

COMUNICATO STAMPA

Giornata Mondiale della Fotografia: Canon celebra il valore dello sguardo umano e il potere delle immagini come linguaggio universale



Foto di Ben Stirton

In occasione del 19 agosto, Canon celebra il ruolo della fotografia come strumento di testimonianza, memoria e connessione tra le persone.

Milano, 19 agosto 2026 – Non è mai stato così facile creare e condividere immagini. Ogni giorno miliardi di contenuti visivi vengono prodotti e diffusi online, alimentando un flusso continuo di informazioni, storie e punti di vista.

In questo scenario, la Giornata Mondiale della Fotografia offre l'occasione per una riflessione più ampia: che cosa rende davvero significativa un'immagine?

Per Canon, la risposta risiede nella capacità della fotografia di documentare la realtà e dare forma a esperienze, emozioni e storie autentiche. Uno scatto non è soltanto una rappresentazione visiva, ma la testimonianza di una persona che sceglie di osservare il mondo, interpretarne la complessità e raccontarne un frammento.

Il potere democratico del racconto visivo

La fotografia continua a essere uno dei linguaggi più immediati e universali a disposizione dell'uomo. Capace di superare barriere linguistiche e culturali, conserva il potere di informare, sensibilizzare e mettere in relazione persone provenienti da contesti diversi.

Canon

COMUNICATO STAMPA

A sottolinearne la portata sociale è **Brent Stirton**, fotogiornalista di fama internazionale e Canon Ambassador: «La fotografia è il mezzo migliore per superare le barriere linguistiche e culturali ed è probabilmente il mezzo di comunicazione più democratico al mondo. È qualcosa che la maggior parte degli esseri umani su questo pianeta può cogliere e comprendere immediatamente».

Nel corso della sua carriera, Stirton ha documentato alcune delle sfide più urgenti del nostro tempo, dalla conservazione della biodiversità alla tutela dei diritti umani, mostrando come il racconto per immagini possa contribuire non solo a osservare la realtà, ma anche a comprenderla più a fondo.

Oltre l'immagine: il valore dello sguardo

In un contesto caratterizzato da una crescente sovrabbondanza visiva, il valore di una fotografia non dipende dalla quantità di immagini prodotte, ma dalla capacità di generare significato.

Le immagini che hanno segnato la storia raramente sono ricordate per la loro perfezione tecnica. Restano impresse nella memoria collettiva perché hanno saputo raccontare momenti chiave, cambiamenti sociali, emozioni e verità capaci di lasciare un segno nel tempo.

Dalle grandi trasformazioni culturali alle sfide ambientali contemporanee, la fotografia continua a offrire una prospettiva unica sul mondo, creando connessioni tra persone, comunità e generazioni.

Anche in un contesto in cui le tecnologie continuano ad ampliare le possibilità creative e produttive, è lo sguardo umano a fare la differenza. Perché nessuna innovazione può sostituire la capacità di osservare, interpretare e trasformare la realtà in una storia capace di creare connessioni autentiche.

Quando la tecnologia apre nuove possibilità creative

La storia della fotografia è, da sempre, una storia di innovazione. Ogni evoluzione tecnologica ha contribuito ad ampliare gli strumenti a disposizione di fotografi, videomaker e storyteller, offrendo nuove opportunità per esplorare e raccontare il mondo da prospettive inedite.

Dai sistemi autofocus intelligenti alle prestazioni avanzate in condizioni di scarsa illuminazione, fino alle più recenti funzionalità basate su intelligenza artificiale e deep learning, l'innovazione ha progressivamente ridefinito i confini di ciò che è possibile osservare, catturare e condividere attraverso un'immagine.

La tecnologia non si limita infatti a semplificare il lavoro creativo: ne amplia i confini. La sua evoluzione continua ispira nuovi modi di vedere e raccontare la realtà, aprendo la strada a linguaggi visivi che fino a pochi anni fa sarebbero stati difficili da immaginare. Ogni nuova funzionalità rappresenta infatti

COMUNICATO STAMPA

non solo una soluzione tecnica, ma anche una nuova opportunità espressiva per chi utilizza le immagini come strumento di narrazione.

«La fotografia è un potente atto di connessione umana e culturale, perché risponde a un bisogno profondo: quello di raccontare storie», dichiara **Paolo Tedeschi, Head of Corporate**

Communications. Marketing & Sustainability di Canon Italia. «La nostra missione è sviluppare tecnologie che supportino fotografi, videomaker, creator e storyteller nel trasformare idee, intuizioni e punti di vista in racconti autentici capaci di parlare al cuore delle persone».

Questa visione si riflette anche nell'impegno verso le nuove generazioni. Attraverso iniziative come il **Canon Student Development Programme** e il **Canon Young People Programme**, Canon sostiene giovani talenti nello sviluppo delle proprie competenze tecniche e narrative, contribuendo a costruire una cultura visiva sempre più consapevole e inclusiva. Promuovere la cultura visiva significa infatti non solo fornire gli strumenti per creare contenuti, ma anche aiutare le persone a interpretarli in modo critico e consapevole.

Un linguaggio universale che continua a connettere

In occasione della Giornata Mondiale della Fotografia, Canon celebra quindi il valore delle immagini come patrimonio culturale condiviso e rinnova il proprio impegno nel sostenere chi utilizza il linguaggio visivo per raccontare il mondo con curiosità, responsabilità e sensibilità.

Perché, oggi come ieri, le immagini più importanti non sono semplicemente quelle che osserviamo, ma quelle che ci aiutano a comprendere meglio la realtà che ci circonda.

COMUNICATO STAMPA

Per informazioni

Canon Italia

Giada Brugnaro

t. 335 7918607

giada.brugnaro@canon.it

Alessia Pusceddu

t. 335 7378607

alessia.pusceddu@canon.it

Xplace

Sara Stimilli

t. 349 8320686

sara@xplacecompany.com

Canon Italia: Innovazione e Sostenibilità dal 1937

Sin dalla sua fondazione nel 1937, Canon è stata guidata dalla volontà di portare innovazione nel mondo dell'imaging, trasformando il modo in cui lavoriamo, impariamo e utilizziamo le immagini. In un mondo iperconnesso, Canon si impegna a ispirare le persone e i business in costante evoluzione. Il brand sviluppa, produce e commercializza un vasto portafoglio di prodotti per aziende, professionisti e appassionati: dalle fotocamere alle videocamere per il settore cinematografico, dalle stampanti commerciali e multifunzione fino a un'ampia gamma di soluzioni e servizi per le aziende e per il settore 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. L'azienda si impegna a 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.

Il brand punta a un miglioramento medio annuo del 3% nell'indice delle emissioni di CO₂ - durante il ciclo di vita per unità di prodotto -, realizzando un miglioramento cumulativo del 50% entro il 2030, rispetto al 2008. L'obiettivo di riferimento è quello di ottenere emissioni nette di CO₂ pari a zero nell'intero ciclo di vita del prodotto (ambito 1-3) entro il 2050. Ciò implica un'azione che coinvolge tutte le attività, partendo dall'approccio in ambito di product design e produzione, nonché al modo in cui vengono consegnati e utilizzati i prodotti, fino al riutilizzato o riciclo.

Ogni anno, Canon investe circa l'8% del proprio fatturato globale in Ricerca e Sviluppo. Nel 2024, ha battuto il record di presenza per 41 anni consecutivi nella Top 10 della classifica dei brevetti statunitensi, confermandosi prima tra le società giapponesi per 20 anni di seguito.

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

Scopri di più su: www.canon.it

Seguici su:



Canon Italia spa

SP 11 Strada Padana Superiore 2/B

20063 Cernusco sul Naviglio (MI)

Tel. 0282481

www.canon.it

The Canon logo, consisting of the word "Canon" in its characteristic red serif font.