

# Press Release

## EXPO Milano 2015: bilancio più che positivo per Canon

*Protagonista assoluta di tutti i progetti che Canon ha realizzato per l'Esposizione Universale è stata l'immagine*

Milano, 14 dicembre 2015 – A un mese circa dalla chiusura di Expo Milano 2015, Canon ha tracciato un bilancio della sua partecipazione in qualità di **Official Imaging Sponsor** della manifestazione. Si tratta di un bilancio positivo ed in linea con l'obiettivo che l'azienda si era posta circa un anno fa - quando è stato siglato l'accordo che ha dato vita alla sponsorship - di far conoscere e apprezzare ad un pubblico di utenti finali, aziende e professionisti tutte le competenze di cui Canon dispone: dai prodotti fotografici e di stampa che l'hanno resa famosa, all'ambito forse meno conosciuto al grande pubblico, ovvero la capacità di offrire servizi e soluzioni ad alto valore aggiunto.

Per raggiungere questo obiettivo, Canon ha messo in campo le proprie competenze ed eccellenze, offrendo un ampio ventaglio di soluzioni e servizi dedicati ai professionisti dell'immagine: da quelli progettati per i Paesi e per le aziende partecipanti, sino a quelli pensati per i visitatori di Expo provenienti da tutto il mondo.

Il denominatore comune di tutti i progetti che Canon ha realizzato nel corso di Expo Milano 2015 è stata l'immagine, oggi più che mai il vero linguaggio universale attraverso cui le persone, i professionisti e le aziende comunicano e raccontano le proprie storie ed esperienze.

Alcuni **dati** sottolineano il successo dei **184 giorni** di presenza Canon in Expo e danno la dimensione di quale importante ruolo le immagini abbiano giocato nei sei mesi di esposizione:

- **1.894** i prodotti forniti in prestito ai professionisti (fotografi e operatori video) nell'area Canon Professional Service
- **758** i prodotti in prestito grazie al servizio Temporary Loan destinato ai visitatori

- **3.000** le fotografie stampate grazie al servizio Click&Print, direttamente utilizzato dai visitatori di Expo, che hanno potuto realizzare foto ricordo nei luoghi simbolo di EXPO, da stampare direttamente presso la lounge di Canon all'interno dell' sito espositivo
- **14.594** gli scatti fotografici che hanno partecipato al concorso "Life in a Picture", ispirato ai grandi temi di Expo 2015, registrando un totale di quasi **26.000** iscritti
- **311** i servizi di Check&Clean per i fotografi professionisti che hanno potuto usufruire della pulizia dei sensori e del controllo gratuito delle loro reflex Canon presso l'area CPS all'interno del media center
- **279** le immagini che hanno colorato otto Cluster di EXPO, realizzate da fotografi di fama internazionale e stampate con tecnologia **Canon Océ Arizona** per una superficie totale di 565mq<sup>2</sup>
- oltre **500.000** le stampe a emissioni zero di CO<sub>2</sub> realizzate presso il Media Center a supporto dei giornalisti provenienti da tutto il mondo
- **194** i dipendenti Canon che, con entusiasmo e competenza, hanno fatto parte della squadra operativa sul campo targata Expo 2015

L'immagine è stata protagonista assoluta di un progetto che Canon ha voluto realizzare per conservare, anche dopo la chiusura di Expo, una testimonianza dei temi più importanti legati all'esposizione universale 2015. Si tratta dell'iniziativa "**Expo: Vista d'Autore**" grazie a cui tre grandi fotografi italiani - **Franco Fontana, Francesco Cito e Paolo Castiglioni** - hanno raccontato con le loro immagini i tre filoni narrativi scelti in armonia con i valori stessi di Expo: **Cibo, Volti/Persone, Architettura**. I tre diversi reportage sono stati raccolti in altrettanti hdbook™ Canon, fotolibri di altissima qualità fotografica, realizzati con tecnologia **DreamLabo** di Canon e venduti in edizione limitata dagli stessi autori.

Infine, Canon ha portato ad Expo 2015 la propria offerta professionale legata alle soluzioni di **video sorveglianza** e di **business analysis**, che, installate all'interno di alcuni padiglioni, sono state utilizzate per analisi di tipo ambientale monitorando il flusso dei visitatori. Immagini protagoniste anche grazie ai proiettori XEED con le soluzioni di **videoproiezione** utilizzate per l'allestimento di alcuni dei padiglioni maggiormente visitati. Tra le collaborazioni con i Paesi partecipanti, da evidenziare anche quella con il **Padiglione Giappone** dove Canon ha messo a disposizione prodotti e soluzioni che hanno consentito di realizzare oltre 200.000 stampe e copie

e oltre 80.000 scansioni.

*“Canon è un brand molto riconosciuto in ambito fotografico e printing dove il pubblico associa immediatamente il nostro marchio al concetto di eccellenza e qualità ed Expo Milano 2015 ha rappresentato una piattaforma per acquisire una riconoscibilità diversa”, ha commentato Massimiliano Ceravolo, Information & Imaging Solutions Director di [Canon](#) Italia. “Abbiamo infatti avuto l'opportunità di dare prova di ciò che Canon è in grado di offrire, grazie alle proprie soluzioni e alla propria capacità di erogare servizi di qualità supportando brand di primo piano attraverso servizi fotografici e video e tramite le nuove soluzioni di Business Imaging Intelligence. Infine, per tutto lo staff Canon coinvolto nel progetto, quasi 200 persone, Expo Milano 2015 è stata un'esperienza di team building straordinaria e indimenticabile, che ha arricchito il bagaglio di conoscenze sia a livello professionale, sia umano che di relazione”.*

[Leggi tutti i comunicati stampa Canon](#)

Segui Canon su [Twitter](#) | [Linkedin](#) | [Business Bytes](#)

## Chi è Canon

Fondata nel 1937 per produrre fotocamere di altissimo livello, Canon, multinazionale giapponese con sede a Tokyo, è leader mondiale nella fornitura di innovative soluzioni di imaging per le aziende e i consumatori.

Attualmente, l'azienda sviluppa, produce e vende un'ampia gamma di prodotti che spaziano dalle fotocamere compatte alle reflex digitali, dai dispositivi per radiografie agli obiettivi broadcast, dalle stampanti ai multifunzione di produzione, tutti coadiuvati da un'ampia gamma di soluzioni e servizi a valore aggiunto che spaziano dall'Information & Document Management a soluzioni di Business Process Outsourcing. Proprio in quest'area Canon sta facendo forti investimenti, con l'obiettivo di affiancare aziende e istituzioni nel processo di digitalizzazione e dematerializzazione.

Il marchio Canon è conosciuto e stimato in tutto il mondo da clienti, famiglie, aziende e settori industriali, confermato dal terzo posto nella classifica Interbrand nella graduatoria dei migliori marchi giapponesi per l'anno 2014.

Il fatturato complessivo di Canon Inc. nel 2014 ammonta a circa 3.727,3 miliardi di yen, al quale Canon Europa contribuisce per circa un terzo vendendo in 116 paesi tra Europa, Medio Oriente e Africa.

L'Azienda investe costantemente in Ricerca & Sviluppo, nel 2014 oltre l'8% del fatturato, per fornire soluzioni all'avanguardia e servizi che soddisfino le esigenze dei propri clienti. Nel 2014 con 4.055 brevetti depositati si è classificata al terzo posto negli USA e negli ultimi 29 anni è sempre stata nelle prime cinque posizioni.

A professionisti, appassionati di fotografia, professionisti della stampa, Canon consente di soddisfare ogni esigenza legata all'imaging. Rifiene, inoltre, che essere sensibili agli interessi della società e dell'ambiente sia parte integrante di una buona attività commerciale. Questo concetto è racchiuso nella filosofia Kyosei: "Vivere e lavorare assieme per il bene comune".

Canon è presente in Italia dal 1957 con sedi a Milano e Roma.

**Riferimenti Internet:** Canon prodotti Consumer & Business: [canon.it](http://canon.it)

**Per ulteriori informazioni:**

**Prima Pagina** – Tel: 02/91.33.98.11

Viviana Viviani ([viviana@primapagina.it](mailto:viviana@primapagina.it))

Francesco Petrucci ([francesco@primapagina.it](mailto:francesco@primapagina.it))