

## **Continua a crescere l'impegno di Epson nella comunicazione dei vantaggi della tecnologia inkjet a freddo**

*La campagna "Just relax" promuove le stampanti e i multifunzione EcoTank, evidenziando il basso costo pagina e il rispetto per l'ambiente: on air lo spot tv che le vede protagoniste con il brand ambassador Usain Bolt.*

*Cinisello Balsamo, 26 gennaio 2023 – Da sempre impegnata nella realizzazione di prodotti altamente performanti e al tempo stesso attenti all'ambiente e al risparmio energetico, con la nuova campagna TV e affissione Epson sottolinea i vantaggi della linea di stampanti e multifunzione EcoTank*

*- oltre 70 milioni di unità vendute nel mondo, a testimonianza del successo di questa soluzione - e della tecnologia inkjet a freddo (Heat free).*



La campagna TV "Just relax" in onda su alcune delle maggiori reti nazionali tradizionali e on demand, si sviluppa con tre spot in cui il velocista giamaicano Usain Bolt, pluricampione olimpico e recordman mondiale, da due anni brand ambassador di Epson, arriva in soccorso delle persone in tre situazioni critiche perchè è terminato l'inchiostro, fornendo la soluzione: una EcoTank. Le stampanti e i multifunzione con serbatoi ricaricabili tolgono ogni pensiero, in linea con il claim "just relax", e rendono la stampa conveniente, semplice e anche attenta all'ambiente.

La linea EcoTank comprende modelli ideali per famiglie, professionisti e piccoli uffici contraddistinti da basso costo pagina e alta produttività, oltre che dalla presenza di capienti serbatoi ricaricabili che permettono di stampare varie migliaia di pagine prima di doverli ricaricare con i pratici ed economici flaconi. La tecnologia inkjet a freddo (Heat free) di cui

[www.epson.it](http://www.epson.it)

sono dotate consente infatti di risparmiare fino al 90% sui costi di stampa e di abbassare i consumi energetici con conseguente riduzione dell'impatto ambientale. Inoltre i flaconi di inchiostro, una volta utilizzati riempiendo i serbatoi, possono essere smaltiti direttamente nella plastica, riducendo i rifiuti.

Silvia Macchi, Marketing Manager di Epson Italia afferma: "Con questa campagna TV e affissione intendiamo fare ulteriormente crescere la notorietà del marchio Epson e, in particolare, quella della linea di stampanti EcoTank verso un pubblico costituito principalmente da famiglie con figli in età scolare e da chi lavora da casa, oltre che da coloro che più in generale hanno l'esigenza di stampare a casa. Per farlo ci siamo affidati alla simpatia di un grande campione, che accorre in aiuto delle persone rimaste senza inchiostro nel momento meno opportuno: la stampa dei compiti prima di andare a scuola, o di documenti di viaggio prima di partire per un bel viaggio, o di un report di vendita da consegnare al capo. Siamo convinti che questa campagna, con la sua freschezza, leggerezza e un pizzico di humor, ci consentirà di aumentare la riconoscibilità e familiarità delle nostre stampanti Epson EcoTank."

### **TV e affissioni in grandi città fino a metà febbraio**

In Italia la pianificazione della campagna prevede in gennaio circa 6.000 passaggi sulle reti Mediaset, Rai, Sky, Discovery e La7/7d con spot da 15" e 20", mentre in febbraio la messa in onda si sposta su Mediaset Infinity e RaiPlay per raggiungere il pubblico che fruisce i programmi televisivi tramite dispositivi connessi a Internet.

Fino a fine gennaio a Milano, Roma e Napoli è in atto una campagna di affissioni nei punti strategici delle città, fermate dei mezzi pubblici e maxi led wall, che opera in sinergia con la campagna TV e con il resto delle iniziative di marketing messe in campo.

La campagna pubblicitaria TV e affissione si inserisce infatti in una più ampia campagna di comunicazione che include il digitale, con presenza anche sui principali canali social, e una serie di iniziative in collaborazione con i partner del settore retail e rivendita, con la presenza di materiale promozionale su oltre 500 punti vendita e di promoter per spiegare alle persone interessate alle soluzioni di stampa EcoTank tutti i vantaggi.

[www.epson.it](http://www.epson.it)

La creatività è stata ideata e realizzata dall'agenzia Citizen Films, mentre la produzione è stata affidata alla Walters Production e la pianificazione media a Total Media, agenzie localizzate in UK.

**Gruppo Epson**

Epson è leader mondiale nel settore tecnologico e si impegna a cooperare per generare sostenibilità e per contribuire in modo positivo alle comunità facendo leva sulle proprie tecnologie efficienti, compatte e di precisione e sulle tecnologie digitali per mettere in contatto persone, cose e informazioni. L'azienda si concentra sullo sviluppo di soluzioni utili alla società attraverso innovazioni nella stampa a casa e in ufficio, nella stampa commerciale e industriale, nella produzione, nella grafica e nello stile di vita. Entro il 2050 Epson diventerà carbon-negative ed eliminerà l'uso di risorse naturali esauribili quali petrolio e metallo. Guidato da Seiko Epson Corporation con sede in Giappone, il Gruppo Epson genera un fatturato annuo di circa 1.000 miliardi di Yen (circa 7,5 miliardi di euro). <https://corporate.epson/en/>

**Environmental Vision 2050**

<http://eco.epson.com/>

Per ulteriori informazioni:

**Epson Italia**

**Silvia Carena – PR & Social Media Manager**

tel. 02.66.03.21

[silvia\\_carena@epson.it](mailto:silvia_carena@epson.it)

Via Viganò De Vizzi, 93/95

Cinisello Balsamo (MI)

[www.epson.it](http://www.epson.it)

**Attitudo - Giuseppe Turri**

*Ufficio stampa Epson Italia*

*Corporate e Prodotti IT*

tel. 0362.17.87.591 - 335.73.90.945

[giuseppe.turri@attitudo.it](mailto:giuseppe.turri@attitudo.it)

Corso Italia 54

Bovisio Masciago (MB)

[www.attitudo.it](http://www.attitudo.it)