

Press Release

Tutte le potenzialità della tecnologia di stampa digitale Canon nella nuova campagna marketing di Hackett

Milano, 20 Febbraio 2017 – Nel corso degli Hunkeler Innovationdays 2017, Canon, leader mondiale nelle soluzioni di imaging, offrirà ai visitatori l'opportunità di vedere all'opera le proprie soluzioni di produzione end-to-end nella creazione di campagne marketing integrate e multicanale, e che sfruttano tutto il potenziale della stampa di dati variabili.

Sarà infatti possibile vedere tutti gli elementi che compongono un'ipotetica campagna marketing progettata da Canon e rivolta al cliente, utilizzando le immagini fotografiche del noto marchio di abbigliamento maschile Hackett. La campagna è stata realizzata per la promozione di *Aston Martin by Hackett*, una nuova collezione maschile che sarà lanciata in coincidenza dell'annuncio della nuova macchina sportiva Aston Martin DB11.

La campagna, che utilizza straordinarie immagini e video realizzati con dispositivi Canon EOS e Cinema EOS e sfrutta la potente tecnologia di stampa offerta dalla imagePROGRAF PRO-4000, include quattro elementi:

- Un 'look book' formato A5, realizzato con la stampante di produzione imagePRESS C10000VP e progettato con l'intenzione di suscitare l'interesse dei giornalisti di moda in tutto il mondo.
- Una versione VIP del 'look book', personalizzata e rilegata in formato A3, stampata anch'essa su imagePRESS C10000VP, realizzata per essere utilizzata nei negozi Hackett di tutto il mondo per far conoscere alla clientela l'offerta completa.
- Una lettera intestata promozionale, prodotta con la stampante a getto d'inchiostro a modulo continuo Canon ProStream, personalizzata con immagini accattivanti

basate sulle abitudini d'acquisto del cliente e contenente un invito a recarsi presso il negozio o sul sito web per vedere la collezione.

- Una cartolina personalizzata, come follow-up della lettera, prodotta utilizzando la stampante inkjet Océ VarioPrint i300.

Peter Wolff, Senior Director, Customer Group Commercial Printer and Production CRD, Canon Europe, ha così spiegato le motivazioni del progetto: “Lo scopo di questa iniziativa è dimostrare come i marchi e i print service provider possano trarre pieno vantaggio dalle potenzialità della tecnologia di stampa digitale oggi disponibile. L'innovazione digitale, supportata dalla crescente sofisticazione dell'analisi dei dati di marketing, permette alle aziende di differenziarsi creando campagne altamente personalizzate, che riflettono le preferenze dei singoli clienti. Tutto ciò favorisce il brand engagement e motiva il cliente a recarsi in negozio o effettuare l'acquisto online”.

“La qualità di stampa raggiungibile oggi con la tecnologia a getto d'inchiostro su supporti standard, rende la stampa digitale una soluzione di marketing particolarmente interessante anche per i marchi più esclusivi, per i quali la qualità di stampa e la vivacità dei colori è fondamentale”, ha aggiunto Peter Wolff.

Oltre ai quattro elementi stampati della campagna marketing, presso lo stand Canon agli Hunkeler Innovationdays 2017, sarà disponibile lo storyboard e un video che spiegano nel dettaglio come è stata realizzata l'iniziativa.

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

@CanonItaliaSpa

@CanonBusinessIT

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 2016 con 3.665 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. Ritene, 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

Per ulteriori informazioni:

Prima Pagina – Tel: 02/91.33.98.11

Marzia Acerbi (marzia@primapagina.it)

Paola Guttadauro (paola@primapagina.it)