

Esprinet: l'innovazione della Realtà Aumentata nel Catalogo 2019

Grazie a questa rivoluzionaria tecnologia, cambia la navigabilità e migliora l'interazione con alcuni dei prodotti inseriti nel catalogo

Vimercate (Monza Brianza), 26 novembre 2018 – Esprinet S.p.A. (Borsa Italiana: PRT), il distributore di informatica ed elettronica di consumo leader in Italia e in Spagna, ha presentato l'edizione 2019 del suo catalogo che quest'anno associa la tradizione di un prodotto cartaceo all'innovazione tecnologica della Realtà Aumentata, con l'obiettivo di migliorarne l'esperienza di fruizione, rendendola interattiva e digitale in alcune sue parti.

Giunto alla sua 3° edizione, il catalogo Esprinet è un prodotto che ogni anno viene distribuito a più di 8.000 clienti con particolare focus sui rivenditori office. 636 pagine che raccolgono una selezione di più di 30 mila articoli di 18 MACRO categorie merceologiche in ambito Cartocancelleria, Didattica, Informatica & Consumabili.

Con la Realtà Aumentata, sviluppata in esclusiva per Esprinet da TAOCOM, è stato possibile superare alcuni dei limiti dati dal formato cartaceo, migliorando la navigabilità del Catalogo attraverso un indice multimediale e cambiando radicalmente l'interazione con alcuni dei prodotti inclusi grazie a una modalità ipertecnologica.

I vantaggi dell'integrazione della Realtà Aumentata sono tangibili infatti già dalle prime pagine. Fino a ieri era impossibile poter includere un indice completo di tutti i 30 mila articoli inclusi nel catalogo. Oggi, attraverso questa tecnologia che funziona attraverso una app dedicata, le diverse sezioni contenute nell'indice diventano navigabili ed esplorabili, permettendo all'utente di scoprire nel dettaglio tutti i prodotti che vi sono contenuti. Inoltre, la Realtà Aumentata permette di effettuare una ricerca testuale degli articoli tramite il codice o il nome del prodotto, con un approccio tipico dei motori di ricerca.

All'interno del catalogo è possibile poi interagire in maniera dinamica con alcuni prodotti. Inquadrando gli articoli contrassegnati dal simbolo "+AR - Augmented Reality" con il proprio smartphone o tablet, questi sembrano comparire fisicamente facendo percepire l'oggetto come se fosse vero. L'utente può così ingrandire l'immagine, prendere contatto con la matericità del prodotto, vederlo in movimento e fruire di una serie di informazioni aggiuntive che rappresentano i punti di forza e gli elementi differenzianti di ogni singolo oggetto.

Oltre a Nilox, brand del Gruppo Esprinet di tecnologia per lo sport e la vita all'aria aperta, sono nove i vendor che hanno accolto questa importante novità e hanno scelto di rappresentare alcune delle loro soluzioni attraverso questa innovativa tecnologia: Brother, Canon, Epson, HP, Kyocera, Lexmark, Oki e Xerox.

"Con l'edizione di quest'anno del Catalogo Esprinet abbiamo voluto aggiungere alla tradizione un elemento di forte cambiamento ed innovazione, unico nel settore", ha commentato Giovanni Testa, Business Operations Manager del Gruppo Esprinet in Italia. "L'integrazione della Realtà Aumentata ha una funzione innanzitutto tattica, ovvero ottimizzare l'esperienza di utilizzo e il processo di acquisto dei nostri clienti grazie a esperienze di realtà mediata sempre più immersive. Questo ci permette di raggiungere anche un obiettivo strategico ed accrescere il nostro vantaggio competitivo".

Per scoprire tutti i vantaggi portati dalla Realtà Aumentata al nuovo Catalogo, è sufficiente scaricare la app gratuita "Esprinet Augmented Reality", disponibile sia per utenti Android sia iOS, inquadrare le sezioni e i prodotti indicati dal simbolo "+AR - Augmented Reality" ed iniziare ad interagire.

[Per ulteriori informazioni:](#)

Paola Bramati



Communication Specialist - Esprinet S.p.A.
Tel. +39 02 404961; Mobile +39 346 6290054
e-mail: paola.bramati@esprinet.com

Esprinet (Borsa Italiana: PRT) opera nella distribuzione "business-to-business" di informatica ed elettronica di consumo in Italia e Spagna, con circa 40.000 rivenditori clienti e oltre 600 brand in portafoglio. Il fatturato 2016 superiore a € 3 miliardi posiziona il Gruppo al primo posto nel mercato italiano e spagnolo ed al 4° posto in Europa.