

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE LA SANTÉ ET DU BIEN-ÊTRE

N°257 ■ OCTOBRE 2023

MAUBOUSSIN

Artiste Joaillier





BLACKFIN

neomadeitaly | titanium | eyewear

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
gerard.larnac@gmail.com

Publicité
Directeur Commercial
Didier Gaussens
01 71 73 42 42 / 06 68 26 39 05
didier.gaussens@gmail.com

Abonnement
Petites Annonces
Directrice Administrative
Martine Cabirol
06 71 95 19 73
martine.cabirol@gmail.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 LA SANTÉ ET DU BIEN-ÊTRE

Sommaire n°257

OCTOBRE 2023

04
LA TRIBUNE
Une rentrée sous haute tension

06
CŒUR DE CIBLE
Vers la société de déconsommation

07
ABONNEMENT
L'Essentiel chez vous

08
LE POINT DU MOIS
La formation de l'opticien est-elle en crise ?



14
TÉLÉSANTÉ
Télesanté : en route vers le n'importe quoi ?

18
ÉCORESPONSABILITÉ
Protéger le vivant : des opticiens s'engagent

20
DISTRIBUTION
Krys Group et Alan mutuelle signent un partenariat

22
PROFESSION
Myopie : le grand tournant

24
PUBLI-INFO
Groupe all : depuis 35 ans, tout un état d'esprit

26
INDUSTRIE
Henry Jullien, le haut de gamme à la française, est sauvé

28
SOCIÉTÉ
Droit de regard

30
REMARQUÉ
Blackfin Atlantic

32
REMARQUÉ
Swarovski : toutes les formes du luxe

34
CONTOURS DE LA MODE
Tendances automne-hiver : à toutes allures !



48
LE CLUB ESSENTIEL
Abonnés : nos offres du mois

50
ANNONCES & AGENDA
Les événements de l'optique

www.essentiel-optique.com

UNE RENTRÉE SOUS HAUTE TENSION



“ Inflation, déconsommation, 100% Santé : sur un marché en pleine mutation, comment se positionner ? La volonté du gouvernement est d'éclater le marché : une entrée de gamme d'un côté, sans reste à charge ; un haut de gamme de l'autre, au bon vouloir des assureurs. C'est la fameuse figure du diabolos, ou du sablier, toujours annoncée depuis vingt ans, jamais réalisée : une économie où le moyen de gamme, de même que la classe moyenne, tend à s'effacer au profit des extrêmes. Ce coup-ci sera-t-il le bon ?

Premiers de cordée contre premiers de corvée. Une telle vision binaire de la société n'est pas sans danger, danger que nous venons tous de toucher du doigt : car renforcer les extrêmes, le très bas et le très haut, revient à exacerber les clivages, les tensions, et à répandre dans le pays une atmosphère de guerre civile. Les décombres de ce début d'été sont encore fumants. Le prix à payer est donc considérable dès lors que l'on touche à cet élément de stabilisation sociétale, la classe moyenne. Le commerce (qui signifie le lien, la relation) n'a rien à y gagner.

Une telle société, structurée par la stabilité, avec une large classe moyenne qui en assure la cohésion par le désir d'élévation qu'elle représente, est donc en passe de céder la place à un autre modèle. Car la classe moyenne a forgé sa propre indépendance vis-à-vis du pouvoir. Elle est éduquée et critique. C'est la classe remuante, d'autant qu'elle repose en grande partie sur la notion de redistribution et de partage dont elle a pu bénéficier. Pour autant elle a commencé à se fragmenter. C'est donc l'occasion que certains espéraient pour s'en débarrasser une bonne fois en imposant le fameux schéma du diabolos.

Ce nouveau modèle, quel est-il ? Il repose sur la tentative d'arrimer la partie haute de la classe moyenne aux grands gagnants économiques, tandis que la partie basse est reléguée dans la France qui galère. Dans un tel « projet », la cohésion ne se fait plus par assimilation pacifiée à une classe moyenne mais par adhésion à un régime qui ne tient que par la stigmatisation systématique et la désignation de boucs émissaires. Il suffit d'être du bon côté. C'est ainsi que quand le sage montre la planète qui brûle l'idiot regarde l'abaya.

Le diabolos, c'est donc avant tout un régime de violence

qui repose tout entier sur la coupure franche entre des intérêts que tout oppose, et dont la conséquence ne peut être que l'apartheid social. « Faire société » devient alors l'expression qui suscite toutes les haines, tous les ricanements. C'est pourtant là un marqueur démocratique. Sans lui, la société s'enfonçait dans autre chose.

Cette rentrée 2023, il suffit de suivre l'actualité, est placée plus que jamais sous le signe d'un choix de société : partage ou rejet. Intégration ou désintégration. Le contexte d'inflation continue a fait réapparaître un mot né en 1991 durant la première Guerre du Golfe : « déconsommation ». Mais de conjoncturel ce terme pourrait bien devenir structurel. Avec la décarbonation, le bio, les circuits courts, la révolution énergétique et le produire en France, nous allons entrer dans une période d'inflation systémique. C'est pourquoi, jusqu'à présent, pas grand-chose ne se passe sur ce front-là. Personne ne semble vouloir endosser cette réalité : même si l'inaction climatique va coûter à terme beaucoup plus cher, l'impact de la mutation de la consommation sur l'économie va être considérable. Et rien n'a été préparé, planifié, sauf pour une petite élite qui se complait dans le fantasme d'un survivalisme haut de gamme et qui, de fait, a déjà fait sécession.

“ QUAND LE SAGE MONTRE LA PLANÈTE QUI BRÛLE L'IDIOT REGARDE L'ABAYA ”

L'optique doit-elle craindre le phénomène de déconsommation ? Non, dans la mesure où elle appartient au domaine de la consommation, mais aussi à celui de la santé dont la logique est toute différente. C'est un marché élastique qui peut connaître des reports d'achat mais fort peu d'abandons. Au-delà du luxe, qui va continuer à bien se porter, le milieu de gamme de qualité demeure pour l'instant une valeur sûre, notamment en ce qu'il porte en lui la notion de durabilité. Le consommateur veut désormais acheter « peu mais bien ». L'aspect événementiel de l'achat de lunettes doit, plus que jamais, être privilégié, théâtralisé, avec un service complet, cohérent, compréhensible, épatant. Ce n'est pas du 100% Santé dont pâtira l'optique, c'est de la banalisation du métier. ”

Gérard Larnac
Directeur de la rédaction • gerard.larnac@gmail.com




Clémence & Margaux
www.clemence-margaux.com

VERS LA SOCIÉTÉ DE DÉCONSUMMATION

Chaque crise produit ses effets sur la consommation. Avec la déconsommation quelque chose d'autre s'installe : le constat de la pauvreté, mais aussi la volonté de ne plus suivre aveuglément les injonctions du consumérisme. Un changement systémique.



Si le rebond de consommation post-Covid a pu dérégler un temps les indicateurs économiques en faisant croire à d'euphoriques embellies, le retour « à la normale » montre un tout autre paysage. L'inflation conjoncturelle, apparue à l'occasion de l'invasion de l'Ukraine par la Russie, est en train de se transformer en inflation structurelle : avec des taux d'intérêts qui continuent leur courbe ascendante, la hausse des prix se poursuit et se poursuivra. Un Français sur cinq vit déjà en découvert permanent. Avec la décarbonation, l'adaptation thermique des villes et des bâtiments, le recyclage, le bio, les circuits courts, la transition énergétique, sans parler du *big quit* qui pousse les salaires vers le haut, nous allons entrer dans une période d'inflation systémique. À nouvelles contraintes, coûts additionnels.

La dramaturgie climatique ambiante, illustrée par les catastrophes en chaîne que l'on connaît depuis l'été un peu partout sur la planète (typhons, incendies majeurs, inondations) renforce le sentiment d'urgence. On ne fera pas l'économie de changements radicaux dans nos modes de vie. Une rupture avec la société d'abondance et de surconsommation telle que l'Occident l'a connue paraît inévitable.

L'achat qui pèse le moins sur notre environnement est celui qu'on ne fait pas. Un esprit de « sobriété » s'impose. Un mot revient, qui avait fait son apparition en 1991 devant la tétanie où la première Guerre du Golfe avait plongé le monde : le mot de « déconsommation ».

La déconsommation est une panne dans le système consumériste. Contrairement à la guerre, qui finit un jour ou l'autre par cesser, la « déconsommation » pourrait bien caractériser le nouveau monde dans lequel nous

entrons, durablement cette fois. Face à la raréfaction des ressources et à leur cherté, il s'agit cette fois d'apprendre à s'en passer. Ce serait alors une véritable révolution comportementale. Lorsque la Guerre du Golfe a cessé, même si celle-ci nous a fait basculer dans un monde nouveau dont le 11 septembre reste le symbole le plus douloureux, la consommation est repartie à la hausse, boostée par la vague des innovations technologiques. Il pourrait cette fois en aller tout autrement.

Pour la toute première fois de notre histoire, le chiffre d'affaires de la grande distribution est en baisse. Le phénomène est donc massif. Dans un contexte de

grande précarité alimentaire (16% des Français ne mangent pas à leur faim, soit deux fois plus qu'en 2016), il faut cependant bien distinguer ce qui relève de la déconsommation choisie de ce qui relève de la déconsommation subie. Car pour 20% à 30% des ménages, la vie quotidienne est devenue une affaire d'arbitrages incessants sur des produits de première nécessité. Preuve accablante de ce que le soi-disant « retour à l'emploi » ne favorise que des jobs à temps très partiel qui ne permettent pas d'absorber les effets de l'inflation, ni même d'en vivre décemment.

À l'origine la déconsommation est un concept politique avancé par les adeptes de la décroissance. Il met en doute le lien entre « consommer plus » et « vivre mieux ». Le consommateur, informé et conscientisé, s'est voulu acteur de sa consommation. Jusqu'à vouloir réduire celle-ci face à ce qu'il considère comme une « hallucination marchande » (90% des smartphones remplacés fonctionnent encore parfaitement). Avec un enjeu

“
**VIVRE MIEUX,
CONSOMMER MOINS**
”

50% des Français ne déconsomment pas	50% des Français déconsomment
30% consomment mieux avec un sentiment de responsabilité	30% subissent une déconsommation involontaire par manque de moyen
20% consomment sans aucune modification	20% sont dans la déconsommation volontaire (dont beaucoup de personnes âgées qui traditionnellement consomment moins)

Source : Cécile Desaunay, spécialiste Consommation et Modes de vie

existentiel très fort : retrouver sa part d'autonomie et de libre arbitre.

En 2010, Pierre Rabhi publiait son fameux livre *Vers la sobriété heureuse* chez Actes Sud. Avec les trois quarts de la population française aujourd'hui durement impactés par l'inflation, le titre résonne bizarrement. Un divorce avec les entreprises (fournisseurs comme distributeurs) n'est pas à exclure. La sobriété peut-elle être heureuse ? Oui si on l'englobe dans un double activisme : prise de distance vis-à-vis des excès de la société marchande ; responsabilité vis-à-vis de la planète. Non si c'est une façon de masquer l'extrême pauvreté dans laquelle est tombée une part importante de la population française.

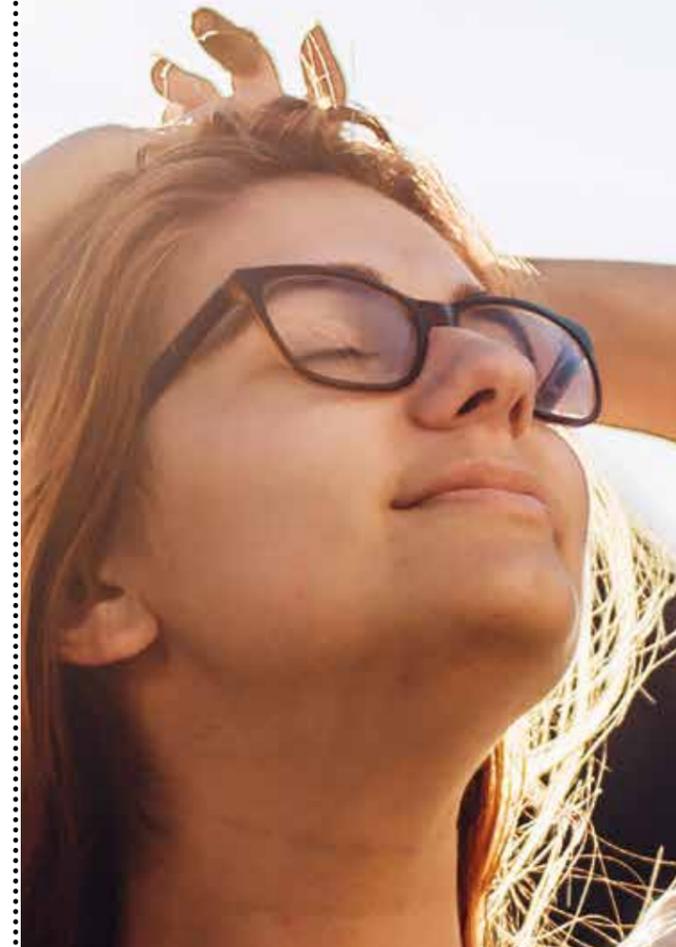
Une seule voie si l'on veut réconcilier la population et les acteurs économiques : celle du sens, de la responsabilité. L'ère de l'esbroufe commerciale est terminée. ■

+ À lire :

La Société de déconsommation – la révolution du vivre mieux en consommant moins.
par Cécile Desaunay – Éditions Alternatives, 2021.

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ



ABONNEMENT

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

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

Nom _____
Prénom _____

Société _____

Adresse _____

CP/Ville _____

Tél. _____

e-mail _____

Règlement : par chèque à "CLM Communication"
BP 90018 • 91941 Courtabœuf cedex • France

L'Essentiel de l'Optique est édité par CLM Communication
Tél. 01 64 90 80 17 • info@clm-com.com
www.clm-com.com



LA FORMATION DE L'OPTICIEN EST-ELLE EN CRISE ?

D'un côté, une expérience client décevante chez l'opticien, malgré les efforts considérables consentis par la filière en matière de formation. De l'autre des écoles qui peinent à recruter en raison d'un BTS.OL dépassé et d'un métier moins attractif qu'autrefois. Quant à une hypothétique réforme, on ne voit toujours rien venir. Où va la formation ?

toutes photos © Envato



C'est une belle boutique dans une banlieue chic de la capitale. Personnel accueillant et affable. Un bon assortiment de marques « branchées » ; pas « créateur », mais « branchées ». Cependant, au-delà d'une bonne connaissance des produits, un constat s'impose : il n'a été proposé au client ni devis, ni 100 % Santé (offre invisible), ni examen visuel, ni anamnèse. Autant de fautes majeures.

Autre boutique en plein Paris. Un slogan énorme barre la vitrine en lettres jaunes : « Ici on vous met de la poudre aux yeux ». Trop fort. L'opticien aurait pu dire « Ici on vous arnaque », tant qu'il y était... Ce n'est pas avec de telles publicités qu'on améliorera l'image de l'opticien. Le niveau en communication n'y est pas non plus.

Malgré les efforts considérables consentis chaque année par la filière en matière de formation continue de l'opticien, l'expérience-client dans un magasin d'optique, on le constate tous les jours, n'est pas à la hauteur des attentes. Incohérences, dissonances et hétérogénéités des pratiques sont encore trop présentes pour légitimer de la part des Pouvoirs publics la volonté de faire évoluer la profession. Cependant celle-ci ne peut plus se contenter d'une situation de statu quo.

Sur le terrain, les écoles formant au BTS.OL peinent de plus en plus à recruter ; du coup la filière aussi. Pour la session 2023 du BTS.OL, les candidats présentés étaient cependant au nombre de 3836, soit une augmentation de plus de 800. 2348 ont été reçus. Mais deux étudiants sur trois poursuivent leurs études et n'entrent pas directement sur le marché du travail.

Le BTS, solidement arrimé à ses deux ans, est devenu, depuis que les IUT sont passés à trois ans, le cursus le plus court de toutes les études supérieures. Avec cette caractéristique propre au BTS.OL : celui-ci repose sur un référentiel vieux de plus d'un quart de siècle, dans un contexte de forte poussée des innovations technologiques et des contraintes nouvelles. Ce décalage entre la formation et les réalités du terrain dont se plaignent souvent les opticiens lorsqu'ils recrutent un jeune vient essentiellement de là.

De sorte que le BTS.OL paraît peu attractif : en tant que BTS, mais aussi en tant que permettant l'exercice d'un métier très largement critiqué par les médias, et dont l'attractivité en terme de revenu a fondu comme neige au soleil. Raison pour laquelle, soit dit en passant, il s'est largement féminisé, les hommes possédant toujours un coup d'avance en matière de mobilité sociale et préférant exercer des professions plus lucratives. Cette féminisation n'est pas sans conséquence sur le nombre d'abandons pur et simple du métier, ainsi que sur le développement du temps partiel.

Au final il est devenu curieusement aussi difficile de recruter un collaborateur opticien qu'au début des années 90, quand il y avait seulement cinq établissements de formation (il y en a aujourd'hui plus d'une centaine). Ce qui a changé ? La réduction drastique des salaires. La pénurie actuelle serait de nature à les faire remonter. Mais avec des chefs d'entreprise coincés par une inflation généralisée, une telle augmentation de la masse salariale est devenue bien improbable à courts termes.

Plus encore : dans le cadre des établissements publics et privés sous contrat, le BTS doit désormais remplir une mission d'accès aux études supérieures pour les élèves issus d'un bac professionnel. Or ces nouvelles populations d'étudiants, à la sociologie bien différente de celle de leurs prédécesseurs, ne sont pas préparées au niveau scientifique et mathématique exigé par le BTS Opticien-Lunetier ; car disons-le clairement, le BTS OL est l'un des BTS les plus difficiles. D'où la nécessité d'une troisième année, que le cadre du BTS ne permet pas. Conséquence directe : un nombre considérable d'abandons en cours d'études. Un phénomène récent qui pèse très lourdement sur les écoles qui ont déjà toutes les peines du monde à recruter. Celles-ci compensent en ouvrant d'autres BTS que l'optique. Au risque de s'éloigner un peu plus des réalités spécifiques de la filière.

La filière ? Elle était naguère fortement impliquée dans la formation initiale de l'opticien. Aujourd'hui elle se contente de dispenser des formations complémentaires qui augmentent les savoirs mais pas les compétences. Car ces dernières ne peuvent se concevoir qu'à partir d'une définition métier, partagée, qui n'existe pas encore. Le DPC est peu utilisé. Et les formations poussées par les fournisseurs, souvent de bon niveau, s'avèrent trop ponctuelles et disparates pour changer réellement la réalité des pratiques de manière perceptible par le public.

De son côté le Collège du Conseil National des Opticiens de France (CCNOF : www.cnof-opticiens.org) vient tout juste de publier le troisième volet de son projet portant sur la réforme de la formation, seule à même

MONTÉE EN COMPÉTENCE :

OUI MAIS JUSQU'OU ?

La montée en compétence de l'opticien est un enjeu majeur si l'on veut faire exister concrètement la figure de l'opticien de santé. Anamnèse, examen visuel (avec ou sans modification d'ordonnance), prises de mesure, plan de soin et suivi, coordination avec les autres acteurs de soin centrés sur le patient... autant de points d'amélioration qui s'avèrent aujourd'hui déterminants pour faire évoluer le métier.



Mais tous les acteurs n'ont pas les mêmes intérêts. La montée en compétence et l'écllosion d'un véritable opticien de santé sont de nature à favoriser l'autonomie du professionnel : vis-à-vis des ophtalmologistes (et cela le syndicat des jeunes ophtalmologistes, à la différence du SNOF, est prêt à l'entendre), mais aussi vis-à-vis des enseignes. Lorsque ce qui décide de l'achat n'est plus le flux, drivé par la publicité nationale, mais la réputation locale reposant sur des compétences avérées, le modèle enseigne perd de son attractivité. ■



COMME UN AVION SANS AILES

Mars 2017. Deux hommes se recueillent sur la tombe de Philippe Lafont, PDG de la société Lafont et président du Silmo. Ils peinent à se regarder. Car ils savent tout deux qu'avec la disparition brutale de leur ami un monde vient de s'achever. L'un a pour nom Bertrand Roy, président de l'ASNAV ; l'autre Alain Gerbel, président de la FNOF. Avec la disparition de Philippe Lafont, peu de temps après celle de Guy Charlot auquel il avait succédé à la tête du salon professionnel, c'est une page qui se tourne. Et avec elles de nombreuses opportunités d'évolution pour tous les opticiens et leurs patients.

D'autant que la filière va connaître peu après un revers cuisant. « Cette année-là, raconte un témoin proche du dossier, est arrivé ce qu'on n'attendait pas. Alors que la réingénierie du diplôme et l'établissement des règles professionnelles, dont la traçabilité, étaient quasiment actés, l'arrivée d'Emmanuel Macron aux affaires a tout changé. Nous nous sommes retrouvés face aux équipes d'Agnès Buzin et leur 100% Santé. C'en était fini de nos espoirs. Aujourd'hui nous sommes retombés dans les pires travers de la profession. Il n'y a plus de pilote dans l'avion. Chacun est rivé sur ses objectifs à courts termes : comment rembourser les prêts de l'État ainsi que les URSSAF qui ont continué à courir durant les confinements, puisque nous étions ouverts... On tourne en rond. La moyenne des notes pour un diplômé BTS OL, avant commission d'harmonisation, est de 7,5 sur 20. Voilà notre niveau de recrutement. Les écoles ne peuvent pas évoluer car elles n'ont pas les enseignants nécessaires. Quant aux formations complémentaires, elles portent essentiellement sur le programme de réfraction de... première année. Sur le terrain, ce n'est pas non plus aux représentants de se transformer en enseignants. Pour autant les besoins en santé visuelle sont colossaux : vision au travail, vision des enfants, etc. Il faut ouvrir de nouveaux champs de compétence. Or chaque fois qu'on a donné à la profession les moyens de s'émanciper, elle a reculé. Il faut sortir de ce cercle vicieux où les acteurs, incapables de se mettre d'accord sur des objectifs communs, passent leur temps à se neutraliser. Il faut aller de l'avant. » ■

d'instituer la figure d'un véritable opticien de santé. Il en appelle, sur la base de son référentiel d'activités et de compétences, à une réingénierie complète de la formation initiale : trois ans d'études universitaires en collaboration avec les établissements actuels, suivant le schéma européen Licence, Master, Doctorat (LMD). Ce projet fait aujourd'hui consensus. Pourtant rien ne bouge.

L'élément bloquant ? Le dossier ne sera ouvert, dicit le ministère, que lorsque la filière aura fait le ménage chez elle... C'est-à-dire quand elle aura fait disparaître 3000 magasins considérés comme superflus et facteurs de surcoûts, qu'elle aura assuré le plein succès politique du 100% Santé, qu'elle se sera dotée d'une déontologie véritable (comprenant une modération publicitaire) et des moyens de la faire respecter. Or le nombre de points de vente continue d'augmenter et la plupart des enseignes ont des plans stratégiques pour resserrer encore leur maillage territorial.

Il faut pourtant que quelque chose se passe.

“ **UN BTS DIFFICILE, DÉPASSÉ, PEU ATTRACTIF**

Le BTS OL conditionne le droit à l'exercice du métier d'opticien ainsi que le droit d'installation, justifiant du monopole de l'opticien-lunetier. Le principal défaut du référentiel de 1997, c'est la façon même dont il a été conçu.

Celui-ci stipule par exemple : « L'exécution, en cours de formation, d'actes relevant de la seule compétence des ophtalmologistes participe à la bonne formation des futurs opticiens-lunetiers mais ne vise en aucun cas à développer l'apprentissage de techniques en vue de leur application dans le cadre de l'exercice de la profession. » Autrement dit : « Apprenez donc ce que vous n'exercerez jamais. » En termes de motivation pour étudiant, on a fait mieux ! Plus sérieusement : ce paragraphe entérine la mainmise absolue du syndicat des ophtalmologistes sur l'ensemble du système de santé visuelle dont il verrouille le parcours à son avantage exclusif, alors même que l'optique-lunetterie relève des sciences et techniques au service de la santé et l'ophtalmologie de la médecine. Deux champs radicalement autonomes, dont il faut penser la complémentarité et la collaboration. Le référentiel, lui, organise la dépendance, pour ne pas dire l'assujettissement de l'opticien au corps médical. Il réussit ce prodige de transformer une nécessaire solidarité interprofessionnelle en faveur du patient en pouvoir hiérarchique au profit d'une corporation. Un pur scandale.

Une formation initiale, et c'est d'autant plus vrai lorsqu'elle confère le droit d'exercice, est une matrice qui va permettre ensuite tous les autres enseignements à venir. Non seulement elle dispense les savoirs fondamentaux, mais elle permet surtout à l'étudiant « d'apprendre à apprendre ». Or, depuis que cette formation initiale a été

transformée en usine à cash par certains acteurs privés, les établissements historiques portant haut les valeurs de la filière se sont retrouvés marginalisés : et la filière a laissé faire, trop heureuse de se retrouver avec une masse salariale en diminution grâce à l'abondance de diplômés. Un calcul à courte vue qu'elle paie aujourd'hui : car le niveau n'y est pas et l'industriel ou l'enseignant doit se transformer trop souvent en organisme de formation, ce qui est loin d'être sa vocation.

Désormais, les étudiants en BTS OL bachotent en vue du diplôme, et non plus en vue d'un métier dont en général ils ignorent tout. C'est de la formation, certes ; plus de l'éducation. En ne se préoccupant pas suffisamment de la nature même du métier d'opticien-lunetier, l'industrialisation et la financiarisation du « marché des études initiales » a cassé net toute ambition et tout désir d'évolution. C'est là la principale raison de la banalisation actuelle du métier. Tout est prêt dans ces conditions pour le grand tsunami du succursalisme.

L'alternance, qui a pris une part importante dans les effectifs et facilite l'accès à la profession, a remplacé le professeur par le patron. De sorte que l'apprentissage sera directement dépendant du maître de stage, de ses propres savoirs et de ses propres pratiques, là où le professeur applique un programme national valable pour tous. Ajoutons que celui-ci a été formé aux méthodes pédagogiques qu'une approche empirique ne pourra jamais compenser. On n'apprend « sur le tas » qu'à partir

d'un socle théorique déjà solidement constitué. Ce socle, si deux ans de temps plein, de l'avis général, paraissent déjà insuffisants pour l'acquérir, est encore plus difficile à atteindre en temps alterné.

De sorte que le BTS OL, saint-Graal de la profession, apparaît aujourd'hui singulièrement difficile par rapport aux populations auxquelles il s'adresse. Il est aussi peu attractif, et totalement dépassé.

“ **UNE EXPÉRIENCE-CLIENT TROP SOUVENT DÉCEPTIVE**

Historiquement, et ce depuis les années 70, Essilor a porté la filière à partir de la formation afin d'assurer l'avenir de cette innovation majeure qu'a constitué le verve progressif. Bernard Maitenaz, son inventeur, avait bien compris que pour réussir un tel lancement il ne fallait pas perdre son temps à convaincre les professionnels installés dans une routine, mais commencer par les jeunes. D'où

l'extraordinaire engagement du premier verrier mondial en faveur de la formation. Mais depuis quelques années, toute autre est la tendance qui s'impose. Prenant acte de ce fameux décalage entre l'enseignement et la réalité du métier, les principaux acteurs, qu'ils soient fabricants ou distributeurs, ont créés leurs propres formations complémentaires, voire initiale dans le cadre du CFA, afin de disposer de collaborateurs conformes à leurs besoins spécifiques. Les sommes investies sont conséquentes, les résultats mesurés souvent positifs en termes de business. Présentiel, distanciel, en séminaire ou sur site, chacun y va de son programme pour améliorer les performances en magasin et la satisfaction client. Avec des résultats dont on ne sait jamais démêler la part due à la mobilisation ponctuelle et la part de compétences réellement acquises.

Si les opticiens d'aujourd'hui sont désormais mieux au fait de leur rendement au mètre linéaire et ont appris à maîtriser les outils de scoring et de CRM, s'ils sont bien mieux accompagnés par les fabricants dans la vente des produits et soigneusement guidés par les grilles tarifaires des assureurs, on ne note pourtant pas d'élévation spectaculaire dans le niveau des actes professionnels destinés au public. Face au client, dans la réalité vécue du magasin, ils sont toujours une majorité à ne pratiquer ni examen visuel ni anamnèse sérieuse. Dès lors ils n'incarnent pas la fonction. L'expérience client est donc incomplète, incohérente et décevante. La base manque. Dès lors on aura beau empiler les formations, on construit sur du sable. S'il y a bien acquisition de connaissances nouvelles, il n'y a pas de réelle montée en compétence.

“ **LA CRISE DE LA FORMATION EST AVANT TOUT LE SIGNE D'UNE FILIÈRE EN CRISE** ”

Quel avenir, dès lors que la formation ne porte pas les évolutions nécessaires ? Les technophiles ne jurent que par des innovations disruptives visant à minimiser les initiatives et les talents de l'opticien : télé-santé, intelligence artificielle, vente en ligne, essayages virtuels, ubérisation, etc. Un guidage permanent qui au mieux permet de transformer l'opticien en robot des robots, au pire de le faire carrément disparaître.

D'autres diront qu'on n'a pas besoin de plus de compétences pour « vendre des lunettes », selon la théorie de l'offre dégradée mais suffisante qu'applique aujourd'hui le domaine du low-cost (rappelons que la compagnie aérienne la plus rentable au monde se nomme Ryanair...). Après des années de surenchère qualitative, le retour de balancier risque d'être brutal. Pour survivre à un tel marché il faut acquérir une taille critique : impossible pour la plupart des indépendants. Une seule parade : faire enfin éclore et s'épanouir le concept d'opticien de santé. Quitte à ce que, comme l'a souvent dit la FNOF, la profession se scinde en deux, le marché low-cost d'un côté, le marché de technicien supérieur opérateur de santé de l'autre.

Mais si l'on voit bien la tendance se dessiner vers le bas (selon un modèle « prix bas – marges conséquentes » dont le mix évince fatalement les produits OFG et la dimension santé), la figure de l'opticien de santé est bloquée et par l'immobilisme des Pouvoirs publics et par le poids du syndicat des ophtalmologistes, qui ne voit de collaboration possible avec les opticiens que sur une base hiérarchique qui en fait les salariés bon marché des cabinets.

Une seule échappatoire : utiliser la volonté du gouvernement d'adosser la santé à des auxiliaires à la fois suffisamment compétents, accessibles et peu coûteux pour les finances publiques. La fenêtre de tir existe : et c'est maintenant. En capitalisant sur les importants travaux du CCNOF et sur cette possibilité offerte de s'affranchir de la tutelle ophtalmo en dehors des plots d'âges (petite enfance, permis de conduire, presbytie, grand âge) ainsi que des urgences médicales, la filière a devant elle un combat à mener. Il en résulterait enfin une définition métier à partir de laquelle mettre des formations en face de chacune des compétences à acquérir.

La crise de la formation est avant tout le signe d'une filière en crise. La formation a besoin d'un véritable Plan Marshall à la hauteur des enjeux de santé publique en matière de vision. La filière y gagnerait en cohésion, en cohérence, en service rendu aux populations. Mais un tel projet est-il encore audible, en une époque de concentrations et d'internationalisation des principaux acteurs ? ■

À LIRE

■ **DEVENIR OPTICIEN**
par Gérard Larnac
Éditions du Puits Fleuri, 2020
Site à consulter : www.edition-optique.com

■ **OPTICIEN DE SANTÉ, ACTIVITÉS ET COMPÉTENCES (Version finale)**
Le nouveau livret du CCNOF
Site à consulter : www.cnof-opticiens.org



LA PREUVE
QUE CHANGER
LA VUE ÇA
CHANGE
BEAUCOUP
DE CHOSES.

REJOIGNEZ LES OPTICIENS QUI CHANGENT LA VUE EN PROFITANT DES ATOUTS DE LA FRANCHISE LISSAC.

- 1 Plus de 100 ans d'expertise et d'innovation.
- 2 Formation continue pour nos franchisés.
- 3 Aucun droit d'entrée et pas de redevance de marque en année 1.
- 4 Une centrale d'achat performante.
- 5 Une nouvelle communication audacieuse (TV, magasins, digital & réseaux sociaux).

LISSAC

L'opticien qui change la vue.

SERVICE DÉVELOPPEMENT
01 41 23 76 39
expansion@audioptic.fr



Découvrez plus de 100 opportunités d'ouvertures de magasins.

TÉLÉSANTÉ : EN ROUTE VERS LE N'IMPORTE QUOI ?

La télésanté ouvre bien des portes, notamment avec l'apport de l'intelligence artificielle. Elle ne doit cependant pas entériner la dépendance de l'opticien envers l'ophtalmologiste au moment où il est question que celui-ci gagne en compétence et en autonomie. Ni galvauder des actes qui relèvent de la santé publique, ni dégrader les expertises.



La télésanté sera-t-elle le nouveau Far West de l'optique ? Afin de réduire les délais d'attente (87 jours en moyenne) pour une consultation lunette chez l'ophtalmologiste, et tandis que 29% des cabinets n'acceptent plus de nouveaux patients, il existe aujourd'hui plusieurs pistes : des cabinets d'ophtalmologie auxiliaires dans les zones sous dotées, ce qui s'apparente un peu à la médecine de brousse ; la téléconsultation, qui permet à l'ophtalmologiste de délivrer des ordonnances à distance ; la prescription directe chez l'opticien, compétent et accessible.

La multiplication des télécabines sur le modèle des clefs-minutes dans les arcades commerciales a récemment fait bondir le syndicat des ophtalmologistes. Après les dérives extrêmes constatées dans certains centres d'ophtalmologie (examens facturés et non réalisés ou purement inutiles), la téléconsultation devient une nouvelle ligne de conflictualité.

Pour autant la téléconsultation, bien-tôt boostée et fiabilisée par l'IA quel que soit l'opérateur, apparaît pour beaucoup comme une panacée. É l'instar du télétravail et des réunions distantes, sa pratique a été adoptée durant les confinements dus à la pandémie de COVID, en 2020. Pour 80 000 téléconsultations en 2019, on en dénombrait près de 10 millions en 2021 !

Si elle tend à s'installer dans le paysage, c'est que la téléconsultation répond à une problématique essentielle : la désertification médicale, qui touche en France pas moins de 10 millions d'individus. Cependant la téléconsultation doit être synchrone, à partir d'une visio simultanée entre

le médecin et le patient. En cabinet, en magasin d'optique ou en télécabine à accès libre, cette solution se heurte au manque d'ophtalmologistes disponibles. Cela signifie le recours massifs à des ophtalmologistes retraités, comme ce qui se pratique dans les centres d'ophtalmologie, ou à des temps contraints de dix minutes environ. L'intelligence artificielle permettra vraisemblablement de plus amples délégations à des auxiliaires médicaux.

Certains acteurs de la téléconsultation ophtalmologique, comme Tesson, se font fort de réduire les délais d'attente moyen de 87 à 4 jours. La promesse : générer des ordonnances délivrées instantanément dans votre magasin, sans rendez-vous. Mais au-delà, c'est pour l'opticien l'occasion de renverser les rôles en devenant la porte d'entrée du système de prise en soin. Ce n'est plus l'ophtalmologiste qui le choisit (même si cela contrevient aux règles déontologiques des médecins, c'est quand même l'usage qui prévaut), c'est lui qui choisit l'ophtalmologiste. La différence en termes de légitimité et de contrôle est considérable. Un peu à la manière des

opticiens-optométristes nord-américains salariant des ophtalmologistes. Ce rapprochement des professionnels est en outre de nature à éviter les éreintantes navettes du client en cas d'erreurs de prescription. La téléconsultation, c'est disposer d'une consultation ophtalmologique dans le magasin et de réduire la double démarche ophtalmopticien en une seule.

La difficulté d'accès à l'ophtalmologie, qui freine le développement de l'optique, est en partie artificielle : des logiciels calculent ce moment où fiscalement il n'est plus

intéressant pour l'ophtalmologiste de continuer à élever ses revenus, et donc de prendre des patients ! Voilà de quoi vous dépendez. Pour compenser ce temps soustrait à la santé publique, le système de l'ophtalmologie française n'a tenu que grâce aux dispositifs de cumul emploi-retraite, à l'arrivée massive de professionnels étrangers et au développement des centres d'ophtalmologie. Le travail aidé, contrairement à ce qui est souvent répété par le SNOF, a permis d'accroître à vil prix la productivité des cabinets déjà existants : ce qui est significatif en termes de chiffres d'affaires, sans résoudre pour autant la question des déserts médicaux dans leur ensemble.

« À l'inverse de la téléconsultation, la téléexpertise peut être asynchrone et fait intervenir systématiquement un professionnel de santé requérant qui va réaliser pour le compte du médecin spécialiste un ensemble d'examens en présentiel. La phase de relevés (mesures et réalisation de l'imagerie) ainsi déléguée, le spécialiste peut se concentrer sur le diagnostic, à l'aide des informations recueillies et transférées via un logiciel privé et sécurisé, habilité à faire transiter des données de santé. Ainsi la relation médicale n'est plus conditionnée à la disponibilité immédiate de l'ophtalmologiste qui a la liberté d'organiser son temps de travail comme il le souhaite », note une récente étude de l'Institut Sapiens réalisée en partenariat avec ROAD (Association des opticiens en mobilité).

« À Mayotte, lors de l'ouverture de notre cabinet, et face à une pénurie de spécialistes et d'orthoptistes, nous avons misé sur la téléconsultation et la téléexpertise, en pensant que nous aurions recours aux deux de manière équivalente. Finalement, la téléexpertise représente 99% de nos actes non présentsiels », constate d'ailleurs le Dr Jean-Bernard Rottier.

TÉLÉEXPERTISE : UN MODÈLE POUR FLUIDIFIER LES FLUX

« En externalisant la phase de relevés et d'imagerie et en permettant au spécialiste de se concentrer sur le diagnostic, là où sa valeur ajoutée est la plus importante, on optimise ainsi son temps et on oriente en cabinet les patients nécessitant un suivi médical complémentaire auprès des spécialistes. Selon les données du SNOF, une téléexpertise réalisée sous supervision d'un spécialiste dure en moyenne 15 minutes, contre 20 minutes pour une consultation. Les experts du domaine que nous avons pu approcher dans le cadre de cette étude nous font savoir que la durée d'une téléexpertise dont la phase de relevés a été réalisée par autrui ne sera que de 5 à 7 minutes maximum pour le spécialiste examinant. Ainsi, pour une même durée, grâce au procédé de téléexpertise, un ophtalmologiste peut traiter 3 à 4 fois plus de patients, de manière non-linéaire, en dehors des heures d'ouverture de son cabinet. »

Ce dont témoigne le Dr Rottier : « Dans notre cabinet situé dans la Sarthe, nous avons recours à la téléexpertise. Grâce à elle, nous avons réalisé 46 000 actes sur l'année 2022. Pour seulement 3,5 spécialistes. » ■

Source : Étude de l'Institut Sapiens, *L'opticien en mobilité comme remède aux déserts médicaux et au renoncement aux soins visuels*, juin 2023.

RÈGLEMENTATION DE LA TÉLÉSANTÉ

- La téléconsultation doit être synchrone : visio simultanée entre le médecin et le patient (il ne peut y avoir de questionnaire préalable ou indépendant de la consultation) ;
- Le médecin doit être identifié par le patient dès la demande de consultation ;
- La téléconsultation doit pouvoir être suivie par une consultation présentielle si possible avec le même médecin (il doit donc exercer dans une zone géographique proche) ;
- L'orthoptiste ne peut intervenir à distance que dans le cadre du télésoin, et non de la téléconsultation (ou consultation aidée) ;
- Le patient doit être déjà connu de l'orthoptiste et doit avoir été reçu en présentiel par ce dernier dans les 12 derniers mois (circ. 31/2021 de l'assurance maladie) ;
- Sauf exception (expérimentation EHPAD), l'examen de réfraction ne peut pas être réalisé en dehors du magasin de l'opticien (salle respectant l'isolement phonique et visuel) ;
- La télé-ophtalmologie n'existe pas ! C'est un terme abusif derrière lequel se cache une des pratiques ci-dessus avec des règles et des conséquences juridiques très différentes ;
- La transmission de la prescription doit se faire via une messagerie sécurisée (au sens de la protection des données personnelles de santé) et dans tous les cas, uniquement à destination du patient. ■

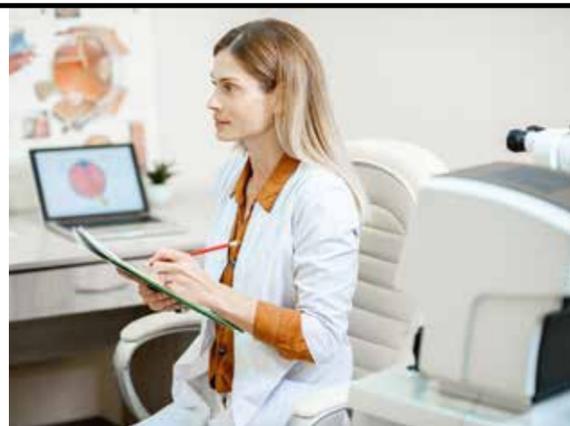
Source : FNOF, septembre 2023

« La téléexpertise en ophtalmologie, incluant la réfraction, offre la possibilité de réaliser de nombreuses mesures de façon non invasives, tels que la prise de tension intraoculaire à l'aide d'un tonomètre (pour diagnostiquer un glaucome à angle ouvert), la photo du segment antérieur à l'aide d'une lampe à fente, la photo du fond d'oeil à l'aide du rétinographe (pour dépister et suivre des pathologies rétinienne comme la DMLA, la rétinopathie diabétique, le glaucome) ainsi que l'instillation de gouttes dilatantes (après avis médical). Un professionnel formé à la téléexpertise non-ophtalmologue peut ainsi réaliser plus de 80% des actes se déroulant actuellement dans le cabinet d'un ophtalmologue », poursuit l'étude de l'Institut Sapiens.

« La première de nos motivations est la transformation du système pour y apporter un service nouveau répondant à des besoins omniprésents, ayant un intérêt partagé et des avantages pour toutes les parties prenantes » avance Matthieu Gerber, Président de ROAD et fondateur des Opticiens Mobiles, avant de préciser : « Pour les professionnels vivant dans ces zones sous-dotées, la téléexpertise a leur préférence. Quand il leur est demandé quelle solution ils préfèrent pour faire face à la désertification ophtalmologique, ils sont 75% à se déclarer en faveur de la réalisation en présentiel d'expertise de base dans un protocole déterminé par un professionnel de santé paramédical (i.e l'orthoptiste à date) installé dans un cabinet secondaire où l'ophtalmologiste se déplacera régulièrement, contre 24% pour l'installation d'un poste d'orthoptiste seul relié à un cabinet d'ophtalmologiste et seulement 2% à voir une solution dans la téléconsultation dans les magasins d'optique. Des chiffres qui montrent que le contact humain est plébiscité par les spécialistes, quel que soit sa dimension et le lieu de prise en charge. »

Pour ce qui est de l'optique en mobilité auprès des EHPAD, l'étude de l'Institut Sapiens relève : « L'expérience menée par le CHRU de Rennes en collaboration avec un EHPAD a montré que la réalisation d'un examen en téléexpertise, qui s'est avéré interprétable à distance par un médecin ophtalmologiste dans 84,1% des cas a permis de diagnostiquer une pathologie chez 57,5% des résidents, qui ont ensuite pu bénéficier des soins adéquats. » Selon les auteurs « Ce projet, ayant significativement amélioré l'acuité visuelle, a permis de valider la faisabilité d'une téléexpertise d'ophtalmologie dans les EHPAD. Elle pourrait par la suite s'ouvrir à d'autres centres de soins (centres pénitenciers, établissements de santé mentale...). »

La télésanté est une avancée considérable. À condition cependant qu'elle ne galvaude en rien des actes qui relèvent de la santé publique, et qu'elle ne dégrade pas les expertises. La question de sa pertinence se pose toutefois : sauf populations particulières, l'opticien est accessible et compétent pour prescrire une paire de lunettes. Et si l'on commençait par le commencement ? ■



TÉLÉCONSULTATION : L'AVIS DU SNOF*

« Nous rappelons qu'une téléconsultation est un acte médical qui doit se passer en visio simultanée entre le patient et l'ophtalmologiste et que ce dernier doit être identifiable par le patient dès sa demande de téléconsultation. La téléconsultation "asynchrone" n'existe pas et il ne suffit pas d'afficher "un ophtalmologiste partenaire". De plus, comme cela est rappelé régulièrement par le Conseil de l'Ordre des médecins, sauf cas particulier, une téléconsultation doit pouvoir être suivie par une consultation présenteielle pour les cas le nécessitant, si possible avec le même médecin. Le principe général reste un suivi alterné téléconsultation - consultation présenteielle avec le même médecin, d'où la nécessité pour ce dernier d'exercer à une distance compatible avec cette consultation présenteielle.

De même, l'intervention d'un orthoptiste à distance n'est pas prévue par la réglementation en dehors du télésoin. Ce dernier nécessite une connaissance présenteielle du patient dans les 12 mois antérieurs par le même orthoptiste et ne peut concerner un bilan visuel.

Nous nous opposons au développement de la télé-médecine dans des lieux commerciaux qui crée de la confusion dans l'esprit des patients et qui ne respecte pas la notion de territorialité et d'alternance du suivi en présenteiel. Son but principal est mercantile. La qualité et l'efficacité du suivi médical nécessite de voir régulièrement le même médecin et non un pool interchangeable, et ceci dans un lieu dépourvu d'intérêt commercial.

Nous invitons les ophtalmologistes et les orthoptistes à ne pas répondre aux offres de salariat en télé-médecine qui ne respecteraient pas la réglementation, la déontologie et l'intérêt des patients.

Une profonde réorganisation des cabinets d'ophtalmologie et de la pratique de l'orthoptie est en cours. Certaines évolutions ne sont qu'au début de leur déploiement (primo-prescription des équipements optiques chez les 16-42 ans par les orthoptistes, sites secondaires en ophtalmologie) ou ne sont pas encore en application (dépistage chez l'enfant, protocole de coopération RNM rénové). Le développement de la télé-médecine doit se faire en cohérence avec ces évolutions, notamment dans les zones sous-dotées où les besoins de prise en charge présenteielle des patients sont souvent plus importants que dans les grandes villes. La télé-médecine doit s'intégrer dans un circuit global de prise en charge et de continuité des soins des patients et non être une fin en soi, ni un business.

Nous demandons à tous les acteurs d'être très attentifs à l'ensemble de ces éléments ». ■

*Syndicat National des Ophtalmologistes de France

RÉ - RÉ - RÉINVENTER ENSEMBLE LE MÉTIER D'OPTICIEN.

Optic 2000

Optic 2000 vous donne
les moyens de vous dépasser :

Un réseau leader

+

Une centrale d'achat
performante

+

Des innovations
commerciales & produits

+

Une forte visibilité
en communication

Tél. France : 01 41 23 76 38

Tél. Suisse : +41 79 552 70 63

Mail : expansion@audioptic.fr

optic2000.com



On va se revoir.

PROTÉGER LE VIVANT : DES OPTICIENS S'ENGAGENT

La Maison Perceval et Clin d'œil Opticiens viennent d'inscrire dans leurs statuts leurs engagements en faveur de la protection du vivant, garantissant ainsi un impact positif tant sur le plan social qu'environnemental. Une remarquable initiative couronnée par la certification « B Corp ». De quoi redonner espoir face aux grands défis auxquels la société est aujourd'hui confrontée.



NOUVELLE DIRECTIVE EN VUE

Publiée au *Journal officiel* le 16 décembre 2022, la nouvelle directive européenne dite « CSRD » (Corporate Sustainability Reporting Directive) sera traduite dans le droit français avant la fin de cette année, obligeant l'ensemble des entreprises à avoir une action sur leurs données environnementales, sociales et de gouvernance. Elle vise à faire de ces informations le tout nouveau critère de la performance économique des entreprises. Objectif : réduire d'au moins 55% les émissions nettes de gaz à effet de serre (GES) d'ici à 2030, par rapport à 1990. Si ces dispositions nouvelles ne concernent dans un premier temps que les entreprises de plus de 500 salariés et de 40 millions de CA (l'exercice de référence sera 2024), cette démarche va à terme avoir un impact sur l'ensemble des grandes entreprises européennes. ■

La Maison Perceval et Clin d'œil Opticiens sont certifiés B Corp depuis le 12 juillet dernier. « Pour nous, opticiens artisans, B Corp est bien plus qu'un simple "label vert", explique Anne Perceval Violier, Présidente. C'est une certification mais c'est surtout une mise en lumière de nos engagements. La certification valide les actions mises en place par nos équipes de chez Maison Perceval et Clin d'œil Opticiens pour offrir à nos clients, nos collectivités et nos collaborateurs, un monde qui respecte le vivant. »

B Corp évalue cinq piliers d'impact : la gouvernance, les collaborateurs, la collectivité, l'environnement, les clients.

Le pilier de la gouvernance évalue l'organisation et l'éthique de l'entreprise. « Notre première action a été de renforcer notre mission sociale et environnementale, explique Anne Perceval Violier. Aujourd'hui, peu importe la composition de notre actionnariat ou de notre organisation, notre mission de protéger le vivant est inscrite dans les statuts de l'entreprise. Pour ce faire, nous avons dû les modifier. »

Voici les nouvelles mentions insérées dans l'objet social de la société :

- « La Société entend générer un impact social et environnemental positif et significatif dans l'exercice de ses activités. »
- « Dans le cadre de cette démarche, les cogérants s'engagent à prendre en considération les conséquences sociales, sociétales et environnementales de leurs

décisions sur l'ensemble des parties prenantes de la société et sur l'environnement. »

Deuxième pilier d'impact : le bien-être des salariés. « Chez Maison Perceval et Clin d'œil Opticiens, nous garantissons l'égalité homme-femme, poursuit Anne Perceval Violier. Une action évidente et pourtant souvent négligée, malgré le corpus conséquent déjà existant pour l'égalité professionnelle homme-femme. En tant que professionnels de la santé paramédicale, il nous paraît également important de nous occuper aussi de la santé de nos collaborateurs. Pour cela, notre entreprise s'engage à donner accès aux soins préventifs. C'est pourquoi des massages et des séances de sophrologie sont pris en charge par nos enseignes. »

Le pilier « collectivité » apprécie l'engagement civique et l'impact de l'entreprise sur la société. « Consciente des problèmes d'érosion de la biodiversité dans les campagnes, notre entreprise a choisi de mener auprès de l'association *Des Enfants et Des Arbres* une action concrète pour préserver le vivant au niveau local. Plusieurs collaborateurs de nos magasins ont planté, avec des enfants et des agriculteurs, des arbres et des haies permettant de protéger le vivant dans nos campagnes et de créer du lien entre différentes communautés. »

Quatrième pilier, l'environnement. Il s'agit de mesurer l'impact de l'activité sur l'environnement. « Faire notre bilan carbone est, pour nous, le meilleur moyen d'évaluer nos actions passées et de définir nos actions

“

**S'ENGAGER
AUJOURD'HUI
POUR UN MONDE
VIVABLE DEMAIN**

”

futures. Une de ces actions : l'optimisation. Partout, dans toutes nos activités, nous cherchons à réduire notre pression sur le vivant. Ainsi, nous avons réduit de 49% nos émissions de CO₂ sur le transport entre 2019 et 2022 et de 54% nos déchets directs, c'est-à-dire le verre, le papier, le carton, le plastique et les boues d'atelier (les particules de verre taillé dans nos ateliers). Des chiffres vérifiés, que nous sommes fiers de partager aujourd'hui tant nos équipes sont engagées sur l'amélioration de nos pratiques quotidiennes dans chacun de nos magasins. »

Enfin la certification B Corp analyse les impacts positifs sur la clientèle. « Améliorer la santé et le bien-être de nos clients est inhérent à notre activité d'opticien. S'assurer de la dignité de tous nos clients fait partie de notre action quotidienne. Ainsi, nous réduisons les actions marketing visant à faire acheter des paires neuves pour au contraire encourager la réparation ainsi que la remise à neuf des lunettes de nos clients dans les ateliers de nos magasins. Nous proposons aussi une sélection de produits engagés répondant aux critères d'une charte fournisseurs créée par nos équipes. »

La certification permet de valoriser des engagements clairs, authentiques et vérifiés. « Des informations clés pour une transformation juste », ajoute Anne Perceval Violier.

« Le chemin a été long, avec des justifications pointues à apporter, mais j'en ressors enrichi tant sur les plans personnel que professionnel... Au bout d'un an, c'est une fierté d'avoir pu rejoindre le mouvement B Corp », commente de son côté Antoine Noailles Responsable B Impact.

« Afin de devenir B Corp, nous avons vécu une belle année de travaux menés avec des salariés engagés et motivés par le sujet, précise Anne Perceval Violier. Pour nous, entreprise familiale, régionale et indépendante depuis 1961, nous sommes convaincus que nos collaborateurs et nos communautés sont les principaux facteurs de notre succès et de cette nécessaire transformation de notre système économique. Comme toutes les grandes transformations de la société, celle que nous vivons n'est pas écrite d'avance. La réussite ne repose pas sur les épaules d'une seule entreprise, mais chacun peut y participer. En ce qui nous concerne, il a fallu s'interroger sur chacune de nos actions, envisager tous nos partenaires sous un angle différent, partager des exigences, s'ancrer encore davantage dans le local et dans des actions solidaires. Et surtout se dire qu'ensemble, rien n'est impossible ! »

Et comme conclu Aurélie Maire, assistante de direction : « Les entreprises ont plus d'impact que les individus. Il est donc primordial qu'elles donnent l'exemple. »

La filière optique peut s'enorgueillir de posséder en son sein de telles entreprises pionnières dont l'engagement d'aujourd'hui assure à tous un monde vivable pour demain. ■

- + www.clin-doeil.fr
- + www.maison-perceval.com
- + www.bcorporation.fr

KRYS GROUP ET ALAN MUTUELLE SIGNENT UN PARTENARIAT

Véritable « licorne » de l'assurance, le néo-assureur Alan mutuelle et la marque leader KRYS GROUP signent un partenariat qui rapproche un peu plus le monde de l'assurance et celui de l'optique. Objectif : faciliter les démarches en ligne, la lisibilité de l'offre et l'accès au produit dans un contexte inflationniste.



© KRYS

Depuis 2016, Alan mutuelle est un « néo-assureur » qui propose des assurances santé pour les entreprises et les professionnels à travers une solution tout-en-un alliant des services de prévention, d'assurance santé, de soins, de paiement et de contenus personnalisés : une solution santé 100% en ligne qui bouscule le secteur de l'assurance.

KRYS GROUP et Alan viennent d'annoncer un accord de partenariat stratégique dans l'optique. Cet accord permettra aux 440 000 assurés d'Alan de bénéficier en toute simplicité de l'expertise reconnue en santé visuelle des opticiens KryS, Le Collectif des Lunetiers et Lynx Optique You Do, à des conditions préférentielles.

Bénéfice client : reste à charge nul ou très bas sur des équipements d'excellent rapport qualité/prix, au sein des enseignes KryS, Le Collectif des Lunetiers et Lynx Optique You Do.

Quels que soient les corrections ou traitements du verre, l'offre qui a été conçue pour ce partenariat permettra à chaque assuré de trouver la solution qui lui conviendra le mieux en lui garantissant le libre choix de montures.

KRYS GROUP, avec son puissant réseau de 6 000 opticiens répartis dans près de 1 500 magasins sur l'ensemble du territoire français, est en mesure d'offrir un maillage de proximité optimal aux 440 000 assurés français d'Alan.

Patrice Camacho, Secrétaire Général en charge de la Santé au sein de KRYS GROUP, commente : « Ce partenariat est né d'un objectif commun : permettre aux adhérents d'Alan de bénéficier du meilleur de la santé visuelle au plus près de chez eux et à des prix avantageux ! À terme, nous prévoyons même d'interconnecter notre logiciel magasin Kweb avec l'application d'Alan afin de

pouvoir informer l'assuré sur son niveau de garantie dès le début de son parcours d'achat. Notre collaboration avec Alan témoigne de valeurs partagées et promet de belles perspectives au service du pouvoir d'achat comme du bien-être visuel de tous les Français. »

Jean-Charles Samuelian-Werve, CEO d'Alan, ajoute : « Après le dentaire, l'optique est le deuxième soin auquel les Français renoncent pour des raisons financières. Grâce à cette collaboration, chaque membre pourra retrouver en un clin d'œil le magasin partenaire le plus proche de chez lui via la Alan Map, le détail exact du remboursement et du reste à charge. »

“

**UNE NOUVELLE FLUIDITÉ
DANS LE PARCOURS CLIENT**

”

Cette collaboration s'inscrit dans la continuité des plans stratégiques Vision 2025 et Krystal 2028 de KRYS GROUP lancés respectivement en 2017 et 2023.

Clôturé sur un succès avec deux ans d'avance, Vision 2025 présentait quatre axes de développement prioritaires, notamment celui de la différenciation, dont l'un des principaux enjeux BtoB était la consolidation de la collaboration avec les OCAM. Krystal 2028, quant à lui, met l'accent sur l'expérience et la préférence client en faisant de la satisfaction client un véritable outil de management de la performance et le fil conducteur de toutes les décisions du Groupe dans les cinq prochaines années.

Enseigne créée en 1966, KRYS GROUP, avec KryS, Le Collectif des Lunetiers et Lynx Optique You Do, compte 6 000 clients. Il affiche des ventes de 1,2 milliard d'euros en 2022. Distributeur et producteur, il est le 1^{er} employeur du secteur en France où il emploie 6 000 personnes. ■

+ www.alan.com
+ www.krys-group.com

JOOLY®
10 ans

www.joo-ly.fr • joolylunettes

MYOPIE : LE GRAND TOURNANT

La myopie, une maladie ? Précoce, évolutive, forte, cette amétropie est en passe de devenir massivement cécitante. Sous-estimée jusqu'en 2014, elle est aujourd'hui l'objet de toutes les attentions et vient en effet d'être classée dans la catégorie « maladie ». Les causes de la myopie évolutive sont loin d'être toutes connues. L'Institut national de Myopie ouvrira ses portes en mars prochain pour accélérer les recherches. Une certitude cependant : les verres défocalisant Stellest ont démontré qu'il était possible de freiner l'évolution myopique.



© Pexels



© Essilor : le verre Stellest

Les soirées HOO (Hôpital Ophtalmo Opticien) sont une spécificité d'Essilor depuis de nombreuses années et rassemblent tous les acteurs de la filière visuelle. Le succès de la tournée 2023, sur le thème « La myopie, tous concernés : prise en charge et solutions », avec plus d'un millier de participants, montre l'engagement des opticiens pour prendre toute leur part dans le phénomène nouveau de « grande myopisation du monde ».

Ce phénomène de « grande myopisation du monde » est encore partiellement méconnu, même si le lien avec les conditions de la vie moderne a été fait depuis longtemps. En Asie 90% de la population est myope. En 2050, 64% de la population mondiale sera touchée, dont 10% de myopies fortes. En France les myopes représentent 40% de la population générale, mais déjà 60% des enfants.

La prise de conscience des effets pathologiques de la myopie est récente. Ce n'est qu'en 2014 que les myopies fortes ont été reconnues cause de cécité.

Lors de la soirée parisienne qui clôturait cette série de conférences à la Maison de la Chimie (Paris), le Pr Ramin Tadayoni, Professeur de l'Université Paris Cité – Chef de service Rétine à l'Hôpital Fondation Rothschild

et Chef de service à l'Hôpital Lariboisière, était porteur de deux informations capitales : considérant l'explosion mondiale de la myopie cécitante, il a été décidé de classer la myopie non comme simple amétropie mais comme maladie proprement dite. Toute la question est de savoir comment informer la population sans créer de panique, tout en impulsant efficacement des réflexes de prévention. Car avec des études robustes démontrant l'efficacité des verres défocalisant de freination *Stellest*,

“

DÉJÀ UN MYOPE SUR VINGT EST ÉQUIPÉ EN STELLEST

”

ou de l'instillation quotidienne d'une goutte d'atropine pendant deux ans, il est désormais possible d'éviter les myopies fortes conduisant à une perte de vision. L'orthokératologie ou encore le port de certaines lentilles de contact ont également montré leur efficacité. En revanche il a été rappelé que la sous-corrrection ne constituait en rien un moyen de ralentir la progression myopique. De sorte que l'optique entre un peu plus dans le domaine de la pathologie, et donc du plan de soin. Dans le rapport au client-patient, c'est une révolution.

Deuxième annonce : dans la foulée de la Société Mondiale de Myopie qui vient de voir le jour, l'Institut Français de Myopie devrait ouvrir en mars 2024, afin de promouvoir la recherche clinique, l'enseignement et

l'information du public. « La myopie et ses conséquences ont été sous-estimés jusqu'en 2015, explique le Pr Tadayoni. Caractérisé par une longueur axiale trop longue et une puissance réfractive trop forte, elle est impliquée dans les cataractes précoces ou à problèmes, notamment dans le décollement de rétine post-opératoire. À partir de -5, chaque dioptrie de myopie augmente le risque de glaucome de 20% et celui de perte de vision de 30%. Mais ce n'est donc pas une fatalité : on peut prévenir ces complications en ralentissant la progression de la myopie chez les enfants, en limitant leur vision de près, en les exposant à la lumière naturelle au moins deux heures par jour, en veillant à la qualité de leur sommeil ou encore en utilisant des verres défocalisants. Plus la myopie démarre tôt plus elle va évoluer rapidement. Avec un port des verres de freination douze heures par jour, on constate 67% de ralentissement de la myopie. »

Comme l'a rappelé Emilie Derigny, directrice de la Santé Visuelle chez Essilor, plus de dix publications scientifiques majeures sont venues confirmer l'efficacité du verre de freination *Stellest*, avec un ralentissement de la progression de plus de 1,25 D au bout de quatre ans. Déjà un myope sur vingt est équipé.

L'opticien doit être particulièrement attentif aux évolutions supérieures ou égales à 0,50D par an (un

phénomène qui touche un myope sur cinq). Pour cela il doit construire un plan de visites régulières tous les six mois. Il doit en outre prendre en compte le facteur d'origine (asiatique), les antécédents familiaux, s'il s'agit d'un ancien prématuré, etc. Et rappeler aux parents toutes les mesures préventives.

Si le verre *Stellest* dispose du code LPP unifocal, en revanche l'assurance maladie ne semble toujours pas disposée à le rembourser davantage. Cependant les complémentaires santé sont là pour prendre le relais.

Si le discours du verrier reste prudent et place la démarche sous l'égide d'un ophtalmologiste prescripteur, il apparaît que la prise en charge de la myopie en tant que maladie est un sujet à même de renforcer l'autonomie coordonnée des opticiens vis-à-vis du corps médical. C'est d'ailleurs l'avis du Pr Tadayoni, pour qui la prescription d'appareillage doit être laissée aux opticiens qui sont aussi le meilleur maillage pour alerter l'ophtalmologiste en cas de myopie évolutive.

Devant l'urgence, chacun doit être à son poste. ■

NOTE

- Du 20 au 26 novembre a lieu la Semaine Nationale de la Myopie.
- ♦ Voir le site ensemblecontrelamyopie.fr

GROUPE ALL : DEPUIS 35 ANS, TOUT UN ÉTAT D'ESPRIT

35 ans de succès, ça se fête ! Mais plus encore lorsque ce succès repose sur l'engagement, la sincérité, l'indépendance, le respect de l'humain, la valorisation des missions de l'opticien, la réalité des promesses tenues. Joyeux anniversaire, Groupe all !

35 ans ! Cela fait désormais 35 ans que le Groupe all se distingue par son engagement sans faille au service des opticiens. Un engagement de conviction, reposant sur le respect de l'indépendance. Et des promesses toujours tenues.

Par l'innovation sans cesse renouvelée, le Groupe all a progressivement inventé le concept de « centrale d'achat hybride ». Afin d'obtenir les meilleures conditions d'achats et augmenter le trafic en point de vente, le Groupe de Mons-en-Barœul (59) a puissamment investi dans les hommes, les outils de communication et le digital.

Une stratégie *web-to-store* qui s'appuie sur la plateforme web « Opticiens par Conviction » : jusqu'à 180 000 pages vues chaque mois par des internautes au profil hyper qualifié. Pour les magasins, ce sont de nouveaux flux de clientèle assurés. La plateforme « Opticiens Par Conviction » est en passe de devenir le leader du secteur en termes d'informations (500 articles postés, 44 000 mots clés) et de trafic. Elle est en plus, grâce aux avis validés par Google et présents sur le site, un véritable accélérateur de notoriété au service des opticiens.

Si c'est la dynamique commerciale qui attire, c'est la compétence qui retient et assure le succès à long terme. Les opticiens all labélisés « Experts en Santé Visuelle » en savent quelque chose : si l'on en croit les avis postés sur Google, ils obtiennent une note moyenne de 4,89/5 de la part des clients, bien au-dessus des standards de la profession. Chez ces opticiens qui bénéficient d'un accompagnement spécifique, les clients apprécient tout particulièrement la qualité de l'accueil, les conseils affûtés et le suivi personnalisé.



Toutes photos © Gaëtan Lamaque / Groupe all



Nouvel axe d'engagement qui incarne bien le volontarisme du Groupe all, la démarche RSE lui a permis d'obtenir pour la première fois le Label « Enseigne Génération Responsable ». Et dans le Groupe all on compte bien progresser encore dans cette démarche essentielle. Un élément devenu déterminant au sein d'une démarche qualité portée par l'ensemble des équipes. Et qui correspond bien aux valeurs essentielles du Groupe au service de l'humain : indépendance, liberté, santé pour tous.

Pour 2024, beaucoup d'innovations au programme, issues des demandes du réseau. Et comme toujours tota-



lement individualisables au cas particulier de chaque opticien et de ses objectifs. Donner encore plus de sens et d'attractivité à l'activité, avec un renforcement de l'engagement volontaire dans la RSE, afin que le succès soit aussi pérenne que responsable.

« Rester indépendant et sincère pour réussir dans un monde qui ne l'est pas toujours », tels sont les mots de Stéphanie Dangre, Présidente du Groupe all, pour décrire l'esprit général. Au cours de la brillante soirée organisée pour fêter les 35 ans au Trianon de Paris, elle a tenu à dire sa fierté d'avoir non seulement préservé l'indépendance de l'opticien, mais avoir su faire fructifier les affaires de celui-ci tout en valorisant ses missions de santé auprès du public. Et cela dans le plus grand respect des différences, des personnalités et des histoires de chacun. « Chacun a son histoire, et chacun amène quelque chose de singulier aux autres » : c'est cela aussi, la force du Groupe all.

« Mais on aime aussi tout simplement le vent, les

arbres, les oiseaux. À ce titre on s'engage depuis plusieurs années pour l'environnement. Dans les entreprises on appelle ça "la politique RSE". Moi je préfère appeler ça tout simplement la vie. Celle qu'on veut rendre plus belle et plus responsable », a conclu Stéphanie Dangre dans son discours d'anniversaire avant de laisser place à un grand moment de jazz avec un concert privé d'Ibrahim Maalouf, devant un public très nombreux, chaleureux et conquis. ■

+ www.groupeall.fr



HENRY JULLIEN, LE HAUT DE GAMME À LA FRANÇAISE, EST SAUVÉ

L'histoire de L'Amy ressemble depuis vingt ans à une descente aux enfers qui se solde aujourd'hui par sa fermeture définitive. Entrée dans le groupe en 2017 à la suite de ses propres difficultés, la Maison Henry Jullien, spécialiste du laminé or, vient quant à elle de trouver acquéreur auprès d'un groupe italien le 22 septembre dernier. Enfin une bonne nouvelle !



De gauche à droite : Karine Pelissard (déléguée du personnel), Céline Badinier (chef de marque et membre du comité de pilotage nommée par l'administrateur pendant le redressement judiciaire), Eva Fulchir (CEO du groupe iVISION TECH), Stefano Fulchir (CEO du groupe iVISION TECH et frère d'Eva)

Le 20 juillet dernier la liquidation judiciaire de L'Amy Luxe était prononcée par le tribunal de commerce de Lons-le-Saunier (Jura). Après une descente aux enfers de près de vingt ans, le lunetier qui fut, faut-il le rappeler, leader mondial de la lunetterie, jetait finalement l'éponge. Déjà placées en redressement judiciaire au printemps 2020, les sociétés L'Amy et Henry Jullien Manufacture avaient été sauvées in extremis par une nouvelle société dirigée par Dominique Alba, baptisée L'Amy Luxe. Outre la licence McLaren, L'Amy Luxe comptait dans son portefeuille des marques de prestige telles que Cerruti, Sonia Rykiel, Kenzo, New Balance, Chris Craft, Miraculous, Ernest et Célestine, Paddington... Un redémarrage prometteur.

D'autant qu'après son rachat par L'Amy Luxe en 2017, Henry Jullien, après une première défaillance, voyait son avenir s'éclaircir. Pour autant la concentration internationale (fusion Essilor Luxottica), qui s'ajoute à la reprise des grandes griffes par Kering et Thélios, ne laisse plus beaucoup de place aux lunetiers traditionnels. Restructurer les collections et additionner de nouvelles marques ne suffit plus à constituer une stratégie industrielle de longs termes. Et la pandémie mondiale du Covid ne va rien arranger.

Ce qui ressemblait à un sauvetage ne sera finalement qu'un sursis. L'Amy Luxe vient de fermer définitivement ses portes. Un coup de tonnerre pour l'ensemble de la filière, dans un paysage déjà dévasté. Leur espoir dans ce carnage industriel : placée en redressement judiciaire, la Maison Henry Jullien vient d'être rachetée par un groupe italien, iVision Tech.

iVision Tech, basé à Milan, est une PME familiale qui a déjà racheté l'usine Safilo et repris 150 personnes en octobre 2020. Il est spécialisé dans les montures acétate pour des griffes haut de gamme et travaille pour de grands noms de

la lunetterie française. C'est lui que le tribunal de commerce a choisi, afin de sauvegarder un savoir-faire centenaire unique, mais aussi pour relancer un véritable pôle métal en France.

Henry Jullien, fleuron du luxe à la française, spécialiste du doublé or laminé, va pouvoir poursuivre l'activité après le combat acharné des salariés, malmenés par une direction qui n'a pas hésité à fermer précipitamment le site L'Amy Luxe de Morez. Ce qui n'a pas empêché les équipes d'assurer les commandes et le SAV, même en l'absence de service client.

Fondée en 1921, forte d'une centaine d'années d'histoire, Henry Jullien se distingue sur le marché international de la lunetterie pour avoir développé au fil des ans un savoir-faire incontesté dans la fabrication de montures en doublé or laminé. Symbole de perfection, chaque monture est conçue, fabriquée et assemblée à la main par des artisans hautement qualifiés, suivant un processus très rigoureux.

Grâce à cette opération, iVision Tech récupérera des actifs majeurs de la société historique française, dont la marque "Henry Jullien" ainsi que le stock de produits semi-finis et finis actuellement en stock et le savoir-faire en conception.

« L'acquisition de la prestigieuse marque Henry Jullien permet à iVision Tech d'ajouter au Made in Italy l'important élément du Made in France. De cette manière, d'une part, nous ajoutons à la production B2B également un produit fini avec une identité claire et établie sur le marché français, et d'autre part, nous renforçons notre positionnement stratégique dans les territoires emblématiques de la lunetterie reconnue mondialement », a notamment déclaré Stefano Fulchir, CEO d'iVision tech. ■

+ www.ivisiontech.eu

“

**HENRY JULLIEN :
LA RENAISSANCE DU
LUXE À LA FRANÇAISE**

”

france-optique

Votre Nouvelle Édition arrive !

Sortie prévue pour le SILMO 2023



Pour tous renseignements, contactez-nous : Tél. 01 43 53 53 47/48 - Fax 01 43 53 53 45 - contact@france-optique.com

www.france-optique.com

DROIT DE REGARD

En quelques années, la France est passée d'un État solidaire dont l'efficacité reposait en grande partie sur ses services publics à un État éborgneur qui ne tolère aucune contestation dans sa mise en place d'un apartheid social de plus en plus manifeste. Sa violence lui vaut d'être désormais classée dans les « démocraties défaillantes ». Mais chut. On est prié de détourner le regard.



© Unsplash

Dans un de ces petits livres géniaux dont il avait le secret intitulé *La Place du regard* (L'Amourier, 2022), Bernard Noël rapporte un événement qui a marqué la fin de la Commune de Paris. Tandis que la troupe emmenait vers les camps de Versailles les communards faits prisonniers à travers les boulevards parisiens, certaines bourgeoises des beaux quartiers utilisèrent la longue épingle qui maintenait ensemble chignon et chapeau pour leur crever les yeux, « sous les rires et les applaudissements ».

En 2019, le Professeur José-Alain Sahel et plus d'une vingtaine d'éminents ophtalmologistes publiaient une tribune pour demander un moratoire sur l'usage des LBD dans le maintien de l'ordre. L'obstination du gouvernement à poursuivre dans cette doctrine de violence fait désormais classer notre pays dans la catégorie des « Démocraties défaillantes » ! La systématisation de la stratégie d'éborgnement envoie un message clair à tous les opposants du régime : ne venez pas y regarder de trop près.

Cette entorse à ce droit de regard qui est pourtant l'essence même de la république s'accompagne de nombreuses atteintes au droit de manifester, au droit syndical ainsi qu'au droit de la presse. Les perquisitions, surveillances et gardes à vue illégitimes se multiplient chaque jour un peu plus. La « garde à vue », c'est

précisément ce qui s'oppose au « droit de regard ». Qui voit prend le pouvoir. L'œil est ainsi le premier siège du politique.

On se souvient du panoptique de Bentham décrit par Michel Foucault dans *Surveiller et punir* : une prison circulaire où le gardien, placé au centre, peut observer l'ensemble des prisonniers dans leur cellule alors que ceux-ci ne peuvent pas le voir. Dans ce dispositif, les prisonniers se comportent alors comme s'ils étaient vus en permanence, même en l'absence du gardien. Car le plus difficile à supporter pour un détenu, ce n'est pas la porte verrouillée : c'est le judas par lequel on l'observe.

Le panoptique était en gros le système d'autocontrôle qui a prévalu dans la société d'abondance : le conformisme suffisait à l'équilibre de la société, même en l'absence de surveillance. Ce n'est plus vrai. Avec la fracturation à l'infini du corps social en communautés de plus en plus complexes, ce système d'autocontrôle ne fonctionne plus. Dès lors la tentation d'un État fort, visible et ostentatoirement disciplinaire, réparaît. C'est ce à quoi l'on assiste un peu partout dans le monde. Avec son pendant : si le religieux et l'identitaire font si bruyamment retour, avec tous les excès qu'on leur connaît, c'est qu'ils représentent tous deux une tentative désespérée de remailler cette unité perdue.

Aujourd'hui la violence d'État veut être vue pour être crainte et respectée. Plus question de s'en cacher. Depuis la loi Cazeneuve de 2017, le refus d'obtempérer équivaut à une exécution publique. Aucune désobéissance civile ne sera plus tolérée.

Pourtant, si les journalistes sont empêchés, les mots javellisés et la politique réduite aux « petites phrases », les gens regardent, effarés, ce que leur rêve de société libre, égalitaire et fraternelle est devenue. Ce rêve dans lequel ils ont été éduqués. Ce rêve auquel ils ont cru dur comme fer, et que désormais il faudrait considérer comme naïf, dépassé, incapable d'être autre chose que la chronique de sa fin annoncée.

Que voit le regard ? Un ordre social conforme à ce que nous avons appris à nommer. En général la réalité se situe dans l'ombre de ce dispositif. D'où le recours aux poètes, aux philosophes, dont le regard porte plus loin. Mais qui lit encore les poètes, les philosophes ? Or quand la langue s'appauvrit, ce sont les choses qui s'appauvrissent. On ne voit plus rien. La nuit tombe. De sorte que la vision ne doit pas se contenter d'un simple donné, elle doit être complétée : par une clairvoyance.

« Voir nous met en situation d'éclaircie, et dans cette clarté l'ordre forcément se défait », écrit Bernard Noël. L'œil est l'organe révolutionnaire : celui par lequel arrive la nouveauté, l'inaperçu, l'inattendu. Raison pour laquelle le droit de regard est le plus imprescriptible de tous. ■

“ L'ŒIL EST L'ORGANE RÉVOLUTIONNAIRE ”



CLM Éditeurs

NOUVEAUTÉ

« CET OUVRAGE EST UNE BOUSSOLE POUR LES TEMPS QUI S'ANNONCENT. POUR AU BOUT DU COMPTE REDONNER DE LA VISIBILITÉ POUR L'ESPRIT ET DU CHAMP POUR L'ACTION. »



www.edition-optique.fr

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

BLACKFIN Atlantic



“
BLACKFIN :
LE RAFFINEMENT
ET L'AUDACE
”

30

Entièrement fabriquées en Italie au siège écoconçu de Black Shelter, selon les directives éthiques du Neomadeinitaly, les lunettes Blackfin allient design et fonctionnalité dans une représentation raffinée et audacieuse de l'ingéniosité et du style.

La quête de perfection du design de Blackfin trouve dans cette collection un nouveau champ d'expression, démontrant une fois de plus la capacité d'innovation de l'entreprise dans le monde de la lunetterie.

Une symbiose parfaite entre design innovant, artisanat et technologie, qui contribue à redéfinir les standards esthétiques et fonctionnels de l'expérience optique avec esthétique et fonctionnalité.

La collection Blackfin Atlantic marque notamment

un tournant important. Inspirés par un look british affirmé, les nouveaux modèles arborent de grands volumes sans perdre la légèreté qui les caractérise, grâce à l'utilisation du titane.

Les modèles de la série Atlantic sont usinés dans un seul bloc de titane de 3 millimètres, ce qui confère à la monture une incomparable sensation de solidité. Les formes biseautées apportent un aspect gracieux et épousent parfaitement tous les visages. Les branches qui ont fait l'objet d'un brevet innovant permettent de régler l'angle pantoscopique, ce qui garantit un ajustement parfait à tous les visages, sans compromettre l'esthétique. Un produit signature qui incarne tout le savoir-faire de Blackfin. ■

www.blackfin.eu



31



SWAROVSKI

toutes les formes du Luxe

À travers son association avec EssilorLuxottica, Swarovski a déployé toutes les formes, toutes les audaces du luxe. Sous la direction créative de Giovanna Engelbert, la nouvelle collection s'inspire des gammes de bijoux les plus emblématiques de Swarovski, avec cette maîtrise toute particulière de la lumière, du facettage et de la couleur de la marque.

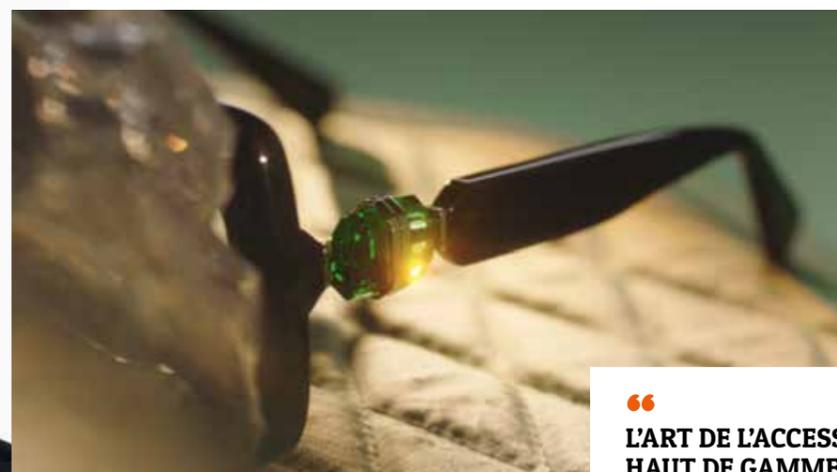
La gamme de lunettes est dévoilée autour d'un somptueux visuel réalisé par Steven Meisel, photographe de mode acclamé par la critique, qui met en lumière une paire de lunettes de soleil vertes inspirée de la gamme de bijoux Lucent, associée aux bijoux verts coordonnés Millenia.

« Nous sommes ravis d'offrir à nos clients du monde entier un nouvel assortiment de lunettes qui célèbre l'expression de soi et apporte de la joie à l'art de l'accessoirisation », a déclaré Giovanna Engelbert. ■

+ www.essilorluxottica.com
+ www.swarovski.com



Réf. OSK7011 40015B



“ L'ART DE L'ACCESSOIRISATION
HAUT DE GAMME ”



Réf. OSK6006 100187



Réf. OSK6014 10376Q

Tendances automne-hiver : à toutes allures!

La grande rumeur de la saison automne-hiver, c'est le retour en fanfare de l'accessoire. Mais attention : pas n'importe lequel. Du volume XXL, porté avec désinvolture. Du glam cool. Cette année la mode se veut détachée, comme affranchie du jeu social et de son théâtre. On laisse les injonctions au placard. On n'en fait qu'à sa tête. Du show off peut-être, mais un show off portable, qui ne néglige pas l'aspect pratique. On remet l'objet à sa juste place. Et s'il est équitable, c'est carrément un plus.

Les solaires mènent le bal des élégances et sont en pointe dans ce grand retour de l'accessoire. Elles sont désormais considérées comme des bijoux à part entière. Bien entendu elles n'ont plus aucun rapport avec la période estivale ni la protection UV : on les porte le soir, sous les lasers et les stroboscopes

“ LE GRAND RETOUR DE L'ACCESSOIRE ”

des grandes fêtes urbaines. Cette évolution stylistique, il faut la comprendre et se l'approprier, afin que l'opticien ne passe pas à côté. Et l'art consistera à transférer aux lunettes optiques tout le signifiant dont les solaires sont aujourd'hui si favorablement dotées.

Avec le réchauffement climatique on observe aussi le retour de la mode du chapeau ; utilitaire l'été, ce qui n'exclue pas le style, pur accessoire pour les autres saisons. Mais ce retour du chapeau signifie stylistiquement bien plus : la tendance de la mode à renforcer le haut de la silhouette.

Car ce retour des chapeaux augure surtout de la place éminente que prennent désormais, dans la construction d'une allure générale, les lunettes over-size. C'est, pour tous les créateurs lunetiers, une excellente nouvelle.





↑
EXALTO
+ www.oxibis-group.com



↑
JOOLY
www.oxibis-group.com +



↑
DILEM
+ www.oxibis-group.com



↑
JOHN LENNON
www.knco.fr +



↑
FRANÇOIS PINTON
+ www.knco.fr



↑
MOREL
www.morel-france.com +



↑
MOREL
+ www.morel-france.com



↑
DE STIJL
+ www.eurovisie.com



RYE&LYE

+ www.imagine98.it



KIRK & KIRK

+ www.kirkandkirk.com



KIRK & KIRK

+ www.kirkandkirk.com



CLÉMENCE & MARGAUX

+ www.lunettes-cco.fr



CHLOÉ

+ www.keringeyewear.com

Ray-Ban Meta : la première lunette intégrant l'IA

Le 27 septembre dernier, EssilorLuxottica présentait la nouvelle génération de lunettes connectées Ray-Ban Meta. La nouvelle collection propose les toutes premières lunettes connectées équipées d'une intelligence artificielle capables de retransmettre en direct sur Instagram ou Facebook. Elles disposent aussi d'une caméra de meilleure qualité (celle-ci passe de 5MP à 12 MP), de systèmes audio et microphone plus développés, le tout associé à une application repensée et plus intuitive, ainsi qu'un étui de chargement élégant.

La collection Ray-Ban Meta est disponible à la vente depuis le 17 octobre dans les magasins Ray Ban, sur Ray Ban.com et Meta.com ainsi que dans certaines boutiques du groupe notamment LensCrafters, Sunglass Hut, Salmoiraghi & Viganò, ou encore à travers les opticiens partenaires d'EssilorLuxottica.



RAY-BAN

+ www.essilorluxottica.com



↑
NUXE
+ www.myseaportodlm.com



↑
ARNETTE
+ www.essilorluxottica.com



↑
WILLIAM MORRIS
+ www.designeyeweargroup.com



↑
FACE À FACE
+ www.designeyeweargroup.com

Le groupe SEAPORT ODLM est fier d'annoncer un accord exclusif avec les marques **NUXE** et **Vanessa Bruno** pour la création, le développement et la distribution mondiale de lunettes optiques et solaires. Présentées en avant-première lors cette édition du Silmo à Paris, les collections seront commercialisées dès la fin de l'année



↑
VANESSA BRUNO
+ www.myseaportodlm.com



↑
PHILIPP PLEIN SPORT
+ www.derigo.com



↑
PORSCHE DESIGN
+ www.derigo.com



↑
GUCCI
+ www.keringeyewear.com

↑
BALENCIAGA
+ www.keringeyewear.com



↑
GÖTTI EYEWEAR
www.gotti.ch +



↑
GÖTTI EYEWEAR
+ www.gotti.ch



↑
LIGHTBIRD
www.lightbird.it +



↑
MAJE
+ www.adcl.fr



↑
MAJE
www.adcl.fr +



SBRUSSET A&D
www.sbrusset.com +

Silmo d'or innovation technologique

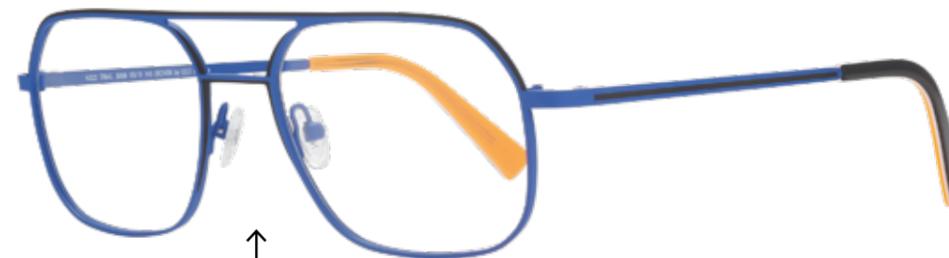
La **Meyro-nde** a été développée en partenariat avec Meyrowitz et la société Visage, et s'appuie sur un scan extrêmement précis, boosté à l'IA qui permet de comprendre parfaitement le visage, et de générer un fichier de monture totalement sur mesure. Cette monture est imprimée en 3D titane, en une seule pièce. La maîtrise fine de la génération du fichier permet sans charnières, vis, colle, nylon, de fournir un confort optimal, et une tenue parfaite du verre... Titane pur, ou plaqué de métal précieux.



La solution **Boottle Glass**, est un ensemble composé d'une presse à injecter manuelle, d'un broyeur de matériaux, et d'un moule imprimé en 3D, permettant aux opticiens, en boutique, de broyer des bouchons de bouteilles en plastique, et d'injecter une monture complète de dépannage pour leur client. C'est la solution de production la plus locale possible, à partir de matériaux à recycler sur place.



SBRUSSET A&D
www.sbrusset.com +



NINO
www.lunettes-cco.fr +



PAPRIKA
www.lunettes-cco.fr +



J.F. REY
www.jfrey.fr +



J.F. REY
www.jfrey.fr +



FLAIR
www.flair.de +



MONCLER LUNETTES
+ www.marcolin.com



SNOB MILANO
www.snobmilano.com +



SNOB MILANO
+ www.snobmilano.com



KOMONO
www.komono.com +



ODEEH x NEUBAU
www.neubau-eyewear.com +



PLEIN LES MIRETTES
+ pleinlesmirettes-lunettes.com



PLEIN LES MIRETTES
pleinlesmirettes-lunettes.com +

REJOIGNEZ LE CLUB ESSENTIEL



Des offres de prestige
spécialement réservées à nos abonnés
Tél. 01 71 73 42 42

48

Rejoignez le Club : pour accéder tous les mois aux offres du Club Essentiel, abonnez-vous au magazine L'Essentiel de l'Optique, le magazine conseils de toute la filière optique.

Oui je souhaite souscrire à l'OFFRE CLUB à 120 €, avec inclus un abonnement de 2 ans (20 numéros) au magazine L'Essentiel de l'Optique.

Nom/Prénom

Enseigne

Adresse

CP/Ville

Tél.

e-mail

Règlement : par chèque à "CLM Communication"
BP 90018 • 91941 Courtabœuf cedex • France

Votre contact : Didier Gaussens
Tél. 06 68 26 39 05 • d.gaussens@clm-com.com
www.clm-com.com

Spectacle musical

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Après 12 ans de tournée mondiale dans les villes comme Madrid, Barcelone, Milan, Tokyo, etc., le quatuor revient sur scène et cette fois-ci sur la scène de Bobino à Paris ! Avec le spectacle *Maestrissimo*, le quatuor continue d'oser le mélange des genres et réinvente la façon de concevoir la musique classique en la fusionnant avec d'autres styles musicaux.

À travers la musique de quatre grands musiciens, le spectacle passe en revue certains moments de fusion de musique classique avec d'autres styles de musique, créant une variété de concerts amusante et surprenante. Toujours dans un esprit déjanté, ce spectacle familial ravira les fans de musique classique, rock, ou encore de musique pop.

Un spectacle hilarant pour tout public interprété avec brio par un quatuor inégalable.

Réservations

Pour nos abonnés, vos invitations
gratuites au 01 71 73 42 42

Billetterie payante au 01 43 27 24 24
et <https://bobino.fr>

Offre valable pour le mois en cours. Dans la limite des places/stocks disponibles. Deux invitations/dotations par magasin ou société, non cessibles.

Seul en scène

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Seul en scène pour la première fois, retrouvez Philippe Lellouche dans un rapport intime avec le public. Un spectacle drôle et réconfortant de nostalgie heureuse où il partage avec autodérision ses souvenirs d'enfance, ses émois amoureux et bien sûr ses névroses.

Après 15 ans de triomphe au théâtre, Philippe Lellouche vous propose un voyage dans le temps dans *Stand Alone*. Un moment de bonheur assumé dont nous avons tous besoin.

Le spectacle sera au Théâtre de la Madeleine du 2 décembre au 27 janvier 2024. Les vendredis et samedis à 19h. Et en tournée en France

Réservations

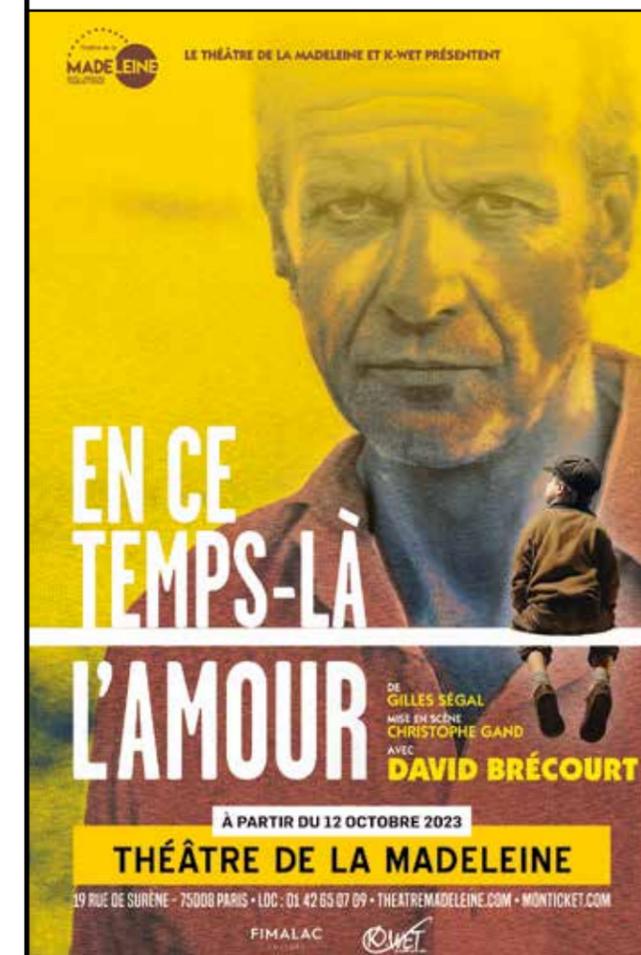
Pour nos abonnés, vos invitations
gratuites au 01 71 73 42 42

Billetterie payante au 01 86 47 23 71
et www.theatre-madeleine.com

Offre valable pour le mois en cours. Dans la limite des places/stocks disponibles. Deux invitations/dotations par magasin ou société, non cessibles.

Théâtre

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Parce que c'est un devoir de mémoire. Parce que personne ne doit oublier. Parce que la transmission et l'amour sont plus forts que tout.

Z. vient tout juste d'être grand-père. Il se décide à enregistrer pour son fils, sur bandes magnétiques, un souvenir gravé à jamais dans sa mémoire. Sa rencontre avec un père et son jeune garçon dans le train qui les conduisait aux camps de la mort. Le temps du trajet, ignorant le chaos qui s'installe de jour en jour dans le wagon, ce père va profiter de chaque instant pour transmettre à son fils l'essentiel de ce qui aurait pu faire de lui un homme. La pièce est séquencée en 7 chapitres pour les 7 jours du trajet du train. 7 jours comme la création du monde, un monde que ce père refuse de voir s'effondrer. L'incroyable poésie et l'humour qui se dégagent de ce texte donnent à la pièce une force et une émotion d'une rare intensité. Après avoir obtenu le Prix de la presse du *Meilleur Spectacle au festival Off d'Avignon 2021* sur plus de 1300 spectacles, découvrez la pièce à ne pas rater...

Réservations

Pour nos abonnés, vos invitations
gratuites au 01 71 73 42 42

Billetterie payante au 01 86 47 23 71
et www.theatre-madeleine.com

Offre valable pour le mois en cours. Dans la limite des places/stocks disponibles. Deux invitations/dotations par magasin ou société, non cessibles.

49

> 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 Cabirol** au 06 71 95 19 73 ou par mail martine.cabirol@gmail.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.



SILMO PARIS	29 sept. au 2 oct. 2023	Paris Villepinte – France	+ www.silmoparis.com
IOFT	10 au 12 octobre 2023	Tokyo – Japon	+ www.fashion-tokyo.jpz
POZNAN OPTICAL	20 au 22 octobre 2023	Poznan – Pologne	+ https://targioptyka.pl/en
HK OPTICAL FAIR	8 au 17 novembre 2023	Wanchai – Hong Kong	+ hktdc.com/event/hkopticalfair
SILMO ISTANBUL	23 au 26 novembre 2023	Istanbul – Turquie	+ silmoistanbul.com
OPTI	12 au 14 janvier 2024	Munich – Allemagne	+ www.opti.de/en
MIDO	3 au 5 février 2024	Milan – Italie	+ www.mido.com
100% OPTICAL	24 au 26 février 2024	Londres – Royaume-Uni	+ www.100percentoptical.com



CAROLINA HERRERA
EYEWEAR

NOUVEAU

Varilux® XR series™



Le premier verre Varilux®
conçu avec l'intelligence
artificielle comportementale*



essilor

*Les verres ophtalmologiques Varilux® sont des dispositifs médicaux de classe I constitutifs d'un produit de santé qui porte, au titre de cette réglementation, le marquage CE. Verres remboursables par les organismes d'assurance maladie, sur présentation préalable d'une prescription médicale. Ils doivent être montés dans des montures ophtalmiques par des opticiens qualifiés. Consultez les éventuelles instructions figurant sur l'étiquetage du produit. Varilux® est une marque déposée de la société Essilor International - Essilor International, SAS au capital de 277.845.100€, 147 rue de Paris- 94220 Charenton-le-Pont-RCS Créteil 439 769 654 - Sept. 2023 Montures : Persol