



MÉTIERS

AUDIOLOGIE DEMAIN #26
septembre 2022

16 Septembre 2022

World of Hearing, nouveau fleuron du réseau AuditionSanté

Le premier centre français « World of Hearing », imaginé par Sonova, a ouvert ses portes au printemps, en plein cœur de Paris. Destiné à démocratiser la santé auditive, ce nouveau « flagship » incarne le virage pris par AuditionSanté depuis deux-trois ans.

Par Ludivine Aubin-Karpinski

« L'Apple Store de l'audition ». C'est ainsi que le nouveau concept de magasin World of Hearing de Sonova, déployé à travers le monde, a été qualifié par la presse étrangère.



(c) BS

Aux boutiques de la célèbre marque à la pomme, le centre inauguré par AuditionSanté en mars, dans le 6^e arrondissement de Paris, emprunte en effet un certain nombre d'ingrédients. Ces similitudes, qui en font un modèle innovant sur le secteur de l'audioprothèse, visent à estomper les frontières entre le monde de la

World of Hearing aux Pays-Bas – où nous en comptons sept –, puis en Belgique, en Autriche, au Canada, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Italie et à Shanghai. Au total, 25 centres portent le concept à travers le monde. Et, après ce premier centre français, nous allons en ouvrir un second à Lille à l'automne 2022. Notre ambition est d'implanter un World of Hearing dans les grandes villes de l'Hexagone au cours des trois prochaines années. »

Emplacement et accessibilité

Comme pour les Apple Stores, l'emplacement des centres World of Hearing ne doit rien au hasard : tous sont implantés sur de grandes avenues, au cœur des capitales ou de grandes villes. Celui de la rue de Sèvres, le premier en France, n'échappe pas à la règle avec ses 200 m² situés face au grand magasin de luxe Le Bon Marché, à deux pas du quartier huppé de Saint-Germain-des-Près. De même, les dimensions, l'aménagement très ouvert et la sobriété des lieux s'éloignent du modèle de centre d'audition traditionnel et encouragent la progression du visiteur.



Diego Giacomini, Senior Director Business Development
d'AuditionSanté France

(c) BS

Ce premier vaisseau amiral vise avant tout à porter une nouvelle image de l'audioprothèse, plus décomplexée et high tech. Transparence, espace et interactivité sont autant de partis pris sur lesquels Sonova mise pour dédramatiser le parcours du patient et faciliter l'accès à l'appareillage. Par ailleurs, même si la santé auditive figure toujours au cœur du

concept, elle y est aussi associée à la prévention d'une part et aux « solutions expertes » d'autre part (Lyric, Baha...). Les produits de la division grand public de Sennheiser, rachetée en mai 2021 par Sonova, y trouveront donc naturellement leur place d'ici la fin de l'année.

« World of Hearing signifie littéralement "le monde de l'audition", explique Diego Giacomini. Il nous semblait logique d'étendre nos services, de la protection jusqu'à l'appareillage, en passant par l'écoute de la musique en haute définition. Ouvrir nos centres à un public plus large nous permet de sensibiliser à l'importance de préserver l'audition et aux solutions lorsqu'elle est défaillante. »

Réduire le délai d'appareillage

« S'ils voient nos produits, leur curiosité sera éveillée, et si nous parvenons à créer un espace suffisamment attractif pour les attirer, un lieu où nos produits sont bien



pour le centre World of Hearing, qui se dévoile derrière une vaste vitrine. Avant même de franchir la porte, l'atelier, aux allures de Genius Bar, s'expose depuis la rue. Les clients sans rendez-vous peuvent y recourir pour les petites réparations. Le magasin s'ouvre ensuite sur un espace épuré et un parcours rationalisé, où l'interactivité est de mise à chaque étape



Dès la porte franchie, le parcours du visiteur commence par la découverte de deux murs interactifs, le premier dédié aux protections, le second aux aides auditives. Grâce à un système « Lift & Learn », les curieux peuvent manipuler les produits et les tester, ou encore consulter de courtes vidéos sur les différents modèles. La visite se poursuit par une table interactive offrant, en un coup d'œil, des informations sur les technologies et une esquisse d'aide au choix. Derrière apparaît la salle d'Expérience, cœur du centre World of Hearing.

(c) BS

(voir photo ci-dessus). Il mène vers la partie immersive proprement dite : la « salle d'expérience », véritable cœur de World of Hearing.

Dans une cabine vitrée munie d'un grand écran et d'un Klangfinder, un appareil de simulation en forme de tête, les clients peuvent tester différentes aides auditives dans de nombreuses situations sonores, avec et sans correction. « *La personne malentendante se rend ainsi mieux compte des bénéfices que peut lui apporter l'appareillage, sans engagement,* explique **Thomas Laczny, responsable du développement d'AuditionSanté.** *Cela rend les choses plus palpables et offre la possibilité à l'accompagnant d'expérimenter la perte auditive de son conjoint. Ce qui participe grandement d'une meilleure compréhension et permet d'emporter plus rapidement l'adhésion de l'entourage. Les patients peuvent ensuite entrer véritablement dans le parcours de soins et revenir voir l'audioprothésiste, Adrien Fareau (en photo ci-dessous), ou se rendre dans un centre AuditionSanté plus proche de chez eux. »*

Un atout au service du rayonnement de la marque

World of Hearing présente en effet une double fonction : à la fois centre d'audition traditionnel avec ses trois cabines, toutes dotées d'un équipement haut de gamme, mais aussi hub, participant au rayonnement de la marque sur le territoire. « *Notre réseau offre cette flexibilité et permet à*



Adrien Fareau, audioprothésiste DE du centre World of Hearing, rue de Sèvres.

(c) BS



“

Notre objectif est de doubler notre réseau dans les prochaines années.

Diego Giacomini

”

L'ouverture de ce centre marque en effet une nouvelle étape pour l'enseigne, qui compte 250 laboratoires aujourd'hui. AuditionSanté est passée à la vitesse supérieure depuis deux-trois ans et affiche désormais son appartenance à Sonova en même temps que ses ambitions de développement au niveau national. « *Notre objectif est clairement d'utiliser notre savoir-faire et le soutien du groupe pour nous déployer sur le territoire et doubler notre réseau dans les prochaines années* », détaille Diego Giacomini.



Thomas Laczny, responsable du développement d'AuditionSanté, dans la salle d'Expérience, présente le Klangfinder.

(c) BS

Une stratégie qui repose sur l'ouverture de points de vente partout en France, et notamment sur Paris et sa région où l'enseigne était absente jusqu'à présent. Elle s'appuie également sur des acquisitions – et non des moindres. AuditionSanté a récemment racheté les laboratoires d'Éric Bizaguet, Philippe Metzger et Hughes Waché. « *Intégrer ces centres d'excellence, reconnus pour leur expertise, est important en termes d'image et de notoriété*, poursuit Diego Giacomini. *Cela montre où nous souhaitons aller, notre ambition d'offrir le meilleur service en travaillant avec les meilleurs audioprothésistes.* »

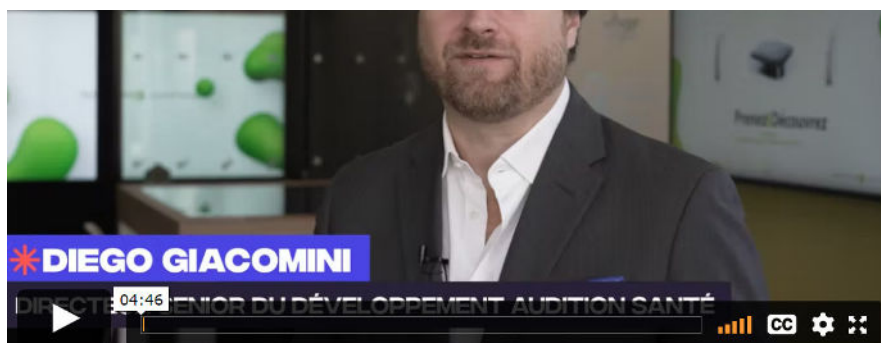
Ce positionnement et ces acquisitions doivent également participer d'une proximité accrue avec le corps médical. « *Le relationnel ORL a toujours été inscrit dans l'ADN du groupe mais n'était pas aussi développé que nous l'aurions pu au sein du réseau*, commente le directeur du

développement d'AuditionSanté. *Nous avons également nommé Arnaud Coez responsable de la recherche, afin d'accroître notre engagement dans ce domaine. Très investi depuis plusieurs années, il collabore avec plusieurs instituts en France et nos audiologistes au siège.* » Deux études sur les liens entre presbycusie précoce et génétique sont d'ores et déjà initiées.



Retrouvez l'interview de Diego Giacomini, Senior Director Business Development d'AuditionSanté France, par Audition TV





(c) Audition - TV



Réagissez



in Suivre 7314

AuditionSanté en bref

- 250 centres*
- 140 audios*
- 430 salariés*

* au 31/08/22

Retrouvez les autres articles de la rubrique Dans les coulisses [ici](#) et [ici](#)

Dans le dernier numéro



Offres d'emploi *en partenariat avec audixion.fr*



Sonance Audition - Vendée

TALMONT-ST-HILAIRE

CDI



Sonance Audition - Charente

CHÂTEAUNEUF SUR CHARENTE

CDI



Sonance Audition - Manche

COUTANCES

CDI



Sonance Audition - Orléans

SAINT-JEAN-DE-BRAYE

CDI

[+ Voir plus d'offres](#)



Audiologie Demain,
le plus sûr moyen de ne
jamais rater les infos
essentiels de votre
secteur...

JE M'INSCRIS



Le comité scientifique
Partenaires

Abonnement
Newsletter
Offres d'emploi Audioprothésistes
Nous contacter

L'actualité
Métiers
Tribune
Des chiffres et des graphes
Échos des sciences
Échappées
Le dossier
Parutions
Les derniers articles

Mentions légales



Audio Media Pro - 27-31 rue Gabriel Peri - 94220 Charenton-le-Pont
Contact abonnement : **01 43 53 33 33**



www.audiologie-demain.com