



tell me
the truffe



havas
edge

Paris, le 23 mars 2021
Communiqué de presse

"Écoute bien, et dépasse pas les 80 !" : **La Fondation Pour l'Audition dévoile sa première campagne nationale de prévention contre les troubles auditifs**

L'audition, un enjeu de santé public

« **Écoute bien, et dépasse pas les 80 !** », c'est le slogan que la Fondation Pour l'Audition souhaite ancrer durablement dans l'esprit de tous. On estime à près de 7 millions le nombre de Français sujets à des pertes de l'audition. En 2050, dans le monde, une personne sur quatre aura des problèmes d'audition, soit une multiplication de 1,5 du nombre de personnes concernées au cours des trois prochaines décennies¹. Sans changement concret dans les comportements individuels de chacun, ce chiffre risque d'augmenter significativement : **50 % des jeunes s'exposeraient ainsi à des niveaux sonores dangereux**² pour leur audition en ayant des pratiques à risque.

Priorité à la prévention

Si des repères résonnent déjà dans notre prévention au quotidien (il est ainsi recommandé d'avoir 30 minutes d'activité physique par jour, de faire une pause toutes les 2 heures de conduite, de ne pas s'exposer au soleil entre 12h00 et 16h00...), force est de constater qu'**il n'existe pas de repères pour l'audition**.

Avec sa première campagne nationale de prévention contre les troubles auditifs, la **Fondation Pour l'Audition** se donne pour ambition d'installer un repère universel – **80 décibels** –, seuil au-dessus duquel une exposition prolongée à des bruits peut mettre l'oreille en danger.

« Écoute bien, et dépasse pas les 80 ! »

Dès le 26 mars en TV (TF1, France TV, M6...) et en format digital, les deux spots préventifs de 15 secondes montreront que ce seuil peut être facilement dépassé par les bruits du quotidien – transports en commun, réunions entre amis ou membres de la famille, bruits de rue & de circulation... – mais aussi par l'écoute prolongée de musique au casque ou avec des écouteurs.

Réalisés à partir d'images d'archives, ces films ont été conçus par l'agence de communication **Tell Me The Truffe** et produits par le **Creative Studio CNX** de Condé Nast France.

Campagne TV – Campagne web

Nouveauté 2021 : 80 décibels, un seuil facilement mesurable, grâce à l'application gratuite Höra

La Fondation Pour l'Audition a développé l'application Höra, pour tester son audition gratuitement. Elle vient d'intégrer une nouvelle fonctionnalité à cette application, afin que chacun puisse, quand il veut et où il veut, mesurer le niveau sonore de son environnement. Jamais il n'a été aussi simple de devenir acteur de sa prévention.



« L'audition est un enjeu de santé publique méconnu et incompris. Avec cette campagne, nous souhaitons apporter des clés de compréhension, poser un référentiel de mesure et ainsi éveiller les consciences quant à l'importance de préserver son capital auditif, précieux et unique. » Agathe Coustaux, Directrice de la communication et du développement de la Fondation Pour l'Audition.

« Il était essentiel pour nous de faire résonner un mot d'ordre à la fois universel, populaire et que tout le monde puisse s'approprier » déclare Elie Sic-Sic, Directeur de création de Tell Me The Truffe.

Renseignements lecteurs : www.fondationpourl audition.org

À propos de la Fondation pour l'Audition

La Fondation Pour l'Audition a été créée par Françoise Bettencourt Meyers, Jean-Pierre Meyers et la Fondation Bettencourt Schueller. Reconnue d'utilité publique depuis 2015, elle a pour ambition de fédérer les talents dans le but de faire progresser la cause de l'audition et d'aider les personnes sourdes et malentendantes à mieux vivre au quotidien. La mission de la fondation est triple : soutenir la recherche et l'innovation afin d'incarner d'autres possibles et ainsi faire avancer la cause, améliorer le quotidien des personnes sourdes ou malentendantes mais aussi mobiliser l'opinion à travers la prévention et la sensibilisation pour protéger le capital auditif de chacun.

www.fondationpourl audition.org

À propos de Tell Me The Truffe

Fondée par David Herz et Elie Sic-Sic, Tell Me The Truffe est la première agence de communication dédiée aux sujets du handicap et de la diversité. Elle intervient aux côtés de nombreuses entreprises et administrations françaises pour diffuser et accélérer la connaissance et l'intégration du handicap au travail, mais également dans l'ensemble de la société. www.tellmethetruffe.com

À propos de CNX

CNX France est la cellule créative de Condé Nast France au service des marques. CNX France accompagne les marques dans leur stratégie (branding, plateforme de marque...) et leur production de contenus print, digitaux, sociaux... à l'échelle nationale ou internationale.

Contacts presse : BPFConseil

Béatrice Parrinello – beatriceparrinello@bpfconseil.com - 06 63 72 16 06

Justine Germond – justine@bpfconseil.com - 06 30 19 79 77