COMUNICATO STAMPA

B2B Marketing Conference 2020:

Il valore della stampa digitale Canon nell'era del digital 4.0

Milano, 14 Febbraio 2020 – Canon Italia è Main Sponsor della seconda edizione della B2B Marketing Conference, l'evento organizzato da ANES – Associazione Nazionale Editoria di Settore - per riflettere sulle nuove sfide che il Marketing B2B è chiamato ad affrontare nell'era post-contemporanea. L'evento si terrà il 27 febbraio a Milano – presso l'Auditorium Giò Ponti di Assolombarda, via Pantano 9.

Con il claim "DRIVE THE CHANGE", la conferenza rappresenta una straordinaria occasione per dialogare insieme ai principali attori del mercato sui cambiamenti che l'era del digital 4.0 sta apportando nelle strategie di business aziendali a tutti i livelli. Una riflessione ad ampio spettro sul cambiamento, l'evoluzione e la digital transformation che sta investendo il Marketing B2B e sulle strategie più appropriate per guidare questa rivoluzione digitale.

In questo panorama in constante evoluzione, un ruolo centrale è giocato dalla **stampa digitale di produzione,** uno strumento al servizio del marketing non solo per rispondere alle variegate richieste dei consumatori in cerca di contenuti personalizzati, ma anche per anticipare le tendenze dell'ecosistema editoriale.

"Mai come adesso il settore dell'editoria sta vivendo una profonda rivoluzione dettata dalle innovazioni tecnologiche introdotte dal digitale, è per questo importante dialogare con i principali attori del settore per ripensare i modelli di business. La nostra presenza a questo

importante appuntamento ha proprio questo obiettivo: raccontare agli addetti ai lavori e non solo lo straordinario potenziale della stampa digitale all'interno delle strategie di comunicazione aziendali". Ha dichiarato **Riccardo Porro**, **Market Business Developer, BG Commercial Printing di Canon Italia** "Grazie alle caratteristiche di velocità, qualità e possibilità di personalizzazione, la stampa digitale si è imposta negli ultimi anni come elemento imprescindibile nella comunicazione aziendale e culturale."

Di questo e del ruolo cruciale che il *digital printing* può giocare all'interno delle strategie di marketing aziendale se ne parlerà ampiamente nell'intervento di **Canon Italia** dal titolo "**L'ERA DELLA STAMPA INTELLIGENTE. LA COMUNICAZIONE FRA INNOVAZIONE TECNOLOGICA, DATI E MULTICANALITA'**. L'intervento a cura di **Riccardo Porro, Marketing Business Developer, BG Commercial Printing di Canon Italia**, si svolgerà alle 10.15 all'interno della sezione "MEDIA & ADV Revolution".

Segui Canon su Twitter | Linkedin | Business Bytes
#SeeTheBiggerPicture
@CanonItaliaSpa @CanonProPrintIT @CanonBusinessIT

Per informazioni

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

Prima Pagina Comunicazione

Marzia Acerbi
Paola Guttadauro
t. 02/91.33.98.11
marzia@primapagina.it
paola@primapagina.it

Chi è Canon

Fondata nel 1937 e mossa dal desiderio di continua innovazione, Canon ha mantenuto una posizione di leadership nel settore dell'imaging nel corso dei suoi 80 anni di attività e si impegna a investire in diverse aree di interesse e a cogliere le opportunità di crescita. Dalle fotocamere alle stampanti commerciali, dalla consulenza aziendale alle tecnologie per il settore sanitario, Canon arricchisce la vita delle persone e delle aziende attraverso l'innovazione dell'imaging.

Attualmente, l'azienda sviluppa, produce e vende un'ampia gamma di prodotti che spaziano dalle fotocamere alle videocamere fino alle lenti broadcast, dalle stampanti commerciali ai multifunzione di produzione. Il tutto completato da un'ampia gamma di soluzioni e servizi che di Information & Document Management. Proprio in quest'area Canon si pone l'obiettivo di affiancare aziende e istituzioni nel processo di digitalizzazione e dematerializzazione.

Canon, inoltre, crede fortemente che l'innovazione tecnologica favorisca l'avvicinamento alle opere, alla storia e alla cultura del Paese e che possa costituire un valido alleato nel percorso teso alla valorizzazione dell'arte. IoX, Imaging of Italian Xellence, è un progetto italiano che l'azienda ha avviato per supportare iniziative di elevato valore artistico e culturale, mettendo il proprio ecosistema di imaging al servizio della promozione e tutela delle eccellenze italiane.

Il marchio Canon è conosciuto e stimato in tutto il mondo da clienti, famiglie, aziende e settori industriali, al quarto posto nella classifica Interbrand nella graduatoria dei migliori marchi giapponesi per l'anno 2018.

Nell'anno 2019 Canon ha ottenuto la certificazione Top Employers Italia e Top Employers Europe.

Nel 2018, l'azienda ha investito oltre l'8% del fatturato globale in Ricerca & Sviluppo per fornire soluzioni all'avanguardia e servizi che soddisfino le esigenze dei propri clienti. Inoltre nello stesso anno si è classificata al terzo posto negli USA con 3.056 brevetti depositati, guadagnando il primato quale unica azienda al mondo a essersi classificata tra le prime cinque posizioni per trentatre anni consecutivi. Come espresso dalla filosofia aziendale Kyosei – 'vivere e lavorare insieme per il bene comune' – Canon persegue una crescita aziendale sostenibile, puntando alla riduzione del proprio impatto ambientale e sostenendo i clienti che vogliono fare lo stesso attraverso prodotti, soluzioni e servizi su misura.

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

Scopri di più su: www.canon.it