

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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

N°265 ■ JUIN 2024



HACKETT
N°14 SAVILE ROW
EYEWEAR

8,50€ • ISSN 1287-3160 • N°265 • JUIN 2024



SILMO
Paris.2024
20>23 SEPT

CLIQUEZ ICI



POUR S'INSCRIRE
AU SILMO PARIS



LOOK

IS MORE

lookocchiali.it



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 38
expansion@audiopic.fr



Découvrez plus de
100 opportunités
d'ouvertures de
magasins.

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°265

JUIN 2024

06
LA TRIBUNE
Santé visuelle : penser global

08
COEUR DE CIBLE
Les 4 « 0 » : vers de nouvelles
synergies



10
LE POINT DU MOIS
Opticiens : où en est le métier ?

16
PROFESSION
**KRYS GROUP : relocalisation,
OFG, RSE**

18
VIE SYNDICALE
Jean-François Porte élu
à la présidence du ROF

20
DISTRIBUTION
Optique Lafayette : défense du
pouvoir d'achat et accessibilité

24
ASSURANCE
Itelis : aider les salariés
des entreprises à y voir clair

27
ABONNEMENT
L'Essentiel chez vous

28
**LES TABLES RONDES
DE L'ESSENTIEL, PAR DE RIGO**
Comment les innovations
impactent-elles la filière

32
MANAGEMENT
Des vacances profitables

34
CONTOURS DE LA MODE
Les Élégantes



46
CULTURE
Revenir aux forêts

48
LE CLUB ESSENTIEL
Toutes les offres Club du mois
réservées à nos abonnés

50
ANNONCES & AGENDA
Les événements de l'optique

www.essentiel-optique.com

SANTÉ VISUELLE : PENSER GLOBAL



© Envato

“ C’est un homme de dialogue qui vient d’être élu à la présidence du ROF (Rassemblement des Opticiens de France), le jeudi 23 mai dernier, en la personne de Jean-François Porte (Edgard Opticiens). Nul doute que celui-ci saura trouver avec son homologue de la FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France), Hugues Verdier-Davioud, lui aussi récemment élu, ces dénominateurs communs qui seuls permettront de bâtir un avenir souhaitable pour toute la profession.

L’occasion peut-être de nouvelles pratiques syndicales, moins systématiquement conflictuelles, à même de rapprocher les opticiens de leurs représentants. L’heure y est particulièrement propice. Considérant le grand contexte, on constate en effet qu’à bien y regarder chaque acteur constitue une solution pour les autres, bien plus qu’un obstacle.

Ne balayons pas trop vite cette idée au prétexte de naïveté ; et regardons-y de plus près. Quelle est la situation ? L’ampleur des réformes subies, le plus souvent sans concertation, qui se sont abattues sur l’optique depuis vingt ans (celles-ci commencent en gros avec l’apparition des réseaux), a eu pour effets le repli du secteur dans une attitude purement défensive. Avec deux conséquences néfastes : non seulement le métier a perdu la main sur son propre destin, mais il a du mal à sortir d’une pensée en silo où, trop préoccupé par la mise en place de ces réformes incessantes, il n’a pas vu que l’époque était à présent à la pensée en réseau, à l’organisation en écosystème, à

la coordination transdisciplinaire avec une multitude d’acteurs extérieurs. Cette capacité relationnelle à s’ouvrir pour se coordonner avec d’autres spécialités, autour d’un langage commun et de stratégies efficaces, est désormais un point majeur pour l’évolution du métier.

Autant dire que les anciens réflexes corporatistes sont à oublier et que les intérêts de courts termes sont à dépasser. Prenons la ligne de front ophtalmologistes/opticiens. Si les ophtalmologistes ne veulent pas assister impuissants au développement anarchique de la télémédecine, alors il leur faut faire un pas de plus en faveur de la délégation de tâche. Comprenant que le technicien supérieur dispose d’une expertise en soi, bien différente de celle du médecin spécialiste qu’ils sont, absolument autonome et non hiérarchisable, ils doivent sortir de cette vision purement « délégitaire » pour concevoir avec leurs partenaires naturels que sont les opticiens une véritable coordination des actes de prise en soin. L’accès à la santé visuelle, objectif poursuivi par les Pouvoirs publics, est ainsi garanti selon la théorie des cinq plots d’âge que la FNOF propose depuis des années.

Au plan de la distribution, la ligne de partage ne se fait déjà plus depuis longtemps entre opticiens indépendants et opticiens sous enseigne. D’abord parce qu’il s’agit de deux modes d’exercice d’un même métier, mais surtout parce que les principaux opticiens du marché opèrent simultanément sur chacun de ces deux tableaux. Il n’y a donc pas lieu de s’affronter sur le mode

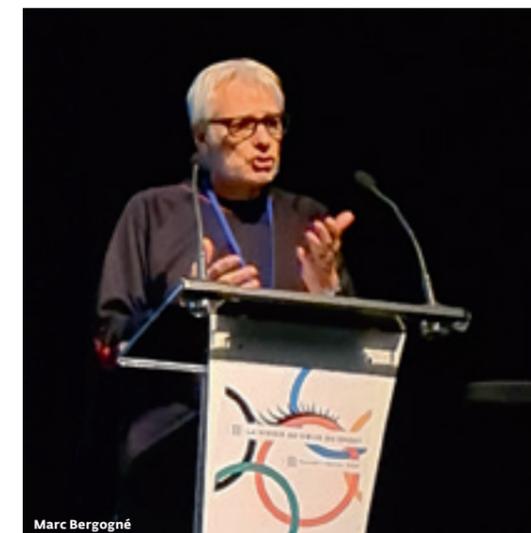
de distribution, mais au contraire de s’entendre sur les besoins des populations et des meilleurs moyens d’y répondre. Plus encore : les enseignes poursuivent toutes une stratégie d’augmentation de leur parc, à l’heure où les Pouvoirs publics veulent en faire chuter le nombre, jugé non pertinent. Pour le rendre acceptable, il faudrait pouvoir tirer parti de ce maillage au plan sanitaire. D’autant qu’avec l’épidémie de myopie le métier évolue : l’opticien doit proposer davantage de dépistage et un suivi dans un véritable plan de traitement. Cela signifie que les enseignes ne pourront continuer à augmenter le nombre de leurs magasins que si elles militent elles aussi pour une prescription directe chez l’opticien et des prérogatives élargies, dans la perspective de favoriser l’accès à l’équipement. De même, elles ne pourront absorber les baisses de prix que si elles font payer les prestations.

De sorte que toutes les planètes commencent à s’aligner : accès direct à l’opticien, coordination fluide avec l’ophtalmologiste et l’orthoptiste, champ d’activité étendu pour l’opticien, comprenant la prescription simple, le plan de suivi et la rémunération des prestations. C’est désormais de l’intérêt de tous.

Quant aux OCAM, elles ont également un rôle éminent à jouer. Elles se trouvent confrontées à un paradoxe : jusqu’où faire baisser les prix, sachant que les contrats sont souvent choisis en fonction des garanties optiques ? Le maintien d’un certain standard de qualité est pour elles un enjeu essentiel. Le rôle d’encadrement tarifaire ne suffit donc pas, on est certainement au bout de cette logique. Information, prévention, dépistage en

DISPARITION

Grande tristesse d’apprendre, le 27 mai dernier, la disparition de Marc Bergogné. Ce grand professionnel a été de tous les combats syndicaux menés pour le bien collectif de la filière et du métier d’opticien.



Marc Bergogné

Membre de la Fédération Française de moto, il militait pour des contrôles visuels systématiques pour chaque compétition. Et son magasin était la référence en matière de vision du sportif. Très investi à l’ASNAV comme à la FNOF dont il était administrateur, il était également fondateur du CNOF, Collège National des Opticiens de France, au côté de Pierre Guertin, pour faire évoluer la formation. Chacune de nos rencontres était placée sous le signe de la bonne humeur, avec cette complicité naturelle qui ressemblait fort à une amitié sincère.

À sa famille, à ses proches, à ses collègues, j’adresse, en mon nom comme en celui du magazine, mes plus sincères condoléances. ■ G.L.

entreprise, meilleur fléchage, contribution à la simplification du parcours en santé visuelle : des initiatives se préparent, qui transforment les assureurs en véritables acteurs du soin.

Au centre, le patient-consommateur-assuré ne peut que bénéficier de cette nouvelle configuration. Si l’on part vraiment de ses besoins, alors tout s’éclaire, les conflits ancestraux se transforment en collaboration et les anciennes lignes de front en réseaux pertinents. ●●

Gérard Larnac

Directeur de la rédaction ● gerard.larnac@gmail.com

LES 4 “O” : VERS DE NOUVELLES SYNERGIES

Le temps est à l'invention de nouvelles coordinations, de nouvelles synergies. Après avoir longtemps coexisté sous le signe du conflit et de la défiance, les quatre piliers du système de santé visuelle, opticiens, orthoptistes, ophtalmologistes, OCAM, vont-ils réussir à constituer un horizon commun à partir de l'évolution des besoins des Français ?

photos © Envato



L'esprit du temps fait parfois plus pour les hommes que les hommes eux-mêmes, trop empêtrés dans les dimensions conflictuelles de leurs rapports sociaux et les contradictions que celles-ci ont fatalement fait naître.

Ainsi, si les 4 « O » (Opticiens, Orthoptistes, Ophtalmologistes, OCAM) s'en étaient tenus à déployer l'ensemble de leurs compétences complémentaires à partir du seul intérêt du patient-client-assuré, le système serait autrement plus vertueux : et la question de l'accès de tous partout, tant au produit par le prix qu'au prescripteur par des délais tolérables, serait réglée depuis longtemps.

L'organisation en réseau, bien plus efficace, aurait jeté à bas les anciennes citadelles corporatistes et les hiérarchies d'un autre âge. En effet on peut se demander en quoi un docteur en médecine spécialisé en ophtalmologie doit-il autoritairement délimiter le champ d'activité d'un technicien supérieur spécialisé dans la préconisation et la réalisation d'un équipement optique. Or c'est le monde de l'ophtalmologie qui a tenu la plume pour la rédaction du référentiel du BTS.OL, lui qui a bridé l'évolution de la formation, lui qui a dessiné les contours du métier d'opticien. Avec ses conséquences « marché » : c'est particulièrement le cas dans le domaine de la contactologie.

“
**VERS LA CONSTITUTION
 D'UN ÉCOSYSTÈME
 COMPLET DE SANTÉ
 VISUELLE ?**
 ”

Contrairement à ce que l'on aurait pu penser, les contraintes économiques et réglementaires qui ont singulièrement compliqué l'activité quotidienne au cours de ces dernières années n'ont pas réussi en tant que telles à souder les différents acteurs entre eux, pas plus qu'elles ne les ont incité à inventer de nouvelles synergies au profit du public. Au contraire, les camps n'ont cessé de se retrancher un peu plus dans des attitudes de franche opposition, pour ne pas dire d'hostilité. L'option orthoptiste a été choisie par les ophtalmologistes, transformant une profession libérale en salariat qui a perdu là son autonomie. Au mépris des réalités : les orthoptistes ne déploient pas ni la prévention, ni le soin sur le territoire, puisqu'ils sont rattachés à un

cabinet. S'ils ne facilitent pas l'accès des Français, en revanche ils participent allègrement à l'industrialisation de la santé visuelle dans les centres d'ophtalmologie et à l'allégerance de leur propre profession. Leur périmètre d'activité s'est agrandi à proportion de leur sujétion contre-nature au pouvoir médical. Au final, qu'ont-ils gagné ? D'être les petites mains d'un basculement historique qui est en train de faire muter le soin vers une logique productiviste dont on voit chaque jour, à l'hôpital par exemple, l'étendue des désastres.

En dépit de la désorganisation actuelle du soin en France, chaque acteur constitue la réponse au problème des autres : une articulation efficace des 3 « O » fait le jeu du 4^e, l'OCAM, en réduisant les coûts. Les opticiens, en étant le seuil accessible partout permettant l'entrée de tous les publics dans le système de soin visuel, résout les problèmes simples d'accès immédiat au bien-voir et



réfère à l'ophtalmologiste dans une véritable pratique de prévention et de dépistage (les résultats à cet égard sont déjà significatifs partout où la télé-expertise a été déployée). Ce faisant ils participent à la baisse de l'accidentologie (donc favorable aux assureurs), à la hausse de la productivité en entreprise (donc favorable à la croissance économique), au ralentissement de la dégénérescence chez la personne âgée (et donc favorable à l'économie de la santé). C'est un cercle vertueux.

Mais c'est avec la notion de RSE qu'une nouvelle étape peut être franchie dans la constitution d'un véritable écosystème de prise en charge de la santé visuelle. De même que pour la traçabilité, il s'agit d'une notion transverse qui concerne l'ensemble des acteurs de la chaîne, en amont comme en aval. De sorte que les acteurs doivent mécaniquement repenser leur mode de relations sous l'angle de la solidarité, de la fluidité et de la transparence.

Désormais il n'est plus concevable de travailler dans un champ autonome ni dans une attitude surplombante. Tous les champs sont au contraire interreliés et déhiérarchisés. L'importance grandissante des expérimentations régionales remet un peu d'imagination dans le système. Ainsi se créent aujourd'hui les conditions d'efficacités nouvelles, imposant des relations inédites. Ce nouveau stade de relation repose sur l'idée de dénominateurs communs, d'intérêts partagés en responsabilité, d'actions transversales mettant fin aux stratégies en silo.

La promesse concrète de nouvelles synergies. ■

OPTICIENS : OÙ EN EST LE MÉTIER ?

En ce mois de juin 2024, où en est l'optique et ses perspectives d'évolution ? Balayant un large spectre, notre Point du mois vous propose ce mois-ci un portrait en mouvement de votre profession. Sans langue de bois. Rencontre avec Hugues Verdier-Davioud, président de la FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France).



Hugues Verdier-Davioud – Président de la FNOF

Baisse du pouvoir d'achat, difficulté de recrutement, remboursement des Prêts garantis par l'État (PGE) mis en place à l'occasion de la pandémie COVID arrivés à échéance : le marché, en dépit de sa dynamique interne, demeure tendu par l'accumulation d'effets différés.

Pour autant la vie syndicale demeure animée. Alors que la FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France), trouve quelques échos auprès de quelques parlementaires avec son courrier évoquant la conformité et la *blockchain*, seule solution à même de garantir la transparence et la traçabilité dans un cadre éthique compatible avec la réglementation en la matière, le ROF (Rassemblement des Opticiens de France) ne trouve rien de mieux à faire que d'avancer sa propre solution et de jeter une nouvelle fois la confusion. Ou l'art de tourner en rond quand on a besoin de sprinter, dans une filière qui cumule les retards en bien des domaines. Il serait en effet bien dommage d'aboutir à de véritables solutions... À l'heure où les principaux acteurs du marché sont à la fois indépendants et sous enseigne, et en dépit de l'importance vitale des enjeux, cette dichotomie entre les différents acteurs d'un même métier fait figure de position hors sol. Ces passes d'arme grotesques sont artificielles, et démontrent surtout l'incapacité actuelle à énoncer clairement les dénominateurs communs et fondamentaux sur lesquels il conviendrait de s'entendre une bonne fois.

« Le problème de la *blockchain* vient de la philosophie de sa naissance et du changement en cours de route des dénominateurs communs, estime Hugues Verdier-Davioud, président de la FNOF.

Certains utilisent sans précaution et sans nuance la notion de lutte contre la fraude, stigmatisant ainsi

l'ensemble des opticiens comme fraudeurs. Ce faisant, ils donnent crédit aux discours abusifs des complémentaires et autres médias, ... Ou quand la profession elle-même par le biais de certains de ses représentants, s'auto-mutilie sans problème. Les médias tiennent là leur marronnier, au lieu de chercher à enquêter. Quand la DGCCRF fait état de 72% de non conformités, c'est l'amalgame facile qui leur donne raison et permet de dénigrer toute la profession sans avoir besoin de comprendre ce chiffre. En réalité, seuls 6% de ces contrôles ont fait l'objet de PV pénaux ou administratifs et donc relèvent d'une fraude en tant que telle. Les 66% autres relevant de non conformités du type non port du badge. Il faut être un peu sérieux. Ces 6% de fraudeurs ne justifient pas une telle communication à charge. C'est là un sujet qui mérite d'être traité dans un contexte beaucoup plus large. Et 6% est le taux constaté dans à peu près toutes les branches. C'est l'histoire du sage, du doigt et de la lune. Pendant qu'on pointe ces 6%, on ne s'occupe pas du reste. »

Toute autre est la constante philosophie de la fédération. « Les complémentaires nous disent : "Nous voulons avoir la certitude que ce que nous payons correspond bien à ce qui a été commandé, fabriqué et livré, et ce, pour chaque équipement pris en charge". Et cela peut s'entendre. Travaillons donc sur cette philosophie, nous y sommes favorables. Et profitons-en pour traiter ensemble ce qui relève en revanche de la vraie dérive pour ne pas dire fraude. Car en réalité, la définition du terme est simple. Elle consiste à optimiser son chiffre d'affaire grâce à des pratiques non réglementaires. Aujourd'hui, comment appeler autrement le fait d'adosser son CA à la divulgation des données de santé protégées par le secret médical, sans consentement éclairé libre et express du

client et en parfaite connaissance de la chose ? », poursuit Hugues Verdier-Davioud. En d'autres termes pour comparer aux 6% de fraudeurs dénoncés – à juste titre – par la DGCCRF, combien représente le taux d'opticiens qui, dans un esprit bienveillant de service aux patients en besoin de prise en charge, se trouvent confrontés, – et pris en otage – par les OCAM ? Et tout cela avec la bénédiction de leurs représentants qui se sont fait les porteurs des conventions pour l'ensemble des acteurs de leur enseigne ! Il s'agit de deux philosophies bien différentes. Ma Fédération n'a pas changé la sienne d'un iota, depuis 2019. Elle a tenté par deux fois d'unir la profession sur le sujet. Mais la profession (autres syndicats de distributeurs et industriels) a elle-même refusé de se remettre en question et d'adhérer à cette position de bon sens. Aussi, la Fédération a opté pour une dernière stratégie. Prendre à témoin les parlementaires pour mettre sur la place publique ce problème, pour qu'ils se saisissent du sujet et imposent aux uns et aux autres le respect de la loi sur la base des textes déjà existants.

Parce que ce qui devait arriver est arrivé, deux OTP, un verrier, puis plus récemment un organisme de prévoyance, ont été attaqués. Et tous les autres, dans un silence feutré, sans exception, se sont mis en mode sans échec, devenus frileux en moins de 24h. Au ralenti, certains ne sont toujours pas revenus à la vie normale quatre mois après. »

La fédération a donc écrit 900 courriers, à tous les parlementaires et a mis à disposition des opticiens ce courrier pour qu'ils s'en saisissent et s'engagent dans le mouvement. Et ils l'ont fait. « Quant aux autres syndicats, tenus par la nécessité de divulguer les données de santé pour asseoir leur modèle économique, ils n'ont pas estimé nécessaire de rejoindre la démarche de la FNOF. Bel aveu. Cela pose un problème majeur : peut-on conditionner un échange financier (c'est à dire le remboursement d'un équipement) à l'obtention de données de santé, en sachant pertinemment que dans 95% des cas (contrats responsables), l'Ocam bénéficie d'un allègement fiscal en raison de son engagement à ne pas le faire ? Comment cela s'appelle un échange financier basé sur une pratique non réglementaire ? À ce petit jeu, patient et opticiens sont pris en otages. Et si on est pris en otage, c'est parce qu'avec le temps, nos bilans comptables sont devenus dépendants de la divulgation des données de santé et donc des Ocams... »

La Fédération en appelle donc à l'unité : « Il faut maintenant poser les armes et retravailler ensemble sur la base du vrai problème. Le courrier de la Fédération pose une autre question relative au pouvoir d'achat. Les Ocams revendiquent 20% des frais de gestion dû à la lutte contre la fraude. Alors pourquoi refusent-ils une solution garantissant, efficace, et financée par la filière ? Cela leur permettrait de recadrer les contrôles sur ces 6% d'acteurs intraitables, beaucoup plus difficiles à attraper, et nous pourrions alors être tous ensemble beaucoup plus efficaces dans une relation apaisée. »

L'autre souci avec la *blockchain*, d'après le président de la FNOF, est d'ordre technique : « Il faut être capable

d'assurer des transmissions totalement sécurisées. La technique doit être neutre, indépendante de la filière et surtout spécialisée dans cette technologie particulière ».

Un regret toutefois : que les opticiens ne se soient pas davantage saisis de cette initiative en direction des parlementaires et des élus, « unique depuis les dernières grandes mobilisations de la filière contre la loi Le Roux. » Suite au courrier du président de la FNOF, Gérard Larcher a écrit au ministre de la santé. Un certain nombre de personnalités, comme le président de la Commission des Affaires sociales de l'Assemblée nationale, se sont emparés de l'affaire. « Quelque chose bouge. Mais pour que les choses avancent, il faut qu'elles m'échappent, c'est-à-dire que la filière elle-même s'en empare pour sortir de tout ce psychodrame propre au monde intersyndical. Ce ne doit pas être une solution FNOF mais une solution filière loin de quelques égos en mal de reconnaissance », précise Hugues Verdier-Davioud.

“ VALORISER LE MÉTIER POUR DYNAMISER LE RECRUTEMENT

Au Silmo dernier était présentée l'opération *Branché Opticien* visant à valoriser le métier d'opticien auprès des étudiants afin de dynamiser le recrutement, un problème devenu crucial pour les professionnels.

« Nous avons fait le constat que le métier ne recrutait pas suffisamment de jeunes, qu'on perdait nos étudiants en cours de formation et qu'on ne recrutait plus non plus les gens en reconversion (notamment des professionnels de santé comme des infirmières), explique Hugues Verdier-Davioud. Nous nous sommes rendus compte également que nous n'existions pas dans les salons pour étudiants en tant qu'opticiens. Les écoles ont des stands, les enseignes ont des stands, mais il n'y a pas de stand générique sur la branche. Il fallait montrer qu'on existe en tant que profession. En 2019, le ROF a tenu à ce que la branche dépende de l'OPCO Commerce. Or l'OPCO gère et organise de nombreux salons de l'étudiant. Raison pour laquelle on se retrouve régulièrement entre le marchand de vélo et le toiletteur pour chien. On nous a éloigné des professionnels de santé et des paramédicaux. C'est un vrai handicap, mais grâce à la mobilisation de la branche à travers la CPNEFP et l'appui logistique de la société Optic Performance en charge du projet, le premier bilan est plutôt encourageant. Les opticiens sur le terrain se sont mobilisés pour faire vivre le stand, pour animer et répondre aux questions. Et nous allons dès l'automne prochain nous faire connaître dans le timing conforme à Parcoursup. » Une occasion aussi pour les salons et les organismes d'orientation de mieux comprendre ce qu'est ce métier singulier : Opticien.

Le second volet de l'opération *Branché Opticien* concerne la VAE (Validation des acquis de l'expérience) : « Nous avons entrepris un travail, toujours en cours, de rebalage de la VAE, poursuit le président de la Fédération. Dans nos magasins, un certain nombre de salariés ne sont pas diplômés, bien que souvent il ne leur manque pas grand-chose pour accéder au diplôme et que nous

avons en plus formé nous même à nos pratiques. En parallèle de la mise en place de la grille de classification "opticien professionnel de santé" et "salarié non diplômé" qui rentre en application dans les grilles de salaires en juin, il s'agit de motiver tous ces salariés non diplômés à passer le diplôme, via la VAE. Le problème de la VAE est qu'elle est très mal fléchée. C'est une démarche compliquée. À l'issue d'une analyse menée conjointement avec l'OPCO et l'opération *Branché opticien*, nous sommes en train de rebaliser le parcours, avec un organigramme plus simple, plus intuitif, que nous allons mettre sur le tout récent site internet de la branche (optique-lunetterie.fr). Nous sommes en phase de test. Nous avons également revalorisé la prise en charge de la VAE, avec un budget pour rétribuer le professionnel référent. Nous avons déjà doublé le nombre d'inscriptions. Nous avons créé un réel engouement sur le sujet. » Une belle réalisation de toute la filière.

“ **L'ÉVOLUTION DE LA FORMATION INITIALE AU POINT MORT**

Qu'en est-il cependant des projets d'évolution de la formation initiale, portés notamment par le CCNOF (Collège du Conseil National des Opticiens de France) ? « Nous sommes à l'arrêt complet. Il se trouve que la VAE est une porte de secours partielle et provisoire, en attendant que le diplôme soit réformé. Il y a d'abord un blocage externe : une réforme coûte cher et l'État n'a plus d'argent. La santé n'est d'ailleurs plus une priorité du gouvernement, depuis que nous avons seulement un sous-ministre délégué à la santé. Les parlementaires travaillent déjà sur les dossiers santé de leurs futurs poulains. Le message est clair : on ne va pas s'occuper de la réforme de la formation avant en gros les présidentielles. J'attends le travail que doit remettre l'OPCO sur la filière en automne prochain pour achever mon propre travail, le fusionner avec le travail déjà effectué et pousser tout ça auprès du ministère. Car il y a aussi un blocage interne dont je suis en partie responsable. En septembre 2023, le CCNOF a présenté aux syndicats un référentiel d'activité et de compétence. J'ai envoyé ce référentiel au SYNOM et au ROF en leur demandant de travailler sur chaque élément ; soit l'élément était validé, soit il restait à discuter, soit il fallait renégocier. Le ROF a rajouté un bloc lié essentiellement au management, au marketing, à la gestion, mais nous n'avons pas fini le travail. J'estime que le travail du CCNOF est important, relativement exhaustif, mais dans un monde où tout va très vite il ne prend pas suffisamment en compte les innovations techniques et la projection du métier dans l'avenir. La première promotion de cette nouvelle formation initiale verra peut-être le jour aux alentours de 2030. À cette époque-là, l'opticien devra avoir été formé à d'autres pratiques, à d'autres exercices, à d'autres expertises que ce qui est prévu dans ce référentiel. Je travaille dessus. Il se trouve que l'OPCO nous a proposé une réflexion sur les métiers émergents en optique. Cela va nous permettre de définir ces nouveaux métiers dont on va pouvoir intégrer



© Envato

la formation dans le futur diplôme. Un exemple : la prise en charge de l'intelligence artificielle. On parle de plus en plus de verres connectés, de montures connectées, d'IA. Il faut que l'on sache intégrer ces nouvelles réalités pour espérer plus de prérogatives. Autre exemple : l'inter-professionnalisation ; l'interaction avec toutes les autres professions médicales et paramédicales. Cela devient un sujet en soi : il faut qu'on soit formé à se coordonner avec ces autres métiers. Dans certaines régions on voit des équipes de soin spécialisées qui sont en train de se mettre en place. Il faut que nous soyons capables de trouver notre place au sein de ces équipes spécialisées. Je suis en train de travailler avec les ophtalmologistes pour étudier la question, de façon à simplifier la vie du patient et assainir la relation avec les ophtalmologistes. Mais pour cela il faut que nous soyons formés à comprendre ce que les autres professions paramédicales nous disent du patient. Dans certaines villes, toutes ces professions s'astreignent régulièrement à organiser entre elles un dîner. Des dentistes, des kinés, des infirmiers, des médecins, des orthoptistes, des ophtalmos, des opticiens parlent ensemble et se rendent compte de l'amélioration de la qualité de soin qu'induisent leurs interactions et leurs échanges. Il faut être capable d'entendre tout ça et de travailler en ce sens. Il faut y être formé. Il faut aussi être ouvert à ce qui fonctionne ailleurs et notamment en Europe. Mais la réalité, c'est que la Fédération est seule à travailler sur ces thématiques ! Or il y a urgence, même si je ne veux pas confondre vitesse et précipitation. »

“ **PRESCRIPTION CHEZ L'OPTICIEN : LA SOLUTION QUI DEVRAIT METTRE TOUT LE MONDE D'ACCORD**

« Sur le dossier "Primo-délivrance", là encore les choses ne sont pas simples. Le projet initial prévoyait que l'accord de l'ophtalmologiste pouvait être écrit ou oral. Les ophtalmos ont fait un premier blocage en imposant un accord écrit. Depuis décembre, des négociations

ont eu lieu. Le décret prévoit que l'opticien demande l'accord écrit de l'ophtalmo, celui-ci ayant quinze jours pour rendre sa réponse. En l'absence de réponse, cela vaut refus d'adaptation. Mais le texte a été modifié de façon unilatérale, sans concertation et doit repasser au niveau du HCPP (Haut Conseil des Professions Médicales). Il prévoit désormais que l'ophtalmo a cinq jours pour répondre par écrit à l'opticien, et qu'une non réponse vaut accord de sa part. C'était donc une grosse évolution sur la notion de consentement. Mais le texte aurait été retoqué. Le ROF est titulaire de ce poste et il est difficile d'avoir des retours d'information de ce qui se passe dans cette instance, alors qu'elle concerne toute la filière. Car il aurait fallu que l'opticien puisse prouver qu'il avait bien envoyé sa demande écrite et que l'ophtalmo n'avait pas répondu. Et dans ce cas ce serait certainement les complémentaires qui s'en chargeraient, donc un potentiel piège masqué par une soit-disant avancée politique, je reste dubitatif. Mais le vrai problème, c'est qu'aucun opticien ne va attendre cinq jours, a fortiori dix, pour commander un équipement. L'opticien va donc faire appel à la télé-expertise, il aura son ordonnance en moins de quarante-huit heures. Cette loi n'apportait finalement pas grand-chose et favorisait les dérives auxquelles on assiste en matière de télé-médecine. Il faut qu'on travaille encore avec les ophtalmos. Ma volonté à moi, c'est de faire sauter l'accord écrit qui est ubuesque. Cet accord écrit existe car les ophtalmos reprochent aux opticiens de ne pas renvoyer l'information. Je refuse de rentrer dans ce débat. On doit simplement apaiser et favoriser les échanges. Je recommande donc aux opticiens de prendre une messagerie sécurisée et d'envoyer systématiquement à l'ophtalmo les corrections qui sont faites dans le cadre d'un renouvellement avec adaptation dans tous les cas. L'idée est d'améliorer les échanges entre nous et les ophtalmos, et d'obtenir la suppression de cet accord écrit. Ce n'est pas impossible, mais il faut qu'on se saisisse du problème de manière responsable. Sérieusement, entre moi, le nouveau président du SNOF

et le nouveau président du ROF, on doit réussir à changer d'ère ! À ce propos, je félicite Jean-François Porte pour sa nomination. En tant que vice-président, j'ai déjà eu l'occasion d'échanger avec lui. Il a aujourd'hui les coudées franches et j'espère que nous pourrions continuer de travailler ensemble sur tous ces sujets. Il arrive dans une situation complexe, alors au même titre que je le disais en janvier pour le D^r Dédès, nouvellement élu à la tête du SNOF (Syndicat National des Ophtalmologistes de France), laissons-lui un petit moment pour se saisir de tous les dossiers et souhaitons-lui bon courage. »

On constate actuellement une multiplication de *casus belli* entre l'État et les médecins. Des signaux clairs indiquent que les Pouvoirs publics perdent patience vis-à-vis du corps médical et ont la volonté de s'appuyer davantage sur les paramédicaux pour régler un certain nombre de problèmes. « Au dernier Congrès de la SFO, on pouvait entendre des ophtalmologistes dire que les meilleures réfractions sont réalisées par les opticiens. Ce sont des propos tout à fait nouveaux. Si nous sommes raisonnables, si nous ne provoquons pas les Pouvoirs publics, nous avons certainement une carte à jouer. Nous sommes les premiers recours en santé visuelle. L'État en a conscience. S'il laisse autant se développer la télé-expertise, ce n'est pas un hasard. Comment ne pas provoquer les Pouvoirs publics, alors qu'ils nous disent qu'il y a trop de magasins ? Il faut cesser de dire que le marché est en croissance grâce à la solvabilité des mutuelles ; que l'on prévoit encore des centaines d'ouvertures ; et que l'on a hâte d'être en 2025 pour pouvoir renouveler les équipements audio. De telles provocations ne sont pas dans notre intérêt ! Les Pouvoirs publics le prennent très mal, eux qui considéraient en 2018 qu'il y avait trois mille magasins en trop. Aujourd'hui c'est le double ! Paradoxalement, ce surnombre nuit à la concurrence. Plus il y a de magasins et plus les prix montent, parce qu'on est sur un marché fermé à 14 millions de prescriptions par an. Réparties sur de plus en plus de magasins cela fait de moins en moins d'ordonnances par magasin, avec des charges et des prix d'achat qui augmentent. Comment tient-on si l'on n'augmente pas le prix des équipements ? Dans le même temps, les complémentaires santé s'étaient engagées à faire baisser les prix : elles ne peuvent pas pour une raison simple, c'est qu'elles sont concurrentes entre elles et que le choix de la complémentaire se fait essentiellement sur la qualité du panier optique. De sorte qu'elles ne peuvent pas baisser leurs garanties. Il n'y a donc aucune raison pour que les prix baissent. Si l'on veut redonner de la concurrence à la filière, il faut supprimer les liens toxiques entre complémentaires et opticiens, mais également entre complémentaires et industriels. Et on peut aussi libérer la prescription de façon à ouvrir le marché, nous auto-réguler en nombre de magasin avant que l'État nous contraigne de force, ou être capable de baisser les prix des équipements et travailler sur d'autres axes de rémunération comme la prestation, en considérant que nous ne sommes pas trop nombreux, mais mal ou sous-utilisés. »

Il y a là un horizon commun à toutes les formes de distribution : pour que les enseignes puissent continuer à augmenter leur parc, il faut et il suffit qu'elles militent elles aussi pour l'acte de prescription simple chez l'opticien. Il n'y a pas d'autre solution.

Il est également possible de faire baisser les prix, conformément au souhait des Pouvoirs publics, ce qui débloquerait toutes les perspectives d'évolution du métier : « Il faudrait que le chiffre d'affaires de l'opticien ne repose pas uniquement sur la délivrance de l'équipement mais aussi sur la prestation. La primo-délivrance, nous saurions faire, car nous avons des professionnels formidables. Et je préférerais voir les opticiens experts en réfraction dans des magasins plutôt que d'être salariés chez les ophtalmos. »

À cet égard la télé-consultation fait figure de fausse bonne idée. « En l'absence d'encadrement propre à ce mode d'exercice, je reste prudent sur ce sujet. Mais s'il n'y avait pas de besoin, ça ne se développerait pas. Cela signifie que les délais qui sont censés tant baisser chez les ophtalmos ne baissent pas tant que ça et que la voie de la délégation à l'orthoptiste ne fonctionne pas. D'un autre côté nous avons les enseignes qui cherchent de nouveaux supports de développement. Ça s'appelle le domicile, la télé-expertise (qui ne sert au fond qu'à avoir des ordonnances plus vite). Mais elles dépendent toujours de la délivrance de l'équipement. Pas sur l'idée de la prestation. La seule alternative à la télé-expertise passe par la reconnaissance à l'opticien de son droit à pratiquer la réfraction, en lui laissant la primo-délivrance, quitte à l'encadrer. Pour arrêter la marchandisation de l'ordonnance, il suffit de travailler sur la primo-délivrance de l'opticien. »

“ LE RETOUR DE LA FRANCE DANS LES INSTANCES EUROPÉENNES

La FNOF va désormais représenter la France au sein de l'ECOO (European Council of Optometry and Optics ; site ecoo.info), où notre pays était absent depuis une dizaine d'années. « Il se trouve que l'ECOO s'est intéressé à la FNOF depuis un certain temps, car cette instance européenne partage avec nous une vision du métier plus axée sur la santé que sur le commerce, commente Hugues Verdier-Davioud. Même si chaque pays a sa façon bien à lui de travailler. L'ECOO est très content de cette présence de la France, car nous sommes le plus gros marché européen, ce qui donne plus de poids aux propositions. En ce qui nous concerne, cette présence au sein de l'ECOO nous permet de constater que bien des pays sont en avance sur nous au niveau des pratiques et de la formation, avec des prérogatives que nous n'avons pas. Ainsi la province de Madrid a obtenu un budget de sept millions d'euros pour mener une expérimentation qui prévoit qu'avant d'aller voir un ophtalmologiste les enfants doivent obligatoirement être vus par un opticien. C'est en regardant de tels modèles que nous pourrions reprendre notre place d'acteurs de santé et que nous pourrions repenser notre formation. Nous n'avons pas

besoin d'aller chercher des marchés de niche pour assurer notre développement. C'est voir petit et dans l'urgence : allons sur ces marchés déjà là, comme la médecine du travail, les scolaires, les personnes âgées... Aujourd'hui ces marchés nous échappent. C'est à nous de voir ce qui se passe ailleurs pour nous en inspirer. Les Directives européennes ont vocation à être transcrites en droit français. Comme par exemple au niveau du permis de conduire. Autant de sujets qui nous ont échappé. L'ECOO au niveau de l'Europe a une action de lobby qui n'est pas négligeable. »

“ LE CONGRÈS FNOF À LYON EN OCTOBRE

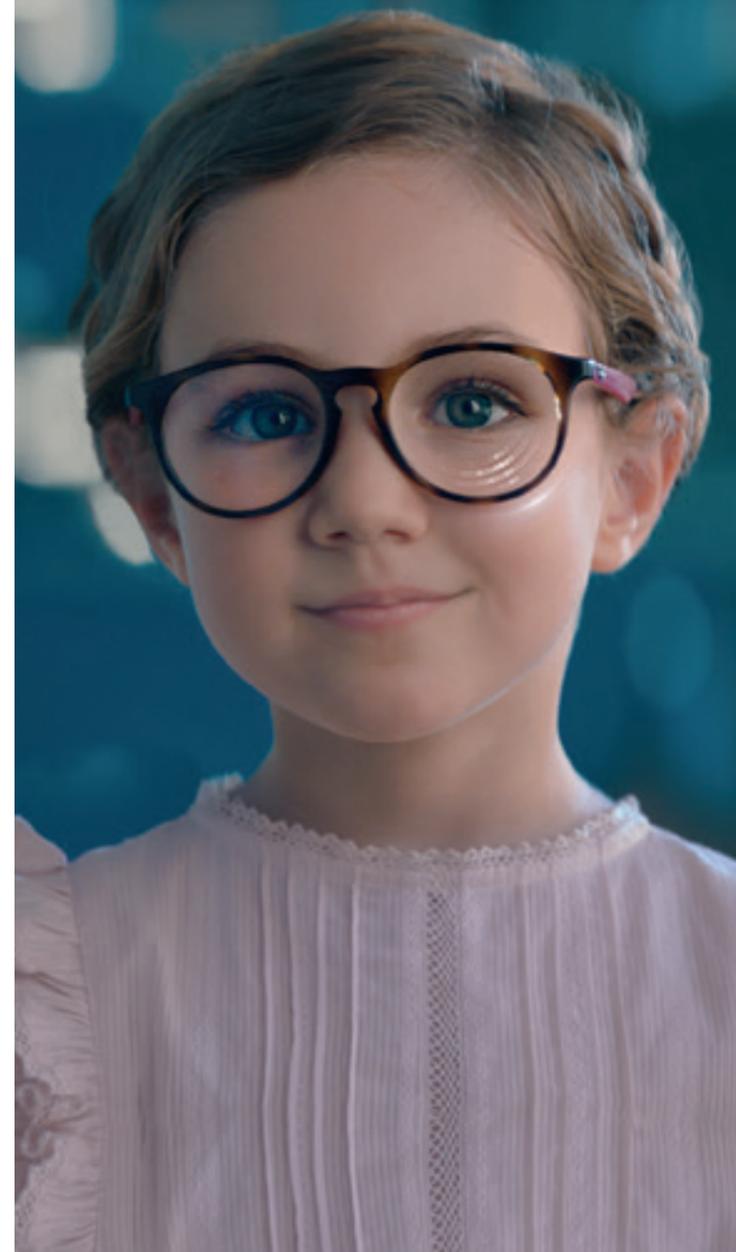
C'est l'un des moments les plus stimulants de l'année, ouvert à tous les opticiens : le Congrès de la FNOF va quitter Biarritz pour se tenir dans la bonne ville de Lyon, plus centrale, les 13 et 14 octobre prochains. « Nous offrons ainsi l'opportunité à davantage d'opticiens de venir nous voir, encore que les congrès qui se déroulaient à Paris n'attiraient pas plus de monde que Biarritz, explique Hugues Verdier-Davioud. Je voudrais que ce soit aussi l'occasion de changer un peu l'image du Congrès, mettant en valeur les interactions avec les autres professions de santé. Il faut valoriser ce que nous, opticiens, pouvons apporter aux autres professions de santé. Nous ne serons jamais les simples exécutants d'une ordonnance. Nous faisons partie de tout un écosystème. Lorsque nous aurons pris toute notre place dans cet écosystème, nous serons nettement plus respectés, nous obtiendrons beaucoup plus de prérogatives, et ceci dans l'intérêt du patient. C'est un sujet passionnant. Je voudrais aussi mettre en valeur notre capacité à discuter avec les ophtalmologistes. Depuis le dernier congrès Thierry Bour a cédé la présidence du SNOF à Vincent Dedes, avec qui j'échange régulièrement. Il y a certainement matière à construire quelque chose ensemble. Et puis le Congrès sera aussi l'occasion de passer en revue les sujets d'actualité : où en seront l'adaptation en primo-prescription, la formation, l'opération *Branché opticien*, les résultats de l'enquête sur les métiers émergents... Avec je l'espère des invités en provenance des ministères, comme nous en avons pris l'habitude, qui contribuent à élever le débat. »

Grand moment en perspective, dans un contexte particulièrement riche : « Je suis plus optimiste aujourd'hui qu'hier, conclut le président de la FNOF. Les signaux positifs se multiplient et se mettent en place. Sur la primo-délivrance on a une carte à jouer. Si on accepte en responsabilité d'aller se former, il y a plein de choses à faire. Sans y aller à la hussarde : tout ça se construit. Dans les magasins nous avons des professionnels dont l'excellence est reconnue même par les ophtalmologistes. Il faut en finir avec les complexes. Je suis plein d'espoir sur ce que je vois se mettre en place actuellement. Je crois que l'automne va être un moment très intéressant. » ■

➤ www.fnof.org
 ➤ www.optique-lunetterie.fr

Stellest®

Essilor®
 N°1 mondial
 des verres de lunettes*



Les verres Essilor® Stellest® ralentissent la progression de la myopie.**
 Maintenant disponibles en version solaire.



essilor

*Euromonitor International, Etude du secteur de l'optique-lunetterie, édition 2024; Entreprise Essilor International, Valeur marchande mondiale PVO (Prix de Vente Observé). **Par rapport aux verres unifocaux, lorsqu'ils sont portés au moins 12 heures par jour tous les jours. Bao, J., Huang, Y., Li, X., Yang, A., Zhou, F., Wu, J., Wang, C., Li, Y., Lim, E.W., Spiegel, D.P., Drobe, B., Chen, H., 2022. Spectacle Lenses With Aspherical Lenslets for Myopia Control vs Single-Vision Spectacle Lenses: A Randomized Clinical Trial. JAMA Ophthalmol. 140(5), 472-478. <https://doi.org/10.1001/jamaophthalmol.2022.0401>. Ces dispositifs médicaux sont des produits de santé réglementés, livrés dans une pochette marquée CE conformément à la réglementation. Ils doivent être montés dans des montures optiques par des opticiens qualifiés. Consultez votre ophtalmologiste ou votre opticien pour plus d'information. Cet outil est dédié au marché France où les verres Essilor® Stellest® sont commercialement disponibles. © Essilor International - SAS au capital de 277 845 100 € - 147 rue de Paris 94 220 Charenton-le-Pont - RCS Créteil 439 769 654. Mars 2024. Essilor® et Stellest® sont des marques déposées d'Essilor International.

KRYS GROUP : RELOCALISATION, OFG, RSE

Krys Group, seul acteur à être à la fois distributeur et producteur, a mené à bien son projet industriel KAP 2023 et s'engage résolument : réindustrialisation responsable certifiée OFG et labellisé Engagé RSE, il est, avec 6000 salariés, le premier employeur de l'optique en France.

toutes photos © Krys Group



KRYS GROUP a inauguré le 15 mai dernier l'agrandissement de son site industriel et logistique CODIR, à Bazainville (78). Point d'orgue de son ambitieux projet KAP 2023, cette extension de 4800 mètres carrés permet au Groupe d'accélérer encore sa stratégie de relocalisation de sa fabrication de verres en France. Le site augmente ainsi ses capacités de production de plus de 30 %, portant sa production annuelle à 1,8 million de verres, contre 1,4 actuellement. L'inauguration a par ailleurs été l'occasion pour CODIR de recevoir la certification Origine France Garantie (OFG) pour l'ensemble de sa gamme de verres, ainsi que le label Engagé RSE Confirmé d'AFNOR Certification.

D'un montant global de 16 millions d'euros sur trois ans (dont 800 000 de subventions de la Région Île-de-France et de l'État), l'agrandissement du site, qui inclut l'acquisition de nouvelles machines et équipements, est sans conteste pour le Groupe le projet phare de ces dernières années. À terme, l'extension et les nouveaux équipements lui donneront également la capacité de passer de 2 à 3,5 millions de verres détournés et d'accroître de 50 % l'activité logistique du site, autrement dit 16 millions d'articles transités chaque année.

« Cette inauguration marque la concrétisation de la stratégie industrielle de KRYS GROUP et confirme notre engagement historique à produire en France », a notamment déclaré Christophe Lallau, Directeur général de CODIR. « Je tiens à remercier l'ensemble des acteurs ayant contribué à ce succès, et notamment

nos collaborateurs, dont l'engagement, la flexibilité et l'adaptabilité nous ont permis de maintenir l'activité durant toute la durée des travaux. En plus d'augmenter nos capacités de production, l'extension et les nouveaux équipements nous permettent d'améliorer les conditions de travail de nos équipes et de créer une cinquantaine d'emplois, qui viennent renforcer l'ancrage du Groupe dans l'ouest des Yvelines, dont il est aujourd'hui l'employeur privé n° 1. »

Premier verrier à avoir obtenu la certification Origine France Garantie (OFG) dès 2012, CODIR incarne la volonté d'ancrage hexagonal de KRYS GROUP et le succès d'une démarche d'innovation et d'amélioration continue au service de la santé visuelle des Français.

La cérémonie d'inauguration du 15 mai dernier a ainsi été l'occasion pour Gilles Attaf, Président d'Origine France Garantie, de remettre à CODIR la certification OFG pour l'ensemble de

sa gamme de verres conçue et produite à Bazainville, et destinée à l'ensemble des porteurs, quelle que soit leur correction (renouvellement pour les verres progressifs et verres d'activité, et nouvelle certification pour les verres unifocaux). Une belle reconnaissance pour le Groupe, qui entend répondre toujours davantage aux attentes et besoins de porteurs soucieux de l'origine nationale des produits qu'ils achètent. En effet, selon le dernier sondage réalisé par l'Ifop pour Origine France Garantie, 83 % des consommateurs déclarent faire confiance au produit lorsque le logo Origine France Garantie y est apposé.

“
**UN ENGAGEMENT
HISTORIQUE DANS LE
PRODUIRE EN FRANCE**
”

« Au-delà de l'émotion, c'est une fierté immense pour Origine France Garantie de voir l'un de nos pionniers de l'optique inscrit dans la démarche de la certification poursuivre son expansion. C'est un signal fort pour notre industrie nationale », s'est réjoui Gilles Attaf.

Pensé pour favoriser une production plus propre et plus économe en énergie, le site CODIR a également obtenu le niveau confirmé du label Engagé RSE d'AFNOR Certification. « Le label Engagé RSE niveau confirmé signale l'énergie et les moyens déployés par KRYS GROUP pour conjuguer, dans son développement, les critères environnementaux, sociaux, sociétaux et de gouvernance, puisqu'il n'est pas question de réindustrialiser au détriment de l'un ou de l'autre, mais bien avec chacun d'entre eux. Le label valorise également l'écoute et la qualité des relations avec les parties prenantes, dont le territoire : l'ouverture réussie de ce site à Bazainville est la preuve d'un dialogue fructueux » (Vincent Gillet, secrétaire général adjoint du groupe AFNOR).

Le site, déjà triplement certifiée ISO 9001, 14001 et 45001 depuis plusieurs décennies, démontre un très bon niveau d'intégration de la RSE. Les valeurs historiques de la coopérative et la maîtrise des systèmes de management expliquent en grande part ce succès.

Par ailleurs, l'usine multiplie les innovations au service de la transition écologique, telles que la récupération de chaleur générée par les groupes froids ou l'utilisation de la chaleur des eaux usées pour le préchauffage de l'eau de fabrication. Un système de freecooling a également été installé dans le nouveau

À PROPOS DE KRYS GROUP

Fort de 1594 magasins dans le monde sous trois enseignes complémentaires (Krys, Le Collectif des Lunetiers et YOU DO) KRYS GROUP affiche des ventes optiques et audition de 1,366 milliard d'euros en 2023, soit 10 millions de clients. Distributeur et producteur, il est le 1^{er} employeur du secteur en France où il emploie 6000 personnes. Premier verrier à obtenir, en 2012, la certification « Origine France Garantie », KRYS GROUP est le seul groupement d'optique à fabriquer lui-même ses verres en France, à Bazainville (78). En 2020, KRYS GROUP a été la première entreprise certifiée « Service France Garanti » par l'AFNOR pour son service client et consommateur. Depuis 2014, KRYS GROUP a développé une offre dédiée à la santé auditive et compte aujourd'hui 266 points de vente Krys Audition. ■

bâtiment pour rafraîchir les pièces en utilisant l'air extérieur, et ainsi réduire la consommation de gaz de 30 %. CODIR est par ailleurs équipé d'un éclairage basse consommation, adaptable selon la luminosité ambiante, et d'un système d'extinction automatique de la lumière lors des horaires de fermeture. Le toit de l'extension a été conçu pour y adapter de futurs panneaux photovoltaïques. L'installation de bornes et dispositifs de recharge pour véhicules électriques est également à l'étude. ■

+ www.krys-group.com

JEAN-FRANÇOIS PORTE ÉLU À LA PRÉSIDENTE DU ROF

Les administrateurs du ROF (Rassemblement des Opticiens), réunis en Conseil le jeudi 23 mai 2024, ont élu Jean-François Porte à la Présidence du ROF, pour un mandat de trois ans. Le fondateur d'Edgard Opticiens succède ainsi à Stéphane Corfias.



Jean-François Porte

C'est avec une grande satisfaction que nous avons appris, le 23 mai dernier, l'élection de Jean-François Porte, fondateur d'Edgard Opticiens, à la présidence du ROF.

Au vu des enjeux actuels, seules l'ouverture d'esprit et l'imagination peuvent permettre de concevoir un avenir digne du beau métier d'opticien. Qualités dont Jean-François Porte ne manque pas.

« Mon seul et unique moteur sera de servir la profession dans sa globalité et diversité. Ma seule ambition sera de servir une profession qui m'a tellement apporté et que je veux servir pendant ces trois années », a déclaré le nouveau président du ROF.

Opticien à Tours, membre du Bureau depuis deux ans en tant que Vice-Président, Jean-François Porte est par ailleurs co-Président du CIO (Conseil Interprofessionnel de l'Optique) depuis 2022. Son projet pour le ROF repose sur trois axes stratégiques : la valorisation et la défense du métier d'opticien, une pro-activité sur le marché de l'optique et ses parties prenantes et un engagement fort sur les sujets sociétaux et environnementaux.

Jean-François Porte portera avec le Conseil d'Administration des actions visant à revaloriser la Profession d'Opticien, à libérer leur exercice, à accroître leur rôle et champs d'expertises dans le parcours de santé visuelle, et en veillant à chaque instant à ce que chaque opticien,

quel que soit son exercice, trouve sa place et sa voix au sein de notre syndicat, concourant ainsi à réengager chacun, chacune dans l'action syndicale.

« Je souhaite que le ROF entretienne un dialogue constructif avec l'ensemble des acteurs de la filière, notamment les prescripteurs et les fabricants. Ma candidature est l'expression d'un engagement collectif vers un futur où l'opticien est pleinement reconnu comme le spécialiste de la vision, où notre Profession est unie et forte, capable de relever les défis d'aujourd'hui et de demain, au sein d'une filière visuelle puissante. »

Le Rassemblement des Opticiens de France (ROF) est un syndicat patronal de la Branche Optique issu de la fusion en 2018 du Syndicat National des Opticiens Réunis (SNOR) et de l'Union Des Opticiens (UDO). Il rassemble les principales enseignes leaders du marché de l'optique, ainsi que des indépendants et des associations régionales. ■

+ www.rassemblementopticiens.fr

POUR UNE
PROFESSION
UNIE ET FORTE

La première gamme de verres de contrôle myopique adaptée à l'âge.



Seeing beyond



Verres ZEISS MyoCare

- Conception brevetée⁽¹⁾ basée sur le principe de la défocalisation myopique simultanée et efficacité cliniquement prouvée⁽²⁾.
- Les verres ZEISS MyoCare corrigent la myopie tout en contrôlant son évolution grâce à la combinaison de la technologie C.A.R.E.⁽³⁾ en face avant et la conception Freeform ClearFocus en face arrière.
- Pour optimiser l'efficacité, deux solutions sont recommandées en fonction de l'âge : ZEISS MyoCare jusqu'à 10 ans et ZEISS MyoCare S à partir de 10 ans.

⁽¹⁾ Brevet MyoCare® déposé en 2020 CN11103701 A et CN11103701 B. ⁽²⁾ Comparaison d'enfants myopes portant des verres ZEISS MyoCare (N=78) et ZEISS MyoCare S (N=72) avec des enfants myopes portant des verres unifocaux ZEISS Rx (N=76) pendant 12 mois dans le cadre d'un essai clinique prospectif, en double aveugle et contrôlé randomisé de deux ans, 2021. ⁽³⁾ Cylindrical Annular Refractive Elements : éléments réfractifs annulaires cylindriques. Les verres optiques sont des dispositifs médicaux de classe I, destinés à la correction d'amétropies et livrés dans une pochette marquée CE conformément à la réglementation. Ils doivent être montés dans des montures optiques par des opticiens qualifiés. Les verres optiques sont pris en charge par les organismes d'assurance maladie : consultez ameli.fr. Verres optiques ZEISS, fabriqués par Carl Zeiss Vision International GmbH et distribués par Carl Zeiss Vision France.

Plus d'infos sur zeiss.fr/pro

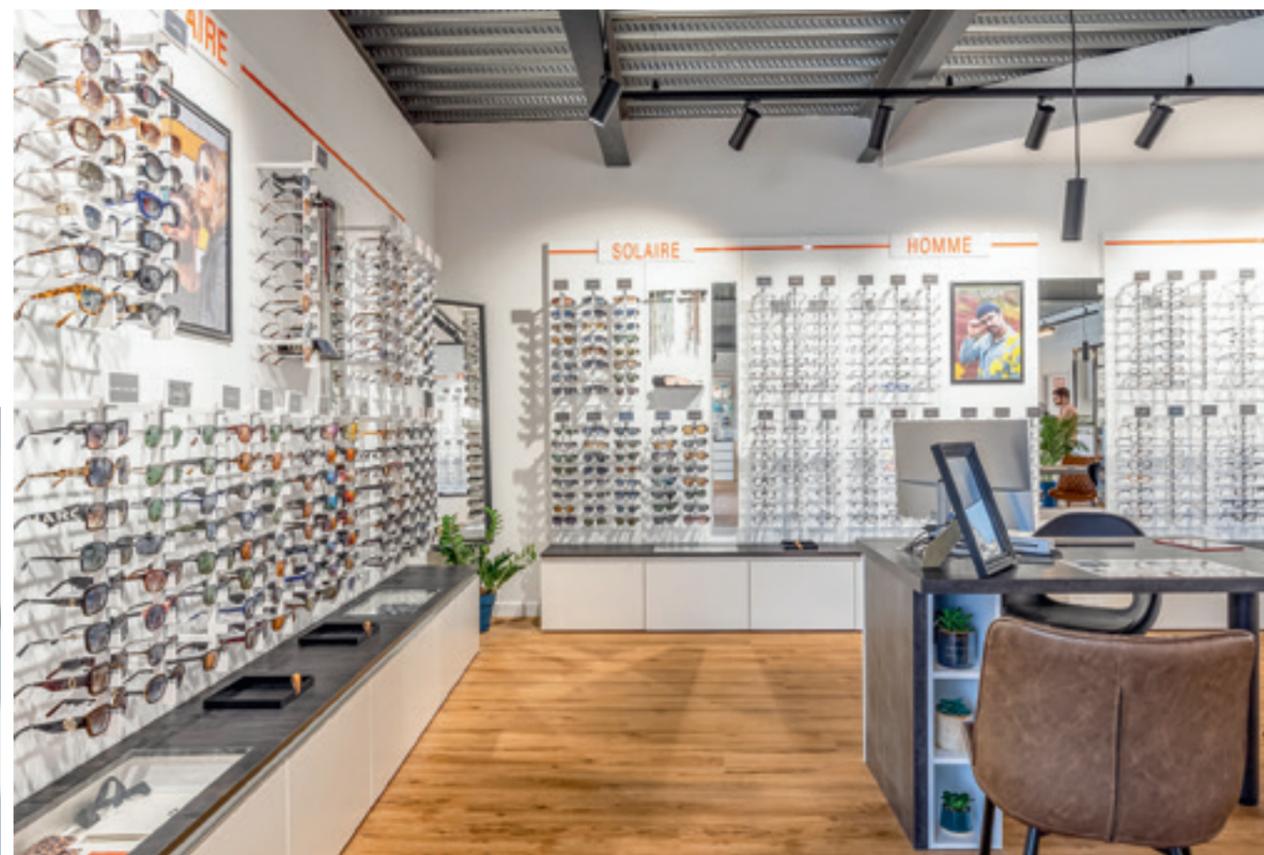
OPTIQUE LAFAYETTE : DÉFENSE DU POUVOIR D'ACHAT ET ACCESSIBILITÉ

C'est une des incontestables *success stories* de ces dernières années : l'arrivée en 2009 puis le déploiement de l'enseigne toulousaine Optique Lafayette. Prix justes, différenciation, synergie avec l'enseigne historique Pharmacie Lafayette : une vision élargie de l'optique. Rencontre avec Luis Pascual, directeur de l'enseigne Optique Lafayette.

toutes photos © Optique Lafayette



Luis Pascual



HISTOIRE D'UN « ÉCHO-SYSTÈME » À SUCCÈS

— **Luis Pascual, Directeur de l'enseigne Optique Lafayette** : « L'histoire d'Optique Lafayette, comme bien souvent, c'est celle de hasards saupoudrés d'opportunités. Tout a commencé en 1995 quand le D^r Lionel Masson, pharmacien de formation, rachète une petite pharmacie de 35 mètres carrés, rue Lafayette, en plein centre-ville de Toulouse. Son concept : tous les moyens de contraceptions à prix coûtant. Les gens se sont alors déplacés de très loin, par cars entiers, pour se fournir auprès de lui. Fort de ce succès, en 2006, Lionel Masson lance sa première parapharmacie, qui du coup devient la première pharmacie de France en terme de chiffre d'affaires. Face au succès, et personnellement sensible aux lunettes, il se lance en optique en 2009, dans l'idée de proposer des prix justes dès la première paire. L'«écho-système» était né, avec la promesse identique de prix bas au quotidien et de large choix. Afin de donner une nouvelle impulsion aux enseignes, il embauche en 2012 Hervé Jouvès, au poste de directeur général, qui crée le Groupe LafSanté. C'est lui qui va structurer l'idée «d'écho-système» d'enseignes : Parapharmacie Lafayette, Optique Lafayette, et Médical Lafayette (2017). Fort du succès, le groupe s'engage dans une stratégie de développement dans le secteur de la Santé avec la création en 2022 de la Holding Hygie 31, qui a pour ambition de devenir un des leaders européens de la Santé. L'idée était de proposer aux pharmaciens de créer cet «écho-système» avec la lunetterie, d'où la création

d'Optique Lafayette. Aujourd'hui la maison a grandi, avec pas loin de trois cents pharmacies, une cinquantaine de magasins d'optique, et des ambitions de croissances externes et de développement à d'international.

Lorsque j'arrive en 2021, l'idée est de poursuivre dans la voie qui a été mise en place sur notre promesse de prix bas tous les jours, tout en préparant la structure à l'avenir, notamment sur le digital. »

PRIX JUSTES ET PRODUITS VOISINS

— **Luis Pascual** : « Optique Lafayette possède indéniablement une approche populaire, attachée au prix bas. Mais comme nous sommes dans la parapharmacie, nous pouvons aussi proposer des compléments alimentaires, des crèmes pour la peau. Nous proposons les plus grandes

marques et les meilleurs produits, à prix justes. Nous ne sommes absolument pas discounters. Nous proposons de très belles collections, de très bons verres, sur un modèle économique qui nous permet d'offrir des prix justes. Nous n'avons pas des surfaces immenses, nous ne sommes pas dans les centres commerciaux.

Pour autant nous sommes une enseigne engagée. Le 100% Santé est un succès. Aujourd'hui encore, un million et demi de Français ne peut accéder aux soins et aux équipements. Le 100% Santé a vraiment eu ce mérite de rendre l'optique plus accessible, conformément à notre promesse de «la vue pour tous». Nous avons choisi de vraiment jouer le jeu. C'est une fierté pour nous que de pouvoir dire que 20% de nos volumes correspondent au 100% Santé. »

ÉVOLUTION DES PRIX

— **Luis Pascual** : « Certaines grandes mutuelles commencent à imaginer qu'on pourrait renouveler le remboursement des lunettes uniquement lorsque la vue évolue. Les remboursements sont toujours plus restrictifs. Je crois que l'évolution va se faire à partir d'un travail d'équipe : à nous opticiens de valoriser notre travail, nos conseils et nos expertises, y compris l'expertise de professionnels de santé (la vérification visuelle, etc.). Nous aurons certes des clients toujours portés sur le prix, mais le grand défi pour nous est de donner plus de choix à nos clients. Se faire plaisir en accédant à une paire de lunettes qui permet de bien voir. Le bien voir est impalpable,

c'est à travers la technologie des verres qu'il existe, mais le plaisir de la belle paire de lunettes est quelque chose d'immuable. Ca reste la clef d'entrée du parcours client, et de son expérience. À l'avenir je pense que nous allons continuer à avoir une baisse du panier moyen, mais qui va se modérer. Sur le segment des montures à plus de 200 euros, ce sera plus compliqué, avec toutefois un marché de niche, avec des créateurs de renom, pour des montures à 300 ou 350 euros. Cette niche-là va continuer d'exister. Nous sommes quant à nous plus généralistes, ce qui n'empêche pas d'avoir des modèles créateurs, mais toujours avec un prix bien placé. »

UN MARCHÉ PARTICULIÈREMENT RÉSILIENT

— **Luis Pascual** : « Nous restons quand même sur un produit à dimension «prothétique», ce qui nous rend moins sensibles au contexte général de la consommation. Le marché a une forme de résilience naturelle, raison pour laquelle le marché de l'optique résiste bien. La France reste le premier marché européen. Nous ne voyons pas de signaux alarmants. Si la baisse du panier moyen est réelle, nous sommes un peu à contre-courant. Etant donné que nous avons toujours été sur le créneau du prix bas, notre pari a été de nous développer et d'accompagner notre croissance organique liée à une hausse de la volumétrie. L'enseigne a connu une augmentation de 10% de son chiffre d'affaires en 2023, sur un marché qui selon les sources oscille entre 2 et 4%. Avec l'ouverture de 20



magasins en 2024, elle vise 20% de croissance pour cette nouvelle année. Nous avons pour ambition de compter 150 magasins d'ici 5 ans. En implantant les magasins en cœur de ville, nous maîtrisons les coûts liés à la gestion et apportons une rentabilité optimisée à nos affiliés. Nous profitons aussi de la notoriété de Pharmacie Lafayette en nous installant à proximité d'une officine et en mutualisant certaines ressources. »

ENTRE SANTÉ ET MODE, FONCTIONNEL ET ÉMOTIONNEL

— **Luis Pascual** : « Cette bivalence entre santé et mode est notre plus gros avantage. En 30 ans de carrière, je n'ai pour ma part jamais compris ce besoin de dissocier ces deux approches. On peut être un très grand professionnel de santé, dans un véritable suivi visuel pointu de nos clients, tout en soulignant l'aspect plaisir de l'achat lunettes. Il n'y a pas à séparer ces deux aspects. Sur notre réseau nous sommes à 95% d'opticiens diplômés, 80% de nos salles d'examen sont équipées de lampes à fente pour proposer des services comme l'adaptation lentilles, et nos équipes se forment continuellement à l'examen de vue, aux nouvelles méthodes, à cet énorme chantier que représente la freination de la myopie, c'est là où l'opticien a tout son rôle à jouer, c'est là une opportunité qu'il nous faut saisir en tant que professionnel de santé. »

OPTICIEN, UN PROFESSIONNEL DE PREMIER ACCÈS ?

— **Luis Pascual** : « Je ne suis absolument pas pour la hiérarchisation. Je crois que les "30" peuvent pleinement

cohabiter. Les généralistes sont un peu dans la même situation que les ophtalmologistes. Ne peut-on pas imaginer que pour tout ce qui relève de la "bobologie" (et pour nous : renouvellement d'ordonnances), pourquoi ne pas le déléguer aux professionnels disponibles sur le terrain, dans un cadre qui reste à définir ? Il y a déjà eu des avancées intéressantes mais nous devons aller plus loin, il faut permettre à l'opticien de prendre la main là-dessus. En analysant la situation, on se rend compte que là où il existe des déserts médicaux, il manque à la fois des ophtalmologistes mais également des orthoptistes. Donc le problème n'est pas résolu. Donner la primo-ordonnance à l'orthoptiste ne résout pas le problème. C'est là où l'opticien a un rôle à jouer. C'est ensemble, en se mettant autour d'une table, qu'on peut trouver la solution. »

TÉLÉ-EXPERTISE : LE TOURNANT

— **Luis Pascual** : « Pour ma part, j'en suis convaincu, nous sommes à un tournant, avec de belles innovations. Il y a d'un côté la télé-ophtalmologie, la télé médecine, de l'autre la télé-expertise. Mon choix de la télé expertise s'explique pour deux raisons: je suis plutôt pour un partage des tâches plutôt que pour une délégation. Pour moi la tété-ophtalmologie retire l'opticien du parcours de santé, celui-ci ne devenant plus qu'un distributeur de lunettes. Le deuxième point, c'est qu'on est sur une technologie qui coûte quand même très cher. Quoi qu'il en soit il faut être ouvert et à l'écoute. Les coûts devraient drastiquement baisser plus ou moins rapidement. Il s'agit là d'un modèle qu'il faudra étudier le moment venu car certains magasins vont avoir un intérêt à proposer cette solution-là, notamment dans les déserts médicaux. La

avec Lyleoo. Chacun est libre de la prendre ou pas. Sur Toulouse par exemple, nous n'avons pas de problématique de prise de rendez-vous. En revanche il y a des secteurs où la télé-expertise est la solution. Donc nous n'avons pas une volonté de le déployer sur la totalité du réseau, mais de répondre au cas par cas aux situations locales. Cela dépendra aussi de la capacité de l'opticien à porter ce projet de télé-expertise, en tenant compte de la relation avec l'ophtalmologiste. Peu à peu nous aurons sans doute une ouverture de la part des ophtalmologistes sur ce sujet. Objectivement cela peut concerner la moitié du réseau, voire les trois quarts en étant optimiste. Les magasins qui l'ont déjà mise en place connaissent de très bons résultats, avec plus d'une ordonnance par semaine. Ce qui montre que la demande est là. Elle suscite beaucoup d'intérêt. Déjà 20% de notre réseau est équipé, nous prévoyons la moitié d'ici la fin de l'année. »

UN AVENIR RADIEUX

— **Luis Pascual** : « Optique Lafayette devrait compter une centaine de points de vente d'ici 2026, ce qui nous permettra d'appréhender les choses différemment, notamment par la mise en place d'une centrale d'achat, de nouvelles synergies avec les outils industriels de la pharmacie. Nous comptons également nous développer à l'international. Nous avons subi beaucoup d'évolutions depuis dix ans qui n'allaient pas toujours dans le sens de la filière. Mais la bonne capacité de résilience a montré notre solidité. C'est pourquoi nous pouvons continuer à croire en un avenir radieux. » ■

+ www.optiquelafayette.com

télé-expertise permet à l'opticien de garder la main sur son champ d'expertise qu'est l'examen visuel. Le point où il faut être particulièrement vigilant, c'est sur le cadre de cette télé-expertise. Nous avons une charte qui encadre précisément les pratiques afin d'assurer un service et un suivi absolument irréprochables. Dès qu'il y a la moindre interrogation sur un traitement ou une pathologie, notre rôle sera de mettre nous-mêmes en relation le client-patient avec un cabinet d'ophtalmologie pour une prise de rendez-vous accélérée. Jouer ce rôle de filtre permettrait aussi de désengorger l'ophtalmologie. Tous nos pays voisins fonctionnent très bien en ayant adopté ce modèle. »

DÉPLOYER LA TÉLÉ-EXPERTISE

— **Luis Pascual** : « Aujourd'hui le réseau Optique Lafayette étant constitué d'opticiens indépendants, nous avons proposé depuis janvier une solution en partenariat

ITELIS : AIDER LES SALARIÉS DES ENTREPRISES À Y VOIR CLAIR

C'est un tournant : Itelis s'engage dans un véritable parcours de sensibilisation sur la santé visuelle en allant au-devant de ses bénéficiaires, là où ils se trouvent, en entreprise notamment. Objectif : aider les personnes à s'orienter à partir des moyens dont elles disposent à côté de chez elles. Créée en 2001, Itelis est une marque de la société Isea qui compte plus de 11 millions d'assurés, réunit 80 complémentaires santé et forme un réseau de 15 000 professionnels de santé conventionnés et référencés. Rencontre avec Aurélie Barbereau, nouvelle Présidente du directoire d'Isea.



Aurélie Barbereau - Présidente du directoire d'Isea

“ Au global quels sont les enjeux auxquels Itelis fait face aujourd'hui ? ”

— Aurélie Barbereau, Présidente du directoire d'Isea : « Face aux difficultés actuelles d'accès aux soins, Itelis a un objectif : contribuer à la soutenabilité organisationnelle et économique du système de santé français, en accompagnant les complémentaires santé et leurs assurés vers le meilleur soin au meilleur tarif.

Cela s'inscrit dans un contexte économiquement contraint. D'une part pour les bénéficiaires, dont le pouvoir d'achat est limité ce qui impose de limiter les restes à charge. Et d'autre part pour nos clients complémentaires santé, dont les marges se réduisent : d'après le rapport 2023 de la DREES sur la situation financière des OCAM, les résultats techniques moyens sont quasiment nuls à 0,1% des cotisations, et les contrats collectifs sont globalement déficitaires, avec un déficit qui fluctue jusqu'à de 4% des cotisations. Les OCAM se retrouvent alors dans une situation où elles sont obligées de revaloriser leurs tarifs, et c'est en rebond le pouvoir d'achat de l'assuré qui est impacté.

De manière plus globale, 6,7 milliards d'euros sont consacrés aux dépenses de santé en optique (source DREES, CSBM 2022), dont 4,8 milliards sont pris en charge par les OCAM. Ce sont des sommes colossales et il est indispensable que ces dépenses soient utiles à la santé visuelle des bénéficiaires. »

“ À l'issue des différentes enquêtes que vous avez réalisées, quelle image avez-vous du secteur de l'optique et des attentes des usagers ? ”

— Aurélie Barbereau : « Nos enquêtes révèlent avant

tout un besoin d'être mieux accompagnées, et les besoins dans le domaine visuel sont importants, en particulier en entreprise. C'est même le premier besoin de santé qui ressort : 42% des salariés se jugeant à risque pour leur vision pensent l'être à cause de leur activité professionnelle, loin devant les antécédents familiaux, cités par 25% des interrogés ou des facteurs d'âge (24%).

Notre spécificité par rapport à d'autres réseaux est que nous avons un portefeuille sur le collectif qui est très important : sur nos 11 millions de bénéficiaires, environ 80% sont couverts par un contrat collectif. Cela nous permet d'agir dès l'entreprise, pour organiser des actions d'information, de sensibilisation, ou encore de dépistage. À l'issue de ces actions, nous aiderons les personnes à s'orienter dans le système de santé, en expliquant, notamment, les prérogatives des différents professionnels de santé de la filière.

Cela se fait dans un contexte où les entreprises sont de plus en plus favorables à mettre en place ce type de démarche, que ce soit dans l'objectif de promouvoir le bien-être au travail, lutter contre l'absentéisme ou l'accidentologie, ou encore pour développer une marque employeur porteuse de valeur de solidarité et bienveillance. L'entreprise me semble par ailleurs être un lieu de préven-

8 millions de Français conduisent avec une mauvaise correction visuelle. Et si on ouvrait les yeux ?

Tous mobilisés pour la santé visuelle

500 000 enfants français ont une myopie qui évoluera si elle n'est pas corrigée à temps. Et si on ouvrait les yeux ?

Tous mobilisés pour la santé visuelle

18,7 millions de Français aimeraient être mieux accompagnés dans leur santé visuelle. Et si on ouvrait les yeux ?

Tous mobilisés pour la santé visuelle

42% des salariés se jugeant à risque pensent l'être à cause de leur activité professionnelle. Et si on ouvrait les yeux ?

Tous mobilisés pour la santé visuelle

tion à privilégier parce qu'elle peut, selon l'objectif qu'elle se fixe, en mesurer rapidement les effets.

Nous avons travaillé, par exemple, avec une mutuelle qui couvre des entreprises de transport, pour lesquelles la santé visuelle est un enjeu majeur. C'est aussi le cas dans le secteur industriel où cela relève de la responsabilité de l'employeur, et nous proposons depuis quelques semaines des offres d'équipement de protection individuelle à la vue. »

“ Que vous disent les salariés des entreprises sur leurs besoins en santé visuelle et qu'en déduisez-vous au niveau opérationnel ? ”

— Aurélie Barbereau : « Les délais de rendez-vous étant ce qu'ils sont, entre 5 et 9 mois selon les régions, les assurés disent rencontrer des difficultés d'accès aux soins. Notre enjeu est alors double.

Il s'agit d'une part d'expliquer l'organisation de la filière et en particulier les rôles des "3O" dans la prise en charge de la santé visuelle – le rôle de l'orthoptiste par exemple est mal connu, ou encore le fait qu'il est possible de voir son opticien avec une ordonnance pour une adaptation de la correction.

Il s'agit ensuite de décrypter l'organisation des soins de proximité, qui peut être très différente d'un territoire à l'autre. Les usagers ne savent pas toujours quelles sont les structures existantes près de chez eux. Les Pôles d'ophtalmologie en particulier ne sont pas encore connus de tous alors qu'ils regroupent toutes les expertises.

Ce que l'on veut dans les prochains mois, c'est créer un dispositif d'accompagnement de nos bénéficiaires dans la filière santé visuelle, en partant de l'entreprise pour toucher

un maximum de personnes, proposer de l'information et des dépistages pour les sensibiliser, expliquer comment la santé de leurs yeux ou celle de leurs proches peut être prise en charge, et de quelles ressources ils disposent à côté de chez eux. Nous pourrions ainsi sensibiliser y compris des salariés parents d'enfants aux enjeux du dépistage, en particulier de la myopie progressive, et aux solutions qui existent pour la freiner. Pour poursuivre sur cet enjeu de santé publique, nous avons pu travailler avec une partie de nos clients qui ont décidé, pour certains contrats, d'intégrer les verres de freination sans reste à charge.

Pour cela, nous mettrons à disposition de tous nos bénéficiaires une plateforme santé d'information et d'aide à l'orientation, quelle que soit leurs situations.

C'est pour nous une réelle évolution de posture. La stratégie consiste à accompagner les personnes tout au long de leur parcours, de l'amont à l'aval et dans leur quotidien, notamment en entreprise.

Par ailleurs, via notre marque VerbaTeam (l'autre offre d'Isea), nous développons aussi une offre dont l'objectif est d'accompagner les entreprises et leurs salariés en matière de prévention santé. Nous proposons des bilans de santé, des analyses d'absentéismes, nous travaillons sur la santé mentale, et réalisons des plans d'accompagnements sur différentes problématiques santé en entreprise..., avec un objectif : rendre le salarié acteur de sa santé. »

“ La nouvelle plateforme Itelis deviendrait en quelque sorte le coordinateur du système ? ”

— Aurélie Barbereau : « Coordinateur est un mot un peu fort car le bénéficiaire reste libre bien entendu et nous

n'intervenons pas dans sa relation avec les professionnels de santé. La plateforme sera plutôt une boussole ou un guide. Nous intégrerons les enjeux de prévention et de santé publique. Nous travaillons avec les complémentaires santé dont le métier est d'identifier le risque, de l'évaluer, de le prévenir autant que possible et de répondre présent une fois que le risque est avéré. Le tout dans un système économiquement équilibré. Nous sommes là pour aider nos clients OCAM dans leur mission, en facilitant l'accès à la prévention, notamment visuelle, et au système de santé.

En septembre prochain nous lançons un pilote dans les Hauts-de-France, pour lequel nous irons jusqu'à tester l'intérêt de proposer aux assurés un échange avec un expert santé pour répondre à ses questions et l'aider dans son parcours santé visuelle. Nous nous laisserons le temps, entre six ou neuf mois, pour confirmer si cette proposition de valeur répond aux besoins des assurés et plus largement à ceux de notre écosystème. En effet l'ambition est d'avancer dans une logique expérimentale : tester l'appétence de nos clients OCAM et celle de leurs clients entreprises pour être des relais auprès des assurés finaux, et vérifier que ceux-ci trouvent les réponses à leurs besoins avec cette nouvelle offre.

Cette offre qualitative est construite en bonne intelligence avec la filière car nous avons la conviction que c'est collectivement que nous pouvons favoriser la bonne santé visuelle des bénéficiaires : en permettant aux industriels de proposer des innovations utiles, en développant l'accès aux soins et notamment au dépistage, en favorisant autant que possible une délivrance qualitative en magasin, et en maîtrisant les coûts pour in fine favoriser le pouvoir d'achat des bénéficiaires. »

« Au-delà de cette nouvelle offre, y a-t-il d'autres enjeux sur lesquels vous lancer des réflexions avec la filière ?

— Aurélie Barbereau : « Au-delà des enjeux de santé, nous travaillons les enjeux RSE, pour être moins polluants et abaisser l'empreinte carbone de la filière, c'est un axe qui nous incite à travailler ensemble, avec nos opticiens partenaires mais aussi avec les verriers. C'est ainsi que nous avons valorisé économiquement l'OFG (Origine France Garantie) parce que nous nous rendons compte que même si ça coûte plus cher, nos partenaires développent actuellement leur capacité de production en France, et nous souhaitons accompagner ce mouvement. Dans un contexte économiquement contraint, ce n'est qu'ensemble que nous trouverons des solutions équilibrées. »

« Comment intégrez-vous les opticiens à votre stratégie ?

— Aurélie Barbereau : « L'enjeu des complémentaires santé est de privilégier tout ce qui tend à fluidifier et améliorer le parcours de leurs bénéficiaires. Nous allons aider les bénéficiaires à améliorer leur santé visuelle et à trouver le professionnel de santé à proximité de chez elles, prenant en compte le cadre réglementaire actuel :

ITELIS POURSUIT LE DÉPLOIEMENT DE SON SERVICE "OPTICIEN À DOMICILE"

Les Français sont de plus en plus préoccupés par leur santé visuelle, mais ils se heurtent à certaines difficultés, notamment en termes de mobilité, pour accéder aux soins. Face à ces enjeux, Itelis poursuit le déploiement de son service « Opticien à domicile », en partenariat avec Optical Center.

Lors du rendez-vous, l'opticien peut vérifier l'acuité visuelle de l'assuré, proposer une large sélection de montures (jusqu'à 200 montures disponibles dans le camion) et accompagner l'assuré dans son choix. Une fois l'équipement réalisé, l'opticien assure la livraison au domicile de l'assuré et effectue les ajustements nécessaires sur place. Il peut ainsi procéder aux vérifications d'usage pour s'assurer du confort de l'assuré avec son nouvel équipement.

« Nous sommes convaincus que ce service a une grande plus-value, notamment pour les patients ayant des difficultés à se déplacer ou résidant dans des zones éloignées. Le service "Opticien à domicile" s'inscrit en complémentarité des offres que nous déployons déjà, tout en restant fidèle à notre mission qui consiste à faciliter l'accès aux soins », explique Aurélie Barbereau, Présidente du Directoire d'Isea. ■

orthoptistes ou ophtalmologues pour un examen ou une primo-prescription, opticiens pour un renouvellement par adaptation, et in fine les orienter vers nos opticiens partenaires pour l'achat de leurs équipements. Nos opticiens partenaires sont donc valorisés à toutes les étapes où ils peuvent intervenir. Nous sommes conscients que les modalités d'exercice et de partage des tâches pourra évoluer dans le temps et serons attentifs aux dispositifs qui prouveront leur intérêt en favorisant l'accès à une meilleure santé visuelle.

Nous partageons avec eux d'autres enjeux, en particulier la lutte contre la fraude. Vues les sommes en jeu que j'ai rappelées tout à l'heure, et au regard du niveau de financement par nos clients OCAM, nous nous devons de veiller à la maîtrise et aussi à l'utilité de ces dépenses. »

« Et enfin une question d'ordre plus général, qu'est-ce que le 100 % Santé a apporté à la question de l'accessibilité selon vous ?

— Aurélie Barbereau : « Dans le domaine de l'optique, le modèle du 100% Santé en magasin n'a pas d'enjeu pour Itelis, car nous donnons déjà accès à des verres sans reste à charge dans deux tiers des cas, avec par ailleurs une qualité supérieure dans le réseau (en termes de verres individualisés plutôt que progressifs simples par exemple, ou encore de traitements anti-lumière bleue et anti-UV combinés). » ■

Propos recueillis le 29 avril 2024 à Paris.

www.itelis.fr

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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



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



COMMENT LES INNOVATIONS IMPACTENT-ELLES LA FILIÈRE

Avec pour grand témoin **Sylvine Kohler, Opticienne de l'Année 2023**, et avec la participation de **Romain Vannini, PDG du Groupe De Rigo**, la Table Ronde De Rigo-L'Essentiel ce mois-ci vous propose un tour d'horizon à 360°, relatif à l'impact concret des évolutions professionnelles selon trois niveaux d'innovations : techniques, réglementaires et stylistiques.



Sylvine Kohler
Opticienne de l'Année 2023



Romain Vannini
PDG du Groupe De Rigo France



Depuis le mois d'avril 2024, la marque globale Police a lancé AUDACITYLAND, une plateforme basée sur la technologie web 2.5 © De Rigo

Au cours de ces dernières années, quelles ont été les évolutions qui ont eu le plus de conséquences dans la pratique quotidienne de votre métier ?

— **Sylvine Kohler, Directrice générale du Groupe Kohler et Opticienne de l'Année** : « L'accès à l'optique par le 100% Santé a été un vrai changement. Ces évolutions nous demandent toujours plus de flexibilité et d'adaptabilité. Le cadre légal mis en place par des réseaux de soin induit aussi un travail administratif qui s'est considérablement accru au fil du temps, avec des mises à jour incessantes, code LPP, traçabilité, informatique... Le cœur de métier se diversifie. Il faut que l'opticien aime avoir une activité plurielle, avec des collaborateurs qui doivent savoir tout faire. Selon le mode de distribution cette polyvalence peut être appréciée des salariés eux-mêmes et totalement rédhibitoire pour d'autres. Beaucoup d'opticiens décident d'externaliser la part administrative. Nous avons envisagé cette option mais dans mes magasins nos opticiens préfèrent se charger de l'ensemble du processus, y compris l'administratif. Autre changement important : le télé détournement numérique. Pour des raisons de RSE, nous avons fait le choix de laisser nos fournisseurs télé-détourner nos verres : notre consommation d'eau est ainsi réduite, la récupération de la poussière de verre optimisée par le verrier et la qualité de la précision numérique est imbattable. Cela aussi constitue un vrai changement. Certains de nos magasins tournent sans meuleuse. Le métier d'opticien évolue vite. Le conseil est toujours là, et si nous faisons moins d'atelier nous faisons bien plus d'exams de vue grâce aux délégations de tâches que l'on veut bien nous confier

à nouveau. Les innovations de nos verriers qui s'adaptent au monde et aux nouveaux besoins sont autant de technologies au service de notre métier d'expert et de nos clients. Les innovations des lunetiers, de plus en plus attentifs à la nature des matières premières, à leur recyclage nous amènent aussi à davantage d'expertise et de responsabilité environnementale. Dans nos magasins créateurs qui ne sont pas en réseau, les opticiens ont l'impression d'être davantage concentrés sur le cœur de métier comme ils le pratiquaient il y a vingt ans, avec davantage de temps consacré au client. Nous ne pratiquons pas la télé médecine ni la télé expertise. C'est une innovation sans doute incontournable mais qui doit rester un outil parmi d'autres, et qui appelle encore beaucoup de points de contrôle. »

— **Romain Vannini, PDG du Groupe De Rigo France** : « Les innovations qui transforment notre quotidien sont nombreuses : sur les verres comme sur le matériel de mesure ; sur les montures, leurs fabrications, leurs origines, leurs matériaux écoresponsables ; sur les nouvelles technologies avec les lunettes connectées ou les impressions 3D utiles pour faire du dépannage ; sur la politique RSE qui implique toute la filière. Nous constatons aussi une attente de personnalisation de plus en plus poussée de l'équipement, avec les montures et les verres, ce qui offre un plus grand éventail de choix pour les consommateurs donc de leviers pour les opticiens. Travaillant avec des licences, je citerai aussi l'impact du designer sur la marque globale : il peut insuffler complètement la dynamique de la marque, qui va parfois jusqu'à changer les fournisseurs historiques de la marque. Nous l'avons particulièrement vu avec Kering et Thélios,

avec des reprises de marques qui ont créé de nouvelles dynamiques sur le marché. Depuis 10 ans et notamment à partir de la loi Hamon, notre filière a connu de nombreux changements de législation, sur les remboursements, les périodes de renouvellements jusqu'à la loi 100% Santé. Le RIGD implique aussi beaucoup de travail administratif. Le On-Line a poursuivi son expansion et les opticiens mobiles ont fait leur apparition et plus récemment la télé-expertise. Toutes ces innovations positives ou subies impliquent de facto la filière dans son ensemble. »

Cette accumulation d'innovations est-elle de nature à donner à la filière une dynamique d'écosystème ?

— **Sylvine Kohler** : « Il faut bien considérer là, innovation technologique d'une part et innovation dans le système de penser d'autre part. Il faut savoir mêler et optimiser ces nouveaux atouts. Pour moi la nécessité de relation plus étroite avec les ophtalmologistes, les écoles, les optométristes, les orthoptistes, et l'ensemble de nos partenaires en profitant des avancées technologiques est une innovation de penser qui dynamise et optimise tout notre écosystème. Le maillage des opticiens est très important, jusque dans les campagnes, alors qu'il est très compliqué de trouver un ophtalmologiste en dehors des villes. La technologie avancée nous permet de réaliser des réfractions ou des dépistages précis. L'objectivité de la machine au service de la subjectivité utile pour l'examen de la vue. Voilà une belle dynamique que la relation intelligente entre les acteurs de notre métier au service de la santé visuelle. Pour cela il faut une communication

tout autant intelligente et collaborer en confiance. Où est la cohérence de pratiquer la télé expertise avec un ophtalmologiste situé à des milliers de kilomètres, un ophtalmologiste "quasi virtuel", alors que nous pourrions collaborer au minima dans un même département. Les optométristes qui exercent dans nos magasins, sont qualifiés pour pratiquer la réfraction, pour alerter au moindre doute et soulager les ophtalmologistes. Ceci à condition de travailler en confiance, ce qui suppose une bonne connaissance les uns des autres. Une bonne communication peut être innovante. Tout cela suppose bien entendu une déontologie sûre, dans une relation de confiance. Les systèmes de contrôle infailibles, comme la blockchain, font aussi partie aujourd'hui, des innovations au service de notre noble profession. »

— **Romain Vannini** : « On espère l'émergence d'un tel écosystème mais aujourd'hui on n'en voit pas les effets concrets et positifs pour l'ensemble des acteurs de la filière. A titre d'exemple, le gouvernement communiquait en mai dernier sur les bienfaits de disposer de plantes comme éléments protecteurs contre la chaleur, qui j'imagine à booster l'ensemble de la filière horticole. Une telle communication sur la protection des yeux aiderait à valoriser l'ensemble de la filière "en un seul message simple" : c'est ce qui peut manquer aujourd'hui. »

— **Sylvine Kohler** : « Aujourd'hui, dans notre profession, en l'absence d'élément fédérateur, chacun travaille dans son coin. Lorsque je disais que nous sommes adaptables, nous sommes aveuglément adaptables. Nous ne faisons que subir les évolutions. Nous sommes contraints à accepter des choses, sans forcément en comprendre le sens, alors que pour garder nos opticiens dans les magasins nous devons avant tout donner un sens à leur métier, de même que pour nos clients qui ont eux aussi besoin de sens et de comprendre. Mais notre profession, qui lui donne du sens aujourd'hui ? Au moment où la formation n'est pas cohérente, où les relations avec les ophtalmologistes ne sont pas cohérentes ? Nous sommes isolés les uns des autres, dispersés. Chacun joue dans son coin parce qu'il est difficile de s'adapter. À ce titre, je trouve mes équipes remarquables d'adaptabilité, même s'il est parfois bien difficile de donner du sens. Tout cela nous prend énormément de temps. »

— **Romain Vannini** : « C'est l'impact des innovations réglementaires qui nous pousse aussi à travailler en silo : parce qu'il faut y répondre. Quoique dans une même démarche, ce travail en silo, qui n'est certainement pas le plus adapté, reste un processus de défense. Le fait de devoir à chaque fois réagir sur différents fronts implique qu'il soit compliqué de penser l'écosystème dans son entièreté. »

Le Groupe De Rigo et Zadig&Voltaire, la maison symbole du « French Spirit of Freedom », partenaires depuis 2015, ont annoncé le renouvellement de leur accord de licence exclusive mondiale pour la conception, la production et la distribution de lunettes de soleil et de montures optiques.



— **Sylvine Kohler** : « Nous n'avons pas le sentiment de pouvoir échanger suffisamment entre nous. Devant ces évolutions perpétuelles qui nous sont imposées, nous sommes toujours sur la défensive. Nous avons du mal à nous rassembler pour proposer des choses par nous-mêmes et être les véritables acteurs de notre destin. Pour profiter pleinement des innovations, y trouver du sens, il faut s'appuyer sur des bases solides et comme le dit Romain, cesser de travailler chacun de notre côté. »

— **Romain Vannini** : « Lorsqu'un changement majeur pour la filière se prépare, il est souvent déjà trop tard. Les acteurs sont dans l'obligation d'appliquer voire de subir. »

— **Sylvine Kohler** : « Nous retombons sur cette problématique : nous sommes une profession subventionnée. Et donc, la loi l'encadre. Le 100% Santé a véritablement donné accès aux appareils auditifs, aux lunettes... Les réseaux de soins offrent un choix plus large toujours encadré mais la liberté de choisir est aussi possible. Cette réglementation est très spécifique à la France. Cette spécificité est sûrement "moteur" en terme d'innovation. »

Avec les lunettes connectées, les lunettes sortent de l'optique pour se connecter à d'autres domaines, et donc peuvent échapper à l'opticien ; le verre de freination myopique fait passer l'opticien de la compensation d'une amétropie à un véritable traitement visant à éviter une pathologie ; l'impression 3D peut transformer l'opticien en

fabricant. Comment appréhendez-vous de telles ruptures conceptuelles et organisationnelles ?

— **Romain Vannini** : « Selon moi, les montures connectées ne sont pas des produits qui impliquent la filière au sens de la Santé Visuelle. Les canaux de distribution sont aujourd'hui divergents et leurs attributs diffèrent d'un dispositif médical. On a vu divers produits commercialisés qui ont mis beaucoup de temps à pénétrer le marché. Ces produits existent principalement à travers des campagnes publicitaires massives mais leur pénétration reste limitée pour impacter les équipements traditionnels. Les verres de freination de la myopie servent l'ensemble de la filière, il y a là un vrai message de fond. S'il y avait une communication filière à promouvoir ce serait bien celle-ci. Le message touche toute la famille car ce sont bien aussi les parents qui conduiront l'enfant durant son parcours de soin. Je suis particulièrement attentif à la prévention de la myopie engagée par les opticiens car en tant que fournisseur de montures notamment adaptées aux jeunes porteurs, je dispose d'une offre de lunettes conformes avec leurs besoins sur les collections Police, Zadig&Voltaire, Fila ou Sting.

L'imprimante 3D permet à certains opticiens de répondre à une demande d'urgence, cela est de nature à enrichir l'expérience client, avec davantage de personnalisation. Mais on ne s'improvise pas créateur de montures en 3D. Un opticien créateur préférera choisir de matériaux plus nobles.

— **Sylvine Kohler** : « Les lunettes connectées me font penser, au *metaverse*. On ira bientôt acheter une lunette "sympa" dans le *metaverse* (seront-elles remboursées d'ailleurs?) et une 100% Santé dans le réel ! Je ne sais pas trop où l'on va. Je pense que tout va coexister. Encore une fois il faudra bien nous adapter. Mais il faudrait alerter sur les effets qui impactent la santé visuelle de ces dispositifs, en lien avec l'épidémie de myopie qui n'est pas étrangère à la surexposition aux écrans, et personne n'en parle. Il faudrait aussi éduquer les parents, encadrer les pratiques lorsqu'elles portent atteinte à la santé publique. Le phénomène nous ramène en revanche à notre cœur de métier d'expert en santé visuelle. Concernant la fabrication 3D, cette innovation peut apporter un service nouveau dans un esprit très RSE, puisqu'on peut réparer, ou créer sans déchet. Et si ça me permet de faire des lunettes à 3 euros à la demande, alors je peux fabriquer tout mon assortiment 100% Santé en 3D, au lieu de l'acheter en Chine et de stocker des lunettes de médiocres qualité ! En voilà une belle innovation ! »

— **Romain Vannini** : « Le groupe De Rigo a déjà passé ce cap du *metaverse*. Depuis le mois d'avril 2024, la marque globale Police a lancé AUDACITYLAND, une plateforme basée sur la technologie web 2.5 connectée à un *metaverse* interactif et navigable où les produits de la marque *lifestyle*, dont les lunettes, sont représentés. L'objectif est de redéfinir la logique d'interaction entre la marque et ses consommateurs, qui feront partie de la première communauté Police, obtenant un *membership token* personnel, unique et certifié grâce à l'utilisation de la technologie *blockchain*. »

En termes stylistiques cette fois, où va cet objet d'apparence et de mode que sont les lunettes ? Quelles sont les tendances qu'il faut suivre ?

— **Sylvine Kohler** : « La véritable tendance, c'est que la lunette prend toute sa place dans l'allure qu'on veut se donner ! La lunette devient un accessoire en même temps qu'elle est indispensable ! Au niveau du pur créateur, l'effet "création" précède l'effet mode. C'est l'innovation, l'invention dont vont inspirer par la suite les grandes griffes et la grande distribution. Les formes rectangulaires réapparaissent, les couleurs changent... Au niveau de nombreux consommateurs, nous avons du mal à sortir du noir et de l'écaillé. Chez certains fournisseurs qui visent le plus grand nombre, on observe que parfois, le sigle est la seule différence. Il y a aussi parfois un très fort décalage entre ce que représente une marque et la lunette censée représenter la marque. La couleur fait souvent partie de l'identité des magasins créateurs. L'extravagance est marginale, tandis que la lunette en général devient un accessoire à part entière. »

— **Romain Vannini** : « La monture n'est plus une prothèse uniquement destinée à soutenir des verres. Il

faut toujours se souvenir qu'au départ, nous valorisons ce qui est seulement un dispositif médical. Ces évolutions stylistiques permettent de dégager des tendances qui même si parfois cycliques permettent des réinterprétations permanentes d'anciens modèles, avec des années plutôt métal, plutôt épais. Depuis l'arrivée de fabricants par exemple catalans comme Etnia Barcelona, avec de plus en plus de couleurs, le consommateur ose de plus en plus s'affirmer à travers une marque, une couleur ou un style : il assume mieux ses lunettes. L'innovation stylistique dynamise incontestablement le marché de l'optique. On peut proposer de nouveaux matériaux, plus adaptées aussi à la peau du porteur, avec plus de confort, avec des verres plus performants, etc. C'est toute la richesse de notre métier d'industriels que de pouvoir apporter continuellement de l'innovation stylistique et technique. Le prochain Silmo 2024 sera encore un grand rendez-vous pour nos opticiens. Nous réservons pour eux de nombreux lancements : du style, de la couleur, des innovations techniques à l'image de notre savoir-faire De Rigo. »

— **Sylvine Kohler** : « La lunette faisant partie du "look" doit être jolie et confortable. Et les fournisseurs redoublent d'ingéniosité et d'innovation pour nous proposer des montures légères, anallergiques... »

— **Romain Vannini** : « C'est une chance de pouvoir travailler dans une filière aussi innovante ayant pour objectif commun : la santé visuelle. Félicitons-nous de pouvoir offrir de tels niveaux d'innovation, en continu, au plus grand nombre de porteurs. » ■



CONTACT **DE RIGO**
WE SHARE THE VISION

➤ <https://my.derigo.com>
➤ Tél. 04 74 81 42 84

DES VACANCES PROFITABLES

Réussir ses vacances pour booster votre rentrée. Car les congés, c'est du sérieux. Mieux qu'un droit, qu'une conquête : le moyen de rompre avec les routines et de reprendre en main sa vie. Une latence où l'esprit se recharge. Et au final la meilleure assurance de votre stimulation et de votre productivité de septembre. Décidément : un moment à ne pas rater.



photos © Envato



Souffler. Dépayser le corps et l'esprit pour mieux se retrouver. Explorer d'autres dimensions de sa personnalité. Surprendre la vie. C'est l'été. Changement de rythme. L'occasion de suspendre le quotidien, ses routines, ses tracas, afin de reprendre suffisamment de hauteur pour passer à autre chose. Un second souffle, en quelque sorte.

Pour ceux qui restent : aborder différemment le client. Au gré des festivals et des festivités de la saison touristique. Renforcer les liens, la complicité, le partage, la participation, autour des événements sportifs et culturels qui fleurissent ici et là dans toutes les régions, dont le principal bien sûr : les J.O. Mais pas que. Incarner l'été au sein du magasin. Et l'animer. Pour ceux qui partent : élargir l'horizon, remettre du sens, préparer la suite.

Il est toujours étonnant de constater la façon dont le hors travail structure le travail. En profondeur. De façon souterraine, comme de secrètes germinations. Comment le hors travail irrigue le travail d'un imaginaire puissant, d'une créativité renouvelée, d'une invention inattendue, d'une intention plus ferme. Ainsi les vacances sont-elles toujours un grand moment d'infidélité : infidélité envers les routines, les certitudes qui nous aveuglent, les situations supposées inexorables. Sortir du rail des

habitudes : ce peut être au bout du monde, ce peut être au bout de la rue. L'important, c'est de décaler les perspectives, de renouer avec le goût de l'ouverture et le sens de la nouveauté. Retrouver cette distance à sa propre existence par où reviennent en force le désir et l'imagination : c'est-à-dire la possibilité d'action et de changement.

Un magasin qui végète c'est souvent un opticien qui s'ennuie, un collaborateur que le train-train a peu à peu désenchanté. Un ennui qui résiste rarement à ces quelques semaines où chacun prend le temps de revenir à soi. Si vous êtes de ceux qui ont remis à plus tard leur désir d'inspiration et de remise en question, voici le moment tant attendu !

LE HORS-TRAVAIL STRUCTURE LE TRAVAIL

Décontraction, déconnexion : les maîtres-mots. Les vacances vous offrent ainsi l'occasion unique de vous soustraire à l'essentiel pour mieux y revenir. Nous surinvestissons tous

nos principaux objectifs ; et ce surinvestissement est souvent cause de nos échecs. Nous avons mis toutes nos forces dans la bataille, tendus vers un point parfois trop précis qui nous empêche de voir l'ensemble, la grande image, le contexte en plan large, le champ entier des opportunités. Les congés nous permettent au contraire de prendre le temps pour apprivoiser en toute quiétude une attention flottante, défocalisée, qui va prendre bien

des détours inattendus avant de se recentrer par elle-même sur l'essentiel. Et par les voies ainsi explorées avec naturel et décontraction, va vous offrir la solution sans que vous l'ayez vue venir.

Ainsi c'est dans les pages de ce roman dont vous repoussez jusque-là la lecture, c'est dans les mots croisés, dans la conversation au débotté avec des pêcheurs du coin, dans des échanges plus informels, moins attendus, dans la découverte de nouvelles pratiques sportives, que vont venir à vous les solutions sur lesquelles vous butiez jusqu'alors. Apprendre à en reconnaître les éléments. Savoir les faire apparaître. Sans rien forcer. Sans rien exiger. Laisser faire, se laisser faire, à la manière des bois flottés que la mer sculpte, transforme, dispose sur le rivage. Apprendre la puissance active qui se cache sous cette apparence de passivité.

Ainsi l'esprit, débrayé mais en éveil, disponible, va-t-il déverrouiller l'imaginaire. Et va dérouler tout seul votre plan de rentrée qu'il va transformer en expérience du renouveau, en enthousiasme frais. S'inscrire pour le Silmo de septembre, se promettre de passer dans l'espace Silmo Next où seront présentes les principales pistes prospectives où se dessine le futur proche de la profession, reprendre son abonnement à L'Essentiel de l'optique... S'appuyer sur les foyers d'énergie qui vont entretenir toute l'année la flamme de l'été.

Pour réussir la rentrée, un ton au-dessus. ■



CLM Éditeurs

Devenir opticien



LES RESSORTS
D'UN MÉTIER D'EXCEPTION

www.edition-optique.fr

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

LES
ÉLÉ
GAN
TES

Les Élégantes. Au milieu d'une société en pleine transformation – MeToo, transition de genre, intersectionnalité, féminisme différentialiste, etc. – l'élégance demeure comme un repère, un point fixe dans le bouillonnement créatif des univers du féminin. Avec ses codes, ses audaces, ses icônes.

L'élégance ne se décrète pas : elle se constate. Elle est toujours le produit d'un regard, c'est-à-dire d'une culture ancrée dans son époque. Au fond l'élégance est ce qui transcende la mode et lui survit. Une façon d'être, plus qu'une simple apparence. Il ne s'agit pas de se fondre dans la masse : il s'agit au contraire de faire émerger une personnalité, une singularité, une unicité dans ce qu'elle a de frappant et de rare.

L'élégance, c'est d'abord un style personnel. Une marque de distinction. Les injonctions des influenceuses et des magazines n'y peuvent rien. Pas plus que les critères moraux : les Merveilleuses du Directoire allaient jusqu'à remonter les grands boulevards parisiens en robes transparentes sous le regard suffoqué des passants ordinaires.

“ L'ÉLÉGANCE EST CE QUI
TRANSCENDE LA MODE

L'élégance se caractérise aussi par le soin, le souci du détail. Elle repose sur la capacité de la femme à se connaître soi-même, à jouer avec sa personnalité, à savoir se mettre en valeur, à n'avoir d'autre modèle que soi-même.

Une femme est élégante avant tout pour elle-même. Ce n'est que secondairement qu'elle produit sur autrui un effet de séduction. Raison pour laquelle elle privilégie aujourd'hui le confort : fini de souffrir pour être belle. Le vieux monde patriarcal, même s'il s'accroche, est derrière nous.

L'assurance affirmative que confère l'élégance donne à la personne une attitude de naturel et d'ouverture. Rien de surjoué. La qualité des matières, le jeu des couleurs et des textures, les coupes, tout est pensé d'un seul tenant et produit un effet d'harmonie, d'évidence ; mais aussi de jeu, de recul, voire de distance ironique. Ne pas être dupe de soi-même pour ne pas être dupe des autres : première règle des élégances.

C'est ici qu'une paire de lunettes fait toute la différence. Clef de voûte de la silhouette « total look », c'est elle qui affine, qui affirme, qui pimente. L'accessoire dit tout : il devient essentiel. ●●●



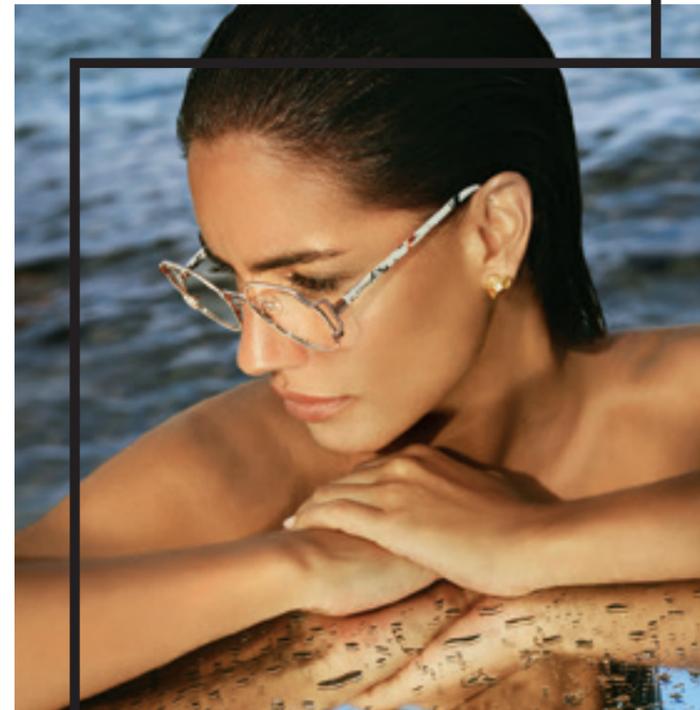
YOU'S AMSTERDAM + www.eurovisionie.com



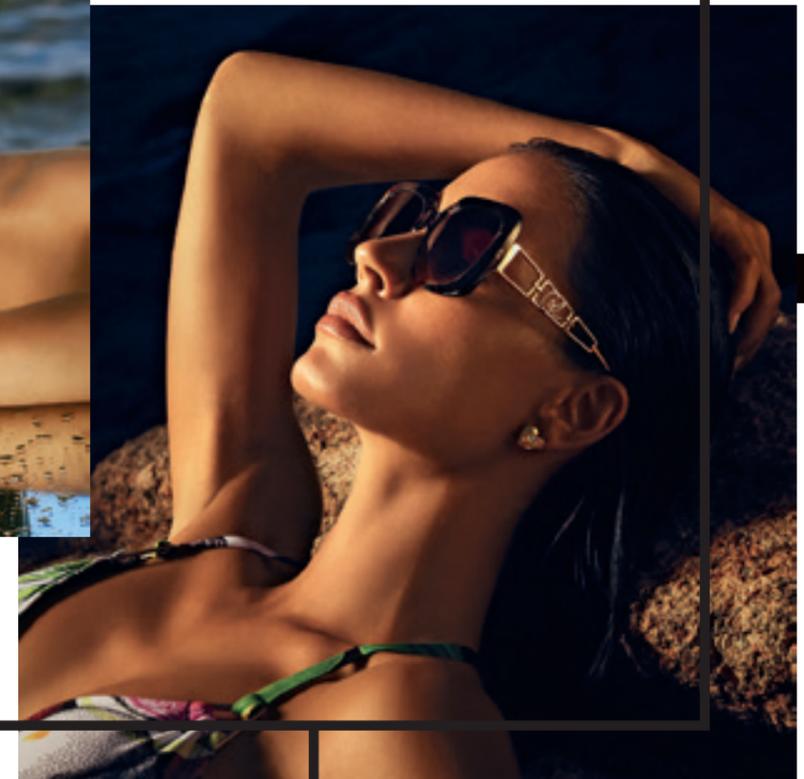
SANDRO + www.adcl.fr



MAJE + www.adcl.fr



CHRISTIAN LACROIX + www.adcl.fr



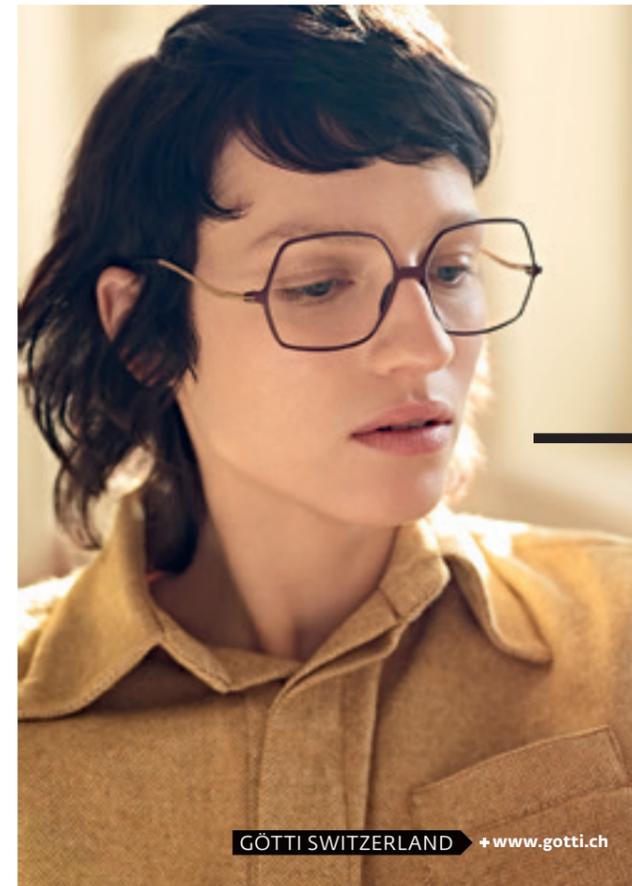
SPEKTRE + www.spektre.com



MAUBOUSSIN + www.adcl.fr



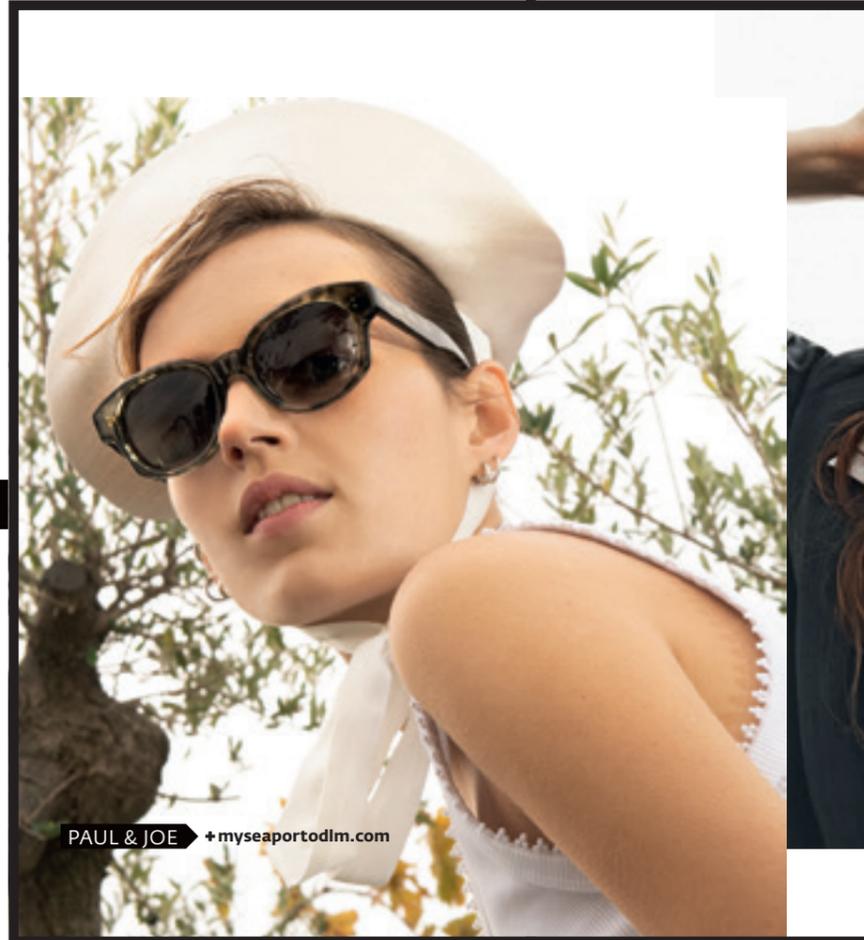
CARVEN +myseaportodlm.com



GÖTTI SWITZERLAND + www.gotti.ch



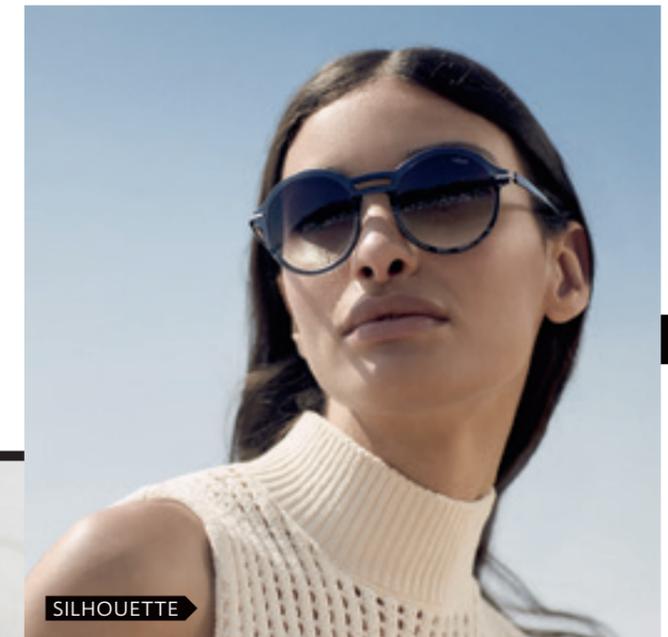
GÖTTI SWITZERLAND



PAUL & JOE +myseaportodlm.com



BA&SH +myseaportodlm.com



SILHOUETTE



VANESSA BRUNO +myseaportodlm.com



VANESSA BRUNO +myseaportodlm.com



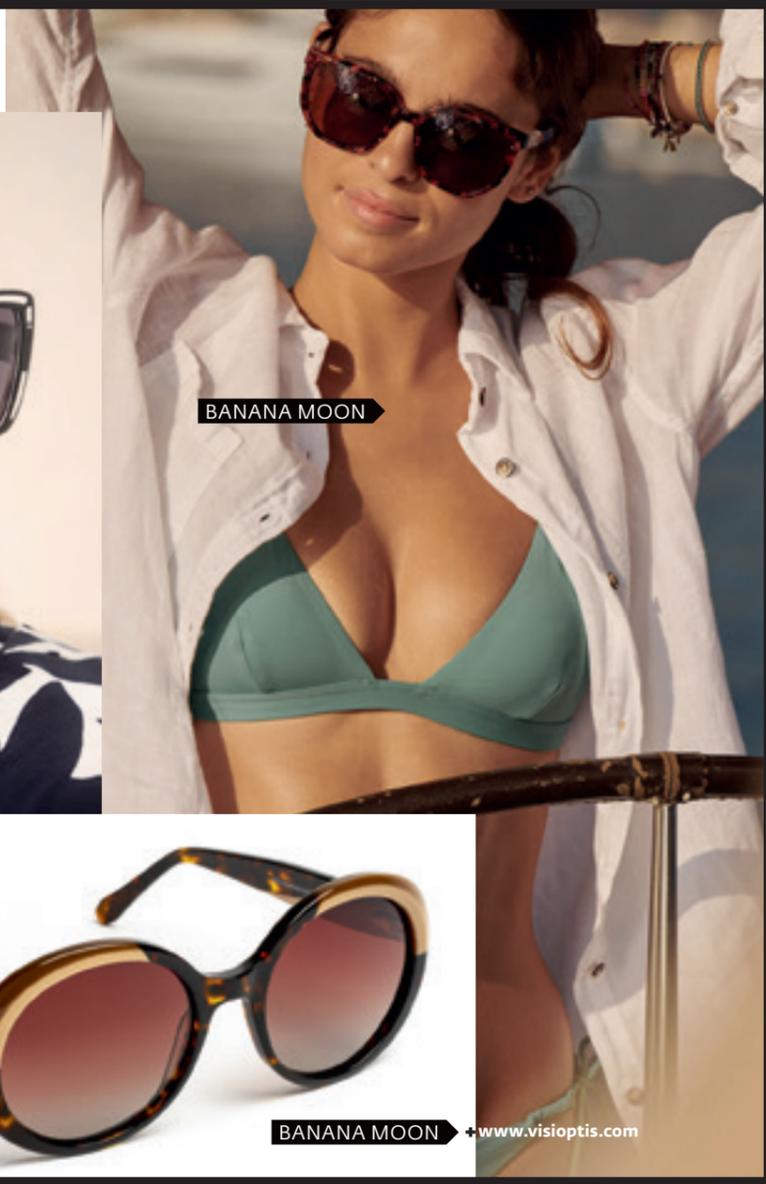
SILHOUETTE + www.silhouette.com



CÉBÉ + www.cebe.com



BETTY BARCLAY + www.visioptis.com



BANANA MOON



BANANA MOON + www.visioptis.com



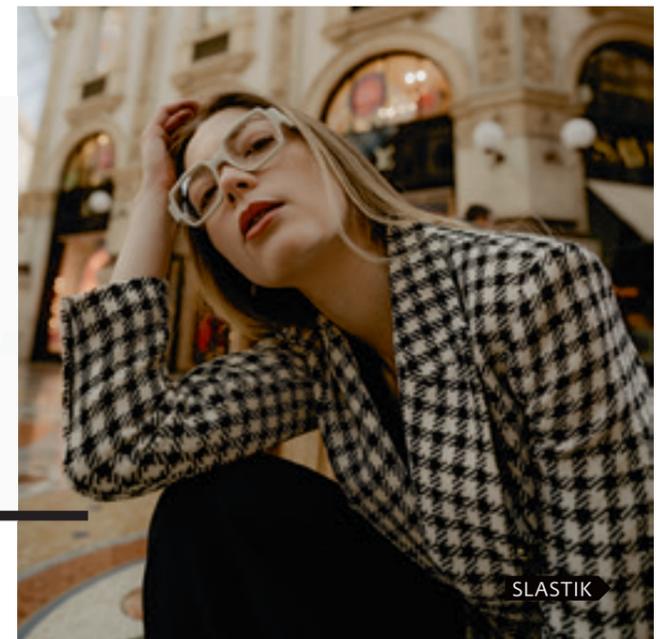
ELLE EYEWEAR + www.charmant.com



ULTRA LIMITED + www.ultralimited.it



SLASTIK + www.slastik.com



SLASTIK



MOREL + www.morel-france.com



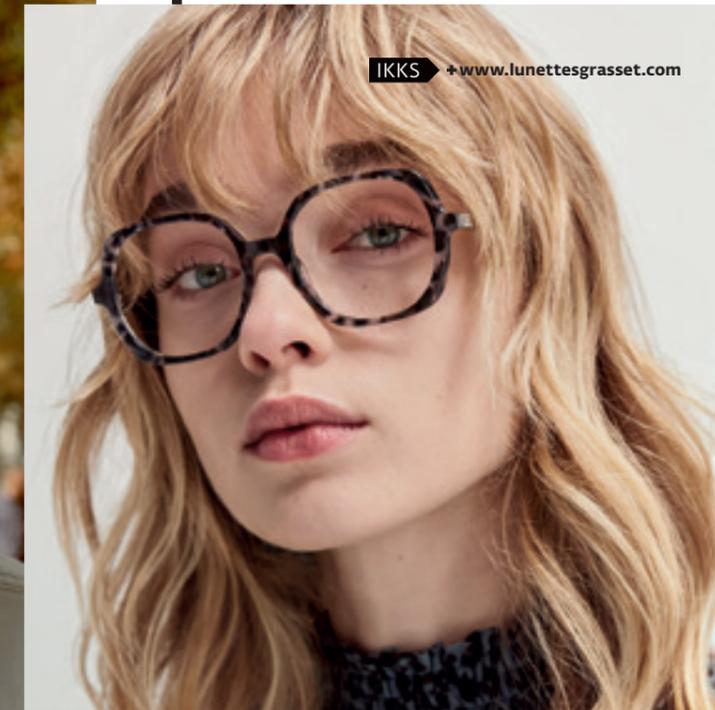
SEIKO + www.lunettesgrasset.com



J.F. REY + www.jfrey.fr



MAISON BENSIMON



IKKS + www.lunettesgrasset.com



LAFONT + www.lafont.com



MAISON BENSIMON + www.lunettesgrasset.com



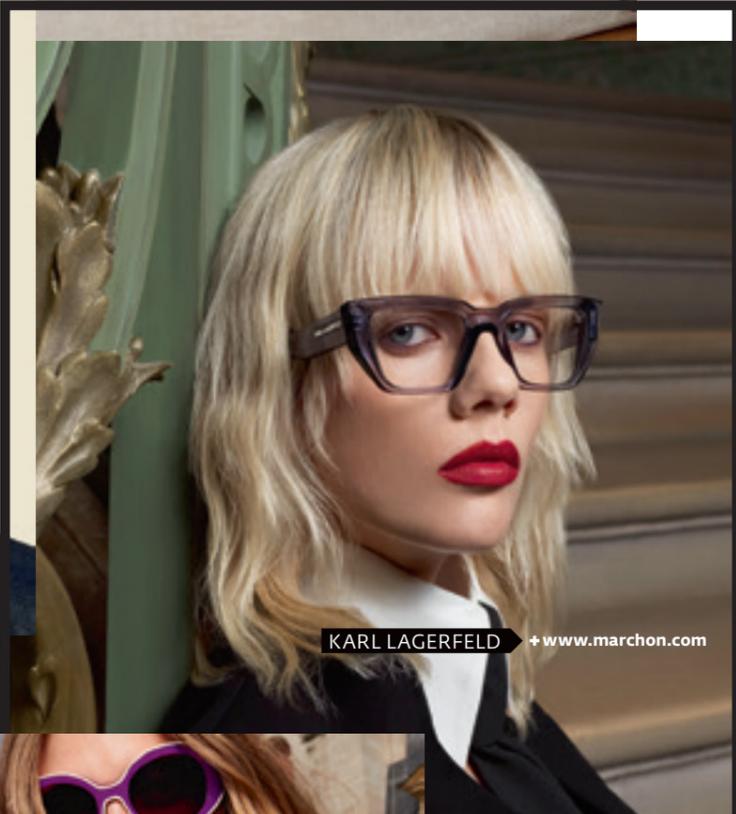
CALVIN KLEIN + www.marchon.com



VUILLET VEGA + www.vuillet-vega.com



VICTORIA BECKHAM + www.marchon.com



KARL LAGERFELD + www.marchon.com



TAKUMI + www.aspexeyewear.com



LONGCHAMP + www.marchon.com



KARAVAN + www.knco.fr

FRANÇOIS PINTON + www.knco.fr

REVENIR AUX FORÊTS



“
JE SAIS DES ARBRES
QUI COUVRENT
TOUT UN VILLAGE ET
DES MONTMARTRE
SOUS LES FEUILLES
”

Depuis qu'on le dévaste, l'Arbre est sorti du bois. Sécheresse, exploitation, tempête. Il était le visage de nos lieux familiers, le gardien des enfances et de nos liens secrets ; son absence en est aujourd'hui la défiguration silencieuse. L'inexorable avancée d'un monde mort fait d'averses en plastique, d'acides et de perturbateurs. Leur disparition nous désagrège.

Rare, voilà qu'on le regarde. Qu'on s'attarde à ses arborescences. Après tout c'est à l'exemple des Arbres que nous nous sommes élevés à la verticale et avons inventé nos logiques. Les pieds bien ancrés dans le sol, et la tête au grand air. Les Arbres. Ils sont peut-être la mémoire de ses figures immenses qui se penchèrent autrefois sur notre berceau afin de nous faire accueil. Hospitalité, sublime hospitalité des Arbres.

Arbres aux ombres tournantes où se décomposent les heures. S'ils nous fascinent, c'est qu'ils nous précèdent, c'est qu'ils nous survivent. Tranquilles, sereins. Ils nous

remettent à notre juste place. Ils ont été les premiers êtres vivants à peupler la planète, voici quatre cent millions d'années : bien avant les dinosaures, du temps de la Pangée, quand tous les continents de la terre n'en formaient alors qu'un seul. Des géants débouillonnés qui ont toujours été là, rassurants comme des dieux – des lieux de cultes et de mystères où l'imagination a toujours trouvé son compte. Arbres d'éveil, Arbres de justice, Arbres rituels, Arbres de prophéties. Liant, reliant les mondes inférieurs aux mondes supérieurs, la terre, le ciel, les étoiles. Des plus obscurs rhizomes à la canopée des nuages. Ils fondent le territoire, ils l'ouvrent sur un « ici ».

Un Arbre est un être vivant irremplaçable. Dans la forêt il ne meurt jamais. Ses ramifications lui permettent de survivre : en se propageant. Ce sont les Arbres les plus anciens qui sont aussi les plus protecteurs pour la biodiversité. Raison pour laquelle on ne remplace pas un centenaire par une canne à pêche. Un Arbre ne vaut pas

un Arbre. Certains sont comme des monuments.

Quatre cent millions d'années qu'ils dévient les vents, conservent les pluies, alimentent les nappes phréatiques, inventent les sources et font filer les rivières en en régulant le cours. Les Arbres sont des êtres sociaux. Ils savent attirer sur eux les eaux de pluie en inventant les nuages. Grâce à leurs racines et à leur mycélium, on sait depuis une étude parue en 2016 que les Arbres échangent eau, carbone, nutriments, microbactéries via les champignons du sol. Ce que l'on appelle désormais le « Wood Wide Web » : l'Internet des forêts. Une organisation de la solidarité en réseau complexe d'entraide et d'échanges d'information. Certains Arbres donnent l'alerte en présence d'un danger. Ce qui permet aux autres de modifier leur morphologie pour devenir impropres pour leur prédateur.

Pour communiquer entre eux les Arbres émettent également des molécules aux propriétés bactéricides et fongicides dont les effets bénéfiques se font ressentir

chez le simple promeneur. C'est ainsi qu'au Japon, on parle de « bain de forêt ». Les sujets passant quarante minutes en forêt ont une santé plus robuste que les autres et sont moins touchés par l'anxiété et la dépression. Le phénomène a été mis en évidence par le professeur Miyazaki, qui déclarait à cette occasion : « Nous vivons en ville depuis seulement deux ou trois cents ans et cela génère beaucoup de stress. La nature et la forêt sont tellement ancrées en nous qu'il en faut très peu pour que cela nous apporte une sensation d'apaisement. »

Je sais des Arbres qui couvrent tout un village. Où l'averse d'orage ne pénètre jamais. Je sais des Arbres à palabre où l'on vient même écouter le silence. Des pays sous les écorces. Et des Montmartre sous les feuilles. Des fraîcheurs qui n'appartiennent qu'à eux sous des ombres dansantes.

On a récemment proclamé la *Déclaration des droits des Arbres*. Il est temps en effet de retrouver nos connexions perdues et de revenir aux forêts. ■

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
T. 06 68 26 39 05 • didier.gaussens@gmail.com
www.clm-com.com

Livre

NOTRE OFFRE CLUB > DES OUVRAGES



■ Des *fake news* ou fausses informations sont diffusées tous les jours sur Internet et les réseaux sociaux. Elles font aujourd'hui partie intégrante du paysage informationnel auquel nous sommes confrontés. Dans ce flot incessant d'informations, comment faire la part des choses ? Comment les repérer ? Et surtout, comment démêler le vrai du faux ? C'est tout l'enjeu de cet ouvrage !

Nous avons usé des codes de la désinformation dans la présentation de ce livre : une couverture noire, anxieuse, qui joue la carte du « sensationnel » et un titre imposant qui affirme une vérité. Elle vous a attiré, n'est-ce pas ? Plongez-vous à présent dans le texte pour découvrir comment déconstruire ces codes, identifier les *fake news*, mener l'enquête et débusquer les images manipulées.

Dans cet ouvrage, Alexandre Capron, journaliste et expert en *fact-checking* vous partage ses conseils et ressources et propose une méthodologie simple pour comprendre les mécanismes et démystifier les fausses informations. À travers une approche multifacette et ludique, il présente une palette d'outils, des exemples concrets et de nombreuses astuces.

Réservations

Pour nos abonnés, votre ouvrage
gratuit au 01 71 73 42 42

Ouvrages payants sur le site de l'Éditeur
www.editions-mardaga.com

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

Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Dans une phénoménale adaptation hilarante et impressionnante, les Dieux Vikings Odin, Loki, Thor et Freyja doivent vaincre des géants primitifs, des clans rivaux et leurs propres ambitions !

En 12 pieds et 3 coups de boule est une Tragédie théâtrale unique au monde. Tissant d'anciens mythes, légendes et contes populaires dans une pièce de théâtre originale, il fait appel à des acteurs spécialisés dans les combats professionnels pour créer certaines des scènes les plus intenses jamais vues sur scène.

Unique en son genre et incroyablement novateur, *En 12 pieds et 3 coups de boule* a connu un succès mondial, et arrive maintenant à Paris adapté par Gwen Aduh (*Les Faux British*) !

Réservations

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

Billetterie payante au 01 42 64 49 40
et sur www.talticket.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



■ Quand une hypersensible, qui n'ose pas assumer ses intuitions, tombe amoureuse d'un homme merveilleusement vulnérable qui se réfugie dans le non-dit, le malentendu peut les mener à la séparation sauf si l'entourage s'en mêle.

À moins que l'émotion et le rire ne permettent de trouver le chemin de la parole et de l'amour.

Auteur : David Basant, Mélanie Reumaux – Artistes : Tessa Volkine, Caroline Bresard ou Florence Hebbelynck, Roger Contebardo ou Matheo Capelli, Edouard Giard ou Virgile Daudet, Gaëlle Bourgeois ou Jenn Rihouey ou Céline Perra – Metteur en scène : David Basant.

« Pièce enlevée aux moirures graves où le rire et l'émotion l'emportent. » *LE FIGARO*
« Parmi les spectacles à ne pas rater, une comédie romantique pétillante. L'esprit de Feydeau et l'écriture de Woody Allen. » *L'EXPRESS*

Réservations

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

Billetterie payante au 01 42 78 52 51
et www.cdlig.org/j/

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** : 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.



MIOF	10 au 12 septembre 2024	Moscou – Russie	+ eng.optica-expo.ru/optica/exhibition
CIOF	10 au 12 septembre 2024	Beijing – Chine	+ ciof.cn/eng/main.php
VISION EXPO WEST	18 au 21 septembre 2024	Las Vegas – États-Unis	+ west.visionexpo.com
SILMO PARIS	20 au 23 septembre 2024	Paris Villepinte – France	+ www.silmoparis.com
CONGRÈS FNOF	13 et 14 octobre 2024	Lyon – France	+ www.fnof.org
OPTICS ASIA	17 au 19 octobre 2024	Karachi – Pakistan	+ www.health-asia.com
HONG KONG OPTICAL	6 au 8 novembre 2024	Wan Chai – Hong Kong	+ www.hktdc.com/event/hkopticalfair/en
SILMO ISTANBUL	20 au 23 novembre 2024	Istanbul – Turquie	+ www.silmoistanbul.com

Jérôme
Directeur Général
LUZ optique

LUZ
VOTRE BUSINESS
PARTENAIRE

7^{ème}
CENTRALE
D'ACHAT
DU MARCHÉ*

Opticiens indépendants, l'excellence et l'engagement envers la santé visuelle de vos clients sont au cœur de vos priorités.

LUZ, première centrale d'achat et de services du marché, s'engage à valoriser votre expertise, dynamiser votre croissance et faire émerger votre singularité.

LUZ se réinvente pour vous proposer un accompagnement personnalisé stratégique et unique. Grâce à notre **NOUVELLE MÉTHODE** et nos **OUTILS** ciblés (diagnostic 360°, analyses de votre marché, tableaux de bord décisionnels), nous activons votre potentiel de réussite !

Rendez-vous sur LUZ.fr pour découvrir notre méthode

Diagnostic
360°



Analyses
du marché



Tableaux
de bord



Business Partenaire
des Opticiens Indépendants



SMYLE

SWISS MYOPIA LENS EXPERIENCE

Le verre innovant pour les jeunes super-héros
Solution de freination de la myopie chez l'enfant



optiSWISS