

## Campanha da Epson tem exposições no Faustão para abordar benefícios das impressoras tanque de tinta

*Estratégia 360° engloba merchandising na TV aberta, conteúdos em mídia online, mídia OOH, ações cooperadas e nas redes sociais*



[\*Reprodução/ YouTube \(Clique para assistir\)\*](#)

Para destacar as principais vantagens da tecnologia de impressão 100% sem cartuchos da linha EcoTank®, sucesso mundial com mais de 60 milhões de unidades vendidas, a Epson, líder global em impressão e projeção de imagens, deu início à campanha 360° ‘Imprimir nunca foi tão fácil’, tendo como maior destaque a exibição de merchandising, até março, no ‘Faustão na Band’, da Rede Bandeirantes, programa transmitido ao vivo de segunda à sexta-feira, das 20h30 às 22h30, no canal de TV aberta e no YouTube da emissora.

A campanha terá divulgação multicanal, distribuída em pontos estratégicos de São Paulo e do Rio de Janeiro, além de conteúdo online, ações cooperadas e redes sociais.

“A campanha nasce 360°, mas se destaca pelo retorno da Epson à TV aberta no Brasil, e justamente em período de volta às aulas, no qual se observa aumento na demanda por soluções que atendam a toda família, seja para necessidades profissionais, tarefas cotidianas ou para atividades escolares, como é a Epson EcoTank® L3250. Além de rendimento até 35 vezes maior que o da impressão com cartuchos, podendo imprimir até 7.500 páginas a cada recarga completa de tintas originais Epson, o aplicativo Epson Smart Panel® permite configurar e imprimir facilmente a distância por meio do smartphone ou de outros dispositivos móveis”, afirma Ana Pugina, Head de Marketing Brasil da Epson.

“A divulgação no Faustão é estratégica pela quantidade de gerações alcançadas por ele, que figura entre os maiores comunicadores do país com credibilidade singular”, explica.



*Reprodução/YouTube*

## **MULTIPLATAFORMA**

Para além da televisão, a campanha compreende ativações em pontos de grande circulação de pessoas, nas duas maiores metrópoles brasileiras. Em São Paulo, a ação será amplamente distribuída em pontos de ônibus, enquanto no Rio de Janeiro serão instaladas placas de rua em endereços cuidadosamente escolhidos. E mesmo quem não tem ido longe de casa será eventualmente alcançado pela campanha, por meio de inserções de mídia em elevadores residenciais

A divulgação inclui ainda o Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, que pelos próximos seis meses trará material da campanha da Epson em áreas dos terminais de embarque e de desembarque.

### **Sobre a Epson**

A Epson é líder global em tecnologia dedicada a cocriar sustentabilidade e enriquecer comunidades ao alavancar suas

tecnologias eficientes, compactas e de precisão, além das tecnologias digitais para conectar pessoas, coisas e informações. A empresa está focada na solução de problemas da sociedade por meio de inovações em impressão doméstica e de escritório, impressão comercial e industrial, e para manufatura, mercado visual e estilo de vida. A Epson se tornará carbono negativa e eliminará o uso de recursos subterrâneos esgotáveis, como petróleo e metal, até 2050. Liderado pela Seiko Epson Corporation, com sede no Japão, o Grupo Epson gera mundialmente vendas anuais de cerca de JPY 1 trilhão. [global.epson.com/](http://global.epson.com/)

### **CDI Comunicação**

#### **Ricardo Bunduky**

[ricardo.bunduky@cdicom.com.br](mailto:ricardo.bunduky@cdicom.com.br)

#### **Jorge Valério**

[jorge@cdicom.com.br](mailto:jorge@cdicom.com.br)

#### **Everton Vasconcelos**

[everton@cdicom.com.br](mailto:everton@cdicom.com.br)

Tel: (11) 3817-7947