

AMPLIFON: CLAUDIO BISIO TESTIMONIAL DELLA NUOVA CAMPAGNA ON AIR DA OGGI

Al centro del nuovo spot l'importanza della prevenzione uditiva e i benefici dei dispositivi acustici di ultima generazione sulla qualità della vita

Milano, 30 agosto 2023 – Amplifon, leader mondiale nei servizi e nelle soluzioni per l'udito, torna in tv con una nuova campagna, in collaborazione con Claudio Bisio, dedicata alla prevenzione uditiva e ai benefici derivanti dall'utilizzo dei dispositivi acustici, sempre più tecnologici e miniaturizzati.

Con il nome "Storie di Amplifon" la campagna, firmata da Leo Burnett (Publicis Group), segna un nuovo modo di comunicare da parte del brand. Tutti gli spot realizzati hanno come protagonisti l'attore e conduttore televisivo insieme ad alcuni clienti Amplifon. L'interazione spontanea tra i protagonisti contribuisce alla forza comunicativa della campagna, che sarà on air su tutti i principali canali TV a partire da oggi con versioni da 30 e 20 secondi per ciascuno spot.

Dalla settimana successiva, sarà disponibile anche sulle piattaforme social e digital. In tutti gli spot, con simpatia, delicata ironia e il tormentone "oh, non facciamo che non ci sentiamo più", Bisio raccoglie le testimonianze di clienti Amplifon che hanno riscoperto l'emozione dei suoni grazie all'attenzione alla prevenzione e all'utilizzo di apparecchi acustici.

Obiettivo della nuova campagna, e del cambio di *tone of voice*, è favorire la normalizzazione dell'ipoacusia e sottolineare l'importanza della prevenzione uditiva a tutte le età, anche grazie ai test gratuiti che è possibile effettuare negli oltre 750 centri Amplifon d'Italia. Al tempo stesso, la campagna sottolinea i benefici in termini di capacità di ascolto e qualità della vita che possono derivare dall'adozione, con il supporto di un audioprotesista Amplifon, di un apparecchio acustico di ultima generazione, caratterizzato da un design accattivante e da molteplici opportunità di connessione con tv e smartphone.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, oggi 7 milioni di persone in Italia hanno una forma di ipoacusia ma solo 3 su 10 effettuano controlli regolari. Nel nostro Paese, secondo l'indagine EuroTrak 2022, oltre il 35% delle persone con ipoacusia usano un dispositivo acustico, con una percentuale in crescita di circa il 6% negli ultimi quattro anni. E spesso, dopo i primi utilizzi, chi era restio ad usarne uno si rammarica di non averlo fatto prima: il 67% dei portatori di apparecchi ritiene di aver atteso troppo prima di adottare una soluzione.

A proposito di Amplifon

Amplifon, leader globale del mercato retail dell'hearing care, rende possibile la riscoperta di tutte le emozioni dei suoni. Tutti i circa 19.400 dipendenti e collaboratori di Amplifon nel mondo si impegnano ogni giorno nel comprendere le esigenze di ogni cliente, offrendo prodotti e servizi esclusivi, innovativi e altamente personalizzati. Il Gruppo, con ricavi annui di oltre 2 miliardi di euro, opera attraverso una rete di oltre 9.300 punti vendita in 25 Paesi e 5 continenti. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: <https://corporate.amplifon.com>

Amplifon Corporate Communication:

Salvatore Ricco

salvatore.ricco@amplifon.com

M. +39 335 7709861

Dania Copertino

dania.copertino@amplifon.com

M. +39 348 2986209