

Canon mostra la campagna integrata di un marchio di bellezza a FESPA 2017

Amburgo, 8 maggio 2017 – Canon, leader nelle soluzioni di imaging, presenta una sensazionale campagna di comunicazione integrata a FESPA 2017 per dimostrare come diverse tecnologie e workflow possano aiutare i fornitori di servizi di stampa (PSP) ad arricchire il loro portfolio per soddisfare le esigenze dei clienti, creando al tempo stesso nuove opportunità di guadagno.

La campagna di lancio creata per un ipotetico marchio di bellezza utilizza le riprese commissionate al fotografo e filmmaker Clive Booth e si avvale dell'intero spettro di soluzioni di grande e piccolo formato. Con questo progetto si vuole aiutare i PSP a immaginare come integrare diverse applicazioni di stampa e creare campagne multi-canale coese.

La campagna raffigura magnificamente i quattro elementi Terra, Aria, Fuoco e Acqua attraverso le immagini catturate con le nuove fotocamere e gli obiettivi Canon EOS e include 19 applicazioni: interior décor, imballaggi, stampe per interni ed esterni, materiale POS e poster, stampa industriale e funzionale, foto e fine art, comunicazione on-demand.

Mathew Faulkner, Applications Development Senior Manager, Canon Europe, spiega: "In un settore di stampa tanto competitivo, i PSP di grande formato devono potersi differenziare e saper offrire ai propri clienti un valore aggiunto rispondendo in modo creativo ed esauriente alle loro richieste."

"Questo esempio di campagna mostra come Canon possa aiutare tutti i PSP a liberare il loro potenziale creativo e commerciale, da coloro che sono specializzati nella stampa di grande formato a coloro che propongono servizi di stampa più generici. I PSP che visiteranno il nostro stand potranno scoprire nuove modalità per

far evolvere il proprio business. Presenteremo le molteplici opportunità per arricchire la gamma di prodotti offerta ai clienti e spiegheremo come investimenti ben ponderati nelle tecnologie di grande e piccolo formato possano aiutare a diversificare la loro offerta, consolidare i rapporti con la clientela e accrescere la redditività."

Le applicazioni realizzate in tempo reale presso lo stand Canon a FESPA 2017 includono:

Interior décor

- Carte da parati personalizzate e con motivi ripetuti realizzate con la nuova stampante roll-to-roll da 64" Océ Colorado 1640 e su Océ ColorWave 700, utilizzando la carta da parati autoadesiva IJM678 Canon e rifinite su Fotoba XLD-170 WP.
- Segnaletica e grafica calpestabile promozionale stampate su Océ Colorado 1640, utilizzando gli appositi supporti di stampa IJM684 Canon e rifinite su Océ ProCut avvalendosi del nuovo sistema Auto Pilot.

Imballaggi

- Imballaggio in cartone stampato su Océ Arizona 1280 GT, utilizzando i supporti Invercote e rifinito su Océ ProCut.
- Cartelle personalizzate per promozioni stampate su Océ Arizona 1280 GT, utilizzando cartoncino ondulato e rifinite su Océ ProCut.

Stampe per interni ed esterni

- Insegna retroilluminata per promozioni e pubblicità di alta qualità stampata su Océ Arizona 1280 GT e Océ Colorado 1640, utilizzando la pellicola retroilluminata IJM637 e rifinita su Océ ProCut.

- Banner promozionali stampati su Océ Colorado 1640, Océ ColorWave 700 e Océ ColorWave 910, utilizzando il supporto in polipropilene IJM545C e rifiniti su Fotoba XLD-170 WP.
- Insegne pubblicitarie 3D per interni stampate su Océ Arizona 6170 XTS, utilizzando il supporto Katz Display Board e rifinite su Océ ProCut.
- Vetrotanie pubblicitarie stampate su Océ Arizona 1280 GT e Océ Colorado 1640, utilizzando il supporto IJM683 Window Cling Film e rifinite su Océ ProCut.

POS e poster

- Poster pubblicitari stampati su Océ Colorado 1640, Océ ColorWave 700, Océ ColorWave 910, imagePROGRAF PRO-6000S, utilizzando una serie di supporti fotografici e per poster Canon e rifiniti su Fotoba XLD-170 WP.
- Materiale POS personalizzato stampato su Océ Arizona 6170 XTS, utilizzando cartoncino ondulato e rifinito su Océ ProCut.

Foto e fine art

- Stampe fine art e fotografiche, sia solo fronte che fronte-retro, prodotte su imagePROGRAF PRO-4000, imagePROGRAF PRO-6000S e DreamLabo 5000 utilizzando una serie di supporti di stampa fotografica di alta qualità.

Industriale e funzionale

- Coperchi personalizzati compatti per specchi stampati su Océ Arizona 1280 GT, utilizzando Dibond in argento spazzolato e rifiniti su Océ ProCut.

Comunicazioni on-demand

- Cartoline per direct mail di formato A5 e lungo (105 x 297 mm) stampate su imagePRESS C750 utilizzando carta Canon Top Colour Zero da 300g/m².
- Buste promozionali (contenenti voucher personalizzati) stampate su imagePRESS C750 utilizzando Canon Top Coated Plus Gloss FSC.

Nota per gli editori: È possibile vedere il video del servizio fotografico della campagna al seguente indirizzo: <https://www.youtube.com/watch?v=jMOIUe1pY7k>

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. 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

Per ulteriori informazioni:

Prima Pagina – Tel: 02/91.33.98.11

Marzia Acerbi (marzia@primapagina.it)

Paola Guttadauro (paola@primapagina.it)