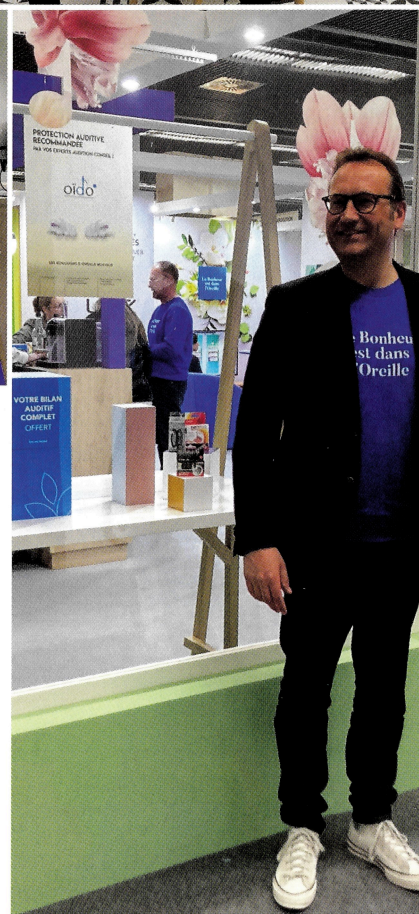




[Dyapason]

Vincent Génot, DG du groupement, était accompagné sur le congrès par François Beauval, dirigeant de l'agence de communication FBSD, qui l'accompagne pour développer la notoriété des adhérents. Les audios ont notamment pu découvrir une démonstration de l'application de géomarketing développée par Dyapason pour optimiser les business plans des centres en création et l'activité des labos existants.

[CDA]

Forte actualité pour la centrale sur ce congrès : accélération de la synergie optique/audio, formations DPC, développement de l'équipe commerciale, nouveaux outils de communication... La CDA développe particulièrement Com'Easy, un plan de communication annuel proposé aux adhérents, déclinable sur de multiples supports (digital, écrans en vitrine). En photo : Ghislaine Domergue, directrice commerciale et Emmanuelle Thilot, responsable marketing.

[Audio 2000]

Le congrès a été l'occasion pour l'enseigne de « teaser » sur son partenariat avec les JO 2024, à la faveur duquel elle se rapprochera de la marque Optic 2000, pour capitaliser sur sa notoriété. Marie Legrand (directrice, à droite) et Latifa Mirad (chef de projets événementiels, à gauche) ont annoncé des changements dans la communication, qui fera la part belle au versant santé du métier. Plus que des associés, les audioprothésistes de l'enseigne sont amenés à devenir ses ambassadeurs.

[Dynamic Audio]

Premier congrès pour IPA, éditeur du logiciel, depuis son rachat par Optimum. L'équipe a procédé aux démos des dernières évolutions de sa solution : télétransmission Sesam Vitale 1.40, consultation des droits intégrée (CDRI), tableau de bord de l'activité du/des centres... A venir : un outil de signature électronique, un annuaire AMC et du nouveau sur les catalogues EDI... En photo : le directeur Philippe Bur (à droite) avec un des développeurs du logiciel.

[Luz Audio et Audition Conseil]

Surfant sur sa nouvelle identité de marque, « Le bonheur est dans l'oreille » l'enseigne aux 350 labos propose de nouveaux services d'animations vitrine à ses audios, mis en scène cette année sur son stand à travers des écrans et un mobilier dédié. 5 communications sont proposées. « Elles véhiculent des messages institutionnels », comment Jérôme Schertz, DG d'Audition Conseil (en photo).