli eventi phygital Johannes punta sulla tecnologia per offrire esperienze coinvolgenti e interattive con le nuove unit dedicate a eventi digitali e realtà aumentata

Ai microfoni di ADVexpress Tv i founder della sigla Daniele Lazzari e Vittorio Castelli hanno raccontato stato dell'arte e sviluppi futuri dell'offerta della social live agency specializzata dal 2015 nello sviluppo di soluzioni tecnologiche che coniugano l'online con l'offline e nella realizzazione di progetti digitali a 360 gradi custom made.

"La componente fisica degli eventi manca a tutti e presto tornerà, con una marcia in più: il digitale". Di questo ne è convinto **Daniele Lazzari**, co-founder di **Johannes**, la **social live agency** specializzata dal 2015 nello sviluppo di soluzioni tecnologiche che coniugano l'online con l'offline e nella realizzazione di progetti digitali a 360 gradi custom made.

"La nostra natura è sempre stata un po' phygital, noi crediamo che quello che è successo abbia cambiato il mondo e che in ottica futura cambierà anche gli eventi del futuro con formule più ibride, con maggiore integrazione tra le due componenti" ha dichiarato il manager ai nostri microfoni facendo il punto sullo stato dell'arte dell'agenzia che, in un momento così difficile per la event industry a causa della pandemia che ne ha bloccato la componente 'in presenza', ha lanciato due nuove unità dedicate una agli **eventi online** cuciti su misura a seconda delle esigenze del cliente e degli obiettivi dell'evento, e l'altra, **Star**, alla creazione e personalizzazione di filtri in realtà aumentata da utilizzare sui social network.

"Grazie al nostro team di sviluppo, abbiamo la possibilità di realizzare tutto in casa e di soddisfare così la richiesta che va per la maggiore da parte dei clienti ossia quella di avere qualcosa di unico e customizzato" ha aggiunto **Vittorio Castelli**, Co-founder & Sales Director di Johannes, ricordando che il plus che Johannes offre, al fine di ricreare online l'engagement che può esserci durante un evento fisico, è la possibilità di integrare degli **"add on"** ovvero dei **tool digitali**, sempre sviluppati in house, che arricchiscono l'esperienza degli ospiti all'evento e incrementano l'interattività.

Per citare qualche esempio, **House Photo**, un photo booth digitale che permette agli ospiti di scattarsi una foto e di rimuovere il background, attraverso l'intelligenza artificiale, scegliendo tra decine di sfondi ed effetti digitali, oppure i **Virtual 360**, che consentono all'utente la visione di prodotti a 360 gradi, con i quali può interagire, tramite dei "pin" digitali su cui può cliccare e visionarne tutte le caratteristiche.

Soluzioni innovative in continuo aggiornamento grazie alla intensa attività di **ricerca e sviluppo** che contraddistingue il lavoro dell'agenzia che punta a ricreare online un engagement altamente coinvolgente per eventi phygital sempre più performanti perché "la componente phygital sarà la soluzione ideale nel breve e lungo termine per l'industria degli eventi" precisa **Daniele Lazzari**.

Allargando lo sguardo all'andamento della sigla nell'annus horribilis per l'industria degli eventi, **Vittorio Castelli** dichiara: "Abbiamo chiuso **bene il 2020**, almeno rispetto a come ci saremmo aspettati durante il primo lockdown, anche grazie alle novità introdotte. Abbiamo ampliato il team su più fronti: sviluppo, commerciale e creativo. E siamo al lavoro per sviluppare ulteriormente le nostre nuove unit per un'offerta altamente competitiva con ad esempio **eventi in 3D** e una migliore customer experience per l'utente."

La **tecnologia** è diventata un grande abilitatore di experience, ed è proprio questa la direzione intrapresa dal mercato della comunicazione ed elemento fondante dell'agenzia.

Guardando avanti "ricerca, sviluppo e fatturato" secondo **Daniele Lazzari** le parole chiave del futuro di **Johannes** che fa della sperimentazione e innovazione continua il cuore pulsante della sua attività.