

Economie

Audio : L'acquisition d'une enseigne par un fabricant d'appareils sème le trouble chez les audioprothésistes

22/06/2012 | 07:49

Fin mai, le groupe Sonova, leader mondial des aides auditives (avec les marques Phonak et Unitron), révélait à l'occasion de la publication de ses chiffres détenir 100% d'AuditionSanté. Cette enseigne compte environ 400 centres d'audioprothèse en France. Son acquisition a eu lieu en 2008, mais « l'accord incluait des conditions et une clause de confidentialité qui n'ont expiré que le 22 mai dernier », explique le fabricant suisse. Cette intégration verticale, une première en France dans ce secteur, suscite la colère des audioprothésistes qui craignent une perte de leur indépendance. Une pétition a été lancée « à l'attention du groupe Sonova et à l'ensemble des fabricants de prothèses auditives » : « Nous estimons que cette participation met en péril l'exercice du métier d'audioprothésiste au sens paramédical, au profit d'une vision purement commerciale de la profession (...). L'audioprothésiste aura-t-il la liberté d'équiper son patient avec l'appareillage qui lui convient le mieux, quelle que soit la marque ? Les audioprothésistes signataires de cette lettre (presque 500 à ce jour, ndlr) ont décidé de ne plus travailler avec les fournisseurs qui franchiraient cette ligne de la distribution directe de leurs produits au grand public (...). Nous ne sommes pas disposés à nous laisser déposséder du savoir-faire acquis durant nos études, ainsi que de notre irremplaçable expérience ».

Sonova rassure

Dans un courrier adressé à Luis Godinho, président de l'Unsaf (Syndicat national des audioprothésistes), Sonova assure préserver « une totale indépendance entre son réseau de distribution et les marques du groupe Sonova ». « Le choix de l'audioprothésiste reste une valeur déterminante. Tous les centres AuditionSanté continueront de proposer les principales marques présentes sur le marché », comme les autres enseignes détenues par Sonova en Belgique, en Grande-Bretagne, au Canada... Cette stratégie d'intégration pourrait tenter d'autres fabricants, car ses résultats sont tentants : la croissance externe fondée sur ces acquisitions d'enseignes s'est élevée pour Sonova à 5% sur l'exercice 2011-2012.

Un phénomène présent en optique, mais peu en France

Dans le secteur de l'optique, ce type de regroupement existe déjà. Aux Etats-Unis, au Canada et Australie, Luxottica possède plus de 6 000 magasins, répartis sous plusieurs enseignes (Sunglass Hut, Lenscrafters, Pearle Vision)... En Europe, sa présence dans la vente au détail est faible, mais son récent rachat des 90 points de vente de Sun Planet en Espagne et au Portugal laisse entendre une volonté d'aller plus loin sur ce continent dominé par le groupe Hal : le géant, qui a acquis Safilo en 2010, possède près de 4 000 magasins en Europe (dont plus de 600 en France avec les enseignes Générale d'Optique et GrandOptical). De Rigo possède quant à lui plus de 900 magasins (dont 700 en Grande-Bretagne en joint venture avec Boots Optician). Jusqu'ici peu présent en France, ce modèle d'intégration verticale pourrait ainsi être amené à s'y développer.

Écrit par la [Rédaction](#)

News en relation

Revaudio accompagne les opticiens qui souhaitent développer un corner audio - 15/06/2012

Le Groupe Optic 2000 lance des « lunettes pour entendre » à branches interchangeables - 14/06/2012

Cercle Optique étend ses services avec des prix préférentiels et une offre de formation - 26/03/2012

Près de 20% d'entre vous parient sur l'audio pour doper leur activité - 03/02/2012

Krys Audition devient la 5ème enseigne de Krys Group - 30/03/2011

Exclu Acuité TV : Alain Afflelou dévoile les enjeux de son entrée dans l'audio et ses objectifs - 15/03/2011

Les audioprothésistes ne craignent pas la concurrence des opticiens qui pénètrent sur leur marché - 03/01/2011

L'audioprothèse s'affirme comme un marché à fort potentiel - 29/11/2010

La jeune centrale Cercle Optique mise sur une stratégie atypique et vise 200 magasins à fin 2011 - 08/10/2010

La centrale Revaudio franchit le cap des 100 points de vente - 20/04/2009

Réagissez !

Identifiez-vous pour poster des commentaires

