

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ ■ N°227 / JANVIER 2021 ■ WWW.ESSENTIEL-OPTIQUE.COM

VERRE PROGRESSIF
RÉVÉLATEUR D'ÉNERGIE VISUELLE



eden zeta



NOUVEAU
TRAITEMENT



25% PLUS
RÉSISTANT




NOVACEL



TRY IT.
WEAR IT.
LOVE IT.*

Silhouette[®]
ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA. SINCE 1964.

* Essayez-les. Portez-les. Aimez-les.

Optic 2000

Une nouvelle vision de la vie

Faites le choix de l'enseigne leader!



Avec Optic 2000 vos résultats passent à la vitesse supérieure.



50 ans
d'excellence
et
d'expérience

Des
conditions
d'achat
optimales

Une marque
puissante :
97%
de notoriété*

Une
communication
plurimédia
percutante

* Etude Cohesium 2018 : 97 % connaissance totale (notoriété spontanée et/ou assistée)



Franck STOLZ
Directeur développement
(France/International)
Tel. : 06 11 32 23 36



Christophe SIMONET
(Sud-Ouest/Centre/
Auvergne)
Tel. : 06 29 96 49 67



Rodolphe WOLTER
(Nord-Est/Sud-Est)
Tel. : 06 14 34 48 57



Laurent LEGRAND
(Nord-Ouest)
Tel. : 06 15 89 56 18



Michael LOUIS
(Ile de France)
Tel. : 06 24 36 07 60



Roman BERTHET
Responsable Développement
(Suisse)
Tel. : +41 79 552 70 63

Pour tout renseignement,
contactez le Service Expansion :
01 41 23 75 82 - expansion@audioptic.fr

optic2000.com

MAUBOUSSIN

Artiste Joaillier



La légèreté absolue, Pure Titanium
Lunettes Mauboussin MTI 2005, Pure Titanium
Design exclusif, fin, élégant et résistant.



Conçu et distribué par ADCL Tél.: 01 41 58 18 00 . www.adcl.fr

CLM Communication
L'Essentiel de l'Optique
BP 90018
91941 Courtabœuf Cedex
Tél. 01 64 90 80 17
info@clm-com.com
www.clm-com.com

Gérant-Directeur de la publication
Gérard Larnac

Rédaction
Directeur de la rédaction
Gérard Larnac
06 70 98 22 31
g.larnac@clm-com.com

Publicité
Directeur Commercial
Didier Gaussens
01 71 73 42 42 / 06 68 26 39 05
d.gaussens@clm-com.com

Abonnement
Petites Annonces
Directrice Administrative
Martine Cabirol
06 71 95 19 73
m.cabirol@clm-com.com

Directeur Artistique
Jean-Christian Hunzinger
jch@exatypo.com
www.exatypo.com

Consultant "Droit-Gestion"
Zaky Maroc

Consultant "Design"
Sébastien Brusset

Consultant "Recherche"
Laurence Winckler

Impression
Exatypo
15 chemin du purgatoire
74600 Annecy

Prix au numéro : 8,50 euros

L'Essentiel de l'Optique décline toute responsabilité sur les documents qui lui sont confiés, insérés ou non. Les textes, dessins et photos ne sont pas rendus. Les textes sont publiés sous la responsabilité de leur auteur. La reproduction intégrale ou partielle de la présente publication est interdite (loi du 11 mars 1957) sauf autorisation expresse de l'éditeur ou du Centre Français d'exploitation du droit de copie, 3 rue Hautefeuille, 75006 Paris.

© L'Essentiel de l'Optique

L'Essentiel de l'Optique est une publication
CLM Communication,
SARL au capital de 7622 euros

Dépôt légal à parution
ISSN 1287-3160

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ

Sommaire n°227

JANVIER 2021

06
LA TRIBUNE
Nous n'avons encore rien vu

08
DIRECT
Krys Group face aux nouveaux enjeux de la santé visuelle

10
POINT CHAUD
Les Français et la santé visuelle



14
MARCHÉ
L'optique par temps de Covid

18
PROFESSION
Code LPP : être prêt pour le 1^{er} juillet 2021

20
MANAGEMENT
Organiser le travail en équipe

22
SOLIDARITÉ
Vision For Life inaugure sa première unité mobile

24
ÉVÈNEMENT
IOFT : la Covid n'a pas stoppé la créativité !

26
CONTACTO
MiSight 1 day : la lutte contre l'évolution de la myopie est efficace

28
PUBLI-INFO
Novacel : « Être là pour vous »

30
NOMINATIONS
- Une nouvelle gouvernance pour EssilorLuxottica
- Roger Düning, Président Fondateur de Novacel

31
ABONNEMENT
L'Essentiel chez vous

32
SOCIÉTÉ
L'esprit de laïcité

34
CONTOURS DE LA MODE
Tendances : réveiller 2021 !



50
ANNONCES & AGENDA
Les événements de l'optique

www.essentiel-optique.com

NOUS N'AVONS ENCORE RIEN VU



Toutes photos © Pexels

“ Durant les dix ans qui viennent de s'écouler, de 2010 à 2020, la révolution de l'optique-lunetterie aura bel et bien eu lieu. Et plutôt deux fois qu'une (On lira L'Essentiel de l'Optique, décembre 2020). Fusion, concentration, désintermédiation, internalisation, diversification des formats de distribution (classique, phygital, mobile), montée de la vente packagée verres et montures qui va franchir un nouveau cap à partir de 2023, éclosion de l'opticien de santé autour de l'anamnèse et la réfraction, arrivée sur le marché des nouvelles catégories de produits (verres de freination myopique, lunettes intelligentes), nouveaux services (conduite, dyslexie, chute de la personne âgée, ...), nouveaux outils de téléconsultation et d'autodiagnostic, etc. Le monde habituellement tranquille de l'optique-lunetterie a désormais atteint son point d'ébullition.

Et les révolutions en cours ont désormais ceci de nouveau qu'à peine survenues elles préparent déjà les suivantes. De sorte qu'il ne faut plus les envisager comme de simples effets de seuil qui se succéderaient à intervalles réguliers, mais bien comme un processus global d'accélération des mutations. Dans cette course, le changement change encore plus vite que tout le reste. Ce qui caractérise la décennie qui s'achève par rapport à celle qui s'annonce, c'est qu'il était possible dans la première de poursuivre son activité de façon classique,

sans trop de dommage. Chose qui va s'avérer impensable dans la phase qui s'ouvre.

Car c'est là un monde radicalement neuf, qui requiert une agilité nouvelle. Une rapidité d'adaptation dont bien heureusement la nouvelle génération d'opticiens née avec le millénaire, « digital native », est solidement pourvue.

En dix ans, les porteurs de lunettes sont passés de 48 % à 76 % de la population. C'est chez les jeunes que l'évolution a été la plus spectaculaire. Cette augmentation régulière des besoins irrigue

“

LA PROFESSION EST ENFIN EN ORDRE DE MARCHÉ POUR ALLER CHERCHER SON DESTIN

”

puissamment un marché de santé auquel les Français se montrent de plus en plus attentifs, singulièrement à la lumière de la crise sanitaire que nous traversons. La santé est de plus en plus considérée comme le luxe ultime : un privilège. C'est particulièrement vrai chez les seniors. Le haut de gamme doit être repensé selon cette aspiration nouvelle. Le maintien au quotidien d'une bonne santé va devenir

le centre des préoccupations. Et la mère de toutes les santé, parce qu'elle est la clef de l'indépendance du sujet, c'est la santé visuelle.

À l'autre bout de la chaîne, le prix d'accès n'est plus seulement une donnée économique. Les acteurs du low-cost ont avant tout inventé une nouvelle expérience-client. Ils se sont avérés singulièrement inventifs sur le sujet. Nés avec l'ère du phygital, ils se montrent totalement à l'aise avec les nouveaux modes de l'interaction commerciale.

Le prix, parce qu'il n'est pas compris du consommateur, constitue une complication de plus. Le « nouveau low-cost » consiste avant tout à fluidifier le parcours et la relation, à faire sauter les complications.

De sorte que les points d'entrée du marché de l'optique se sont considérablement diversifiés :

- L'accès par le besoin (+28 % en dix ans).
- L'accès par le prix (100 % Santé, nouveau low-cost expérientiel).
- L'accès par le professionnel : rendez-vous en quelques jours chez Point Vision ; téléconsultation chez l'opticien (phase de test) ; opticien en accès direct (préconisé mais non encore officiel).
- L'accès à distance via l'interface numérique (web-shop, drive-to-store).
- L'accès sur site : opticien à domicile, en EPHAD, sur le lieu de travail...
- L'accès par la valorisation : confiance du public, prise de rendez-vous, « optique commerce essentiel », opticien professionnel de santé visuelle.
- L'accès par l'innovation produit : verres intelligents à teinte variable de type Transitions, traitements peu connus du public (hydrophobe, antibuée, etc.), verres pour traiter l'évolution de la myopie, verres numériques, lunettes caméras pour malvoyants, nouveaux champs (lutte contre l'endormissement au volant, d'alerte en cas de chute de la personne âgée, dyslexie). Et dès l'été prochain des lunettes communicantes avec le projet Facebook.

Le plus frappant est sans doute de constater que l'ensemble de ces points d'accès, loin de se contredire ou de se faire une réelle concurrence entre eux, sont au contraire entrés en synergie de façon extrêmement constructive. Preuve est faite que le marché n'était pas aussi mature qu'on voulait bien le dire, et que son seul management par la promotion permanente était une erreur. Les dix ans qui viennent de s'écouler ont montré que tout restait à inventer. Et que le plus étonnant était encore à venir.

Cette année qui s'ouvre va être une année socle : après une décennie qui a profondément transformé le marché de l'optique-lunetterie, elle constitue l'An I d'un nouveau cycle au centre duquel figure l'émergence de l'opticien de santé. Celui-ci fait désormais l'objet d'un consensus historique, puisqu'il est réclamé par le consommateur (voir notre rubrique Point chaud), par les Pouvoirs publics (IGAS), par les opticiens indépendants, par les opticiens sous enseigne et par les fabricants de la filière. La profession est enfin en ordre de marche pour aller chercher son destin.

C'est pourquoi 2021 ne peut être qu'une belle année. C'est en tout cas ce que vous souhaitez toute l'équipe de L'Essentiel de l'Optique. 🍀

Gérard Larnac
Directeur de la rédaction
g.larnac@clm-com.com

KRYS GROUP FACE AUX NOUVEAUX ENJEUX DE LA SANTÉ VISUELLE

Télé-médecine et travail coordonné, application sans tarder des mesures préconisées par le récent rapport IGAS, organisation spécifique pour affronter l'épidémie myopique qui ne fait que commencer : KRYS GROUP s'est mis en ordre de bataille pour faire face aux enjeux majeurs qui attendent la profession. Rencontre avec Patrice Camacho, Secrétaire Général en charge de la Santé du groupe.



Patrice Camacho – Secrétaire Général en charge de la Santé – Krys Group

ANTICIPER UN TROU D'AIR AU NIVEAU DES PRESCRIPTIONS

Patrice Camacho : « Au 11 mai, lors du premier déconfinement, nous nous attendions à une reprise progressive alors que la reprise a été forte immédiatement. Il y avait une masse importante d'ordonnances en retard. Le besoin était là. Un des atouts de cette reprise a été la prise de rendez-vous chez l'opticien. Les consommateurs ont découvert là un mode d'achat confortable et sécurisant, qui a de fait augmenté la productivité. Le flot ne s'est pas tari car les ophtalmologistes n'ont pas repris la chirurgie tout de suite, les opérations ayant été reportées ; ce qui les a conduit à se concentrer sur les ordonnances. Avec le second confinement, seuls les commerces dits essentiels sont restés ouverts, ce qui a eu pour effet de diminuer le trafic général. Quant aux personnes à risque, elles ont préféré rester chez elles. Par ailleurs les ophtalmologistes ont réalisé moins de consultations, avec des mesures sanitaires qui ont affaibli leur productivité. Nous avons alors connu des baisses de trafics de l'ordre de 35 %. Ce sont les gros centres commerciaux qui ont souffert le plus (jusqu'à moins 70 %) car dans les petits centres villes la majorité des commerces ont pu rester ouverts. L'année 2020 devrait se solder par un marché de l'optique qui terminerai entre -10 % et -15 % en valeur. Ce qui est à craindre, c'est que les nombreux rendez-vous pour pathologies chez l'ophtalmologiste repoussés en 2021 ne créent un trou d'air au niveau de l'accès à la prescription, et que cela n'affecte le marché. »

S'INSCRIRE DANS LA PERSPECTIVE OUVERTE PAR LE RAPPORT DE L'IGAS

Patrice Camacho : « Notre expérimentation de télé-consultation, depuis avril 2018, montre son efficacité puisque le délai de prise en charge est d'environ 13 jours seulement. C'est une réponse adaptée, à partir d'un parcours coordonné entre l'opticien, l'ophtalmologiste et l'orthoptiste, principalement dans les territoires sous dotés. Chaque professionnel reste dans son champ de compétence, selon un mode asynchrone, comme en radiologie : l'ophtalmologiste a accès aux résultats techniques en temps différé, ce qui lui permet d'échanger avec le patient de la façon la plus efficace possible, tout en gérant son agenda avec souplesse. Deux écueils : le financement et le temps disponible. Et il est difficile de trouver des orthoptistes là où il n'y a pas d'ophtalmologiste. Pour aller encore plus loin, il faudrait que l'opticien ait le droit de pratiquer une rétinographie et une mesure de la tension oculaire. »



Toutes photos © Krys Group

Si l'on reprend les chiffres de la DREES, près de 20 % des personnes renoncent à la santé visuelle à cause de la question de l'accès. Cela n'existait pas il y a vingt ans. C'est un phénomène nouveau auquel les Pouvoirs publics se montrent extrêmement sensibles. Car c'est une situation inacceptable. Il y a donc urgence à suivre les 28 préconisations de l'IGAS en traduisant celles-ci en actes réglementés. Une meilleure coordination entre les acteurs permettrait, autour de la figure centrale de l'ophtalmologiste, de mettre en place une équipe pluridisciplinaire afin de répondre à davantage de patients et de donner plus de souplesse à l'organisation des médecins. Par exemple en allongeant le délai de validité de l'ordonnance : c'est une mesure facile à prendre, avec un effet immédiat. De son côté la profession est prête à réformer sa formation. Il y a là une question de responsabilité : car devant nous, 2025 est un mur démographique, avec une explosion des populations très âgées et donc des besoins. Il faut agir dès maintenant si nous voulons être prêts. »

RÉPONDRE PRÉSENT FACE À L'ÉPIDÉMIE DE MYOPIE

Patrice Camacho : « 2021 va donc voir la poursuite de ces initiatives, ainsi que de nouveaux services de financement et de garanties. Les innovations dans le domaine du verre va accroître la personnalisation. L'expérience client doit rendre inoubliable le passage en magasin. Enfin la freination de la myopie va devenir un sujet central, avec déjà des taux de 93 % de myopes chez les jeunes dans les pays asiatiques. En France aujourd'hui, 2 adultes sur 5 et 1 enfant sur 5 sont myopes. C'est ce que révélaient l'an dernier les premières données de prévalence de la grande étude épidémiologique sur les troubles réfractifs réalisée par le CHU de Poitiers sous la responsabilité du Pr Leveziel, Chef du service d'ophtalmologie, en partenariat avec KRYS GROUP. Cette étude, la plus vaste jamais menée en France, dont les résultats définitifs seront dévoilés dans les prochains mois, permettra également d'obtenir des informations sur la progression de la myopie chez les enfants. Si rien ne permet de stopper définitivement l'évolution de la myopie à l'âge où elle se développe, c'est-à-dire chez l'enfant ou l'adolescent, il existe des solutions comme le verre MioSmart d'Hoya ou les lentilles de contact MiSight de Cooper Vision qui peuvent freiner son évolution et ainsi éviter des corrections trop importantes et diminuer le risque de complications. Car la myopie forte est associée à des complications pouvant aller jusqu'à la cécité : dans le monde, ce sont ainsi plus de 537 millions d'individus qui sont aujourd'hui en situation de malvoyance ou de cécité en raison d'une myopie mal corrigée. Il est du devoir de l'opticien de s'engager dans la lutte contre la myopie et de s'emparer de cet enjeu de santé publique. Le rôle de l'opticien est déterminant, que ce soit en matière de sensibilisation des parents ou d'accompagnement de l'enfant. Chez KRYS, nous avons prouvé à maintes reprises notre engagement en faveur d'une meilleure santé visuelle pour tous, adultes, adolescents ou enfants. Nous poursuivons nos actions de pédagogie et de prévention. Proposer la gamme la plus étendue de solutions et former nos opticiens aux dernières innovations nous permet d'apporter à nos clients le meilleur niveau de conseil et les solutions les plus performantes. » ■

Note : propos recueillis le 26 novembre 2020.

+ www.krys-group.com

LES FRANÇAIS ET LA SANTÉ VISUELLE

Après l'épreuve de 2020, 2021 sera-t-elle l'année des perspectives claires quant à l'avenir de la santé visuelle en France ? Après la bonne nouvelle du rapport IGAS et de ses 28 propositions, le ROF vient démontrer par une récente étude IFOP que les Français sont fin prêts : de façon nette, l'opticien de santé s'impose à tous comme la solution pour améliorer la prise en soin de la santé visuelle. Portrait d'un consommateur en pleine maturation.

Toutes photos © Pexels

C'est la bonne nouvelle de ce début d'année : après l'avis positif des syndicats d'opticiens, des fabricants et des enseignes, plusieurs enquêtes concordantes confirment le vif intérêt du consommateur pour l'opticien de santé tel que le préconise le récent rapport IGAS (Inspection Générale des Affaires Sociales). Les Français dans leur grande majorité apportent leur soutien aux 28 propositions formulées dans ce rapport en vue de faciliter l'accès à l'ordonnance.

Dans son Enquête sur l'évolution des parcours de soins des Français en matière de santé visuelle, le ROF (Rassemblement des Opticiens de France) a demandé à l'institut Ipsos durant le mois d'octobre dernier de se livrer à un véritable banc d'essai des 28 propositions énoncées par le rapport IGAS.

Premier constat : le manque d'information. Un tiers des Français portant des lunettes ne sont pas informés des mesures de renouvellement direct chez l'opticien.

Chez les non porteurs, ce sont 56 % des personnes interrogées qui avouent leur ignorance. Ce qui explique le peu d'impact de la mesure sur les files d'attente.

Plus grave encore : 65 % des Français connaissant la mesure n'y ont pas recours. Tout laisse à penser que le dispositif est insuffisamment présenté et proposé par les professionnels eux-mêmes. Car les chiffres ne reflètent pas un manque de confiance : bien au contraire, 8 Français sur 10 déclarent faire confiance aux opticiens ou aux orthoptistes pour réaliser un examen de la vue et renouveler les lunettes. C'est encore plus vrai chez les parents d'enfants amétropes, pour qui le taux de confiance se monte à 84 %.

En toute logique, 85 % des porteurs jugent qu'il serait donc utile de diffuser une campagne nationale d'information pour communiquer sur le dispositif permet-

tant aux opticiens et aux orthoptistes de prendre en charge le renouvellement des lunettes.

82 % des Français veulent un accès direct à l'opticien, sans passer par l'ophtalmologiste, afin d'ajuster une correction en cas d'inconfort.

75 % approuvent la pratique par l'opticien des examens de vue hors du magasin (au

domicile, dans des maisons de retraites, des EPHAD, ...).

69 % désirent que soit allongé de 2 ans la période pendant laquelle un opticien ou un orthoptiste peut renouveler les lunettes (passage de 5 à 7 ans pour les personnes ayant entre 16 et 42 ans, de 3 à 5 ans au-delà de 42 ans).

“
**TÉLÉCONSULTATION :
2 FRANÇAIS SUR 3
SONT PRÊTS**
”

”

Enfin 64 % sont favorables à ce que l'ordonnance pour des lunettes soit directement réalisée par un opticien ou un orthoptiste, sans passer par un médecin ophtalmologiste (primo-ordonnance).

Quant à la téléconsultation de l'ophtalmologiste chez l'opticien (en direct ou en différé), deux personnes sur trois y sont prêtes dès lors que ça évite la démarche supplémentaire en cabinet (68 % ; et 74 % des parents, ce qui souligne la difficulté particulière des enfants en matière d'accès à l'ophtalmologie).

“
**LES PROPOSITIONS DE L'IGAS AU BANC D'ESSAI
DE L'OPINION : DES MESURES LARGEMENT
APPROUVÉES PAR LES FRANÇAIS**
”

Dans le cadre de ces téléconsultations qui seraient réalisées en magasin dans un espace dédié, 40 % de la population concernée est favorable à ce que l'opticien pratique lui-même les prises de mesures (tension oculaire, photographie du fond de l'œil, ...). L'ophtalmologiste, lorsqu'il n'assiste pas en direct à cette phase, se voit communiquer les résultats a posteriori. Il pourra alors décider de la nécessité d'une ordonnance ou d'un rendez-vous complémentaire.

Après une décennie difficile qui s'est achevée sur une année particulièrement bouleversée, l'optique-lunetterie de détail est en train de trouver peu à peu une assise

LUNETTES, LENTILLES :

DEUX MARCHÉS COMPLÉMENTAIRES

QUI FONCTIONNENT EN SYNERGIE

Sur les 80 % de la population qui possèdent au moins un équipement optique, 79 % des Français possèdent des lunettes, 10 % des lentilles. On constate donc que ce ne sont pas des marchés concurrents mais bien deux activités complémentaires qui développent entre elles une évidente synergie. 90 % des porteurs de lentilles possèdent des lunettes. Cette multipossession permet au consommateur d'utiliser le dispositif le plus approprié selon les situations. ■

(Source : Enquête Ipsos pour le ROF, octobre 2020)

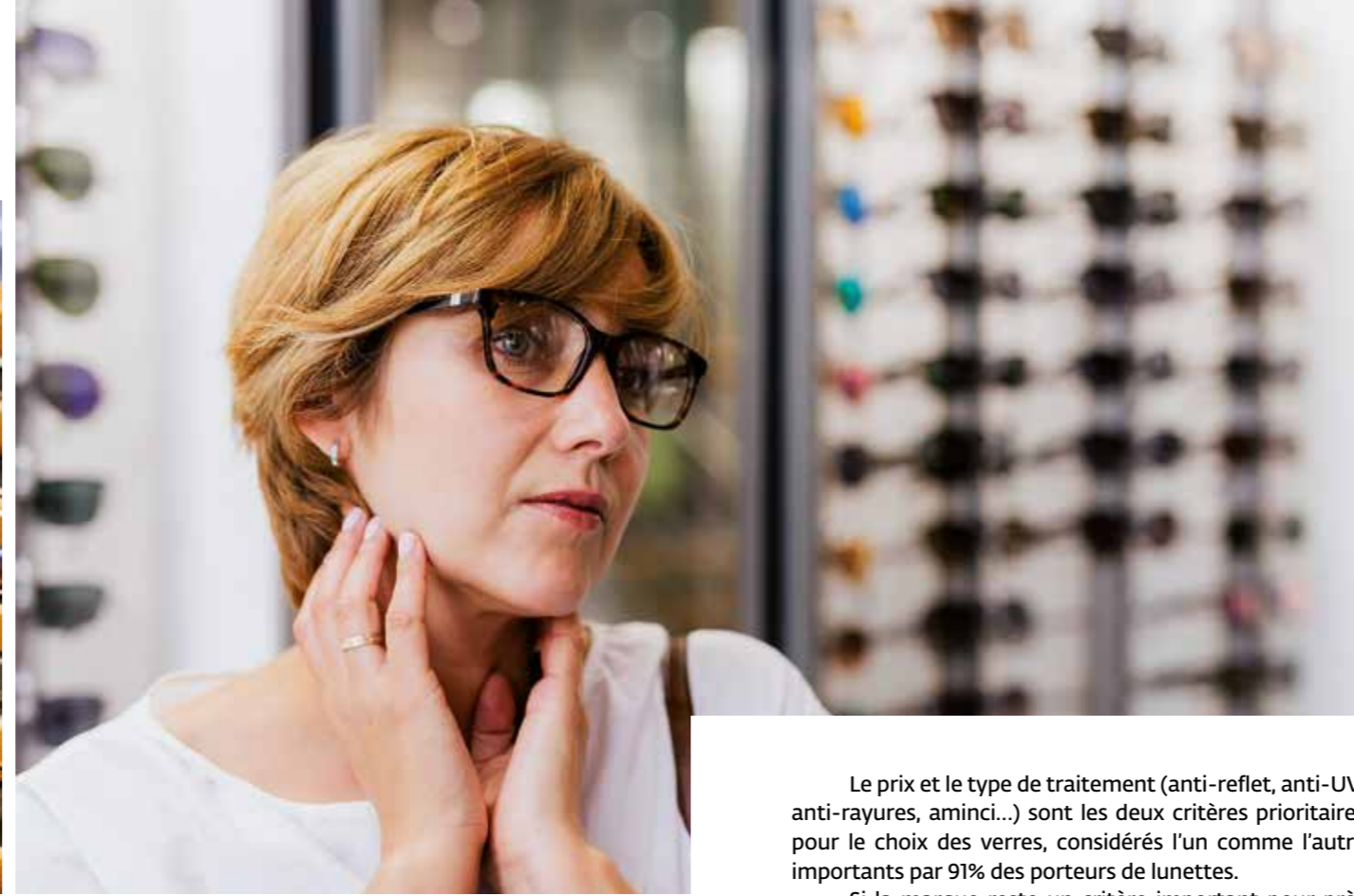
CONCURRENCE ACCRUE ENTRE

LES MUTUELLES : LA FIN DE LA RENTE

ASSURANCIELLE ?

95 % disposent d'une mutuelle complémentaire. À cela s'ajoutent 5 % de CMU complémentaires, 5 % de la population n'étant couvert par aucune complémentaire. Tandis que les mutuelles d'entreprise comptent pour 42 %, 48 % auprès d'une mutuelle individuelle, souscrite personnellement. Depuis le 1er décembre 2020, chaque assuré peut résilier son contrat sans pénalités à n'importe quel moment après la première année (Loi du 14 juillet 2019 relative au droit de résiliation sans frais de contrats de complémentaire santé, suivi du décret paru au Journal officiel le 25 novembre 2020). Cette nouvelle disposition, en facilitant l'effet de concurrence entre les assureurs, est de nature à faire grandement évoluer les rapports de l'assureur aux professionnels de santé. Les critères de qualité, de services « plus » et de différenciation vont progressivement s'imposer à leur cahier des charges. ■

(Source : Enquête Ipsos pour le ROF, octobre 2020)



nouvelle, aidée en cela par la volonté des Pouvoirs publics d'en finir avec les problèmes d'accès à la santé visuelle. C'est un moment historique où les solutions envisagées bénéficient désormais d'un large consensus.

C'est au cours de l'été dernier que la plateforme Santéclair publiait son Observatoire des parcours de soin en partenariat avec Harris Interactive. Pour sa cinquième livraison, le thème portait sur « Les Français et l'optique ». Nous y avons déjà fait référence dans des précédentes éditions car là encore remontent des données capitales que l'enquête du ROF est venu corroborer. Nous sommes donc en présence de données extrêmement solides.

Première leçon de l'observatoire : à l'égard des opticiens les attentes du public sont fortes. Particulièrement en termes de prestations : 88 % des Français estiment important que l'opticien puisse réaliser des examens de vue pour adapter lui-même les prescriptions sans passer par l'ophtalmo. 68 % attendent de lui une surspécialité (sport, contactologie, enfant, basse-vision, etc.). Cette demande de dépasser le simple rôle de distributeur d'équipements est particulièrement prégnante chez les jeunes.

S'il se trouve un quart de la population pour estimer que les magasins d'optique sont trop nombreux (un autre quart estime qu'il n'y en a pas assez), les Français sont globalement satisfaits de la couverture territoriale actuelle. En conséquence de quoi le déplacement de leur opticien à domicile n'apparaît pas comme une exigence forte.

6 Français sur 10 déclarent consulter un ophtalmologiste ou un opticien au moins une fois tous les deux ans, cette proportion montant à 7 sur 10 chez les porteurs de lunettes et même à près de 9 sur 10 pour les porteurs de lentilles. Cette nécessité de consultation

régulièrement renouvelée chez les personnes ayant un défaut de vision entraîne une difficulté pour une majorité de Français qui sont 6 sur 10 à avoir déjà été confrontés à des délais trop longs pour obtenir un rendez-vous chez l'ophtalmologiste. Près de 4 sur 10 se plaignent d'avoir rencontré ce problème plusieurs fois. Ce sont même 69 % des porteurs de lunettes et 80 % des porteurs de lentilles qui indiquent avoir déjà dû faire face à au moins un type de difficulté (délais, coût ou éloignement géographique) pour consulter un ophtalmologiste.

Si la figure de l'ophtalmologiste est familière aux Français, ils sont pourtant près de 2 sur 3 (65 %) à avoir déjà rencontré des difficultés d'accès, 71 % chez les moins de 35 ans. Dans la plupart des cas, ces difficultés étaient dues à des délais trop longs pour obtenir un rendez-vous (60 %), mais le coût de la consultation (31 %) et la distance (26 %) ont constitué également des obstacles sérieux. Avec des conséquences jugées « inquiétantes » par l'étude : 32 % des Français déclarent avoir déjà été amenés, du fait des

délais de rendez-vous trop longs, à prendre des risques dans leur vie quotidienne, que ce soit au travail ou lors de déplacements notamment. Cette notion de mise en danger devrait sonner comme une alerte absolue. Ce fait majeur étant désormais identifié et mesuré, poursuivre sciemment dans cette voie relèverait de la part des autorités compétentes d'un scandale de tout premier ordre.

Alors que le prix reste le premier critère de choix des verres comme des montures, 85 % des Français pourraient être influencés par la proposition de montures « Origine France Garantie ». Ils estiment cependant que c'est toujours le critère sur lequel ils sont le moins bien informés au moment du choix.

“
**POUR 88 % DES FRANÇAIS,
 L'OPTICIEN DOIT RÉALISER
 DES EXAMENS DE VUE**
 ”

Le prix et le type de traitement (anti-reflet, anti-UV, anti-rayures, aminci...) sont les deux critères prioritaires pour le choix des verres, considérés l'un comme l'autre importants par 91% des porteurs de lunettes.

Si la marque reste un critère important pour près d'un porteur sur deux (46 % des porteurs s'agissant des verres et pour 48 % d'entre eux s'agissant des montures), elle est dans les deux cas le critère apparaissant comme le moins important parmi ceux testés.

Le « 100 % Santé » mis en place en janvier 2020 ne semble pas avoir introduit de nouveaux comportements d'achat. Une perception ambiguë à l'égard de l'offre « 100 % Santé » en matière d'optique. Si près des trois quarts des Français ont entendu parler de la réforme du « 100 % Santé », plus de la moitié ignore ce dont il s'agit avec précision.

Quand on leur décrit cette offre dans le détail, près de 4 Français sur 5 la jugent satisfaisante sur le papier (78 %)... et pourtant seuls 41 % se dirigeraient concrètement vers cette offre pour son prochain achat optique.

80 % des porteurs se disant prêts à payer un reste à charge indique la somme maximum de 200 euros.

Les Français ont bien conscience du fait que c'est leur complémentaire santé qui assure la plus grande part du remboursement de leurs frais d'optique et ils sont 64 % à s'estimer satisfaits de leur niveau de prise en charge. 87 % attendent de leur complémentaire qu'elle leur facilite la prise de rendez-vous chez l'ophtalmologiste (un chiffre qui là encore mesure l'importance de l'accès).

Parmi les Français indiquant disposer d'une complémentaire santé, ils sont 30 % à avoir déjà eu recours au réseau d'opticiens partenaires de leur complémentaire (34 % ne sachant pas si leur complémentaire dispose ou non de ce service).

Plus de 9 Français sur 10 (94 %) estiment que les problèmes de vue sont un enjeu de santé important. Un chiffre à rapprocher de l'épidémie de myopie qui est en train de s'abattre sur les jeunes (avec des perspectives élevées de myopie cécitante) et aux besoins grandissants d'une population vieillissante. Il est temps de prendre la santé visuelle des Français très au sérieux : ce sont eux qui le demandent. ■

“
**32 % DES FRANÇAIS ESTIMENT
 QUE LES DÉLAIS OPHTALMOLOGIQUES
 FONT PRENDRE DES RISQUES**
 ”

L'INFORMATION DU PUBLIC

Plus de 7 Français sur 10 (71 %) déclarent se sentir bien informés sur les problèmes de vue de manière générale (mais seulement 12 % « très bien informés »). Le prix des équipements visuels (58 %) et les évolutions technologiques et médicales permettant de corriger ce type de problème (52 %) suscitent un peu plus d'interrogations.

Pour s'informer sur toutes les questions relatives aux problèmes de vue, les Français se tourneraient très largement en priorité vers les professionnels du secteur que sont l'ophtalmologiste (94 %) et l'opticien (89 %). La complémentaire santé apparaît comme une autre source d'information (71 %), devant l'Assurance-maladie (63 %) et le médecin traitant (62 %).

Plus de 9 personnes sur 10 déclarent bien connaître les raisons pour lesquelles on peut être amené à consulter (au contraire de professionnels moins connus comme l'orthoptiste et l'optométriste). Par ailleurs, au moins 6 sur 10 consultent chacun de ces deux acteurs au moins une fois tous les deux ans (62 % pour l'ophtalmologiste, 60 % pour l'opticien), et même au moins 7 sur 10 parmi les porteurs de lunettes. ■

(Source : Observatoire des parcours de soin, étude Santéclair - Harris Interactive, juillet 2020)

LA CHIRURGIE RÉFRACTIVE : CONNUE, MAIS PEU EXPÉRIMENTÉE



Plus de 2 Français sur 3 (68 %) ont déjà entendu parler de la chirurgie réfractive, et une faible minorité d'entre eux déclarent avoir déjà eu recours à ce type d'intervention. Les raisons invoquées pour ne pas y avoir eu recours, chez les personnes ayant des problèmes de vue, sont variées : absence de proposition de la part de l'ophtalmologiste (35 %), habitude intégrée du port de lunettes (34 %), coût de l'opération (31 %) ou peur des conséquences pour les yeux (29 %). ■

(Source : Observatoire des parcours de soin, étude Santéclair - Harris Interactive, juillet 2020)

L'OPTIQUE PAR TEMPS DE COVID

L'éprouvante séquence virale va-t-elle s'éterniser ? Quelles traces durables va-t-elle laisser dans le monde de l'optique ? Le second confinement a-t-il eu raison de l'effet de rattrapage constaté à l'issue du premier ? Retour sur une année pas comme les autres.

Toutes photos © Pexels



Pour Jean-François Tripodi, Directeur général de Carte Blanche Partenaires, pas de doute : « Il est désormais évident qu'il n'y aura pas de rattrapage et ceci aura des conséquences économiques et sanitaires sur le long terme. » Carte Blanche Partenaires représente plus de 60 % des opticiens en France (plus de 7700 opticiens conventionnés sur un total de près de 13 000 magasins d'optique en 2020), soient près de 2 700 000 prises en charge sur 11 mois. Son analyse laisse peu de place à l'optimisme.

Retour sur les événements. Sous le double effet du manque d'anticipation et de la dégradation continue des infrastructures hospitalières, la France entre dans son premier confinement le 17 mars 2020. Durant 55 jours, les commerces dits non essentiels (dont les opticiens) vont rester fermés. D'autres ne peuvent exercer en raison des difficultés de mise en place des mesures sanitaires et de nombreux professionnels de santé cessent leurs consultations. Le 30 octobre, la France entre dans un second confinement. Cette fois-ci les opticiens peuvent ouvrir et assurer la continuité de leur activité.

Ces événements sanitaires, conjugués à l'entrée en vigueur du « 100 % Santé » en début d'année, se traduisent par une baisse du chiffre d'affaires de 8 % entre le 1^{er} janvier et le 30 novembre 2020 versus la même période de 2019.

D'autre part, le 1^{er} confinement a également eu un effet quasi immédiat sur les consultations ophtalmo-

logiques. « Dès le 24 mars, 40 % des ophtalmologistes ont dû fermer leur cabinet et arrêter toute consultation. Pour les 60 % restant, l'activité s'est concentrée sur les urgences » précise le D^r Thierry Bour, Président du Syndicat National des Ophtalmologistes de France (SNOF) avant d'ajouter : « Il a fallu attendre le mois de juin pour que les consultations reprennent leur rythme quasi-normal. Sur le plan de la santé visuelle, les semaines du premier confinement ont vu une baisse des consultations pour décollements de rétine de 50 % alors qu'il n'y a aucune raison médicale à cela mais aussi une

“

LE 2^e CONFINEMENT REMET EN CAUSE LA REPRISE

”

baisse de la prise en charge de la DMLA et tout spécialement des injections intraoculaires de 30 à 40 %.

Avec une fermeture quasi-totale de la mi-mars à la mi-mai des opticiens et la baisse des consultations, donc des prescriptions, le premier confinement a entraîné une chute brutale du CA mensuel : -56 % en mars 2020 versus mars 2019 et -96 % en avril 2020. À l'inverse on constate des hausses depuis le mois de juin 2020 par rapport à 2019.

De plus, les données globales du marché peuvent être trompeuses et masquer des effets plus spécifiques. De fait, et selon les données des opticiens conventionnés au sein du réseau Carte Blanche, si le marché est en repli de 8 % du 1^{er} janvier au 30 novembre, ce repli est de -11,4 % pour les indépendants et de -7,6 % pour les enseignes.

« En quelques semaines, lors du premier confinement, ce sont 2,5 millions de consultations qui n'ont pas

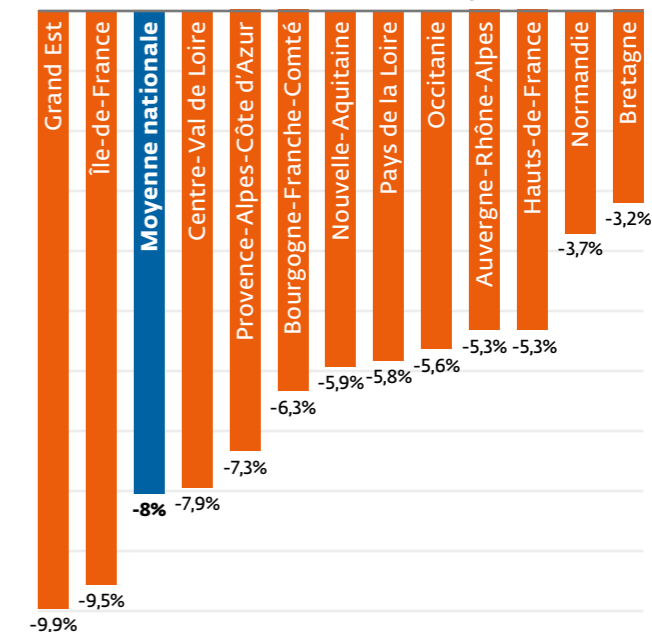
été réalisées. La quasi-totalité des magasins d'optiques ont été fermés en raison des mesures sanitaires. Cela a impacté toute la filière de l'optique au-delà du confinement. Fin 2019, nous anticipions une baisse du chiffre d'affaires des opticiens de 2,2 % en raison de la mise en place du « 100 % Santé ». À la sortie du confinement, mi-mai, les premiers chiffres nous prédisaient une *annus horribilis* avec une chute de 30 %. Heureusement, l'activité s'est redressée durant l'été puis courant septembre, octobre » indique André Balbi, Président du Rassemblement des Opticiens de France (ROF).

D'après les données issues du réseau Carte Blanche Partenaires, la crise sanitaire n'a pas affecté les affaires dans les mêmes proportions selon les régions : -3,2 % en Bretagne, -3,7 % en Normandie pour la période du 1^{er} janvier au 30 novembre... mais -9,9 % et -9,5 % pour les régions Grand-Est et Île-de-France.

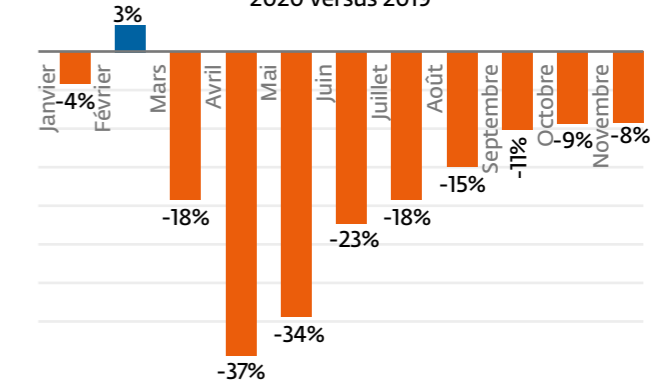
Si cette disparité d'impact semble correspondre à la carte des zones rouges du premier confinement, pour André Balbi, elle nécessite une lecture plus précise : « Ces données retracent l'activité sur les 10 premiers mois de l'année et le début de novembre. On pourrait donc s'attendre à ce que cet effet "zone rouge" soit plus lissé. Mais ce serait ne pas tenir compte des disparités d'activité, d'emplacement entre les différents opticiens en France. »

De fait, les remontées du terrain indiquent que les opticiens exerçant dans des centres commerciaux ont vu leur activité chuter plus profondément en raison non seulement du premier confinement mais également en raison des mesures sanitaires mises en place durant l'été

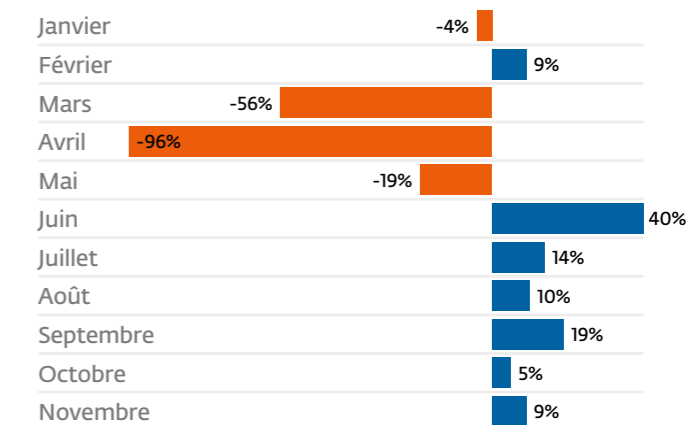
Perte de chiffre d'affaires annuel des opticiens conventionnés Carte Blanche Partenaires, 2020 versus 2019, selon les régions



Évolution de la perte de chiffre d'affaires annuel des opticiens conventionnés Carte Blanche Partenaires, 2020 versus 2019



Variation du chiffre d'affaires mensuel des opticiens conventionnés Carte Blanche Partenaires, 2020 versus 2019



et le début de l'automne. Un ralentissement qui s'est même accru depuis le 30 octobre, principalement dans le cas où la zone de chalandise comportait majoritairement des magasins non essentiels : faute de commerces ouverts, les clients ne sont pas revenus chez l'opticien.

« Il ne faut pas négliger également l'effet de prudence chez certains patients » précise le D^r Thierry Bour. « Qu'il s'agisse de fréquenter nos cabinets ou de se rendre chez un opticien pour leurs nouvelles lunettes, certains patients ont hésité et hésitent encore. Bien que le protocole sanitaire soit strictement observé, la confiance n'est pas revenue intégralement. »

Le rattrapage entamé durant l'été et au début de l'automne a été ralenti par le second confinement. Celui-ci a freiné la reprise économique des opticiens. La perte de chiffre annuel qui reculait de 2 % en octobre (-9 %) par rapport à septembre (-11 %), n'a régressé que de 1 % en novembre (-8 %). De plus il est à craindre que comme pour de nombreux autres secteurs, la crise sanitaire et la crise socio-économique qui l'accompagne vont avoir des retentissements dans le temps.

« Si certains avaient pu espérer un rattrapage permettant de maintenir le CA des opticiens durant l'été, il est désormais évident que celui-ci n'aura pas lieu » réaffirme Jean-François Tripodi. « Certes le secteur de l'optique et plus globalement de la santé



est moins touché économiquement que d'autres (la restauration, la culture, ...) mais il n'en est pas moins impacté. Note d'optimisme, dans cette période difficile, les ophtalmologues et opticiens ont su s'adapter, mettre en place des dispositifs de gestions des urgences, du click & collect... »

Sur le plan médical, pour le D^r Thierry Bour, au-delà de l'impact majeur sur les actes de chirurgie de la vue, -30 à -40 % sur l'année, il faut aussi regarder la situation dans le détail : « Il ne faut pas perdre de vue les professionnels qui exercent dans des centres d'ophtalmologie. Ceux-ci travaillent souvent dans des délais courts, avec peu ou pas de prise de rendez-vous. L'impact économique pour ces structures est donc plus important. Sur le versant positif, cette période de confinement a permis de développer l'usage de la téléconsultation en ophtalmologie mais également et surtout celui de la télé-expertise. Aujourd'hui, il s'agit donc de poursuivre dans cette voie. La téléexpertise est une véritable opportunité pour notre système de santé comme l'ont démontré ces derniers mois. Elle doit aujourd'hui disposer d'un cadre clairement défini et d'une prise en charge adaptée. »

Enfin André Balbi estime que la menace va rester pérenne et que le report des remboursements ne suffiront pas : « Nous devons maintenant vivre avec le coronavirus. Les Prêts Garanti par l'État, PGE, sont utiles mais certains seront rattrapés par les remboursements à venir. »

Cette analyse circonstanciée du réseau Carte Blanche Partenaires possède cependant un biais : elle énonce une situation à critères constants. Or deux vecteurs d'évolution sont actuellement à l'œuvre : avec le report des opérations et suivis des pathologies lourdes, les ophtalmologistes vont se concentrer sur toute autre chose que l'ordonnance simple. Les files d'attente vont recommencer à s'allonger. La solution ? Elle se trouve dans les propositions IGAS : il est temps de tester un opticien de premier rang. De plus les opticiens, avec la prise de rendez-vous par exemple, ont découvert à la faveur de la crise de nouveaux leviers de valorisation. Quant à la permanence de la menace virale, là encore, le pire n'est pas certain. Non, l'année 2021 n'est pas encore écrite. ■

L'EFFET COVID VU PAR SANTÉCLAIR



L'impact Covid a été durement ressenti sur les soins en matière d'optique. Au total, plus d'un Français sur trois (34 %, et même 45 % parmi les moins de 35 ans) estime avoir dû repousser ou annuler une visite chez un professionnel des soins optiques à cause de la crise liée au Covid-19 : 27 % dans le cas d'un rendez-vous chez un ophtalmologiste, 24 % dans le cas d'un achat d'équipement optique chez un opticien. Et plus d'un sur 10 (12 %) déclare avoir été confronté à une situation d'urgence concernant un équipement optique durant le premier confinement (mars-mai 2020), qui n'a pu être résolue avant la fin de celui-ci (lunettes cassées ou perdues).

Alors qu'en moyenne 13 % des Français déclarent se rendre chez un opticien tous les six mois, ils étaient en juillet 48 % à envisager une visite au cours des six prochains mois. D'où la bonne tenue du marché. D'autant que le protocole sanitaire déployé par les opticiens a été de nature à les rassurer. 60 % des consommateurs se sont déclarés rassurés (les plus inquiets étant curieusement les moins de 35 ans). ■

(Source : Observatoire des parcours de soin, étude Santéclair - Harris Interactive, juillet 2020)

Opticiens indépendants
EN REJOIGNANT LUZ,

PRENEZ VOTRE DOSE QUOTIDIENNE D'ÉNERGIE ET DE VITALITÉ !

POSOLOGIE



1 pastille vitaminée
par jour pour donner
un coup de boost
à votre activité



Renforce la vitalité
et stimule le business



100% efficace.
Testé et approuvé
par plus de 2200
indépendants
en France



LUZ,
MULTI-
VITAMINES
POUR
ENTREPRENEURS
INDÉPENDANTS

Donne du peps. Stimule l'énergie.
Booste le moral. Renforce l'intuition.
Tonifie le business.

Fruit de plus de
30 années d'expertise
Dans l'accompagnement des
opticiens et audioprothésistes
indépendants

Ingrédients
naturels

Du respect,
de la bienveillance,
et une présence
de chaque instant

Sans additifs

Des solutions efficaces
et des services qui vont droit
à l'essentiel, sans superflu

DISPONIBLE IMMÉDIATEMENT
auprès de votre Responsable Régional LUZ.
Tél 01 56 56 75 67 - e-mail groupe@luz.fr - luz.fr

#LUZoptique #LUZaudio #LaVieLUZ #JeChoisisLOptimisme
#JeSuisUniqueSansEtreSeul.e - f @

LUZ OPTIQUE
les indépendants s'y retrouvent

CODE LPP : ÊTRE PRÊT POUR LE 1^{er} JUILLET 2021

À compter du 1^{er} juillet prochain, les codes LPP génériques sont remplacés par les codes LPP fabricant. Ceux-ci seront les seuls acceptés par la CPAM. Un nouveau standard OPTOLPPv2, fruit des travaux du CIO, EDI, Eyes-Road, FNOF, GIFO, ROF et SYNOM, a été élaboré pour faciliter la diffusion de ces nouveaux codes aux opticiens, via les logiciels magasins.



© Unsplash

LES CODES LPP POUR LES NULS

- Chaque fichier OPTOLPP ne peut concerner :
 - Qu'un seul fabricant.
 - Qu'un seul type de produit/prestation (verre/monture/supplément).
- Les deux premières lignes du fichier sont des lignes d'entête (une ligne d'entête de fichier et une ligne d'en-tête de colonne). Ces deux lignes sont obligatoires.
- Les lignes présentes dans le fichier ne doivent pas être supprimées même si le fabricant n'a pas de code LPP pour une des valeurs.
- Un fichier conforme contient :
 - 184 lignes pour un fichier « verres ».
 - 8 lignes pour un fichier « montures ».
 - 17 lignes pour un fichier « suppléments ».
- Il est interdit de supprimer des lignes.

En l'absence de catalogue EDI, l'opticien peut associer manuellement les codes LPP fabricants aux produits. Toutefois, ce processus est très fastidieux et le risque d'erreur est très important. C'est pourquoi, il est fortement recommandé aux fabricants de créer des catalogues EDI et aux opticiens de les incorporer à leur logiciel de gestion de point de vente.

Les principaux éditeurs se sont engagés à mettre à jour leurs logiciels pour gérer le standard OPTOLPP bien avant la date butoir du 1^{er} juillet 2021. Les outils d'échange d'information dématérialisés mis à disposition par IzySolutions, Eyes-Road ou EDI-Eyes sont dotés de contrôles qui vérifient automatiquement la conformité des fichiers OPTOLPP. On peut aussi vérifier le code LPP dans la base de la CNAM.

EDI-Optique, et à travers elle les sept organisations de la « task force optique », publie une « foire aux questions » ainsi que des modèles de fichiers pour faciliter la compréhension et la mise en place concrète de cette nouvelle réforme. ■

- + www.edi-optique.org
- + www.codage.ext.cnamts.fr
- + solidarites-sante.gouv.fr

Les codes LPP (Liste des Produits et Prestations) génériques actuellement en vigueur, c'est-à-dire les codes définissant les montants des remboursements des dispositifs médicaux par l'assurance maladie, expireront le 1^{er} juillet 2021. À partir de cette date, les codes LPP fabricants (codes différents pour chaque fabricant) qui sont, pour la plupart déjà disponibles et actifs, deviendront les seuls codes acceptés par les CPAM. Un arrêté du 26 novembre 2020 précise l'ensemble des codes visés par cette modification.

EDI-Optique publie aujourd'hui le standard OPTOLPPv2 et une « foire aux questions » pour faciliter la compréhension par tous et la mise en place concrète de cette réforme. Ce matériel est issu des travaux communs menés depuis le mois de mars par sept organismes représentatifs de l'optique (CIO, EDI-Optique, Eyes-Road, FNOF, GIFO, ROF, SYNOM).

Le standard OPTOLPPv2 a pour objectif de faciliter la diffusion des nouveaux codes LPP par les fabricants à destination des éditeurs de logiciels magasins et des opticiens. Il est recommandé, dès maintenant, l'utilisation des nouveaux codes LPP fabricants lorsqu'ils sont disponibles dans les échanges avec le régime obligatoire (Sécurité sociale).

En revanche, l'ensemble des organismes représentant l'optique a décidé de maintenir un statu quo vis-à-vis des échanges qui existent avec les régimes complémentaires en attendant d'éventuels arbitrages dans les différends qui opposent les syndicats opticiens et l'UNOCAM sur les échanges de données.

QU'EST-CE QU'UN CODE LPP ?

LPP signifie Liste des Produits et Prestations. Les codes LPP fabricants sont attribués par la CNAM (Caisse nationale d'assurance maladie). Ce sont des codes à 7 caractères (numériques pour l'optique) attribués à des catégories de produits ou de services. À chaque catégorie correspond un ensemble d'informations communes à tous les fabricants :

- Une désignation
- Un prix limite de vente (0.00 signifie qu'il n'y a pas de prix limite de vente, cas des produits de classe B)
- Un montant de remboursement par l'assurance maladie appelé « Montant base SS »

Il existe 182 catégories pour les verres et 6 catégories pour les montures. De plus, il existe 15 suppléments dont les montants limites de vente et des montants de remboursement s'ajoutent aux montants des produits verres ou montures lorsque cela est applicable. À noter que 11 des 15 codes suppléments resteront génériques.

En fonction de son éventail de produits et prestations, chaque fabricant se verra attribuer des codes spécifiques dit « codes LPP fabricants » pour tout ou partie des catégories.

Enfin, un code de regroupement (nature de prestation) indépendant du fabricant est attribué à chaque code LPP fabricant selon des règles établies. Les codes de regroupement sont définis dans base de données de la CNAM.

Environ 9000 codes LPP fabricants seront à terme attribués dans le secteur de l'optique. Ceux-ci remplacent partiellement le système des 203 codes LPP génériques existants (seuls les codes 2226435, 2209738, 2206987, 2222503, 2232252, 2222408, 2204066, 2227920, 2247905, 2269025, 2287862 seront conservés).

Attention : les codes LPP sont des données sensibles dont l'utilisation est encadrée légalement. Dans le cadre de la délivrance d'un équipement, les acteurs de l'optique traitent des données de santé.

Associés à des données personnelles, les codes LPP sont des données de santé à caractère personnel. En conséquence, leur collecte, traitement et transmission ne peuvent se faire uniquement que dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur (et notamment le Règlement général sur la protection des données – RGPD), en conformité avec les avis et recommandations des autorités administratives compétentes (CNIL). Tout accès, collecte, traitement et/ou transmission en dehors de ce cadre est susceptible d'engager la responsabilité de leurs utilisateurs.

Depuis le début de l'année 2020, la CNAM attribue des codes LPP fabricants (différents pour chaque fabricant) en remplacement des codes LPP génériques (identiques pour tous les fabricants). Si ces deux types de codes sont actuellement acceptés par le régime obligatoire, à partir du 1^{er} juillet 2021, seuls quelques codes LPP génériques seront encore acceptés. Les laboratoires de contactologie ne sont pas concernés par les codes LPP fabricants.

ORGANISER LE TRAVAIL EN ÉQUIPE

Distanciel, présentiel : la crise sanitaire a fait apparaître au fil des mois de nouvelles terminologies en matière d'organisation du travail. Pour autant elles n'ont pas réglé les questions de fond : comment stimuler efficacement le travail des équipes autour de projets mobilisateurs et collaboratifs ?

Toutes photos © Unsplash



L'année 2020 a divisé les professionnels en deux catégories : ceux qui ont dû physiquement être présents sur leur lieu de travail et ceux qui ont assuré la continuité de leur activité à distance, par le télétravail.

Si 24 % des salariés ont eu recours au télétravail durant le premier confinement (mars-mai), ce chiffre est passé à... 14 % durant le second (novembre-décembre), en dépit des consignes gouvernementales. Encore ne s'agit-il pas de télétravail complet : 10 % d'entre eux ont alterné le travail à domicile et le travail en entreprise. Il est pourtant démontré que le télétravail permet d'accroître la productivité, de l'ordre de 5 à 30 %, ce qui paraît logique dans la mesure où les temps d'attentes et de transport sont réduits à zéro...

Deux facteurs semblent avoir joué en défaveur du travail à distance lorsque celui-ci était pourtant possible : un facteur organisationnel (le travail en entreprise permet de mieux contrôler le salarié) et un facteur d'efficacité (le télétravail casse la dynamique d'équipe).

Si le travail en équipe stimule les idées, il se heurte à plusieurs obstacles. Mieux vaut les prendre en compte. Lors d'une réunion, chacun arrive en effet avec des présupposés inconscients dont il ne peut se défaire et qu'il répète indéfiniment. C'est ce que l'on appelle les biais cognitifs.

Les biais cognitifs sont des distorsions de la logique rationnelle qui viennent s'imposer à la réflexion. Chacun croit travailler sur une même réalité alors qu'en définitive chacun travaille sur une réalité différente : « sa » réalité. Les biais cognitifs découlent le plus souvent d'un trop plein d'information, d'un manque de sens perceptible, de la pression de l'urgence et des limites quantitatives des éléments mobilisables par la mémoire. Le cerveau va alors simplifier le problème à sa façon et selon des protocoles

qui ne tiennent pas tous de la raison, mais aussi du vécu, du ressenti, des émotions. Par exemple l'optimisme conjuratoire qui consiste à poser un triomphalisme de principe avant même de savoir de quoi l'on parle va éluder les paradoxes et les contradictions d'un problème. L'individu travaille donc en mode de rationalité dégradée. Citons les plus connus de ces biais cognitifs : le biais d'attention (être influencé par ses propres centres d'intérêt) ; le biais de récance (le dernier

qui parle a raison) ; le biais d'ancrage (c'est la première impression qui compte) ; le biais d'autocomplaisance (se croire à l'origine de ses réussites mais pas de ses échecs) ; le biais d'engagement (persévérer dans l'erreur même quand celle-ci est manifeste) ; le biais de confirmation (valider les faits qui confirme sa propre opinion au détriment des autres) ; le biais d'immunité à l'erreur (ne pas reconnaître ses propres erreurs), etc.

“

**LES BIAIS COGNITIFS :
DES DISTORSIONS
DE LA LOGIQUE
RATIONNELLE
QUI PERTURBENT
LA RÉFLEXION**

”

Dans le travail collaboratif, chacun expose les autres à ses propres biais cognitifs, et se trouve exposé aux biais cognitifs des autres. La dynamique de groupe permet de mettre en balance chacun de ces biais. En dehors du problème traité, la mise en débat sincère de ces différents biais peut permettre d'en limiter collectivement l'impact. Cela suppose cependant une grande confiance entre les participants.

Pour augmenter l'efficacité des réunions comme de tout travail collaboratif, il est essentiel de commencer par ménager les conditions favorables aux échanges. Règle de base : les conditions du débat sont aussi importantes que le débat lui-même.

La réussite va également dépendre de l'organisation d'une transversalité fluide : un échange efficace ne peut avoir lieu que de pair à pair. On oubliera donc les titres et les statuts. Mais il ne suffit pas que le directeur se mette au rang des collaborateurs. Il faut là encore déjouer les obstacles du théâtre social, qu'ils soient conscients ou inconscients.

Ainsi l'effet Dunning-Kruger a montré que les moins compétents dans un domaine surestiment leur compétence, alors que les plus compétents ont tendance à les sous-estimer. Dans une situation de réunion, la distribution de la parole doit en tenir compte.

Enfin le groupe ne doit pas être victime du biais d'internalité qui consiste à survaloriser les éléments internes de celui qui s'exprime (intentions, postures, émotions, ton de la voix) au détriment de son discours, des faits et des actes qui sont rapportés.

À l'inverse de ces mises en avant excessives, l'effet Ringelmann est également un danger qui menace tout groupe : la « paresse sociale ». Celle-ci consiste en un désengagement de l'individu, qui compte alors sur l'engagement des autres. On a ainsi pu démontrer que la performance individuelle diminuait lorsqu'augmentait le nombre de participants.

On n'entre donc pas vierge dans une réunion ou un projet participatif. Pour tout travail en collaboration, les conditions de l'efficacité doivent avoir été préparées avec soin. Celles-ci ont pour objet de désamorcer l'ensemble des biais que nous venons de voir. Elles reposent essentiellement sur la définition claire et précise de l'objectif commun ; de la motivation de chaque participant ; de la cohésion du groupe par une bonne connaissance des individus entre eux ; par une coordination spécifique qui assure la stimulation et l'engagement de chaque membre du groupe durant l'ensemble du processus.

Une meilleure prise en compte de ces phénomènes invisibles qui structurent pourtant la dynamique de groupe va permettre aux dirigeants de faire confiance à l'humain plus qu'aux protocoles, au talent plus qu'aux check-lists, aux innovations plus qu'aux algorithmes. ■

VISION FOR LIFE INAUGURE SA PREMIÈRE UNITÉ MOBILE

En décembre dernier était inaugurée la première unité d'ophtalmologie mobile en France. Une action qui s'inscrit dans le cadre du programme *Vision For Life* d'Essilor, créé en 2015 afin d'aller au-devant des populations en situation de précarité. Une nouvelle étape dans la lutte en faveur de l'éradication du mal voir et de l'intégration sociale.

C'est au centre d'hébergement d'urgence Emmaüs d'Ivry-sur-Seine (92) pour les familles migrantes, unique en France pour son école intégrée, que *Vision For Life* a inauguré sa première unité mobile le 7 décembre dernier.

Une première. Ce véritable cabinet d'ophtalmologie mobile va permettre à *Vision For Life*, le fonds caritatif d'Essilor créé en 2015, d'aller plus facilement au-devant des populations les plus démunies à travers la France, en partenariat avec de nombreuses associations.

« La mauvaise vision représente un enjeu de santé publique méconnu et un obstacle important à l'égalité des chances. Notre priorité : rendre la bonne vision accessible à tous, indépendamment du statut socioéconomique, et contribuer ainsi à réduire les inégalités sociales, en ligne avec la mission d'Essilor d'améliorer la vision pour améliorer la vie. Avec cette avancée importante dans notre capacité à apporter la santé visuelle au plus près de ceux qui en ont besoin, nous sommes heureux de contribuer à donner une vue meilleure aux personnes en situation précaire. Grâce à cette unité mobile, nous allons vraiment améliorer la vie quotidienne de milliers de personnes chaque année, en ligne avec notre mission de lutter contre le mal voir dans le monde », a déclaré Frédéric Corbasson, Directeur Exécutif de *Vision For Life*.

« Pour notre centre d'hébergement d'urgence, les interventions sur site de *Vision For Life* permettent un



accès rapide aux soins visuels qui sont fondamentaux pour l'éducation et l'insertion », a déclaré Bruno Morel, Directeur Général d'Emmaüs Solidarité.

Pour les résidents du centre, ce programme permet de retrouver une bonne vision et facilite la vie quotidienne. Sur 800 consultations par des ophtalmologistes, 30 % ont été suivies d'un équipement. Un programme qui s'inspire des actions déjà conduites par Essilor en Inde, en Chine ou encore au Brésil.

« Il s'agit pour nous de mettre notre raison d'être au cœur de notre action, qui est l'éradication de la mauvaise vision partout dans le monde. Ce programme a beaucoup d'importance

dans la vie de notre entreprise, et pas seulement dans les pays en voie de développement. C'est le sens même de notre métier et notre objectif. Nous voulons créer une véritable mobilisation autour de cette cause et de ce droit fondamental à la santé visuelle », explique Paul

Bruno Morel, Directeur Général d'Emmaüs Solidarité et Paul du Saillant, Directeur Général d'Essilor (à droite sur notre photo) inaugurent l'unité mobile en compagnie d'une résidente du centre.



du Saillant, Directeur Général d'Essilor, venu en personne pour inaugurer le nouveau dispositif.

Grâce aux initiatives menées en France en étroite coopération avec plus de 25 fondations et associations, grâce aussi à la mobilisation de plus de 1500 salariés volontaires d'Essilor, *Vision For Life* a déjà équipé de lunettes correctrices plus de 10 000 personnes en situation de précarité.

2,7 milliards de personnes dans le monde sont privés d'une bonne vision. Une personne sur trois : principalement dans les pays en voie de développement. Il en coûte chaque année 272 milliards de dollars à l'économie globale. En 2050, plus de la moitié de la population mondiale sera concernée par la myopie. Le mal voir est ainsi le premier handicap mondial, alors que la solution existe et qu'elle est simple. Avec son programme *Vision For Life*, Essilor s'est donné pour objectif d'éradiquer le mal voir d'ici 2050. ■

✚ Pour plus d'information : www.essilorseechange.com



CLM Éditeurs



LES RESSORTS D'UN MÉTIER D'EXCEPTION



www.edition-optique.fr

CLM Éditeurs • 01 64 90 80 17
BP 90018 • 91941 Courtabœuf cedex

IOFT : LA COVID N'A PAS STOPPÉ LA CRÉATIVITÉ !

Ce fut l'un des rares salons internationaux à ne pas déclarer forfait en 2020 : la 33^e édition de l'IOFT de Tokyo s'est tenue comme prévu du 27 au 29 octobre dernier dans un bon climat d'affaires. Un signe de la résilience dont fait preuve le marché de l'optique à l'échelle internationale. Et un bon augure pour l'année qui s'ouvre.

Toutes photos © IOFT



C'est une des rares bonnes nouvelles de l'année 2020 : le salon de Tokyo, IOFT, a pu se tenir comme prévue du 27 au 29 octobre 2020 en dépit de la pandémie Covid-19 qui a contraint tous les autres salons soit à être reportés soit à être annulés, soit encore à être profondément revus dans leur dispositif.

Toutes les mesures sanitaires, dont la prise de température pour chaque visiteurs et exposants, avaient été assurées pour que l'événement se déroule dans un bon climat de confiance. Pari gagné. D'où l'enthousiasme et le bon niveau d'affaires qui a régné pendant ces trois jours d'octobre dans la capitale nippone. 146 exposants, parmi les acteurs internationaux les plus importants, avaient répondu présents, profitant de cette rare occasion de présenter leurs produits à un public d'acheteurs. De nombreuses réunions via Internet sont venues compléter le programme des réunions en présentiel (qui, elles, étaient sécurisées par les mesures de distanciation sociale). Un IOFT virtuel a permis également les échanges avec des acheteurs à distance.

En raison des restrictions de déplacements, de nombreuses entreprises internationales étaient représentées à Tokyo par leur distributeur ou leur filiale japonaise. C'est ainsi qu'ont pu être présentes des marques célèbres,

connues pour leur design pointu, telles que LINDBERG (Danemark), THEO (Belgique), IC! BERLIN (Allemagne), J.F. REY (France), LAFONT (France), FLEYE (Danemark), KOMOREBI (Belgique), FALVIN (Danemark), RIGARDS (USA), FACE A FACE (France), PRODESIGN DENMARK (Danemark), MOKKI (Norvège), TONYSAME (Hong Kong).

Les produits en provenance de Fukui, le Jura japonais, étaient également bien représentés.

Ainsi IOFT a joué plus que jamais le rôle de vitrine internationale de la mode et du design international en lunetterie, avec les principaux produits de la saison à venir.

À l'heure des bilans, l'édition 2020 s'est terminée sur des chiffres comparables à ceux de l'année précédente, en dépit de la situation internationale perturbée par la pandémie.

Le traditionnel Japan Best Dressed Eyes Awards a pu avoir lieu comme les années précédentes, pour distinguer les personnalités japonaises les mieux « lunetées » (personnalités politiques, du cinéma, de la mode et de la télévision). L'événement a été retransmis sur les principales chaînes du pays.

IOFT 2021 aura lieu au Big Sight du 18 au 20 octobre prochains. ■

+ www.ioft.jp/en/

IOFT 2020 :
VITRINE
INTERNATIONALE
DE LA MODE
EN LUNETTERIE

REJOIGNEZ

UNE FRANCHISE FRANCHEMENT DIFFÉRENTE !

100 ans
d'expertise et
d'innovation

Une
présence
en TV
toute
l'année

Une
formation
continue

Une
centrale
d'achat
performante

ZÉRO DROIT D'ENTRÉE
& PAS DE REDEVANCE
DE MARQUE EN ANNÉE 1



LISSAC
l'Opticien

Vos yeux méritent Lissac

SERVICE DÉVELOPPEMENT :
01 41 23 76 39 / 06 11 32 23 16
expansion@audioptic.fr

MISIGHT 1 DAY : LA LUTTE CONTRE L'ÉVOLUTION DE LA MYOPIE EST EFFICACE

En 2014, Cooper Vision lançait la première lentille de contact pour traiter l'évolution myopique chez l'enfant : MiSight 1 day. Avec aujourd'hui plus de 20000 enfants équipés à travers le monde, le dispositif a démontré son efficacité. Et fait entrer l'opticien dans un champ nouveau de la santé visuelle qui n'est plus la correction : celui du traitement.

Tous visuels © Cooper Vision

Après six années de succès, la lentille MiSight 1 day de Cooper Vision est la première et la seule lentille journalière approuvée par la FDA (Food and Drug Administration) et les autorités européennes dont l'objet est le traitement de l'évolution myopique de l'enfant.

Recommandée dès 8 ans, la lentille MiSight 1 day réduit à la fois la progression de la myopie de 59 % et la longueur axiale de l'œil de 52 %, tout en corrigeant totalement la myopie. Ces résultats sont issus d'une étude clinique menée sur trois ans auprès de 144 enfants dans quatre centres de recherche (Royaume-Uni, Canada, Portugal et Singapour). Au cours de cette étude, les enfants ont porté les lentilles pendant un minimum de dixheures par jour et au moins six jours par semaine, et ont été suivis tous les six mois.

L'essai clinique MiSight 1 day mené sur trois ans s'est poursuivi. Les principaux résultats ont été dévoilés lors du dernier congrès annuel de l'académie américaine d'optométrie. Avec le recul de six ans, ils confirment l'efficacité et la bonne tolérance de la lentille souple à usage unique dans la freination de la myopie.

Les enfants auxquels on avait prescrit MiSight 1 day au début de l'étude ont été évalués après la sixième année. Près de 23 % des enfants ne montrent aucune progression de la myopie. Il a été montré que le traitement avec MiSight 1 day est optimal si l'on équipe les enfants à un âge précoce. Toutefois, les données récentes suggèrent que la progression de la myopie peut être ralentie même en débutant le traitement à un âge plus avancé.



La lentille MiSight 1 day est considérée aujourd'hui comme faisant partie d'un des « développements les plus innovants dans le domaine de la santé oculaire ». Plus de 20000 enfants à travers le monde en sont aujourd'hui équipés.

FREINATION DE LA MYOPIE : CE QUE RECOMMANDENT LES SOCIÉTÉS SAVANTES

De ce côté-ci de l'Atlantique, la Société Française d'Ophtalmologie (SFO) et à la Société Française des Ophtalmologistes Adaptateurs de Lentilles de Contact (SFOALC) ont publié des recommandations en matière de traitement visant à freiner l'évolution de la myopie.

Pour tous les enfants, en prévention :

- Privilégier les activités à l'extérieur à la lumière du jour plusieurs heures par jour (ou à défaut derrière une vitre),
- Éviter/réduire les activités prolongées en vision de près (faire des pauses régulières).
- Éloigner les écrans (tablettes, téléphones, ordinateurs...) à plus de 35 cm des yeux.
- Éviter la lecture avec une lumière artificielle faible.

Si une myopie évolutive est diagnostiquée, peuvent être proposés seuls ou en association :

- Une correction optique adéquate.

- Des verres anti myopie.
- Des lentilles de nuit ou orthokératologie.
- Des lentilles de jour de freination myopique.

Pour toutes les lentilles, l'entretien et les règles d'hygiène sont les mêmes que pour des lentilles classiques. Elles doivent être portées quotidiennement pour être efficaces. Un collyre à base d'atropine à faible concentration (des études cliniques sont en cours pour juger de l'efficacité de l'atropine en fonction des différentes concentrations).

Les recommandations des sociétés savantes préconisent, en outre, que ces traitements :

- Ont pour but de freiner l'évolution de la myopie et non de la faire disparaître.
- Devront généralement être poursuivis pendant plusieurs mois, voire années sans interruption sous peine de voir la myopie ré-augmenter.

Elles mettent également l'accent sur la nécessité d'une surveillance régulière chez l'ophtalmologiste, généralement une à deux fois par an, et déterminée au cas par cas.

Voir SFO-SFOALC, fiche d'information n°67 sur la myopie évolutive, sur le site sfoalc.info ■

+ www.coopervision.fr

MISIGHT 1 DAY, UNE TECHNOLOGIE RÉVOLUTIONNAIRE

MiSight 1 day utilise une technologie brevetée révolutionnaire destinée à ralentir l'élongation de l'œil. Cette technologie est basée sur un principe optique innovant - ActivControl® - qui traite à la fois l'allongement axial et l'évolution de la réfraction.

Il est composé de quatre zones optiques : deux zones de correction et deux zones de traitement. Les deux zones de traitements permettent une correction complète de la myopie dans toutes les directions du regard. Les zones de traitement sont, quant à elles, conçues pour assurer une défocalisation myopique adaptée à toutes les prescriptions, aux changements de diamètre pupillaire et aux variations de centrage des lentilles. L'image est ainsi focalisée en avant de la rétine plutôt qu'en arrière, ce qui ralentit l'élongation axiale. ■



MISIGHT 1 DAY : « BEST OF WHAT'S NEW AWARDS » 2020

MiSight 1 day, qui vient d'être introduite sur le marché américain depuis juillet dernier, a été distingué innovation de l'année 2020 en décembre par le « Best of What's New Awards » américain.

Ce prix scientifique populaire récompense les technologies les plus innovantes de l'année dans dix catégories. MiSight 1 day rejoint ainsi les produits considérés comme « les plus grands exploits de l'ingéniosité humaine » dans la catégorie « santé ». Parmi les lauréats des années précédentes, citons le premier défibrillateur portable (1997), le voyage de la NASA vers Pluton (2015), la première thérapie génique approuvée par la FDA (2017) et la 5G (2019).

En 2050, 50% de la population mondiale sera myope. On constate une augmentation de sa prévalence, mais aussi une augmentation de sa gravité. Une progression exponentielle qui touche aussi l'Europe et la France. La prévalence de la myopie en France est d'environ 39 %, dont 52 % chez les 20-29 ans. Plus de 4000 professionnels de la vision ont été formés sur la myopie évolutive en 2020 en France et sont prêts à accueillir les enfants myopes - un chiffre qui augmente de jour en jour. ■

NOVACEL : “ÊTRE LÀ POUR VOUS”

Novacel, ce sont 600 salariés, un CA de 130 millions d'euros annuels pour 8 millions de verres vendus.

Mais au-delà des chiffres : une philosophie inédite au service de l'opticien où proximité et réactivité se conjuguent et se renforcent mutuellement. La crise sanitaire a été l'occasion d'offrir dans les pires conditions une parfaite continuité de service. Rencontre avec Jenkiz Sallet, directeur général de l'entreprise.

toutes photos © Novacel



Jenkiz Sallet



ORIGINE FRANCE GARANTIE : RÉACTIVITÉ, SÉCURITÉ ET ENGAGEMENT CITOYEN

« C'est la fabrication française qui explique en grande partie nos résultats qui, en valeur, vont cette année surperformer 2019 de 4 ou 5 points, explique Jenkiz Sallet, Directeur général de Novacel. Car c'est à elle que nous devons notre très grande réactivité. Depuis l'origine de la société il y a 26 ans, tous nos verres Rx sont faits en France. Le coût pour nous est supérieur, mais nous n'avons pas d'actionnaire à rémunérer de façon obligatoire. C'est ce qui nous a permis de rester compétitifs tout en garantissant une production nationale. L'Origine France est même devenue le cœur de notre politique industrielle et notre engagement citoyen. » Rappelons que Novacel a obtenu le label Origine France Garantie non pas seulement pour un produit parmi d'autres, mais bien pour la totalité de son activité.

La crise de la Covid a été un moment de vérité : tout le monde a pu voir le côté néfaste des approvisionnements lointains. À la sortie du premier confinement, lorsque la reprise s'est avérée plus forte que prévue, Novacel a été parmi les rares verriers à pouvoir livrer convenablement : « Le made in France a été la condition absolue pour réussir ce moment délicat, poursuit Jenkiz Sallet. Il a repris là toutes ses lettres de noblesse, toute son efficacité. » Plus encore : « Même s'ils sont plus chers, nous privilégions systématiquement les fournisseurs locaux afin de jouer pleinement notre rôle d'entreprise citoyenne. Même notre hot-line est en France. Seuls quelques verres destinés au panier 100% Santé sont fabriqués à l'étranger. Nous

tenons à maintenir l'activité en France car sinon c'est la vie elle-même qui disparaît. De plus le virus vient de Chine. Désormais le consommateur se montre beaucoup plus sensible à la traçabilité. De sorte que notre stratégie de produire en France se trouve encore plus en phase avec l'actualité. Aujourd'hui nous en tirons pleinement les fruits. »

« Avec l'envol des coûts de transport dû à l'explosion de la demande et à la hausse des taxes, mais aussi à la généralisation de l'aérien pour réduire les délais, le maintien d'une production délocalisée n'est plus la panacée. Je crois à la relocalisation dans le monde d'après, du moins partiellement ». Jenkiz Sallet en est convaincu : « C'est le seul moyen de répondre rapidement aux aléas de la demande sans prendre le risque d'une rupture dans les approvisionnements. »

LA CONFIANCE EN TEMPS DE CRISE

Durant la première phase épidémique, Novacel a été la 2^e société française (la 1^{ère} en optique) à obtenir la norme AFNOR-COVID qui assure un niveau maximal de protection. « Nous avons postulé dès que nous avons eu connaissance de cette norme. Il fallait tout d'abord garantir la sécurité au plus haut niveau pour nos clients comme pour nos collaborateurs. Nous avons aussi besoin d'apprendre les nouveaux protocoles nécessaires, car nous ne sommes pas spécialistes des épidémies. Ça a fonctionné. Tout le monde a pu être très vite rassuré. Nous n'avons pas connu de phénomène d'absentéisme

au niveau des salariés. C'est ainsi que nous avons ainsi pu faire face à la demande. »

« À ce sujet je tiens tout particulièrement à tirer un coup de chapeau aux collaborateurs de Novacel qui, dans des conditions difficiles, ont tous joué le jeu de façon incroyable. Cela me rend très heureux et très fier. La découverte de ce formidable esprit d'équipe en temps de crise nous a rendus plus forts. À l'issue du premier confinement nous avons pu rouvrir sans problème et faire face à la demande. Dès la deuxième semaine nos 50 commerciaux avaient repris la route pour montrer aux opticiens que nous étions plus que jamais auprès d'eux. Il nous fallait maintenir à tout prix le fil de vie : c'est ce que, tous ensemble, nous avons fait. »

Pour livrer aux opticiens les produits d'hygiène, de protection et de sécurité dont ils avaient besoin, Novacel n'a pas hésité à changer de métier : « Nous avons dû batailler jusque sur les tarmacs d'aéroport où les masques FFP2 étaient vendus au plus offrant ! Le prix pouvait doubler dans la journée. Nous avons appris. Nous avons fait des erreurs. Mais nous avons été là. »

Une proximité et une détermination qui ne se sont jamais démenties dans l'épreuve et qui expliquent l'extrême réactivité de Novacel : « Notre ADN », conclut Jenkiz Sallet. ■

+ Novacel
2 Centre d'activités de la Moiserie
02400 Château-Thierry
Tél. 03 23 83 98 98
www.novacel-optical.com



UN ENSEMBLE COMPLET DE SERVICES ADAPTÉS À LA CRISE SANITAIRE

1. Livraison à domicile :

Afin de limiter au maximum les interactions sociales, Novacel a mis en place un service de livraison directement au domicile du client, de l'opticien ou à l'adresse du magasin. C'est le professionnel qui décide. Très apprécié, principalement en contactologie.

2. Pupillomètre digital :

Tandis qu'un pupillomètre mécanique nécessite un contact rapproché avec le client et des désinfections importantes entre deux utilisations, le partenariat de Novacel avec ACEP permet de proposer aux opticiens un pupillomètre à distance où le client et l'opticien se tiennent à deux mètres l'un de l'autre. Idéal dans le contexte des mesures barrières.

3. Plateforme SMS :

Cet outil simple et peu onéreux (250 euros pour 5000 SMS) rencontre actuellement un succès phénoménal. Il s'agit de maintenir un lien privilégié avec le porteur : prévenir, informer, stimuler, rassurer, faciliter l'achat. Lors du second confinement par exemple les porteurs ignoraient souvent que leur opticien était ouvert.

4. Prise de rendez-vous en ligne :

Autre initiative qui risque de s'ancrent fortement dans les pratiques courantes, bien au-delà de la crise, la prise de rendez-vous. « Une solution que nous prôtons depuis des années, explique Jenkiz Sallet, mais qui a trouvé durant la crise une nouvelle actualité. La vente faite sur rendez-vous est préparée, valorisée et optimisée. Le rendez-vous est une plus-value incontestable et pose l'image de l'opticien en véritable professionnel de santé. » ■

UNE NOUVELLE GOUVERNANCE POUR ESSILOR LUXOTTICA

Hubert Sagnières a décidé de quitter l'ensemble de ses fonctions exécutives au sein d'EssilorLuxottica et ses filiales en raison de sa volonté de prendre sa retraite. Il reste Vice-Président non-exécutif.

Afin de garantir le strict respect du principe d'équilibre des pouvoirs établis dans le cadre de l'accord de rapprochement, Leonardo Del Vecchio se retire volontairement de ses responsabilités exécutives dans EssilorLuxottica et reste Président non exécutif.

Les pouvoirs exécutifs sont confiés jusqu'à l'Assemblée Générale Annuelle de 2021 à Francesco Milleri et Paul du Saillant, qui sont nommés respectivement Directeur Général et Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica. M. du Saillant devient Président-Directeur Général d'Essilor International (PDG).

Le Conseil d'Administration a également pris la décision de verser un acompte sur dividende pour l'année 2020 à hauteur de 1,15 euros par action le 28 décembre 2020 (date de détachement : le 23 décembre 2020). Cette décision a été motivée par l'efficacité des mesures prises pour contrôler les coûts et préserver la trésorerie, ainsi que la solidité de la reprise du groupe durant la seconde moitié de l'année 2020. « Je suis aussi ravi que l'approche résiliente et disciplinée que nous avons adoptée en matière de gestion de notre groupe, tout au long d'une année qui nous a mis à rude épreuve, ait rendu possible le versement de ce dividende. C'est un signal fort qui montre que notre entreprise et notre secteur ont la capacité de résister avec succès aux chocs. » a commenté Leonardo Del Vecchio. La crise du COVID-19 s'est révélée être un catalyseur essentiel pour mettre en œuvre les décisions

clés prises par EssilorLuxottica juste avant la pandémie : approfondir son intégration, simplifier son organisation, accélérer son processus de décision, digitaliser son activité et transformer le secteur de l'optique ophtalmique et de la lunetterie tout en contrôlant ses coûts et en préservant sa trésorerie. Alors que la pandémie réaccélère à travers l'Europe et que cette seconde vague augmente l'incertitude des prochaines semaines, le groupe va continuer à prioriser ces domaines, tout en se concentrant sur la protection des employés, la continuité des activités et la proximité des partenariats avec les clients et toutes les parties prenantes.

Ceci a contribué au déploiement ou à l'accélération d'initiatives commerciales majeures, avec des programmes de partenariat dédiés aux professionnels de l'optique (EssilorLuxottica 360, Essilor Experts, STARS), le développement prometteur de nouvelles catégories de produits telles que la gestion de la myopie (avec le lancement de Stellest) et la montée en puissance des paires de lunettes complètes (avec Ray-Ban Authentic). Les ventes en ligne ont augmenté de 40 % pour atteindre un record de 878 millions d'euros au cours des neuf premiers mois de 2020, portées par les plateformes de marques propriétaires de la société (Ray-ban.com, Oakley.com et SunglassHut.com) ainsi que par plusieurs sites multimarques (EyeBuyDirect.com, Clearly.ca, Visiondirect.co.uk). De multiples initiatives numériques ont rapidement transformé la stratégie de commercialisation de la société, dont l'extension du déploiement de Smart Shopper ainsi que la télé-optométrie en magasin. ■

✦ www.essilorluxottica.com



ROGER DÜNING, PRÉSIDENT FONDATEUR DE NOVACEL, VIENT D'ÊTRE ÉLU AU SÉNAT EUROPÉEN ÉCONOMIQUE

Roger Düning, Président Fondateur de NOVACEL, vient d'être élu au Sénat Européen économique - European Economic Senate (EES). Cette élection, qui de base fait suite à une cooptation par un des membres et une sollicitation de cette assemblée, va permettre à M. Düning, désormais Sénateur Européen, de pouvoir participer encore plus activement à la vie industrielle Européenne, tout en gardant pleinement ses fonctions de dirigeant au sein de Novacel.

Rappelons que l'EES, fondée en 2003 et dirigée par le D^r Ingo Friedrich, est composée de 300 membres (dont

Jean-claude Juncker, ancien président de la commission Européenne, Alexander Graf Lambsdorf, Vice-président du parlement Européen, ou encore le D^r Rocco Butigilione vice-président du parlement Italien).

Assemblée neutre et indépendante, elle a pour mission avec des industriel(le)s et hommes ou femmes politiques de travailler sur des sujets industriels européens. ■

✦ www.novacel-optical.com

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ



Vous aussi, chaque mois, lisez L'Essentiel.
Parce que l'optique, c'est plus qu'un métier :
c'est une cause, une passion, une culture.

ABONNEMENT

OUI, JE SOUHAITE M'ABONNER AU MAGAZINE L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

1 an (10 n°) France 85 € Étranger : 110 € Étudiant : 49 €
 2 ans (20 n°+ Le Club) France 120 € Étranger : 165 € (Joindre justificatif de scolarité)

Nom/Prénom

Société

Adresse

CP/Ville

Tél.

e-mail

Règlement par chèque à "CLM Communication" • BP 90018 • F-91941 Courtabœuf cedex

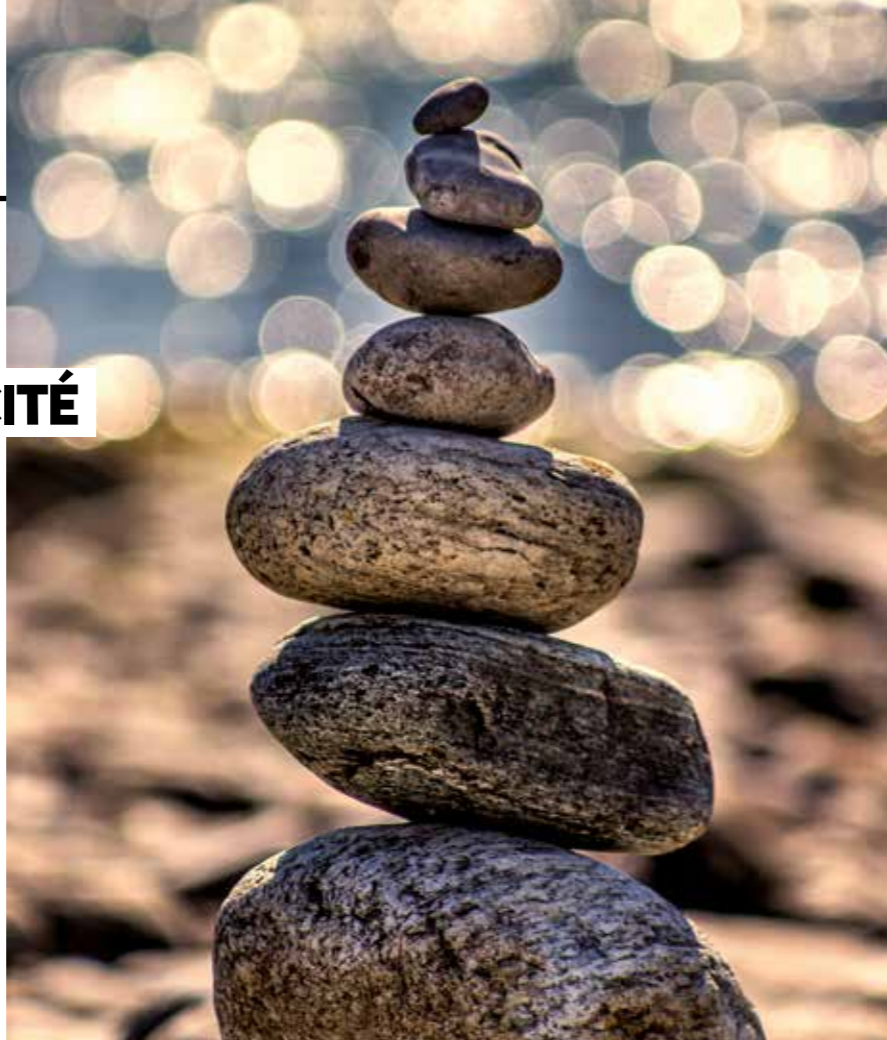
L'Essentiel de l'Optique
est édité par
CLM Communication
BP 90018
91941 Courtabœuf cedex
Tél. 01 64 90 80 17
info@clm-com.com

www.clm-com.com



L'ESPRIT DE LAÏCITÉ

« Qu'il soit accordé à chacun de penser ce qu'il veut et de dire ce qu'il pense », disait Spinoza au XVI^e siècle. Par la loi de 1905, la laïcité va devenir l'un des fondements de la démocratie française : la condition de possibilité de la liberté effective de penser et de dire. Incomprise souvent, amendée, chahutée, elle n'en reste pas moins l'une des lois matricielles de la nation.



© Unsplash

À travers les tensions permanentes qui l'entourent et le constant renouvellement de ses enjeux, la notion de laïcité, pure exception française, paraît aujourd'hui l'un des malentendus les mieux partagés.

La question de la laïcité a fait bruyamment retour à partir de 1989, à l'occasion des premiers débats sur le port du voile islamique à l'école. Au cours des années 2000 les rustines législatives et les rapports de circonstance se sont accumulés. L'actuel engouement pour la laïcité cache en fait bien des instrumentalisation, bien des renoncements, bien des arrière-pensées ; notamment lorsqu'elle devient, et c'est un comble, le point de ralliement du racisme ordinaire. La laïcité, constamment combattue par la vieille garde cléricale qui ne désespère pas d'en finir avec elle, est aujourd'hui guettée par un danger nouveau : la récupération par les identitaires. Un danger d'autant plus grand qu'une laïcité authentique, c'est-à-dire fidèle à la hauteur des débats de 1905, constitue le cœur battant de notre démocratie.

LA LAÏCITÉ, UN FONDEMENT DEMOCRATIQUE

La laïcité n'est pas un corps de doctrines ni même un ensemble de règles de vie : c'est avant tout un état d'esprit compatible avec l'expression vivante de la citoyenneté au sein d'une démocratie effective. Elle a été définie par la loi du 9 décembre 1905, en tant que retenue de la part de l'État à l'égard de la liberté de conscience, et de toutes les consciences, qu'il s'abstient de juger. Cette neutralité garantit non seulement la coexistence pacifique des différentes convictions dans leur pluralité (athée, agnostique et religieuses) mais aussi la rigoureuse indépendance de l'État vis-à-vis de quelque groupe de pression que ce soit.

La notion de laïcité s'inscrit dans les grands débats sur la tolérance qui, à la suite des 36 ans de guerres de religion,

ont traversé les XVI^e et XVII^e siècles (Locke, Voltaire). Parallèlement au mouvement de tolérance entre les trois religions du Livre (du Décaméron de Boccace au Nathan le Sage de Lessing), il s'agissait non seulement de questionner l'intransigeance cléricale mais aussi l'absolutisation du pouvoir politique « de droit divin » (Révocation de l'Édit de Nantes par Louis XIV en 1685). Pierre Bayle oppose à la violence de la religion (le « Contrains-les d'entrer » des Évangiles) la liberté de conscience. Pour mettre fin et à l'état de nature (« L'homme est un loup pour l'homme ») et aux guerres de religion (massacre de la Saint-Barthélémy du 24 août 1572), Hobbes propose de s'en remettre à la souveraineté de l'État, fondée sur le contrat social et la neutralisation des croyances (Le Léviathan, 1651). Ce nouveau régime d'intelligibilité du monde, Spinoza en jette les bases dans son Traité théologico-politique (1670) : Raison et Religion doivent occuper chacune leur « royaume propre », « dans la paix et dans la concorde ». Dans sa « Déclaration des Quatre Articles » (1682), Bossuet affirme l'indépendance du pouvoir temporel des rois face à l'Église.

Locke quant à lui, dans sa « Lettre sur la tolérance » (1689), estime « qu'il est d'une absolue nécessité de distinguer, avec toute l'exactitude possible, ce qui regarde le gouvernement civil de ce qui appartient à la religion, et de marquer les justes bornes qui séparent les droits de l'un et ceux de l'autre. » D'un côté la question du salut des âmes, de l'autre le bien de l'État et la défense des intérêts temporels des hommes. Pour autant les Lumières ne sont pas favorables à la séparation de l'Église et de l'État. Voltaire lui-même considère que la religion est bonne pour le peuple, en ce qu'elle est garante de sa moralité.

La loi de 1905 de séparation de l'Église et de l'État s'inscrit dans le grand élan émancipateur de ce début de siècle qui mêle instruction, laïcité, liberté et citoyenneté. Elle est elle aussi une grande loi de libération, en ce qu'elle

garantit l'expression, dans les seules limites du maintien de l'ordre public, de toutes les convictions, y compris les convictions religieuses, qui n'en constituent qu'un cas particulier. Cette loi de 1905 sépare l'ordre du croire et l'ordre du savoir. Ce que Victor Hugo, pourtant catholique, résumera dans une formule célèbre : « Je veux l'État chez lui et l'Église chez elle. »

L'inscription de la laïcité dans la loi du 19 décembre 1905 sur la séparation des Églises et de l'État, est impulsée par Aristide Briand, Ferdinand Buisson, Emile Combes, Francis de Pressensé et Jean Jaurès. Si le mot de « laïcité » n'est pas expressément employé, le texte ne prête à aucune confusion : « La République assure la liberté de conscience. Elle garantit le libre exercice des cultes sous les seules restrictions édictées dans l'intérêt de l'ordre public. La République ne reconnaît, ne salarie ni ne subventionne aucun culte. »

Pour autant cette notion ne va pas de soi. Elle fait au contraire l'objet de débats longs et acharnés. Jaurès lui-même, avant de se rallier, souhaite dans un texte de 1901 « non seulement la laïcité complète de l'État, mais la disparition de l'Église même et du Christianisme. » À un député libre-penseur qui veut aller lui aussi dans ce sens, Aristide Briand aura cette réponse magistrale : « Vous ne voulez pas la séparation de l'Église et de l'État, mais la suppression de l'Église par l'État. Au lieu d'avoir une Église libre dans un État libre, vous voulez une Église soumise dans un État fort. » Briand, dans une intuition de génie, a vu que la question des convictions spirituelles engageait indissolublement la nature même de l'État.

La laïcité ne sera donc pas une anti-religion revancharde (en dépit du fait que tous les députés qui lui sont acquis sont immédiatement excommuniés par le Pape), mais l'instrument de régulation par lequel l'individu peut cultiver ses convictions personnelles grâce à la bienveillante neutralité de l'État qu'elle instaure. Dans cette abstention, cette retenue, la laïcité pose une conception radicalement neuve de l'État comme garant des libertés.

La laïcité version 1905 subit son premier assaut avec le gouvernement collaborationniste de Vichy. La loi du 25 décembre 1942 autorise en effet l'usage de l'argent public pour les édifices religieux, que ceux-ci relèvent ou non du patrimoine. Désormais l'État financera les cultes. Curieusement, cette loi pétainiste ne sera jamais remise en cause.

Durant les années 80-90 du XX^e siècle la notion de laïcité entre dans une séquence d'hésitations, d'échecs, de remises en cause et de récupérations identitaires, depuis l'entrée des religieux (curés, pasteurs, rabbins) au Comité national consultatif d'éthique institué sous la présidence de François Mitterrand aux premières affaires dites de « foulard islamique ».

L'appauvrissement progressif de la notion de laïcité au cours de ces trente dernières années marque une distance nouvelle à l'égard de l'autre homme et de la culture du lointain. Le fantasme d'un « ennemi intérieur » commence à s'enraciner. La chasse aux signes ostentatoires, puis simplement ostensibles, est ouverte... La loi du 15 mars 2004 durcit le ton : elle encadre le port de signes et tenues manifestant une appartenance religieuse dans les écoles, collèges et lycées publics, afin de « protéger l'école de revendications communautaires et favoriser le vivre-ensemble » (notamment en cas de refus d'un enseignement

pour motif religieux). Or c'était naguère à l'État, et non à l'individu, de respecter le principe de laïcité. De fait, la laïcité, au fil de ses amendements, est progressivement devenue l'instrument émoussé d'une démocratie malade qui ne sait plus s'y prendre avec la diversité. La laïcité ainsi détournée n'est plus ce qui permet le « vivre-ensemble » mais bien ce qui favorise et accélère la décomposition communautariste de la nation. Le « tournant identitaire » a bien eu lieu.

LA LAÏCITÉ COMME CONDITION GÉNÉRALE DU PROGRÈS SOCIAL

Le projet de Jaurès, à travers la loi de 1905, était d'utiliser les subventions destinées à l'Église pour la retraite des ouvriers. La décléricalisation de l'État est donc directement liée à la recherche d'un progrès social. C'est ainsi qu'il écrit : « Il est temps que ce grand mais obsédant problème des rapports des Églises et de l'État soit enfin résolu pour que la démocratie républicaine puisse se donner tout entière à l'œuvre immense et difficile de réforme sociale et de solidarité humaine que le prolétariat exige, qu'il a le droit d'exiger et que la République doit mener à bien. »

Le mal absolu pour l'Église ce n'est pas l'injustice, c'est l'incroyance. L'institution religieuse au cours des siècles a plutôt considéré que le pauvre méritait son sort ; que la richesse était signe d'une élection divine ; qu'il n'y avait donc rien à corriger. La justice sociale est contraire à la position de l'Église ; car la justice n'est pas de ce monde. L'inégalité sociale est profondément conforme à la volonté du jugement de Dieu (qui seul châtie ou récompense), et la charité n'est qu'un moyen comme un autre d'en assurer la perpétuation.

Coincidence des dates : c'est en 1989, à Creil, qu'éclate l'« affaire du foulard » qui va alimenter les premiers débats contemporains sur la laïcité. La même année l'ayatollah Khomeiny lance sa fatwa contre Salman Rushdie. C'est aussi la chute du Mur de Berlin. La révolution islamique étend ses ambitions au monde entier tandis que l'idéologie ultralibérale n'a plus aucun garde-fou. L'égalité fraternelle et la recherche du compromis social, fondatrices de notre socle commun, deviennent encore plus anachroniques devant ces « réformes nécessaires » qui cachent immanquablement un nouveau round de casse sociale. Conséquences de la dérégulation de l'économie globale et de la précarité grandissante de tous, les crispations identitaires s'installent durablement. La laïcité, finalement, c'est à la fois l'invention de l'autre et la solidarité qui fonde un commun acceptable : une nation. Sa permanente réécriture, au gré des événements, fait désormais courir le risque de n'aboutir ni à l'une ni à l'autre.

Le principe de laïcité tel qu'il se trouve défini par la loi de 1905 coïncide avec celui de la démocratie tout entière ; s'attaquant à l'une, c'est toujours l'autre que l'on vise. Par son extraordinaire agilité intellectuelle et son humanité, celles des parlementaires de 1905, la laïcité nous ouvre l'accès non pas à une culture commune, mais à la culture de ce qui nous est commun à tous. Elle est l'horizon même de l'universalisme véritable. ■

➤ Pour aller plus loin :

Jean Baubérot, « La laïcité falsifiée » (La Découverte, Paris, 2014).

Gilles Candar et Vincent Duclert, « Jean Jaurès » (Fayard, Paris, 2014).

TEN
DAN
CES:

RÉVEILLER 2021!

Depuis le 17 mars 2020, date du premier confinement, la vie des Français a basculé. Gestes barrières, éloignement social, distanciation, zéro contact, sourires empêchés derrière le masque, autant d'obstacles à la spontanéité naturelle qu'accompagne une angoisse plurifactorielle : peur de la maladie, du déclassement économique, de l'amenuisement pérenne des libertés individuelles et collectives... Une certaine gravité est dans l'air. Des générations vont être durablement marquées par la façon dont elles auront traversé l'épreuve. Pour le meilleur et pour le pire.

Et voilà que 2021 annonce la couleur : gris « ultime » et jaune illuminé. Le premier incarne la recherche de stabilité et de paix intérieure, la résilience. Le second l'énergie radieuse qui illumine le retour à la vie et le désir de retrouver les autres. Ce sont là les deux tendances du moment qui risquent fort de s'affirmer de plus en plus au fil des mois.

Le confinement a été pour beaucoup

un moment de pause, de remise en question, de quête de sens. Un ralentissement propice à l'approfondissement des motivations personnelles, des aspirations. Jamais on ne s'était collectivement retrouvé aussi longtemps face à soi-même, pour un temps qui demeure encore aujourd'hui relativement indéterminé. L'individu re-

gagne en attention, en capacité d'introspection. Il sait à présent la vulnérabilité qui est la sienne, l'incertitude des « sachants », l'approximation des humaines organisations. Une certaine humilité est apparue. Une sobriété nouvelle.

Clarté, optimisme, joie communicative, désir : le jaune figure le soleil du dehors que l'on retrouve, l'appétit de relations que le manque a aiguisé, l'envie de faire la fête et pourquoi pas de perdre un peu la tête après des mois trop sages. Tout ce qui rappelle la nature, l'air libre et le vent vont être de la partie.

Entre paix intérieure et retrouvailles enfin possibles, la mode oscille entre plus de sagesse et davantage de folie. ●●●

“
ENTRE
LA SOBRIÉTÉ
DE LA PAIX
INTÉRIEURE
ET L'ENVIE
DE FAIRE
LA FÊTE
”

PLEIN LES MIRETTES

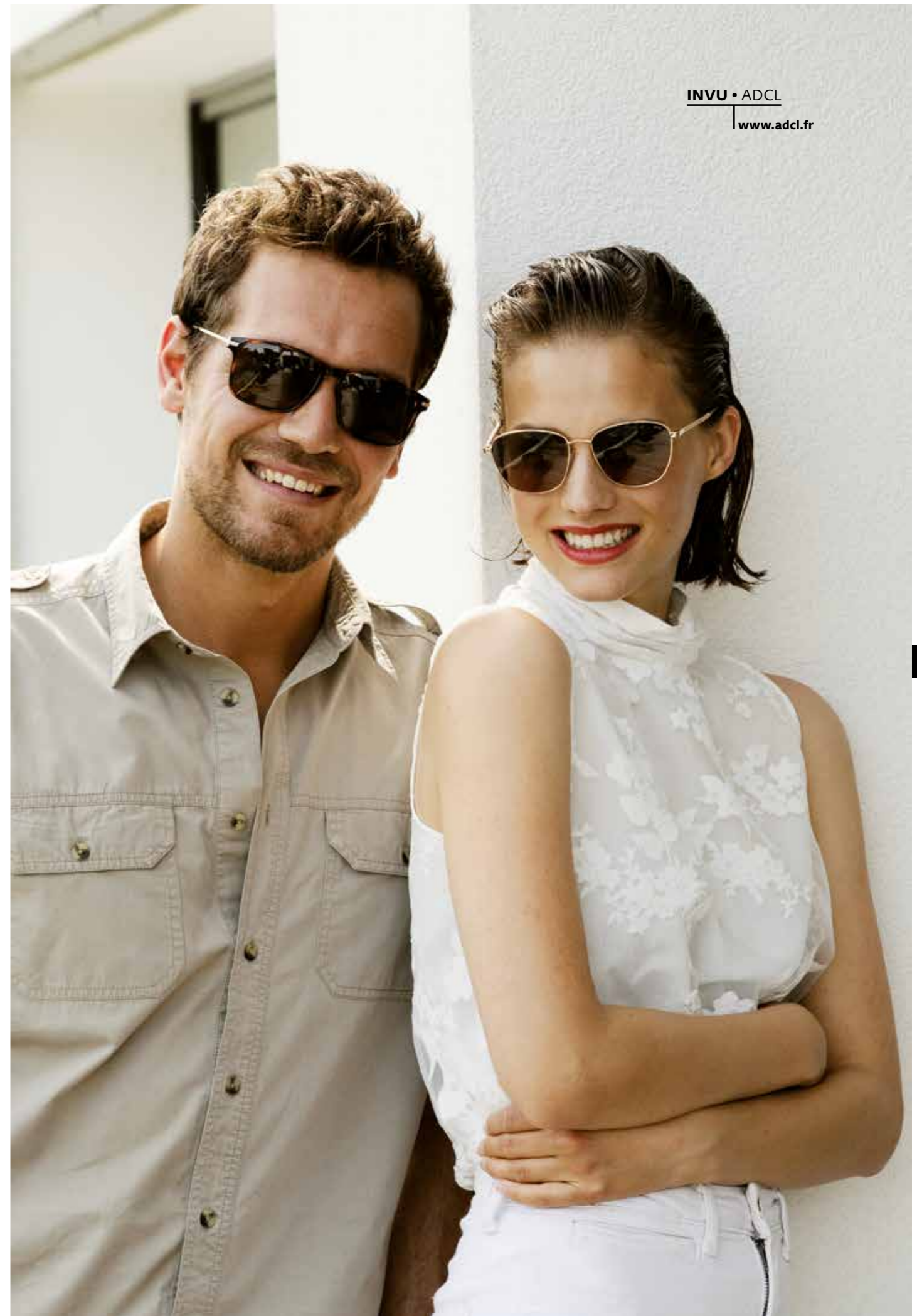
pleinlesmirettes-lunettes.com



RIP CURL • ADCL
|
www.adcl.fr



RIP CURL • ADCL
|
www.adcl.fr



INVU • ADCL
|
www.adcl.fr



TRACTION PRODUCTIONS
www.tractionproductions.fr



TRACTION PRODUCTIONS
www.tractionproductions.fr



AMERICAN OPTICAL
www.aeeyewear.fr



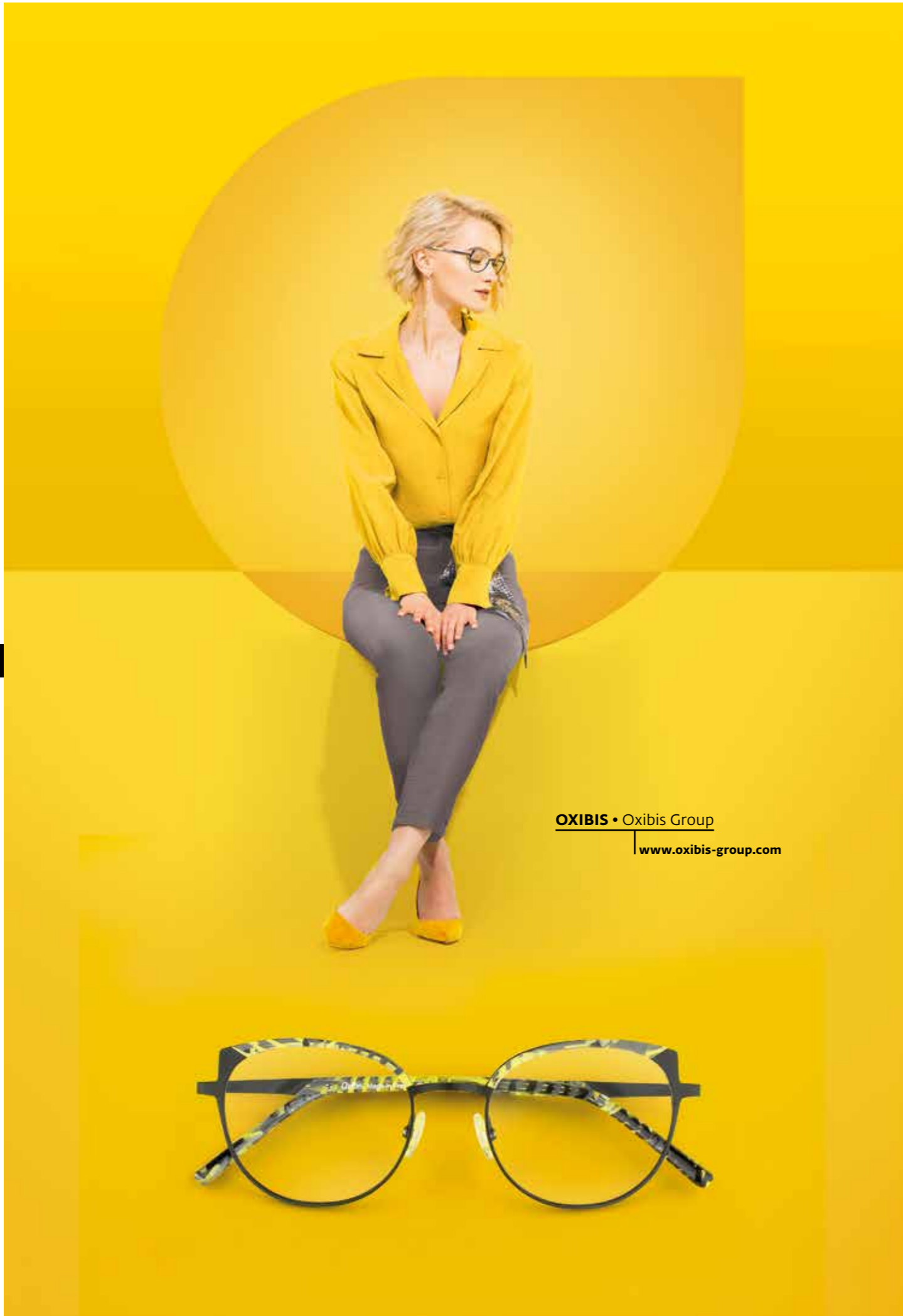
TRACTION PRODUCTIONS
www.tractionproductions.fr



TRACTION PRODUCTIONS
www.tractionproductions.fr



AMERICAN OPTICAL
www.aeeyewear.fr



OXIBIS • Oxibis Group
www.oxibis-group.com



TOM FORD • Marcolin
www.marcolin.com



TOM FORD • Marcolin
www.marcolin.com



TOM FORD • Marcolin
www.marcolin.com



TOM FORD • Marcolin
www.marcolin.com



CAROLINE ABRAM
www.carolineabram.com



CAROLINE ABRAM
www.carolineabram.com



CAROLINE ABRAM
www.carolineabram.com



CAROLINE ABRAM
www.carolineabram.com



CHOPARD • De Rigo
www.derigo.com



VOLTE FACE
www.jfrey.fr



JEAN-FRANÇOIS REY
www.jfrey.fr



JEAN-FRANÇOIS REY
www.jfrey.fr



JEAN-FRANÇOIS REY
www.jfrey.fr



JEAN-FRANÇOIS REY
www.jfrey.fr



MEXX • OWP Brillen
www.owp.de/fr



MEXX • OWP Brillen
www.owp.de/fr



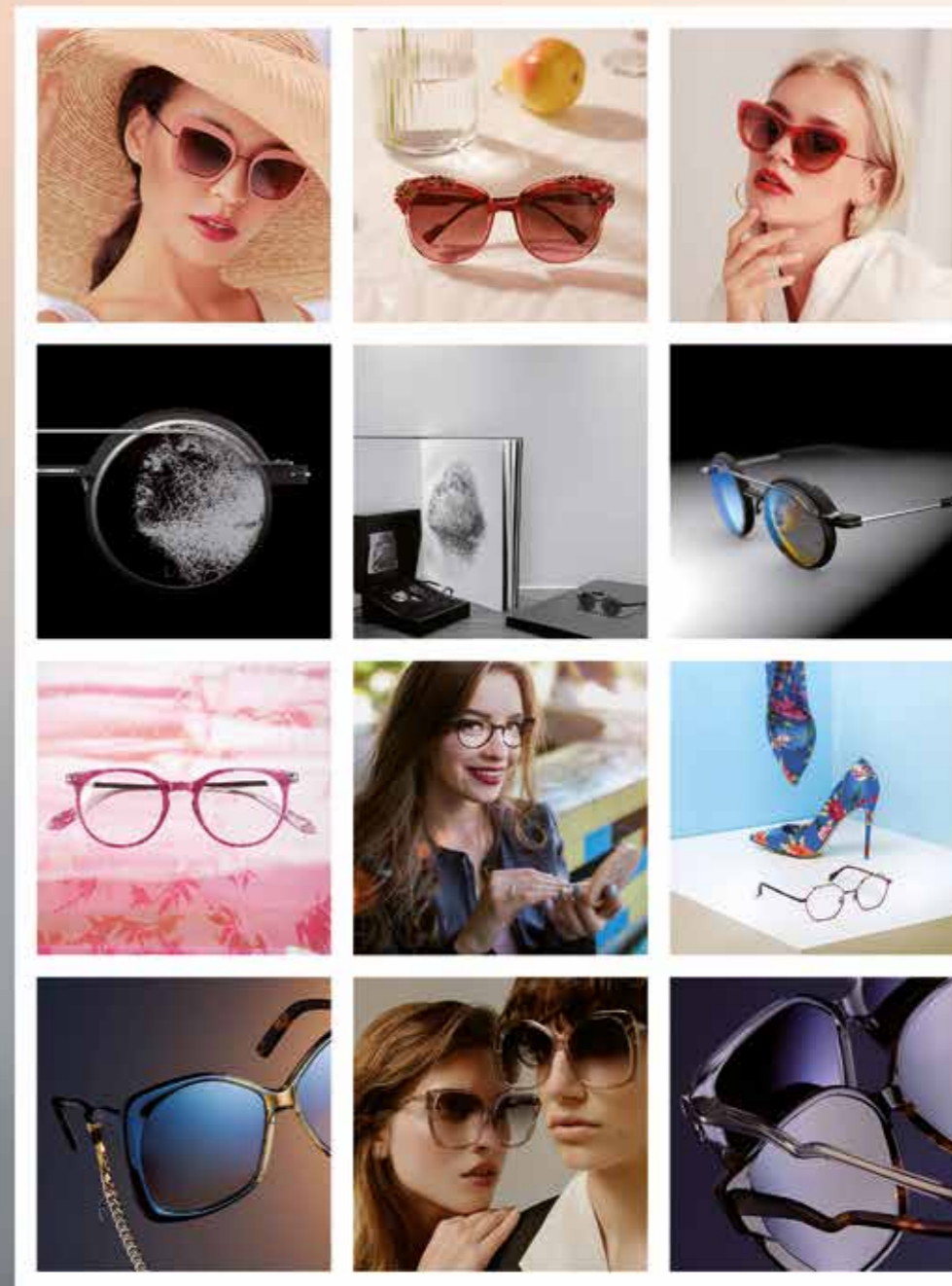
VUILLET VEGA
www.vuillet-vega.com



ESPRIT • Charmant
www.charmant.com



essentiel_lunettes



Retrouvez L'Essentiel de l'Optique sur **Instagram** et découvrez **chaque jour** notre sélection des **plus belles photos des plus belles lunettes**, pour les professionnels et le grand public. Et n'hésitez pas à nous faire parvenir **vos plus beaux visuels** (1080 x 1080 pixels) en indiquant vos hashtag.

alors à très vite sur
www.instagram.com/essentiel_lunettes

> ANNONCES

- Vos annonces dans le magazine **L'Essentiel de l'Optique** et sur notre site internet sous 24h, sans majoration de prix.
- Pour tout renseignement merci de contacter **Martine Cabriol** au 06 71 95 19 73 ou par mail m.cabriol@clm-com.com

CLM Éditeurs

LA LIBRAIRIE DE L'OPTIQUE EN LIGNE
PLUS DE 100 OUVRAGES DISPONIBLES

www.edition-optique.fr

CLM Éditeurs - 01 64 90 80 17
BP 90018 - 91941 Courtabœuf cedex

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE
e-letter

Recevez gratuitement
notre célèbre
e-letter du jeudi
en envoyant un mail à
info@clm-com.com

> AGENDA

- **Attention** : toutes les dates sont indiquées par les organisateurs des salons, mais peuvent-être sujettes à changement.
- Prenez contact avec le salon avant d'entreprendre tout déplacement.



OPTI	8 au 10 janvier 2021	Munich – Allemagne	Édition 2021 annulée
MIOF	16 au 18 février 2021	Moscou – Russie	+ www.eng.optica-expo.ru
SIOF	1 ^{er} au 3 mars 2021	Shanghai – Chine	+ www.siof.cn/eng
VISION EXPO	25 au 28 mai 2021	Las Vegas – États-Unis	+ www.east.visionexpo.com
MIDO	5 au 6 juin 2021	Milan – Italie	+ www.mido.com/en
WOF	17 au 19 septembre 2021	Wenzhou – Chine	+ www.opticsfair.com
SILMO PARIS	24 au 27 septembre 2021	Paris Villepinte – France	+ www.silmoparis.com
IOFT	18 au 20 octobre 2021	Tokyo – Japon	+ www.ioft.jp/en

4 bonnes raisons de rejoindre Kryss cette année

- Enseigne préférée des Français depuis 5 ans
- Notoriété de 85 % auprès des consommateurs⁽¹⁾
- Réduction de vos cotisations d'enseigne pendant 3 ans⁽²⁾
- Leader en part de marché : 15,5 %⁽³⁾

REJOIGNEZ VITE LE GROUPE LEADER :

01 41 91 53 32

contact.developpement@kryss-group.com

G **K R O Y S** P

En 1966, quelques opticiens s'associent pour créer la **Guilde des Lunetiers de France**. 50 ans plus tard, cet esprit coopératif et ce modèle économique font toujours le succès de **KRYS GROUP**. Rejoignez le leader de l'optique et bénéficiez des cotisations les plus basses du marché, d'un outil unique de production et de logistique et d'un portefeuille d'enseignes complémentaires.

KRYS COOPÉRATIVE D'OPTICIENS[®], FABRIQUE ELLE-MÊME SES VERRES EN FRANCE

(1) Etude barométrique Research Now - Juillet 2020. (2) Offre valable pour toute adhésion à la Guilde des Lunetiers de France avant le 30/09/2021. Exonération des cotisations d'enseigne (hors cotisations de fonctionnement) de 100% l'année 1, 150% l'année 2 et 25% l'année 3. Conditions détaillées et barème des cotisations disponibles auprès du service développement de KRYS GROUP. (3) Part de Marché KRYS GROUP en France au 31/12/2019. (4) Groupement coopératif Kryss Group. Modèle porté : LY5001-146. Crédit photo : Laurent Humbert, KGS RCS Versailles 421890188.

Kryss[™]

Vous allez
vous aimer



Freine la
myopie de
59%⁽¹⁾
en moyenne

Freinez la progression de la myopie⁽¹⁾ des enfants, pas leur ambition

avec les lentilles de contact

**Contrôle
Myopie**

Pour en savoir plus et informer les parents :
www.controlemyopie.fr

1^{er} site français sur la myopie évolutive

Facilité d'utilisation pour les enfants⁽¹⁾
Freination prouvée de la myopie chez l'enfant⁽¹⁾



(1) Chamberlain P, et al. A 3-year randomized clinical trial of MiSight® lenses for myopia control. Optom Vis Sci. 2019; 96(8): 556-567.
Les lentilles MiSight® 1 day sont indiquées pour la correction et la freination de la myopie évolutive dès l'âge de 8 ans. Jetables journalières, à usage unique, ne doivent être portées qu'une seule fois et jetées après chaque utilisation. Ne pas dormir avec. Lire attentivement les instructions figurant sur la notice et l'étiquetage.
Dispositifs médicaux de classe IIa. Ces dispositifs médicaux sont des produits de santé réglementés, sur prescription médicale, qui portent, au titre de cette réglementation, le marquage CE0123. DM non pris en charge par l'Assurance Maladie excepté si prescription dans les indications suivantes : astigmatisme irrégulier, myopie ≥ 8,00D, strabisme accommodatif, aphakie, anisométrie à 3,00D, kératocône.
Fabricant : CooperVision® 1800 Route des Crêtes, Sophia Antipolis 06905, Cedex, France - RCS Grasse 392 002 218. Date de mise à jour : 01-2021



CooperVision