

Press Release

**A Natale siate #selfieless
con Canon**

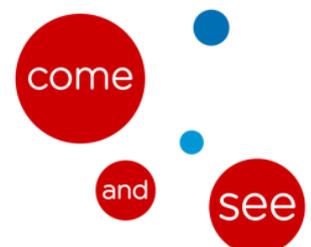
#selfieless

**Promuoviamo la bellezza delle buone azioni,
rendendole virali e contagiose**

Milano, 23 novembre 2016 – In occasione del Natale quest'anno Canon ha scelto di lanciare un invito a tutti coloro che amano le immagini e che fanno di esse una forma di espressione. Vogliamo rivolgere lo sguardo e con esso l'obiettivo verso le buone azioni, offrire nuovi spunti di riflessione e stimolare la nascita di sempre nuovi atti di generosità. Vogliamo essere più #selfieless, basta con l'autoreferenzialità.

L'ambizioso progetto di Canon nasce con una donazione di 1 milione di euro a diverse **Società Nazionali di Croce Rossa**, tra cui Croce Rossa Italiana. E Canon insieme a CRI, hanno scelto di intraprendere insieme un percorso di sensibilizzazione che coinvolge importanti tematiche sociali.

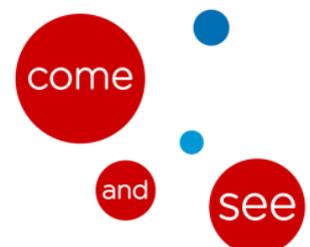
La campagna #selfieless ha debuttato nelle piazze italiane in occasione degli eventi connessi alla **Giornata Mondiale in ricordo delle Vittime della Strada** (dal 18 al 20 Novembre). Sono stati tantissimi, da nord a sud, i giovani di Croce Rossa che si sono messi in gioco incentivando l'adozione di



comportamenti corretti alla guida e riducendo i fattori di rischio quando si è al volante. Le violazioni più frequenti al Codice della Strada sono l'alta velocità, il mancato utilizzo dei dispositivi di sicurezza, l'uso del telefono cellulare: l'iniziativa è stata utile, perciò, anche per stilare una statistica delle abitudini degli italiani sulla strada. Un selfie in meno per una buona azione in più, l'obiettivo della fotocamera rivolto non a sé stessi ma al prossimo. Questo il vero impegno per diffondere l'importanza del guida sicura, della consapevolezza e della generosità verso l'altro, che è stato promosso con la collaborazione dei ragazzi di Croce Rossa nei vari punti 'Click and Print' sul territorio.

La partnership tra Canon e Croce Rossa Italiana non finisce qui, ma si arricchirà di nuove iniziative e campagne anche nelle prossime settimane, con particolare riferimento alle attività di volontariato e di inclusione sociale.

"In un mondo come il nostro – afferma **Gabriele Bellocchi, Vice Presidente della CRI** - è sempre più difficile avere una chiara consapevolezza di ciò che ci circonda e dell'importanza che ognuno di noi può avere per gli altri. È facile perdersi tra i social network e i nuovi strumenti digitali e lo è anche credere che il mondo giri solo intorno a noi stessi. I nuovi media sicuramente non aiutano in tal senso e sempre più giovani perdono la consapevolezza dell'altro, fonte di crescita e di arricchimento personale. Il progetto #selfieless vuole ripartire proprio dal mondo digitale, perché crediamo che una cultura della cittadinanza attiva e del volontariato possa trovare ampi spazi di crescita tra i giovani. La chiave sta proprio nel fermarsi un attimo e capire i bisogni dell'altro, ponendosi al servizio della comunità. #Selfieless è uno "strumento" alla portata di tutti. Buone azioni condivise, che ci



auguriamo scatenino un effetto domino di solidarietà nella fascia giovanile della popolazione".

"E' per noi motivo di grande orgoglio poter offrire supporto a una realtà come quella di Croce Rossa Italiana, che conta fra i suoi principi ispiratori universalità, volontariato e unità. Il progetto #selfieless e l'impegno che esso comporta, per noi rientra nella filosofia Kyosei - *vivere e lavorare insieme per il bene comune* – che da sempre contraddistingue il nostro brand " afferma

Enrico Deluchi Presidente e Amministratore Delegato di Canon Italia S.p.a.

"E' ormai evidente che le immagini abbiano un enorme potere comunicativo. Proprio per questo è nostra intenzione, farne lo strumento di espressione della bellezza contenuta in ogni buona azione".

In un mondo dove si scattano una media di 93 milioni di selfie al giorno*, il movimento #selfieless promuove l'inversione di rotta: giriamo l'obiettivo di 180° verso gli altri e compiamo azioni benefiche e lasciamo che diventino contagiose. Ma perché questo sia possibile è necessario il coinvolgimento di tutti. Basta compiere un atto di gentilezza, scattare una foto, postarla sui social media usando #selfieless e taggare tre amici affinché facciano lo stesso.

Una buona azione tira l'altra. A Natale, diventa quasi un obbligo:

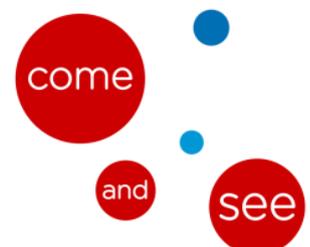
be #selfieless !

Per ulteriori informazioni:

Prima Pagina – Tel: 02/91.33.98.11

Viviana Viviani (Viviana@primapagina.it)

Francesco Petrucci (Francesco@primapagina.it)



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 2016.

L'Azienda investe costantemente in Ricerca & Sviluppo, nel 2015 oltre l'8% del fatturato, per fornire soluzioni all'avanguardia e servizi che soddisfino le esigenze dei propri clienti. Nel 2015 con 4.134 brevetti depositati si è classificata al terzo posto negli USA e negli ultimi 30 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. Ritiene, 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

