

Télévision, Digital, Affichage.
Signia déploie sa toute nouvelle campagne de communication 360° : massive et inédite



À partir du 17 mai et jusqu'au 5 juillet, Signia déploie une vaste campagne de communication Grand Public et prescripteurs, sans précédent, combinant trois médias en simultané : la télévision, le digital, et, inédit, l'affichage : Bus & Métro ! Plus de 340 millions de contacts seront délivrés sur cette période de forte exposition.

Une communication 360° incontournable

Déployée autour de la nouvelle identité Signia et de l'innovation Signia Active Pro, disruptive et dans l'air du temps, Signia investit massivement dans une campagne média d'envergure pour générer trafic et notoriété auprès des laboratoires partenaires Signia.

Une campagne TV ciblée

Durant **6 semaines**, deux nouveaux spots TV Signia seront diffusés sur **TF1, France Télévisions** et les **chaînes d'informations** aux moments de grande écoute, en journée et début de soirée pour toucher les seniors mais aussi les prescripteurs. Pour un impact amplifié, le spot TV sera diffusé sous **2 formats**, 30s pour l'installation du message et l'accroissement de la notoriété et 10s pour l'optimisation et la mémorisation du message.

Et nouveauté, une présence en **sponsoring TV pendant 3 semaines** en prime time et night time après 20h, sur les chaînes France 2, France 3, France 5 sur le thème de Signia Active Pro pour une émergence du message. Un plan TV puissant touchant **93% de la cible 60 ans et +**, **17,1 millions** de contacts avec un taux de répétition moyen de **11 fois**. Au global, **171 millions** de contacts seront délivrés.

Une campagne d'Affichage Bus et Métro au cœur des villes

Une campagne d'affichage inédite sur les bus, au plus proche du terrain sera déployée

dans les villes de **Bordeaux, Lille, Lyon, Paris** du **18 mai au 24 mai** et **Marseille, Nice et Paris** du **29 au 5 juillet**. Ce média de la mobilité permet une **exposition maximale du message Signia Active Pro auprès de la cible**.

Ce plan d'affichage mobile sera complété par un affichage grand format dans les **couloirs du métro parisien** pour une augmentation et un rajeunissement des contacts.

Un impact fort : 90% de la cible 60 ans et + sera touchée avec un taux de répétition jusqu'à **15 fois** par individu. Au global, **166 millions** de contacts seront délivrés.

Une communication digitale affinitaire

Durant deux mois, une communication digitale 100% ciblée sera mise en place, un **plan vidéo d'envergure** diffusé sur un environnement premium constitué de sites référents et statutaires. En complément, **une campagne LinkedIn** sera menée sur ce plus grand réseau social professionnel. Un dispositif ciblant les CSP+ pour une sensibilisation à la thématique de l'audition et aux évolutions technologiques pour une déstigmatisation de l'appareillage.

Une opération complémentaire pour une parfaite adéquation du message.
Plus de **4,6 millions** de contacts seront délivrés.

Un accompagnement sur mesure

Pour maximiser les retours de cette campagne massive, Signia offre à ses partenaires audioprothésistes les services de ses experts en Trade Marketing pour relayer la campagne dans leurs laboratoires.

Le Trade Marketing Signia fonctionne telle une agence de communication et accompagne de façon très personnalisée les partenaires Signia pour promouvoir leur centre, leur savoir-faire et leurs produits.

A travers cette campagne de communication massive, Signia souhaite également sensibiliser le plus grand nombre à l'importance de la surveillance de l'audition en incitant à réaliser un test auditif en ligne gratuit disponible sur signia.net.

À propos de SIGNIA

Avec plus de 140 ans d'expérience, Signia offre la technologie auditive la plus avancée. Fabricant d'aides auditives de haute technologie, Signia, anciennement Siemens audiologie, fait partie du groupe WS Audiology né de la fusion des sociétés Sivantos et Widex. Le groupe est présent sur plus de 125 marchés et emploie plus de 10 000 personnes à travers le monde. L'objectif de WS Audiology est de libérer le potentiel humain en rendant les sons merveilleux de la vie accessibles à tous. Marque premium du groupe WSA, Signia, synonyme d'innovation par excellence, offre des produits à la pointe de la technologie, disruptifs repoussant les limites pour permettre à chacun de retrouver le

plaisir d'entendre. Signia déstigmatise le port des appareils auditifs grâce à un design épuré, des appareils connectés et rechargeables.

Pour plus d'informations :

www.signia.net - www.signia-pro.com

Suivez les actualités de Signia :



[Signia-hearing](#)



[Signia France](#)

Contacts presse :

Agence LJcom

Inès Garnier – 01 45 03 60 12 – 06 52 35 89 38 ; i.garnier@ljcom.net

Agnès Le Dréau – 01 45 03 89 97 - a.ledreau@ljcom.net