

**“BIEN  
ENTENDRE  
ÇA CHANGE  
LA VIE”**

# SOMMAIRE

EDITO .....	3
PRÉSENTATION AUDIKA .....	4
LA MISSION D'AUDIKA .....	6
LA SANTÉ AUDITIVE : UN ENJEU DE SANTÉ PUBLIQUE .....	8
LA PERTE AUDITIVE : TOUS CONCERNÉS .....	10
UNE BONNE SANTÉ AUDITIVE POUR UN IMPACT FORT SUR LA VIE QUOTIDIENNE .....	12
UNE CULTURE D'ENTREPRISE ET DES ENGAGEMENTS FORTS .....	14
LA FONDATION AUDIKA .....	16

## DOSSIER PRESSE AUDIKA

Janvier 2022



AUDIKA.FR



# EDITO

*Audika est une aventure entrepreneuriale familiale qui a débuté il y a maintenant plus de 40 ans avec la volonté de rendre accessible au plus grand nombre des solutions auditives innovantes et performantes. A travers un réseau large et structuré, des centres visibles et accessibles, ainsi qu'une forte proximité de services, Audika a révolutionné le marché de la correction auditive.*

*Depuis sa création, c'est grâce aux accomplissements des collaborateurs et à leurs valeurs partagées que l'entreprise a grandi et évolué pour devenir la marque n°1 de la santé auditive en France : aujourd'hui 3 seniors sur 4 connaissent Audika\*.*

*Fait méconnu, **la perte auditive est le 2<sup>ème</sup> problème de santé le plus répandu au monde\*\*.** Les troubles auditifs concernent 10% de la population française, soit 6 millions de personnes, mais seules 41% d'entre elles sont appareillées\*\*. C'est la raison pour laquelle **nous sommes convaincus que la prise en charge de la santé auditive, nécessaire au « bien vieillir » doit s'améliorer et intervenir plus tôt.***

*C'est un enjeu de santé publique pour lequel nous nous engageons et nous œuvrons au quotidien dans tous nos centres, sur toute la France. Et ce, à travers trois grandes convictions qui guident nos actions : œuvrer pour toujours améliorer la prévention, proposer une prise en charge sur-mesure et assurer un niveau d'excellence dans l'accompagnement et le suivi.*

*Fidèles à notre ADN, **nous nous donnons pour mission d'aider le plus grand nombre à entendre mieux, et changer leur vie.***

*Par notre histoire et notre expertise, nous sommes aujourd'hui l'acteur le plus solide et le mieux préparé pour relever les défis du marché de la santé auditive.*

**Michaël Tonnard**  
**Directeur Général Audika**

\* Baromètre de notoriété, IFOP, Décembre 2020

\*\* Enquête Eurotrack 2018

# PRÉSENTATION AUDIKA

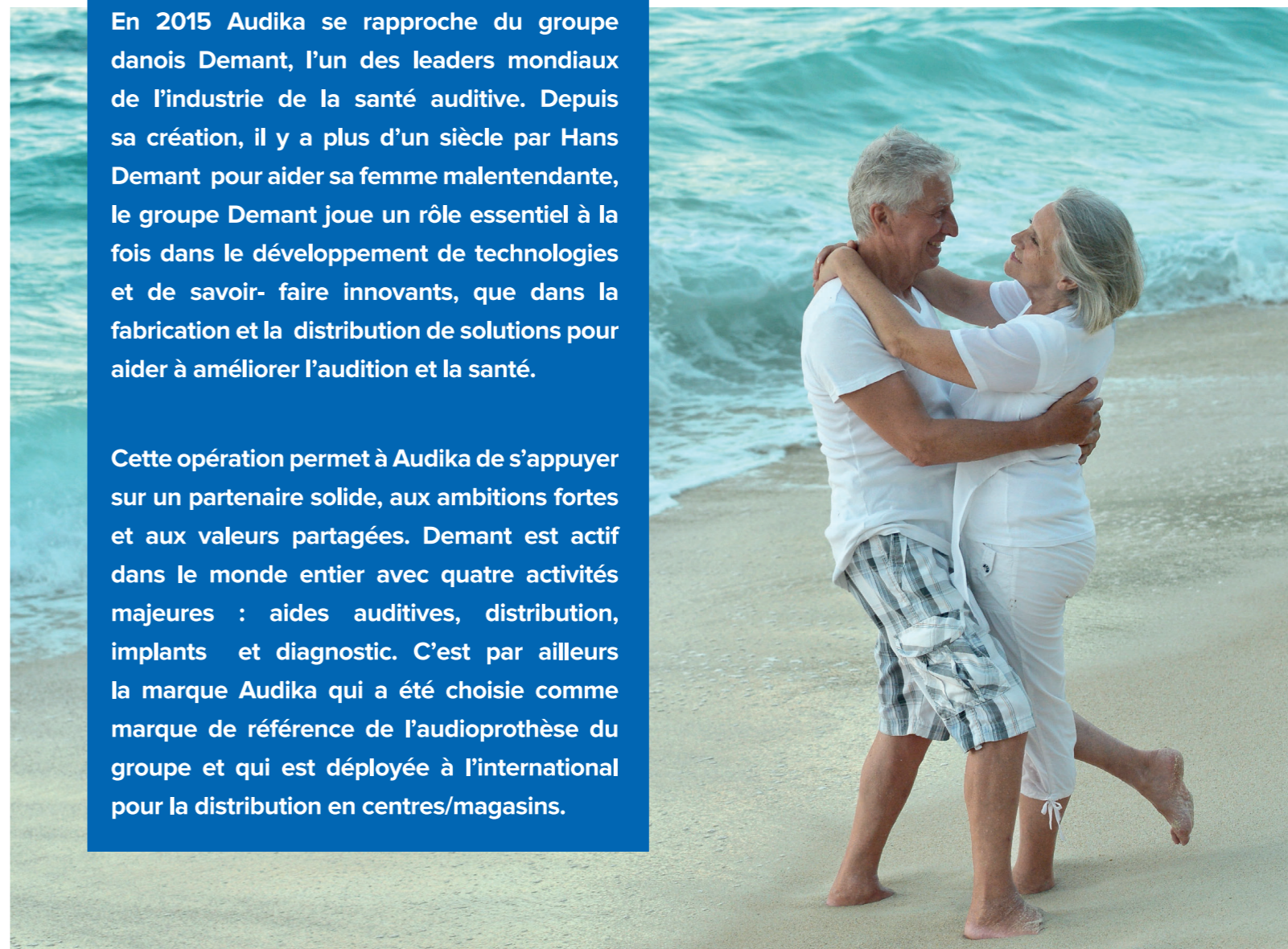
## Notre histoire, plus de 40 ans au service des Français et de leur audition

Il y a plus de 40 ans, deux frères, Jean-Claude et Alain Tonnard, font un constat : de nombreuses personnes ont des problèmes d'audition mais n'ont que très difficilement accès aux solutions pour les traiter. Ils décident donc « d'ouvrir » le marché en rendant accessible la correction auditive au plus grand nombre. Concrètement, ils ont démocratisé le port des aides auditives en important des produits révolutionnaires et en développant des expertises via la création d'un réseau de centres auditifs de proximité partout en France. Leur objectif à l'époque est toujours le nôtre aujourd'hui : aider le plus grand nombre à entendre mieux et assurer la satisfaction de nos clients !

## Un rapprochement stratégique avec le groupe Demant

En 2015 Audika se rapproche du groupe danois Demant, l'un des leaders mondiaux de l'industrie de la santé auditive. Depuis sa création, il y a plus d'un siècle par Hans Demant pour aider sa femme malentendante, le groupe Demant joue un rôle essentiel à la fois dans le développement de technologies et de savoir-faire innovants, que dans la fabrication et la distribution de solutions pour aider à améliorer l'audition et la santé.

Cette opération permet à Audika de s'appuyer sur un partenaire solide, aux ambitions fortes et aux valeurs partagées. Demant est actif dans le monde entier avec quatre activités majeures : aides auditives, distribution, implants et diagnostic. C'est par ailleurs la marque Audika qui a été choisie comme marque de référence de l'audioprothèse du groupe et qui est déployée à l'international pour la distribution en centres/magasins.



# 1977

**Création d'Audika et ouverture du 1er centre de correction auditive** par Alain et Jean-Claude Tonnard.

# 1983

**Audika lance sa 1ère campagne de publicité.** Une révolution pour l'époque !

# 2007

**Le Groupe enchaîne les acquisitions** et atteint en 2007 le chiffre record de **350 centres.**

# 2015

Audika devient filiale du groupe Demant.

# 2018

**Audika fête ses 40 ans d'expertise au service de la santé auditive** et devient partenaire de la Campagne nationale pour une meilleure audition (CPUMA).

# 2021

1er janvier 2021 : **Lancement de la nouvelle plateforme de marque « La vie change, Audika vous change la vie » et le célèbre titre de Queen "Don't stop me now"** devient LA nouvelle musique de la marque !

Près de 600 centres en France. Lancement d'Audika Full, la première aide auditive **intégrant de l'intelligence artificielle.**

# 1979

**Distribution des premiers appareils intraauriculaires** en France.

# 1990

**Le premier film publicitaire** du Groupe passe sur les écrans. C'est aussi l'année de **création de l'enseigne Audika.**

# 2014

**Anny Duperey devient l'égérie** d'Audika après Robert Hossein.

# 2016

**Lancement de Connect + 360,** solution auditive révolutionnaire et connectée.

# 2019

**Michaël Tonnard est nommé à la Direction Générale d'Audika France.**

Cette même année, la **Fondation Audika** est créée.

## LA MISSION D'AUDIKA

Audika se donne pour mission d'aider le plus grand nombre à entendre mieux et changer leur vie.

**CETTE MISSION S'ARTICULE AUTOUR DE TROIS GRANDES PRIORITÉS D'ACTION :**

# 1

### PRÉVENIR

Nous assistons à un vieillissement de la population dont l'enjeu prioritaire est de « bien vieillir ». Pour un senior sur deux, « bien vieillir » signifie être en bonne santé, et pour un quart d'entre eux, cela signifie avoir une vie sociale\*. Nous le savons, préserver ses capacités auditives contribue au bien vieillir, et évite l'isolement et ses conséquences sur la santé. C'est la raison pour laquelle la prise en charge de la santé auditive doit s'améliorer et intervenir plus tôt. La pédagogie, la prévention et le dépistage précoce sont essentiels pour anticiper la prise en charge de la santé auditive.

# 2

### PROPOSER

Le mode de vie et les aspirations des seniors évoluent et sont aujourd'hui multiples, c'est pourquoi Audika considère ses clients dans leur individualité et leur propose des solutions sur mesure qui répondent à leurs exigences. Nous offrons à chaque client à la fois un service de proximité, une écoute et une solide expertise notamment dans la pose et le réglage des appareils auditifs.

# 3


### ACCOMPAGNER

L'exigence à l'égard de notre métier est historique et ne cesse de se renforcer, tout comme la relation qui nous lie avec nos clients : c'est une relation sur le long terme dans laquelle nous nous engageons. Après la phase de conseils avec chacun d'entre eux puis d'appareillage, nous les accompagnons de façon personnalisée : maintenance des aides auditives, soutien dans l'utilisation au quotidien, suivi de l'évolution de l'audition, et bien plus encore. Nous mettons un point d'honneur à accompagner au mieux nos clients dans leur nouvelle vie.

\* BVA / SDA, Février 2021



## LA SANTE AUDITIVE, UN ENJEU DE SANTE PUBLIQUE

 Aujourd'hui, un tiers des Français ont 50 ans et plus\*. D'ici à 2070, les seniors devraient être 21,9 millions selon les projections publiées par l'Insee. **Pour 90% d'entre eux\*\*, « bien vieillir » est un sujet important voire prioritaire**, ce qui signifie pour la moitié d'entre eux, être en bonne santé et, pour un quart d'entre eux, avoir une vie sociale\*\*.

Préserver ses capacités auditives permet de mieux vieillir, d'éviter l'isolement et ses conséquences (dépression, dépendance ou troubles cognitifs). **Il est de ce fait indispensable que la prise en charge de la santé auditive, nécessaire au « bien vieillir », s'améliore et intervienne plus tôt. C'est un enjeu de santé publique qui nous concerne tous.**

La prise en charge des patients peut atteindre jusqu'à 7 ans entre la prise de conscience de la perte auditive et la mise en place d'aides auditives. Pour plus d'un tiers des personnes malentendantes (37%), le délai d'appareillage est supérieur à 4 ans\*\*\*.

**Le déni de surdité représente le premier frein à l'appareillage.** 51 % des individus concernés indiquent qu'ils préfèrent attendre pour s'équiper que leur gêne auditive soit vraiment importante. Chez les personnes âgées, la perte d'audition est encore mal acceptée. Il est difficile de reconnaître que l'on entend moins bien. Être appareillé demeure psychologiquement mal vécu\*\*\*\*.

Le prix, quant à lui, constitue le deuxième frein. La réforme 100% santé, entrée en vigueur au 1er janvier 2021, est une bonne réforme pour développer l'accessibilité des personnes ayant des troubles auditifs à des produits de qualité.

\* Insee, 2020  
\*\* Odoxa, 2019  
\*\*\* EuroTrack, 2018  
\*\*\*\* BVA / SDA, Février 2021

## DES ACTIONS CONCRETES POUR SENSIBILISER AUX ENJEUX DE LA PERTE AUDITIVE

**Pour Audika, il est essentiel d'agir à tous les niveaux pour améliorer et mieux anticiper la prise en charge de la perte auditive. L'entreprise mène donc des actions ciblées :**

- ▶ Elle encourage le dépistage à partir de 50 ans et propose des bilans auditifs gratuits dans tous ses centres.
- ▶ Elle est le principal partenaire, depuis 2018, de la Campagne Nationale pour une Meilleure Audition, qui sensibilise les populations à l'importance d'un dépistage systématique dès 60 ans et organise plus de 350 journées de dépistage « Go Bananas » par an.
- ▶ Elle organise, partout en France et tout au long de l'année, des journées de préventions auditives avec des partenaires du monde associatif et des mutuelles : Mutalia, Journée Nationale de l'Audition, Mutuelle du Val de Sèvres, Aesio, Générations Mouvement (association de retraités), Mutuelle Nationale des Sapeurs-pompiers, ...
- ▶ Enfin, Audika a lancé en 2019 la Fondation Audika, sous l'égide de la Fondation de France, dont les missions principales sont de développer la prévention sur la santé auditive auprès du grand public et de renforcer l'inclusion et la prise en charge des personnes malentendantes.

L'ensemble des actions conduites par Audika et sa Fondation jusqu'ici ont participé à l'évolution du taux d'équipement des 41% des Français ayant des troubles auditifs.

Pour dépasser la barre des 50% et au-delà, **nous sommes convaincus qu'il est indispensable de continuer à multiplier nos actions de prévention et de sensibilisation auprès du grand public.**

**La réforme 100% santé permet enfin d'améliorer l'accès financier aux aides auditives. C'est un pas important pour lever la barrière du prix. Cependant, il est indispensable d'aller plus loin pour contrer le frein lié à une forme de non prise en compte de la perte auditive. En effet, selon un récent sondage publié par l'institut BVA, le principal frein pour s'équiper est le déni de surdité, loin devant le prix.**

Les appareils auditifs de classe 1, intégrés dans le cadre de l'offre 100 % Santé sont des appareils de qualité, avec 12 canaux de réglage. Ils sont totalement pris en charge par la sécurité sociale et les mutuelles, dans le cadre d'un contrat responsable. Les appareils auditifs de classe 2, quant à eux, sont élaborés à l'aide de technologies avancées. Ils sont donc de très grande qualité et donnent la possibilité de d'accéder aux produits de pointe en matière d'audition. Leur haute technologie permet de personnaliser davantage les éléments de réglage, ce qui offre un meilleur confort d'écoute à chaque client, notamment dans des situations sonores complexes.

Chez Audika, nous sommes persuadés que la pédagogie, la prévention, le dépistage précoce puis l'accompagnement de chaque client dans son individualité sont essentiels pour améliorer la prise en charge de la santé auditive.

Nous proposons à nos clients un prix qui est adapté à chaque cas spécifique, qui comprend l'aide auditive et le suivi de l'appareillage du client. Nous souhaitons également que nos clients aient une liberté totale dans leur choix. Nous leur proposons donc une large gamme de solutions auditives de dernière génération sélectionnée chez les plus grands fabricants mondiaux. Nous assurons également une prise en charge complète, notamment dans les démarches administratives. Enfin, Audika met à disposition une Assistance Nationale dans plus de 600 centres en France pour apporter son soutien à chaque client qui en aurait besoin, au cours de ses déplacements.



## LA PERTE AUDITIVE : TOUS CONCERNÉS

**Les seniors, principalement concernés par les troubles auditifs, ont un nouveau rapport à la santé et de nouveaux modes de vie.**

Aujourd'hui, les modes de vie et les aspirations des seniors évoluent et se diversifient. C'est pourquoi, chez Audika, nous sommes convaincus qu'il est nécessaire de les considérer dans leur individualité, de les distinguer en fonction de leur âge, leur statut, leur santé, ou encore leurs aspirations. En effet, on retrouve ceux qui sont actifs et qui exercent une activité professionnelle ou ceux qui veulent profiter pleinement du moment présent, être heureux et épanouis dans leur retraite. Pour 70% des plus de 65 ans, la vie est source de plaisir\*. D'autres sont de plus en plus connectés et adoptent par exemple le drive ou la livraison à domicile comme nouveaux usages. Ils sont aussi de plus en plus nombreux à être présents sur les réseaux sociaux : 40% de l'audience de Facebook sont les 50 ans et plus en 2020.

Pour autant, les seniors ne sont pas tous égaux face au digital : 67% des 75 ans et plus souffrent d'illectronisme\*\*. Un peu plus de la moitié des 75 ans et plus n'a pas d'accès à Internet à la maison et près de 65% d'entre eux n'ont pas utilisé internet au cours de l'année. Cela accroît le risque d'isolement relationnel chez cette catégorie de la population.

**Les pathologies auditives ne concernent pas que les seniors, mais toutes les catégories d'âge.**

Les troubles auditifs concernent 10% de la population française, soit 6 millions de personnes.

Les Français les plus touchés sont les 74 ans et plus (35%), les 65/74 ans (18,7%) et les 55/64 ans (12,8%)\*\*\*.

Cependant, toutes les catégories d'âge peuvent être touchées avec des pathologies spécifiques telles que les acouphènes, la surdité chez l'enfant ou encore la perte d'audition due à des styles de vie spécifiques et nocifs pour l'audition comme les effets du bruit au travail, l'écoute prolongée et excessive de musique (notamment chez les jeunes), la pollution sonore des grandes agglomérations, etc.

\* Korian / Ipsos 2020  
\*\* Insee 2019  
\*\*\* Enquête EuroTrack1

**Audika prend en considération chaque client dans son individualité** notamment grâce à un nouveau protocole d'appareillage qui prend en compte les troubles auditifs, le style de vie et les attentes des clients afin de toujours leur proposer la solution la plus personnalisée et agir véritablement sur leur qualité de vie.

Cet accompagnement sur mesure se traduit selon plusieurs principes auxquels nous croyons :

Tout d'abord, **la proximité**. Nos 600 centres quadrillent le territoire français afin d'être au plus près de nos clients. De plus, un nouveau centre ouvre en moyenne tous les 15 jours, ce qui vient renforcer le maillage territorial déjà existant. Par ailleurs, nous sommes convaincus que **le rôle de l'audioprothésiste** est essentiel et, à ses côtés celui de l'assistant(e). En effet, nos audioprothésistes et assistant(e)s en centres forment une véritable équipe, pleinement investie et dédiée à nos clients. Nos audioprothésistes, diplômés d'État, apportent des conseils personnalisés sur les protections auditives et procèdent à l'appareillage des clients sur prescription d'un ORL. Les assistant(e)s de centre accueillent et accompagnent les clients, effectuent les démarches administratives du centre tout en assurant le SAV. Enfin, nous proposons à nos clients de plus en plus **de services digitaux** : la boutique en ligne Audika, le chat, la prise de rendez-vous sur internet...

**Riche d'une solide expertise depuis sa création, Audika dispose de 4 pôles métiers : la réhabilitation auditive, les acouphènes, la pédiatrie et les implants, et reste persuadé qu'un lien quotidien et pérenne avec le milieu médical pour renforcer ses expertises est essentiel dans la qualité de la prise en charge de ses clients.**

Grâce à sa Direction scientifique menée par Cyrille Coudert qui dirige également son centre de références multi-expertises (LEA), Audika accompagne des travaux de recherche scientifique, avec la sphère médicale et hospitalière. En parallèle, Audika a mis en place son propre programme de formation interne « Audika-demy ». Ainsi, ce sont plus de 10 000 heures de formation qui sont proposées chaque année à ses collaborateurs audioprothésistes. La formation étant, pour Audika indispensable à la bonne appréhension des problématiques des patients-clients et de l'environnement. L'entreprise a d'ailleurs été officialisé organisme interne DPC (Développement Professionnel Continu).

# UNE BONNE SANTÉ AUDITIVE POUR UN IMPACT FORT SUR LA VIE QUOTIDIENNE

La perte auditive entraîne des conséquences profondes pour ceux qui en souffrent. Les patients sont déstabilisés dans leur vie de tous les jours, ce qui les isole socialement. **C'est pourquoi la priorité numéro 1 de nos clients est de garder une vie sociale riche !**

## **Faire face à la perte auditive au quotidien**

### ► **Dépasser le déni :**

- La perte d'audition reste mal acceptée socialement, celle-ci étant perçue comme le premier signe du vieillissement. Il est difficile de reconnaître que l'on entend moins bien. D'autant plus qu'être appareillé demeure psychologiquement mal vécu par de nombreuses personnes.
- C'est un sujet délicat pour les patients : dans un premier temps, des phénomènes de compensation se mettent en place et la personne ne se rend pas compte qu'elle entend moins bien. Cette première phase laisse ensuite place au phénomène de déni, avec pour conséquence un retard dans la prise en charge.

### ► **Une vulnérabilité qui détériore la qualité de vie :**

- Non traités, des troubles de l'audition peuvent entraîner à un isolement social progressif car les relations avec autrui deviennent compliquées. La personne peut changer de comportement et devenir anxieuse. Son quotidien tend à se détériorer petit à petit car elle ne peut plus communiquer et échanger normalement avec son entourage. Elle est irritable car elle doit faire de plus en plus d'efforts pour comprendre, ce qui engendre également une fatigue accrue. Par exemple, des grands-parents qui rencontrent des difficultés de compréhension lors des repas de famille prendront moins part aux discussions. Une distance et un sentiment d'isolement peuvent alors s'installer, entraînant ensuite une impression de solitude, de vulnérabilité voire un état dépressif.

## **Pour les seniors, comme pour les autres, la vie sociale avant tout !**

Aujourd'hui, quel que soit son âge, **la qualité de vie et le bien-être sont des préoccupations majeures des Français**. Et les seniors ne font pas exception, ils ont de nouvelles exigences, souhaitent conserver leur qualité de vie, leurs interactions sociales et avoir un confort d'écoute dans des univers sonores riches et complexes.

Ce n'est donc pas un hasard si, comme le montre une étude BVA pour le Syndicat des Audioprothésistes (SDA), pour 58% des seniors, la principale motivation à s'équiper est d'entendre et de comprendre dans un univers sonore bruyant et compliqué pour conserver leur qualité de vie et leurs interactions sociales.



# NOTRE CULTURE D'ENTREPRISE

Depuis sa création, c'est grâce aux accomplissements de nos collaborateurs et à des valeurs partagées qu'Audika a su grandir et évoluer pour devenir aujourd'hui un acteur majeur de la santé auditive en France. L'esprit d'équipe, la performance, l'innovation ont toujours été privilégiés pour à la fois satisfaire au mieux nos clients et pour permettre à chacun de nos collaborateurs de s'épanouir et trouver du sens dans son travail.

Proximité client, importance du collaboratif, hiérarchie accessible, dimension familiale : autant de spécificités qui font d'Audika un acteur à part dans le secteur de la santé auditive.

## Un management de proximité

Chez Audika, nous croyons dans la proximité, que ce soit avec nos clients bien sûr mais également avec nos équipes. En interne, c'est aussi à travers l'intelligence collective que nous encourageons l'esprit d'initiative et favorisons le bien-être de nos collaborateurs :

► **Un réseau de proximité** : nous assurons un niveau de formation de grande qualité à nos 1200 collaborateurs. Nous encourageons également l'échange entre pairs sur les bonnes pratiques « métier » et le développement d'une culture d'entreprise forte. Chez Audika nous croyons aux équipes multidisciplinaires et à un travail quotidien en binôme quel que soit le statut hiérarchique ou le service (audios/assistant(e)s ; ressources humaines et responsables de secteur ; directeurs réseau et responsables de secteur etc...).

► **Un réseau d'experts** : afin d'offrir les meilleurs conseils et le meilleur service à nos clients, nos audioprothésistes bénéficient d'une formation continue sur leur cœur de métier tout au long de leur parcours professionnel. De plus, nos 4 pôles métiers (réhabilitation auditive, acouphènes, pédiatrie et implants) viennent renforcer le savoir-faire de nos audioprothésistes qui peuvent ainsi proposer toutes les solutions auditives à nos clients.

## Des engagements forts

**Chez Audika, nous nous engageons à améliorer l'information et la prévention sur l'audition et la santé auditive auprès du grand public, et à renforcer la prise en charge et l'inclusion des personnes malentendantes.** Cet engagement, porté par tous nos collaborateurs convaincus de l'importance de notre mission, s'exprime à travers diverses initiatives telles que :

► **Notre soutien aux Séniories** : ce concept d'habitat développé depuis 2001 pour les retraités autonomes auquel nous nous sommes associés pour proposer une journée de prévention et de dépistage au sein des résidences services seniors, partout en France.

► **Notre participation à la Course des héros** : un projet solidaire qui vise à collecter des fonds pour l'association Gustave Roussy via un événement sportif (marche, course à pied ou course à vélo) avec nos collaborateurs. Chaque kilomètre reversant 1€ à l'association.



## DES ACTIONS QUI CHANGENT LA VIE

### Garantir l'excellence à nos clients

Audika s'engage à garantir un niveau d'excellence dans le service et l'expertise prodigués à ses clients. Une démarche de qualité qui s'inscrit dans la durée. Pour cela, nos audioprothésistes sont régulièrement formés pour garantir une haute qualité d'expertise. Ils bénéficient du partage de connaissances en interne et d'un programme de formation continue au sein de notre réseau à dimension internationale.

### Les 7 engagements du « contrat Audika »

- 1. L'expertise garantissant un appareillage réalisé par un audioprothésiste diplômé d'État**, formé aux nouvelles technologies selon un protocole spécifique Audika (3 à 4 séances la première année et au minimum 2 séances par an pendant 3 années consécutives).
- 2. Le juste prix** : le prix de l'appareillage comprenant l'aide auditive et le suivi de l'appareillage du client tout au long de son utilisation.
- 3. La liberté de choix**, en proposant une très large gamme de solutions auditives de dernière génération sélectionnées chez les plus grands fabricants mondiaux.
- 4. La prise en charge** complète et un accompagnement dans les démarches administratives des clients.
- 5. La garantie satisfaction pour un échange gratuit** des aides auditives, selon certaines conditions.
- 6. Le suivi illimité par une équipe formée** et l'assistance nationale dans tous les centres Audika en France.
- 7. L'accessibilité** avec des solutions de financement adaptées.

### Le meilleur de la technologie pour nos patients-clients

L'innovation est une valeur motrice chez Audika, nous cherchons toujours à proposer le meilleur à nos clients. Depuis début 2021, nous leur proposons **AudikaFull**, une aide auditive dernière génération qui utilise l'IA et la technologie du réseau neuronal profond. Cela signifie qu'elle a été entraînée de la même manière que notre cerveau avec une répétition d'échecs et de réussites, sur la base de 12 millions de scènes sonores du quotidien. Cette performance technologique permet ainsi un gain de +15% de compréhension de la parole et une meilleure mémorisation. Une innovation qui change véritablement la vie !

# AUDIKA : DES VALEURS HISTORIQUES

Chez Audika nous sommes convaincus que le partage de valeurs fortes est essentiel. En effet, ce sont elles qui actent la manière dont nous interagissons ensemble au quotidien en ayant toujours en tête notre objectif : assurer la satisfaction de nos clients et changer leur vie.

## NOUS CRÉONS DE LA **CONFIANCE DURABLE**

Chez Audika, nous encourageons un environnement de travail basé sur la bienveillance, l'honnêteté et l'humilité. Nous sommes à l'écoute de nos collègues et considérons leur opinion pour toujours mieux prendre en charge nos clients.

## NOUS AGISSONS **EN ÉQUIPE**

Chez Audika, nous sommes tournés vers les autres et encourageons l'entraide pour aller de l'avant. Nous favorisons le partage et l'intelligence collective. Nous agissons en équipe pour toujours nous améliorer et satisfaire nos clients.



## NOUS SOMMES **ENGAGÉS ET POSITIFS**

Chez Audika, notre motivation nous permet d'aller au bout de nos engagements. Nous agissons toujours avec une intention positive pour faire grandir l'entreprise et proposer à nos clients un accompagnement d'excellence.

## NOUS VISIONS **TOUJOURS LA PERFORMANCE**

Chez Audika, nous sommes déterminés à réussir ce que nous entreprenons. Nous sommes exigeants avec nous-mêmes et savons nous remettre en question. Notre volonté de nous dépasser nous permet d'apporter la meilleure expérience à nos clients.



## LA FONDATION AUDIKA

En avril 2019, consciente de sa responsabilité en tant qu'acteur majeur de la santé auditive en France, Audika a créé sa fondation d'entreprise, sous l'égide de la Fondation de France.

### La Fondation Audika œuvre autour de deux missions principales :

- ▶ Soutenir les initiatives qui permettent d'améliorer la santé auditive, que ce soit dans le domaine social, humanitaire, culturel ou scientifique.
- ▶ Améliorer la connaissance sur l'audition et la santé auditive, en renforçant la prévention (recherche scientifique et clinique, études et sensibilisations du grand public).

### Les grandes actions portées par la Fondation Audika :

- ▶ **Des actions humanitaires pour appareiller et soigner les populations fragilisées**, démunies ou victimes de guerre. Des projets sont menés dans de nombreux pays dont Madagascar, Israël, le Cambodge ou le Rwanda.
- ▶ **Un soutien à la recherche scientifique et médicale** par l'attribution de bourses de recherches et d'études, ainsi que des partenariats aux côtés de structures hospitalières.
- ▶ **Un soutien à la formation** afin d'offrir aux futurs diplômés des conditions d'études à la pointe avec les équipements les plus récents, tel que le financement d'une cabine ultra-moderne pour l'école d'audioprothésistes de Lille.
- ▶ **Des campagnes de sensibilisation** du grand public à l'importance de l'audition de Lille.



La Galerie de l'Audition : sensibiliser les Français à la santé auditive grâce à l'art

La Galerie de l'Audition est le fruit de plus de quarante ans de travail au service de la santé auditive. Depuis 1980, Audika demande, chaque année, à un artiste contemporain de renom de créer une lithographie originale sur le thème de l'audition. Audika a ainsi pu réunir une collection privée de 41 œuvres réalisées par 41 artistes majeurs. De César à Speedy Graphito, en passant par Arman et Ben, la « Galerie de l'Audition » parcourt plus de 40 ans d'histoire de l'art contemporain. Il s'agit, à ce jour, de la plus grande collection sur le thème de l'audition.

En 2019, la Fondation Audika a permis, pour la première fois, d'exposer la collection au grand public afin d'attirer l'attention des Français sur l'importance de préserver son audition.



## L'ÉQUIPE DE LA FONDATION

### 4 membres fondateurs

Jean Claude TONNARD  
Julien TONNARD  
Dominique BAUDOIN TONNARD  
Patrick TONNARD

### 2 membres issus de la sphère académique

Paul AVAN  
Professeur de biophysique  
à l'Université de Clermont-Auvergne  
Véronique VARLIN  
Directrice de l'ObSoCo,  
l'Observatoire Société et Consommation.

## CONTACTS PRESSE

### Agence Profile

Jennifer Loison – jloison@agence-profile.com – 06 10 22 52 37  
Titouan Coulon – tcoulon@agence-profile.com – 06 59 30 87 66

### Direction de la Communication Audika

Claire Pernot – Directrice Marketing & Communication – clep@audika.com  
Aline Pihier – Responsable Communication Interne & Corporate - aihp@audika.com  
Sasha Bonet Di Meo – Chargée de communication externe – ssbn@audika.com

