

## **Sempre "on air" la campagna pubblicitaria di Kyocera Mita**

A cura di **Lara Motta**  
Pubblicato il 25/01/2006

**Iniziata lo scorso luglio, la campagna pubblicitaria prosegue fino a marzo su radio e stampa. Da gennaio è anche online. I concetti chiave: l'economicità, l'affidabilità e la facilità d'utilizzo dei sistemi Kyocera**

La vediamo sui giornali, la sentiamo alla radio e da questo mese la scorgiamo anche sui principali portali economico-finanziari e IT. Stiamo parlando della campagna pubblicitaria di Kyocera Mita, azienda leader nel settore del Print & Document Management, da sempre impegnata a fornire soluzioni modulari e user-friendly, volte a migliorare l'efficienza nelle attività lavorative di tutti i giorni.

Con l'inizio del nuovo anno fino a marzo, Kyocera Mita ha riconfermato, come mezzi per veicolare i propri messaggi, la stampa e la radio e, novità da gennaio, ha introdotto anche le testate online e i portali Web, a conferma dell'importanza che Internet ha oggi assunto in termini di nuovi lettori.

I messaggi della campagna pubblicitaria puntano sui plus dei sistemi Kyocera, tecnologicamente all'avanguardia e progettati per rispondere alle crescenti richieste dell'utenza di maggiore efficienza, versatilità, economicità dei costi di gestione, affidabilità, sicurezza e semplicità di utilizzo. Da qui la garanzia di una "tranquillità professionale" e di una migliore "qualità della vita", concetti sui quali fa perno la filosofia dell'intero Gruppo Kyocera.

La campagna pubblicitaria si rivolge a tutti coloro che, giornalmente, devono far fronte a necessità, anche complesse, di gestione documentale, scontrandosi spesso con costi d'esercizio troppo elevati e con strumenti operativi non sempre affidabili.

Presente su tutto il territorio italiano, la campagna di Kyocera Mita Italia è veicolata su diversi media quali i principali quotidiani nazionali (Corriere della Sera, La Repubblica, Il Sole 24 Ore), periodici economici e di management (Corriere Economia, Economy, Il Mondo, Executive.it) e specializzati ICT con un focus al settore del Document Management, al Canale e alla P.A. (Digital Document Magazine, Computer Dealer & VAR, PublicA), così come radio a circuito nazionale (radio Rai e radio 24). La campagna pubblicitaria è online sui principali portali economico-finanziari e IT quali Il Sole24Ore, Borsa Italiana, Mondadori e 01Net.

Le pagine pubblicitarie riportano il marchio e la dicitura dei XX° Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006, di cui Kyocera Mita Italia è Sponsor Ufficiale.