

# COMUNICATO STAMPA

## Comunicare le emozioni attraverso la stampa



Per dimostrare l'ampiezza delle applicazioni di stampa di alta qualità che possono essere prodotte per una campagna pubblicitaria, verrà stampato un fotolibro di Horst Friedrichs utilizzando il sistema Océ ProStream 1000



Il Future Promotion Forum e i Production Printing Business Days accoglieranno più di 800 visitatori in tre giorni, presso il Customer Experience Centre di Canon

**Milano, 24 Settembre - Questa settimana, Canon ospita due eventi presso il suo Customer Experience Centre di Poing con l'obiettivo di mostrare tutte le possibilità offerte dalla stampa promozionale nel campo delle campagne pubblicitarie. Primo nel suo genere, il Future Promotion Forum si terrà il 25 settembre seguito dai Production Printing Business Days, il 26 - 27 settembre. I due eventi insieme accoglieranno circa 800 visitatori provenienti da settori diversi, quali: editoria, marketing diretto, stampa corporate e commerciale, brand communication e grafica.**

All'insegna del tema "Fuel Emotion with Print", entrambi gli eventi metteranno in evidenza il ruolo della stampa promozionale nelle odierne campagne pubblicitarie omnicanale e come la stampa possa efficacemente integrare il digitale. I clienti scopriranno come incrementare il valore delle campagne di marketing coniugando le funzionalità della stampa digitale con i dati variabili dei consumatori per produrre comunicazioni dinamiche, personalizzate e misurabili. Gran parte delle applicazioni di stampa promozionale può ora essere personalizzata utilizzando la tecnologia di stampa digitale e integrata in una campagna pubblicitaria di più ampio respiro: dal direct mail mirato, che attira il cliente in negozio, ai POS che incoraggiano l'acquisto, fino all'interior décor per migliorare la brand experience.

### Future Promotion Forum

Il Future Promotion Forum si aprirà con la presentazione di **Nick Morris**, Socio fondatore di Canvas8 London, che spiegherà come i comportamenti, le aspettative e le aspirazioni del cliente hanno modificato la comunicazione promozionale, influenzando in modo determinante il suo futuro. Seguirà un discorso dell'Amministratore delegato di Print Power Europe, **Ulbe Jelluma**, che analizzerà l'uso della stampa nel marketing mix. **Philippe Baecke**, Professore associato di marketing presso la Vlerick Business School, parlerà di come migliorare l'approccio con i clienti in un mondo omnicanale, utilizzando gli smart data. Queste tesi saranno avvalorate dall'intervento di **Susan Fulczynski**, Process & Project Manager di Bonprix, negozio di moda con sede ad Amburgo, che spiegherà perché la stampa personalizzata è un elemento chiave della strategia di marketing aziendale. Il consulente delle comunicazioni one-to-one **Gerhard Maertterer** parlerà quindi di come gli operatori di marketing possono migliorare i loro tassi di conversione attraverso comunicazioni personalizzate. Infine, il Direttore operativo di Adnymics, **Tobias**

**Canon**

---

**Kieltsch**, chiuderà l'evento spiegando come incrementare i guadagni utilizzando i dati per comunicare in modo intelligente.

Il professor Philippe Baecke afferma: *"Il marketing non è solo creatività, ma anche capacità di trasmettere il messaggio giusto al pubblico giusto e nel momento giusto, in un formato adeguato. La comunicazione di massa raggiunge una vasta audience, ma il suo contenuto non interesserà ogni singolo cliente. Gestendo i dati del consumatore e combinandoli con le innovative soluzioni di stampa digitale di aziende come Canon, sarà possibile personalizzare la stampa promozionale in funzione del singolo cliente, come già avviene con le comunicazioni online. I brand non possono sfruttare appieno le possibilità della stampa promozionale senza comprendere i dati dei clienti in loro possesso e come utilizzarli in modo adeguato. Più i brand sapranno personalizzare le loro comunicazioni, più riusciranno a coinvolgere il cliente a livello emotivo."*

L'evento cercherà di ispirare i partecipanti con alcuni esempi di applicazioni di alta qualità, tra i quali il nuovo libro fotografico "Speed". Stampato su Océ ProStream 1000, un libro che contiene immagini capaci di raccontare le sottoculture britanniche degli ultimi due decenni: mod, rocker, ciclisti, motocicli e auto d'epoca, tutte scattate dal fotografo documentarista **Horst Friedrichs**.

Nel quadro di un modello di campagna pubblicitaria di più ampio respiro e a ulteriore supporto del lancio del libro, Canon mostrerà delle applicazioni di direct mail personalizzate, come cartoline, magazine e "magalog", oltre a prodotti di grafica promozionale, come poster e banner. Tutti i materiali di marketing, inclusa una serie di applicazioni fotografiche e fine art, saranno stampati utilizzando l'eterogeneo portfolio Canon di soluzioni di stampa digitale su grande e piccolo formato.

Horst Friedrichs afferma: *"Una cosa che ho imparato come fotografo è l'importanza di intrattenere uno stretto rapporto con le aziende che stampano le mie fotografie. Dobbiamo collaborare per garantire la qualità che desidero raggiungere con le stampe. Considero i fornitori di servizi di stampa come degli artisti, che utilizzano un mezzo fisico per dare vita a ciò che io vedo attraverso un obiettivo. Canon mi ha mostrato che non esistono limiti creativi a ciò che è possibile realizzare con le moderne tecnologie di stampa digitale. Partendo da una sola immagine, possono ora produrre un'ampia gamma di prodotti diversi, utilizzando un'ampia varietà di supporti."*

In occasione del Future Promotion Forum sarà anche possibile ripercorrere la campagna pubblicitaria "Elemental", ideata da Canon per sottolineare come la stampa, nelle sue diverse declinazioni, possa coinvolgere i consumatori lungo il processo di acquisto.

### **Production Printing Business Days**

I Production Printing Business Days offriranno ai clienti Canon provenienti dall'intera area EMEA l'opportunità di vedere riunite le ultime innovative soluzioni tecnologiche fra cui: stampanti inkjet a modulo continuo e a foglio singolo di alto volume (Océ ProStream 1000, Océ ColorStream 6000 Chroma, Océ VarioPrint i300, serie Océ LabelStream 4000), stampanti di produzione e light production (imagePRESS C10000VP, imagePRESS C850/C750, serie Océ VarioPrint TITAN 6000, Océ varioPRINT 140) e sistemi di grande formato per la produzione flatbed e roll-to-roll (Océ Arizona 1280 e 6170, Océ Colorado 1640, Océ ColorWave 3700, imagePROGRAF PRO-4000S). Inoltre sarà possibile scoprire le soluzioni dedicate all'ottimizzazione dei flussi di lavoro fra cui: PRISMA workflow suite, Quadient Inspire, Ironsides, EFI MarketDirect, Axode e Digital StoreFront (DSF).

**Canon**

---

Dopo il discorso di apertura di **Jeppe Frandsen**, Vicepresidente esecutivo Canon Europa, l'imprenditore **Richard Askam** terrà un intervento di approfondimento sul nuovo ruolo della stampa nell'odierno mondo digitale.

*Askam afferma: "Le tecnologie digitali hanno influenzato profondamente ogni settore. I brand e i fornitori di servizi di stampa devono riuscire a capire come utilizzare le innovazioni per offrire ulteriore valore aggiunto ai propri clienti. Ma solo un cambiamento collettivo del settore potrà incoraggiare nuove idee creative. Prima questo succederà, prima sarà possibile dare concretezza al grande potenziale della stampa. Le aziende che guardano al futuro cercano modi innovativi per utilizzare la stampa come un mezzo narrativo che li aiuti a coinvolgere maggiormente i propri clienti e a comunicare con loro. In questo contesto, il settore della stampa ha l'opportunità di sovvertire l'ordine delle cose."*

I visitatori potranno toccare con mano le soluzioni end-to-end Canon e partecipare a brevi panel, organizzati nella Expert Lounge sul tema "Come trasformare una visione in opportunità nella comunicazione con il cliente."

**Jeppe Frandsen, Vicepresidente esecutivo, Canon Europa** afferma: "Con il lancio del Future Promotion Forum e il continuo successo dei Production Printing Business Days, ci proponiamo di riunire acquirenti provenienti da diversi settori, inclusi imprenditori ed editori, per aiutarli a trasformare le loro visioni creative in realtà. Canon offre esperienza e soluzioni tecnologiche per creare applicazioni di qualità elevata; ma solo promuovendo il dialogo tra tutti i componenti della catena produttiva possiamo esplorare le nuove opportunità di business offerte dalla stampa digitale. Con un programma di relatori d'eccellenza e una ricca selezione di applicazioni, speriamo di ispirare i visitatori e comunicare emozioni attraverso la stampa."

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

@CanonItaliaSpa @CanonBusinessIT

**Canon**

---

## Per informazioni

Canon Italia  
Giada Brugnaro  
t. 335.7918607  
giada.brugnaro@canon.it

## Prima Pagina Comunicazione

Vilma Bosticco  
Marzia Acerbi  
t. 02/91.33.98.11  
[vilma@primapagina.it](mailto:vilma@primapagina.it)  
[marzia@primapagina.it](mailto:marzia@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 al terzo posto nella classifica Interbrand nella graduatoria dei migliori marchi giapponesi per l'anno 2016.

L'Azienda investe costantemente in Ricerca & Sviluppo, nel 2017 oltre l'8% del fatturato, per fornire soluzioni all'avanguardia e servizi che soddisfino le esigenze dei propri clienti. Nel 2017 si è classificata al terzo posto negli USA con 3.285 brevetti depositati, guadagnando il primato primato quale unica azienda al mondo a essersi classificata tra le prime cinque posizioni per trentadue anni consecutivi.

A professionisti e appassionati di fotografia o specialisti 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](http://canon.it)