

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ ■ N°225 / NOVEMBRE 2020 ■ WWW.ESSENTIEL-OPTIQUE.COM



8,50€ • ISSN 1287-3160 • N°225 • NOVEMBRE 2020



A PRODUCT OF THE SEARCH

TOUJOURS CE QUE NOUS FAISONS CHEZ RIP CURL EST CONNECTÉ AU SEARCH D'UNE MANIÈRE OU D'UNE AUTRE MAIS NOS PRODUITS POUR LE SEARCH SONT DE LOIN LES MEILLEURS QUE NOUS FAISONS.



INOX → I ←
technology
ultra lightweight

FINESSE



LEGERETE



ANALLERGIQUE



STYLE RETRO

Modèle FOM 001

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



ENCHANTONS VOTRE PARCOURS CLIENTS.

WAM

7 MESURES EN UN SEUL APPAREIL
POUR CONFORTER VOTRE DISCOURS COMMERCIAL !

EXCLUSIVITÉS
ESSILOR

Interface didactique, pour une prise
en main rapide par vos équipes

Modules dédiés à la fatigue visuelle
et au suivi de la myopie



- Un bilan visuel en moins de 2mns, grâce à son protocole rapide et totalement automatique
- Adaptation de lentilles de contact facilitée, grâce à la topographie ultra précise
- Des clients convaincus par une meilleure compréhension de leurs besoins
- Un discours éprouvé pour augmenter votre panier moyen verres et améliorer votre rentabilité

OFFREZ À VOS CLIENTS LA PRÉCISION QU'ILS MÉRITENT.

ESSILOR INSTRUMENTS

0 979 990 310

Appel non surtaxé
à partir d'une ligne
fixe ou internet

Toute notre gamme sur

EssiShop.fr



Une nouvelle vision de la vie

Faites le choix de l'enseigne leader!



Avec Optic 2000 vos résultats passent à la vitesse supérieure.



50 ans
d'excellence
et
d'expérience

Des
conditions
d'achat
optimales

Une marque
puissante :
97%
de notoriété*

Une
communication
plurimédia
percutante

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



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



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



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



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



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



Roman BERTHET
Responsable Développement
(Suisse)
Tel : +41 79 552 70 65

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

optic2000.com



UN GROUPE D'EXCEPTION, UN **LEADER ENGAGÉ**
 POUR LA SANTÉ VISUELLE ET AUDITIVE POUR TOUS.
UN MODÈLE UNIQUE COOPÉRATIF AU SEIN DUQUEL
 NOUS AURONS **UNE PLACE SINGULIÈRE**. GUIDÉS
 ET SOUTENUS PAR **DES MESURES EXCEPTIONNELLES**
D'ACCOMPAGNEMENT FINANCIER*...

*Nous décidons de rejoindre
 KRYS GROUP!*

Vous vous posez encore la question ?
 L'équipe développement est à votre disposition :
veronique.larcher@krys-group.com / 01 41 91 53 32

*Conditions détaillées et barème des cotisations disponibles auprès du service développement de KRYS GROUP (01 41 91 53 32).

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

**Gérant-Directeur
 de la publication**
 Gérard Larnac

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

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

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

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

Consultant "Droit-Gestion"
 Zaky Maroc

Consultant "Design"
 Sébastien Brusset

Consultant "Recherche"
 Laurence Winckler

Impression
 Exatypo
 15 chemin du purgatoire
 74600 Annecy

Prix au numéro : 8,50 euros

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

© L'Essentiel de l'Optique

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

Dépôt légal à parution
 ISSN 1287-3160

Sommaire n°225

NOVEMBRE 2020

06
LA TRIBUNE
Confinement Saison 2

10
POINT CHAUD
Essilor : les 4 révolutions

14
PERSPECTIVES
**Opticien de santé : l'alignement
 des planètes**

16
OCAM
**Données personnelles de santé :
 le bras de fer continue**

17
ABONNEMENT
L'Essentiel chez vous

18
FILIÈRE
**Propositions de l'IGAS :
 les enseignes favorables à une
 mise en place immédiate**

20
OPHTALMOLOGIE
Situation de l'ophtalmologie

24
SANTÉ VISUELLE
Manifeste pour la vue des enfants

26
DYSLEXIE
**La dyslexie devient un combat
 pour l'opticien**

28
LUNETTERIE
**De la vue à la main : naissance
 du bel objet**

30
SOCIÉTÉ
Reconfinement !

32
CONTOURS DE LA MODE
**L'identité narrative, la nouvelle
 dimension de la mode, du design
 et de la marque**



48
LE CLUB ESSENTIEL
Abonnés : nos offres du mois

CONFINEMENT SAISON 2

Toutes photos : Boutiques Droit de Regard © Thomas Appert

6 Le nouveau confinement décidé par l'exécutif le 28 octobre dernier diffère fondamentalement du premier. Cette fois de larges pans d'activité voient leur continuité préservée. C'est notamment le cas des magasins d'optique, inclus dans la liste des commerces essentiels, qui en conséquence pourront rester ouverts. Si la circulation du public est à nouveau entravée par le retour des autorisations de sortie, c'est dans une moindre mesure puisque leur champ est élargi. Nous allons donc évoluer dans une situation intermédiaire entre le confinement total de mars (avec des magasins d'optique fermés sauf urgence) et le déconfinement total de mai.

Il faut avoir une pensée pour toutes les activités qui ne pourront pas résister sans aides massives de l'État : culture, tourisme, restauration, etc. Pour elles, la perte est sèche, car chaque jour de confinement est un jour perdu. Pour les soutenir efficacement, le sénat a récemment demandé au gouvernement de ne pas réitérer les hésitations du premier confinement : « Il ne faut pas ajouter aux inquiétudes suscitées par la crise sanitaire, des incertitudes liées à la complexité de mesures de soutien qui ne cessent de changer. Il faut que les entreprises puissent avoir confiance dans le soutien des pouvoirs publics. Le Gouvernement a en effet modifié plusieurs fois les critères d'accès au Fonds de solidarité, en modifiant le seuil de perte de chiffre d'affaires, les caractéristiques des entreprises éligibles, le montant de l'aide, complexifiant et retardant inutilement le soutien financier dont elles avaient besoin. De même, le fonctionnement des prêts garantis par l'État (PGE) et les modalités d'exonération des cotisations sociales et fiscales ont fait l'objet de plusieurs modifications depuis leur mise en œuvre. En outre, le dispositif visant à venir en aide aux entrepreneurs pour le



paiement de leurs loyers n'a toujours pas réellement vu le jour. »

La récession 2020 révisée pour l'ensemble de l'économie française est estimée aujourd'hui par les services de Bruno Le Maire autour de -11 % malgré le reconfinement, ce qui traduit un très bon troisième trimestre. « La capacité de rebond de l'économie française est considérable », a déclaré le ministre de l'Économie. Les fondamentaux sont très bons ». Tout va dépendre de la volonté politique dans le soutien aux entreprises et aux salariés. Bruno Le Maire table sur un retour de la croissance dès 2021.

Pour l'heure, il faut donc savoir ne pas se contenter de « tenir », mais d'anticiper ce rebond. Les entreprises doivent plus que jamais se montrer proches de leurs clients et attentifs à leurs inquiétudes. Car au final c'est sur leur comportement durant la crise qu'elles seront jugées.

Dans cette crise sanitaire qui dure, l'optique bénéficie de convergences favorables. D'abord parce que l'activité de l'opticien a été jugée essentielle au pays : et il faudra s'en souvenir. C'est là une reconnaissance officielle qui est de bon augure pour les évolutions en cours (délégations élargies, accès direct, confiance du public).



Ensuite parce que structurellement elle occupe une place privilégiée dans l'hygiène et la santé quotidienne des Français. On l'a vu au cours du premier confinement, avec la mise en place d'un service d'urgence. Mais surtout à l'occasion du déconfinement, avec un retour immédiat et massif du public dans les magasins. À cet égard il serait étonnant que l'optique ne surperforme pas l'économie globale. Une fin d'année à -5 % reste un objectif réaliste.

LES FOURNISSEURS 200 % MOBILISÉS

Les cabinets d'ophtalmologie, les consultations hospitalières d'ophtalmologie, les cabinets d'orthoptie et les magasins d'opticiens resteront donc ouverts durant la période de confinement. Le GIFO a confirmé le 2 novembre que l'ensemble des fournisseurs continueront massivement à approvisionner l'ensemble de leurs clients (magasins d'optique, cabinets d'ophtalmologie et orthoptistes) pendant toute la durée du confinement,

afin d'assurer la continuité des soins visuels des Français. Pas de flou, comme en mars. La réaction a été immédiate. À peine l'annonce du nouveau confinement était-elle officielle que la plupart était en mesure de proposer les protocoles adaptés. Ainsi Essilor France : « Nous confirmons la continuité de notre production et le maintien de l'ensemble de nos services pendant cette nouvelle période de confinement. L'ensemble des équipes d'Essilor France sont mobilisées pour soutenir la poursuite de l'activité du marché. Nous faisons front aux côtés des opticiens et nous les assurons de notre soutien plein et entier » précise Lena Henry, Directrice Générale d'Essilor France. Les Laboratoires de prescription et de distribution ainsi que les Agences commerciales restent ouverts. Tous les sites de fabrication et de distribution partout en France (Antony, Vaulx-en-Velin, Le Mans, Ligny en Barrois et Chalons) continuent d'assurer la fabrication et la livraison des verres. Même réactivité chez BBGR : « Une nouvelle période de doute et d'inquiétude s'installe au sein de la filière optique suite aux nouvelles annonces gouvernementales ! Toutefois, les circonstances sont bien différentes de celles de la première vague pour notre secteur. Le maintien de l'ouverture des opticiens est une chance qui se présente et qu'il faut saisir. Même si certaines interrogations demeurent quant à la fréquentation des magasins, chez BBGR nous mettons tout en œuvre pour garantir notre accompagnement et nos services habituels aux opticiens et contribuer activement au maintien de l'activité », déclare Prune Marre, Présidente de BBGR.

Ainsi que l'explique Jenkiz Salliet (Directeur général de Nocavel), « il n'est pas prévu à date que nous fermions notre usine comme en mars, car nous sommes aujourd'hui certifiés AFNOR protection Covid-19, ce qui nous permet de garantir un environnement sécurisé pour nos salariés et pour les produits envoyés à nos clients. » Novacel propose la livraison à domicile (pour le porteur comme pour l'opticien), une plateforme pour émettre des campagnes SMS de prospection-client pour l'opticien, une solution de prise de rendez-vous en ligne pour les porteurs, un pupillomètre virtuel.

Et l'optimisme rendu possible par les très bons résultats des mois qui précèdent reste de mise. Olivier Petitfils, Directeur Général du Lunetier ADCL APLUS, a annoncé que ses 32 consultants commerciaux exclusifs restent en activité à temps complet au service des opticiens : « Nous pensons que les consommateurs vont se rendre en masse chez leur opticien. Ils ont besoin de lunettes, ils ont des ordonnances ou pourront s'en procurer facilement auprès des ophtalmologistes ouverts, ils vont profiter du confinement pour s'occuper d'eux et changer de lunettes. Ils vont se faire plaisir ! Les opticiens actifs et volontaristes sauront profiter de la disponibilité des consommateurs pour remplir leur rôle de professionnel de la santé visuelle et améliorer la vue et leur confort visuel. Le 1er confinement a créé de nouveaux besoins visuels, l'opticien peut y répondre. C'est une chance pour la profession de pouvoir exercer et de poursuivre leur activité. »

Côté distribution, et conformément à la position unanime des trois syndicats d'opticiens (on lira notre encadré ci-contre), le Groupe Optic 2000 a été le premier à annoncer que l'ensemble des magasins Optic 2000, LISSAC et AUDIO 2000 du Groupement Optic 2000 resteraient ouverts afin d'assurer la continuité de l'accès aux équipements optiques et auditifs. « Notre priorité est de pouvoir garantir une sécurité optimale, pour nos collaborateurs comme pour nos clients dans les magasins Optic 2000, LISSAC et les centres AUDIO 2000. Nos protocoles sanitaires sont stricts. En tant qu'acteur de santé, il est de notre devoir de pouvoir permettre aux français de continuer leur parcours de soin visuel et auditif », a précisé Olivier Padieu, Président du Groupement Optic 2000.

“
**APPROFONDIR L'ANAMNÈSE,
 INTENSIFIER LA RELATION-CLIENT**
 ”

Lors du premier confinement, sur les 29 millions de personnes en activité, plus de 7 millions ont continué leur activité par le télétravail. Un chiffre qui pourrait bien être dépassé à l'occasion de ce second confinement. Ce qui signifie une modification substantielle dans la composition de votre clientèle : une aubaine pour le commerce de proximité situé dans les périphéries résidentielles et les villes moyennes où viennent de se réfugier des flots de parisiens quittant la capitale pour aller se mettre au vert. Au détrimement, bien évidemment, des quartiers d'affaires. Pour les opticiens qui voient arriver ces nouveaux consommateurs « délocalisés », il s'agit d'adopter de nouvelles stratégies de conquête (notamment grâce au digital).

Ce consommateur est nouveau également par son comportement. La première singularité de cette clientèle inédite sera certainement l'implication dans l'acte d'achat. Chaque sortie fait l'objet d'une déclaration officielle d'autojustification, de sorte que les clients vont être plus attentifs, plus impliqués dans leur démarche. On ne viendra pas chez vous par hasard. Ce qui rend l'échange bien plus intense, bien plus fructueux. Le double effet « rendez-vous » plus « vente sur table » est lui aussi de nature à approfondir le passage en magasin du client. Cela doit se ressentir dans la qualité de l'anamnèse, dont on sait aujourd'hui l'impact sur la valeur du panier. Certains professionnels ont décidé, depuis le déconfinement de mai, de travailler sur rendez-vous uniquement, porte fermée à clés. Ils témoignent du fait que les consommateurs non seulement jouent le jeu, mais apprécient très fortement ce qu'ils considèrent comme un service VIP.

Enfin, en vertu du décret de 2016, l'opticien est fondé à activer la possibilité d'accès direct, sans ordonnance, au motif de l'urgence. C'est une des solutions possibles pour endiguer la baisse de fréquentation qu'entraîne mécaniquement ce second confinement (avec la nouvelle pénurie d'ordonnance qui se profile par

**COMMUNIQUÉ DES SYNDICATS
 D'OPTICIENS : FNOF-ROF-SYNOM**

Suite aux annonces du Président de la République, nous rappelons que les Opticiens figurent dans le décret du 23 Mars sur la liste des établissements autorisés à accueillir du public. (Réf : www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000041746694).



En conséquence, les trois syndicats (FNOF, ROF, SYNOM) vous invitent à rester ouverts afin de permettre aux Français d'accéder à des soins en santé visuelle et à des équipements de qualité.

Les syndicats appellent les opticiens à ouvrir en conscience dans le respect du protocole sanitaire mis en place par la branche de l'optique lunetterie concernant l'accueil de patients en magasins et acté par le ministère du travail.

Des contacts avec le gouvernement étant prévus, les syndicats reviendront vers vous rapidement pour complément d'informations. Les mesures concernant la délivrance de masques en pharmacie, ainsi que l'accès prioritaire aux vaccins antigrippe sont maintenus pour les Opticiens diplômés.

Les mesures d'accompagnement comme les prêts bonifiés, l'accès au chômage partiel... doivent être complétées. Les trois syndicats ont décidé de présenter un ensemble de mesures concernant la filière auprès des pouvoirs publics.

Le service « urgence opticiens » ne sera pas remis en place. ■

baisse d'activité des cabinets d'ophtalmologie).

En bonne intelligence avec ses ophtalmologistes, cette situation d'urgence offre un cadre idéal pour montrer son efficacité en tant qu'acteur de premier recours, anticipant ainsi sur les recommandations du rapport de l'IGAS. En donnant l'exemple réussi de ce qui peut être fait, la profession peut gagner cinq ans sur la réforme, élargir sa clientèle et subvenir aux besoins du public dès que ceux-ci se font sentir.

Une crise est avant tout un accélérateur de changement : parce qu'il faut inventer pour faire face. Ce qui peut sortir de la longue séquence Covid, c'est ni plus ni moins qu'une santé visuelle à la hauteur des enjeux contemporains. ●●

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

REJOIGNEZ
**UNE
 FRANCHISE
 FRANCHISEMENT
 DIFFÉRENTE !**

- 100 ans d'expertise et d'innovation
- Une présence en TV toute l'année
- Une formation continue
- Une centrale d'achat performante
- ZÉRO DROIT D'ENTRÉE & PAS DE REDEVANCE DE MARQUE EN ANNÉE 1



LISSAC
 l'Opticien

Vos yeux méritent Lissac

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

ESSILOR : LES 4 RÉVOLUTIONS

Une double révolution tout de suite : précision accrue dans la correction du patient et parcours-client conforme à un parcours de santé visuelle. Plus deux à venir : livraison sous 24 heures des équipements complets (2023) et nouvelles catégories de produits dès 2021 (smartglasses avec Facebook). Le plan de vol de toute la filière pour les prochaines années est désormais connu. Demandez le programme !



© Essilor

« Voir loin en dépit du contexte actuel » : telle est l'ambition d'Essilor sur le marché de l'optique. Une ambition qui se concrétise nettement autour de quatre révolutions majeures, et qui va se déployer progressivement au cours de ces prochaines années au rythme de la fusion concrète entre le géant français et le géant italien Luxottica :

- De nouvelles exigences en termes de précision de correction (nouveau concept Ava lancé en octobre dernier).
- Une nouvelle conception du parcours-client, enfin conforme à une démarche de santé.
- Un service ultra-facilitateur de livraison en équipement complet sous 24 heures d'ici 2023.
- Une nouvelle catégorie de produit avec les smartglasses (2021).

Le tout soutenu par des campagnes de communication hors norme.

1 AVEC LE CONCEPT AVA, UN NOUVEAU PALIER DE PRÉCISION A ÉTÉ FRANCHI

En mettant en commun son expertise en matière de réfraction subjective et sa maîtrise des designs optiques, le verrier français crée la rupture avec AVA, un concept global associant une nouvelle approche de la réfraction et une précision de 0,01D intégrée dans le calcul des verres.

Alors que la réfraction n'avait pas évolué depuis 150 ans, le Vision-R 800 marque un tournant majeur.

Grâce à l'avènement des lentilles à focale variable ainsi que par le développement d'algorithmes semi-automatisés, la réfraction a gagné en précision comme en justesse. C'est ainsi que le Vision-R 800 peut générer des puissances de sphère de -20 à +20, de cylindre jusqu'à 8D, et cela par pas de 0,01D, ainsi que toutes les orientations possibles de l'axe du cylindre par pas de 0,01°.

Les variations continues de puissance permises grâce à ce nouveau module optique rendent possible la modification simultanée de la sphère, du cylindre et de son axe. Grâce à cette propriété, la méthode de réfraction devient plus efficace et plus précise.

95 % DES PERSONNES SONT SENSIBLES À DES CHANGEMENTS DIOPTRIQUES INFÉRIEURS À 0,25D

Également, une série de tests utilisant des algorithmes semi-automatisés, dans lesquels sont enregistrées les réponses successives du patient, permettent de déterminer la réfraction rapidement et avec plus de justesse.

À l'occasion des travaux de recherche menés pour la conception du Vision-R 800, les équipes d'Essilor ont souhaité mieux comprendre la sensibilité dioptrique des sujets. Ainsi, les mesures effectuées montrent que 95 % des personnes sont sensibles à des changements dioptriques inférieurs à 0,25D. Jusque-là peu prise en compte, la sensibilité dioptrique révèle l'intérêt de s'approcher d'une réfraction plus précise et plus juste.

AVA (Advanced Vision Accuracy, la haute précision de vision) est un concept global qui associe l'examen de la vue AVA réalisé avec le Vision-R 800, et les verres AVA, intégrant dans leur conception même la correction du porteur par pas de 0,01D. C'est un nouveau référentiel dans le domaine de la correction visuelle.

Les porteurs peuvent maintenant profiter de cette technologie et de cette nouvelle précision de correction par pas de 0.01D tout en vivant une expérience unique.

L'option AVA est disponible depuis le 6 octobre, pour tous les verres de marque Varilux® et Eyezen® (hors Varilux Comfort NE et Varilux Physio 2.0). Les options de personnalisation FIT et Eyecode viennent compléter la démarche AVA.

2 REPENSER LE PARCOURS-CLIENT AUTOUR DE LA SANTÉ VISUELLE

D'après Odoxa, 62 % des consommateurs se disent prêts à payer plus cher lorsqu'ils vivent une expérience à la hauteur. Et 66 % veulent en vivre de nouvelles... Plus de lisibilité dans le processus de prise en charge, c'est pour le client une meilleure compréhension de la valeur, et donc une élévation mécanique du panier moyen. Avec une entrée « santé », centrée sur les besoins : et non une entrée « promo » ni une entrée « mutuelle », toutes deux centrées sur la dépense et qui brident le marché depuis quinze ans sans que nul ne sache très bien comment en sortir.

Marie-Aude Lemaire-Motel, directrice marketing et communication, explique : « Nous avons une offre globale unique sur le marché regroupant des verres innovants associés à des marques fortes, des instruments de plus en plus utilisés en surface de vente, un catalogue de formations riche, et de nombreux outils et services. Le Parcours Santé Visuelle vise à proposer une solution clé en main bâtie sur cette offre globale et totalement



© Essilor

personnalisée à chaque point de vente pour initier une expérience magasin différente. Il vient ainsi nourrir le positionnement d'expert de la vue du point de vente et le rendre visible et concret aux yeux des clients. Cette démarche, essentielle pour faire visiblement la différence sur le marché, sera largement déployée dans les mois à venir auprès des opticiens partenaires.»

Le Parcours Santé Visuelle se base sur les 7 étapes clés essentielles du parcours client en magasin, et ce quel que soit l'ordre des étapes déployé en magasin : vitrine, accueil, bilan visuel renforcé, examen de vue, choix de montures & prise de mesures, démonstration & recommandation des verres, livraison.

Pour chaque étape, Essilor a conçu et structuré une offre spécifique combinant des supports dédiés, des outils, des instruments et des modules de formation associés. Ainsi, l'opticien peut choisir la ou les étape(s) qu'il souhaite renforcer, et décider d'activer tout ou partie des briques proposées par Essilor.

Conçu avec des opticiens partenaires du verrier, le Parcours de Santé Visuelle a pour finalité de proposer au porteur la solution dont il a besoin, de façon transparente et structurée. Ce parcours l'amène à prendre conscience de ses besoins réels et de la pertinence de la recommandation finale de l'opticien.

62 % DES CONSOMMATEURS SE DISENT PRÊTS À PAYER PLUS CHER LORSQU'ILS VIVENT UNE EXPÉRIENCE À LA HAUTEUR

Un programme complet a été développé pour accompagner la prise en main du nouveau Parcours Santé Visuelle. Ce sont dix modules de formation qui ont été spécifiquement conçus pour accompagner chaque collaborateur. En format présentiel (formation en magasin) ou en ligne sur la plateforme Essi'Campus (webinar et e-learning), le programme est conçu pour être suivi par l'ensemble des collaborateurs.

Il faut se souvenir que l'émotion est au cœur de l'expérience-client. Le public retient 20 % de ce qu'il entend, 40 % de ce qu'il observe et 90 % de ce dont il fait lui-même l'expérience. Créer avec lui de l'inoubliable, c'est à la fois valoriser votre expertise, motiver les collaborateurs et augmenter votre chiffre d'affaires. La nouvelle enseigne Droit de Regard (deux magasins viennent d'ouvrir à Paris) reçoit le client autour d'un « bar à verres ». Cette innovation majeure dans le paysage devrait faire rupture. Accueillir le porteur par le besoin : il suffisait d'y penser...

3 VERS L'ÉQUIPEMENT COMPLET LIVRÉ SOUS 24 HEURES

L'annonce vient d'en être faite : fruit de son rapprochement avec Luxottica, dès 2023, les équipements complets et individualisés pourront être livrés en 24 heures partout en France. Au cœur de ce projet, un investissement industriel majeur visant à créer fin un grand laboratoire d'excellence. Regroupant la majorité des activités industrielles d'Essilor France, ce projet a pour ambition de dépasser les standards industriels actuels et de développer une nouvelle génération de services pour les opticiens. A travers cet investissement majeur dans son histoire industrielle, Essilor France a fait le choix de maintenir l'emploi industriel et consolide ainsi dans la durée son ancrage local.

UN PROJET D'INVESTISSEMENT INDUSTRIEL INÉDIT EN FRANCE

Avec un investissement hors-normes de plus de 40 millions d'euros, Essilor marque en effet une étape majeure dans son histoire industrielle. Afin de créer ce grand laboratoire d'excellence, la quasi-totalité des activités industrielles de prescription et de distribution d'Essilor France va être regroupé en un seul site, à proximité d'Antony (92). Ce nouveau pôle industriel serait complété par le laboratoire des Battants à Ligny-en-Barrois, spécialisé dans la réalisation des verres spéciaux. Ce site historique, qui dispose d'un savoir-faire unique, fera également l'objet d'investissement de modernisation de son outil industriel au service des problèmes visuels hors-normes.

Grâce à ce grand laboratoire d'excellence, l'ambition d'Essilor est de pouvoir proposer des services novateurs et uniques sur le marché, comme la gestion de demandes personnalisées ou d'offres innovantes telles qu'un équipement complet en 24 heures.

Situé à proximité du Centre Innovation & Technologies d'Essilor à Créteil, le futur laboratoire permettrait également une collaboration renforcée avec les équipes de recherche pour réussir les virages technologiques des années à venir et déployer les innovations futures.

4 NOUVELLES CATÉGORIES DE PRODUITS DÈS L'ANNÉE PROCHAINE

Facebook Inc. et EssilorLuxottica ont annoncé officiellement le 16 septembre dernier un partenariat pluriannuel pour le développement d'une nouvelle génération de lunettes intelligentes. L'information a été rendue publique par Mark Zuckerberg en personne lors de la conférence annuelle Facebook Connect, diffusée en ligne, depuis la Californie.

Ce partenariat combinera les applications et technologies de Facebook avec le leadership et les marques emblématiques de Luxottica et l'expertise d'Essilor dans les verres de lunettes pour aider les consommateurs à être encore plus connectés avec leurs proches et leurs communautés. Ce premier produit commun sera commercialisé sous la marque Ray-Ban. Lancement prévu : 2021.

Cette innovation réunira tout ce que les deux univers ont de meilleur, à savoir l'innovation technologique et l'élégance du style, pour créer des lunettes intelligentes que les consommateurs aimeront porter. « Nous sommes passionnés par la recherche d'objets destinés à permettre à chacun de rester connecté avec ses proches. Les objets connectés à porter sur soi, ou "wearables", ont ce potentiel. Notre partenaire EssilorLuxottica, qui est animé par la même ambition, apportera son expertise et son catalogue de marques mondialement renommées pour qu'ensemble nous puissions créer les premières lunettes intelligentes vraiment tendance », a déclaré Andrew Bosworth, vice-président de Facebook Reality Labs.

DES PRODUITS DESTINÉS À CHANGER NOTRE VISION DU MONDE

« En associant la marque Ray-Ban, que des millions de consommateurs aiment et portent chaque jour, à des technologies qui rendent le monde plus proche, nous allons redéfinir les attentes concernant les objets connectés que les consommateurs portent sur eux. Nous ouvrons la voie à une nouvelle génération de produits destinés à changer notre vision du monde », précise de son côté Rocco Basilio, Chief Wearables Officer chez Luxottica.

Nous ne devrions pas tarder à en savoir un peu plus sur un lancement propre à transformer tout ce que l'on croyait savoir sur le marché de l'optique.

Nouveau standard en matière de correction et parcours-client compatible avec une prise en charge orientée « santé » : l'extraordinaire dynamique se traduit actuellement par un plan média exceptionnel pour soutenir les opticiens partenaires d'Essilor France : 318 millions de contacts attendus ! « Pour répondre aux attentes des opticiens partenaires et soutenir leur activité, nous n'avons pas hésité à renforcer nos investissements sur nos campagnes nationales avec les marques phares Varilux et Transitions. En parallèle, nous déployons des actions locales extrêmement ciblées au travers de la campagne "Opticien Engagé". Plus que jamais cette année, nous devons faire front avec les opticiens partenaires, c'est pourquoi nous mettons la puissance de nos marques au service de leur activité » précise Marie-Aude Lemaire-Motel. ■

+ www.essilor.fr

OPTICIEN DE SANTÉ : L'ALIGNEMENT DES PLANÈTES

Confrontés à des files d'attente qu'ils ne parviennent pas à diminuer en dépit d'efforts bien réels, les ophtalmologistes font face à deux mois de totale inactivité (confinement) et à un redémarrage lent (mesures sanitaires) qu'ils doivent d'abord consacrer aux urgences. De l'autre côté les Pouvoirs publics s'impatientent. À côté de l'accès par le prix (100 % Santé), ceux-ci sont en demande d'un accès rapide au professionnel. Avec ses mesures simples et concrètes, le rapport IGAS vient mettre tout le monde d'accord. Il est temps de franchir le pas. Voici comment.



© fotolia

Cette année 2020 restera comme une année charnière. Elle aura été marquée par l'échec de ce qui devait être la grande affaire : le 100 % Santé. Avec 17 % des ventes, très irrégulièrement réparties, on est bien loin du compte. Au grand dam du gouvernement. Et la crise sanitaire n'y est pour rien. Structurellement, le dispositif ne pouvait guère dépasser le périmètre des anciens CMU.

En revanche, à l'occasion de la crise sanitaire que nous traversons, la profession a fait une découverte majeure : l'importance stratégique et commerciale du rendez-vous. Retour à une anamnèse approfondie. Une vente mieux préparée, sur table, c'est une vente améliorée, tant au niveau des besoins du porteur qu'au niveau de votre chiffre d'affaires.

“

UN PAS DÉCISIF EN DIRECTION DE L'OPTICIEN DE PREMIER RECOURS

”

De son côté, le rapport IGAS récemment rendu public est venu renforcer le scénario d'évolution favorable à l'opticien de santé. Les conditions d'un accès direct à l'opticien tendent à se préciser. Mais ce n'est là qu'un rapport de plus, et l'évolution souhaitée de la profession est confrontée à deux temporalités différentes qui viennent se percuter :

- Temps court : besoins considérables des Français et difficulté d'accès à l'ophtalmologiste ; volonté politique en faveur de l'accès de tous à la santé visuelle ; innovations et désintermédiation (qui fragilisent, à

terme, la place de l'opticien).

- Temps long : réforme, évolution métier, réingénierie du diplôme, pratiques avancées (qui confortent la place de l'opticien comme professionnel indispensable).

La problématique est claire : comment occuper l'intervalle (par la pratique systématique et approfondie de la réfraction, en accès direct), afin de démontrer au Pouvoirs publics qu'une part non négligeable des professionnels (on peut penser à un label) est déjà fondée à décharger les cabinets d'ophtalmologie des cas simples par la qualité de leurs expertises, leurs niveaux de formation et leur équipement.

LA SITUATION ACTUELLE DE L'OPTIQUE SE COMPREND À PARTIR DES 5 POINTS SUIVANTS :

1. UNE NÉCESSITÉ SANITAIRE ET SOCIALE

- 30 % des Français voient mal.
- 32 % des Français ont conscience des dangers du mal voir pour leur vie quotidienne.
- L'accès ophtalmo n'est pas assuré (délais, refus de soin, problème des enfants et des CMU).
- Il existe un trop grand décalage entre le temps du besoin et le temps du soin.

Il faut faire reconnaître la nécessité du « juste temps du soin » en santé visuelle, en raison du trop fort décalage entre le temps du besoin et le temps du soin.

2. UNE FORTE DEMANDE DU CORPS SOCIAL

88 % des Français veulent un accès direct à l'opticien en raison du risque que leur fait courir le décalage entre le temps du besoin et le temps du soin (délais ophtalmo).

Une prise de conscience récente (enquête Santéclair, juin 2020) de ce « juste temps du soin » qui en santé visuelle, n'est absolument pas assuré et dont l'importance est pourtant considérée comme vitale par les Français.

3. UNE POSSIBILITÉ HISTORIQUE

Le contexte COVID-19 est un contexte d'urgence où les ophtalmologistes ont deux mois de dépistages pathologiques à rattraper, plus une productivité plus faible en raison des mesures barrières. L'occasion de les décharger dès à présent, ainsi que le recommande l'IGAS, des réfractions simples. D'autant que les expérimentations sont possibles, y compris à l'initiative des opticiens. Il ne s'agit pas d'attendre un nouveau décret mais d'anticiper dès maintenant sur sa réalité par des initiatives locales.

4. UNE POSSIBILITÉ CONCEPTUELLE ET POLITIQUE

Basée sur une meilleure coordination des acteurs, la possibilité d'un accès direct du public à l'opticien pour une prescription d'un équipement optique repose sur la déconnection entre :

- La réfraction par l'opticien (acte technique obligatoire dans le cadre des décrets de 2016).
- Le bilan ophtalmologique (acte médical indépendant de l'examen réfractif réservé à l'ophtalmologiste).

Il s'agit en effet de deux actes bien distincts. Leur fusion en un seul a été motivée en son temps par la seule volonté des ophtalmologistes d'être les maîtres économiques du parcours de soin en santé visuelle : un coup de force contre le bon sens. Le rapport IGAS conclut que ce modèle a atteint ses limites et doit être réformé, pour le bien de la santé collective des Français.

5. UNE MISE EN ŒUVRE SIMPLE

Il est donc temps d'imaginer un parcours de soin avec l'opticien en première ligne (examen de vue + préconisation par l'opticien + vente). L'opticien fait une préconisation technique qui, si elle ressort bien du domaine de la santé, ne relève absolument pas de l'acte médical. Il ne saurait donc pas être soupçonné de « prescrire et vendre », selon le reproche que lui fait régulièrement le syndicat des ophtalmologistes (SNOF) afin de le maintenir autoritairement à son rang de subalterne.

Cet accès direct, en primo-délivrance et selon les plots en vigueur, ne pourrait se faire que sur attestation de rendez-vous ophtalmologique à venir (selon files d'attente), cette attestation seule ouvrant les droits à remboursement (automatisée par retour informatique).

Dès lors :

1. Le temps du besoin coïncide enfin avec le temps du soin (délivrance rapide de l'équipement par l'opticien).
2. Le bilan médical est assuré en son temps par l'ophtalmologiste (et en parfaite coordination avec celui-ci).
3. Le patient est bien remboursé de son équipement, comme auparavant.

Dans ce contexte clarifié, tout est désormais en place pour que l'aube se lève pour de bon sur l'opticien de santé. Et pas demain. Aujourd'hui même. ■



NOUVEAUTÉ



LES RESSORTS
D'UN MÉTIER D'EXCEPTION



CLM Éditeurs

www.edition-optique.fr

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

DONNÉES PERSONNELLES DE SANTÉ : LE BRAS DE FER CONTINUE

1978 : la loi Informatique & Liberté a su très tôt mettre en lumière l'opposition structurelle qui existe entre le traitement massif de données et les droits fondamentaux. Au gré des lois, des règlements et des interprétations, la protection de ces données n'est toujours pas assurée. Le dossier avance pourtant. C'est aujourd'hui l'un des principaux contentieux entre les opticiens et les OCAM, qui ont réussi sur ce dossier à faire l'unanimité contre elles.

Le combat en faveur de la protection des données personnelles de santé a le mérite, une nouvelle fois, de rapprocher les syndicats d'opticiens. En effet, ROF et FNOF viennent d'opposer un front uni à l'encontre les propositions des fédérations d'assureurs (FNMf, FFA et CTIP), rejetant toute possibilité d'accord avec les complémentaires santé sur le sujet.

Les syndicats professionnels ont estimé en effet irrecevable la proposition que les assureurs leur ont adressée le 1er octobre dernier, concernant les données strictement nécessaires devant faire l'objet d'un échange entre opticiens et complémentaires santé lors du cycle global de prise en charge de l'assuré. Motif : les obligations légales qui réglementent la transmission des données personnelles de santé ne seraient pas respectées.

Dans la perspective des réunions suivantes, une contre-proposition a été envoyée aux trois fédérations d'assureurs, visant à un accord équilibré, compatible avec les exigences de la CNIL.

Attention : pour technique qu'il puisse paraître, ce combat n'a rien d'anecdotique. Il engage même clairement le bon fonctionnement de votre activité quotidienne. Autour de lui se redéfinissent les équilibres. Si la loi Informatique et Liberté remonte à 1978, c'est que dès l'origine la constitution de bases et la diffusion de données personnelles des citoyens ont posé un problème à nos libertés fondamentales.

Côté assureurs, quelle est la situation ? Après être passé par des conventions, puis des réseaux, puis des plateformes, les OCAM se posent désormais en régulateur du marché de l'optique par l'encadrement des prix et des taux de renouvellement sur le panier B. Avec un ratio « sinistre sur prime », le jeu consiste pour l'assureur à baisser toujours



© Unsplash

plus la prestation ; d'autant qu'avec la généralisation des contrats collectifs, les entreprises disposent d'une force de négociation qui n'existe pas avec le contrat individuel. Il leur faut retrouver des marges de manœuvre.

Avec la mise en place du 100 % Santé, nouveau casse-tête : le marché A est trop élevé, supérieur au prix médian des contrats précédents. Le marché B, dit libre, l'OCAM entend le réguler par le prix tout en le développant autour de solutions individualisées et de prestations sur mesure. C'est ici que s'impose à l'assureur le besoin de data.

Or les principes posés par le RGPD sont clairs : toute transmission de données personnelles de santé est soumise à un consentement préalable de l'assuré. Ce consentement ne peut plus être machinal, en cochant simplement une case par exemple. Il doit être libre, éclairé, clairement exprimé et révoquant unilatéralement à tout moment par l'assuré. Lorsque ce consentement a été dûment recueilli, le flux ne peut être transmis à un tiers que lorsque trois conditions sont réunies :

1. L'échange est réduit aux données strictement nécessaires (principe de minimisation).
2. L'échange est possible pour une seule finalité clairement définie.
3. L'échange est possible dans le strict respect du secret médical.

Or les OCAM, pour étayer leur demande, semblent se référer à un ancien « pack de conformité », signé entre les assureurs (non santé) et la CNIL à une époque antérieure à la définition actuelle du consentement. « Depuis l'origine, c'est-à-dire la loi Informatique et Liberté de 1978, les OCAM ne sont pas dans les clous. Aucune plateforme traitant des dossiers optiques n'est aujourd'hui en règle au regard des dispositions

actuelles », estime Alain Gerbel (FNOF), très en pointe sur ce dossier (il a déjà fait condamner la France devant la Commission européenne). « Nous ne sommes pas là pour collecter de la data au profit des OCAM dans le seul but de ne donner à l'assuré que le minimum auquel il a droit. On ne peut décemment pas faire ça. Il en va de la santé visuelle des Français et de notre crédibilité auprès de nos clients. »

Dans un contexte où le public se montre de plus en plus soucieux de sa santé visuelle, la profession entend proposer un cadre clair, cohérent et apaisé, respectueux des lois, des patients, des missions de l'opticien. Un cadre qui n'oublie aucune de nos libertés fondamentales. ■

“
**NOUS NE SOMMES PAS LÀ
 POUR COLLECTER DE
 LA DATA AU DÉTRIMENT
 DE NOS CLIENTS**
 ”

L'ESSENTIEL
 DE L'OPTIQUE
 ABONNEMENT

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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.

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°+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

PROPOSITIONS DE L'IGAS : LES ENSEIGNES FAVORABLES À UNE MISE EN PLACE IMMÉDIATE

Et si cette fois était la bonne ? Le rapport IGAS récemment rendu public (voir nos éditions précédentes) a été unanimement salué par l'ensemble des acteurs représentatifs de la filière. Les principales enseignes du secteur, Optic 2000 et Krys en tête, ont exprimé leur satisfaction devant les 28 mesures concrètes à mettre en place rapidement.



© fotolia

Les enseignes Optic 2000 et Lissac, membres du Rassemblement des Opticiens de France (ROF), ont tenu début octobre à saluer les recommandations issues du rapport de l'Inspection Générale des Affaires Sociales (IGAS) visant à améliorer la prise en charge de la santé visuelle des Français.

Syndicats et enseignes partagent donc le constat : un temps médical structurellement insuffisant et mal employé, les délais d'attente et les refus de rendez-vous trop élevés, les réformes récentes (augmentation de la durée de validité des ordonnances, travail aidé, renouvellement avec adaptation...) insuffisantes, la complémentarité des professions de la filière (ophtalmologistes, opticiens et orthoptistes) trop peu exploitée.

L'IGAS avance 28 mesures concrètes pour faire évoluer le rôle des opticiens. Des mesures concrètes sont proposées, dont la mise en place rapide, sous un à deux ans, est fortement préconisée : l'élargissement de la liste des actes pouvant être réalisés par l'opticien afin de recentrer le temps médical sur les pathologies visuelles, faire de ce dernier un acteur du suivi des pathologies déjà diagnostiquées dans le cadre d'une pratique avancée, l'information auprès des Français du rôle et des compétences des différents professionnels de la santé visuelle, l'augmentation de la durée de validité des ordonnances, l'accélération de la réforme des formations initiales et continues des opticiens et orthoptistes pour une meilleure complémentarité.

Les enseignes Optic 2000 et Lissac se disent prêtes pour mettre en place rapidement ces réformes, dans le cadre fixé par le gouvernement.

De son côté Krys Group, également aux côtés du ROF, vient de réunir une quinzaine de parlementaires à l'occasion d'une table ronde sur la télémedecine et l'accès aux soins visuels dans les territoires. Une réflexion qui s'inscrit elle aussi dans la continuité de la publication du rapport de l'Inspection Générale des Affaires Sociales (IGAS) sur la filière visuelle, que Krys Group soutient également sans réserve dans son intégralité. Il appelle en effet à la mise en place des mesures préconisées sans plus attendre. D'autant que, dans le contexte sanitaire actuel, le problème d'accès aux soins visuels s'aggrave car le confinement est à l'origine d'un déficit de prescriptions qui pourrait atteindre 3 millions d'ordonnances à la fin de l'année.

“
**LIBÉRER 40 %
DE RENDEZ-VOUS
OPHTALMOLOGIQUES**
”

À l'occasion de la publication du rapport de l'IGAS, il est apparu comme indispensable d'aller plus loin que les décrets de 2007 et 2016 dans la délégation pour un meilleur accès aux soins. Ces décrets, qui autorisent les opticiens à

adapter les prescriptions médicales en cas d'évolution de la vue et dans un cadre très strict, ont montré toute leur efficacité à la fois en termes sanitaires et en libération de temps médical à coût maîtrisé pour les pouvoirs publics, puisqu'ils ont permis de libérer, d'après Krys Group, plus d'un million de consultations et d'économiser 40 millions d'euros.

Tout en maintenant un système ophtalmo-centré garant de la qualité de la filière, le ROF appelle à la mise en place de mesures complémentaires détaillées dans le rapport de l'IGAS, qui peuvent entrer rapidement en vigueur, à savoir :

1. Autoriser les opticiens lunetiers et les orthoptistes à communiquer en dehors de leur magasin ou cabinet sur la possibilité offerte par la réglementation de renouvellement des équipements pour capitaliser sur toute la puissance de ce dispositif de délégation (Proposition 18 du rapport IGAS).
2. Élargir de deux ans la période de validité des ordonnances de verres correcteurs pour les jeunes adultes (16 à 42 ans), avec rappel de l'obligation d'informer le médecin prescripteur en cas d'adaptation pour fluidifier l'accès aux soins visuels sur tout le territoire (Proposition 19 du rapport IGAS).
3. Autoriser les opticiens-lunetiers et les orthoptistes à adapter les primo prescriptions en cas d'erreur manifeste ou d'inconfort, avec l'obligation d'informer le prescripteur (Proposition 20 du rapport IGAS).
4. Inscrire la télémedecine dans la perspective ouverte par la recommandation 12 du rapport, qui préconise d'élargir la liste des matériels d'exploration non invasifs utilisables par les opticiens lunetiers en autonomie et sous le contrôle des ophtalmologistes.

Ces mesures peuvent et doivent être mises en œuvre sans délais. D'après Krys Group, la délégation de compétences des opticiens ouvrirait la voie à une généralisation des protocoles qui pourrait prendre en charge jusqu'à six millions de patients et libérer environ 40 % des rendez-vous demandés chez l'ophtalmologiste en première intention.

Après avoir fait preuve d'un grand sens des responsabilités avec la mise en place du 100 % Santé, la filière optique est donc tout entière dans les starting-blocks. Jamais son évolution n'a fait l'objet d'un tel consensus. Les mois qui viennent vont être décisifs. ■

CLM Éditeurs

LA LIBRAIRIE
DE L'OPTIQUE
EN LIGNE

www.edition-optique.fr

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

SITUATION DE L'OPHTALMOLOGIE

L'ophtalmologie française est actuellement sur la sellette. Autrefois triomphale, dictant leurs lignes de conduite aux autres acteurs de santé visuelle, elle doit désormais faire face à la critique des Pouvoirs publics concernant les délais de rendez-vous, à l'hypothèse de l'opticien de premier recours et à la multiplication des innovations. Chaud devant !



© fotolia

Il n'y a pas que la crise sanitaire qui perturbe la situation de l'ophtalmologie traditionnelle incarnée par le SNOF (Syndicat National des Ophtalmologistes de France). Il y a d'abord des délais endémiques qui ne se réduisent qu'à coup de circonlocutions et de chiffres alambiqués, et qui vaut aujourd'hui aux ophtalmologistes d'être lâchés par les Pouvoirs publics, comme l'indique le dernier rapport IGAS. Celui-ci en effet ne croit pas une seconde à la réduction significative des files d'attente : il en fait même la pierre angulaire de ses préconisations (voir nos éditions précédentes). Et l'État va suivre : car il sait que son 100 % Santé ne fonctionnera que dans un contexte de 100 % Accès.

Avec l'hypothèse clairement énoncée d'un opticien de premier recours, le monde de l'ophtalmologie se raidit. Car son « confort de gestion des flux de patientèle » est nettement remis en cause. On reparle donc du sacro-saint tabou du « prescrire et vendre » : comme si l'opticien pratiquait une médecine. Non : ce que pratique l'opticien est un acte technique lié à la santé mais qui n'est pas un acte médical, la réfraction, et qu'il réalise en toute autonomie. Il ne prescrit donc pas, il préconise.

Et ce n'est pas tout : l'ophtalmologie traditionnelle, celle qui s'occupe encore de lunettes au lieu d'opérer, certes vieillissante et minoritaire, s'oppose avec la dernière énergie à l'extension de la télémedecine chez l'opticien comme chez le patient lui-même (on lira notre encadré page suivante : « *Bientôt un suivi du glaucome à domicile ?* »). Camper sur une telle position,

c'est faire fi des innovations technologiques pourtant nombreuses.

Le choix est donc clair : corporatisme ou coopération au bénéfice du public. La prétention hiérarchique à diriger l'ensemble du parcours de prise en charge du patient amétrope semble aujourd'hui démesurée eu égard à l'autonomie et à la complémentarité des deux professions. Légitimer cette hiérarchie par la durée des études initiales est un anachronisme qui empêche de penser les évolutions nécessaires.

CE QUE PRATIQUE L'OPTICIEN EST UN ACTE TECHNIQUE LIÉ À LA SANTÉ MAIS QUI N'EST PAS UN ACTE MÉDICAL

C'est donc à un puissant contre-feu que se consacrer aujourd'hui le SNOF. Sur le mode : « Circulez, y'a rien à voir ». Le rapport IGAS ? Il ne mènerait qu'à la « confusion des genres », « un risque certain pour l'avenir de la filière. » Le SNOF dénonce en effet « la confusion constamment introduite entre les compétences des opticiens et des orthoptistes, deux professions aux missions profondément différentes et complémentaires, l'une évoluant clairement dans un champ commercial soutenu fortement par la publicité, l'autre dans le soin. »

Il dénonce ensuite « le cumul prescription-vente, qui doit continuer à être fermement exclu. »

Il regrette cependant que les délégations vers les opticiens dans le cadre des renouvellements d'ordonnances de lunettes et de lentilles de contact, sous réserve d'un vrai échange d'information en retour (notamment au travers d'outils numériques comme l'eprescription), ne soient pas utilisés à leur plein potentiel.

Enfin il est fermement opposé à la pratique de la télémedecine dans les magasins d'optique.

On le voit à ses nombreuses dénégations, l'ophtalmologie professionnelle ? Il faut à la fois constater l'urgence pour obtenir des moyens et prétendre que tout est sous contrôle. Un numéro d'équilibriste.

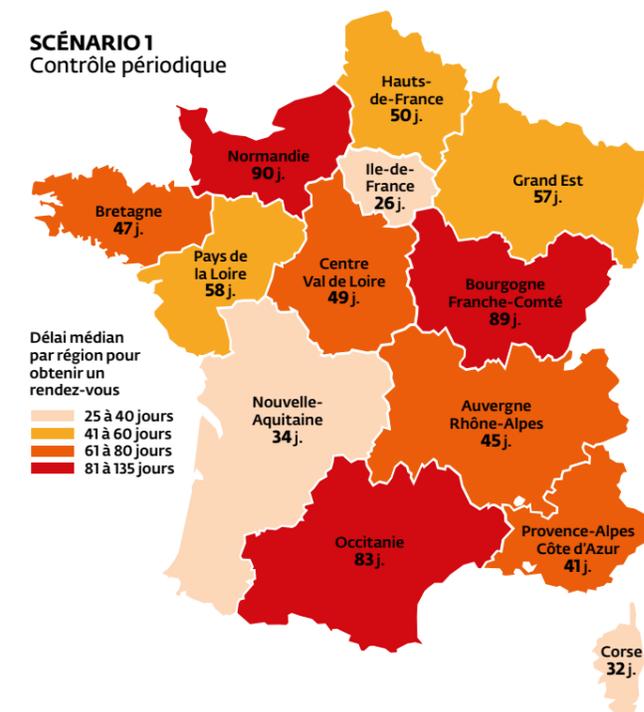
Premier point : selon Thierry Bour, président du SNOF, « les délais d'attente s'améliorent d'une semaine par rapport à 2019 et passe de 68 à 61 jours, avec moins d'échecs de demande de rendez-vous (33 %). »

Deuxième point, toujours selon le président du SNOF : « Le creux démographique annoncé entre 2020 et 2030 n'aura pas lieu : si les effectifs d'entrée restent identiques à aujourd'hui, le scénario le plus probable est une augmentation des effectifs de 5 % dès 2023. » On assisterait même à une croissance des effectifs jusqu'à 2024, suivi d'un plateau jusqu'en 2028, et une augmentation plus franche ensuite.

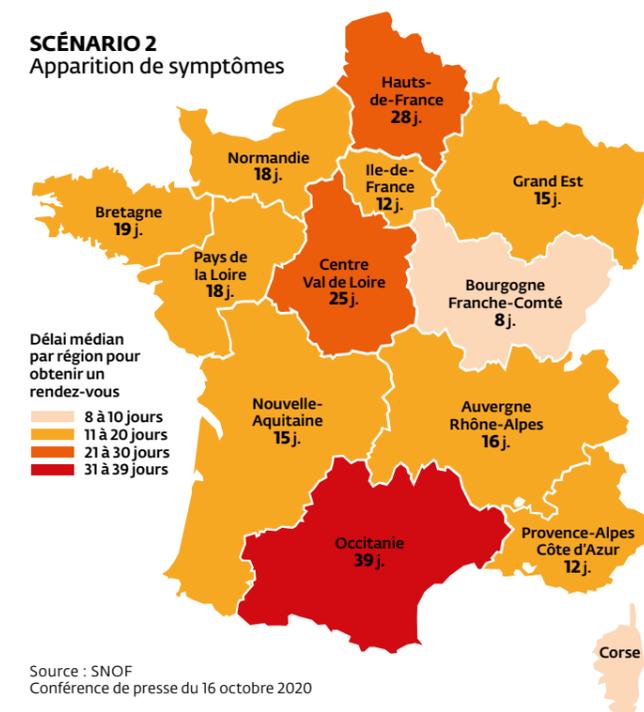
Ces résultats s'expliqueraient par la validation plus étendue d'ophtalmologistes étrangers, qui s'ajoute à la

LES DÉLAIS D'OBTENTION D'UN RENDEZ-VOUS CHEZ UN OPHTALMOLOGISTE EN 2020

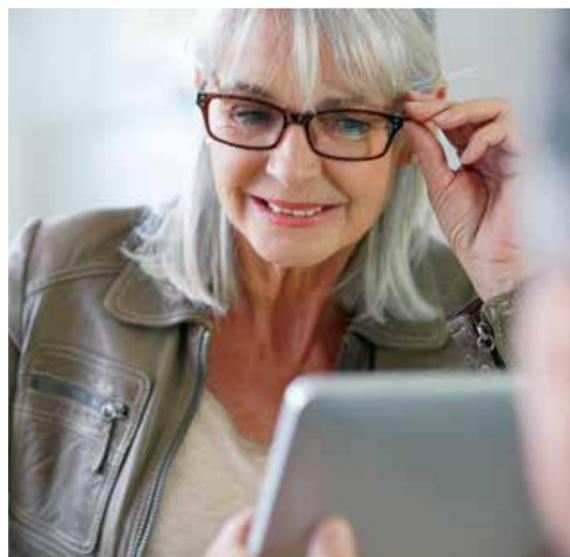
SCÉNARIO 1 Contrôle périodique



SCÉNARIO 2 Apparition de symptômes



Source : SNOF
Conférence de presse du 16 octobre 2020



© fotolia

poursuite de l'activité au-delà de 65 ans.

Quant au confinement et à la crise sanitaire, ils n'auraient pas aggravé la situation. Même si l'on reconnaît « une tension pour les RDV nécessitant une prise en charge rapide ».

“

COVID : 41 % DES CABINETS TRAVAILLENT ENCORE EN MODE DÉGRADÉ

”

Deux semaines après le confinement, près des deux tiers des ophtalmologistes avaient retrouvé entre 60 % et 100 % de leur activité normale. 70 % des ophtalmologistes déclaraient déjà retravailler avec une équipe au complet. En revanche lorsque le SNOF se réjouit d'une « retour à la normale » pour 59 % des ophtalmologistes, il oublie de dire que par conséquent 41 % de la profession travaillait toujours en mode dégradé au moment de l'étude (étude menée du 25 mai au 2 juin 2020)...

Cette hausse d'activité a nécessité une réorganisation dans les cabinets : 52 % des OPH souhaitaient augmenter leur temps de travail pour assurer la reprise, en réduisant leurs congés (30 %) ou en élargissant les plages de consultation (22 %).

Pour anticiper l'après-crise, plusieurs propositions émergent, permettant d'améliorer l'efficacité de la filière visuelle. La formation et le travail aidé apparaissent comme les axes prioritaires pour l'avenir de la profession.

On le voit, pas question de céder un pouce de terrain à l'opticien. Mais face aux enjeux de santé publique, la question de fond qui se pose à l'ophtalmologie aujourd'hui, c'est : a-t-elle encore le choix ? ■

BIENTÔT UN SUIVI DU GLAUCOME

À DOMICILE ?

Les personnes atteintes de glaucome doivent être suivies tout au long de leur vie via des examens oculaires bisannuels qui s'effectuent à l'hôpital. Le vieillissement de la population rend ce modèle de gestion des patients, exclusivement en milieu hospitalier, non viable, et de nombreuses cliniques sont déjà débordées, les rendez-vous étant régulièrement retardés ou annulés. Aujourd'hui, au Royaume-Uni, une vingtaine de personnes par mois deviennent aveugles en raison de ce manque de rendez-vous.

Cette situation a été aggravée par la pandémie de COVID-19, car l'incapacité à désinfecter le matériel entre deux utilisations a entraîné la suspension de tous les rendez-vous de routine. Les effets à long terme de cette situation sont inconnus, mais les experts sont unanimes pour dire que de nouvelles accumulations des retards de prise de rendez-vous ne peuvent qu'aggraver cette situation.

Même si les évaluations de routine reprennent complètement, force est de constater que le système actuel de visites annuelles à l'hôpital est insuffisant pour suivre les formes les plus agressives de glaucome. De nombreuses études ont déjà suggéré que des examens oculaires plus fréquents (par exemple, mensuels) pour le glaucome pourraient améliorer considérablement les résultats cliniques : les patients à hauts risques pourraient ainsi être traités plus rapidement et de manière plus appropriée.

Une nouvelle étude de la « City, University of London », s'ajoute à un ensemble de preuves suggérant que la solution pourrait résider dans la surveillance des patients à domicile.

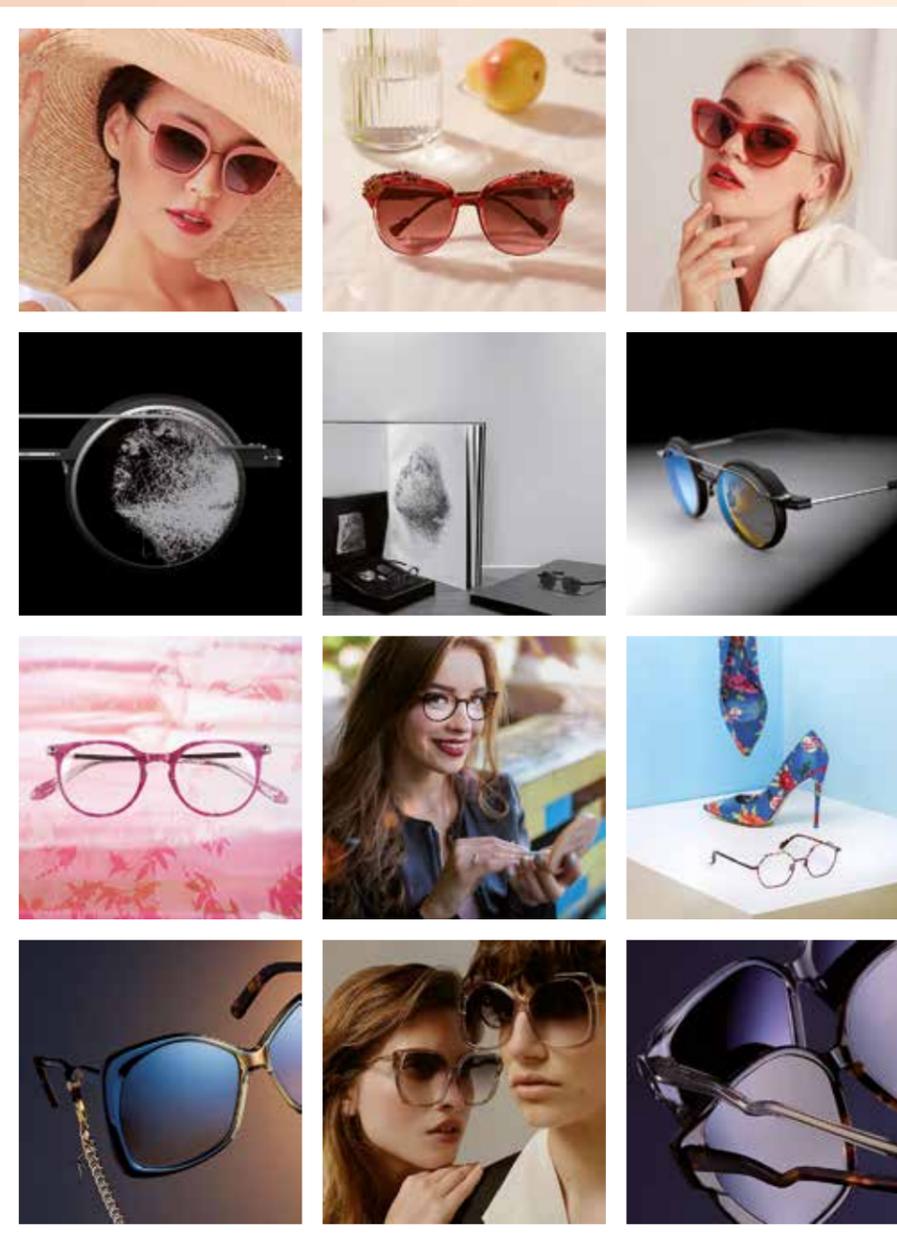
La recherche britannique s'est effectuée sur un échantillon de 20 patients du NHS atteints de glaucome, à qui on a fourni un prototype de test oculaire sur tablette ("Eyecatcher"). Grâce à cette technologie, il leur a été demandé d'effectuer eux-mêmes le test oculaire du glaucome à domicile, en testant chacun de leurs yeux une fois par mois et cela pendant six mois.

Comme pour les examens oculaires classiques du glaucome, les patients regardaient une croix centrale présentée sur l'appareil et appuyaient sur un bouton lorsqu'ils voyaient un flash de lumière, qui apparaissait à différents endroits et était d'intensité variable. La caméra frontale de l'ordinateur les a également enregistrés pendant le test, et l'intelligence artificielle (IA) a été utilisée pour effectuer la reconnaissance faciale et le suivi de la tête et des yeux, afin de s'assurer que les personnes effectuaient le test correctement.

La précision a été évaluée en comparant les tests effectués à domicile aux évaluations classiques réalisées à l'hôpital au début et à la fin de l'étude. L'étude a révélé que 98 % des tests à domicile ont été réalisés avec succès et que les données des tests de contrôle à domicile étaient en accord avec les évaluations cliniques de référence. Il a également été démontré que l'utilisation des données du contrôle à domicile réduisait les erreurs de mesure lorsqu'elles étaient combinées aux données cliniques actuelles (d'environ 50 % dans 90 % des cas). Cela pourrait potentiellement permettre de détecter des cas de perte rapide de la vue des mois, voire des années plus tôt. ■



essentiel_lunettes



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

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

MANIFESTE POUR LA VUE DES ENFANTS

La vision de l'enfant conditionne l'épanouissement du futur adulte. Pourtant celle-ci demeure le parent pauvre de l'optique, que ce soit dans son volet ophtalmologiste ou son volet opticien. Chacun se trouve de bonnes raisons pour « ne pas ». C'est un scandale sanitaire de première ampleur qu'il convient de dénoncer. L'ASNAV s'y emploie, et certains groupements comme Luz permettent sur le terrain de relayer un message aussi simple qu'essentiel : bien voir pour bien grandir.



© LUZ

La qualité de vision chez l'enfant conditionne sa vie entière : elle peut faire de lui un élève brillant ou un cancre, un asocial mal dans sa peau ou un individu parfaitement intégré et épanoui. Petite cause grands effets : c'est en cela que l'optique ne saurait jamais être considérée comme un « petit soin ».

Or trop de parents se déclarent encore peu ou mal informés sur la santé visuelle de leurs enfants, comme en témoignent quelques données du baromètre ASNAV de la santé visuelle 2019.

Retenons ainsi que 73 % des parents estiment inutile une visite chez l'ophtalmologiste avant l'âge de 3 ans, alors que les professionnels de santé s'accordent à considérer cette visite nécessaire, voire indispensable en cas d'antécédents familiaux. Et

parmi les verbatim recueillis lors d'entretiens individuels, beaucoup signalaient l'absence de plainte des enfants – contrairement aux dents, l'œil ne fait pas mal ! – ou encore le caractère non obligatoire des visites de prévention auxquelles les parents seraient enclins à se soumettre.

“

VISION DES ENFANTS : PETITES CAUSES GRANDS EFFETS

”

À cette méconnaissance des gestes simples s'ajoute des délais d'attente plus longs pour obtenir un rendez-vous chez l'ophtalmologiste, avec un taux de refus supérieur. Oui, dans ce pays, la vision des enfants est discriminée. Trop de bruit en salle d'attente, trop d'agitation durant l'examen visuel : trop de professionnels

(car la critique vaut également pour certains opticiens) ne s'impliquent pas suffisamment sur une vigilance qui engage l'avenir même de l'individu. Car la santé visuelle est la mère de toutes les santés ; et la santé de l'enfant

conditionne le devenir de l'adulte. Que cela soit dit : l'incurie dont pâtissent encore les enfants n'est pas digne d'un système de soin.

Heureusement il reste de puissantes campagnes pour alerter parents et enfants. C'est notamment le cas chez Luz, avec une remarquable campagne de rentrée pour étonner, captiver et séduire au premier regard tous les passants. « Prévention Enfant » : le ton est donné. Afin de sensibiliser les parents à l'importance d'un contrôle régulier de la vue des enfants : la vitrine met en scène des enfants en pleine manifestation. Dans leur monde, coloré et dynamique, les enfants réclament leur droit à être correctement dépistés, et rappellent à leurs parents leurs devoirs élémentaires.

Un militantisme souriant mais affirmé, avec une accroche percutante comme un slogan : « J'ai besoin de bien voir pour bien grandir ». Comme quoi on peut vendre, et prescrire... des comportements vertueux ! ■

DES SIGNES QUI NE TROMPENT PAS

Problèmes de concentration, fautes d'inattention, confusions de lettres proches... sont autant de signes qui peuvent alerter les parents. Les enfants ne se rendent pas compte qu'ils voient mal et c'est par la pratique de certaines tâches qu'il est possible de le détecter.



© Unsplash

Ainsi, si l'enfant éprouve des difficultés à se concentrer, s'il se fatigue vite ou s'il est particulièrement agité en fin de journée, il est possible qu'il soit hypermétrope. S'il a besoin de se rapprocher de ses livres ou de ses cahiers, s'il plisse les yeux pour regarder au loin ou s'il fait des fautes d'inattention en recopiant, il pourrait alors présenter des signes de myopie. S'il dessine de travers, s'il n'écrit pas sur les lignes, s'il confond des lettres comme le B et le P, le O et le C ou le H et le N, c'est peut-être un signe d'astigmatisme.

Même avant le début des apprentissages, il est possible de repérer si un enfant présente un défaut visuel. Quelques indices dans son comportement sont particulièrement révélateurs de troubles : si l'enfant tourne sa tête ou ferme un œil pour regarder un objet, une personne ou au loin, s'il est souvent maladroit, s'il chute ou se cogne fréquemment, surtout du même côté, il s'agit peut-être d'un problème de vision binoculaire, c'est-à-dire que les deux yeux ne fonctionnent pas correctement ensemble.

2 TESTS LUDIQUES À PRATIQUER EN FAMILLE :

- **Jouer au pirate** : en cachant un œil avec un foulard et observer la réaction de l'enfant. Observer sa réaction, puis cacher l'autre œil. S'il proteste d'un côté mais pas de l'autre, il est fortement conseillé de consulter un ophtalmologiste.
- **Séance photo** : prendre une photo de l'enfant de face avec le flash, en se plaçant assez loin pour ne pas l'éblouir. Vérifier ensuite si les reflets dans la pupille sont symétriques. Dans la négative, cela peut être dû à un strabisme, non apparent, pour lequel il est également nécessaire de consulter rapidement. ■

Source : ASNAV. Site à indiquer au public : cmavue.org

LA DYSLEXIE DEVIENT UN COMBAT POUR L'OPTICIEN

La rupture de la lunette électronique est bien là. Avec Lexilens, Atol entend lutter contre les difficultés de lecture qui affectent des millions de Français en raison d'un trouble dyslexique. Pour l'optique, c'est une première : l'ouverture d'une fantastique aventure qui rapproche un peu plus la filière du monde de la santé.



© Atol

Si l'on nous avait dit qu'un jour le grand public retiendrait son souffle dans l'attente du lancement d'une lunette, nous n'y aurions pas cru. Tel est pourtant le cas avec la lunette électronique d'Atol baptisée Lexilens. Désormais disponible en exclusivité auprès des opticiens Atol, ce dispositif peut transformer la vie de milliers d'enfants et de parents à travers tout le pays.

La dyslexie touche entre 8 à 10 % des enfants selon l'OMS et trois fois plus les garçons que les filles. Il s'agit d'un trouble neurologique persistant de la lecture, et plus particulièrement des mécanismes d'acquisition et d'automatisation des mécanismes nécessaires à la maîtrise de l'écrit (lecture, écriture). On parle de dyslexie (troubles de la lecture) et de dysorthographe (troubles de l'orthographe).

Ils ne sont ni déficients visuels, ni déficients auditifs, ni retardés mentaux : les enfants dyslexiques ont simplement du mal à apprendre à lire car ils présentent des difficultés à identifier les lettres, les syllabes et les mots. Mais au-delà des problèmes d'apprentissage proprement dits, la dyslexie est un facteur de difficulté à s'intégrer. C'est un facteur d'exclusion, ou pour le moins une entrave à l'épanouissement de l'individu.

On ne guérit pas de la dyslexie : on la compense et on s'en accommode. Des chercheurs français de l'Université de Rennes sont parvenus à identifier l'origine de la dyslexie. Selon eux, le trouble serait dû à une trop grande symétrie dans les récepteurs de la lumière.

Habituellement, ceux-ci n'ont pas la même forme dans l'œil droit et dans l'œil gauche. Le cerveau va sélectionner un des deux signaux envoyés par les yeux pour créer l'image que l'on voit. « Par exemple, si on lit un "b", l'œil directeur va l'imprimer dans une partie du cerveau, alors que l'image inversée, "d", sera stockée ailleurs et le cerveau n'en tiendra pas compte », expliquent les chercheurs. Chez les personnes dyslexiques en revanche, les récepteurs sont parfaitement symétriques. Les deux versions sont présentées. Une image fantôme, surnuméraire, est transmise au cerveau qui ne sait qu'en

faire. Ceci expliquerait la confusion dans les phonèmes et les graphèmes.

Puisque image fantôme il y a, la vision est donc bien impliquée dans le processus de la dyslexie. Le rôle d'une compensation du trouble va donc consister à la faire disparaître.

Depuis 2018, Atol incube la société Abeye, une start-up française de la MedTech, qui propose des lunettes intelligentes pour la santé et le bien-être. Depuis le 26 octobre, Atol propose dans ses magasins la première compensation visuelle dédiée aux enfants dyslexiques : Lexilens.

Cette innovation de rupture s'appuie sur la découverte des chercheurs de l'université de Rennes, qui sont donc parvenus à lier dyslexie, rétine et cerveau. Cette découverte met notamment en évidence que l'absence d'œil directeur (fréquent chez les dyslexiques) pénalise le cerveau dans sa capacité à traiter correctement les images et génère une superposition d'images rendant la lecture difficile.

Deux ans de recherche et développement ont permis de transformer cette découverte en une lunette non stigmatisante, utilisable au quotidien, offrant au sujet dyslexique une lecture plus fluide et plus rapide. Et par conséquent une meilleure compréhension et une meilleure mémorisation.

Lexilens est une lunette électronique. Les verres actifs, teintés comme des solaires, filtrent les images miroirs à l'origine de la gêne de la lecture. Les verres sont pilotés par une électronique logée dans les branches, activable par une simple pression sur un bouton de mise en marche.

Lors de la première prise en main, la lunette se connecte à une application smartphone en Bluetooth qui guide l'utilisateur dans le paramétrage de Lexilens. Après ce réglage rapide et facile, l'effet est immédiat : les lettres se détachent mieux, les lignes se séparent et la lecture devient plus facile avec moins d'efforts. Lexilens peut également intégrer un clip pour une mise à la vue, en cas de besoin de correction visuelle.

Cette innovation technologique permet d'apporter un soulagement aux personnes dyslexiques en complément d'une prise en charge médicale.



La lunette LEXILENS®

© Atol

Les tests réalisés en laboratoire, sur plus de 200 personnes, puis en conditions réelles montrent des résultats très prometteurs (fluence de lecture, confort de lecture) pour une grande majorité des testeurs. On note des conséquences très positives : des résultats scolaires en hausse, un goût pour la lecture pour certains, une confiance en soi accrue, des enfants plus épanouis et un climat familial apaisé. La lecture n'est plus un obstacle.

Fabriquée en France, Lexilens a déjà reçu plusieurs récompenses prestigieuses, notamment le Silmo d'or 2019 et l'Innovation Award au CES 2020.

Après la Lunette d'Optic 2000 pour prévenir l'endormissement au volant et les chutes de la personne âgée, Lexilens ouvre une voie vers les

nouveaux horizons de l'optique. Sécurité, soin à distance, compensation visuelle de troubles non réfractifs, freination myopique chez Hoya et Essilor : ce à quoi nous sommes en train d'assister, c'est à l'extension spectaculaire du domaine de l'optique. Autant dire à la naissance de l'optique de demain. ■

“
**UN DISPOSITIF
COMPLÉMENTAIRE
À LA PRISE EN CHARGE
MÉDICALE**
”

➔ www.opticiens-atol.com/lexilens

DE LA VUE À LA MAIN : NAISSANCE DU BEL OBJET

toutes photos © American Optical

À l'heure où émerge l'opticien de santé, et alors qu'EssilorLuxottica prépare des offres packagées « verres et montures », quel est l'avenir du volet manuel, artisanal, de l'opticien-lunetier ? Celui d'une passion, au sens le plus noble du terme, autour de laquelle une part grandissante de consommateur pourra venir se réunir. Ce qui est en jeu, c'est, après des décennies d'offres standards, la diversification des pratiques et des propositions.



“
LE SAVOIR-FAIRE MANUEL
DE L'OPTICIEN : UN FACTEUR
DE DIFFÉRENCIATION
ET DE VALORISATION
”

Toute tendance produit sa contre-tendance. Mondialisation ? Localisation. Productivité ? Retour à la lenteur. Standardisation ? Singularité. Robotisation ? Artisanat. Machinisme ? Fait-main. Production impersonnelle ? Produit individualisé. Le consommateur ne veut pas se voir contraint à des choix préformatés. Il entend jouer avec toute la palette des possibles, au gré des situations. Sans idée préconçue.

À l'heure où l'on ne parle que de « flux dématérialisés », l'individu aspire à un retour raisonné à la matérialité, au geste lent de l'artisan, à la simplicité inspirante, à la force de l'authentique, à la tradition lorsqu'elle sait se conjuguer avec les stimulantes ruptures de l'innovation.

Avec la mode émergente de la réparabilité des objets qui entend en finir avec la soumission à l'obsolescence programmée, le consommateur lui-même met la main à la pâte. Avec les Fab Lab, le voilà qui co-conçoit

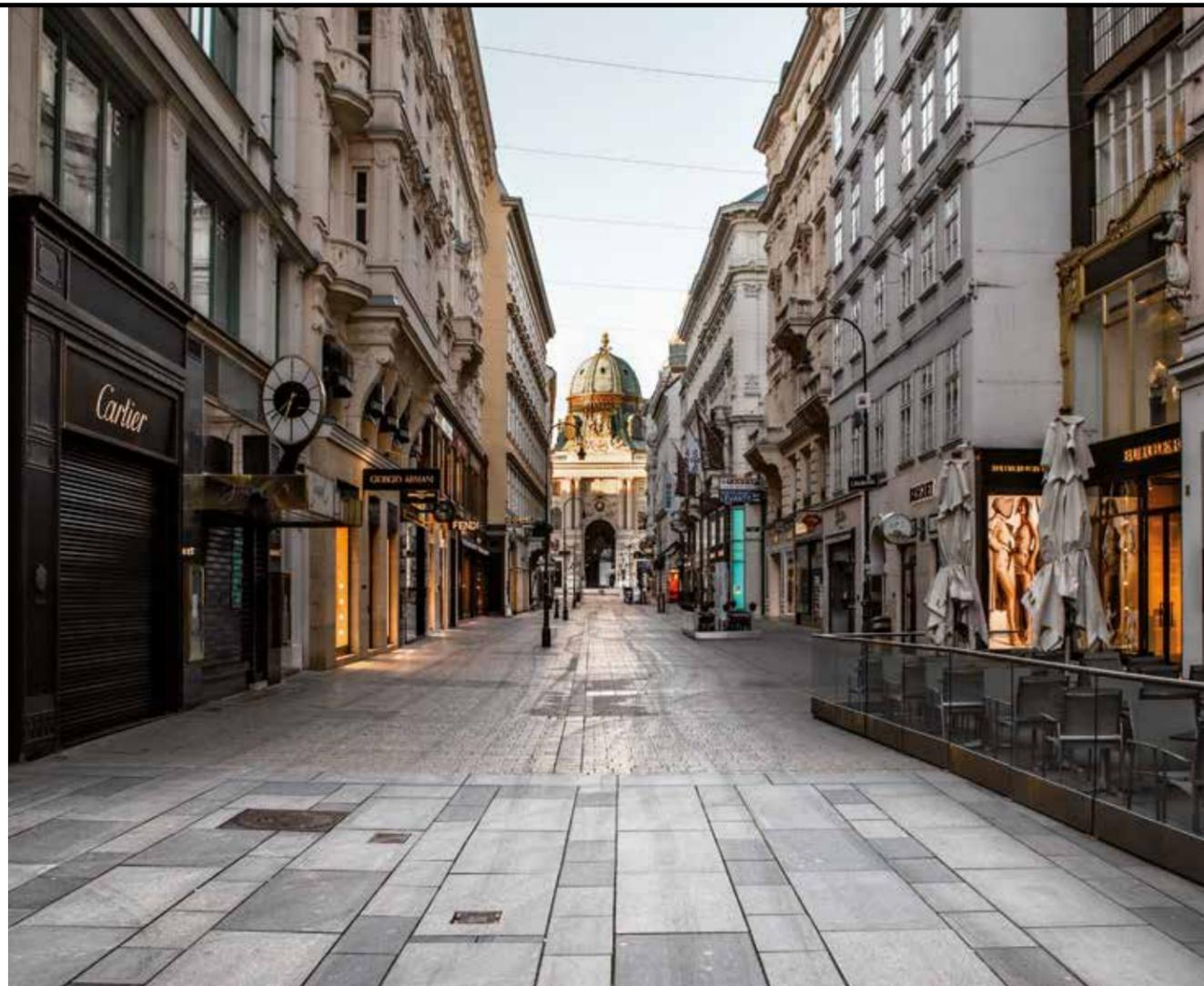
et co-construit le produit. L'atelier de proximité que l'usine délocalisée semblait avoir détrôné revient à toute vitesse : autrement. Vrais avant l'épidémie, ces nouveaux comportements consommatoires vont certainement connaître un succès encore plus vif dans « le monde d'après ». À la vie en distanciel, sans contact, va succéder un engouement pour le partage, le faire-ensemble. Les ateliers collectifs pourraient connaître un vif succès.

Tandis que la lunette packagée verres correcteurs/monture va devenir progressivement la réalité quotidienne de l'opticien, que le box de réfraction va bientôt éclipser la meuleuse et le geste technique, que va-t-il rester de l'aspect manuel de la profession ? Exactement ce que le public attend : une sur-spécialité qui permettra à certains vrais spécialistes de se différencier du « mass market ». Si l'offre internationale s'achemine vers la livraison du produit tout fait, le savoir-faire de l'opticien-lunetier va rester une valeur sûre. ■



RECONFINEMENT !

Approximative, hésitante, peu lisible et autoritaire : la gestion de la crise sanitaire est le crash-test du quinquennat. Deux mois de confinement suivis d'un relâchement presque complet. Des reprises épidémiques qui étaient attendues, principalement en entreprises, dans les écoles et universités. Puis un couvre-feu, histoire de filer la métaphore guerrière des débuts. Enfin l'annonce du reconfinement. Mais à quoi joue l'exécutif ?



© Unsplash

« J'ai décidé qu'il fallait à partir de vendredi retrouver le confinement qui avait stoppé le virus ». C'est une fois encore sans passer par la représentation nationale qu'Emmanuel Macron a imposé unilatéralement, dans son discours du 28 octobre dernier, le traitement médiéval des épidémies : le confinement. Flanqué d'un extravagant Conseil de défense et de sécurité (où siègent généraux et directeurs des services de renseignement, mais pas d'épidémiologistes), le chef de l'exécutif paraît aujourd'hui singulièrement affaibli.

Si la pandémie semblait inévitable, et si les autres pays européens font à peine mieux que nous (même système même résultat), force est de constater qu'il y a bien une crise dans la crise : c'est celle de l'hôpital et de sa tiers-mondisation programmée. Depuis le début, à coup d'approximations et de consignes contradictoires, la stratégie n'a consisté qu'à suppléer les nombreuses

pénuries qui le frappent. Personnel, lits, respirateurs, tests, masques, gans, sur-blouses, visières de protection... : tout a manqué. Et l'on doit le fait d'avoir contenu l'épidémie aux initiatives locales et aux bravoures citoyennes bien plus qu'aux décisions politiques. Une information judiciaire a d'ailleurs été ouverte le 7 juillet dernier à l'encontre de plusieurs ministres en charge pour « abstention de combattre un sinistre ».

L'État central feint d'organiser la résistance avec ce dont il a méthodiquement planifié la faillite. Il ne peut plus soigner ? Il sort ses polices. Trois manquements au respect du couvre-feu seront punis d'une peine de six mois de prison ferme. Les libertés fondamentales sont suspendues jusqu'à nouvel ordre. Au Québec, les forces de l'ordre sont habilitées à entrer chez les habitants pour vérifier qu'ils ne reçoivent pas d'invités... Il n'y a pas, en la matière, de petites dérives.

“
**LE RECONFINEMENT
 NE SERT QU'À COMPENSER
 LA TIERS-MONDISATION
 DE L'HÔPITAL**
 ”

Le confinement généralisé n°1, l'état d'urgence sanitaire, le couvre-feu et le reconfinement ne sont que les pis-aller pour compenser les effets d'une politique constante depuis des années, quelle que soit la couleur de l'exécutif, et dont on constate aujourd'hui avec effarement l'étendue des dégâts. Est-ce pour autant que la politique sanitaire va s'infléchir ? Bien sûr que non. C'est même le contraire. Des centaines de lits de longs séjours ont été supprimés depuis le début de l'épidémie ; et encore ces jours-ci, comme au CHU de Nantes. La méthode médiévale du confinement n'est activée que pour valider le choix historique de la casse tendancielle des services publics. « Quoi qu'il en coûte ».

Aux avant-postes, le premier ministre Jean Castex et le ministre de la santé Olivier Véran. Le locataire de Matignon est déjà connu du personnel soignant pour avoir été par le passé l'un des principaux artisans de la transformation de l'hôpital en entreprise, avec notamment la réforme de la tarification dite « T2A » (tarification à l'activité : l'hôpital est, depuis

cette réforme, rémunéré selon sa productivité). Pour féliciter Jean Castex, devenu entre-temps « Monsieur Déconfinement », de la parfaite réussite des opérations, Emmanuel Macron en a fait son premier ministre. Certains l'appellent aujourd'hui « Monsieur Reconfinement » allez savoir pourquoi...

Le second n'est pas mal non plus dans le genre. Le sympathique Olivier Véran est surtout connu pour avoir voulu sortir la Sécurité sociale, dont on fête cette année les 75 ans, de la Constitution. Son projet était de la transformer en « protection sociale », pour le plus grand bonheur des assurances privées. Ces pompiers récemment mis en place, à bien y regarder, n'auraient-ils pas plutôt tous les caractères objectifs des pyromanes ?

Conséquence de cette dégradation inexorable des soins, qui plus est programmée dans un pays vieillissant, la France n'est plus en bonne santé. La plupart des décès liés à la Covid-19 sont dus à des états de comorbidités. Elle est décidément bien loin, l'époque où l'on pouvait prétendre disposer du meilleur système de soin au monde !

La gestion de crise n'a guère de quoi renforcer la confiance des Français dans leur exécutif, confiance pourtant nécessaire pour traverser l'épreuve. Depuis les premiers jours, elle n'est ni lisible ni transparente ; avec beaucoup de fausses vérités selon les circonstances, pour ne pas dire des mensonges caractérisés. On peut comprendre la panique, mais pas l'aveuglement ni la duplicité. Les causes structurelles et organisationnelles qui ont directement conduit à la crise de l'hôpital sont systématiquement préservées avec méthode et obstination. Alors que l'épidémie avait été prévue, que la seconde vague avait été prévue, que les prochaines épidémies sont déjà prévues, Emmanuel Macron en est encore à prétendre que le problème de l'hôpital est d'organisation ! Le contexte de catastrophe n'aura donc pas suffi. Aucune leçon ne semble avoir été sérieusement tirée. Le PLFSS 2021 présenté le 12 octobre dernier poursuit invariablement la même politique de réduction des moyens : 4 milliards d'euros d'économie supplémentaires sont demandés à l'hôpital public. Autant d'amateurisme mêlé à autant d'autoritarisme borné stupéfie. ■

L'IDENTITÉ NARRATIVE,

LA NOUVELLE DIMENSION DE LA MODE, DU DESIGN ET DE LA MARQUE

Plus de simples lunettes : des produits qui racontent une histoire. C'est ce qui frappe dans les nouveautés de cette rentrée 2020. Il y est moins question de formes que de récits. Deux exemples : la collection capsule Jean Nouvel pour Morel et la collection Jam Art Vision du studio Jaw qui s'est associé pour l'occasion à l'artiste Hom Nguyen (voir notre précédente édition).

Le premier a su allier audace et simplicité pour donner à ses architectures la vertu de l'évidence. La transparence qui les caractérise utilise la force graphique sans l'imposer au paysage. C'est une ligne claire, nette, qui n'impose pas ses directions : une ligne à vivre comme on l'entend, une ligne que le regard peut s'approprier sans se sentir écrasé, dirigé, manipulé par elle. C'est direct, franc, ouvert, généreux. Autant de qualités que véhicule l'œuvre de Jean Nouvel, et qui passe naturellement dans l'objet lunettes qui porte son nom. L'histoire qu'elles racontent, ces lunettes, c'est cet effort constant pour embellir un quotidien qui ne doit jamais être banal même s'il est modeste, à taille humaine. Et c'est bien là le pont entre l'optique et l'architecture : ce sont deux domaines qui n'existent pas indépendamment de l'usage qui en est fait. Nulle virtuosité stylistique qui ne soit d'abord au service de la vraie vie. On n'est pas dans l'esthétique mais dans la parole donnée : celle de construire un monde plus beau, plus acceptable. « Jean Nouvel », c'est le signe de cet engagement. C'est cette histoire-là, précisément, que raconte cette nouvelle collection Morel. Et en même temps le groupe Morel raconte aussi la sienne. C'est à cette convergence des récits que l'on sait que l'on a affaire à une collection qui marque son époque.

C'est à une semblable aventure, quoi que dans un autre champ, qu'invite la collection Jam Art Vision. D'abord parce qu'elle est née d'un désir : celui de trouver dans un produit d'exception autre chose qu'un logo de marque internationale que le succès planétaire a complètement banalisé. Une âme. Une histoire. Incarnée par cette autre figure, Hom Nguyen. Autodidacte formé loin de nos répétitives académies, l'artiste devient une sorte de portraitiste conceptuel où le visage tout entier se fait cri, stupeur, méditation. C'est le cri de l'exil,

de la migration non choisie, de l'arrachement à la terre maternelle. Un cri à la mesure de ce temps qui est, qu'on le veuille ou non, celui de grands déplacements de populations. Le commencement d'un mouvement qui va complètement transformer notre monde ; et qui ne peut se concevoir sans générosité et nouveau travail sur les identités. Dans ce monde qui arrive l'interférence s'impose à la différence : un jeu dangereux, à haut risque, entre rencontre et apartheid, partage et haine radicale. C'est la question de notre temps. Et c'est tout l'intérêt des artistes de savoir ne pas y répondre trop vite, à l'image de l'abrutissant bruit de fond télévisé. L'artiste, lui, prend son temps. Il observe. Il prend la question à revers pour la retourner, la détourner, lui trouver des issues imprévues, des voix plus généreuses que les acrimonies pré-formatées. C'est à une telle respiration que parvient la collection Jam Art Vision.

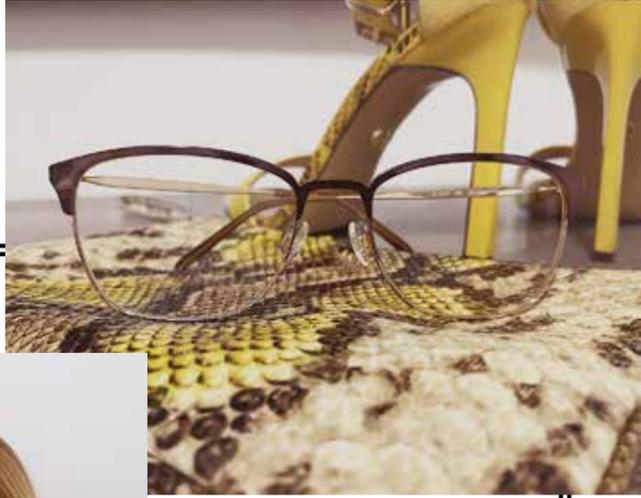
Lorsque les lunetiers ont cédé la place aux designers, à partir des années 90, la tendance a été de regarder l'objet lunette plus que celui qui le porte. L'industrie admirait volontiers ses propres prouesses. Justifiant même ses prix par le nombre d'opérations nécessaires à l'élaboration de leur produit... Degré zéro du rêve. Cependant quelques récits finissaient par s'imposer : celui d'Alain Mikli, celui d'Alain Valentin

(Anne & Valentin) notamment. Parce que ceux qui les portaient regardaient le monde en plan large, et qu'ils furent parmi les premiers à comprendre que l'objet ne faisait pas tout. Qu'il était d'abord le récit qui passait à travers lui. Du coup leurs clients n'étaient pas des clients mais des fans qui suivaient l'aventure au fil des saisons.

Hier encore les produits voulaient exister par eux-mêmes, quitte à rouler des mécaniques, bousculer les équilibres esthétiques et stylistiques. Aujourd'hui ils sont tous en quête d'une histoire à raconter. C'est un basculement majeur. Les objets qui nous entourent veulent désormais signifier le monde et les relations qui le tissent au quotidien.

En dépit des difficultés rencontrées dans la tenue à minima de son édition 2020 dans les conditions qu'on connaît, voilà la leçon que le Silmo est quand même parvenu à nous offrir cette année. On ne se sera pas déplacé en vain. ●●●

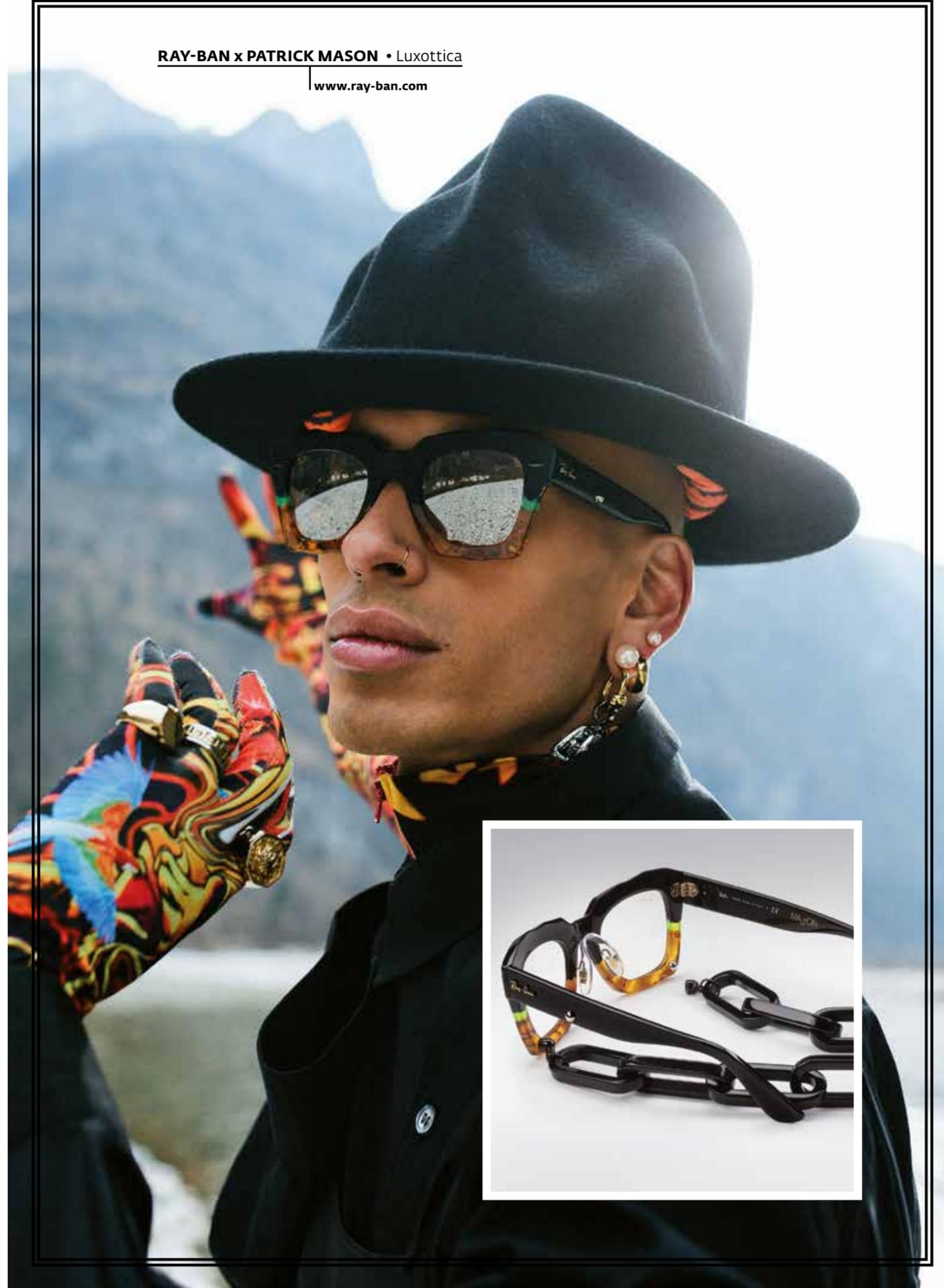
DES OBJETS POUR SIGNIFIER LE MONDE CONTEMPORAIN ET PERMETTRE À TOUS DE L'HABITER



ELLE • Charmant
www.charmant.com



RAY-BAN x PATRICK MASON • Luxottica
www.ray-ban.com





EMMANUEL KHANH
www.ek.fr



CLÉMENCE & MARGAUX
www.lunettes-cco.com





ANDY WOLF
www.andy-wolf.com

Photos © Fanette Guilloud

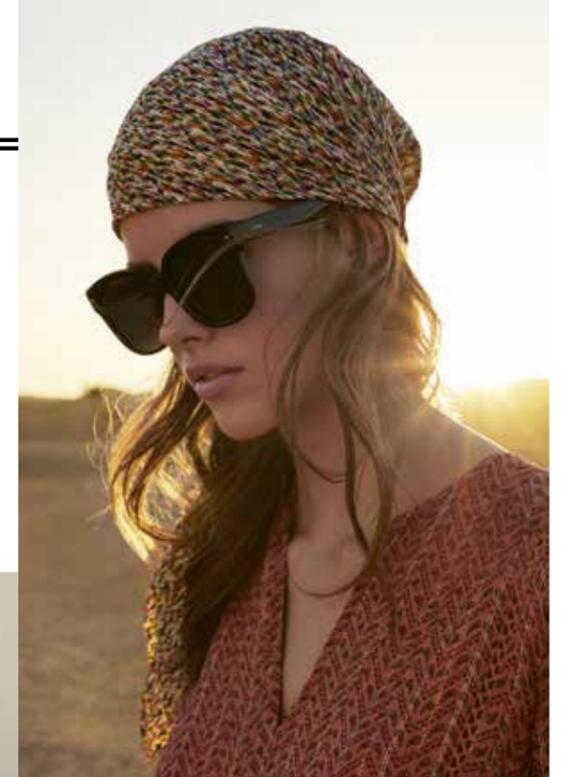


EXALTO
FRANCE

exalto.fr
exalto lunettes



LIGHTEC • Morel
www.morel-france.com

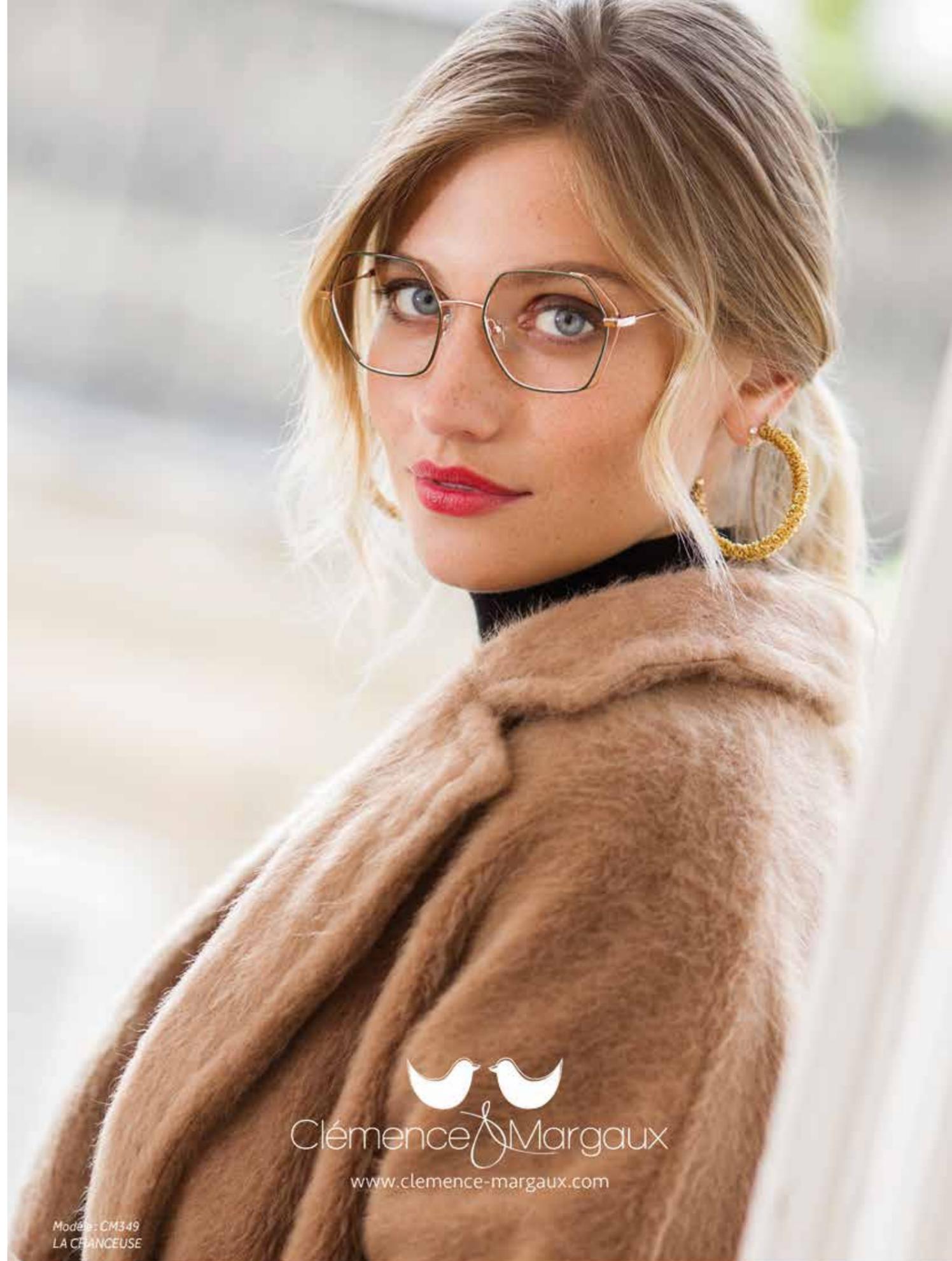


BA&SH
www.seaport-odlm.com



AIR ART • H&P

www.airart-eyewear.com



Clémence & Margaux

www.clemence-margaux.com

Modèle: CM349
LA FRANCEUSE



BOZ • Jean-François Rey
www.jfrey.fr



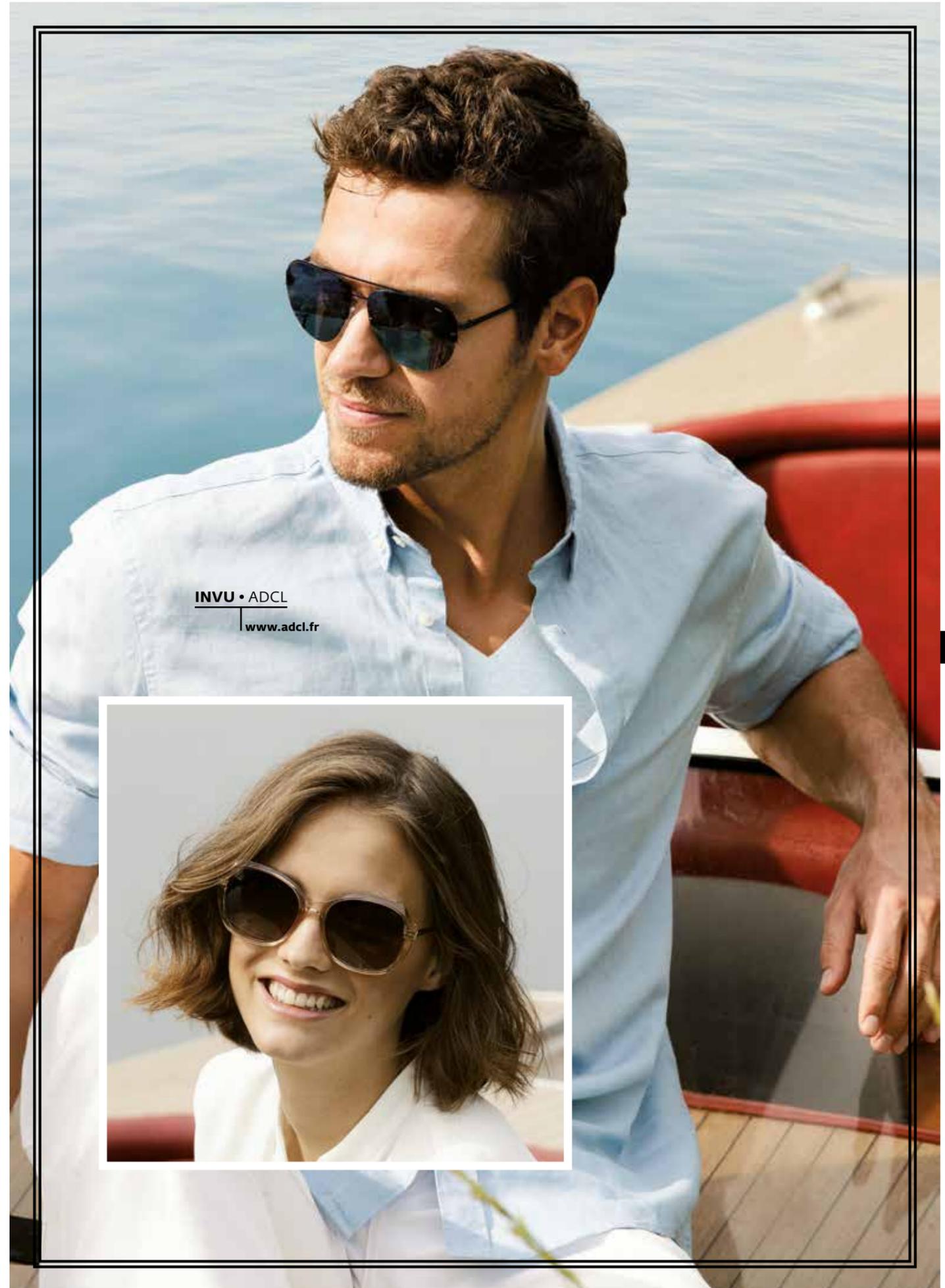
CHOPARD • De Rigo
www.derigo.com





NIRVAN JAVAN

www.nirvanjavan.com



INVU • ADCL

www.adcl.fr

REJOIGNEZ LE CLUB ESSENTIEL



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

48

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

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

Nom/Prénom

Enseigne

Adresse

CP/Ville

Tél.

e-mail

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

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

Beau livre

NOTRE OFFRE CLUB > DES OUVRAGES

Vient de paraître

Animaux de la forêt de Fontainebleau
Philippe Lustrat

- Un ouvrage de Philippe Lustrat
- Plus de 200 photos
- 220 pages
- Format : 23 x 25 cm



■ « Il y a un peu plus de 20 ans, je publiais mon premier livre sur les animaux de la forêt de Fontainebleau, livre qui présentait la synthèse de mes recherches sur la faune de la forêt et qui a servi de référence depuis cette date... Aujourd'hui, dans ce nouvel ouvrage, je vais vous montrer le visage actuel de la forêt de Fontainebleau... Le statut de certaines espèces a changé, certaines ont régressé, d'autres ont disparu mais certaines ont aussi évolué favorablement... Les techniques d'étude et d'observation (et de prise de vue) aussi ont évolué, et permettent de mieux connaître la faune sauvage, si souvent discrète et nocturne... La première partie de ce livre y sera consacrée car je reçois beaucoup de courriers me demandant d'expliquer mes techniques d'observation. Enfin, je vous guiderai sur certaines randonnées où vous pourrez observer des animaux sauvages, si vous êtes assez discrets... » Philippe Lustrat - Photographe

■ www.puitsfleuri.com

Pour nos abonnés, vos ouvrages gratuits au 01 71 73 42 42

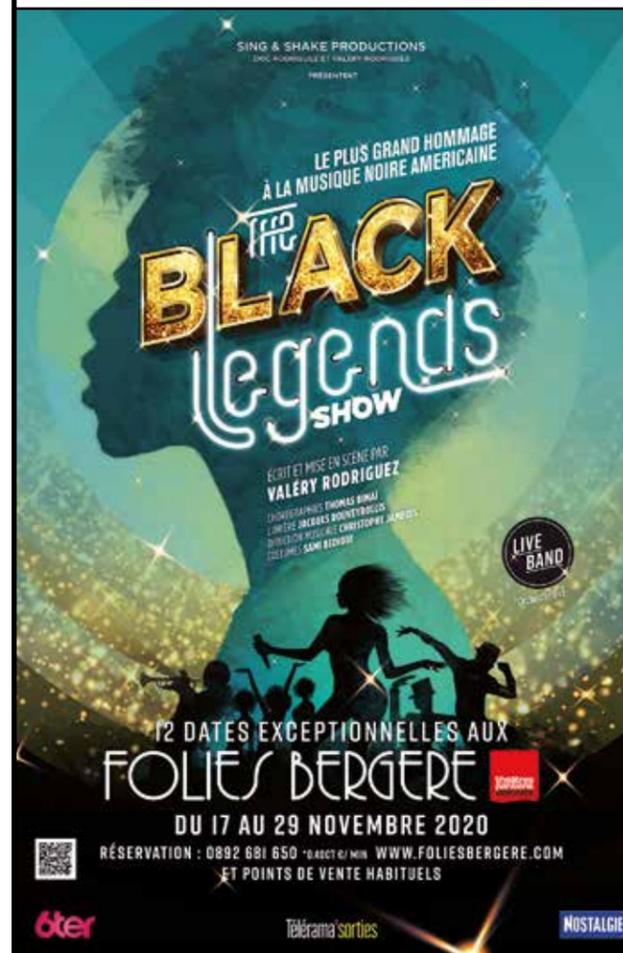
Réservations

Ouvrages payants au 01 64 23 61 46 et sur www.puitsfleuri.com

Offre valable pour le mois en cours. Dans la limite des stocks disponibles. Une dotation par magasin et société.

Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Plongez au cœur de la musique soul américaine !
The Black Legends est la revue musicale qui rend hommage aux plus grands chanteurs noirs américains du xx^e siècle.
Revivez au cours de ce show la destinée de la musique afro-américaine, en résonance avec un contexte historique marqué d'épreuves.
Sur scène, les artistes interpréteront en live plus de 35 standards du répertoire - gospel, jazz, rock'n'roll, motown, soul, disco, funk, hip hop et R&B.

30 000 Spectateurs déjà conquis
1 Siècle d'histoire en musique
36 Tableaux
18 Chanteurs/danseurs
9 Musiciens Live
200 Costumes

■ www.foliesbergere.com

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

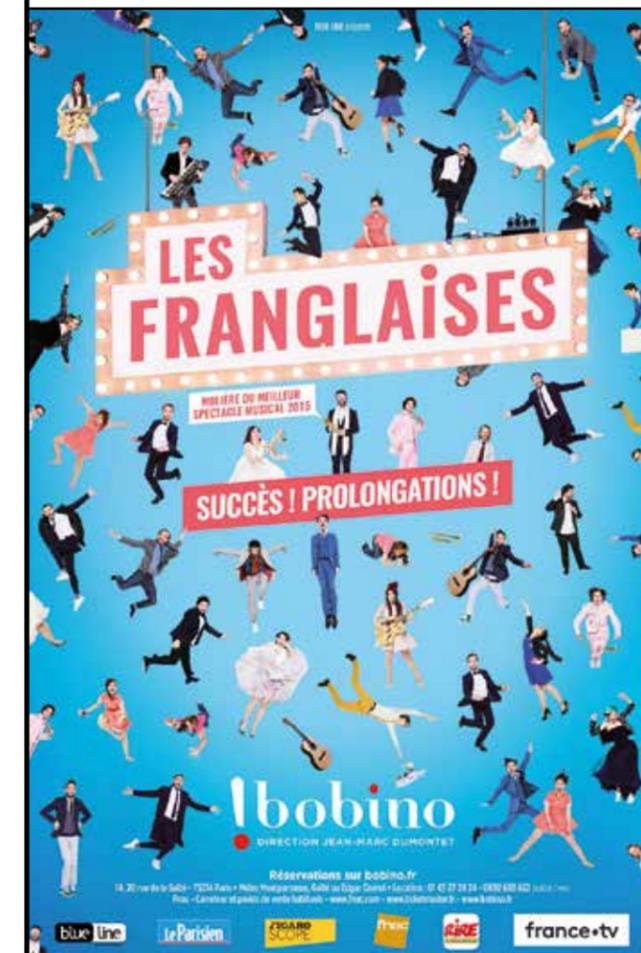
Réservations

Billetterie payante au 0892 68 16 50 et sur www.foliesbergere.com

Offre valable pour le mois en cours. Dans la limite des places disponibles. Une dotation par magasin et société.

Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Après avoir conquis près d'un million de spectateurs, Les Franglaises reviennent pour une 5^e saison à Bobino !

Les Franglaises, c'est le spectacle qui propose de traduire les grands succès du répertoire anglophone de la manière la plus absurde qui soit ! De *Michel Fils-de-Jacques* (Michael Jackson) à *Reine* (Queen) en passant par les *Filles Épices* (Spice Girls).

Découvrez ou redécouvrez, à travers un "test aveugle" extravagant, les plus grands tubes de ces artistes mondiaux. Assistez à un spectacle hors du commun, fait d'intrigues, de suspens et de rebondissements. Venez vivre l'exceptionnelle expérience à Bobino !

Les Franglaises, c'est pas vraiment Bollywood à Los Angeles, mais c'est presque Broadway à Paris !

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

Réservations

Billetterie payante au 01 43 27 24 24 et sur www.bobino.fr

Offre valable pour le mois en cours. Dans la limite des places disponibles. Une dotation par magasin et société.

49

LIDO

• DE PARIS •

NICOLETTA EN CONCERT

50 ANS DE SCÈNE

Ses plus belles chansons - Ses plus beaux Gospel



LOCATION:

www.lido.fr - +33(0)140 76 56 10 et tous points de vente habituels

Lido de Paris - 116 Avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris

3 & 4
FÉVRIER
2021



100% DE SATISFACTION POUR LES NOUVEAUX PORTEURS^{1,2}

100% des professionnels de la vue interrogés sont satisfaits des lentilles
ACUVUE® OASYS 1-Day pour les nouveaux porteurs^{1,2}



Confort tout au long
de la journée³⁻⁴



Performance visuelle⁵



Simplicité de Manipulation^{3,6}



Disponible pour Astigmatés



1 porteur sur 4 abandonne
les lentilles dès la première année.⁷

Favoriser la satisfaction du porteur dès son adaptation en lentilles est déterminant pour les nouveaux porteurs.

Johnson & Johnson VISION

BRAND CONTACT LENSES - Marque de lentilles de contact ; UV Blocking - Filtré UV
*Étude portant sur 142 ophtalmologistes en France (adaptateurs de lentilles de contact) ayant adapté 1 453 patients (904 Nouveaux porteurs, n=483 porteurs actuels de lentilles). 1. Données internes J&J 2016. Étude sur ACUVUE® OASYS 1-Day with HydraLuxe™ portant sur 143 ophtalmologistes adaptateurs de lentilles de contact en France, ayant adapté 1 453 patients, nouveaux porteurs de lentilles, porteurs actuels et abandonneurs. 2. Après avoir adapté 10 patients en lentilles ACUVUE® OASYS 1-Day, 100% des ophtalmologistes interrogés ont fait part de leur satisfaction générale de la lentille pour les réceptifs, 71% très satisfaits, 29% satisfaits. 3. UV Données internes 2016. Étude portant sur l'évaluation d'une semaine de port de lentilles journalières, n=170 porteurs de lentilles de contact souples aux États-Unis. 4. Après une semaine de port journalier, 87% des porteurs interrogés ont noté le confort tout au long de la journée avec ACUVUE® OASYS 1-Day comme excellent/très bien. 5. Données internes J&J 2017. Précision optique pour les lentilles ACUVUE OASYS 1-DAY with HydraLuxe. ACUVUE OASYS 1-Day with HydraLuxe Technology possède une haute précision optique in vitro, ce qui contribue à un haut niveau de performance visuelle in vivo. 6. Après une semaine de port journalier, 89% des porteurs interrogés ont noté la facilité générale de manipulation de la lentille ACUVUE® OASYS 1-Day comme excellent/très bien. 7. Données internes J&J 2019. Analyse interne provenant d'une étude interne. 10% des porteurs de lentilles de contact abandonnent dans les 3 mois de port ; 16% abandonnent dans les 4 à 12 mois.
Les lentilles de contact ACUVUE® sont destinées aux adultes sous réserve d'une prescription médicale. Les lentilles de contact ACUVUE® OASYS with Transitions™ sont des lentilles photochromiques indiquées également pour atteindre une luminosité élevée grâce à l'agent photochromique qui absorbe activement la lumière visible. Avant toute utilisation, se référer à la notice d'utilisation qui accompagne le dispositif et respecter les consignes d'utilisation y figurant et figurant sur l'emballage. Il s'agit d'un dispositif médical de classe IIa (CE 2197), Mandataire Européen : AMO Ireland (Irlande). Toutes les lentilles de contact de la marque ACUVUE® possèdent un filtre UV de Classe 1 ou 2, visant à protéger la cornée et l'intérieur de l'œil des rayons UV nocifs. Les lentilles de contact avec filtre UV ne peuvent se substituer à une protection oculaire absorbant les UV telle que les lunettes de soleil classiques ou avec coques latérales car elles ne recouvrent pas l'intégralité des tissus oculaires sensibles. ACUVUE®, ACUVUE® OASYS 1-Day, ACUVUE® OASYS 1-Day for ASTIGMATISM et HydraLuxe™ sont des marques de Johnson & Johnson Medical SAS, 1 rue Camille Desmoulins, 92717 Issy-les-Moulineaux Cedex 9, 9155 Nanterre 92121 CDD 819. © Johnson & Johnson Medical SAS 2020. Document réservé à l'usage des professionnels de santé. F92020AC0105888 - Septembre 2020.

Si vous aussi, vous avez soif
d'optimisme, d'innovation, de partage ?
Faites le choix de l'indépendance et
REJOIGNEZ LUZ.

**CENTRALE
DE SERVICES
POUR OPTICIENS
ET AUDIOS
INDÉPENDANTS**

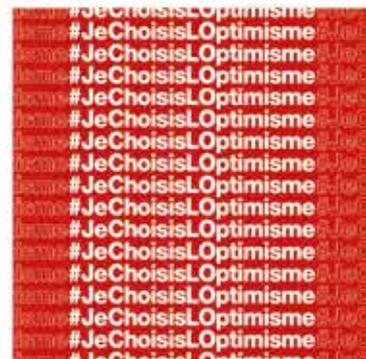
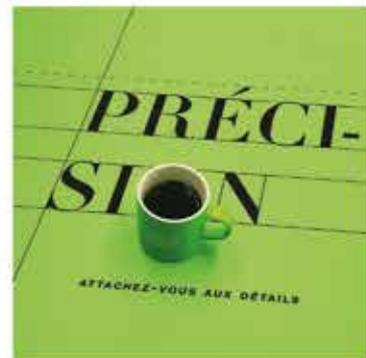


— PAROLE D'ADHÉRENTE —

“ C'est la joie
d'être libre,
unique mais
jamais seul ! ”

#LaVieLUZ

**VITA-
MINEZ
VOUS !**



Qui mieux qu'un
OPTICIEN
connaît les besoins
D'UN OPTICIEN ?



#LUZ #LaVieLUZ #JeChoisisLOptimisme
#LUZoptique #LUZaudio
#OpticienIndependant #CentraleOpticien

LUZ OPTIQUE
les indépendants s'y retrouvent