OPINION ARTICLE

Canon: l'innovazione tecnologica che alimenta la creatività e la sostenibilità

A cura di Marco Dusi, DP&S Business Development Manager di Canon Italia

La Milano Design Week 23 ha confermato la grande attenzione di architetti, designer, arredatori verso temi quali circolarità, recupero, riutilizzo. In una parola: sostenibilità.

Un'attenzione che unisce il mondo della domanda e dell'offerta in tutti i settori di mercato: aziende e consumatori privilegiano brand che operano in modo sostenibile e socialmente responsabile. Si ricercano aziende e prodotti che si adoperano affinché i materiali utilizzati, le modalità di produzione, distribuzione e le possibilità di riutilizzo dei prodotti siano conformi agli standard di sostenibilità.

L'uso di tecnologie per la stampa all'avanguardia è funzionale a raggiungere questi obiettivi in molti segmenti di mercato: tra questi quello dell'interior decor e dell'arredamento, non solo delle abitazioni, ma anche e soprattutto di punti vendita, hotel, spazi eventi. Il balzo in avanti fatto negli ultimi anni dalle tecnologie a disposizione dei professionisti della stampa ha permesso la rapida diffusione della personalizzazione di massa. Se fino a pochi anni fa un prodotto unico, personalizzato o creato appositamente per un singolo consumatore, era un privilegio destinato a pochi a causa dei costi associati, oggi è finalmente possibile, ad esempio, creare e stampare una carta da parati unica, oppure rivestire un mobile, la parete di un ufficio o l'area di un punto vendita con un wrapping disegnato appositamente per lo scopo.

Le possibilità sono infinite e, per meglio comprendere come le tendenze in atto possano avere un impatto sui potenziali scenari di business strategici della stampa professionale, Canon ha dato vita all'iniziativa **"Capstone Project"** in collaborazione con la **Rome Business School**. Si tratta di un progetto formativo e, al tempo stesso, di un osservatorio di qualità che punta al principio di *Open Innovation*. Il progetto ha visto gli studenti dell'International MBA impegnati nella realizzazione di una ricerca su come, mettendo al centro l'utilizzo delle più recenti tecnologie digitali, sia possibile pensare a un futuro della stampa senza limiti.

Canon

La visione Total Experience (TX) di Canon e la Personalizzazione di Massa hanno definito le linee guida per la costruzione del progetto, che gli studenti hanno condotto intervistando utenti finali e operatori del settore in quattro nazioni europee (Irlanda, Italia, Portogallo e Repubblica Slovacca). Scopo delle interviste è stato di indagare le tendenze, le preferenze di acquisto e la soddisfazione dei clienti circa le opzioni attualmente disponibili in svariati settori di mercato.

Sono emerse differenze importanti tra i vari paesi, dovuti principalmente a ragioni culturali. Il mercato italiano, ad esempio, si è dimostrato particolarmente interessato alle possibilità offerte dalla stampa personalizzata della carta da parati. I vantaggi competitivi offerti dalla tecnologia in questo segmento sono davvero significativi e, in particolare, la flessibilità e le possibilità offerte dalla tecnologia Canon per ottenere finiture diverse sono considerate un importante plus. Per consumatori finali e aziende che operano nel settore dell'accoglienza i vantaggi sono evidenti: è possibile rinnovare gli ambienti, anche soltanto in parte, con carte da parati uniche, disegnate appositamente per l'utilizzatore o stampate utilizzando qualsiasi immagine, su supporti diversi. La stampa digitale permette inoltre di salvare un determinato progetto e, nel caso in cui una parte della carta da parati si danneggi, ristampare soltanto quella sezione, sostituendola in pochissimo tempo.

In Italia, il tasso annuale di crescita del mercato della carta da parati, per il periodo 2018-2023 ha mostrato un incremento del 5.9%. Le interviste condotte nell'ambito dell'iniziativa Capstone Project hanno evidenziato una crescita della domanda in termini di personalizzazione e di necessità temporanee, soprattutto da parte di showroom, hotel e ristoranti, che non trovano nelle forniture standard ciò che fa al caso loro. Queste industrie cercano innovazione e creatività e la carta da parati personalizzata consentirebbe loro di cambiare più frequentemente l'arredamento dei locali, ad esempio ispirandosi alle stagioni o alle tendenze della moda.

Alcuni fornitori di servizi di stampa offrono ai propri clienti la possibilità di avere carte da parati personalizzate, ma il fatto che dispongano di tecnologie di stampa datate, restringe le possibilità di scelta, allunga i tempi di produzione e non permette loro di applicare prezzi concorrenziali. Coniugando tecnologie all'avanguardia con le nuove necessità di personalizzazione, si apre per i PSP (Print Service Provider) l'interessante opportunità di fidelizzare la clientela proponendo piani di abbonamento che consentono di rinnovare periodicamente gli interni in modo veloce ed economico. Il mercato dei tessuti decorativi è uno dei più promettenti per le applicazioni di stampa grande formato: i tessuti offrono ai PSP grande formato delle ottime opportunità di business.

La stampa digitale ha contribuito enormemente alla personalizzazione degli spazi. Grazie ai suoi numerosi vantaggi, quali la possibilità di tirature limitate e la

customizzazione, consumatori e aziende possono confezionare un "arredo su misura" per le loro abitazioni e aziende, che sia personale e sostenibile, creato usando materiali green, senza porre limiti alla creatività.

Segui Canon su Twitter | Linkedin | Business Bytes

#BeTheBest #SeeTheBiggerPicture

@CanonItaliaSpa @CanonProPrintIT @CanonBusinessIT

informazioni

Canon Italia

Giada Brugnaro

t. 335 7918607

giada.brugnaro@canon.it

Prima Pagina Comunicazione

Marzia Acerbi

Sara Magri

t. 02/91.33.98.11

marzia@primapagina.it

sara@primapagina.it

Chi è Canon

Sin dalla sua fondazione, avvenuta nel 1937, è spinta dalla volontà di portare innovazione nel mondo dell'imaging, trasformando il modo in cui lavoriamo, impariamo e usiamo le immagini. In un universo iperconnesso ispiriamo le persone in un mondo in costante evoluzione. Canon sviluppa, produce e commercializza un vasto portafoglio di prodotti per gli appassionati e per i professionisti: dalle fotocamere alle videocamere per il settore cinematografico, dalle stampanti commerciali, multifunzione, di produzione fino a un'ampia gamma di soluzioni e servizi per le aziende e per l'healthcare.

Canon opera secondo la filosofia Kyosei "Vivere e lavorare insieme per il bene comune", contribuendo alla diffusione e implementazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, per creare un presente e un futuro più sostenibili attraverso la gestione del proprio impatto ambientale e aiutando, con i suoi prodotti, soluzioni e servizi, le aziende clienti a fare lo stesso.

Da oltre 30 anni Canon opera per il riutilizzo delle materie prime, dal 2008 ad oggi ha reimpiegato 30.690 tonnellate di prodotti, o parti di essi, e ha prelevato 37.917 tonnellate di plastica dai prodotti usati, da riciclare. Inoltre, è sempre più alta l'attenzione sull'utilizzo di materiali riciclati per la creazione degli imballaggi, la riduzione di anidride carbonica nel trasporto dei prodotti e la diminuzione del consumo energetico.

Ogni anno Canon impiega circa l'8% proprio fatturato globale in Ricerca e sviluppo. Nel 2021 si è confermata al terzo posto nella classifica dei brevetti statunitensi ed è prima tra le aziende giapponesi, attestandosi tra le prime cinque aziende per 36 anni consecutivi. E, nel 2023 ha ottenuto per il quinto anno consecutivo la certificazione Top Employers Italia.

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

Scopri di più su: www.canon.it

Seguici su: