



Information presse

UNE NOUVELLE CAMPAGNE AUDIKA, REFLET D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE MARQUE

Paris, le 8 janvier 2018

Audika, numéro 1 de la correction auditive, lance une nouvelle campagne à 360° et change radicalement son approche stratégique pour célébrer la vie, avec une nouvelle signature : « Vivez+ ».

Conçue et réalisée par WNP Agency, cette nouvelle campagne se décline à travers 3 films successifs, diffusés à partir du 7 janvier et durant le 1^{er} trimestre 2018, en TV, sur le web et dans tous les centres Audika.

L'enjeu ne change pas pour Audika

Il s'agit toujours et plus que jamais d'inciter les personnes qui souffrent de troubles de l'audition de pousser la porte d'un des 497 centres Audika en France. Une démarche - on le sait - qui n'est pas « naturelle ». Parce que les gens ne réalisent pas forcément immédiatement que leur audition baisse, ou parce qu'ils ont beaucoup de mal à accepter leurs problèmes d'audition.

Pourtant, sous l'impulsion d'Audika, l'univers des aides auditives change

La technologie fait des prouesses et Audika propose aujourd'hui des solutions sur mesure, invisibles ou presque, connectées et qui permettent d'entendre parfaitement à 360°. Audika propose aussi le bilan auditif gratuit, et un forfait à partir de 19 €/mois qui inclut l'aide auditive et un suivi illimité.

Enfin et surtout, les audioprothésistes Audika conseillent chacun au plus près de ses besoins et permettent à tous de retrouver un confort auditif optimal.

Un nouveau discours qui célèbre la vie avec Audika (plutôt que les tracas avant Audika)

L'approche conventionnelle sur le marché de l'audition consistait à insister sur le fait que les problèmes auditifs gâchent la vie. Cette approche a un pouvoir sensibilisateur indéniable, mais enferme l'audition dans l'image d'un secteur qui s'adresse à des « gens diminués ».

Audika, en tant que leader sur son marché, a aussi pour rôle de faire bouger les lignes, et a décidé de créer une rupture positive en valorisant « la vie avec Audika ». Oui, les gens qui ont fait confiance à Audika ont fait le meilleur choix. Oui, ils profitent à fond du progrès auditif, et surtout de tout ce qui fait le sel de leurs vies. Et Audika va le dire haut et fort.

Dans la nouvelle stratégie Audika, « La vie augmentée » remplace « Les gens diminués ».

A travers cette approche, la marque renouvelle son image et celle de tout un secteur, tout en incitant à « passer à l'acte ».



CONTACT PRESSE :

Stéphanie CHAMPION/Cathy BUBBE
s.champion@rpca.fr/c.bubbe@rpca.fr

01 42 40 81 00



« VIVEZ + » : une nouvelle signature forte et simple pour « encapsuler » cette nouvelle promesse

Cette nouvelle signature remplace « Restez connecté ».

Résolument positive, pleine de souffle, elle a le pouvoir d'inciter ceux qui hésitent à sauter le pas.

Une nouvelle stratégie de marque qui fait écho aux aspirations des « séniors » d'aujourd'hui

Toutes les études le montrent : les seniors d'aujourd'hui se sentent plus jeunes que l'âge de leurs artères. Ceux qui partent à la retraite en parlent plus souvent comme le début d'une nouvelle vie plutôt que comme le fait de se mettre en « retrait » de la vie.

Audika se positionne comme une marque résolument aidante pour ces séniors qui aspirent avant tout à profiter de la vie. Ce nouveau discours permet à Audika d'être « audible » même par les plus jeunes séniors.

Starifier les attentes clients plutôt que de faire appel à des stars

La nouvelle campagne Audika met en avant 3 histoires de clients Audika dans 3 films (45 sec. et 30 sec.), réalisés par Julien Faure (Production : WNP Studios). Ces 3 témoignages forts et sensibles de clients expliquent comment ils profitent à fond de ce que leur offre la vie.

Avec cette campagne, la marque souhaite montrer qu'elle est résolument du côté des clients, pour leur permettre de vivre plus.

L'émotion ET la raison

Chacun des témoignages joue le registre de l'émotion. Ces personnes nous touchent car elles nous parlent des meilleurs moments de leurs vies. Des moments faits de rencontres agréables et de moments partagés. De rires et d'émotions. Bref, des morceaux de vie à la fois intenses et épanouis.

L'idée créative est de révéler qu'en réalité, ces meilleurs moments ont été rendus possibles par LA MEILLEURE DECISION que ces 3 personnes ont prise : celle de pousser la porte d'un centre Audika. Tous les films font appel à la technique du « rewind video » afin de faire comprendre le véritable point de départ de cette nouvelle vie riche et intense, celui de la rencontre avec un audioprothésiste Audika.

Un story telling à 360° à partir du 7 Janvier 2018

Cette nouvelle campagne signée « Vivez+ » est déclinée sur l'ensemble des points de contact avec la marque.

Les 3 films de la campagne sont dévoilés progressivement à partir du 7 janvier 2018 au cours du premier trimestre 2018 en télévision et sur le web.

Le plan TV : TF1 - France Télévisions - Next Régie - Canal+ - Amaury Media (chaîne L'Equipe).

1^{er} film, le témoignage d'Agnès : <https://www.youtube.com/watch?v=mCtSdfjc6ys>



FICHE TECHNIQUE

ANNONCEUR / AUDIKA :

Directeur du Marketing : Denis MENARD

AGENCE / WNP AGENCY

Président : Éric DELANNOY

Directrice de la Création : Christelle RAYNAL

Directeur Artistique : François-Xavier BARRE

Concepteur Rédacteur : Patrick MAILLET

Directrices Conseil : Sylvie DURIER – Marine DECLAS

Chef de projet : Sophie COQUERET

Directeur de la production : Jérémie WOOG

PRODUCTION / WNP STUDIOS

Productrice : Julie MICHELIN

Réalisateur : Julien FAURE

Son : CALESON

Titre : REWIND

Compositeurs : Christophe BOUTIN & Yoan FAISY

