

## **DA KYOCERA MITA ITALIA, UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA PER TUTTE LE ESIGENZE DEL CLIENTE OFFICE ED IT**

Cernusco s/N, 8 marzo 2004 – In un mercato che è letteralmente bombardato da messaggi pubblicitari di ogni tipo, distinguersi dalla concorrenza non è certo facile. Un obiettivo che, invece, Kyocera Mita Italia ha perseguito con successo nella campagna lanciata recentemente, le cui finalità sono legate sia al miglioramento della brand recognition che al consolidamento dell'immagine di Kyocera Mita Italia come fornitore all'avanguardia di soluzioni innovative, con una gamma completa di prodotti, semplici da utilizzare e di facile apprendimento, pronti a dare risposta alle esigenze quotidiane degli utenti, nel rispetto dell'ambiente e con un costo di esercizio tra i più economici del mercato. In particolare, Kyocera Mita Italia ha scelto di utilizzare le affissioni (manifesti e banner, billboard, striscioni e pubblicità sui mezzi pubblici) come strumento ideale per raggiungere i propri utenti potenziali. Lo scopo è quello di sottolineare come l'offerta Kyocera sia focalizzata verso le esigenze dell'utenza, con un'offerta che spazia dalle stampanti e sistemi multifunzione entry level passando poi alle stampanti a colori per l'ambiente office, per approdare alle soluzioni di gestione documentale e al grande formato. Un altro punto fermo dell'offerta Kyocera che viene sottolineato nei messaggi della campagna pubblicitaria è legato alla sua mission, che è quella di creare tool per migliorare l'efficienza del workflow, proponendosi come fornitore di punta di soluzioni per facilitare la quotidianità del lavoro d'ufficio. La tecnologia proprietaria Ecosys, disponibile su tutta la gamma di prodotti printer Kyocera e l'utilizzo di materiali a lunga durata, consente poi di eliminare il problema dei rifiuti inquinanti, salvaguardando l'ambiente e riducendo al minimo i costi di gestione. Oggi, infatti, le soluzioni Kyocera sono quelle col minor costo per pagina disponibili sul mercato. Per convogliare i messaggi contenuti nei vari filoni della campagna, Kyocera Mita Italia ha scelto alcune immagini di sicuro impatto: una giovane signora con le borse di una boutique, ad esempio, per sottolineare il fatto che, con soluzioni efficienti, anche dal punto di vista della riduzione dei costi, l'utente può disporre di maggiori risorse per effettuare acquisti di puro diletto. Come sottotitolo, il claim: "alcuni validi argomenti per ridurre i costi di stampa". Un acrobata in equilibrio con un candelabro in una mano e un vassoio di bicchieri tra i denti, invece, sottolinea l'importanza della flessibilità e, quindi, l'efficienza offerta dalle soluzioni multifunzionali. Il claim scelto, in questo caso è: "la sorprendente efficienza del multitalento". Un team di velisti alle prese con una regata a bordo di una barca a vela da gara è, invece, l'immagine scelta per mettere in risalto la forza di un gruppo di lavoro professionale e affiatato, quale quello che può mettere in campo la stessa Kyocera Mita Italia. Come claim è stato scelto: "la forza imbattibile di una squadra di professionisti". Le mani di un bambino che dipinge con colori a tempera su un grande foglio di carta bianca, sono, invece, al centro dell'immagine scelta da Kyocera Mita Italia per trasmettere la potenza della stampa a colori, resa possibile a costi assolutamente competitivi e sottolineata anche dal claim: "la libertà di permettersi la stampa a colori". «Attraverso la campagna pubblicitaria appena lanciata – ha dichiarato Simona Galbusera, Responsabile della Comunicazione di Kyocera Mita Italia -, Kyocera Mita vuole convogliare al mercato il messaggio di un'azienda viva e vitale, dove l'alta tecnologia si sposa con l'efficienza delle persone che lavorano al proprio interno e dove l'attenzione al cliente e alle sue esigenze è unita a un'estrema attenzione all'ambiente e alla sua salvaguardia. Il tutto continuando a offrire soluzioni in grado di coniugare qualità ed efficienza con il risparmio e l'attenzione ai costi».