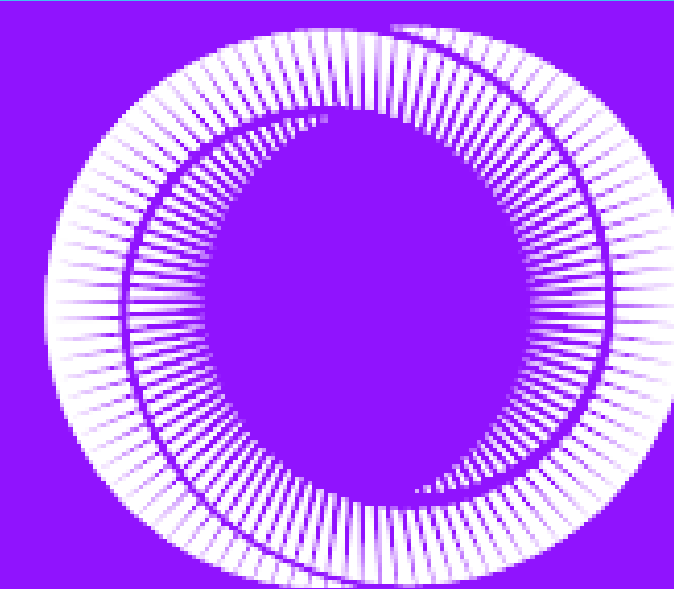
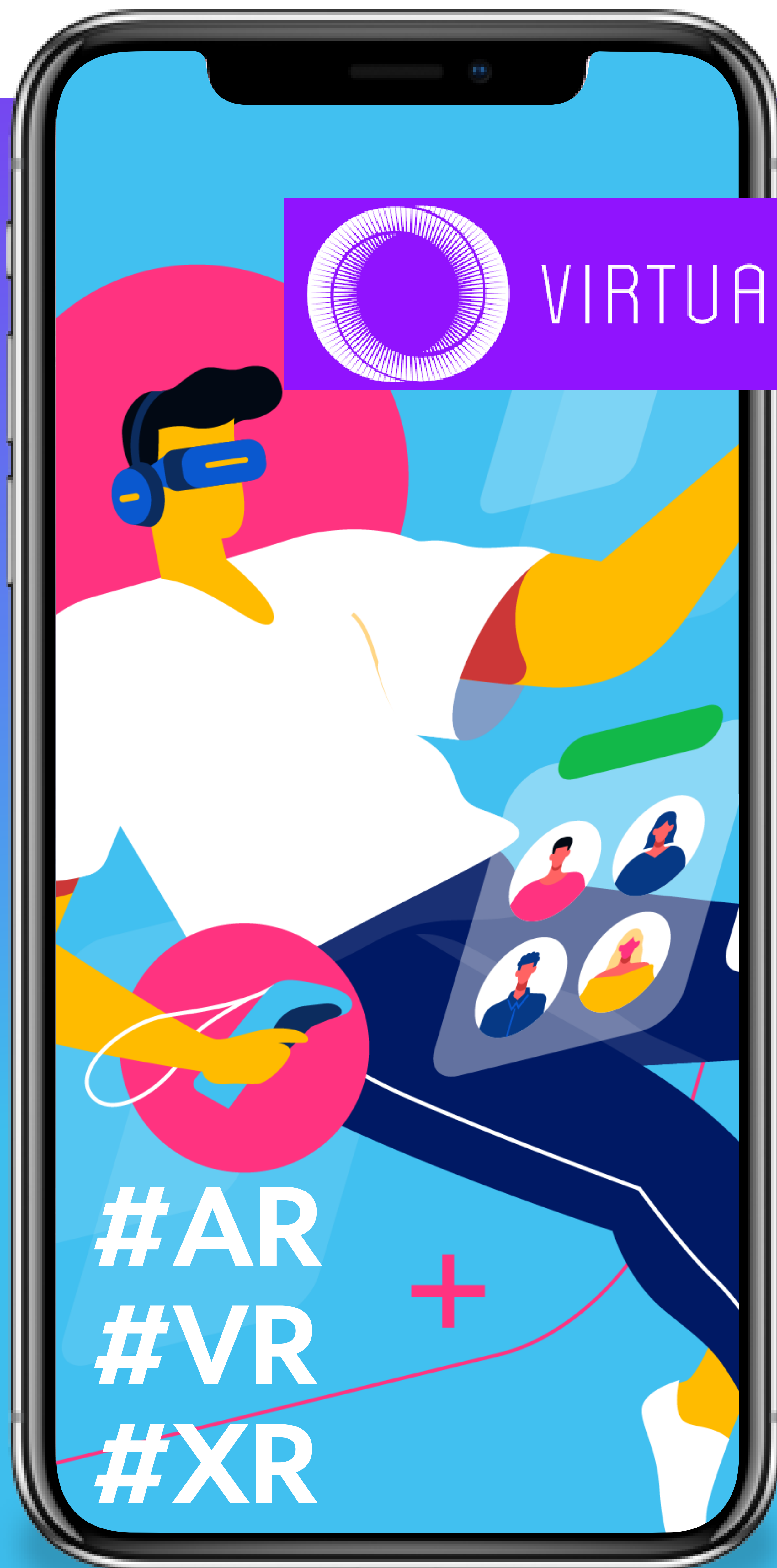


Les tendances observées sur le salon Virtuality Experience 2020



VIRTUALITY

#AR
#VR
#XR



1. L'émergence d'un nouveau format de salon

La crise sanitaire rebat les cartes de l'événementiel et notamment des salons traditionnels. Cette année, **le salon de l'industrie XR (eXtended Reality)** a proposé à ses participants une **expérience digitale immersive, full remote**, afin de connecter des professionnels du monde entier, tout en conservant les codes d'un salon traditionnel (stands, auditoriums, chat rooms,...)

Pour les visiteurs comme pour les exposants, ce **format immersif** est très **prometteur** car il répond à des **enjeux qui ne sont pas adressés dans les formats online plus classiques** en transportant le visiteur au cœur de l'évènement.

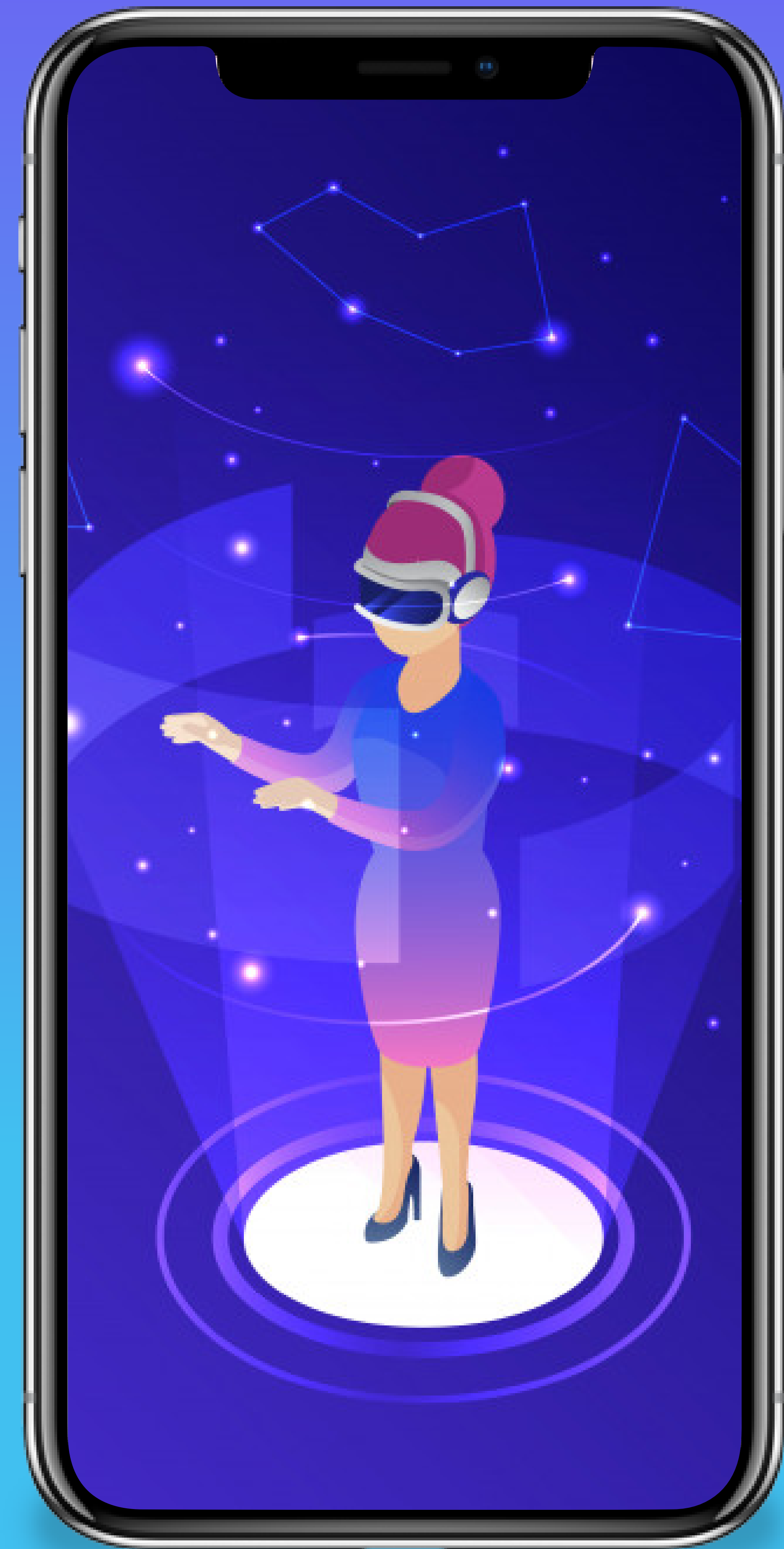


2. Enjeux technologiques VS Enjeux business : Le changement de mentalité de l'industrie XR

L'industrie XR s'est développée sur des cas d'usage autour du divertissement avec, comme **principal objectif, de répondre à des enjeux technologiques**.

Aujourd'hui, on constate que les acteurs se concentrent désormais sur les **enjeux business des entreprises**, en tentant de répondre aux vrais problématiques de leurs clients par les technologies immersives.

Cela est marquant sur ce salon avec la **démonstration** de nombreux **cas d'usages business** et beaucoup moins de cas d'usage "gadget" comme lors des précédentes éditions.



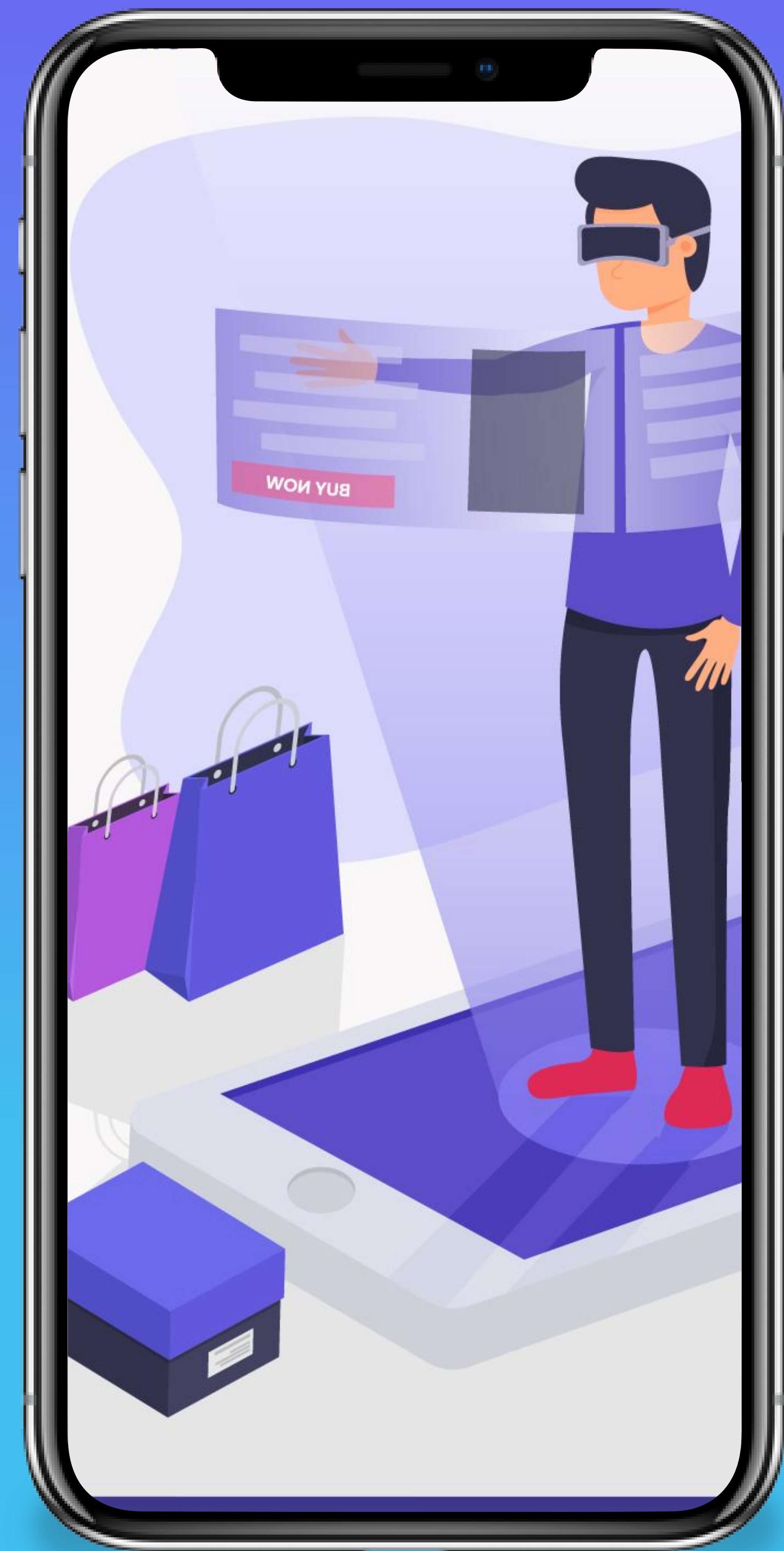
3. Une accélération de certains usages XR dans le contexte actuel de crise

La crise sanitaire a un impact fort sur l'adoption des technologies XR.

D'une part, les acteurs de cette industrie développent des **solutions innovantes** pour répondre aux **enjeux de la pandémie et du confinement**.

D'autre part, les **utilisateurs** sont beaucoup plus **ouverts à l'usage de ces technologies** dans leur quotidien.

De nombreux cas d'usage ont été éprouvés dans les **secteurs de la santé, de la culture ou du retail**.



4. L'immersive learning, plus que jamais une réalité

Aujourd'hui, **l'immersive learning** couvre tant **la montée en compétences** sur des sujets de maintenance et d'opération sur des sites à risque, que **des problématiques d'onboarding collaborateur** ou encore du **renforcement des soft skills**.

Il faut noter que la **combinaison de la réalité virtuelle avec d'autres technos** (IA, neurosciences, etc...) **offre des perspectives inespérées à la formation** : "6x plus rapide, 4x moins cher et un ancrage mémoriel 14x plus durable, 1 mois après la formation"*.

*Source : Intervention de MaXSens Innovation

Plus d'infos sur l'immersive learning [ici](#)

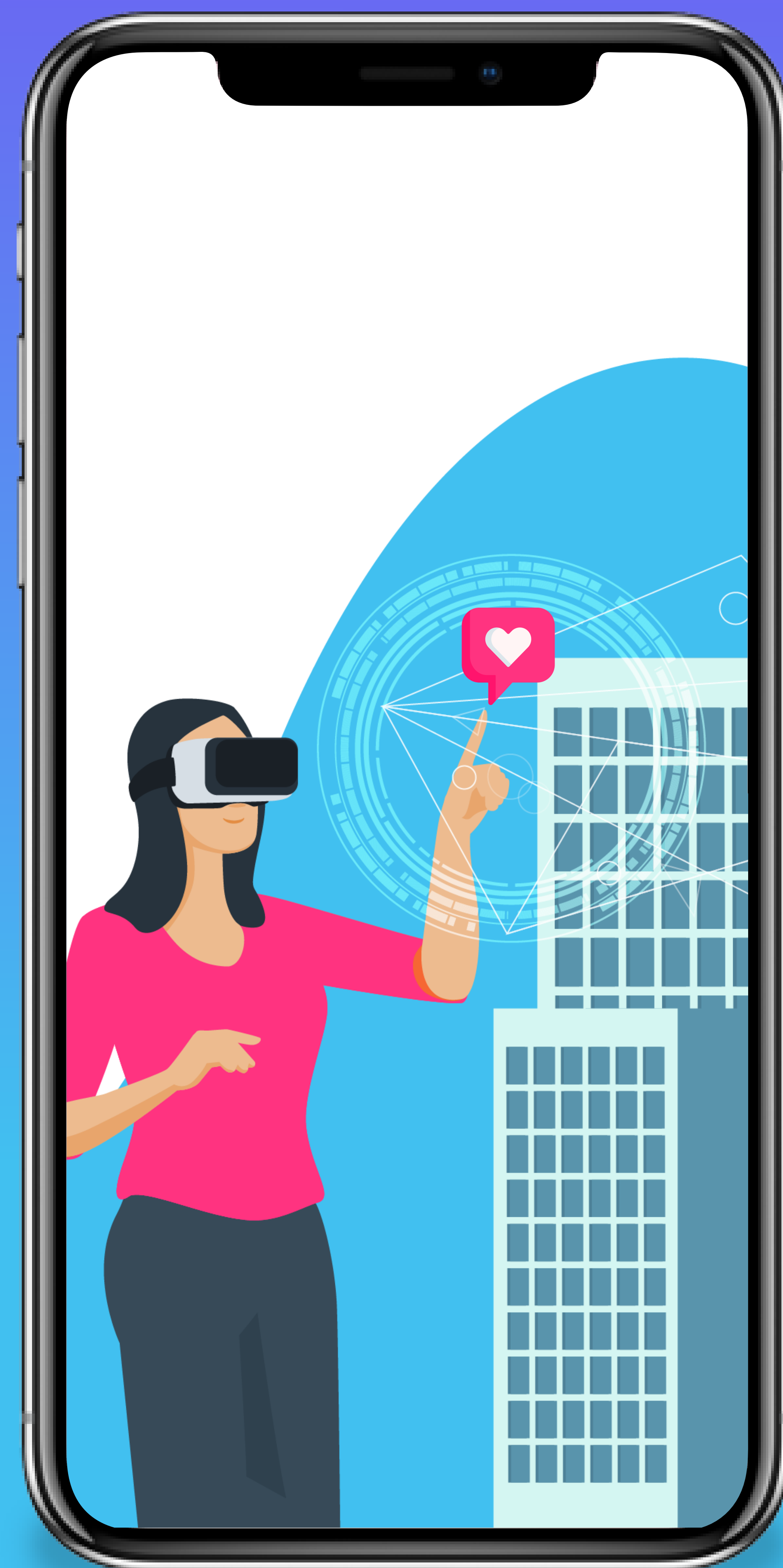


5. Du storytelling au storyliving : les marques adoptent l'XR pour engager leurs clients

La montée en puissance de l'industrie XR représente une opportunité pour les marques, qui utilisent les technologies immersives pour **donner vie à leur histoire, leurs valeurs et leur vision.**

Le **storyliving** permet de plonger pleinement le consommateur dans **l'univers d'une marque.**

Dans le même temps, les marques se servent de l'XR dans une logique de **gamification** afin de **favoriser l'engagement** des consommateurs, désormais au **centre de l'expérience.**

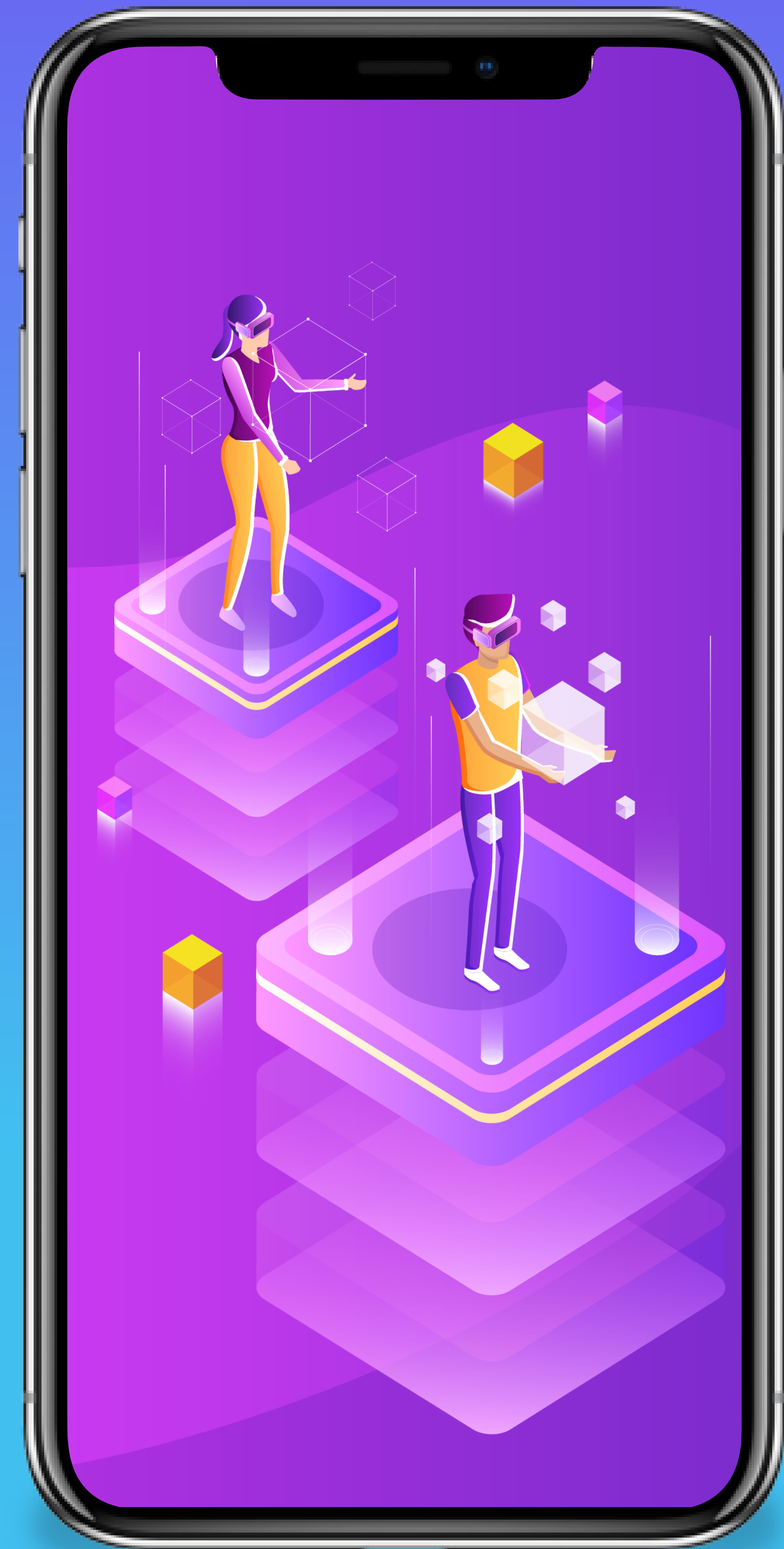


6. Le secteur de l'industrie avance à marche forcée sur l'adoption de l'XR

Les lignes de production et de maintenance s'équipent de plus en plus de **lunettes connectées** afin d'assister les opérateurs dans leurs prises de décision.

Elles permettent de **transmettre des informations en temps réel**, de **détecter des anomalies**, et d'**afficher une procédure à réaliser**.

Les sites industriels devraient continuer à s'équiper d'outils XR afin d'embrasser pleinement **l'industrie 4.0**, source de **performance et de productivité**.



Retrouvez Thinkmarket sur :



Pour en savoir plus : www.itstimetoshift.consulting