

MEDIA COVERAGE 2024



Recap uscite

TOPIC	DATA	MEDIA	LINK
Johannes lancia la Karaoke Room Experience	22/04/2024	ADVexpress.it	https://bit.ly/3Nha4Tu
Johannes lancia la Karaoke Room Experience	22/04/2024	YouMark.it	https://bit.ly/3YdK9SF
Johannes lancia la Karaoke Room Experience	23/04/2024	ADVexpress	Newsletter
Johannes lancia la Karaoke Room Experience	23/04/2024	YouMark	Newsletter
Johannes lancia la Karaoke Room Experience	23/04/2024	DailyNet	Pdf sfogliabile
Johannes lancia la Karaoke Room Experience	23/04/2024	Touchpoint Today	Pdf sfogliabile

22/04/2024 17:30



Digital

Johannes lancia la Karaoke Room Experience, nuova tecnologia per eventi onfield

L'experiential technology company arricchisce la sua offerta di tecnologie esperienziali con una nuova attivazione, totalmente customizzabile, che genera ingaggio e lead. Si tratta di una vera e propria stanza esperienziale chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è completamente personalizzabile, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti – sia interne che esterne, che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci.

Si chiama **Karaoke Room Experience**, la nuova tecnologia interattiva per eventi onfield sviluppata dall'**experiential technology company Johannes**.

Johannes, specializzata nella creazione di tecnologie esperienziali ingaggianti, fisiche e digitali, cavalca così il **trend del momento: il karaoke**, e mette alla prova chi ama cantare e desidera esibire il proprio talento musicale, divertendosi con gli amici.

Si tratta di una vera e propria **stanza esperienziale** chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è **completamente personalizzabile**, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti – sia interne che esterne, che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci.

L'ospite entra nella Karaoke Room Experience e, una volta selezionato dal touch screen il brano musicale, tra quelli proposti, parte un countdown alla fine del quale può iniziare ad esibirsi al microfono, con l'aiuto del testo della canzone, che scorre nella parte superiore dello schermo, mentre in quella inferiore può vedere live la sua performance.

Quando termina la canzone (c'è sempre un timer che indica il tempo a disposizione), sullo schermo appare un **QR-code**, l'utente, inquadrandolo con il proprio device, viene rimandato a una landing page in cui inserirà la propria **e-mail** per ricevere un **link** da cui potrà scaricare il **video** della propria esperienza e **condividerlo** dove desidera.

"Con questa nuova tecnologia esperienziale, sfruttiamo il ritorno in auge del karaoke, che in realtà è un evergreen e non è mai passato di moda, ma ultimamente le persone hanno dimostrato di avere voglia di esibirsi in pubblico con performance musicali, divertendosi in compagnia. Oltre a regalare un'esperienza divertente, diamo come sempre al brand l'opportunità di customizzare qualsiasi elemento (fisico e digitale) e di recuperare lead da questa attività." afferma **Vittorio Castelli, Chairman e Co-founder di Johannes**.

Johannes lancia la Karaoke Room Experience, nuova tecnologia per eventi onfield



Si chiama **Karaoke Room Experience**, la nuova tecnologia interattiva per eventi onfield sviluppata da **Johannes**.

Si tratta di una vera e propria **stanza esperienziale** chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è **completamente personalizzabile**, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti – sia interne che esterne – che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci.

L'ospite entra nella Karaoke Room Experience e, una volta selezionato dal touch screen il brano musicale, tra quelli proposti, parte un countdown alla fine del quale può iniziare ad esibirsi al microfono, con l'aiuto del testo della canzone, che scorre nella parte superiore dello schermo, mentre in quella inferiore può vedere live la sua performance.

Quando termina la canzone (c'è sempre un timer che indica il tempo a disposizione), sullo schermo appare un **QR-code**, l'utente, inquadrandolo con il proprio device, viene rimandato a una landing page in cui inserirà la propria **e-mail** per ricevere un **link** da cui potrà scaricare il **video** della propria esperienza e **condividerlo** dove desidera.

"Con questa nuova tecnologia esperienziale, sfruttiamo il ritorno in auge del karaoke, che in realtà è un evergreen e non è mai passato di moda, ma ultimamente le persone hanno dimostrato di avere voglia di esibirsi in pubblico con performance musicali, divertendosi in compagnia. Oltre a regalare un'esperienza divertente, diamo come sempre al brand l'opportunità di customizzare qualsiasi elemento (fisico e digitale) e di recuperare lead da questa attività", commenta nella nota Vittorio Castelli, Chairman e Co-founder Johannes.

Altre news rilevanti

Mercato



Podcastory e Spreaker assieme in una partnership strategica per innovare il mercato pubblicitario dei podcast in Italia

Mercato



Xister Reply si aggiudica la gara per le attività di ideazione e gestione dei canali social di Sony Interactive Entertainment Italia per il 2024/2025

Mercato



Benetton conferma Alkemy per la strategia digitale e la gestione media

Digital



Johannes lancia la Karaoke Room Experience, nuova tecnologia per eventi onfield

ym entertainment & art!



Alla Biennale di Venezia Golden Goose inaugura la HAUS of Dreamers. Arte, artigianato e cultura si incontrano in una piattaforma globale



Johannes lancia la Karaoke Room Experience, nuova tecnologia per eventi onfield



Vittoria Assicurazioni scende in campo per la prevenzione dei tumori femminili insieme a Integer

Strumenti Johannes lancia la Karaoke Room Experience, nuova tecnologia per eventi onfield

L'experiential technology company arricchisce la sua offerta con una inedita attivazione, totalmente customizzabile, che genera ingaggio e lead

Si chiama Karaoke Room Experience, la nuova tecnologia interattiva per eventi onfield sviluppata dall'experiential technology company Johannes. La struttura, specializzata nella creazione di tecnologie esperienziali ingaggianti, fisiche e digitali, cavalca così il trend del momento: il karaoke, e mette alla prova chi ama cantare e desidera esibire il proprio talento musicale, divertendosi con gli amici. Si



tratta di una vera e propria stanza esperienziale chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è completamente perso-

nalizzabile, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti, sia interne sia esterne, che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci. L'ospite entra nella Karaoke Room Experience e, una volta selezionato dal touch screen il brano musicale, tra quelli proposti, parte un countdown alla fine del quale può iniziare a esibirsi al microfono, con l'aiuto del testo della canzone, che scorre nella parte superiore dello schermo, mentre in quella inferiore può vedere live la sua performance. Quando termina la canzone (c'è sempre un timer che indica il tempo a disposizione), sullo schermo appare un QR-code, l'utente, inquadrandolo con il proprio device, viene rimandato

a una landing page in cui inserirà la propria e-mail per ricevere un link da cui potrà scaricare il video della propria esperienza e condividerlo dove desidera. "Una nuova tecnologia esperienziale con la quale sfruttiamo il ritorno in auge del karaoke, che in realtà è un evergreen e non è mai passato di moda; ultimamente le persone hanno però dimostrato di avere voglia di esibirsi in pubblico con performance musicali. Oltre a regalare un'esperienza divertente, diamo come sempre al brand l'opportunità di customizzare qualsiasi elemento (fisico e digitale) e di recuperare lead da questa attività", afferma Vittorio Castelli, Chairman e Co-founder di Johannes.

23 aprile 2024



UNA NUOVA TECNOLOGIA È TOTALMENTE CUSTOMIZZABILE E GENERA INGAGGIO E LEAD

JOHANNES LANCIA KARAOKE ROOM EXPERIENCE, LA NUOVA FRONTIERA PER EVENTI ONFIELD

Si chiama **Karaoke Room Experience**, la nuova tecnologia interattiva per eventi onfield sviluppata dall'experiential technology company **Johannes**. L'agenzia, specializzata nella creazione di tecnologie esperienziali ingaggianti, fisiche e digitali, cavalca così il trend del momento e mette alla prova chi ama cantare e desidera esibire il proprio talento musicale. Karaoke Room Experience è una vera e propria stanza esperienziale chiusa da quattro pareti e composta al suo interno da più elementi, come uno schermo touch, un microfono, una videocamera e una cassa di amplificazione. Tutto è completamente personalizzabile, in termini di grafiche e illuminazione, dalle pareti - sia interne che esterne - che possono essere anche retroilluminate, al pavimento, al colore delle luci. L'ospite entra nella Karaoke Room Experience e, una volta selezionato dal touch screen il brano musicale, tra quelli proposti, parte un countdown

alla fine del quale può iniziare a esibirsi al microfono, con l'aiuto del testo della canzone, che scorre nella parte superiore dello schermo, mentre in quella inferiore può vedere live la sua performance. Terminata la canzone sullo schermo appare un QR-code, l'utente, inquadrandolo con il proprio device, viene rimandato a una landing page in cui inserirà la propria e-mail per ricevere un link da cui potrà scaricare il video della propria esperienza e condividerlo dove desidera. «Con questa nuova tecnologia esperienziale, sfruttiamo il ritorno in auge del karaoke, che in realtà è un evergreen e non è mai passato di moda, ma ultimamente le persone hanno dimostrato di avere voglia di esibirsi in pubblico con performance musicali, divertendosi in compagnia. Oltre a regalare un'esperienza divertente, diamo come sempre al brand l'opportunità di customizzare qualsiasi elemento (fisico e digitale) e di recuperare lead da questa attività» afferma **Vittorio Castelli**, Chairman e Co-founder di Johannes F.C.



Recap uscite

TOPIC	DATA	MEDIA	LINK
Johannes presenta Grab Machine	04/07/2024	Engage.it	https://bit.ly/3Niy0FQ
Johannes presenta Grab Machine	04/07/2024	Engage La Prima	Newsletter
Johannes presenta Grab Machine	04/07/2024	YouMark.it	https://bit.ly/3NE5Khn
Johannes presenta Grab Machine	05/07/2024	e20express	https://bit.ly/4ey2MH1

JOHANNES PRESENTA LA NUOVA SOLUZIONE DI LIVE ENGAGEMENT GRAB MACHINE



Si ispira alla Claw Crane – più comunemente nota come macchina pesca pupazzi – la **nuova Grab Machine di Johannes**, nuova tecnologia di intrattenimento che è stata totalmente rivista nello sviluppo e nell'esperienza di gioco offerta.

Con questa soluzione, i brand possono regalare un'esperienza coinvolgente e ludica agli ospiti presenti a un proprio evento, dando loro la possibilità di **vincere un "premio", ossia un gadget o un sample**, contenuto all'interno di una sfera o un qualsivoglia packaging, potenzialmente catturabile dal braccio meccanico.

L'ospite, per iniziare a giocare, dovrà prima inquadrare e scansionare con lo smartphone un QR code presente sullo schermo centrale interno alla struttura e dopodiché si registrerà compilando un form attraverso una web app.

“La richiesta di soluzioni ancora più ingaggianti e personalizzabili per eventi, e non solo, è sempre più alta. Con la Grab Machine, i brand possono coinvolgere ancora di più gli utenti, dal momento in cui si mettono alla prova per riuscire a vincere il premio in questione. Inoltre, dietro c'è una strategia di acquisizione lead poiché l'ospite per poter giocare deve inserire alcuni dati su una web app che sviluppiamo ad hoc”, afferma **Vittorio Castelli**, CEO e Co-founder di Johannes.

La Grab Machine può essere scelta per molteplici occasioni: eventi in store o in altri luoghi pubblici, party aziendali, fiere, concerti, competizioni sportive e molto altro. **La macchina è interamente personalizzabile**, sia la struttura esterna che quella interna, sia anche in termini di grafiche digitali, come ad esempio quelle che appaiono nello schermo centrale oppure il layout della web app tramite cui l'utente si registrerà per poter giocare. Anche **i packaging dei gadget possono essere personalizzati**, a seconda delle richieste del cliente.

ENGAGE

Giovedì
04/07/2024



**Johannes presenta una nuova
soluzione di live engagement**

Johannes presenta Grab Machine, una nuova soluzione di live engagement

Si ispira alla **Claw Crane** – più comunemente nota come **macchina pesca pupazzi** – la **Grab Machine**, creata da **Johannes**, una nuova tecnologia di intrattenimento che è stata totalmente rivista nello sviluppo e nell'esperienza di gioco offerta.

Con questa soluzione, i brand possono regalare un'**esperienza coinvolgente e ludica** agli ospiti presenti a un proprio evento, dando loro la possibilità di vincere un 'premio', ossia un **gadget** o un **sample**, contenuto all'interno di una sfera o un qualsivoglia packaging, potenzialmente catturabile dal braccio meccanico.

L'ospite, per iniziare a giocare, dovrà prima **inquadrare** e **scansionare** con lo smartphone un **QR code** presente sullo schermo centrale interno alla struttura e dopodiché si registrerà compilando un **form** attraverso una **web app**.

La Grab Machine può essere scelta per molteplici occasioni: eventi in store o in altri luoghi pubblici, party aziendali, fiere, concerti, competizioni sportive e molto altro. La macchina è **interamente personalizzabile**, sia la struttura esterna sia quella interna, sia anche in termini di **grafiche digitali**. Anche i packaging dei gadget possono essere personalizzati, a seconda delle richieste del cliente.





Servizi

Johannes amplia la sua offerta di prodotti con Grab Machine, nuova soluzione di live engagement

L'Experiential Technology Company ha presentato una tecnologia ingaggiante, icona delle sale giochi e dei luna park, rivista nello sviluppo e nell'esperienza di gioco e personalizzabile.

Difficile non conoscere o ricordarsi della **Claw Crane** – più comunemente nota come **macchina pesca pupazzi** – dotata di un artiglio meccanico che viene azionato dal giocatore utilizzando un joystick e dei pulsanti che aiutano a prendere bene le misure al fine di catturare l'oggetto desiderato e trasportarlo verso la botola di uscita. A questa iconica macchinetta, tipica dei luna park e delle sale giochi, si è ispirata **Johannes** per la creazione della **Grab Machine**, nuova tecnologia di intrattenimento che è stata totalmente rivista nello sviluppo e nell'esperienza di gioco offerta.

Con questa soluzione, i brand possono regalare un'**esperienza coinvolgente e ludica** agli ospiti presenti a un proprio evento, dando loro la possibilità di vincere un "premio", ossia un **gadget** o un **sample**, contenuto all'interno di una sfera o un qualsivoglia packaging, potenzialmente catturabile dal braccio meccanico. L'ospite, per iniziare a giocare, dovrà prima **inquadrare e scansionare** con lo smartphone un **QR code** presente sullo schermo centrale interno alla struttura e dopodiché si registrerà compilando un **form** attraverso una **web app**.

"La richiesta di soluzioni ancora più ingaggianti e personalizzabili per eventi, e non solo, è sempre più alta. Con la Grab Machine, i brand possono coinvolgere ancora di più gli utenti, dal momento in cui si mettono alla prova per riuscire a vincere il premio in questione. Inoltre, dietro c'è una strategia di acquisizione lead poiché l'ospite per poter giocare deve inserire alcuni dati su una web app che sviluppiamo ad hoc." afferma **Vittorio Castelli, CEO e Co-founder di Johannes**.

La Grab Machine può essere scelta per **molteplici occasioni**: eventi in store o in altri luoghi pubblici, party aziendali, fiere, concerti, competizioni sportive e molto altro. La macchina è **interamente personalizzabile**, sia la struttura esterna che quella interna, sia anche in termini di **grafiche digitali**, come ad esempio quelle che appaiono nello schermo centrale oppure il layout della web app tramite cui l'utente si registrerà per poter giocare. Anche i packaging dei gadget possono essere personalizzati, a seconda delle richieste del cliente.

Recap uscite

TOPIC	DATA	MEDIA	LINK
Johannes partner della Milano Watch Week	30/09/2024	ADVexpress.it	https://bit.ly/3XVM9hg
Johannes partner della Milano Watch Week	01/10/2024	ADVexpress	Newsletter
Johannes partner della Milano Watch Week	01/10/2024	Touchpoint Today	Pdf sfogliabile https://bit.ly/4eSFdZ9



Eventi

Johannes Experiential Technology è partner di Milano Watch Week

Al via la prima edizione dell'evento dinamico e interattivo, dedicato all'alta orologeria, che si terrà dal 4 al 6 ottobre presso la Terrazza Martini. Una tre giorni ricca di esperienze, talk e masterclass, che diventerà un'occasione unica per ogni visitatore per toccare con mano i segnatempo più esclusivi e conoscere da vicino chi li crea.

Dal **4 al 6 ottobre 2024**, la città meneghina ospiterà la **prima edizione** di **Milano Watch Week**, presso la **Terrazza Martini**, in Piazza A. Diaz, 7.

Un evento dedicato all'**alta orologeria**, rivolto a tutti gli esperti e appassionati di orologi di alto profilo, oltre a professionisti del luxury e lifestyle, che nasce con l'obiettivo di creare un **appuntamento dinamico ed esclusivo**, rivoluzionando il concetto di fiera riservata agli orologi di lusso.

Johannes sarà **Experiential Technology Partner** di Milano Watch Week e contribuirà a rendere l'evento ancora più **interattivo** ed **esperienziale**, grazie alle sue soluzioni di live engagement ed entertainment.

Una tre giorni ricca di **esperienze, talk e masterclass**, che diventerà un'occasione unica per ogni visitatore per toccare con mano i segnatempo più esclusivi e conoscere da vicino chi li crea.

Per poter partecipare all'evento, è necessario accreditarsi scrivendo a: info@milanowatchweek.com.

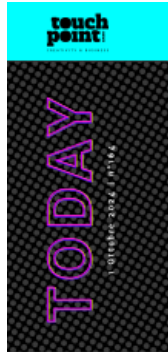
Newsletter martedì 01 ottobre 2024



Eventi



Johannes Experiential Technology è partner di Milano Watch Week



LA CREATIVITÀ È A CURA DI RED ROBIGLIO&DEMATTEIS

PER LA PRIMA VOLTA UN UOMO AL CENTRO DI UNO SPOT MÜLLER

È on air il nuovo capitolo della piattaforma creativa Müller mix. Dopo il lancio di due settimane fa con la donna protagonista, la piattaforma "unlimited pleasure" raddoppia con un nuovo film che ha per protagonista un giovane uomo; scelta nuova per il brand che, fino a ora, ha comunicato solo attraverso l'universo femminile. Il prodotto è uno

dei classici della linea Müller mix: yogurt bianco con wafer ricoperti di cioccolato. I vari ingredienti, e le sensazioni che ne derivano, sono raccontate attraverso un piumino infinito che esplose avvolgendo l'uomo nelle sue spire, da un haircut che, dai dread originali, diventa un enorme cubo e, infine, da un paio di occhiali alla Elton John fatti di biscotto wafer. La produzione a cura della cdp Haibun con la regia live action di Enea Colombi si è svolta seguendo lo schema del film precedente: creatività su carta, sviluppo delle idee con AI, realizzazione in CGI e infine rilettura di dettagli e luci di nuovo attraverso AI. Per l'agenzia che firma lo spot, Red Robiglio&Dematteis, ha collaborato l'art Laura Sironi, il progetto è stato coordinato da Laura Petillo.



DAL 4 AL 6 OTTOBRE

JOHANNES SARÀ EXPERIENTIAL TECHNOLOGY PARTNER DI MILANO WATCH WEEK

Dal 4 al 6 ottobre 2024, la città meneghina ospiterà la prima edizione di **Milano Watch Week** presso la Terrazza Martini, in Piazza A. Diaz, 7. Un evento dedicato all'alta orologeria, rivolto a tutti gli esperti e appassionati di orologi di alto profilo, oltre a professionisti del luxury e lifestyle, che nasce con l'obiettivo di creare un appuntamento dinamico ed esclusivo, rivoluzionando il concetto di fiera riservata agli orologi

di lusso. **Johannes** sarà Experiential Technology Partner di Milano Watch Week e contribuirà a rendere l'evento ancora più interattivo ed esperienziale, grazie alle sue soluzioni di live engagement ed entertainment. Una tre giorni ricca di esperienze, talk e masterclass, che diventerà un'occasione unica per ogni visitatore per toccare con mano i segnatempo più esclusivi e conoscere da vicino chi li crea.



Per poter partecipare all'evento, è necessario accreditarsi scrivendo a: info@milanowatchweek.com.

DAL 4 AL 6 OTTOBRE

JOHANNES SARÀ EXPERIENTIAL TECHNOLOGY PARTNER DI MILANO WATCH WEEK

Dal 4 al 6 ottobre 2024, la città meneghina ospiterà la prima edizione di **Milano Watch Week** presso la Terrazza Martini, in Piazza A. Diaz, 7. Un evento dedicato all'alta orologeria, rivolto a tutti gli esperti e appassionati di orologi di alto profilo, oltre a professionisti del luxury e lifestyle, che nasce con l'obiettivo di creare un appuntamento dinamico ed esclusivo, rivoluzionando il concetto di fiera riservata agli orologi

di lusso. **Johannes** sarà Experiential Technology Partner di Milano Watch Week e contribuirà a rendere l'evento ancora più interattivo ed esperienziale, grazie alle sue soluzioni di live engagement ed entertainment. Una tre giorni ricca di esperienze, talk e masterclass, che diventerà un'occasione unica per ogni visitatore per toccare con mano i segnatempo più esclusivi e conoscere da vicino chi li crea.



Per poter partecipare all'evento, è necessario accreditarsi scrivendo a: info@milanowatchweek.com.

PER PROMUOVERE I VANTAGGI DELLA SUA PIATTAFORMA AI-NATIVE NETWORKING

JUNIPER NETWORKS CELEBRA L'AI NELLA BRAND CAMPAIGN "THE NOW WAY TO NETWORK"



Juniper Networks, azienda specializzata nelle reti sicure AI native, ha lanciato una nuova campagna di branding, "The NOW Way To Network", per promuovere i vantaggi della sua Piattaforma AI-Native Networking, ideata affinché l'intelligenza artificiale porti già oggi vantaggi tangibili alle aziende. Con la partecipazione dell'attrice **Christina Hendricks**, è focalizzata sulla creazione di fiducia nella tecnologia di Juniper Networks e sottolinea l'impegno dell'azienda nel fornire soluzioni senza confronti ai propri clienti. Lanciata negli Stati Uniti su radio, TV e canali sportivi, nonché a

livello globale sui canali digitali e social, la campagna comprenderà tre spot incentrati sui tre elementi fondamentali della piattaforma e delle soluzioni Juniper: elevata semplicità, eccellente connettività e sicurezza, produttività.

THANK
YOU