Alipay e Mcarthurglen insieme per sperimentare strategie di engagement digitale per il turista cinese

Fare shopping con la realtà aumentata da oggi è possibile grazie all'accordo fra **Alipay** e **McArthurGlen Designer Outlets** e con il supporto dell'agenzia di marketing Digital to Asia. I molti turisti cinesi che scelgono l'Italia e che arriveranno numerosi in occasione dell'imminente Golden Week, potranno conoscere e sperimentare in modalità immersiva ed innovativa l'offerta dei due Designer Outlet più importanti del nord Italia del Gruppo McArthurGlen: Serravalle e Noventa di Piave, attraverso l'app più diffusa nel loro paese di origine.

Il concept del progetto è quello di creare la suggestione di essere all'interno di un centro McArthurGlen. Scannerizzando con l'App di Alipay un "marker" che gli utenti troveranno sui materiali promozionali dei Designer Outlets sia in Cina che in Italia, verranno riprodotti scenari in realtà aumentata, che permetteranno loro di immedesimarsi virtualmente nell'ambiente architettonico dei due Centri: fontane, musica, palazzi e personaggi animati, oltre ad avere l'accesso a offerte e informazioni utili.

L'iniziativa – prima in Europa – risponde alla volontà di McArthurGlen di avvicinarsi sempre più al cliente cinese comunicando attraverso i canali a lui più abituali – in particolare digital e social – sperimentando così nuove modalità di ingaggio e di coinvolgimento. La clientela cinese, infatti, sperimenta esperienze di shopping in realtà aumentata almeno due volte la settimana e lo fa nella maggior parte dei casi attraverso la super app Alipay in grado di integrare i servizi di pagamento on line con il social.

"Se l'Italia vuole cogliere appieno tutte le opportunità derivanti dal crescente turismo cinese, deve saper intercettare le abitudini e le preferenze dei viaggiatori, anche sperimentando formule nuove di ingaggio come l'AR. Non solo infatti viene ricercata la qualità del made in Italy, ma anche formule semplici e divertenti di acquisto attraverso l'instant mobile payment" spiega **Pietro Candela**, Responsabile dello sviluppo di Alipay in Italia.

"Lo shopping è un'attività irrinunciabile per i viaggiatori Cinesi, nazionalità tra le più rilevanti nel giro d'affari dei nostri Centri italiani. La partnership con Alipay e l'adozione dell'Augmented Reality

sottolinea la costante attenzione di McArthurGlen verso l’innovazione e verso uno stile comunicativo canalizzato e rilevante per il cliente. Per essere intercettato, il turista cinese necessita di linguaggi e strumenti culturalmente affini affiancati da una offerta retail di altissimo profilo che noi garantiamo grazie alla presenza nei nostri Centri di oltre 300 marchi della moda italiana ed internazionale e servizi pensati ad hoc, come personale multilingue negli stores, pagamenti internazionali e wifi gratuito,”, commenta **Sabina Piacenti**, Tourism Manager e New Business Development Serravalle Designer Outlet.

“Per la creazione di questa prima user experience immersiva tramite AR è stata fondamentale la nostra capacità di mediare tra le culture delle aziende, italiane e cinesi, che hanno partecipato al progetto, sia in termini grafici e di contenuto, sia tecnologici. Il risultato è una AR dal gusto europeo che attira e diverte i turisti cinesi” conclude **Giuliana Zagarella**, CEO di Digital to Asia.