

# L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ ■ N°236 / NOVEMBRE 2021 ■ WWW.ESENTIEL-OPTIQUE.COM

# MAUBOUSSIN

Artiste Joaillier



Lara Gautier, Miss Côte d'Azur 2020 et Deuxième Dauphine Miss France 2021



*Dans tes yeux brûle une flamme qui consume mon âme*

**Monture MAU 2107**

Acier inoxydable ciselé façon joaillerie, Or cendré dégradé.

Conçu et distribué par ADCL Tél.: 01 41 58 18 00 . [www.adcl.fr](http://www.adcl.fr)



Seeing beyond

# Voici la dernière publicité que vous lirez avec de la buée sur vos lunettes.



**Kit Anti-buée ZEISS,**  
la solution pratique et  
efficace pour concilier  
masque et port de lunettes.

**Commander ici**





**Transitions™**  
**XTRACTIVE®**  
POLARIZED™



Transitions Optical a le plaisir de partager avec vous sa victoire aux « SILMO d'OR 2021 », dans la catégorie Vision. Ce prix vient récompenser sa dernière innovation, le fruit des nombreuses années de recherche au service de la protection contre la lumière : les verres *Transitions® XTRACTIVE® Polarized™*. Cette distinction est la reconnaissance, par la Profession, d'un savoir-faire unique détenu par une marque pionnière dans la catégorie des verres photochromiques.

### LA PROMESSE DE TRANSITIONS® XTRACTIVE® POLARIZED™ ?

Ce sont les seuls et uniques verres photochromiques polarisants capables de défier la lumière éblouissante.

### POUR QUI ?

Pour les porteurs très sensibles à la lumière ou fréquemment exposés à la lumière intense ou éblouissante, et intéressés par les avantages de la polarisation dynamique.

### QUELS SONT LES PRINCIPAUX BÉNÉFICES DE TRANSITIONS® XTRACTIVE® POLARIZED™ ?

#### UNE PROTECTION RENFORCÉE CONTRE LA LUMIÈRE\*

 PROTECTION CONTRE LES UV	COUPENT 100% DES UVA & UVB	 ASSOMBRISSEMENT	DES VERRS EXTRA SOMBRES JUSQU'À UNE CATÉGORIE 3	 POLARISATION	UNE EFFICACITÉ DE POLARISATION JUSQU'À 90 %
 PROTECTION CONTRE LA LUMIÈRE BLEUE NOCIVE	LA MEILLEURE PROTECTION CONTRE LA LUMIÈRE BLEUE NOCIVE À L'INTÉRIEUR	 REACTIVITÉ	UN RETOUR À L'ÉTAT CLAIR JUSQU'À 2 FOIS PLUS RAPIDE	 EN VOITURE	ACTIVATION DANS LA VOITURE

#### UNE EXPÉRIENCE VISUELLE MAXIMISÉE\*

 DES COULEURS PLUS VIVES	 UN CHAMP DE VISION PLUS LARGE	 UNE VISION PLUS PRÉCISE
---	--	--

### QUEL EST LE SECRET DE CETTE TECHNOLOGIE, QUI REGROUPE PLUS DE 400 BREVETS ?

Les verres *Transitions® XTRACTIVE® Polarized™* sont dotés d'une technologie de pointe unique, et d'une matrice multi-couches exclusive qui intègre de nouvelles molécules *Transitions® XTRACTIVE®* à large spectre pour des verres plus foncés. Cette matrice intègre également de nouvelles molécules dichroïques ultra-rapides spécialement conçues pour protéger les porteurs des lumières éblouissantes.

\*Pour en savoir plus : [www.transitions.com](http://www.transitions.com)

**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](http://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](http://www.exatypo.com)

**Consultant "Droit-Gestion"**  
Zaky Maroc

**Consultant "Design"**  
Sébastien Brusset

**Consultant "Recherche"**  
Laurence Winckler

**Impression**  
Exatypo  
15 chemin du purgatoire  
74600 Annecy

Prix au numéro : 8,50 euros

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

© L'Essentiel de l'Optique

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

Dépôt légal à parution  
ISSN 1287-3160

# L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

LE MAGAZINE DE L'OPTICIEN DE SANTÉ

## Sommaire n°236

NOVEMBRE 2021

06

### LA TRIBUNE

L'optique-lunetterie est-elle soluble dans le métaverse ?

07

### ABONNEMENT

L'Essentiel chez vous

08

### PORTRAIT

Benoît Jaubert, nouveau Directeur Général d'Optic 2000 : vers une accélération du développement

10

### POINT CHAUD

Santé visuelle : le tournant de 2022



14

### SÉCU

Sortir la Sécu du panier B

16

### MANAGEMENT

Le changement : s'y adapter ou pas

18

### INNOVATION

Hoya souffle la première bougie du verre MiYOSMART

20

### VERRES

be 4ty+ BIOMETRICS : le progressif redéfini

22

### INDUSTRIE

Antonio Jové (Marcolin) : « Devenir le partenaire de première intention »

24

### INTERNATIONAL

MIDO : vers les 50 ans à venir !

26

### SOCIÉTÉ

La démocratie à l'épreuve

30

### REMARQUÉ

BREF : la collection du groupe Oxibis ne manque pas d'arguments

32

### REMARQUÉ

Minamoto : la précision de l'authentique

34

### CONTOURS DE LA MODE

Où va la lunette ? Les smart glasses vont-elles démoder les lunettes classiques ?

48

### LE CLUB ESSENTIEL

Abonnés : nos offres du mois

[www.essentiel-optique.com](http://www.essentiel-optique.com)

## L'OPTIQUE-LUNETTERIE EST-ELLE SOLUBLE DANS LE MÉTAVERSÉ ?



© ENVATO

“ Tandis que la lunette connectée Facebook-Ray-Ban-Essilor était présentée en grande pompe sur le Silmo, Mark Zuckerberg en personne annonçait la création de 10 000 emplois en Europe pour construire le « métaversé ». S'il n'est pas le seul sur le coup, le patron du plus célèbre réseau social estime que dans cinq ans, le « métaversé » aura complètement démodé l'Internet mobile. Et qu'il en constitue la suite logique.

De quoi s'agit-il ? Le « métaversé », c'est la fusion des mondes réel et virtuel. Dès lors on comprend mieux à quelle stratégie répond la spectaculaire collaboration entre la firme américaine et EssilorLuxottica. Car le monde virtuel d'aujourd'hui impose des casques de réalité augmentée passablement lourds et encombrants. La fusion, pour être la plus fluide possible, ne peut intervenir que grâce à un appareillage léger, discret, qui laisse les mains libres et sait parfaitement se faire oublier : la lunette.

Voici donc que ce petit dispositif né au XIII<sup>e</sup> siècle, la paire de lunettes, devient le terminal des technologies les plus pointues. Et le centre de toutes les attentions. Avec ses quelque 29 milliards de dollars de chiffre d'affaires, soit près du double que le groupe d'optique-lunetterie, Facebook est à même de faire muter radicalement le produit ainsi que la perception qu'en a le public. Avec un pouvoir d'adoption dont nul autre que lui n'a le secret.

Rappelons le contexte. Le verre électronique est déjà là, que ce soit dans les lunettes de conduite et

de détection de chute de la personne âgée chez Elcie Healthy (Optic 2000) ou les lunettes pour dyslexique Lexilens (Atol). En juin prochain seront lancées les premières lunettes caméra pour malvoyants (DMLA). Le chapitre de la lunette intelligente est désormais clairement ouvert. Avec une première conséquence : le reformatage complet de l'offre produit. Outre les lunettes pour la basse-vision, un verre électronique à variation de teinte a été lancé en 2020 par Out Of, une startup italienne fondée en 2017. Lancé l'an dernier,

Electra est un verre électronique capable d'ajuster sa teinte en moins d'une seconde en fonction de la lumière ambiante, sans utiliser ni piles ni batterie. Cette technologie a été élue meilleur produit de sa catégorie (lunettes de soleil/masques de ski) par l'ISPO pour l'année 2021, et elle a été sélectionnée dans le cadre des

« Amazon Innovation Awards » parmi les 15 produits les plus innovants en Europe. De son côté si le verre numérique n'a pas encore tout-à-fait convaincu sur le plan de l'autofocus, il est clair qu'en s'adaptant à l'évolution de la vue dans toutes les distances de regard il serait à même de casser la dynamique d'un marché dont la réussite est basée sur le renouvellement. Enfin la Ray-Ban Stories conçue en partenariat avec Facebook fait entrer de plein pied l'optique dans le divertissement et le monde des réseaux sociaux.

Il faut bien relire le passage qui précède tant les

conséquences directes pour l'opticien sont à la fois nombreuses, profondes et... sources d'imprévisible :

1. Extension du champ de la lunetterie à d'autres domaines du soin et du bien-être sans rapport avec la correction visuelle proprement dite (dyslexie, conduite, chute).
2. Facilitation de l'activité basse-vision avec un dispositif léger, une simple paire de lunettes.
3. L'apparition sur le marché du verre électronique est une révolution dans la technologie du verre à teinte variable, et, plus largement, devrait bouleverser la conception même des verres ophtalmiques dans un avenir proche.
4. Arrivée de la lunette Facebook de divertissement d'échange et de travail.

Soit trois segments de produits qui n'existaient pas jusqu'à présent et auxquels il va falloir trouver la juste place au sein du magasin. Et pas dans un horizon temporel de science-fiction, mais bien là, maintenant.

L'autre grand ébranlement, c'est l'apparition en optique de nouveaux acteurs, avec l'arrivée en fanfare des GAFAM. Si le projet de « métaversé » reste encore un peu flou, ce dernier est bel et bien au centre de la stratégie des géants de l'Internet. Sous une forme ou sous une autre, nous n'y couperons pas.

Au cœur de ces mutations de fond, se pose alors la question de la place de l'opticien. Superflu ? Plus indispensable encore ? La réponse est toute entière contenue dans la façon dont la filière saura ou non interpréter et accompagner ces bouleversements. ●●

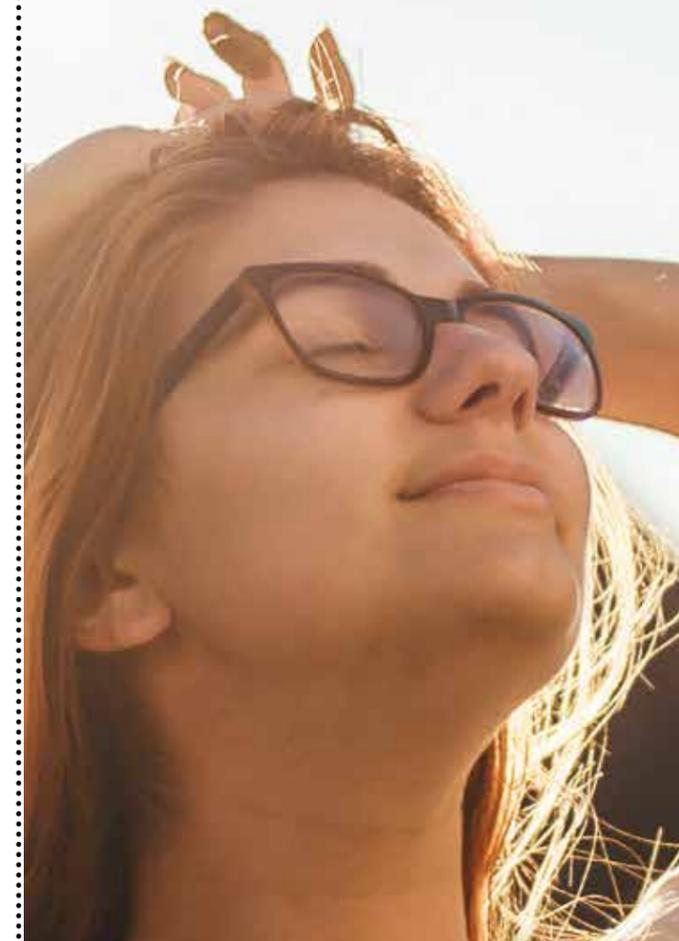
**Gérard Larnac**

Directeur de la rédaction ■ g.larnac@clm-com.com

“

**SUR FOND DE MUTATIONS RADICALES, QUELLE SERA LA PLACE DE L'OPTICIEN ?**

”



## ABONNEMENT

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

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

Nom \_\_\_\_\_  
 Prénom \_\_\_\_\_

Société \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

CP/Ville \_\_\_\_\_

Tél. \_\_\_\_\_

e-mail \_\_\_\_\_

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



## BENOÎT JAUBERT, NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL D'OPTIC 2000 : VERS UNE ACCÉLÉRATION DU DÉVELOPPEMENT

**Benoît Jaubert, le nouveau Directeur Général d'Optic 2000, présente sa feuille de route. Spécialiste du commerce de détail, expert des problématiques de croissance interne et externe et rompu au développement d'offres et de services innovants, il entend accélérer les mutations déjà engagées, parvenir à une taille critique, promouvoir une vision humaniste du métier et affirmer sa vocation de santé.**

photos : Optic 2000 © Charly Hel

Ce n'est pas un hasard si le nouveau Directeur Général d'Optic 2000, Benoît Jaubert, possède une grande expérience des secteurs qui se concentrent. Ce diplômé de l'ESSEC a débuté sa carrière en participant au lancement d'Eurostar, est passé par France Télécom Multimédia en tant que directeur des Opérations avant de rejoindre, en 1998, le Groupe Darty dont il devient le directeur général en 2016. Lors du rapprochement de la Fnac et de Darty, il occupe la fonction de Directeur Exploitation en charge des activités magasins intégrés et franchisés, Business to Business, Cuisine, et supervise les activités Fnac Suisse.

« Nos enseignes doivent rester au cœur de la vie des Français dans un marché qui se transforme. Benoît Jaubert les accompagnera dans leurs stratégies de croissance, d'innovation et de digitalisation », explique Olivier Padieu, Président du Groupement Optic 2000 avant de poursuivre : « Il fallait tenir compte des nouvelles positions de chacun sur le marché de l'optique. Après la fusion EssilorLuxottica nous recherchions un profil qui avait déjà l'expérience de ce type de mutation. Nous avons voulu nous doter en interne de cette expérience-là. »

### « ACCÉLÉRER LA CROISSANCE PAR DES RELATIONS ENRICHIES AVEC LE CONSOMMATEUR »

Le nouveau Directeur Général d'Optic 2000 rejoint en effet la filière en un moment clef de son évolution. « Tout l'enjeu de ce qui va se passer aujourd'hui consiste



Benoît Jaubert

à apprendre à composer avec ces nouveaux acteurs. Et pour cela disposer d'une taille suffisante. Je suis enthousiaste de rejoindre le Groupement Optic 2000 dans un pareil moment. Ma priorité est de m'appuyer sur mon expérience dans un secteur compétitif avec un réseau très puissant afin d'accélérer la croissance des enseignes du Groupement Optic 2000. »

Pour cela il pourra compter sur la popularité d'une enseigne qui a fait du lien et de la proximité le fer de lance de sa réussite. Et puis les camionnettes Optic 2000 lui en rappelleront d'autres, celles de Darty : « Nous avons quasiment 1000 opticiens qui sont inscrits sur le service à domicile, nous avons là une position compétitive et une mission auprès de l'ensemble de nos consommateurs. Nous n'en serions certainement pas à ce niveau sans la pandémie. Ça participe d'une vocation humaniste



Benoît Jaubert et Olivier Padieu

### LE GROUPE OPTIC 2000 EN QUELQUES CHIFFRES

En 2020, le Groupement comptait :

- 1148 magasins Optic 2000 avec un chiffre d'affaires de 797 Millions d'euros.
- 233 magasins LISSAC avec un chiffre d'affaires de 111 Millions d'euros.
- 210 centres AUDIO 2000 avec un chiffre d'affaires de 38 Millions d'euros.

de l'opticien. Nous allons continuer à aller vers les gens de façon différente et enrichie grâce aux data, de sorte que d'ici cinq ans nous allons changer le visage de cette profession, pour le bien de chacun. Ce qui nous permettra de nous exprimer de façon différente, et de façon plus puissante », annonce le nouveau DG. « Dans le marché de la distribution optique il n'y a pas pour l'instant de leader incontesté. Mais pour se projeter à cinq ans, il faut garder en tête qu'il y a des positions à prendre et qu'il faudra savoir les prendre. »

Des exemples ? « Si l'on constate que 90 % de la population sont à moins de quinze minutes d'un magasin Optic 2000, c'est qu'on n'est pas à 100 %. Il y a donc encore des pistes de développement. Les magasins devront également faire évoluer leur concept. La confiance des consommateurs va vers les enseignes qui font des efforts pour se mettre à leur portée. »

### « DE FANTASTIQUES RÉSERVOIRS DE PROGRÈS »

Lien, service, taille critique... mais aussi digitalisation, autre grand chantier : « La digitalisation est une clef dont le rythme ne dépend pas de nous. C'est là le virage à ne pas rater : faire évoluer notre rapport au client. De plus en plus de gens procèdent à des essais virtuels sur le site avant de venir acheter en magasin. Les réussites en ce domaine consistent à utiliser le digital au service du réseau physique et le réseau physique au service du digital. Optic 2000 est déjà engagée dans cette mutation et va accélérer dès les prochaines semaines. »

Autre point, et non des moindres : « Le positionnement stratégique de nos marques avec un axe "santé" très important. Avec 230 centre audio, il s'agit pour nous de créer de nouvelles synergies entre l'audio et l'optique. Il est par exemple moins dramatique que l'opticien vienne expliquer au consommateur ses problèmes d'audition. »

Enfin, Benoît Jaubert ne cache pas son bonheur d'aborder le monde coopératif. Un modèle dont l'attachement à ses associés s'est traduit durant la pandémie, lorsque les magasins ont dû rester fermés, en suspendant tous les prélèvements, sans se contenter de simples décalages. Cesser de facturer quand les magasins sont en difficulté : une initiative forte dont les opticiens se souviennent. « Nous avons démontré qu'une coopérative était au service de ses associés et que quand il le faut elle sait prendre ses responsabilités. »

Tout va se jouer désormais sur le rapport de la centrale au service de son réseau, mais aussi, plus largement, sur la responsabilité sociétale : « On ne fera rien dorénavant sans penser RSE tous les jours. Les consommateurs ne comprendraient pas qu'on ne s'inscrive pas dans ces sujets de durabilité. »

Ce qui a le plus impressionné le nouveau Directeur Général d'Optic 2000 en prenant ses fonctions ? Benoît Jaubert répond sans hésiter : « La capacité du marché à se renouveler, et les fantastiques réservoirs de progrès de la filière. » ■

- + [www.optic2000.com](http://www.optic2000.com)
- + [www.lissac.fr](http://www.lissac.fr)
- + [www.audio2000.fr](http://www.audio2000.fr)

## SANTÉ VISUELLE : LE TOURNANT DE 2022

**L'article 40 du PLFSS 2022 s'apprête, non sans contre-feux ni polémiques, à donner la prescription aux orthoptistes. Et les opticiens ? Resteront-ils les grands oubliés, au prétexte de leurs pratiques commerciales, ou accompliront-ils finalement cette mue qui s'inscrirait dans une évolution naturelle de leurs compétences, de leurs prérogatives et leur champ d'activité ?**



© Pexels

« Les Opticiens de santé ne sont pas retenus par le gouvernement ». C'est par ces mots que commence le communiqué de presse, daté du 28 septembre, de l'AOF (Association des Optométristes de France) suite à sa lecture du projet de PLFSS pour 2022, présenté le 24 septembre dernier. Un projet de loi qui prévoit de confier de nouvelles missions aux orthoptistes, dont la prescription des lunettes et des lentilles, le travail en Ephad, ainsi que le dépistage de l'amblyopie chez l'enfant et du trouble de la réfraction, y compris chez les enfants âgés de trente mois à cinq ans.

L'espace que semblait ouvrir le rapport IGAS-IGAENR en 2020 serait-il en passe de se refermer ? « Ce rapport, riche en propositions, avait pour objectif de s'appuyer sur l'ensemble des acteurs de la filière visuelle pour améliorer l'accès aux soins. De nombreuses propositions auraient pu, auraient dû, enfin faire émerger l'opticien de santé », explique Yannick Dayan, président de l'AOF. « C'est avec une profonde déception que nous constatons que toutes les solutions s'appuyant sur les opticiens ont été écartées. Cet arbitrage est catastrophique pour l'accès aux soins de la population Française. Nous nous interrogeons sur la véritable volonté du ministère de la Santé et du ministre Olivier Véran à améliorer significativement l'accès aux soins dans notre filière. » Et le chef de file des optométristes de pointer : « D'autre part, les divisions syndicales de notre profession semblent être en grande partie responsables de ce résultat. Malgré de nombreux

points de convergence évidents, alors que tous les acteurs ont réalisé un travail considérable pour valoriser le rôle paramédical de l'opticien, et pour développer ses compétences vers la santé, nous avons finalement été inaudibles. » Et d'en appeler à la création d'un Conseil National Professionnel (CNP) pour permettre à la filière de parler d'une seule voix à travers toute sa diversité. L'AOF préconise une réingénierie immédiate de la formation de l'opticien, l'élargissement de ses prérogatives en santé, et la sécurisation du cadre légal des opticiens exerçant en milieu médical.

“

**TOUT UN BOUQUET  
DE MESURES VA  
PROGRESSIVEMENT  
CONCERNER  
LES OPTICIENS**

”

La FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France) s'inscrit parfaitement en faux contre cette interprétation. « Contrairement à ce qui est colporté ici et là », estime Alain Gerbel, président de la FNOF, « l'opticien n'a pas été oublié et les deux syndicats, ROF et FNOF, n'ont aucune différence de fond sur l'évolution du métier. Il n'existe donc aucune dissension entre nous. Ce qu'il faut comprendre, c'est que nous sommes dans le cadre général de l'évolution de nombreuses professions de santé. Ces évolutions sont de deux ordres : réglementaires dans un premier temps, c'est-à-dire applicables très vite par simple décision du ministre ou par décret du Conseil d'Etat. Cela signifie que certaines mesures vont être applicables dès le début de l'année prochaine, notamment en matière de règles professionnelles vis-à-vis des autres acteurs, avec des sujets tels que la primo délivrance, la télé-expertise, la

réingénierie du diplôme (le CNOF étant très actif sur ce sujet). Dans un second temps viendront les mesures législatives, qui sont susceptibles d'être retardées par la séquence électorale, mais qui vont dans le bon sens. » Et de poursuivre : « C'est tout un bouquet de mesures qui va progressivement concerner les opticiens tout au long des douze prochains mois, avec des effets attendus dans 24 mois. Et il existe une réelle demande des ophtalmologistes eux-mêmes sur ces sujets. Les nouvelles missions qui vont nous être confiées supposent que nous apportions des garanties complémentaires. Notre seul problème, c'est la désorganisation interne de la filière, qui généralement refuse toute évolution autre que le commerce avant même de savoir de quoi l'on parle. Car l'évolution de la primo ordonnance chez l'orthoptiste et l'opticien, c'est aussi plus d'ordonnances dans nos magasins. Les choses ne s'opposent pas. L'organisation même de la formation, depuis certains établissements ayant industrialisé la formation au BTS.OL jusqu'aux formations universitaires à caractère technique et non de santé, ralentit l'évolution. Sans parler des formations internes de certains acteurs qui voient plutôt les fonds du FORCO comme une rente... Mais la direction est prise. »

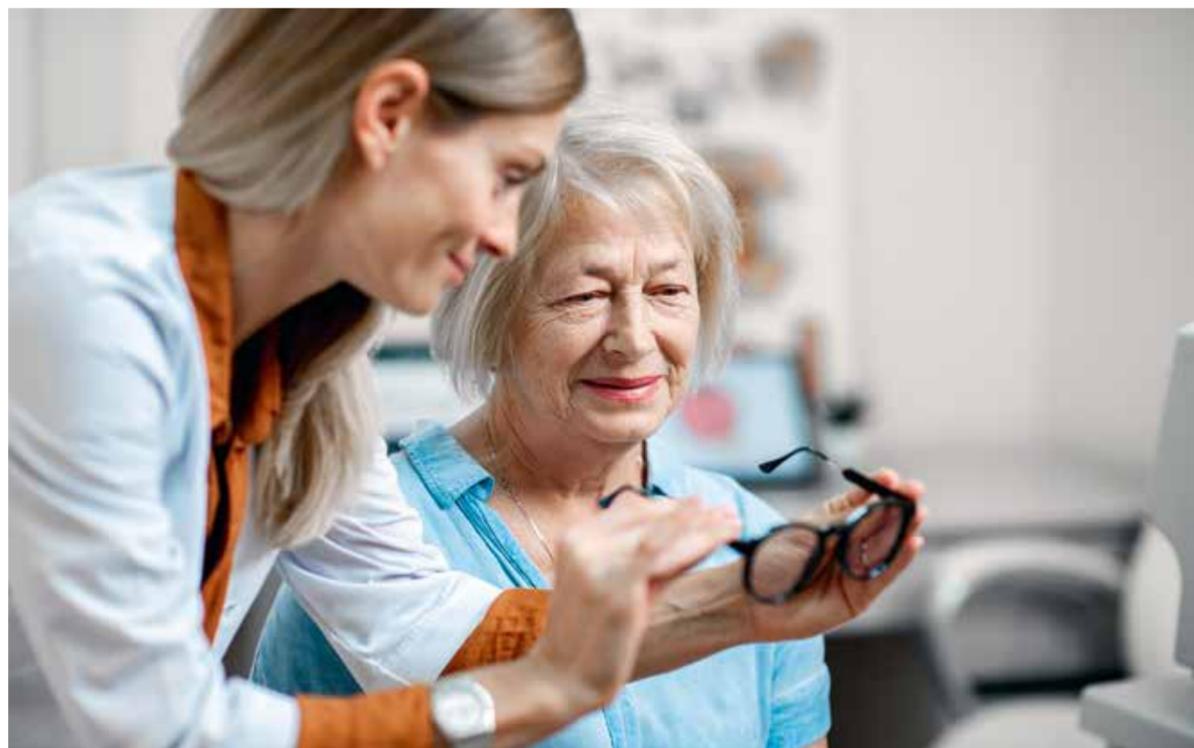
### EXTENSION DU DOMAINE DE L'OPTIQUE

Selon une étude récente de la MGEN, plus de 71 % des Français estiment que les délais d'attente pour un spécialiste sont trop longs. « On note qu'il y a plus de reports pour les soins, surtout chez les jeunes, et que l'on renonce surtout à des soins dentaires ou en ophtalmo »,

### « TOUCHE PAS À MA SANTÉ » : LES ORTHOPTISTES MONTENT AU CRÉNEAU



Le SNAO, le CNPO, la SFERO, la FFEO, le CNOE, l'UNRIO, l'AFO, les URPS Orthoptistes et l'ensemble des orthoptistes ont dénoncé récemment la stigmatisation de leur profession et de leur exercice « au travers des effets d'annonce destinés à masquer le manque criant d'offre de soins tel que proposé aujourd'hui à la population en France et sur les territoires d'Outre-mer. C'est à cette situation alarmante en matière d'offre de soins et de sécurité en santé visuelle que la mesure du Gouvernement portée par l'article 40 du PFLSS 2022 propose de répondre. L'objectif souhaité par le Président de la République est d'atteindre une pleine application du "100 % Santé" en 2022. Elle permettra une meilleure organisation des professionnels dans le domaine de la santé visuelle et renforcera les actions de prévention. Mais il est temps d'aller plus loin. "Ma santé 2022" doit permettre à tous les Français y compris dans les déserts médicaux, d'accéder aux soins et à l'équipement optique dont ils ont besoin. Cet objectif n'est possible que si l'orthoptiste accède à une prescription. » Et de conclure : « Actuellement 40 % des ophtalmologues ont plus de 60 ans (60 % dans 5 ans) ce qui laisse présager une plus grande difficulté de l'accès aux soins, aux équipements optiques ou au dépistage. Nous apportons notre soutien à tous les orthoptistes qui ont subi directement ou indirectement les conséquences de cet acharnement et appelons les responsables à modérer leurs propos et leurs actions pour l'amélioration de l'accès aux soins et la santé visuelle des patients dans notre pays. » ■



© Envato

considère le sociologue Michel Wieviorka. C'est particulièrement vrai dans les départements ruraux. Et ils sont 57 % à compter sur la Sécurité sociale, c'est-à-dire sur les prérogatives régaliennes de l'Etat, pour améliorer la santé au quotidien.

Les ophtalmologistes français ont été particulièrement montrés du doigt ces dernières années, à travers certains rapports parlementaires, notamment en matière de refus de soin envers les enfants et les bénéficiaires de la CMU. Mais rapport de force oblige, le gouvernement a tenu dans un premier temps à déplacer le problème dans le champ des opticiens, au motif de cherté des équipements. D'où le « 100 % santé » (dont il convient de rappeler qu'il n'existe pour l'opticien aucune obligation d'un taux minimum d'équipement « 100 % santé » à délivrer).

En passant d'un calcul du délai moyen au calcul d'un délai médian (ce qui permet de soustraire les délais extrêmes des statistiques : or ce sont précisément ces dérapages qui sont incriminés par les Français), les ophtalmologistes ont cassé le thermomètre en prétendant faire tomber la fièvre. En dépit des situations complexes dues à la pandémie Covid (fermeture des cabinets en 2020), la tendance à la baisse des délais est restée curieusement d'une stabilité déconcertante. La dernière enquête du SNOF (Syndicat des Ophtalmologistes de France) révèle ainsi que le délai médian pour obtenir un rendez-vous a diminué de 16 jours, passant de 42 à 26 jours par rapport

à 2019. La diminution des délais de rendez-vous en ophtalmologie se confirmerait donc pour la troisième année consécutive. Et serait quasi uniforme sur l'ensemble des territoires. « Avec le développement du travail aidé, l'instauration de protocoles organisationnels et l'essor de la prise de RDV en ligne, la filière visuelle fait figure de pionnière aujourd'hui en France », se réjouit Thierry Bour, président du SNOF. « Si nous continuons dans ce sens, la problématique des délais de RDV sera réglée d'ici deux à trois ans. Mais cela ne sera possible qu'à condition

“

**UN CADRE DE RESPONSABILITÉ EST NÉCESSAIRE POUR DEVENIR PLEINEMENT CRÉDIBLES AU PLAN DE LA SANTÉ PUBLIQUE**

”

que les pouvoirs publics continuent de soutenir cette dynamique avec des mesures cohérentes et utiles et qu'ils ne la cassent pas avec des mesures contreproductives et confuses. »

Car le SNOF redoute par-dessus tout une démedicalisation induite dans l'article 40 du PLFSS 2022 qui élargit les prérogatives des orthoptistes en modifiant le code de la santé publique. « L'orthoptiste peut sans prescription médicale et sans être placé sous la responsabilité d'un médecin :

- 1°. Réaliser un bilan visuel et prescrire des verres correcteurs et des lentilles de contact oculaire, selon les modalités et les conditions de réalisation fixées par décret en Conseil d'État, pris après avis de l'Académie nationale de médecine ;
- 2°. Réaliser chez l'enfant le dépistage de l'amblyopie et celui des troubles de la réfraction, selon des critères d'âge fixés par décret. »

Une bataille de chiffres est engagée. L'État considère pour sa part que la solution du « tout médecin » n'est plus tenable : « Malgré un nombre de professionnels de la vision élevé, l'accès aux soins visuels demeure difficile en France, a fortiori dans certaines régions médicalement sous-denses, conduisant à des renoncements aux soins, à des stratégies de contournement, voire à l'absence de dépistage des pathologies. Cette situation s'explique notamment par une organisation des soins centrée autour de l'ophtalmologiste, organisation qui soulève des difficultés eu égard au volume de patients atteints de troubles de réfraction, provoquant par conséquent des délais d'attente importants. En effet, selon une étude de la DREES de 2018, les délais moyens d'attente pour un rendez-vous avec un ophtalmologiste étaient de 80 jours, avec des écarts régionaux importants. Ces délais d'attente, associés à d'autres facteurs comme des dépassements d'honoraires fréquents, conduisent parfois à un renoncement aux soins visuels. » Lorsqu'on parle d'efficacité de la prise en soin, c'est donc bien la centralisation de la santé visuelle autour de l'ophtalmologiste qui est ici en question.

L'article 40 autorise les orthoptistes non seulement à réaliser ces bilans mais également à prescrire les aides visuelles adaptées (lunettes, lentilles de contact) sans passage par l'ophtalmologiste. La mesure permettrait d'améliorer l'accès aux soins visuels en réduisant les délais de rendez-vous et en dégageant du temps médical pour les ophtalmologistes. En permettant de renforcer l'accès à un bilan visuel et à la prescription initiale d'un équipement optique, elle viendrait donc aussi compléter la réforme du « 100 % Santé » qui a déjà permis une meilleure prise en charge financière des lunettes.

Accrochés à leur sacro-saint principe de « délégation », les ophtalmos ne le voient bien sûr pas de cet oeil : « Si nous soutenons la délégation des tâches, la grande majorité des ophtalmologistes alerte sur la proposition du gouvernement d'élargir les prérogatives des orthoptistes de niveau licence (bac+3) pour réaliser en autonomie et sans contrôle des actes jusqu'à présent réservés aux médecins. Une situation jugée absurde et surtout dangereuse pour les patients par près de 90 % des ophtalmologistes », s'insurge Thierry Bour.

Quant au ROF (Rassemblement des Opticiens de France), il propose aux opticiens d'alerter les parlementaires autour de quatre propositions (également préconisées par la FNOF) :

1. Ouvrir la possibilité à l'opticien de renouveler des ordonnances dont la durée de validité a expiré dans le cadre d'une téléexpertise avec un ophtalmologiste.
2. Supprimer l'obligation d'une nouvelle ordonnance initiale pour délivrer des verres multifocaux à un primo presbyte.
3. Autoriser la modification de la primo ordonnance lors de la délivrance initiale.
4. Autoriser l'opticien à manipuler des matériels de prises de mesure non invasifs.

Le cabinet du Ministre de la Santé a pourtant clairement laissé entendre qu'il n'y aurait pas d'avancée

« DÉLÉGATION » :

LA GRANDE SUPERCHERIE



Dans un match c'est le mieux placé pour marquer le but qui frappe la balle : on n'attend pas le capitaine. Dans une situation d'urgence, ainsi que le contexte pandémique nous l'a montré, on bouscule hiérarchies et protocoles pour parvenir au plus vite à la solution sanitaire appropriée pour tous. La santé visuelle répond à ces deux cas : le juste temps du soin doit s'imposer à ce temps de latence entre la conscience du mal voir et sa solution optique. Si le mieux placé sur le terrain, le plus accessible, est l'opticien ou l'orthoptiste, c'est à lui d'intervenir, avant même le passage chez l'ophtalmologiste. Les deux démarches sont indépendantes, l'une technique (détermination, préconisation et réalisation d'un équipement), l'autre médicale (diagnostic). Et puisqu'elles ne sont pas de même nature, il est légitime de les découpler. Sans les hiérarchiser : les deux étant également nécessaires. Et l'urgence est bien là : dans une société hautement visuelle, et devant des besoins en constante augmentation (allongement de l'espérance de vie, explosion des cas de myopie), 30 % de nos concitoyens, déjà, ne présentent pas une vision satisfaisante. Autant dire que la notion même de « délégation de tâche » n'est aujourd'hui plus tenable. Elle n'est que la médiocre survivance d'un corporatisme d'un autre âge, déconnectée des réalités présentes, que les ophtalmologistes n'ont de cesse d'entretenir pour faire oublier qu'en matière de difficulté d'accès et refus de soin, ils sont champions de France. ■

avant que préalablement soient édictées des règles professionnelles et déontologiques pour les opticiens. Ce qui tombe sous le sens. Alors pourquoi brûler les étapes ? À une ordonnance par jour, les 4000 orthoptistes peuvent déjà générer une augmentation du marché de l'optique de 15 %. De quoi très largement compenser les contreperformances dues au « 100 % Santé ». Commercialement la profession est déjà gagnante. Reste à se doter d'un cadre de responsabilité afin de devenir pleinement des interlocuteurs crédibles au plan de la santé publique. Au plan de la formation les travaux du CNOF sont déjà bien avancés. La redéfinition que suppose cette réingénierie du diplôme pour mettre en phase la profession avec l'exhaustivité de ses missions de santé publique devra donner lieu également à la création d'un organe déontologique doté d'un réel pouvoir de sanction. C'est là la condition *sine qua non* de toute évolution positive. ■

## SORTIR LA SÉCU DU PANIER B

**Le déremboursement est une question récurrente qui confronte la filière à ses propres contradictions. Celui-ci n'entraînerait-il pas une démedicalisation des produits, enchaînant sur une mise en danger du monopole de l'opticien ? L'État, dans sa volonté de réorienter la santé vers un système à l'anglo-saxonne, revient à la charge. Un beau sujet pour les élections.**



© Envato

Dans le droit fil de la proposition de la Cour des comptes, le désengagement total de la Sécu sur le panier B du secteur optique est à l'ordre du jour. Il s'agit de transférer la gestion de la Caisse nationale d'assurance maladie aux organismes d'assurance maladie complémentaires. Si l'amendement vient d'être rejeté par la Commission des Affaires Sociales de l'Assemblée, on est loin d'un enterrement de première classe. Et il y a fort à parier que le sujet va animer les discussions tout au long de ces prochains mois.

Cette reprise en main de la gestion totale par les complémentaires privées comprendrait le contrôle des prescriptions, de la délivrance et le remboursement des frais d'optique pour la part du Régime obligatoire et la part du Régime complémentaire.

L'exposé des motifs précise : « Aujourd'hui, la prise en charge de 9 centimes d'euro des verres optiques et de la monture du panier B par l'Assurance-maladie lui permet de garder le contrôle des prescriptions à l'aide des codes fins transmis par les opticiens. »

Bien que pour le panier A, la prise en charge par l'Assurance maladie soit plus significative, dans les faits, il est cependant difficile pour elle de réaliser un tel contrôle pour les paniers A et B. Et ce, autant lors de l'achat que dans le contrôle de l'évolution de la vue.

Aussi, la « presque » globalité de la prise en charge est assurée par les complémentaires qui, elles, ne disposent pas de ces codes fins, mais uniquement des codes regroupés ne permettant pas ces contrôles : « Le payeur n'est pas le contrôleur ».

L'amendement vise à clarifier et simplifier la gestion du secteur de l'optique en diminuant l'imbrication AMO/AMC, source de coût et parfois d'inefficacité, tout en permettant à l'Assurance-maladie de conserver la récu-

pération des données de prescription, de délivrance et de remboursements, ainsi qu'un contrôle de l'ensemble des opérations réalisées par les complémentaires via la production de rapports annuels exhaustifs présentant une vision globale de l'évolution des dépenses.

Cela permettrait surtout à l'État, peu satisfait des résultats du « 100 % Santé » en optique, de négocier une augmentant en valeur du panier A en contrepartie de cette privatisation totale du panier B. Alors même que les Français restent très attachés à leur modèle de protection sociale issu du CNR, le pays se dirigerait alors vers progressivement vers un modèle à l'anglo-saxonne. Le principe « cotiser selon ses moyens, recevoir selon ses besoins » serait proprement abandonné au profit d'une

“

**LA FIN DU MEILLEUR SYSTÈME DE SANTÉ DU MONDE**

”

santé à trois vitesses : filets de protection à minima pour les plus démunis, sur-complémentaires pour les nantis ; et les autres se débrouillent. Le risque est grand, alors, que le système de santé français, qui fut longtemps considéré comme l'un des meilleurs au monde, ne se décide à Bercy et nulle part ailleurs.

Rappelons qu'en juillet 2018, les députés LREM ont voté en Commission des Lois la transposition de la « sécurité sociale » en « protection sociale ». Tout le reste en découle : l'expression « sécurité sociale » a disparu de la Constitution. C'est la fin de l'universalité des soins en tant que droit fondamental, au prétexte de faire face au risque de surcoût entraîné par la dépendance d'une population vieillissante.

Le sujet est à même de constituer un débat majeur pour les prochaines élections. En effet certains courants politiques entendent au contraire supprimer les mutuelles et instaurer une « sécurité sociale intégrale », inspirée du régime particulier d'Alsace-Moselle afin de renouer avec l'esprit des origines. Deux projets de société. ■

REJOIGNEZ

# UNE FRANCHISE FRANCHEMENT DIFFÉRENTE !

100 ans d'expertise et d'innovation

Une présence en TV toute l'année

Une formation continue

Une centrale d'achat performante

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



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

**LISSAC**  
l'Opticien

Vos yeux méritent Lissac

## LE CHANGEMENT : S'Y ADAPTER OU PAS

**Le changement, désormais, c'est tout le temps. Forts de cette unique certitude, comment maîtriser en confiance les évolutions du monde qui nous entoure ? Comment redonner à nos avenirs un design globalement acceptable par tous ? Enquête et analyse.**



© Envato



© Unsplash

Dans une période aussi incertaine que celle que nous traversons, si le doute est permis, en revanche l'approximation ne l'est pas. C'est Descartes, ce grand maître du doute, qui conseillait à ceux qui se perdent en forêt de marcher tout droit : on arrivera toujours quelque part. Aussi arbitraire que soit le cap fixé, l'important, c'est d'aller. Se mettre en mouvement. Avec détermination.

Le changement, doit-on forcément s'y adapter ? Cela démontre certes une « adaptabilité », une « agilité » comme on dit dans les manuels de management. Mais, entraîné par certains contextes politiques, cela peut mal tourner : vers la collaboration par exemple. L'adaptation au changement n'est donc ni bonne ni mauvaise en soi. Tout dépend à quoi l'on fait l'effort de s'adapter. Cela suppose des choix éclairés, libres et conscients.

Et puis il y a deux sortes de changement : celui dont le cours dépend de nous, celui dont le cours ne dépend pas de nous. Ce dernier est souvent le grand oublié : nous avons tendance à ne considérer que ce sur quoi nous pouvons agir. Or la part sur laquelle nous ne pouvons rien est la plus massive : qu'on le veuille ou non, l'histoire du monde a changé depuis le « 11 septembre », de même que les concepts de démocratie (l'obsession sécuritaire s'est répandue), ou de vérité (nous serions, depuis les mensonges sur l'Irak et ses supposées armes de destruction massive, entrés dans l'ère de la post-vérité). L'économie ne peut plus être la même depuis la crise financière de 2008, ou depuis les rapports répétés

du GIEC sur la crise climatique (pourtant on nous a tellement martelé qu'il n'y avait pas d'alternative). Nous nous sommes certes adaptés à la crise sanitaire de 2020-2021, mais tout en restant à la merci des variants et des reprises épidémiques. Nous avons fait là l'expérience de la perte de contrôle, de l'extrême vulnérabilité de nos organisations, de la fragilité de nos certitudes, de la vanité de nos prédictions.

Le changement, c'est aussi et essentiellement ce qui change le plus et le plus vite : dans sa nature multidimensionnelle, dans son rythme, dans ses implications et ses interactions. Et c'est curieusement au moment où nous en aurions le plus besoin, en tant que planification et horizon de sens, que le politique au sens fort du terme s'étirole par effondrement systémique du collectif et dissipation des principaux piliers de la solidarité (pacte républicain, Sécurité sociale, citoyenneté). Nous touchons pourtant

à la réinvention du vivant (manipulations génétiques), à la fusion homme-machine (robot humanoïde), au transhumanisme (qui prétend nous affranchir de la mort), au métaverse (fusion du monde réel et du monde virtuel), à l'homme prétendument augmenté (scission de l'espèce humaine comme unité et comme universel), à la surveillance de masse (drones, notation sociale), etc. Jamais les questions n'ont été plus cruciales ni nos choix plus engageants. Jamais nous n'avons eu si peu d'espaces pour en débattre. D'où l'étrange fébrilité de l'époque.

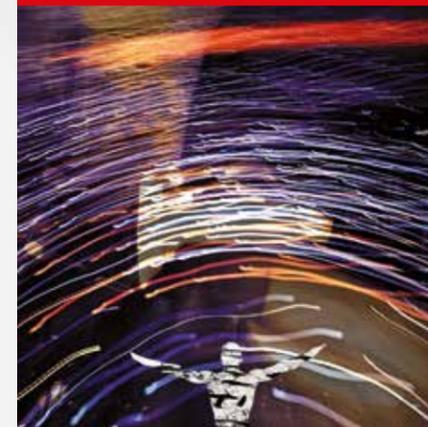
“  
**TOUT CHANGEMENT EST UN PARI SUR L'AVENIR : AUCUNE CERTITUDE**  
”

Car toutes ces questions sont bien trop complexes pour que l'on puisse les affronter seuls. C'est seulement dans l'échange argumenté des points de vue qu'il est possible de se faire une idée ; par l'écoute loyale ; la prise en compte de données objectives ; l'intelligence collective. Or devant l'ampleur de la tâche, devant ces problématiques trop grandes et ces mutations trop rapides, l'esprit tente d'esquiver : les thèses conspirationnistes fleurissent à la vitesse de nos opinions instinctives et de nos réseaux sociaux. Même si celles-ci ont toujours existé, elles ont pris une singulière vigueur ces dernières années. Au rythme de nos désaffiliations, au rythme de la désagrégation progressive de nos sociétés (on a tant glosé sur la fin pure et simple de la société, de Margareth Thatcher à Alain Touraine). Il s'agit là d'un refus systématique de l'incompréhensible, de cette incertitude qu'il nous faut pourtant traverser. La peur panique devant l'absence de sens. Devant des faits trop massifs, des vérités trop grandes, des changements trop abrupts.

Tout changement est un pari sur l'avenir : aucune certitude. Et tout pari repose sur la confiance. Or que voit-on ? La mort sociale du chômage long et du déclassement, la dévastation du familial (délocalisation, déterritorialisation), la perte de repère, l'attristement général dû au sentiment de déclin, la peur de l'autre, sont autant de facteurs qui incitent plutôt au repli sur soi, au ressentiment et à la défiance. Cela même qu'il nous faut combattre sans faillir pour faire face au changement, reformuler nos avenirs et retrouver toute notre puissance d'agir. ■

## FOCALE 2035

CRÉATION, STRATÉGIE, CONSOMMATION, INDUSTRIE, COMMUNICATION, COMMERCE, CITOYENNETÉ : S'ORIENTER DANS LE MONDE QUI VIENT



Apprendre à agir dans des contextes inattendus est aujourd'hui, pour les organisations, mais aussi les destinées humaines, la plus impérieuse des nécessités. *Focale 2035* propose une approche prospective non conventionnelle sur les années qui viennent. Véritable *vade-mecum* pour dirigeant "disruptif" soucieux d'anticiper les mutations du monde, mais aussi pour l'esprit curieux désireux de mieux comprendre les changements qui nous affectent, il s'agit avant tout d'un carnet d'inspiration. L'ouvrage *Focale 2035* est une boussole pour les temps qui s'annoncent. Pour au bout du compte redonner de la visibilité à l'esprit et du champ pour l'action.

Format 21 x 21 cm  
40 pages abondamment illustrées  
Prix 39,90 euros

Offrez *FOCALE 2035* à vos clients et collaborateurs : possibilité de tirages personnalisés (à partir de 50 exemplaires), avec nom et logo de votre société, vos publicités sur les couvertures 2 et 3, etc.

▶ Pour tout renseignement :  
CLM Communication  
Tél. 01 64 90 80 17  
info@clm-com.com  
www.edition-optique.com

## HOYA SOUFFLE LA PREMIÈRE BOUGIE DU VERRE MIYOSMART

Le 1<sup>er</sup> anniversaire du verre HOYA MiYOSMART Vision en France a été fêté à La Cité de l'architecture à Paris en septembre dernier. 500 000 enfants myopes portent MIYOSMART dans le monde. En France, 25 000 enfants en sont déjà équipés, 1500 ophtalmologistes ont déjà prescrit le verre, et 6000 opticiens l'ont distribué. Parmi ceux-ci, 1200 ont déjà obtenu la certification d'Expert Agréé MiYOSMART. Gros plan sur une innovation majeure.

visuel © Hoya



Un adulte sur trois est myope. Et 10 % des cas sont des myopies fortes potentiellement invalidantes. Ce qui signifie que le risque de cataracte est multiplié par 5, le risque de décollement de rétine par 20, le risque de maculopathie par 40.

Silmo d'Or 2020, le MiYOSMART de chez Hoya est le premier verre conçu spécialement pour le traitement de la myopie des enfants. Il soufflait en septembre dernier sa première bougie sur le marché français. Depuis cinq ans, il est utilisé en Chine, où la myopie touche 81 % des jeunes (60 % en France). De nombreux facteurs environnementaux, tels que la prédominance des activités en vision de près, diminution du temps passé à l'extérieur et élévation du niveau d'étude laissent à penser que la prévalence de la myopie va augmenter de façon exponentielle.

Développé en partenariat avec l'université polytechnique de Hong Kong, le verre MiYOSMART a obtenu le Grand Prix, la Grande Distinction et la Médaille d'Or au 46<sup>e</sup> Salon International des Inventions de Genève en avril 2018. Grâce à ses recherches approfondies sur la théorie de la défocalisation myopique, l'université de Hong Kong a découvert, en 2014 que la progression de la myopie pouvait être contrôlée, en fournissant simultanément une vision nette et une défocalisation myopique constante.

En effet, les chercheurs ont constaté que la longueur axiale du globe oculaire était affectée par la position d'une image projetée en avant de la rétine de manière continue. La longueur axiale tend alors à se réduire, tandis qu'à contrario le globe oculaire s'allonge lorsque l'image se situe en arrière de la rétine. La projection d'image impacte donc la croissance axiale et la progression de la myopie

selon qu'elle se situe en avant ou en arrière de la rétine. Un premier essai clinique démarré en 2016 randomisé et en double aveugle a été mené en Asie auprès de 160 enfants âgés de 8 à 13 ans. Il a ainsi pu être démontré que le verre Hoya MiYOSMART Vision ralentissait la progression myopique de 60 % en moyenne. Chez 21,5 % des enfants, la progression de la myopie s'est complètement arrêtée. L'étude suivie de la troisième année a montré que les enfants ainsi équipés présentaient une progression moyenne de seulement -0,52D sur trois ans. La croissance de l'œil myope redevient proche de celle d'un œil sans défaut.

Le secret : une face avant du verre composée de centaines de petits segments de puissance convexe, assurant la défocalisation myopique. Grâce à une zone centrale de 9,4 mm sans segment, la puissance du verre est facilement mesurée et le centrage parfait. Cette technologie, appelée DIMS pour Defocus Incorporated Multiple Segments, ne change en rien la qualité esthétique du verre.

« Pour être le plus efficace, il faut viser la tranche d'âge où la baisse de l'acuité visuelle de loin s'accélère, habituellement entre 7 et 12 ans », précise Jean-Michel Lambert, directeur général de la filiale France de Hoya Vision Care. Ce qui représente 2,5 millions d'enfants.

Tandis que son concurrent, le Stellest d'Essilor-Luxottica, vient d'être lancé sur le marché français, le MiYOSMART d'Hoya, après la lentille de contact MiSight chez Cooper Vision ou les techniques d'orthokératologie plus anciennes, représente une avancée majeure pour la santé publique. ■

+ [www.hoyavision.com/fr/](http://www.hoyavision.com/fr/)

“  
**UNE INNOVATION MAJEURE POUR LA SANTÉ DES FRANÇAIS**  
”

Rejoignez l'enseigne leader



- 50 ans d'excellence et d'expérience
- Des conditions d'achat optimales
- Une marque puissante : 98% de notoriété\*
- Une communication plurimédia percutante

Etude Cohesium 2020 : 98 % connaissance totale (notoriété spontanée et/ou assistée)



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



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



Michael LOUIS  
(Ile de France)  
Tél. : 06 24 16 07 60



Romain BERTHET  
Responsable Développement (Suisse)  
Tél. : +41 79 552 70 63

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

[optic2000.com](http://optic2000.com)

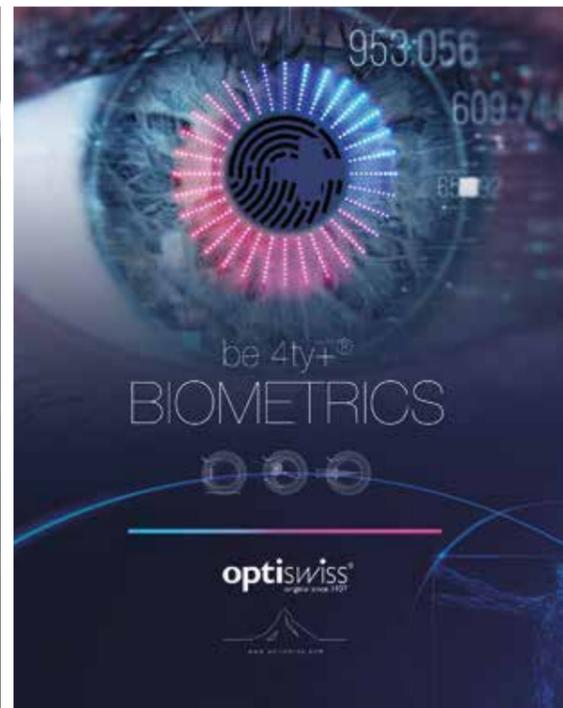
Optic 2000

Une nouvelle vision de la vie

Plus de **100 villes** encore disponibles partout en France : Région parisienne, Marseille, Aix-en-Provence, Bordeaux, Dax...

## BE 4TY+ BIOMETRICS : LE PROGRESSIF REDÉFINI

Toujours très astucieuses, les innovations signées Optiswiss ont souvent la clarté de l'évidence. C'est le cas une fois encore avec « be 4ty+ BIOMETRICS », un nouveau verre progressif qui prend en compte trois paramètres biométriques de chaque œil : longueur du globe oculaire, centre de rotation de l'œil et diamètre de la pupille. Effet waouh garanti !



Tous visuels © Optiswiss

Intégrer les paramètres biométriques dans le design du verre : tel est le nouveau cap qu'Optiswiss, verrier d'excellence depuis 1937, franchit aujourd'hui avec « be 4ty+ BIOMETRICS ». Un nouveau concept pour un verre progressif spécialement modélisé pour l'œil de votre porteur.

Grâce aux nouvelles puissances de calcul, Optiswiss a décidé d'intégrer trois paramètres biométriques décisifs dans la conception de ses nouveaux progressifs :

- La longueur du globe oculaire.
- Le centre de rotation de l'œil.
- Le diamètre de la pupille.

L'optique traditionnelle utilise un modèle théorique d'œil standard pour prendre les mesures nécessaires à la production d'un verre ophtalmique. Or l'œil standard n'existe pas. La longueur du globe oculaire de chaque individu varie considérablement. Elle se situe entre 20 et 27,5 mm. Or c'est le rapport entre l'indice de réfraction de l'œil et sa longueur qui détermine l'importance des défauts de vision. Un changement de longueur de seulement 0,1 mm entraîne un changement de réfraction de plus de 0,25 D.

De plus la fréquence de mouvement d'un œil humain est de trois à quatre fois par seconde. La position du centre de rotation varie elle aussi en fonction de la longueur du globe oculaire et a une incidence majeure sur la vision lors des mouvements du regard. C'est uniquement par la mesure exacte de la longueur du globe oculaire avec Myopia Master® (Oculus) que le calcul précis du centre de rotation est possible. Pour obtenir la meilleure qualité d'image possible avec un verre ophtalmique, il faut que la courbure d'image du verre coïncide parfaitement avec la sphère du pointum remotum. On y parvient en intégrant le centre de rotation de l'œil dans le calcul du design du verre. Pour le porteur, c'est la garantie d'une exceptionnelle résolution d'image.

Enfin les études ont montré que la taille des pupilles varie fortement d'une personne à l'autre. Si elle diminue avec l'âge, cette grandeur varie selon une très forte amplitude : de 2 à 9 mm. Il est donc essentiel de prendre en compte cette valeur de manière individuelle et de l'inclure dans le calcul des verres. Transféré au design du verre, cette mesure du diamètre de la pupille

“  
**UN PARCOURS  
DE HAUTE  
EXPERTISE**  
”

permet d'optimiser les zones de vision. Ainsi, quelle que soit la taille de la pupille, les porteurs disposeront d'une perception identique des champs visuels et d'une vision périphérique fortement optimisée.

Chaque seconde, l'œil transmet au cerveau 10 millions d'informations. Pour ce faire, il change de point de focalisation et de positionnement des centaines de milliers de fois par jour. En tenant compte des paramètres biométriques, il est possible de concevoir un verre hyper individualisé qui offre une vision naturelle, sans fatigue, particulièrement agréable en vision de nuit et d'une netteté optimale quelle que soit la direction du regard.

À la base de cette avancée, un appareil de mesure de haute précision, le Myopia Master®, par Oculus. À partir de la mesure des paramètres biométriques (en 180 secondes) on obtient une modélisation mathématique qui va permettre la création d'une topographie spécifique de chaque verre. Un haut niveau de professionnalisme pour un service-expert, une expérience d'achat inédite et un effet waouh garanti ! ■

+ [www.optiswiss.com](http://www.optiswiss.com)



CLM Éditeurs  
LA LIBRAIRIE  
DE L'OPTIQUE  
EN LIGNE



GÉRARD LARNAC

### Devenir opticien

Comment accéder à cette profession ?

Une profession de série réglementée

Un métier très diversifié

Des besoins visuels en constante augmentation



EDITIONS DU PUIS FLEURI

**LES RESSORTS  
D'UN MÉTIER D'EXCEPTION**

**[www.edition-optique.fr](http://www.edition-optique.fr)**

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

## ANTONIO JOVÉ (MARCOLIN) : “DEVENIR LE PARTENAIRE DE PREMIÈRE INTENTION”

Antonio Jové a commencé sa carrière en 1990 dans le domaine de l'optique en tant que directeur de la division espagnole de Bausch & Lomb pour les marques Ray-Ban, Arnette, Porsche et Revo. Après avoir rejoint le groupe Marcolin en 1998, il en est aujourd'hui le directeur pour les zones Europe, Moyen-Orient et Afrique. Rencontre à l'occasion du Silmo.



Antonio Jové  
Directeur EMEA



© Marcolin - Max Mara



© Marcolin - Tom Ford

ce faire nous travaillons pour offrir tout le service, les marques. Alors qu'auparavant la marque pouvait se suffire à elle-même, aujourd'hui se sont les services et la marque qui fonctionnent : les deux ensemble. L'avenir se joue désormais sur le service que l'on apporte au client. C'est sur lui que doit se fonder la relation avec notre client. Aussi nous sommes en plein processus de transformation interne. Nous travaillons beaucoup sur le langage que nous utilisons avec notre client. Nous sommes en phase d'implantation du système CRM (Gestion de la relation client) pour avoir un langage moderne, voire avant-gardiste. Nous nous focalisons également sur l'opérationnel. Diminuer les délais de mise sur le marché, simplifier tous

les procédés de fabrication, moderniser notre logistique pour nous adapter : hier un client commandait cent pièces en une fois, aujourd'hui il nous passe cent commandes d'une pièce. Pour réussir à faire le même chiffre d'affaires, il nous faut aujourd'hui des programmes beaucoup plus fins. Il y a également le phénomène Internet qui prend de plus en plus d'importance, comme ça s'est vu à l'occasion de la pandémie. C'est également un enjeu logistique important. »

### LES TROIS SECRETS DE LA RÉUSSITE À L'ITALIENNE

**A.J.** : « L'Italie est historiquement le pays qui a créé les marques en lunetterie. Elle a suivi la mode et elle s'est de ce fait imposée très vite à l'export. Tels sont les trois secrets de la réussite à l'italienne : nous sommes fabricants, nous avons les marques et nous sommes très présents à l'export. »

### PUISSANCE INDUSTRIELLE, PUISSANCE DE MARQUE

**A.J.** : « Comme l'ensemble des secteurs d'activité, nous sommes dans un moment de grandes alliances et de grandes fusions. Nous sommes nous aussi ouverts à ce type d'alliance, mais notre focus principal c'est de valoriser notre exceptionnel portefeuille de marques. Celui-ci est très bien équilibré, entre luxe (Tom Ford, avec qui nous sommes en contrat jusqu'en 2029) et grande diffusion (Guess, leader sur le marché français, dont nous venons de

### UN IMPRESSIONNANT PORTEFEUILLE DE MARQUES



© Marcolin - Guess

Actuellement, le portefeuille de Marcolin comprend : adidas Originals, adidas Sport, Bally, Barton Perreira, BMW, Candie's, Covergirl, Emilio Pucci, Ermenegildo Zegna, GANT, GCDS, Guess, Harley-Davidson, Kenneth Cole, Longines, Marciano, Marcolin, Max Mara, MAX&Co., Moncler, OMEGA, Skechers, Sportmax, Swarovski, Timberland, Tod's, Tom Ford, Viva, Web Eyewear. ■

### LES LEÇONS DE LA CRISE SANITAIRE

**A.J.** : « Nos résultats 2021 vont être au-dessus de ceux de 2019, notamment sur le marché français. Il est à noter que certaines filiales ont fait mieux en 2020 qu'en 2019. C'est le cas de l'Allemagne et des pays nordiques. Car nous avons su rester très proches de nos clients, et les aides gouvernementales ont amorti le choc de la crise. Cette pandémie a changé beaucoup de choses. Le plus important a sans doute été l'accélération du phénomène Internet est le plus important. On a découvert que l'on pouvait travailler à distance. Nous avons réussi à maintenir le contact avec nos collaborateurs et clients. Durant toute la pandémie nous avons été particulièrement en contact avec notre client, plus que d'habitude. Nous avons organisé beaucoup de training et de webinaires sur les aides à la vente : c'est ce qui explique ces bons résultats. Cela nous a donné l'occasion de resserrer les liens avec la communauté de clients, en leur apportant encore plus d'outils pour aller vers le consommateur final. » ■

+ [www.marcolin.com/fr](http://www.marcolin.com/fr)

Marcolin est une entreprise leader mondial dans l'industrie de la lunetterie fondée en 1961 par Giovanni Marcolin dans la région de Cadore (Vénétie). Elle fête donc cette année ses soixante ans. Fin 2016, LVMH annonçait son intention d'entrer de plain-pied dans le segment de la lunette en s'associant au groupe italien Marcolin. À cet effet était créée la coentreprise Thélios, détenue à 51 % par le groupe de luxe et 49 % par le lunetier.

En décembre 2019, le groupe Marcolin a annoncé son partenariat avec Positive Luxury pour leur première édition des Positive Luxury Awards 2020. Une célébration mondiale de la durabilité et de l'innovation, et un tournant majeur dans l'industrie du luxe.

**Antonio Jové** : « Nous sommes très heureux d'être ici au Silmo pour cette édition 2021. Nous avons pris un gros risque et ce n'a pas été une décision facile, mais pour nous c'est très important d'être ici pour être proche de nos clients et proche du marché français, qui est notre filiale la plus importante en Europe. Nous sommes venus avec beaucoup de passion. C'est un moment important de retrouvaille, après 18 mois. Il fallait pouvoir ainsi se reparler, reprendre le contact physique. »

### VERS UNE APPROCHE PLUS FINE DU CLIENT

**A.J.** : « Toutes les sociétés se préparent pour un avenir qui va être très différent du passé. Pour nous il est clair que notre ambition est d'être le premier partenaire de l'opticien, son partenaire de première intention. Pour

## MIDO : VERS LES 50 ANS À VENIR !

Inspirationnels et capables de jouer un rôle moteur dans le développement de l'écosystème global de l'industrie internationale de l'optique, les salons professionnels retrouvent peu à peu leurs publics. Et évoluent pour mieux répondre aux attentes nouvelles, en mêlant davantage de digital aux événements physiques et en privilégiant les services et les contenus. Rencontre avec Giovanni Vitaloni, président du MIDO.

toutes photos © MIDO



Giovanni Vitaloni - Président du MIDO



**L'Essentiel de l'Optique : La 50<sup>e</sup> édition du MIDO, celle qui devait célébrer un demi-siècle de succès, a dû être annulée en raison de la pandémie. Comment avez-vous traversé cette crise sanitaire ?**

**Giovanni Vitaloni :** L'Italie a été cruellement touchée par l'épidémie Covid-19, notamment dans le nord et la région de la Lombardie, et particulièrement les villes de Bergame et Milan, à partir de la fin février 2020. Nous avons dû annuler l'édition du cinquantenaire du MIDO quatre jours seulement avant l'ouverture prévue. À commencé alors une période horrible, très compliquée, car nous avons été très touchés tout de suite. Pratiquement toute l'activité s'est mise à l'arrêt. Les opticiens sont restés ouverts en tant qu'activité touchant au médical afin d'assurer un service pour les professionnels de santé de première ligne, ainsi que pour le service après-vente. Pendant ces huit semaines, l'activité a été plus « service » que business. À partir de mi-mai les choses ont commencé à repartir, mais le marché global restait bloqué. Les usines n'ont recommencé à livrer véritablement que début juin. Avec les nouvelles modalités de rendez-vous, le parcours client a été mieux organisé et le panier moyen s'est élevé, que ce soit pour les verres ou pour les montures.

**L'Essentiel de l'Optique : Pour autant le marché de l'optique-lunetterie a particulièrement fait preuve de résilience...**

**Giovanni Vitaloni :** Certains domaines davantage basés sur l'export, comme la mode, ont beaucoup plus souffert en effet. Malgré une baisse du marché de l'optique à -10 %, nous avons pu résister grâce aux aides de l'État puis grâce au redémarrage des exportations. Dès juin 2020 la France, notre premier marché après les Etats-Unis, a pu repartir. En octobre c'était au tour de l'Amérique du nord. Nous pensions récupérer 50 % de la perte 2020 sur 2021 et retrouver notre niveau d'avant la pandémie en 2023 seulement. Mais les choses se sont redressées plus rapidement que prévu. Nous devrions avoir retrouvé nos chiffres d'avant la pandémie dès le début de 2022. Cela nous donne beaucoup d'optimisme, tant pour l'industrie que pour la distribution.

**L'Essentiel de l'Optique : La crise semble avoir accéléré les mutations en termes de demande. Comment analysez-vous les choses ?**

**Giovanni Vitaloni :** Les nouvelles demandes (transparence, traçabilité, durabilité, éco-responsabilité) sont pour nous de très bonnes opportunités de croissance. C'est sur cette nouvelle base que le système a redémarré. Une nouvelle confiance en l'écosystème est née de cette crise. Parce que nous avons eu la capacité de protéger cet écosystème dans les dix ans qui viennent de s'écouler, nous sommes à même d'investir dans l'excellence de notre production locale, avec toute la chaîne complète de nos sous-traitants. Nous avons préservé l'ensemble des savoir-faire. Avec l'aide de

l'État le nombre d'emplois est resté stable. Nous avons pu investir dans les technologies nouvelles. Car nous ne nous sommes pas contentés de conserver, nous avons aussi développé notre écosystème local pour répondre à la demande mondiale sur le segment moyen-haut de gamme.

**L'Essentiel de l'Optique : Vous croyez donc à la relocalisation, que chacun appelle de ses vœux dans un contexte de responsabilité environnementale ?**

**Giovanni Vitaloni :** En effet. La relocalisation est possible parce que nous n'avons pas détruit notre tissu productif. L'ANFAO (syndicat des fabricants italiens) estime que nous vivons là un grand moment pour toute notre industrie. Nous pouvons tout fabriquer de A à Z. C'est sur cette excellence que nous allons investir pour garantir l'indépendance de la filière. Pendant la pandémie nous avons compris que de nouvelles opportunités se sont ouvertes à nous.

**L'Essentiel de l'Optique : Dans un tel contexte, le MIDO 2022 apparaît donc comme un rendez-vous majeur. Comment se présente-il ?**

**Giovanni Vitaloni :** Tout secteur d'activité a besoin d'un salon fort. Le MIDO est l'occasion de montrer l'unité de l'écosystème international. Quel meilleur théâtre ? Il est plus important que jamais de toucher les produits et de se regarder dans les yeux. Mais le digital devient très

important. Il apporte de nouveaux services, sur place comme à distance. Il nous aide à donner du contenu. Car il faut aller plus loin que la simple présentation produit. Avec des workshops, des formations, des services, afin de promouvoir une véritable « culture » de notre industrie. Il sera bien sûr question du cinquantenaire du MIDO, mais plus encore des 50 ans à venir ! ■

### MIDO 2022



Le salon aura lieu les 12, 13 et 14 février 2022 à la Fiera Milano, Rho.

MIDO  
Via Alberto Riva Villasanta 3  
20145 Milan - Italie  
+ [www.mido.com](http://www.mido.com)

## LA DÉMOCRATIE À L'ÉPREUVE

« Il n'a jamais existé de véritable démocratie, et il n'en existera jamais. »

– Jean-Jacques Rousseau

**Violences policières légitimées, lanceurs d'alerte emprisonnés, contrôles de masse assurés, parlementarisme contourné, évasion fiscale tolérée, connivence de la presse savamment organisée, ... La démocratie reste plus que jamais une zone à défendre, voire à conquérir. Parenthèse enchantée qui se referme ou idéal sans cesse à venir ? Entre épuisement et vitalité, la démocratie est avant tout la promesse d'elle-même. C'est là toute sa force, toute sa fragilité.**

toutes photos © Unsplash



En 1705 paraît à Londres, sous la plume de Bernard Mandeville, *La Fable des Abeilles*. Prenant acte de la puissance de la ruche, de la foule, contre l'ipséité aristocratique (Ne devoir qu'à soi sa propre vie singulière par l'exercice des vertus), mais aussi contre la figure émergente du sujet libre et autonome au sens kantien du terme, Mandeville avance la morale suivante : « Les vices privés font la vertu publique. » Démonstration : « Il faut que la fraude, le luxe et la vanité subsistent, si nous voulons en retirer les doux fruits. [...] Le vice est aussi nécessaire dans un État florissant que la faim est nécessaire pour nous obliger à manger. Il est impossible que la vertu seule rende jamais une Nation célèbre et glorieuse. »

La recherche traditionnelle du perfectionnement intérieur et du progrès humain s'efface brusquement sous l'empire des passions égoïstes, de la fourberie et du profit personnel. Mandeville estime en effet qu'on peut très bien se passer de conscience individuelle. On n'agira plus selon son éthique personnelle mais au contraire au nom de ses « vices privés ».

L'intérêt particulier comme fondement de l'intérêt général fut en effet la fable qui s'imposa au détriment du grand rêve humaniste des Lumières. Une fable adoptée dès 1776 par Adam Smith : adoucissant un peu la thèse

de Mandeville, cet autre moraliste explique que grâce à « la main invisible », « la recherche des intérêts particuliers aboutit à l'intérêt général ». C'est la théorie centrale du fameux « laisser faire ». Les thèses libertariennes d'Ayn Rand (1957) vont pousser la logique aux extrêmes : « L'homme doit vivre pour son propre intérêt, ne sacrifiant ni lui-même aux autres, ni les autres à lui-même. Vivre pour son propre intérêt signifie que l'accomplissement de son propre bonheur est le plus haut but moral de l'homme. »

“

**LE PÉRIL CLIMATO-ÉCOLOGIQUE A DÉCONSTRUIT LES DOGMES ÉCONOMIQUES SUR LESQUELS REPOSAIT LA MONDIALISATION**

”

Passée l'euphorie communautaire des années 70, l'ère du chacun pour soi, avec son corollaire, la fin de la société, s'est ouverte durant les années 80 du siècle dernier à partir d'une véritable culture du principe d'égoïsme. Ainsi naquit le néolibéralisme, théorie anti-keynésienne de l'école de Chicago (Friedman, Hayek) qui trouva sa première traduction politique dans le Chili de Pinochet en 1973 et ses deux figures historiques sous les traits de Thatcher et Reagan. Dès lors la notion même d'intérêt général devint caduque et les « vices privés » totalement libérés. Résultat : l'État social à vocation égalitariste fut démantelé au profit d'un marché essentiellement aux mains des héritiers et des chevaliers d'industrie.

Seulement voilà : le péril climato-écologique, en

pointant la responsabilité des activités humaines dans le dérèglement en cours, et singulièrement les excès du productivisme, a déconstruit les dogmes économiques sur lesquels reposait l'idéologie de la mondialisation. La fable de Mandeville n'inspire plus. Car désormais l'intérêt de chacun se réaccorde à l'intérêt général ; et la vertu publique (échapper collectivement au désastre climatique) réclame désormais la vertu privée (changer individuellement nos modes de vie). Une page, ouverte au tout début du XVIII<sup>e</sup> siècle, se referme donc sous nos yeux. Tous, de fait, solidaires, unis par un même destin placé sous la dépendance directe des conduites particulières.

L'affaire semblait pourtant entendue. C'était irrévocable. On se souvient du « There is no alternative » de Thatcher dans les années 80 de l'autre siècle : par cette confiscation du pouvoir arbitral du citoyen, le fameux « TINA » a entraîné l'impuissance démocratique ; son épuisement idéologique pur et simple.

Conséquence : une grève des urnes qui se confirme élection après élection. Mais il y a une autre raison à cette désaffection actuelle. Il n'est pas interdit de penser que le rejet dont la démocratie représentative fait l'objet cache aussi une demande non satisfaite de

“

**LA DÉSFFECTIION DÉMOCRATIQUE À LAQUELLE ON ASSISTE EST ESSENTIELLEMENT DUE À L'IMPUISSANCE OÙ LES POSTULATS ÉCONOMIQUES ONT RÉDUIT AUTORITAIREMENT LA QUESTION DE L'ARBITRAGE DES CITOYENS**

”

démocratie participative. Selon le principe tout simple : ce qui concerne tout le monde doit être débattu par tout le monde. Pas moins de démocratie : plus de démocratie ! Avec de nouvelles modalités électives : conseils de citoyens, notation des candidats, tirage au sort, démocratie continue (référendum), etc. Et si nous étions dans un moment non pas de déclin mais bien de réinvention démocratique ?

Depuis son acte de naissance dans l'Angleterre du « Bill of Rights » (13 février 1689) où s'inventa le parlementarisme moderne un siècle avant la révolution française, qu'est-ce au fond que la démocratie ? Un régime qui donne effectivement, conformément à son étymologie, le pouvoir au peuple, ou bien celui qui permet de mettre les intérêts du marché à l'abri du pouvoir politique ? On le voit clairement avec les institutions les plus surplombantes : l'Europe édicte des normes qui s'imposent aux États membres, même dans le cas où les peuples s'y opposent. À cet égard le référendum de 2005, nettement en faveur du « non » à la constitution européenne, a été traduit deux ans plus tard par un « oui » avec le traité de Lisbonne. Et l'on voudrait après ça que les citoyens reprennent sagement, chaque fois qu'on les siffle, le chemin de l'isolement ?

Par conséquent il ne fait pas de doute que la démocratie est, dans la période actuelle, particulièrement malmenée. Elle symbolise avant tout une succession de désillusions. La disparition de l'URSS en 1991, contrairement à ce qui avait été annoncé, n'a pas étendue le champ des libertés sur le monde, pas plus qu'elle n'a apaisé les tensions internationales. La conversion de la Chine à l'économie de marché ne l'a nullement incitée aux respects des droits fondamentaux. Le trauma du 11 septembre 2001 a provoqué un basculement immédiat des États-Unis dans la société sécuritaire, le contrôle de masse, la guerre

illégitime (Irak), le hors-champs juridique (Guantanamo), la chasse aux opposants et aux lanceurs d'alerte... On s'habitue peu à peu à la violence d'État : en France, la répression hors de mesure, lors de manifestations autorisées, marque une limite absolue à la liberté d'expression par la terreur qui lui est systématiquement opposée, sous l'œil complaisant d'une presse dont la myopie interloque. Et ça et là, sur cette démocratie lentement

pourrissante, fleurissent d'étranges régimes, comme autant de protubérances parasites, qui prétendent lui donner une postérité : démocraties illibérales, post-démocraties, démocraties...

La désaffection démocratique à laquelle on assiste est essentiellement due à l'impuissance où les postulats économiques ont réduit autoritairement la question de



l'arbitrage des citoyens. Le principal des lois votées au parlement n'est en fait que la transposition de directives européennes. Mais il y a autre chose, sans doute plus troublant encore : l'apparition récente d'un autoritarisme décomplexé, d'une re-verticalisation du pouvoir. Le gouvernement par ordonnances s'est imposé, dans l'hémicycle, à la délibération entre élus. L'état d'urgence est désormais constitutionnalisé comme état permanent. Et la gestion de la crise sanitaire a lieu au sein d'un mystérieux Conseil de défense qui n'a de compte à rendre à personne. Le citoyen est de plus en plus tenu à l'écart des décisions qui le concernent.

Le pouvoir n'en est pas quitte pour autant. On confisque les votes? On occupe l'espace public. Le mouvement des places, partout dans le monde, a révélé chez les populations ce besoin crucial de revendiquer leur droit à la parole. Car la démocratie est avant tout un idéal délibératif, une façon de s'entendre, de débattre, de se parler. Un pacte de langage sans cesse en négociation afin de formuler, non pas des points d'accords, mais bien des désaccords selon des modalités acceptables par tous. Est démocratique ce qui fait retentir la parole de l'autre. Contrairement aux cénacles institutionnels, il n'est pas ici question de faire taire l'opposition mais d'apprendre

à l'entendre, à comprendre l'altérité qu'elle manifeste. Il s'agit d'aller vers l'autre en respectant ses attendus, sans amoindrir son irréductible énigme, sans aspirer au dévoilement total de la vérité (seuls les totalitarismes y prétendent), et sans la peur de se tromper : la parole démocratique admet l'erreur, l'errance, l'errement. Elle a le tâtonnement pour principe. Car le partage de cette parole démocratique vaut mille fois plus que ce qui est effectivement partagé. Mieux vaut se tromper dans un cadre vertueux que d'avoir raison dans un cadre qui ne l'est pas. C'est l'échange qui prime. Pour qu'il y ait échange, il faut qu'il y ait le sentiment d'un manque, d'un incompris initial, d'une vérité sans cesse insaisie. Avant même que d'être un régime de pouvoir, la démocratie est avant tout un régime de parole. Elle est apparue quand l'élucidation historique (Hérodote) est venue compléter par la compréhension précise des événements la méthode spéculative de la philosophie telle que la Grèce l'inventa dans la période antique. Elle est d'abord le fruit d'une recherche, d'un questionnement. Et du temps long : celui de l'étude, de l'écoute, de la délibération. Qui parle trop vite n'est pas démocrate. À cet égard les réseaux sociaux, ainsi que la presse qui remplace systématiquement le débat par la polémique, ne constituent pas des espaces démocratiques. Au sein de la démocratie athénienne les démagogues n'étaient pas admis.

La démocratie cherche l'expression d'une vérité possible, mais d'une vérité qui échappe à l'autorité écrasante de « La Vérité ». Jamais dogmatique, elle se veut éclairée, mais d'un éclairage indirect, multi-situé, et non aveuglée par le projecteur unique d'une fausse illumination terminale.

Face à l'urgence climatique il est facile d'invoquer la supériorité des régimes autoritaires. Pour autant, en donnant des droits à la nature et au non humain, non seulement comme réponse à la crise écologique mais aussi comme approfondissement de la notion même de droit, la démocratie est en train de considérablement élargir son champ. C'est sa réponse à elle. Preuve d'une vigueur qu'une vision exclusivement défaitiste manque trop souvent d'évoquer.

Parce que le peuple se transforme mais ne meurt pas, c'est à lui seul que revient la pérennité du poli-

tique qui, sinon, serait otage de l'obsession du présent, du bavardage de l'actualité, de ces périodicités qui comme par hasard sont d'égale longueur, tous les cinq ans, que l'on parle de nos élus ou de nos packs d'actionnaires, les uns pour leur mandat, les autres pour leurs dividendes. Cinq ans : tel est le rythme opérationnel de la société contemporaine. Ce n'est qu'à travers la démocratie, en ce qu'elle donne au peuple la place qui lui revient, que celui-ci peut en retour assurer cette continuité qui fonde une nation. ■

“  
**JAMAIS DOGMATIQUE,  
 LA DÉMOCRATIE SE VEUT ÉCLAIRÉE,  
 MAIS D'UN ÉCLAIRAGE INDIRECT,  
 MULTI-SITUÉ, ET NON AVEUGLÉE  
 PAR LE PROJECTEUR UNIQUE  
 D'UNE ILLUMINATION TERMINALE**  
 ”



**SCOOP!**

*En 2022, Vision Plus devient  
 Le Collectif des Lunetiers*



## BREF : LA COLLECTION DU GROUPE OXIBIS NE MANQUE PAS D'ARGUMENTS

photos © BREF-OxibisGroup

**B**REF, où mieux que dans le Jura venir respirer l'écologie véritable? La responsabilité ne se décrète pas : elle s'exerce. Pas de chichi, pas de bla-bla : des actes. BREF : parce que la planète se dérègle, qu'il n'y a pas de temps à perdre. Et que l'éco-responsabilité est notre avenir commun. BREF : parce que la nature n'est jamais austère mais au contraire toujours surprenante, la matière y est vibrante, les couleurs excitantes, les designs affirmés. BREF, l'éco-conception sera de caractère ou ne sera pas. Juste le nécessaire. 30 kilomètres maximum séparent l'ensemble des partenaires. Donc : traçabilité, transparence, économie circulaire, Origine France Garantie. Bio-sourcée, super-locale, sans phtalates, acétates biodégradables et métal à 80 % recyclé, garantie 5 ans (durable), stylée : la beauté n'existe que d'être bien pensée. ■

+ [www.breflunettes.com](http://www.breflunettes.com)  
+ [www.oxibis-group.com](http://www.oxibis-group.com)



# MINAMOTO : LA PRÉCISION DE L'AUTHENTIQUE



toutes photos © Minamoto-Charmant

**F**ukui, berceau de l'industrie lunetière japonaise. La région est connue pour ses savoir-faire millénaires : laque, papier washi, couteaux forgés, lunettes. C'est la rencontre de ces traditions japonaises que concentre la dernière création signée Charmant : la collection Minamoto.

Traduit du japonais, Minamoto signifie « Origine ». Une collection qui remonte aux sources de l'esprit japonais, emprunte de philosophie zen. Le zen, c'est l'art de désencombrer l'esprit du superflu qui entrave nos vies pour s'en remettre à l'essence même des choses. Inspirés et minimalistes, chaque modèle illustre cette attention inégalée portée au moindre détail. Afin de transmettre au porteur le « aichaku » : cette sorte d'affection particulière qui nous attache aux choses que nous utilisons depuis longtemps et qui nous suivent quotidiennement toute notre

vie. C'est un sentiment très puissant, une sorte d'amitié et de confiance. De reconnaissance envers les objets.

Fabriquées en pur titane et en bêta titane (y compris plaquettes et manchons), les lunettes Minamoto sont magnifiées dans un écrin fabriqué à partir de papier washi japonais issu d'une petite entreprise artisanale, familiale et locale basée à Fukui depuis plus de... 1500 ans. Le motif est calligraphié par un maître artisan spécialement pour chaque étui. ■

+ [www.minamoto-eyewear.com](http://www.minamoto-eyewear.com)

+ [www.charmant.com](http://www.charmant.com)



LES SMART GLASSES VONT-ELLES  
DÉMODER LES LUNETTES CLASSIQUES ?

# OÙ VA LA LUNETTE ?

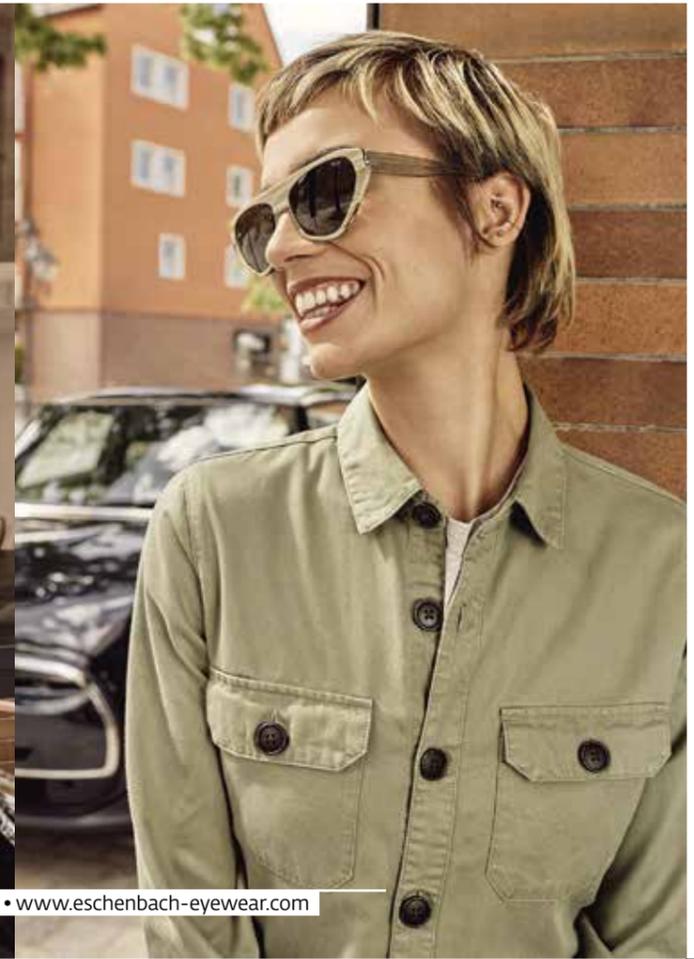
On l'a bien compris à l'issue du Silmo 2021 : la lunetterie vient de changer de monde. Avec en star absolue du salon la Ray-Ban Stories, la filière franchit définitivement la barrière des espèces. La sphère fonctionnelle s'élargit, en l'occurrence à la capture d'images, à leur partage sur les réseaux sociaux, à la lecture des mails, à l'appel téléphonique. Et nous n'avons encore rien vu. Facebook compte bien faire des lunettes le centre de son nouveau projet de « métavers », fusion des mondes réels et virtuels. Avec des innovations telles que l'optique ophtalmique peut s'en trouver bouleversée à très brève échéance. Les « smart glasses » vont-elles démoder les lunettes classiques ? En tout cas le match est engagé. Et les propositions stylistiques n'en restent pas moins imaginatives. ●●●



SILHOUETTE • [www.silhouette.com](http://www.silhouette.com)



MINI EYEWEAR (Eschenbach) • [www.eschenbach-eyewear.com](http://www.eschenbach-eyewear.com)



MINIMA • [www.minima.fr](http://www.minima.fr)

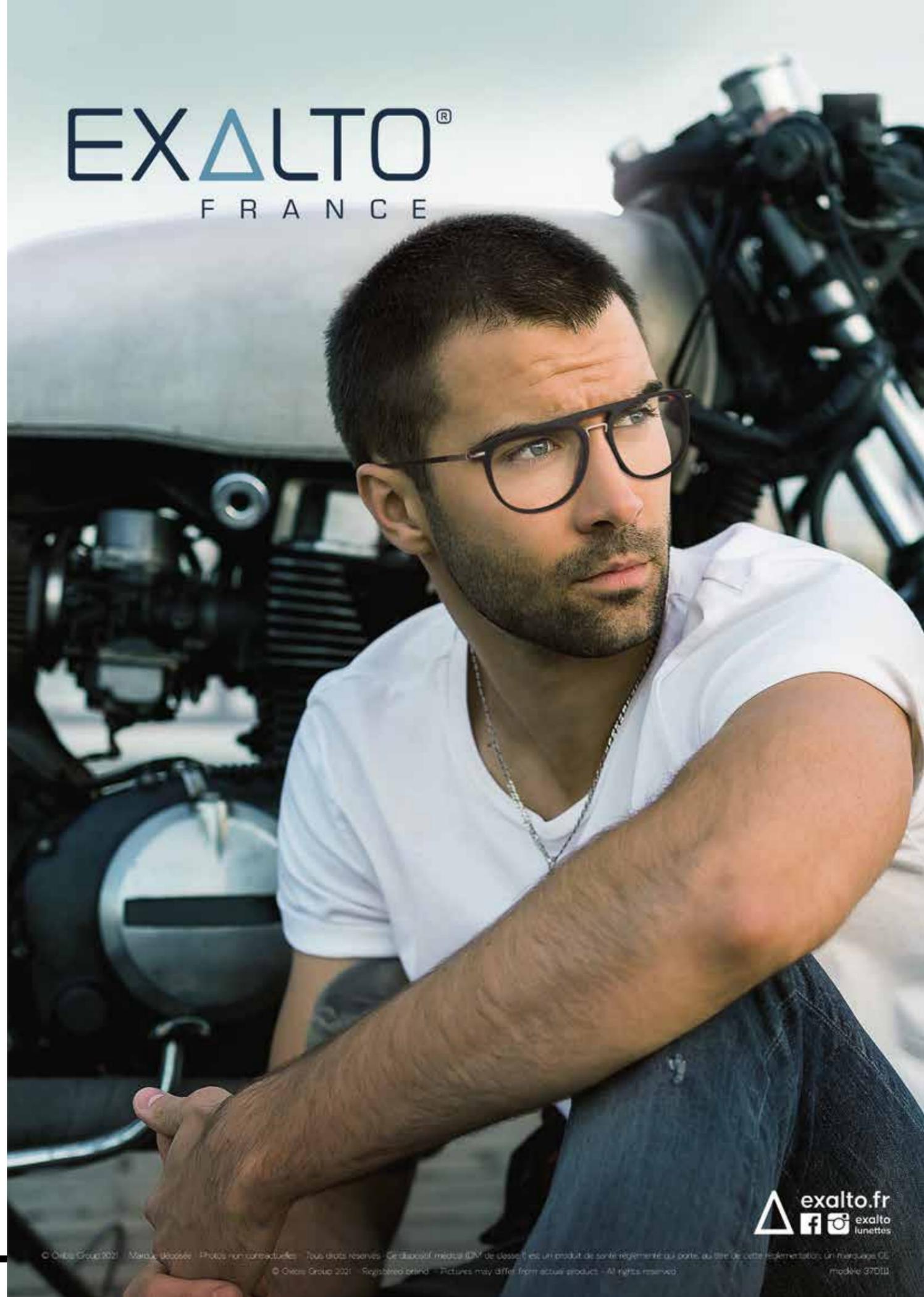


INVU (ADCL) • [www.adcl.fr](http://www.adcl.fr)





JEAN-FRANÇOIS REY • www.jfrey.fr



EXALTO®  
FRANCE

exalto.fr  
exalto  
lunettes

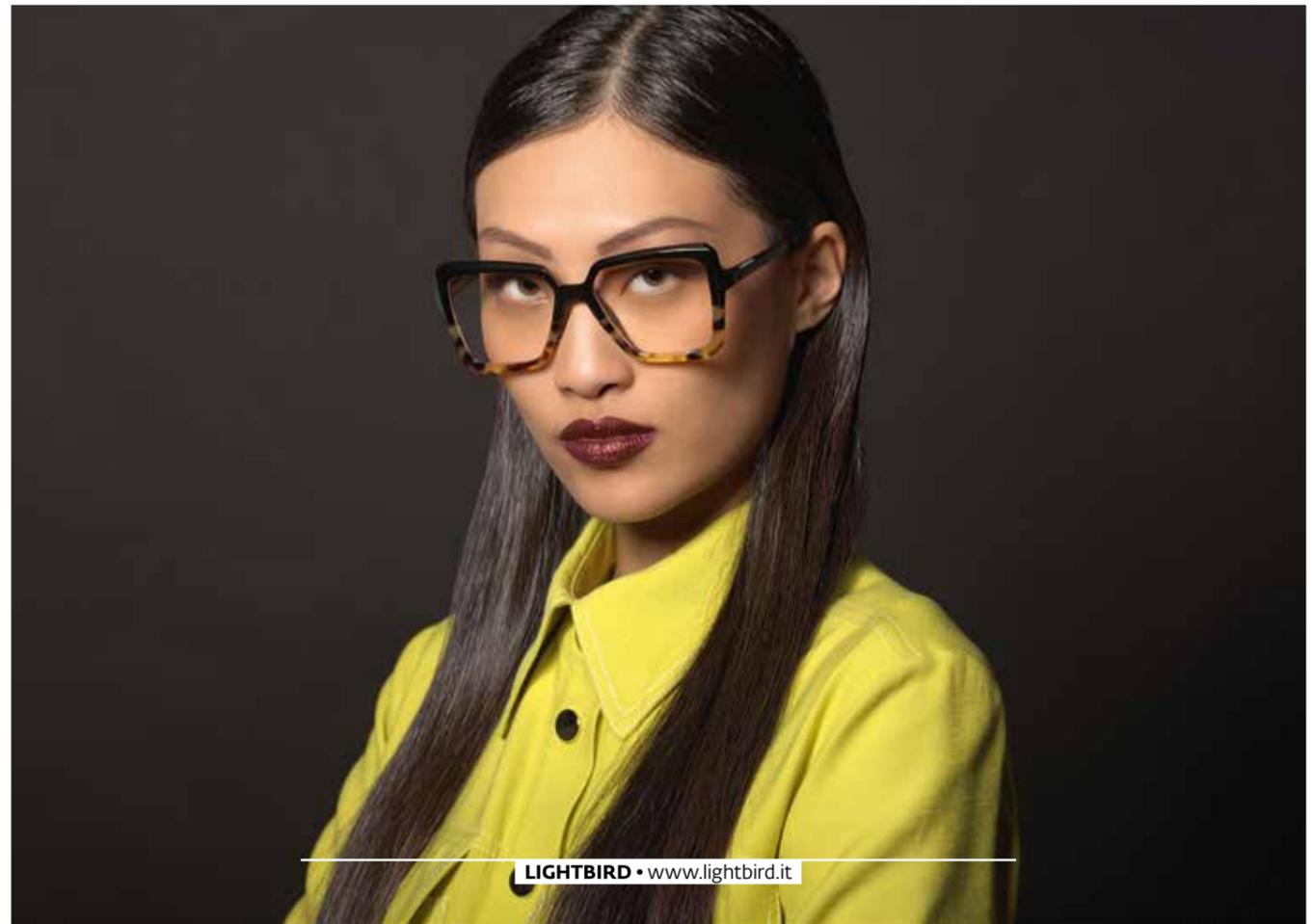
© Orlis Group 2021 - Marque déposée - Photos non contractuelles - Tous droits réservés - Ce produit médical (DM) de classe II est un produit de série réglementé au point, au titre de cette réglementation. Un marquage CE.  
© Orlis Group 2021 - Registered brand - Pictures may differ from actual products - All rights reserved. modèle 370111



TARIAN • www.tarian.paris



**SALVATORE FERRAGAMO** (Marchon) • [www.marchon.com](http://www.marchon.com)



**LIGHTBIRD** • [www.lightbird.it](http://www.lightbird.it)



**BLANC** (Maison Nathalie Blanc) • [www.nathalieblancparis.com](http://www.nathalieblancparis.com)



**EMPORIO ARMANI** (Luxottica) • [www.armani.com](http://www.armani.com)



PERSOL (Luxottica) • www.persol.com

# JAM'VISION



JAM'vision



Innovation technologique en lunetterie.  
Technological innovation in eyewear

JAM'vision X Berrecllo



Lunettes solaires, créateur lunetier.  
Sunglasses, eyewear designer

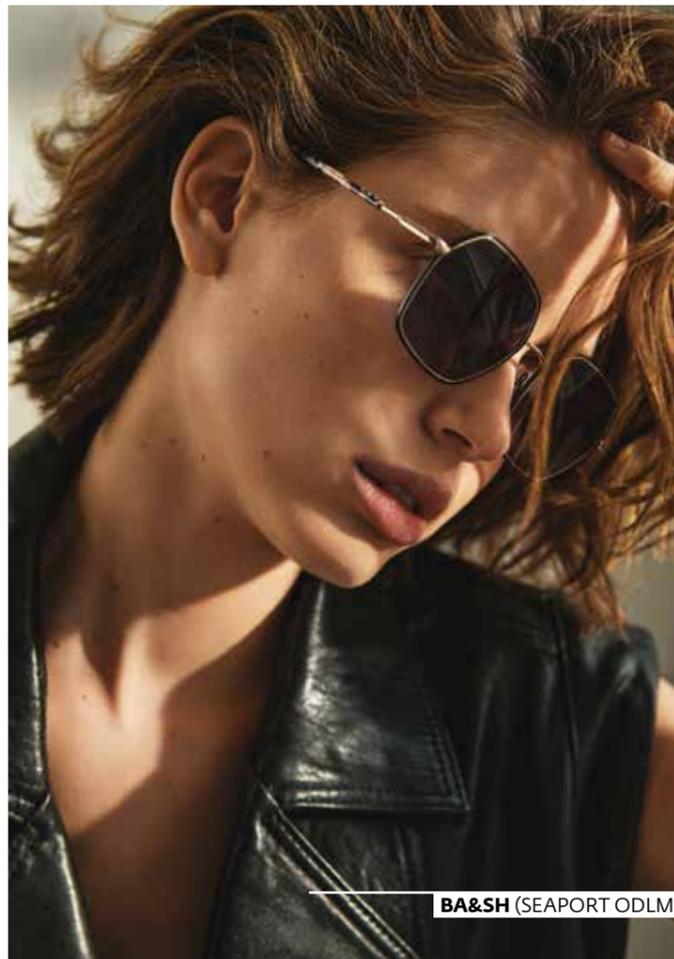
McLaren in collaboration  
with JAM'vision



Monture optique « Marques et Griffes »  
Optical frame « Brands & Labels »



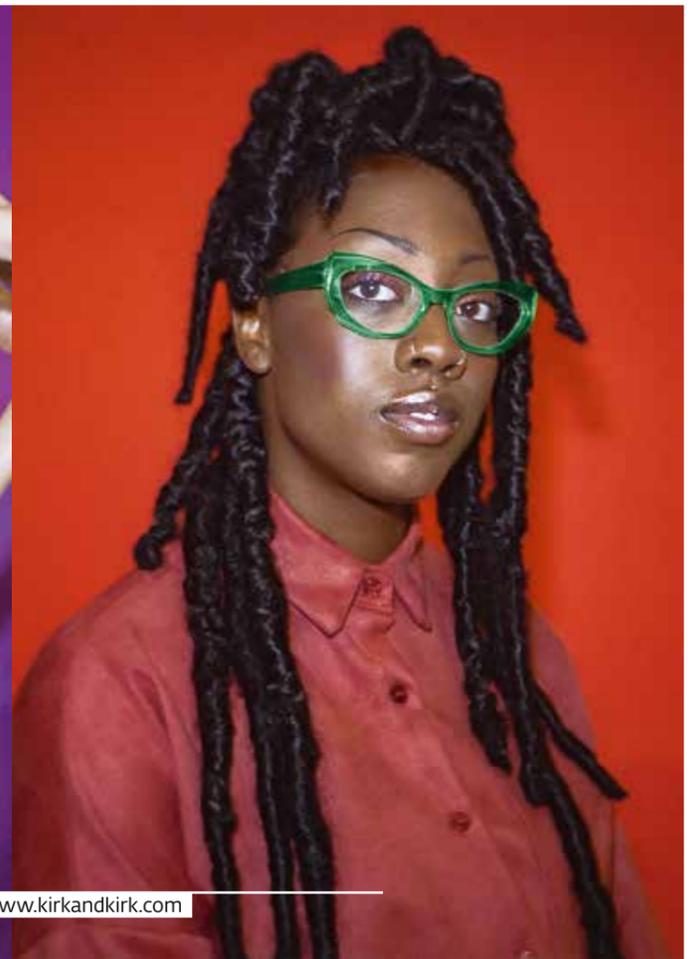
NIRVAN JAVAN • www.nirvanjavan.com



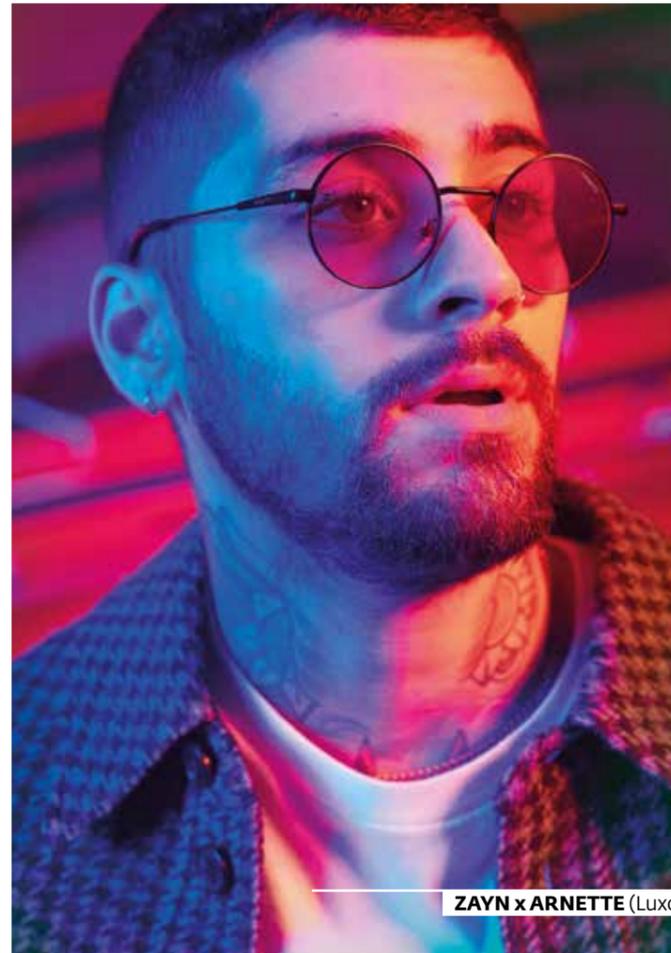
**BA&SH** (SEAPORT ODLM) • [www.seaport-odlm.com](http://www.seaport-odlm.com)



**KIRK & KIRK** • [www.kirkandkirk.com](http://www.kirkandkirk.com)



**CAROLINE ABRAM** • [www.carolineabram.com](http://www.carolineabram.com)



**ZAYN x ARNETTE** (Luxottica) • [www.arnette.com](http://www.arnette.com)





LUNOR • [www.lunor.com](http://www.lunor.com)



HAPTER • [www.hapter.it](http://www.hapter.it)



opti 2022

THE INTERNATIONAL TRADE SHOW  
FOR OPTICS & DESIGN

CONCENTRÉ SUR  
CE QUI COMPTE  
VRAIMENT!  
**#optipeoplebusiness**

14 – 16  
JANVIER

Parc des expositions  
de Munich

[www.opti.de](http://www.opti.de)

## 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](http://www.clm-com.com)

## Exposition

NOTRE OFFRE CLUB > DES BILLETS D'ENTRÉE



### ■ EXPOSITION CINÉMODE PAR JEAN PAUL GAULTIER

Les robes de Marilyn Monroe ou de Brigitte Bardot, le short de Rocky ou le justaucorps de Superman, costumes et haute-couture s'exposent à la Cinémathèque française dans un parcours tout en métal et broderies, imaginé par le couturier cinéphile Jean Paul Gaultier. Une histoire croisée du cinéma et de la mode, où grands stylistes et stars de cinéma se côtoient pour un somptueux défilé.

La Cinémathèque française  
51 rue de Bercy – 75012 Paris  
[www.cinematheque.fr](http://www.cinematheque.fr)

Horaires > Lundi : 12-19h  
Mercredi à vendredi : 12h-19h  
Samedi et dimanche : 11h-20h  
Vacances scolaires et jours fériés : 10h-20h  
Fermeture le 25 décembre et tous les mardis

#### Réservations

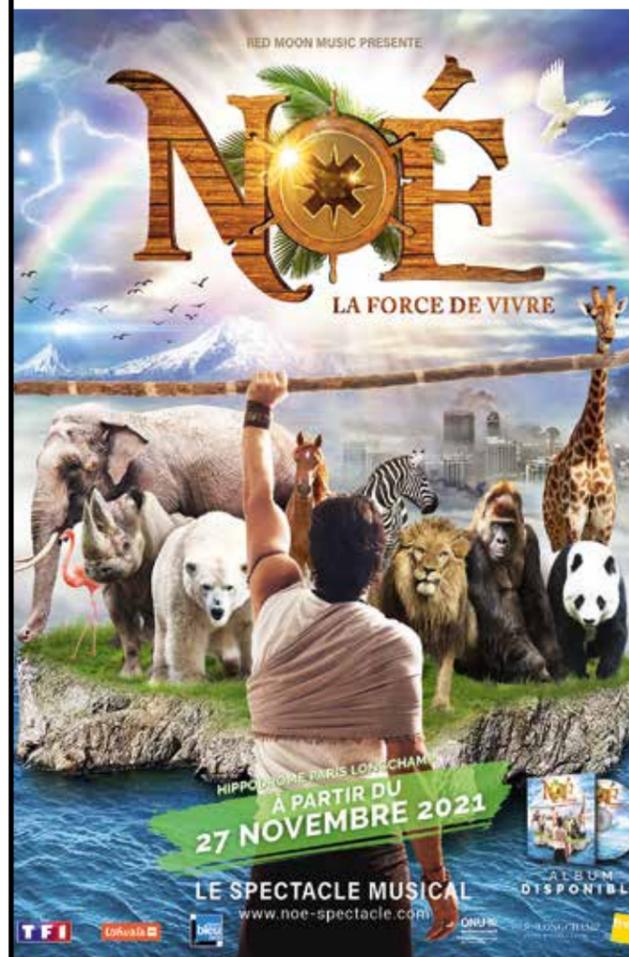
**Pour nos abonnés, vos invitations gratuites au 01 71 73 42 42**

Billetterie payante et réservations sur le site <https://www.cinematheque.fr/>

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

## Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



### ■ SPECTACLE NOÉ, LA FORCE DE VIVRE

Embarquez pour la plus grande histoire de tous les temps ! Celle d'un homme, qui envers et contre tout, sauva notre humanité. Noé, la force de vivre est le spectacle musical inspiré du récit de l'Arche de Noé. Les cieux déclenchent un déluge sans précédent pour nettoyer la Terre de toute perversion. Seul Noé sera épargné. Il entreprend alors de construire une immense arche en bois pour sauver sa famille ainsi qu'un couple de chaque espèce animale vivant sur terre. Trois années de conception et de recherche auront été nécessaires pour vous offrir une expérience immersive et inoubliable ! Un show digne des plus grosses productions outre-atlantique rassemblant plus de 30 artistes, des décors surprenants et des effets visuels portés par les musiques puissantes pop symphoniques composées par Essai.

Hippodrome Paris Longchamp  
2 route des Tribunes – 75016 Paris

#### Réservations

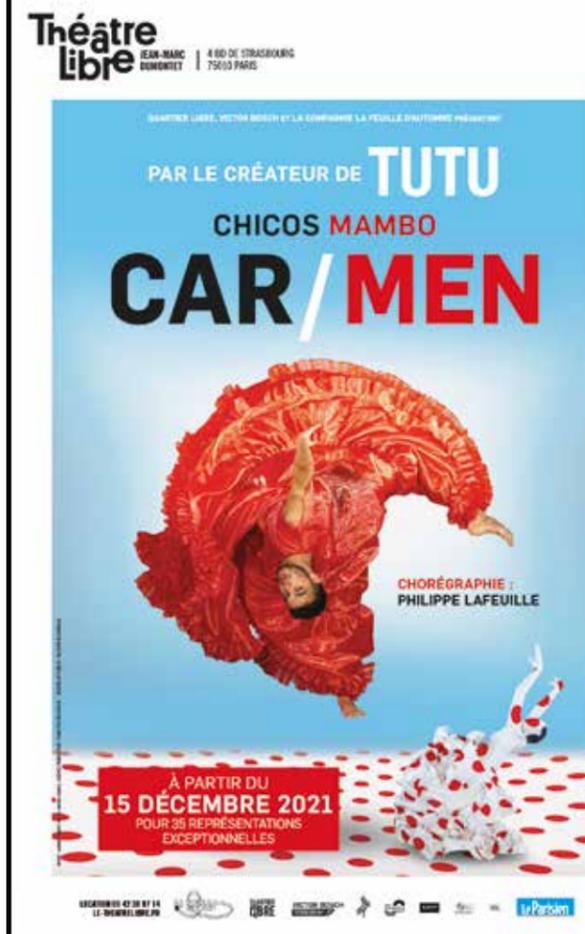
**Pour nos abonnés, vos invitations gratuites au 01 71 73 42 42**

Billetterie payante et réservations sur le site <https://www.noé-spectacle.com/>

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

## Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



### ■ SPECTACLE CAR/MEN

Après plus de cinq ans de tournée et plusieurs séries à Bobino avec TUTU, les Chicos Mambo sont de retour dans une nouvelle création : CAR/MEN. Mis en scène par Philippe Lafeuille, l'ouvrage de Bizet se voit revisité par huit danseurs et un chanteur virtuoses qui, avec fantaisie, tendresse et dérision, se jouent du masculin et du féminin. Un show chorégraphique mêlant humour, théâtre, chant, clown, théâtre d'objets et vidéo. Cette CAR/MEN moderne est sublimée par la fluidité des corps ainsi que la voix lyrique de haute volée du chanteur, évoluant dans un tourbillon de couleurs. Une chorégraphie précise et originale, ponctuée d'humour bien dosé : une véritable Carmen 2.0 !

Théâtre libre (anciennement le Comedia)  
4 boulevard de Strasbourg – 75010 Paris

#### Réservations

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

Billetterie payante au 01 42 38 97 14 et sur le site <https://le-theatrelibre.fr/>

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

49

# CRAVING MIDO



VOL. 1

SCAN THE QR CODE AND DISCOVER MIDO 2022!

Milano Eyewear Show

FEBRUARY **12-13-14** | 2022

[mido.com](http://mido.com)



## LA 3D POUR VOS PLUS BEAUX MONTAGES

Pour les opticiens les plus exigeants, voici la station de meulage ultime. Briot Couture apporte une innovation décisive pour ceux qui veulent travailler les montures les plus difficiles avec un rendu cousu-main.

Sa prévisualisation 3D permet en effet de visualiser le travail achevé avant même qu'il ne soit commencé, et sa technologie TrueFit™ modélise la totalité du couple monture-verres pour assurer une association parfaite. Son meulage intelligent guidé par de nouveaux capteurs réduit tout glissement pour éviter les désaxages, même sur les verres hydrophobes.

**Plus de précision, plus de possibilités : la haute-couture désormais dans votre atelier !**



© David Morganti



**briot**  
Couture

LUNEAUTECH.FR | CONTACT-FRANCE@LUNEAUTECH.COM

# TRANSITIONS NATURELLES<sup>1,2</sup>

## STABLE<sup>3,4</sup>

## SIMPLE

BAUSCH + LOMB ULTRA®  
MULTIFOCALE POUR ASTIGMATES



NOUVEAU



Disponible en 48h



Essais gratuits

ADAPTATION FACILE : IDENTIQUE À ULTRA® POUR PRESBYTES<sup>2</sup>

1. ULTRA® Comfort Experiences™ for Presbyopia Data Analysis Phase 1 + 2: 2017. 2. Scotton D., Perceptions of Bausch + Lomb PureVision 2 for Presbyopia field observation evaluation, Rochester, NY 2013. 3. Bausch + Lomb ULTRA® Multifocal for Astigmatism stabilization study. 4. Results from a 7-investigator, multi-site 2-week study of Bausch + Lomb ULTRA® for Astigmatism contact lenses on 157 current soft contact lens wearers. 2017.

Mars 2021 © Bausch Lomb Incorporated ® TM, sont des marques déposées de Bausch Lomb Incorporated. Les lentilles de contact souples multifocales ULTRA® sont des Dispositifs Médicaux de classe II a, fabriqués par Bausch Lomb Incorporated USA, qui portent le marquage CE 0050 dont l'évaluation de conformité a été établie par l'organisme habilité NSAI. Ces lentilles corrigent les astigmatismes. Pour recommander une utilisation correcte et sécuritaire des lentilles et leur confirmer la durée de port ainsi que la période de renouvellement, veuillez lire attentivement les instructions figurant sur l'étiquetage. Ces dispositifs médicaux ne sont pas pris en charge par les organismes publics d'assurance maladie, excepté dans les indications suivantes: kératocône, astigmatisme irrégulier, myopie supérieure ou égale à 8 dioptries, astigmatisme, anisométrie à 3 dioptries non corrigées par des lunettes, strabisme accommodatif. Identification : 21-02-BALUSCH8LVC-PM-010

BAUSCH + LOMB