

## COMUNICATO STAMPA

**The Voice 2019, un'edizione da record.**

**Raggiunto il miglior risultato di sempre sui giovanissimi 15-24 e ottimi risultati sul target 35-64**

**Oltre 400 giovani talenti hanno partecipato al contest on line di #AXAfortalent**

Milano, 29 maggio 2019

Nella sede milanese di AXA Italia, partner di The Voice of Italy, Rai Pubblicità ha presentato insieme al Gruppo assicurativo e al Direttore di Rai2 Carlo Freccero, e alla presenza della conduttrice Simona Ventura e dei quattro coach Gigi D'Alessio, Elettra Lamborghini, Morgan e Gué Pequeno, i risultati delle prime 5 puntate di blind audition precedenti a 1 Battle, Knockout e finale.

L'edizione 2019 prodotta da Rai2 in collaborazione con Wavy, una unit di Fremantle, è diventata un programma outstanding altamente performante su tutte le piattaforme Rai, TV, Radio, WEB con conduzione, giudici e scenografia completamente rinnovati. Questa sinergia crossmediale ha consentito di raggiungere ampie fasce di pubblico, dai giovanissimi a target più adulti con forte potere d'acquisto.

Con una media di 2.3 milioni di individui e uno share dell'11%, il programma ha superato di 1.4 punti percentuali l'edizione dello scorso anno. Sul target "35-65 spendenti 3.0" è arrivato a superare il 14% di share. I 39,4 milioni di video views, totalizzati da Raiplay e dal canale Rai di Youtube, rappresentano il 230% in più verso il 2018.

In particolare, una ricerca qualitativa condotta da Rai Pubblicità per AXA ha confermato il successo della partnership. I circa 500 intervistati con metodo CAWI su piattaforma TOLUNA che hanno visto The Voice quest'anno, hanno un ricordo spontaneo di AXA del 33% rispetto al 30% di un equal numero di individui che non hanno visto il programma. "Una crescita del 10%, afferma il Direttore Marketing e Commerciale di Rai Pubblicità Roberta Lucca, che sale al 43% sulla top of mind, il 14% delle persone non esposte al programma contro il 20% di chi ha visto The Voice".

"L'endorsement positivo raggiunto grazie a The Voice, continua Roberta Lucca, è riscontrato nel miglioramento della percezione di Axa in termini di notorietà, modernità, credibilità e vicinanza al cliente. Circa il 90% degli intervistati reputa molto coerente la presenza di Axa al programma e quasi l'80% prenderà in considerazione Axa per una prossima polizza assicurativa".

Un successo che - come mostrano i dati sopracitati - ha ripagato in notorietà e posizionamento la sfida di AXA, ovvero quella di scegliere il talent di Rai 2 per sostenere il lancio della nuova brand promise globale "Know You Can", ovvero la promessa di essere partner dei propri clienti incoraggiandoli a realizzare i loro sogni, come nel caso dei giovani talenti di The Voice.

L'empowerment, il sostegno della capacità imprenditoriale, della creatività e del talento sono infatti temi chiave per AXA, che ha peraltro affiancato alla partnership del programma il contest on line #AXAfortalent, mettendo in palio per il vincitore la possibilità di postare sui social, nella serata della finale, l'esibizione registrata sul palco di The Voice.

In meno di tre settimane, attraverso Instagram, sono stati raccolti numerosi video, tra cui è stato selezionato il vincitore. La scelta è ricaduta su Michele Sechi, in arte Mike Baker, ventunenne di mamma cinese e papà sardo, <https://www.instagram.com/mikexbaker/>, che ha convinto la giuria interna sulla base del talento canoro, dell'originalità del brano e della forza comunicativa.

*“Siamo orgogliosi di aver sostenuto i giovani talenti italiani che cercano di realizzare i propri sogni, al fianco di The Voice of Italy - ha dichiarato **Patrick Cohen, Amministratore Delegato del Gruppo AXA Italia.** “Il messaggio al centro del talent è il coraggio di credere nelle proprie ambizioni e nelle proprie capacità, con coraggio e determinazione: lo stesso messaggio positivo che è al centro di “Know You Can”, la nostra nuova brand promise. In AXA vogliamo riconoscere il potenziale individuale che c'è in ognuno di noi e portare il nostro impatto sulla collettività, incoraggiando le persone a credere che un futuro migliore è possibile”.*

**Media Relations AXA Italia**

Alessandro Vanoni

Head of Communication, Contents &amp; Engagement

[alessandro.vanoni@axa.it](mailto:alessandro.vanoni@axa.it)

Eleonora Mecarelli

[eleonora.mecarelli@axa.it](mailto:eleonora.mecarelli@axa.it)

06 50870257

**Ufficio Stampa****Edelman Italy**

Claudia Galeotti

[Claudia.Galeotti@edelman.com](mailto:Claudia.Galeotti@edelman.com)

02 63116.273

Arianna Casella

[Arianna.Casella@edelman.com](mailto:Arianna.Casella@edelman.com)

02 63116.286