

CANDY GROUP: DOPO IL SUCCESSO DI IFA LA REALTA' VIRTUALE DIVENTA CERTEZZA

Il Gruppo Candy investe nella Virtual Reality come strumento dagli ampi utilizzi per il suo brand Hoover: non solo comunicazione ma anche Ricerca&Sviluppo

Brugherio, 23 ottobre 2017 - La fortunata esperienza all'IFA di Berlino 2017 ha rappresentato per Candy Group il punto di partenza per una nuova strategia di marketing e comunicazione, orientata all'utilizzo dell'innovativo e avanzato strumento della Virtual Reality. Questa tecnologia è stata utilizzata per la prima volta dal Gruppo per mostrare ai visitatori dello stand le prestazioni della "Kitchen of the Future" di Hoover permettendo agli utenti un coinvolgimento a 360° con un'esperienza immersiva nella visione globale della casa del futuro.

Per rendere al meglio l'idea dell'innovazione di prodotto, all'interno dei 1000 metri quadri del padiglione Candy Group, sono state allestite 4 aree esperienziali dedicate ai prodotti Hoover in cui oltre 600 persone hanno potuto realmente vivere un assaggio di futuro. Indossando l'apposito visore VIVE, il più evoluto sul mercato, l'utente ha potuto scoprire le potenzialità dei prodotti connessi, attraverso la realtà virtuale. La VR rappresenta l'ultima frontiera dell'innovazione ed è proprio per questo che è stata scelta come la tecnologia più rappresentativa per proporre i prodotti a marchio Hoover. Innovatività non è solo caratteristica essenziale dei prodotti a marchio Hoover ed elemento che ha garantito una posizione di leadership all'interno del mercato degli elettrodomestici, ma un vero e proprio approccio strategico per la valorizzazione dei prodotti, a partire dalla comunicazione e dal marketing. La nuova strategia di comunicazione di Hoover e l'elaborazione del payoff "Born Innovative", infatti, ben sintetizzano il forte legame del marchio con l'innovazione, elemento che da sempre ne fa il suo tratto distintivo.

Hoover VR Experience 2017: <https://youtu.be/-ogFvDLhhkk>



Candy Group IFA 2017 backstage: <https://youtu.be/8p7uJlqPqrQ>



L'esperienza virtuale ha riscosso un grande successo sul consumatore, sul canale e anche sui media, ma soprattutto è stato uno strumento molto utile dal punto di vista della formazione interna di manager e venditori, che hanno potuto conoscere lo strumento su cui l'azienda sta puntando in maniera determinante.

Dopo il positivo test pilota ad IFA, Candy Group intende puntare le proprie risorse su questa tecnologia, espandendone e ampliandone gli ambiti di applicazione, potenzialmente infiniti. Obiettivo è esportarla a beneficio delle differenti divisioni aziendali, come ad esempio quella di Ricerca e Sviluppo (R&D), che ha delle enormi potenzialità per testare i nuovi prodotti in tempi rapidi e in spazi ridotti. Il tutto in un ambiente di simulazione virtuale accurato e sofisticato. Obiettivo a breve termine è portare questa tecnologia anche all'interno di tutti gli showroom del gruppo, creando un mondo nuovo e tecnologicamente avanzato, all'interno dei già esistenti spazi espositivi.

La VR richiede competenze specifiche nella formulazione degli script, differenti rispetto ai video tradizionali; per questo il gruppo Candy si è avvalso della collaborazione dello studio creativo Bonsaininja, che ha supportato nell'individuazione delle migliori tecniche per la realizzazione dei contenuti e per rendere l'applicazione della realtà virtuale un'esperienza unica.

Candy Group è tra i leader Europei nel mercato dei piccoli e grandi apparecchi elettrodomestici, sia free-standing, sia built-in, con prodotti di elevato livello in termini di performance e di rispetto dell'ambiente. I prodotti di Candy Group sono commercializzati attraverso due brand internazionali, **Candy** e **Hoover**, e brand nazionali tra i quali **Rosières** (Francia), **Jinling** (Cina), con target e mercati differenziati. **Candy Group**, una multi brand company di proprietà della famiglia Fumagalli, occupa 4.200 dipendenti, ha sei stabilimenti produttivi in Europa, Turchia e Cina, e 45 società sussidiarie e uffici di rappresentanza in tutto il mondo. L'headquarter del Gruppo, il centro di design, lo stabilimento centrale e la Ricerca e Sviluppo si trovano a Brughiero (MB), in Italia.

Per ulteriori informazioni:

Candy Group Press Office

Ramona Rotta - rrotta@candy.it; ufficiostampa@candy.it – T. +39.039.2086337

Ad Hoc Communication

Mario Pellegatta (Tel. +39 02 7606741)

Pietro Cavalletti (Mob. +39 335 1415577; pietro.cavalletti@ahca.it)