



Landor

COMUNICATO STAMPA

Landor e Amplifon: insieme per una esperienza di marca rivoluzionaria

Nuova identità di marca, payoff, sound branding e brand voice per un intervento a 360°.

Milano, 8 giugno 2016

Landor, leader globale nella consulenza strategica sulla marca e nel brand design, ha supportato Amplifon nella definizione di un nuovo ambizioso posizionamento di marca e nello sviluppo di un completo rebranding. Il progetto si propone di cambiare l'approccio alla categoria rispondendo a un mercato in evoluzione che accoglie nuove generazioni di consumatori con esigenze molto diverse rispetto a quelle precedenti.

“Amplifon è stato sicuramente uno dei progetti più interessanti e completi a cui abbiamo lavorato negli ultimi due anni. La sfida che il corporate marketing di Amplifon ha condiviso con noi è stata quella di iniziare un dialogo con i ‘baby boomer’, la prossima generazione di clienti Amplifon e – nello stesso tempo – un importante influenzatore dei clienti attuali” ha affermato Antonio Marazza, Amministratore Delegato di Landor Milano. “Per farlo è stato necessario definire un nuovo posizionamento e una nuova identità di marca, entrambi basati sull'emozione legata al suono. Una scelta coraggiosa, che sposta il focus dal problema uditivo al sorprendente beneficio della soluzione, riflettendo la leadership e la natura innovativa e pionieristica di Amplifon. Un posizionamento che, come testimonia il nuovo payoff – anch'esso realizzato da Landor – ‘Hear, Feel, Live.’ si propone di intervenire positivamente nella vita delle persone, e si riflette con totale coerenza nell'intera esperienza di marca”.

“Per superare l'approccio dualistico “problema/soluzione” proprio della categoria, Landor ha ampliato i perimetri del brand portando il sistema di identità visiva in nuovi ambiti capaci di coinvolgere ed attivare in modo emotivo un target più ampio” spiega Michele Genghi, Design Director di Landor Milano. “Sin dalle prime fasi, l'oggetto principale della nostra esplorazione non è stato solo il marchio ma l'identificazione di un linguaggio di marca articolato e multi-canale, composto non solo da attributi visivi ma anche da elementi sonori e comportamentali, che permettono di mettere in scena una esperienza sinestetica che unisce i media tradizionali e quelli digitali senza soluzione di continuità.”

“Nel farlo” – continua Genghi – “è stato definito un nuovo ruolo per la “a” di Amplifon, che ora assume la funzione di elemento generativo che contiene in un solo punto tutta l'identità e che è allo stesso tempo un elemento presente, riconoscibile ma in costante mutamento, in tutti gli ambiti di applicazione del brand. Il sistema di identità si compone inoltre di un sound logo che ha il compito di manifestare la presenza di Amplifon anche attraverso il senso dell'udito, come è ovvio che sia per una marca che vuole restituire tutte le emozioni del suono.



Landor

Per maggiori informazioni:
Silvia Pitzalis
silvia.pitzalis@landor.com
+39 0276451729

amplifon

About Amplifon

Amplifon, società quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana, è leader mondiale nelle soluzioni e nei servizi per l'udito per competenze retail, capacità di personalizzazione e attenzione al cliente. Attraverso una rete di 3.500 punti vendita, 3.500 centri di servizio e 1.700 negozi affiliati, Amplifon è presente in 22 paesi nell'area EMEA (Italia, Francia, Olanda, Germania, Regno Unito, Irlanda, Spagna, Portogallo, Svizzera, Belgio, Lussemburgo, Ungheria, Egitto, Turchia, Polonia e Israele), America (USA, Canada e Brasile) e APAC (Australia, Nuova Zelanda e India). Con oltre 5.500 specialisti nella cura dell'udito, il Gruppo è impegnato a offrire i più elevati standard di servizio e la maggiore attenzione al cliente, al fine di garantire ai consumatori nel mondo la massima soddisfazione in ogni situazione d'ascolto. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: www.amplifon.com/corporate.

About Landor

Landor, leader globale nella consulenza di marca e nel design, aiuta i propri clienti a creare e gestire marche agili, in grado di crescere e svilupparsi nelle turbolenze dei mercati di oggi. Il nostro intervento consente a grandi brand globali e a leader locali di occupare un posto preciso nella mente dei propri interlocutori, pur continuando ad evolvere.

L'azione di Landor copre consulenza strategica sulla marca e design di tutte le sue manifestazioni (naming, identità istituzionale, packaging, design di ambienti, applicazioni digitali, editoria, etc.), fino all'allineamento della cultura dell'organizzazione ai valori e allo scopo della marca. Unendo rigore e creatività, il metodo sviluppato da Landor rende le scelte di design la conseguenza di un pensiero strategico volto a produrre un impatto reale sul consumatore e quindi sui risultati di business.



Landor

Landor è composta da una comunità globale e multidisciplinare di oltre 850 professionisti, in 27 uffici in 21 paesi, che condividono lo stesso approccio, la stessa metodologia e l'enorme capitale di conoscenze ed esperienze accumulato in più di 70 anni di storia, lavorando con un ampio spettro di brand di fama mondiale. Tra i clienti attuali: Aeroflot, Bayer, BMW, BP, Citroën, Danone, Emaar, International Hotels Group, Ethiad, Procter & Gamble, Russian Copper Company e Tata Group. In Italia Landor è stata recentemente coinvolta in progetti di rilevanza strategica per brand come Ambrosetti, Amplifon, Autogrill (Ciao), Bolton Group, CartaSi, Costa Crociere, Ferrero (Kinder), Generali, Lamborghini, Lavazza, Lottomatica (Gratta & Vinci, Better, BetterSlot, 10 e Lotto), Nostromo Gruppo Calvo, Novamont, Revert, Saiagricola, Sisal, Telecom Italia, Unicredit Group VeLa (Venezia) e molti altri. Landor è parte di Young & Rubicam Group all'interno di WPP, la più grande azienda di marketing e comunicazione nel mondo.