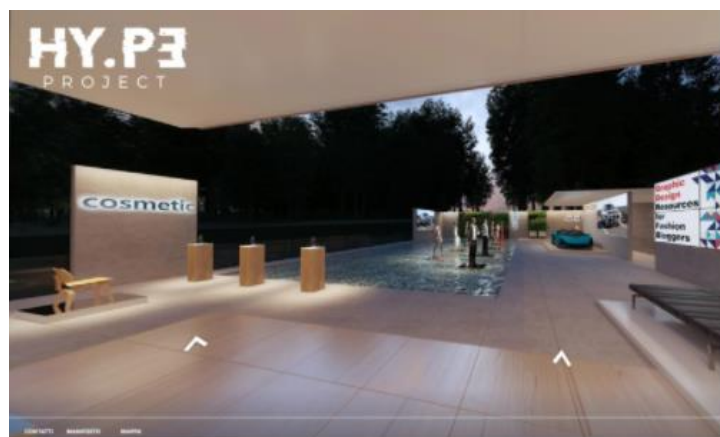




Un ambiente virtuale creato tramite la piattaforma in 3D HYPE PROJECT

La pandemia di Covid-19 ha avuto un forte impatto sul settore degli eventi, comportando, tra le altre restrizioni, l'impossibilità di organizzare fiere, congressi, mostre e molto altro. Inevitabilmente, i suoi effetti si sono abbattuti anche sul mondo del retail con la sospensione e la chiusura di diverse attività quali store, boutique e showroom.

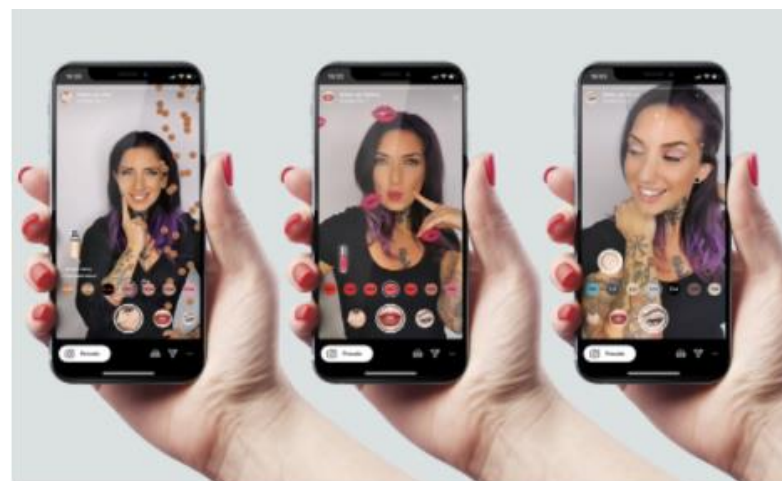
Il social distancing ha, tuttavia, favorito la diffusione massiccia degli eventi digitali e ibridi e, quindi, l'utilizzo di piattaforme dedicate. La sfida, da un anno a questa parte in cui gli eventi virtuali in streaming sono sempre più all'ordine del giorno per le aziende, è quella di rendere l'esperienza del partecipante il più possibilmente 'live' e coinvolgente, offrendo contenuti unici e personalizzati.

Ha risposto prontamente a tale sfida **Johannes**, social live agency specializzata nello sviluppo di soluzioni tecnologiche per eventi e nella realizzazione di progetti digitali custom made. Presente sul mercato dal 2015, Johannes è nata in un piccolo laboratorio in cui i tre soci fondatori **Vittorio Castelli**, **Daniele Lazzari** e **Alessandro Gilberti** fabbricavano, nel vero senso della parola, soluzioni tecnologiche per eventi, totalmente customizzabili, in grado di connettere persone e brand e creare esperienze ingaggianti, con l'obiettivo di massimizzare l'engagement degli ospiti, incrementare i follower, viralizzare uno o più hashtag e generare lead.

L'esordio dell'attività è stato allora segnato dalla **Social Live Printer**, un prodotto in grado di stampare in tempo reale gli scatti condivisi su Instagram con un hashtag designato. Un unico strumento per migliorare la visibilità, la brand reputation e l'engagement, trasformando ogni evento non solo in un'importante occasione di incontro e condivisione, ma anche in un'interessante opportunità di business.

Nell'arco di cinque anni, attraverso le tecnologie sviluppate per migliaia di eventi, sono stati pubblicati sui social quasi mezzo milione di post che hanno raggiunto 230 milioni di persone e ottenuto oltre 12 milioni di like.

L'offerta si è così articolata principalmente in quattro aree, consentendo la realizzazione ex novo di qualsiasi progetto, fisico o digitale, cucito sulle esigenze di clienti provenienti da ogni settore, dal fashion al beauty, dal food & beverage al travel, passando per l'automotive e il telco. Oltre alla sopra citata unit 'on field', l'agenzia è specializzata nella realizzazione di progetti digitali custom-made, a partire dalla unit 'star - stunning augmented reality', dedicata al mondo della realtà aumentata, con un focus particolare sulla creazione di filtri in AR per i più popolari social network, a cui si aggiungono 'online', rivolta allo sviluppo di soluzioni online, tra cui piattaforme handmade custom con una serie di tool interattivi connessi, custom video call & streaming, virtual try-on, digital photo & video booth, quiz & survey, gaming e molto altro, e 'phygital', componente che da sempre caratterizza Johannes, permettendo l'interconnessione dei mondi live e digital, tramite QR code o AR marker, in ottica engagement.



"Virtual try on" tramite il filtro sviluppato da Star per Revlon

Grazie a un team interno formato da sviluppatori, grafici e project manager, Johannes ha appena lanciato sul mercato **HY.PE PROJECT**, piattaforma sviluppata in house completamente in 3D che consente la ricreazione di ambienti con render grafici o fisici e panorami a 360°, totalmente navigabili tramite dei pin di traslazione che permettono agli utenti di muoversi tra gli spazi.

HY.PE PROJECT – acronimo di Hybrid Platform Experience – nasce dalla partnership tra Johannes e un'altra realtà made in Italy: Lapis, società di architettura che realizza allestimenti fieristici, eventi aziendali e progetti di design da oltre 20 anni.

HY.PE è l'ambiente digitale 4.0 che può essere declinabile in varie forme: un sito web o una sezione di esso, un e-commerce, una location per un evento virtuale o, ancora, uno store o uno showroom. Qualsiasi ambiente può essere interamente personalizzato, grazie al rifacimento dello stesso in 3D o con immagini a 360° navigabili con pin di movimento. In questo modo, l'azienda può scegliere come creare il proprio spazio virtuale, rispecchiando in tutto e per tutto la realtà, e far vivere all'utente un'esperienza digitale immersiva in 3D, permettendogli di esplorare e osservare i prodotti, interagire tramite un hotspot con dei tool ingaggianti che azionano diverse funzionalità o con figure dedicate, per incontri one to one.

"L'unicità di HY.PE PROJECT è la possibilità di integrare all'interno della piattaforma una serie di interazioni totalmente customizzate, attivabili attraverso dei tag o pin dedicati, tra cui tool per configuratori di prodotto – quali colore, modello, e così via – attività di engagement come digital photobooth, quiz e gaming, view di prodotti in 3D e a 360°, hyperlink e collegamenti diretti con l'e-commerce, slideshow e photogallery, QR code che rimandano ad attivazioni esterne, come filtri Instagram, e, ancora, l'inserimento di video con green screen e in overlay – afferma **Vittorio Castelli**, presidente e co-founder di Johannes –. A contraddistinguere HY.PE sul mercato sono sicuramente la nostra spinta innovativa e la tecnologia all'avanguardia che da sempre ci caratterizzano, grazie al team qualificato di sviluppatori che abbiamo all'interno, oltre che le forti competenze creative di Lapis, con cui condividiamo la passione e il lavoro di squadra e siamo entusiasti di aver portato avanti questo progetto".

Un altro elemento fondamentale di HY.PE PROJECT è la possibilità di svolgere videocall interne alla piattaforma, in modalità picture in picture, e di effettuare tour guidati in modo da accompagnare eventuali ospiti (clienti, giornalisti, ecc.) all'interno degli spazi.



Retail experience tramite HY.PE PROJECT