

Les complémentaires montrées du doigt

● **PRESSE.** Dans son édition de janvier, le mensuel *Mieux vivre votre argent* pointe du doigt les tarifs pratiqués par les mutuelles de santé. Derrière un titre évocateur "Santé : les tarifs abusifs des complémentaires", le magazine dénonce l'augmentation constante des cotisations, "près de 450 % en quinze ans" précise-t-il. "Avec des cotisations galopant plus vite que les remboursements, les organismes complémentaires ont amassé une belle cagnotte" constate le mensuel qui dénonce l'inéluctable conséquence : "L'assuré, lui, est le dindon de la farce. Il faut maintenant déboursier une cinquantaine d'euros par mois en moyenne avant 60 ans pour un contrat aux garanties médiocres. Après, c'est l'escalade des prix." Citant une étude du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Credoc), *Mieux vivre votre argent* rapporte que "la mutuelle fait partie des vingt produits et services ayant le plus affecté le pouvoir d'achat de 2000 à 2005". Une situation que l'assuré semble résigné à assumer, faute de connaissance précise du sujet. Mis en cause par les pouvoirs publics, avec pour conséquence la récente augmentation de la taxe sur le chiffre d'affaires des organismes complémentaires (passée de 2,5 à 5,9%), les professionnels du secteur ne comptent pas se laisser faire et nient faire des bénéfices sur le dos de leurs assurés, rappelant qu'ils n'ont pas d'actionnaires à rémunérer. La "taxe santé" sera reportée sur les tarifs pratiqués à l'avenir... Et le mensuel d'ironiser "qu'il serait finalement moins coûteux pour les assurés de voir l'Assurance maladie reprendre la main sur la totalité des remboursements..."

G.B. ●

LA NOUVELLE VAGUE SIEMENS

COMMUNICATION. Du 9 au 22 mars, Siemens repart en campagne... de communication, sur tous les supports médias. Le fabricant met en avant les audioprothésistes via le slogan "La presbycusie : les nouvelles solutions auditives disponibles chez les audioprothésistes". Au programme, des passages sur France 2 et France 3 mais aussi sur la radio RTL ainsi qu'en presse quotidienne régionale. Un pic devrait être atteint le jour de la Journée nationale de l'audition le 12 mars, avec plusieurs passages TV et radio.

S.B.

Ouïe-dire : la chronique de J.-L.

L'audioprothésiste et les médias

Avec l'approche du congrès, de la Journée nationale de l'audition et l'ouverture de fenêtres plus ou moins médiatiques, il faut nous préparer à peaufiner l'image de notre profession qui en a souvent bien besoin. Parmi les personnes mal informées, les clichés ne manquent pas, allant jusqu'à la caricature avec des relents d'officines poussiéreuses où rôderaient des boutiquiers voraces, prêts à surfacturer des "pièges à larsen" et laisseraient ensuite le client se débrouiller. Et j'en passe ! Nous devons de plus en plus répondre à de fidèles (ou de futurs...) patients demandant des explications sur des articles dans lesquels on peut relever des données erronées, et/ou pouvant prêter à confusion. Et certains d'entre eux contiennent largement de quoi alimenter la méconnaissance sur les dures réalités du métier...

On se détend...

Les audioprothésistes savent-ils toujours dialoguer de manière professionnelle, cordiale et détendue avec des journalistes enquêtant sur un sujet "sensible" ? Pas tous. Un mauvais accueil peut pourtant être interprété en une fuite déguisée face à des questions potentielles. Nous avons tout à gagner en communiquant sur les réali-

tés, citées plus haut. Certes nous attendons des médias qu'ils soient corrects et impartiaux, et à défaut de savoir à qui nous avons affaire, traitons les a priori comme tels. Les rectifications se feront a posteriori. C'est la seule méthode... scientifique !

Empathie, reviens !

Dans notre métier où l'empathie est un maître mot, il faut aussi se mettre à la place du rédacteur, dont le temps est toujours compté, par exemple avant le bouclage, un véritable couperet, s'il s'agit de la presse écrite. Le journaliste, parfois visiblement bien loin d'être spécialisé, se lance souvent dans un sujet sans le connaître, avide de pistes de travail et d'interlocuteurs de confiance. En trouve-t-il toujours ? A lire certains articles, on voit que le malheureux est, parfois, une cible bien facile, voire un bon pigeon finissant par n'être que l'écho, bien amplifié par le tirage, de certaines de ses sources, qu'elles soient mal informées, ou plus ou moins volontairement inexactes sur des points d'envergure. Outre la nécessaire réponse pied à pied, voire la contre-attaque, avec la plus grande fermeté, une tâche de fonds dans le domaine de la communication se doit d'être accomplie. Nous avons, tous, du pain sur la planche. ●



**DES RÉACTIONS
SUR CETTE CHRONIQUE ?
DES SUGGESTIONS ?
CONTENT / PAS CONTENT ?,
ÉCRIVEZ À CETTE ADRESSE :
OUIDIRE@GMAIL.COM**