

EGEA PRESENTA

Riscoprire e proteggere “L’emozione del suono”

Con una popolazione che invecchia e una società sempre più rumorosa, l'ipoacusia è un fenomeno destinato ad aumentare, anche tra i più giovani: il libro di Valentina Fornari ci invita ad acquisire una consapevolezza nuova condividendo dati e raccontando la storia di un'impresa italiana, Amplifon, impegnata nel trasformare il modo in cui i problemi dell'udito vengono percepiti e vissuti

Milano, dicembre 2023 – Sono 1,5 miliardi le persone colpite da calo **dell'udito** (o ipoacusia) nel mondo. D'altronde, con una popolazione che invecchia e (soprattutto) con una società che diventa sempre **più rumorosa**, l'ipoacusia è un problema destinato ad aumentare e a interessare fasce anagrafiche sempre più giovani. Tra il silenzio e il frastuono, tuttavia, il rischio è che a perdersi sia **“L’emozione del suono”**. È proprio per cercare di creare una maggiore consapevolezza dei rischi che corre il nostro udito, combattendo lo stigma con cui questi disagi vengono percepiti, che **Valentina Fornari** ha scritto il **libro** dal titolo omonimo. In cui non si limita a riportare dati e studi sulle conseguenze che l'inquinamento acustico può produrre su ciascuno di noi, ma illustra anche le soluzioni che la **tecnologia** mette oggi a disposizione per affrontarle. Raccontando anche la storia di un'azienda italiana, **Amplifon**, che in un percorso lungo oltre settant'anni è stata capace di affermarsi come leader globale nei servizi e nelle soluzioni per la cura dell'udito. Con l'ambizione di **cambiare la vita** di milioni di persone.

Oggi le **sfide sono diverse** e più grandi rispetto al passato. Considerando il legame tra perdita di udito ed età (il calo della capacità uditiva si avvia già a partire dai cinquant'anni), l'incremento nel processo di invecchiamento della popolazione che caratterizza il mondo sviluppato rende immediatamente comprensibile quanto il fenomeno dell'**ipoacusia** stia acquisendo rilevanza. Si stima infatti che ne sia affetto complessivamente il **25% delle persone** di età superiore ai sessant'anni, con incidenza via via crescente all'aumentare dell'età.

Eppure il disagio non riguarda soltanto gli “anziani”. L'Organizzazione Mondiale della Sanità stima in 1,1 miliardi i giovani sotto i 35 anni a rischio di ipoacusia precoce a causa di una esposizione eccessiva ai rumori. Secondo alcuni dati di settore, il numero di **soggetti tra i 22 e i 54 anni** ai quali sono stati applicati dispositivi acustici in America è aumentato tra il 2017 e il 2021 del 14% rispetto a quello degli utenti di tutte le altre età. Questo, insieme alla crescita registrata su tutta la popolazione e anche in Italia negli ultimi anni, è certamente indice di un'**accresciuta consapevolezza**. A oggi nei paesi sviluppati (cosiddetti “high income”) la penetrazione dei dispositivi acustici ha superato il 40% del totale degli aventi bisogno. Resta però ancora molto da fare nei paesi in via di sviluppo, dove la penetrazione non supera il 7%.

Inoltre sul tema dell'ipoacusia c'è uno **stigma sociale** ancora fin troppo radicato. Dunque resta un po' di strada da percorrere.

Trasformare il modo in cui l'ipoacusia viene percepita e vissuta è la missione di Amplifon, azienda italiana nata nel 1950 a **Milano** e oggi presente in 25 Paesi e 5 continenti, con una rete di oltre 9.500 punti vendita e circa 20.000 collaboratori, che punta a creare e diffondere una **cultura dell'udito** che modifichi le percezioni e le esperienze degli individui, **migliorandone** in concreto **la vita**.

Docente di Marketing, Product & Service Management e Pricing & Budgeting, Fornari studia con attenzione le caratteristiche che hanno reso vincente il **modello di business** di Amplifon, ma non si limita a questo e ci racconta una **storia** che sembra uscire dalle pagine di un romanzo.

Un percorso che affonda le sue radici nel 1944, quando l'ufficiale (e ingegnere) britannico **Algernon Charles Holland** si paracadutò sull'Appennino parmense per fungere da collegamento con la Resistenza. Dopo la seconda guerra mondiale, Holland si stabilì a Milano dove sposò Anna Maria Formiggini e trasformò in realtà una **brillante intuizione**: la necessità di colmare il gap tra l'Italia e i Paesi nordici in materia di diffusione degli apparecchi acustici. Un'impresa non solo economica ma anche **sociale**, considerando gli strascichi lasciati nel Paese dalla **guerra** appena conclusa. L'attenzione alla persona e al suo benessere è ancora oggi il pilastro su cui si fonda la società presieduta dalla figlia, **Susan Carol Holland**, custode dei valori e della cultura aziendale. Questi ingredienti, abbinati alle competenze e alla sensibilità delle persone di Amplifon e dei suoi audioprotesisti, hanno consentito all'azienda di crescere rapidamente negli ultimi anni e di avere un **impatto concreto** sul mondo e sulla vita dei singoli individui.

Un impatto che, nel caso di Amplifon, si misura nella capacità di **aiutare gli altri a riscoprire l'"emozione"** del suono. Perché, come ricorda Fornari, *"Recuperare l'udito permette a una persona di sentire suoni e rumori che non era (più) in grado di udire e, di conseguenza, riconquistare l'accesso alle sensazioni e ai sentimenti che a quei suoni perduti erano connessi. Il valore non sta solo nei decibel recuperati, sta soprattutto nella capacità espressiva e comunicativa abilitata dal poter sentire di più. Arricchire il ventaglio dei suoni significa... sentire a colori, percepire le sfumature. Significa cogliere tutte le note potendo apprezzare l'espressione di ognuna di esse senza doversi concentrare sul tentativo di sentirla e decifrarla. Sentire meglio significa poter ascoltare e apprezzare, perché le si riconosce, le varietà dei toni, che sono di per sé l'espressione di sentimenti e non solo di significati"*.

L'AUTRICE

Valentina Fornari è da oltre trent'anni academic fellow presso il Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi di Milano, dove insegna Marketing, Product & Service Management e Pricing & Budgeting. Svolge attività di formazione e collabora con alcune testate economiche. La sera va nel suo mondo, dove c'è poco rumore.

DATI TECNICI:

"L'emozione del suono - Persone, servizio e innovazione: il percorso di crescita sostenibile di un leader globale"

Egea, 2023 - pp. 160 - In libreria dall'8 dicembre 2023