

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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

N°260 ■ JANVIER 2024



HACKETT
N°14 SAVILE ROW

EYEWEAR

8,50€ - ISSN 1287-3160 - N°260 - JANVIER 2024

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



Optic 2000 vous donne
les moyens de vous dépasser :

Un réseau leader

+

Une centrale d'achat
performante

+

Des innovations
commerciales & produits

+

Une forte visibilité
en communication

Tél. France : 01 41 23 76 38
Tél. Suisse : +41 79 552 70 63
Mail : expansion@audioptic.fr
optic2000.com



On va se revoir.

SIREN 326 980 018 - RCS Nanterre.

creative COM!

POUR LES PROFESSIONNELS
& POUR LE GRAND PUBLIC

CLM, l'éditeur de l'Essentiel de l'Optique,
est une agence de communication novatrice.

Débanaliser et réenchanter la communication, par une approche plus empathique
du consommateur, fondée sur la transparence et l'authenticité.

Une méthode en rupture avec les modèles existants, pour une communication narrative
qui met le client et la société au cœur de son projet.

Et donne sens à l'acte de consommer.

ENVIE D'UNE NOUVELLE COMMUNICATION ?

► Contactez **Didier Gausens**
au **01 71 73 42 42** ou **06 68 26 39 05**

ILS NOUS ONT DÉJÀ FAIT CONFIANCE

Safilo

CNOF

Transitions

ESCHENBACH

CHARMANT



VARILUX



CLM
COMMUNICATION

CLM Communication
BP 90018
91941 Courtaboeuf Cedex

info@clm-com.com

www.clm-com.com

Toute l'équipe de
L'Essentiel de l'Optique
vous souhaite
une **transcendante**
année 2024 !

2024

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

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

**Rédaction
Directeur de la rédaction**
Gérard Larnac
06 70 98 22 31
gerard.larnac@gmail.com

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

**Abonnement
Petites Annonces
Directrice Administrative**
Martine Cabirol
06 71 95 19 73
martine.cabirol@gmail.com

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

Consultant "Droit-Gestion"
Zaky Maroc

Consultant "Design"
Sébastien Brusset

Consultant "Recherche"
Laurence Winckler

Impression
Exatypo
15 chemin du purgatoire
74600 Annecy

Prix au numéro : 8,50 euros

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

© L'Essentiel de l'Optique

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

Dépôt légal à parution
ISSN 1287-3160

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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

Sommaire n°260

JANVIER 2024

06
LA TRIBUNE
Maintenant ou jamais

08
CŒUR DE CIBLE
Redonner le sourire
aux déclinistes

10
MANAGEMENT
Comment contrôler
le changement

12
LE POINT DU MOIS
Vendeurs et dévendeurs :
vers un grand « reset »



17
ABONNEMENT
L'Essentiel chez vous

18
SANTÉ PUBLIQUE
100 % Santé :
(encore) un mensonge d'État

20
PROFESSION
Mobiliser la profession
en faveur d'elle-même

26
DIGITAL
Digitalisation du point de vente :
les grandes manœuvres
ont commencé

28
INNOVATION
Entretien avec une IA

32
FILIÈRE
LEOO : promouvoir l'exceptionnel
savoir-faire des entreprises
françaises

34
ÉCORESPONSABILITÉ
RSE : Morel s'engage

36
CONTOURS DE LA MODE
Folies douces



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

50
ANNONCES & AGENDA
Les événements de l'optique

www.essentiel-optique.com

MAINTENANT OU JAMAIS



© Envato

© Envato

“ Pourquoi, comment disparaît un métier ? En combien de temps ? L'opticien est-il concerné ? Coincée entre trois ministères, santé, commerce et éducation, tiraillée entre des logiques hétérogènes (santé, commerce de mode, technicité lunetière) la profession peine à se réformer. Or autour d'elle tout évolue à une vitesse exponentielle.

En perdant les principales licences de marque, les fabricants sont de plus en plus exclus du dernier maillon de la chaîne, le marketing et la diffusion : là où se fait la marge la plus confortable. En réintégrant leurs griffes internationales, Kering et Thélios font planer sur le secteur la possibilité de magasins multi-produits mono-marques. L'intégration verticale Essilor-Luxottica verres-montures-magasins en dur-web stores change la donne, avec la possibilité, comme c'est déjà le cas pour Ray-Ban, de magasins mono-produits mono-marques.

La disparition des métiers se fait soit sous l'influence d'une innovation majeure (le numérique pour les photographes), soit sous l'effet d'une complète reconfiguration du métier par un pure player (ubérisation) ou un acteur des GAFAM. Or plusieurs innovations de rupture viennent percuter les routines : le verre autofocus (celui-ci ne nécessite plus de prises de mesures et bouscule la logique du marché qui est avant tout un marché de renouvellement), le verre intelligent (apporteur d'informations et de services et visant, d'après les GAFAM, à remplacer le smartphone), le numérique connecté à l'IA qui avec deux smartphones,

une tablette et une imprimante 3D, est capable en trois mètres linéaires de réaliser l'examen visuel, les prises de mesures, l'essayage virtuel et la fabrication à la demande : le tout sans aucun déchet. À quoi s'ajoute la télé-expertise, qui transforme le lien avec le corps médical de façon ambivalente : soit l'opticien devient le simple opérateur à distance de l'ophtalmologiste, soit c'est lui qui devient le point d'accès au parcours de santé visuelle.

Quant au contexte organisationnel de l'optique, il est grandement structuré par une logique d'enseignes (le modèle coopérateur compensant un peu la dimension « grande distrib' »), avec une omniprésence de la publicité de haute intensité, de la vente chronométrée et de la promotion permanente (lunettes supplémentaires offertes).

Pour autant les planètes ont commencé à s'aligner. En dépit de la grande hétérogénéité des pratiques et des intérêts, il existe aujourd'hui un consensus général autour de la notion émergente d'opticien de santé comme voie de salut, ainsi que sur la seule façon d'y parvenir : la réforme de la formation (conserver le BTS.OL pour les assistants d'opticien, faire migrer le diplôme d'installation vers la licence en faculté de santé selon le schéma LMD).

Dès lors la profession est confrontée à un double problème : celui de la définition métier et de son périmètre, celui de sa légitimation. Si un « Livre blanc » a permis il y a deux ans de parvenir à un consensus de toute la filière, ce document en reste aux principes

et aux généralités. Or le temps presse. « D'ici 2025 nous allons entrer en période pré-électorale ; dans les ministères tout va s'arrêter », confiait Hugues Verdier-Davioud, Président de la FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France). Autant dire que l'année qui vient va s'avérer décisive. Après il sera trop tard. Or la profession, pour continuer à exister, est condamnée à évoluer.

Pour autant la période est particulièrement agitée. Pris dans une succession de crises de première ampleur (guerre en Europe avec le retour de la menace nucléaire, guerre au Proche-Orient dans une région dont les populations nous touchent de très près et importent le conflit, menace permanente des zoonoses de type COVID, inaction climatique, crise migratoire, crise de la démocratie et montée des extrêmes-droites), notre pays a des relents de quatrième république et d'ingouvernabilité. Le charme discret du « en même temps » n'opère plus : où l'on découvre qu'il n'était que le cheval de Troie d'un monde post-politique au sein du pays, le nôtre, le plus viscéralement politique qui soit. Le malentendu ne pouvait pas être plus grand.

C'est pourtant maintenant ou jamais : le métier d'opticien doit sortir de la tranchée où il s'est laissé enfermer au fil des ans. Il doit repenser sa place dans une organisation horizontale avec ses partenaires naturels que sont les ophtalmologistes, les orthoptistes et tous les autres acteurs du soin lorsqu'il y a lieu. Et en finir avec le complexe de base qui bride toute la profession : si les premiers ont effectivement passé douze ans à étudier la science médicale, l'opticien a été formé à la science physique et au savoir technologique

pour préconiser, concevoir et réaliser l'équipement final. C'est à lui qu'appartient la solution et la reconnaissance du résultat. Ces deux activités d'optique-lunetterie et d'ophtalmologie se complètent. Et il faut une singulière malhonnêteté intellectuelle pour déduire de leur nature radicalement différente une quelconque hiérarchie entre les métiers. Nul n'a besoin d'être médecin pour préconiser un équipement technologique compensateur de défaut visuel. Il faut en finir une bonne fois avec cette hypocrisie : l'opticien n'est pas un sous-ophtalmologiste mais un professionnel à part entière. Il n'a pas besoin de tutelle. Avoir intégré sa domination comme allant de soi a été sa plus grande erreur. Il est grand temps d'en sortir, sur la base de la théorie des cinq plots : en tant que professionnel de premier recours, l'opticien oriente le patient vers l'ophtalmologiste pour la première visite des neuf mois, à l'entrée à l'école, pour le permis de conduire, au moment de la presbytie et à l'entrée dans le grand âge). Ainsi lissé, coordonné, le parcours n'en est que plus efficient. Et un pays qui voit bien, c'est un pays qui vit bien. Ce n'est qu'à partir de cette réorganisation de bon sens qu'une parfaite complémentarité peut naître entre les acteurs, au bénéfice de la santé et des finances publiques. C'est là un des principaux fondements pour ce métier à naître : opticien du XXI^e siècle. ”

Gérard Larnac

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

REDONNER LE SOURIRE AUX DÉCLINISTES

À force d'entretien médiatique en continu, le déclinisme se porte bien. 75 % de nos concitoyens voient dans la France un pays qui sombre. Ils ne font que constater chaque jour un peu plus la déshérence des territoires, la précarisation progressive de leur existence, l'impuissance de leurs élus. S'éloignent les services publics, se rapprochent à grands pas les idéologies saumâtres. Réagir.



© Envato

C'est sans doute l'une des pubs « années 70-80 » les plus citées dans l'ordre des extravagances de l'inégalité homme-femme. Deux types dans un bureau. Le premier demande au second : « Qu'est-ce qu'elle a comme machine à laver ta femme ? ». Réponse du collègue : « C'est vrai ça, je ne sais pas, elle ne m'en parle jamais ». Moralité : on ne foutait déjà rien au bureau et le produit dont on ne parle jamais est de loin le meilleur.

Mais cette publicité est malgré tout à l'image d'une France apaisée, sereine. L'équilibre des forces politiques droite-gauche fonctionne : une droite encore gaulliste, non atlantiste, respectée dans le monde entier, qui gère l'extraordinaire montée en puissance du niveau de vie des Français grâce au plein emploi, avec accession à la propriété et équipement massif en biens ménagers ; une gauche dans l'opposition, mais qui pèse et maintient avec vigueur l'exigence de progrès social.

Depuis lors, un sentiment de nostalgie, d'abandon, de déclin, de perte du familial s'est abattu sur une grande partie de la population. La beauté des territoires a été pervertie par les hangars des entrées de ville et les parkings de supermarchés. L'ascenseur social ne fonctionne plus. La désindustrialisation a laminé les anciens bassins ouvriers. Le chômage de masse a servi d'analgésique social. Les *burn-out* se sont multipliés. La structure familiale traditionnelle a explosé. La France qui gagne n'a pas résisté à la montée du ressentiment national qui gronde déjà depuis longtemps dans la France qui craque.

Le cocktail est explosif : le délaissement progressif des populations par les Pouvoirs publics à transformé en champ de ruine l'Éducation nationale, qui était à la fois enseignement et valorisation des principes républicains. En même temps s'écroulent donc le savoir et le civisme. Les femmes accouchent sur les trottoirs faute de maternité. Le meilleur système de santé du monde est désormais à la dérive. L'information libre, critique et indépendante est empêchée, espionnée, criminalisée. La patrie des Droits de l'Homme est, depuis 2020, considérée comme « démocratie défaillante » par les instances internationales telles que l'ONU.

Résultat : selon la Fondation Jean-Jaurès, 75 % des Français pensent que la France est en déclin ; et un tiers que ce déclin est irréversible. Le « C'était mieux avant » se porte à merveille ; sans qu'on sache très bien à quel « avant » on se réfère, surtout pour les générations nées après 1984... L'impuissance à changer les choses se traduit par une désaffection envers l'action collective, et notamment envers des élections qui présentent

désormais des taux de participation historiquement bas. Le consentement aux règles communes tel que l'impôt supposait la confiance en un État bienveillant et juste. Cette confiance n'existe plus.

À ce sentiment de précarité s'ajoute celui d'insécurité internationale (conflit en Ukraine, conflit en Palestine), d'insécurité écologique (on lira notre Point du mois), d'insécurité au quotidien.

Les élites économiques et politiques n'ont pas réalisé cet attristement national, ni ce qu'il avait de spécifiquement français : aucun pays européen ne connaît une telle panne d'espérance. Sauf peut-être l'Italie, dont on a vu récemment la traduction dans les urnes avec l'arrivée au pouvoir de l'extrême-droite. Contradictoirement fille de la Révolution mais aussi de l'Empire, si mal dépeuplée, si mal décolonisée, la France s'est longtemps vue comme le phare universel qu'elle s'est plu à incarner aux yeux du monde. Ce n'est plus qu'un jeu d'ombres.

Qui sont les populations les plus touchées par le pessimisme ? « Le niveau de pessimisme social semble un peu plus fort chez les femmes que chez les hommes. S'il ne semble pas y avoir d'effet générationnel net et

global de l'âge, on voit que les plus de soixante-cinq ans sont, par exemple, moins pessimistes que la tranche des jeunes actifs entre vingt-quatre et trente-cinq ans », note la Fondation Jean-Jaurès. Les personnes moins diplômées se montrent plus pessimistes que celles qui sont davantage diplômées. Les catégories populaires (employés et ouvriers) se montrent davantage déclinistes et nostalgiques, tandis que les cadres et professions intellectuelles supérieures le sont significativement un peu moins. Le sentiment de déclin est directement lié, comme on pouvait s'en douter, au niveau de revenus du foyer.

C'est ce qui explique pour partie le glissement d'une classe votant traditionnellement plutôt à gauche vers le vote d'extrême-droite : le ressentiment (avec la recherche d'un bouc émissaire chez les plus pauvres ou les plus immigrés que soi) s'impose à l'espérance en des jours meilleurs.

Ce pessimisme ne serait rien s'il relevait d'un simple coup de mou passager. Par son ancrage fondamental, et faute d'avoir été pris au sérieux à temps, il fait basculer le pays dans l'idéologie nauséabonde d'un « Make America Great Again » à la sauce française. Convoquant les illusions d'un retour aux valeurs, à l'ordre, aux uniformes.

Dans son enquête régulière sur le moral des Français, la Fondation Jean-Jaurès apporte pourtant une nuance de taille : en 2016, ils étaient 86 % à penser que le pays était sur le déclin. Alors que 78 % estimaient s'inspirer du passé dans leur vie de tous les jours, ce chiffre est passé à 72 %. Et les « C'était mieux avant » passent de 74 % à 69 %. Le niveau reste très élevé, mais la tendance est bien baissière.

Il existerait donc une possibilité, certes faible, de faire décliner l'idée de déclin. Il faudrait pour cela une vision positive, crédible mais porteuse d'enthousiasme collectif – autre chose qu'une Coupe du Monde ou qu'une convention citoyenne dont on ne tire rien. Une vision d'avenir : voilà ce qui manque. L'élection en 2017 d'un jeune président « disruptif » aurait pu enrayer le phénomène. Mais en faisant basculer le pays dans un monde post-politique, perçu comme essentiellement technocratique au service d'une caste (au soir de sa première élection il est le premier Président à ne pas prononcer la phrase rituelle : « Je serai le Président de tous les Français »), E. Macron a lui-même cassé la dynamique que suscite toujours une alternance.

Rendre l'espoir, oui mais comment ? Être loyal, porteur de sens et de valeurs humanistes ; ancrer son activité dans une vision globale à la fois bienveillante et accessible au public. Quelle que soit sa paroisse politique, ou hors de toute paroisse politique, il est temps de redonner le sourire dans un temps qui ne s'y prête pas. Un ton de voix, un geste, une attention. Il suffit parfois d'un rien. Mais ce rien, aujourd'hui, est devenu un tout. ■

“
**ÊTRE LOYAL,
PORTEUR DE SENS
ET DE VALEURS
HUMANISTES**
”

COMMENT CONTRÔLER LE CHANGEMENT

Rien de plus perturbant pour une organisation que le sentiment de ne plus contrôler le changement. Pourtant, à l'heure des réflexions collaboratives en réseau, rien ne devrait être plus simple. Or il y a donc un bug dans le système. D'où vient le blocage, comment le surmonter et libérer pleinement les potentiels de nos collectifs ?

photos © Envato



Toutes les cloisons sont par terre : c'est ça, la rupture Internet. Dé-hiérarchisation et poussées latérales dans toutes les directions.

Pourtant ce tableau théorique reste encore très éloigné de la réalité ; il doit même paraître très utopique à beaucoup. Pourquoi ? Parce que dans le concret de nos vies les habitudes mentales évoluent moins vite que les possibilités nouvelles. Ce que l'on retient généralement des réseaux, c'est un énervement généralisé qui radicalise au lieu de produire de la nuance, qui clive au lieu d'engager à un véritable processus de connaissance, qui rend obtus au lieu de générer de l'intelligence collective ; sans parler du déficit attentionnel que provoque l'hyper-textualité. Fake-news et manipulations, règne de l'invective et de l'opinion infondée, de la pornographie et de la violence, etc. Car la pensée réticulaire suppose un engagement sincère de celui qui sait, un retrait de celui qui ne sait pas et qui, ne fût-ce que dans un premier temps, écoute et daigne apprendre.

L'Internet reste donc une jungle qui n'a pas encore pris forme d'éducation populaire ni d'espace de débat, parce qu'il n'a pas été conçu pour ça. Si chacun a bien compris la côté non hiérarchique, c'est pour tout aussitôt se croire autorisé à prendre le pouvoir en gueulant plus fort que les autres au prétexte de *punch lines* : et d'en tirer gloire. Ce n'est là que l'expression de ce caporalisme aussi archaïque que viriliste dont nous avons tant de mal à nous défaire, malgré une époque qui nous en donne pourtant de multiples occasions.

Internet n'est efficace que pour ceux qui ont su le discipliner et en faire un outil véritable : les chercheurs par exemple, qui sont à l'origine de l'invention d'Internet (et non, le Réseau n'est pas né dans un garage mais dans les laboratoires des universités publiques), ainsi que tous ceux qui conçoivent en équipe pluridisciplinaire et internationale, designers, architectes, etc., notamment à travers des masques de réalité augmentée. Ou pour toute autre communauté ayant des choses à partager et à porter plus loin, ensemble. Dans un esprit collaboratif qui décuple les capacités d'invention.

Où est donc le *bug* dans le système ? Comme toujours le *bug* dans le système est avant tout dans l'esprit des usagers. Lorsqu'une initiative surgit, qu'elle est validée par la communauté des pairs, alors il faut partir de là et avancer. Or les choses ne se passent jamais comme cela. Dans une communauté basée sur une interaction faible (lorsque par exemple elle est trop élargie, que les membres ne se connaissent pas, ou mal), l'absence de hiérarchie ne permet pas de générer suffisamment de confiance entre les membres du réseau. L'initiative ne sera validée que si cette communauté estime légitime celui qui en est l'auteur ; c'est-à-dire conforme à certains intérêts personnels, dont certains peuvent être cachés, contraires aux objectifs de la communauté ou simplement hors de propos. Il ne sera alors pas question de son efficacité mais de son pedigree. « L'effet pedigree » est ce *bug* qui remet de la hiérarchie dans le système non hiérarchique de l'Internet ; et ce faisant, l'empêche de se déployer à la mesure de ses pleines potentialités. Dans un match de foot on n'attend pas le buteur attitré pour tirer au but : c'est le mieux placé qui marque. Internet produit l'occasion : à nous de savoir si nous attendons le capitaine de l'équipe.

De fait, Internet produit du « commun » au sens que donne au mot Elinor Ostrom : un espace de gestion collective et collaborative en faveur d'une ressource qui appartient à tous, en l'occurrence la donnée. Cette ressource possède une qualité unique : son exploitation ne crée pas de pénurie mais au contraire une abondance, et son partage ne prive pas celui qui l'offre mais au contraire l'augmente de savoirs en retour. Il ne s'agit donc pas d'un espace assimilable à un marché, mais bien un « commun ».

De sorte que pour être pleinement générative, toute pensée réticulaire suppose, en plus de l'horizontalité, la transparence des intérêts et une possibilité d'agir également répartie entre tous les membres de la communauté. À ces trois conditions, tout collectif, que ce soit la filière optique dans son ensemble ou une équipe de collaborateurs, est alors en mesure d'accélérer et de contrôler sa mutation. ■

La pensée réticulaire, c'est-à-dire basée sur la logique des réseaux, domine le champ intellectuel depuis la fin des années 60. Avant même Internet : c'est elle qui a accouché d'Internet, et non l'inverse. On peut en trouver une origine chez l'américain Stewart Brand qui, avec son *Whole Earth Catalog*, fabrique une sorte d'Internet sur papier journal dès 1968. Avec plus d'un million d'exemplaires vendus, il obtiendra le *National Book Award* de 1971.

En France, on pense bien sûr à Gilles Deleuze et Félix Guattari et à leur théorie du rhizome, inspirée des modèles mathématiques des fractales. Associé au courant postmoderniste et à la French Theory, le concept de rhizome permet de penser une structure ouverte en permanente évolution, se déployant selon des champs horizontaux dénués de toute connotation hiérarchique. Dans ce nouveau modèle épistémologique, tout élément où qu'il se trouve dans le système peut affecter l'ensemble du système : le singulier est en permanence décisif quant à l'évolution du tout.

Ce modèle est particulièrement pertinent dans un monde hautement interactionniste comme l'est le monde globalisé et interconnecté que nous connaissons aujourd'hui. Héritier de la cyberculture, il implique également des boucles de rétroaction systémiques qui fondent la relation entre les éléments sur une réciprocité qui vient enrichir perpétuellement cette relation.

On aura reconnu là la base de l'échange Internet. Depuis l'invention de l'imprimerie au xv^e siècle par

Gutenberg, le savoir s'enrichit par la diffusion des livres. Les connaissances sont descendantes : de l'auteur sachant au lecteur apprenant. Elles produisent chez ce dernier une capacité individuelle à la maîtrise d'un savoir spécialisé. Aujourd'hui le savoir circule de pair à pair sur les réseaux, générant une réflexion contributive et une intelligence collective. De sorte que les figures surplombantes de l'auteur, de l'expert et du savant se sont métamorphosées. Bousculant tout ce que l'on croyait savoir des anciennes « autorités » – ce qui ne va pas sans nous poser de sérieux problèmes culturels (créationnisme, complotisme, platisme et autres fariboles).

“
**INTERNET
EST UN ESPACE
DE GESTION
COLLABORATIVE
D'UNE RESSOURCE
PRÉCISE :
LA DONNÉE**
”

La grande révolution intellectuelle dont nous sommes à la fois les acteurs et les témoins, c'est ce passage historique entre les savoirs spécialisés, hiérarchiquement situés et fermés sur eux-mêmes, et les savoirs coordonnés, ouverts, interactifs, collaboratifs et génératifs. La galaxie Gutenberg était productrice d'une conscience individuelle éclairée, qui pouvait ensuite, éventuellement, transmettre à d'autres sa lumière ; mais à d'autres de sa caste, de sa cléricature,

de son groupe, de sa nation. La galaxie Internet, elle, produit une conscience réticulaire ouverte, participative et mondialisée. D'une culture de la rétention des savoirs, car le savoir est l'autre forme du pouvoir, notre civilisation est passée brutalement dans une culture de la redistribution pollinisatrice des savoirs, d'accès pour tous et de propagation. Si ce n'est pas la fin des spécialistes, c'est la fin des spécialités en tant que mondes clos.

VENDEURS ET DÉVENDEURS : VERS UN GRAND "RESET"

La société de consommation, avec ses tonitruants *Black Friday*, ses soldes monstres, ses obsolescences programmées et ses objectifs de croissance, est-elle compatible avec les équilibres écologiques qu'il nous faut restaurer d'urgence ? Le temps de la surabondance est-elle en train de s'achever ? Comment articuler la responsabilité sociale et environnementale avec la compétitivité des entreprises ?

toutes photos © Envato



Sur le pont du Titanic, certains ont immédiatement couru vers les bouées de sauvetage et d'autres vers leur coffre-fort. Il semble, au vu des choix actuels face aux événements anthropocènes, que l'on soit en train de privilégier la seconde stratégie : celle des noyés bien dotés.

À ce degré de bouffonnerie l'inaction est un choix, même si les médias ont encore l'amabilité de la faire passer pour une simple tergiversation. À l'image de ces COP qui ne servent à rien et dont la 28^e du nom s'est tenue du 30 novembre au 12 décembre 2023 à... Dubaï : temple de tout ce à quoi, dans un monde raisonnable, il nous faudrait définitivement renoncer. L'Histoire, pour peu qu'elle existe encore, retiendra peut-être qu'alors que toutes les options étaient encore sur la table, la formidable capacité adaptative de l'espèce humaine s'est trouvée brutalement impuissante. Embrumée par l'hallucination imbécile de quelques Arpagon globalisés dont l'avarice a choisi pour l'humanité un destin peu enviable : celui du suicidé.

Aurélien Barrau le dit : nous n'aimons plus assez la vie pour être en mesure de la sauver. C'est que pour éviter la catastrophe, si on le voulait vraiment, on ne penserait pas « transition » mais « rupture ». Car le choc est frontal : compétitivité, croissance continue et surconsommation d'un côté, responsabilité sociale et écologique de l'autre. Les deux plateaux de la balance ne s'équilibrent pas.

La seule question aujourd'hui est de savoir sur quoi il est responsable de lâcher. On peut discuter de tout, mais pas des termes de l'équation. Au sein de la maison Terre, exploitation maximum et soutenabilité ont cessé de cohabiter. Les incendies majeurs, les déluges, les tempêtes, les 50 000 morts par an en France à cause de l'empoisonnement de l'air aux particules fines ne sont ni des idéologies ni des vues de l'esprit. Ce sont des faits. Ils sont têtus, ils sont mortels.

“
**ON NE PEUT EN RESTER
À DÉNONCER DES EFFETS
DONT AU FOND NOUS
ADMIRONS LES CAUSES**
”

La controverse entre Bruno Le Maire et le ministre de la Transition écologique lors de la diffusion d'un spot visant à décourager les acheteurs durant le dernier *Black Friday* est significative du folklore ambiant. L'évidence a du mal à passer. Apprendre à accepter que le nouveau monde ne sera pas l'ancien ; qu'il n'ira pas sans une profonde mutation des modes de penser, d'organisation et de comportement. On ne fêtera pas la planète avec des orgies surconsommatoires même en les verdissant, mais effectivement avec des « dévendeurs » (néologisme inventé à l'occasion du spot incriminé) prônant une nécessaire sobriété (ce qui ne signifie pas privation mais au contraire ce qui permet de ne pas en arriver là).

Dans l'industrie textile par exemple, la production d'un seul t-shirt nécessite 2700 litres d'eau, soit la consommation d'une personne sur deux ans et demi.

Cette industrie représente à elle seule 10% des émissions mondiale de CO₂, soit autant que le trafic aérien et maritime cumulés. Elle utilise 750 produits dangereux pour la santé humaine. Et 30% de sa production n'est jamais vendue. Dix ans après la catastrophe du Rana Plaza, la gestion des externalités négatives en termes de droits humains et environnementaux n'a guère évolué ; et dans certains endroits du monde, on travaille toujours jusqu'à épuisement pour 75 euros par mois. Raison pour laquelle Bruxelles a voté une directive « Devoir de vigilance » : un ensemble de normes contraignantes qui va concerner pour l'industrie l'ensemble de sa chaîne de valeur. On aura mis quarante ans.

L'utopie mondialisée de la croissance infinie dans un monde aux ressources finies s'achève sous nos yeux en tête-à-queue systémique. Aux grandes dérégulations d'hier se substituent peu à peu les multiples reprises en main par le droit, rien que le droit, mais tout le droit. On ne trouvera pas de solution au problème de l'écocide avec les outils qui ont créé les conditions du problème. Par conséquent la solution ne passe pas essentiellement par la science, qui sait tout sauf ce qu'il y a lieu de vouloir pour l'espèce humaine et la planète. La solution ne passe pas essentiellement par la technologie, qui n'est jamais que la façon commode de changer la forme du problème. La solution ne passe pas par la philanthropie à la Bill Gates qui n'est jamais que la façon pour une élite de conserver ses privilèges. La solution passe par le retour éclairé de la puissance publique planificatrice, ainsi que par une

9 LIMITES PLANÉTAIRES,

7 PRÉREQUIS SOCIAUX

La biosphère repose sur neuf piliers. Neuf seuils d'irréversibilité au-delà desquels la vie n'est tout bonnement plus assurée. Il s'agit :

1. du changement climatique
2. de la réduction de la biodiversité
3. de la modification des sols
4. de la pollution chimique
5. de la perturbation des cycles biochimiques de l'azote et du phosphore
6. de l'acidification des océans
7. des aérosols atmosphériques
8. de la diminution de la couche d'ozone
9. de l'utilisation de l'eau douce.

Mauvaise nouvelle : sur ces neuf seuils d'irréversibilité, six ont déjà été franchis.

En 2017, l'économiste britannique Kate Raworth ajoute à ces neuf seuils d'irréversibilité écologique sept facteurs nécessaires afin de repenser l'économie mondiale avec pour objectif de garantir à chacun ses besoins fondamentaux : c'est la « théorie du Donut ». Les sciences naturelles ont défini les limites extérieures, « le plafond environnemental ». Pour Kate Raworth, la justice sociale permet de définir les limites intérieures, « le plancher social » (eau, revenu, résilience, voix, emploi, énergie, équité sociale, égalité des sexes, santé, nourriture).

L'ensemble de ces critères propose une nouvelle mesure de la performance économique. Loin de ne constituer qu'un modèle théorique, les travaux de Kate Raworth font déjà l'objet d'applications locales. ■

transformation sociale de fond par le biais de pratiques individuelles reliées à un collectif, de stratégies locales reliées à la globalité.

Après une première période nettement *green-washing*, les entreprises sont dans l'ensemble particulièrement attentives à la dimension RSE de leur activité. Multipliant les réflexions et les initiatives, jouant sincèrement le jeu. Ces dernières années, *sustainability* est certainement le mot qui a le plus émergé sur les salons internationaux de l'industrie optique.

Mais le temps presse et l'on ne peut plus se satisfaire de demi-mesures. Avec l'anthropocène tous nos instruments d'évaluation et de contrôles ont été pris de cours. Alors que l'effondrement écologique était prévu depuis le rapport *Meadows* de 1972, c'est la vitesse de cet effondrement qui a surpris tout le monde. Car un écosystème est un milieu hautement interactionniste où les phénomènes émergents peuvent rapidement se transformer en exponentielle. C'est désormais le cas.

Jusqu'à où faudra-t-il aller pour inventer, après les dérives de la globalisation, une économie soutenable, souhaitable, responsable ? Et jusqu'à où ne pas aller trop loin sans casser purement et simplement la machine économique ?

VERS DE NOUVEAUX ÉQUILIBRES

Passage d'un monde à l'autre : au dogme du « pas d'alternative », qui dicte la marche du monde depuis les années 80, succède brutalement l'alternative comme impératif catégorique et comme éveil salvateur. Qu'est-ce que les Lumières ? Le moment européen où l'intelligence a recours à l'expérimentation pour, très courageusement, se débarrasser de ses dogmes. Nous vivons un tel moment, sans pouvoir dire encore qui, des ténèbres ou des lumières, l'emportera finalement.

On ne passe pas sans dommage ni renoncement d'un monde à l'autre. La question est double : à quoi nous faut-il raisonnablement renoncer, que devons-nous nécessairement inventer ? Les temps idéologiques s'estompent. Il faut être collectivement lucides, rationnels, efficaces, inventifs, expérimentateurs : comme au temps des Lumières. Et ne juger qu'au résultat. Avec pour seul objectif la continuation de l'existence humaine dans des conditions dignes pour tous, humains comme non humains.

On ne peut en rester à dénoncer des effets dont au fond nous admirons les causes. Il faut que la cause elle-même soit l'objet de nos réfutations. L'inquiétante symptomatologie de la planète reconstitue un destin collectif pour chacun de ses habitants. Ce retour imprévu d'un « commun », d'une même maison Terre à préserver, représente une chance historique de solidarité active. Mais on ne gère pas un « commun » comme un « marché ». La

péréquation mentale, pour nécessaire qu'elle soit, va être compliquée. Si le second s'épanouit dans la dérégulation, le premier a besoin de règles. C'est un complet changement de cap.

Les crises systémiques à travers l'histoire n'ont été résolues que par l'intervention de la puissance publique ou par la guerre. Une solution purement techno-centrée n'aurait pour effet que de cliver les populations entre bénéficiaires et non bénéficiaires. Elle déboucherait nécessairement sur une conflictualité générale. Ainsi de l'ingénierie climatique, ou des stations sur la planète mars. Un seul mot pour échapper au chaos : solidarité. On aura beau chercher, il n'y en a pas d'autre. Introduite en 1840 par Pierre Leroux, l'idée de « solidarité humaine » succède à la « charité chrétienne », dans un contexte où émergent ensemble de nouvelles formes de production, de protestations et de revendications, et où s'invente le secours mutuel. La solidarité, c'est ni plus ni moins que la mise en œuvre concrète des principes fondamentaux de la démocratie.

Comme toute crise le moment anthropocène ne peut être surmonté qu'à la condition d'un effort collectif qui repose sur deux préalables : 1. L'effort doit être compris et accepté de tous, c'est-à-dire soutenu dans une vision globale clairement exprimée ; 2. L'effort doit être équitablement partagé, c'est-à-dire qu'il doit constituer l'occasion d'une baisse drastique des inégalités. C'est alors que la crise n'est plus essentiellement ce qui nous prend en défaut mais se transforme en une possibilité alternative.

L'effondrement écologique en cours constitue la somme de toutes nos erreurs. Pour une sortie de l'anthropocène, l'impératif de justice et de solidarité est le socle opérationnel de toutes nos organisations. La

condition sine qua non. Cette sortie ne sera possible ni par la culpabilisation individuelle ni par le diktat disciplinaire. Il faut démonter les anciennes citadelles, remplacer l'intérêt et l'autorité d'un seul par l'implication de tous. C'est une révolution anthropologique. On ne pourra pas se contenter d'une simple « bifurcation écologique » : ce qu'il nous faut, c'est une véritable mutation épistémologique.

Par quoi commencer ? Deux questions majeures, l'une constitutionnelle, l'autre opérationnelle, se posent à nous : 1. Quelle doit-être la place légitime pour l'expression démocratique de nos désaccords ? 2. Comment favoriser l'émergence de collectifs auto-organisés conduisant à des prises de décisions éclairées et à des actions efficaces ?

Chacun le constate chaque jour un peu plus, l'état actuel de l'espace médiatique crée un climat de tension permanente qui nous éloigne des conditions nécessaires à l'exercice apaisé de la délibération démocratique. Comme le disait déjà Schopenhauer, « quiconque écrit pour les imbéciles ne manquera jamais de lecteurs ». L'espace médiatique *mainstream* ne constitue plus ni un lieu de

“
L'ENTREPRISE PRIVÉE
EST DEVENUE
UN ACTEUR ESSENTIEL
DU DÉBAT PUBLIC
”



L'ANTHROPOCÈNE ET LA 6^e EXTINCTION

Le changement climatique, au cours des dernières 500 millions d'années, a déjà causé par cinq fois une extinction presque totale des espèces vivant sur Terre. Tout semble indiquer que nous sommes en train d'assister à la sixième extinction massive. À la différence que nous sommes doublement concernés cette fois : comme victimes potentielles de cette extinction, mais aussi comme seuls responsables de la catastrophe en cours. C'est la période que certains nomment « anthropocène » afin d'en marquer l'origine strictement humaine.

Sur terre, 60% des forêts ont été détruites en quelques siècles ; 60% des mammifères sauvages se sont éteints en quelques décennies ; 60% des insectes ont disparu en quelques années.

Dans les mers, un quart des poissons sont aujourd'hui menacés par la surpêche. Au rythme où vont les choses, il n'y aura plus de poissons comestibles dans l'océan d'ici 2050. ■

savoir, ni un lieu d'échange propice à l'ouverture d'esprit. À de très rares exceptions près, il produit en continu ce qui s'oppose au savoir, ce qui s'oppose à l'échange, ce qui s'oppose à l'ouverture d'esprit.

Pour autant le débat citoyen est aujourd'hui grandement renforcé par l'accès aux données. On pense par exemple au World Inequality Lab, aux rapports du Parlement, à ceux du GIEC, de France Stratégie et de la Cours des Comptes, au Centre de recherches politiques de Sciences Po (CEVIPOF), aux données de l'Insee et de diverses fondations (Fondation Jean-Jaurès par exemple), etc. Les données fiables sont partout. Qui veut savoir sait.

Au fil du temps le rôle du paritarisme a été réduit, les corps intermédiaires contournés, les négociations ravalées au rang de simples concertations et les concertations au rang de grand-messes populistes pour shows télévisés, à quoi il faut malheureusement ajouter une liberté d'association de plus en plus attaquée. Mais il n'en demeure pas moins que les initiatives citoyennes connaissent une augmentation inattendue. Ainsi le collectif « Notre affaire à tous » a pu faire condamner l'État pour inaction climatique. Ce dont se réjouit Jean-Louis Laville, professeur au Conservatoire National des Arts et Métiers à Paris (Cnam), titulaire de la Chaire « Économie Solidaire » : « L'auto-organisation est toujours plus efficace que le marché et que l'État, parce que l'expert est toujours en retard sur les réalités de terrain. »

Ancrées dans l'Économie sociale et solidaire, les Régies de Quartier et les Régies de Territoire, par exemple, sont des associations qui regroupent des habitants, des collectivités locales et des bailleurs sociaux qui s'unissent pour intervenir dans la gestion de leur territoire au titre des « premiers concernés ». Elles visent à renforcer le lien social, développent des initiatives autour de la médiation, la dépendance, l'économie circulaire, créent des emplois et entretiennent les diverses dynamiques de l'espace commun. Il existe toutefois une limite. La limite de telles initiatives serait que l'État ne se défasse de ses propres responsabilités en déléguant aux associations les missions envers lesquelles il a pour devoir d'agir lui-même.

LE RETOUR DES COMMUNS

Le phénomène de l'auto-organisation citoyenne autour des communs est maintenant bien documenté. Première femme à se voir décerner le Prix Nobel d'économie en 2009 (Prix de la banque de Suède pour être précis), Elinor Ostrom (*Gouvernance des biens communs – Pour une nouvelle approche des ressources naturelles*, Éditions de Boeck, 2010) a théorisé une troisième voie entre l'État et le marché, ainsi que les conditions de la coopération entre des individus dans la gestion des biens communs, à travers une vision décentralisée, polycentrique, de la prise de décision. Pour elle, l'efficacité

de l'auto-gouvernement dépend de deux conditions préalables : la réciprocité et la confiance. Ces collectifs organisés seraient alors mieux à même de répondre aux problèmes de ressources communes qu'un État centralisé et coercitif. Mais cela suppose d'inverser les logiques dominantes : il faut se rappeler que « le marché » est né du mouvement des « enclosures » qui a consisté au moyen-âge à privatiser les biens publics, ce que l'on appelait alors « les communs » ; et qu'il a, depuis, toujours fonctionné ainsi. La réappropriation des « communs » contredit la notion même de marché. Il y a là un nœud qu'il faudra bien dénouer. La sortie de l'anthropocène, c'est la sortie de notre conception actuelle des marchés.

Ce à quoi nous assistons aujourd'hui sous la pression anthropocène, c'est au croisement des savoirs, des pratiques et des expériences, dans un mouvement général de créolisation propre à accroître l'efficacité. Sans surplomb hiérarchique mais au contraire dans une horizontalité de réseau, à même de sortir des cadres traditionnels ; locaux, nationaux, mondiaux. Pour répondre aux défis auxquels nous avons à faire face, il faut au contraire en permanence réaligner ces trois plans, le local, le national, le mondial. C'est pourquoi les anciennes structures institutionnelles et organisationnelles sont devenues en grande partie inopérantes.

Ces modèles émergents ne sont pas des utopies supplémentaires. Pour hésitants, pour tâtonnants qu'ils soient, ils se fraient leur chemin entre un marché et un Etat qui restent tout deux également inamovibles. Ils sont porteurs d'un élan novateur à même de rééquilibrer le local et le global, l'individu et le collectif, le souhaitable et le possible.

Dans un tel contexte, qu'est-il raisonnable de produire, comment, où, par qui et en quelle quantité ? Contrairement à ce que prétendaient les pères fondateurs du libéralisme, une entreprise privée n'est plus seulement une entreprise privée : c'est un acteur essentiel du débat public. Et ceci est tout à fait nouveau. Il est temps désormais de reconnaître au privé toute sa place au sein des délibérations collectives ; il est temps en retour que le privé agisse à la loyale pour la société, en transparence, sans pression ni lobbying malveillants uniquement dictés par des intérêts de courts termes.

L'économie sociale et solidaire ne doit pas être à côté de l'économie, elle doit être l'économie elle-même dans sa définition pleine et entière. C'est du reste ce que dit l'étymologie du mot « économie » : « La bonne tenue de la maison ». Chacun au poste qui est le sien doit être conscient de son rôle dans l'entretien de la vitalité démocratique et la restauration des équilibres écologiques. Il est temps de passer du projet de croissance maximale à celui de bien vivre pour tous. Voudrions-nous faire autrement que nous ne le pourrions pas. Au lieu d'un effondrement démocratique qui accompagnerait un effondrement écologique, nous avons l'occasion ultime d'une résurgence démocratique et d'un sursaut écologique. C'est au fond un assez beau défi. ■

RSE : LA FILIÈRE S'ORGANISE

Depuis quelques mois, le CIO (Conseil Interprofessionnel de l'Optique) s'est emparé du sujet de la RSE, avec la mise en place d'un groupe de travail. La FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France) met cependant en garde contre les tentatives de jouer « perso » : « Nous condamnons les initiatives personnelles, opportunistes, et purement commerciales, qui consistent à faire le siège du Ministère de la Santé ou de l'Ademe, en espérant faire évoluer à leur seul profit les réglementations. Ces entreprises ne maîtrisent pas et n'imaginent pas les conséquences plus larges que cela peut avoir, parfaitement inutiles pour l'écologie, et potentiellement dramatiques pour la filière ou même nuisant à des démarches déjà engagées collectivement », pouvait-on lire dans une récente note d'information du syndicat. Celle-ci rappelle en outre : « Il n'existe à ce jour AUCUN code LPP qui permette une prise en charge des montures reconditionnées ou remises en situation d'usage (à fortiori recyclées). » Là encore, il n'y aura pas de stratégie efficace en dehors de l'action collective. ■



CROISSANCE OU DÉCROISSANCE ?

Faut-il rompre avec la croissance pour sauver la planète ? Certains en doute. La croissance, affirme-t-il, il en faut. C'est elle qui servira à financer la transition écologique, à commencer par l'aide aux pays pauvres qui sont souvent les premiers impactés. Ce qui freinera du coup les phénomènes migratoires. Cette croissance doit être vertueuse, mais elle est nécessaire. Un Bill Gates par exemple considère que les finances publiques ne sont pas là pour prendre des risques, mais pour investir à long terme dans des projets rentables et sûrs. Il existe des fonds philanthropiques, à travers sa Fondation, qui servent à financer les projets à risque, qui viennent compléter l'action des États. Cela suppose un rapport équilibré entre les intérêts des collectifs et les intérêts des marchés. Si l'on n'y est pas parvenu en quarante ans d'une période relativement stable, il est bien peu probable d'y arriver en pleine tourmente écologique. ■

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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



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

ABONNEMENT

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

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

Nom/Prénom _____

Société _____

Adresse _____

CP/Ville _____

Tél. _____ e-mail _____

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

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

www.clm-com.com



100 % SANTÉ : (ENCORE) UN MENSONGE D'ÉTAT

Comment appeler une réforme pour laquelle une seule partie a joué le jeu, et dont la principale partie prenante, l'État, s'est empressé d'oublier les contreparties auxquelles elle s'était pourtant engagée ? Formation et délégation : telles sont les portes que le 100 % Santé devait ouvrir. Trois ans après la mise en place de la réforme, où en est-on ?



© Pexels

La réforme du 100 % Santé dont l'objet était de rendre plus accessible l'audio, le dentaire et l'optique, devait s'accompagner de trois contreparties :

1. Une évolution de la formation d'opticien.
2. Une évolution de la délégation à l'opticien, le problème de l'accessibilité étant résolu d'un côté par le RAC O, de l'autre par l'accès à un professionnel en dépit des déserts médicaux.
3. Une modération tarifaire imposée aux mutuelles.

Alors que de l'avis même du gouvernement les objectifs intermédiaires ont été atteints (20 % d'équipements vendus en 100 % Santé), et donc que l'optique a parfaitement rempli sa part du contrat, à quoi assiste-t-on ? Les mutuelles, évoquant l'impact des réformes (le transfert de charge de la Sécu à leurs dépens) ainsi que la hausse générale des dépenses de santé, prévoient selon la Mutualité Française une hausse moyenne de 8 % ou 9 % de leurs cotisations pour cette année. Peut-être plus : certains prévisionnistes tablent sur 12,5 %...

La réforme du 100 % Santé constitue en effet pour les mutuelles un important transfert de charge pour ce qui est des dépenses d'optique, dentaire et audiologie. Depuis, le retrait de l'Assurance maladie est constant ; presque total pour l'optique. À charge pour les mutuelles, assureurs et institutions de prévoyance de compenser ce

déremboursement, évalué à 500 millions d'euros par an.

Dans un contexte miné par l'inflation et alors que 45 % des Français peinent à assumer les frais de certains actes médicaux, la Cour des Comptes relevait récemment l'inefficacité du dispositif 100 % Santé dans le domaine de l'optique. Mais comme toujours en technocratie on préfère un acte spectaculaire et médiatique à un acte simplement efficace. Avec de telles hausses annoncées par les assurances, qui viennent à la suite de plusieurs vagues haussières, le bénéfice en termes de pouvoir d'achat qui semblait être l'objectif du gouvernement semble bien compromis.

“
**ORGANISER
LES COOPÉRATIONS
PROFESSIONNELLES,
REFONDER
LA FORMATION
DES OPTICIENS**
”

Bercy, on le sait, a bien du mal à tenir ses troupes ; et l'interventionnisme étatique, dans le contexte d'une économie de marché, est un tabou auquel on ne touche pas. Pour autant un deal est un deal. Certes Bruno Le Maire a demandé poliment, très poliment, aux assurances de ne pas pratiquer de hausses déraisonnables : on voit le résultat. Pire : à quel moment pouvait-on honnêtement imaginer qu'il en irait autrement ?

L'accès par le professionnel devait être le pendant de l'accès au produit par le prix. Le deuxième volet d'une accessibilité parfaite. E. Macron s'y était lui-même engagé, dans la perspective d'une réorganisation générale des soins pour faire face, à dépenses constantes, à des besoins nouveaux. Dans son discours

prononcé lors du congrès de la Mutualité Française à Montpellier en juin 2018, il déclarait : « La logique qui est derrière cette avancée fondamentale, elle a un caractère monétaire, mais elle repose d'abord sur un recours accru aux soins... L'autre part de la révolution de la prévention reposera sur un accès facilité aux professionnels de santé, car le remboursement intégral des lunettes, essentiel, ne sert à rien si l'on met douze mois à avoir un rendez-vous avec un ophtalmologiste. Et donc pour cela, nous irons plus loin dans l'organisation des coopérations professionnelles... Nous irons plus loin dans la formation des opticiens. » Voilà qui est dit. Il s'agit de faire monter l'opticien en compétences pour élargir le cadre de ses prérogatives grâce à la réforme de sa formation initiale. Cinq ans après ce beau discours, où en sommes-nous ?

« Bien sûr, poursuit le locataire de l'Élysée, cette réforme ne saurait engendrer d'augmentation spécifique du coût d'acquisition d'une complémentaire santé pour les assurés, c'est l'engagement collectif que nous avons pris et il n'y a pas dans cette affaire, de marché de dupes. » Cinq ans après ce beau discours, où en sommes-nous ?

Ce discours de Montpellier demeure fondateur. Matriciel, même : il donne un plan d'ensemble pour une réorganisation générale des soins et de leur financement. Cinq ans après, il est temps d'entrer dans le vif du sujet ; et pour l'optique d'aller récupérer sa part due. ■

CHACUN A UNE PART DE LA SOLUTION



« Chacun a une part de la solution ». Telle est peut-être la clef énoncée dans le discours présidentiel de juin 2018 devant la Mutualité Française. « L'esprit mutualiste c'est aussi d'aider à construire des parcours de soins sur les territoires parfois les plus isolés, au profit des patients les plus vulnérables, d'investir dans la prévention, de coopérer avec les professionnels. Au fond, vous avez dans vos gènes une part des réponses que nous souhaitons apporter à ce défi contemporain. Et donc, vous le voyez bien, sur ce sujet, nous aurons à l'été, à prendre position là aussi sur une transformation en profondeur, qui n'est pas simplement un sujet monétaire, mais qui impliquera une réorganisation profonde, et qui impliquera aussi de revoir l'ensemble des structures auxquelles nous nous sommes habitués. »

Les simples accords de gré à gré sur le terrain avec le monde de l'ophtalmologie ne suffisent pas à déployer une véritable politique nationale de prévention, de prise en charge, de plan de suivi. C'est sans doute des assurances que viendra la solution parce qu'elles auront un avantage financier à réorganiser le circuit de santé visuelle au profit des opticiens, déployés partout sur le territoire, formés et accessibles. Un pays qui voit bien est un pays qui vit bien, avec une accidentologie en baisse (au travail, sur la route comme au domicile ou dans les loisirs), une élévation du niveau d'attention des élèves durant leurs apprentissages et une meilleure sociabilisation, une plus grande efficacité des salariés, une meilleure stimulation sensorielles des personnes âgées à même de freiner les maladies neurodégénératives. Cela fait cinquante ans que la solution ne vient pas de l'affrontement corporatiste avec les ophtalmologistes. Le monde de l'assurance privée représente aujourd'hui le *Deus ex machina* seul à même de reformater le système dans le seul intérêt du public. ■

MOBILISER LA PROFESSION EN FAVEUR D'ELLE-MÊME

Dans la filière optique-lunetterie, rien n'est défini, tout est instable : ni les produits, ni le métier, ni les pratiques. Un travail colossal de clarification s'impose avant toute idée de valorisation, d'attractivité et même de communication. Certains opticiens œuvrent pourtant tous les jours pour dénouer cette situation, au sein des instances syndicales. Rencontre avec Hugues Verdier-Davioud, Président de la Fédération Nationale des Opticiens de France (FNOF).

toutes photos © FNOF

— L'Essentiel de l'Optique : Comme au temps pas si lointain où des associations locales d'Opticiens ont fleuri un peu partout sur le territoire, les professionnels semblent avoir désir de prendre la parole. D'un autre côté le syndicalisme peine à mobiliser. Comment expliquer un tel paradoxe ?

“ **Hugues Verdier-Davioud** (Président de la FNOF) : Il y a effectivement un souci. On constate, et ce n'est pas propre à l'optique, une certaine désaffection pour le syndicalisme. On paye sans doute des postures syndicales, sur le plan national, qui ont beaucoup nuis à l'image que les gens se font de l'action syndicale. Aujourd'hui « syndicat », c'est presque un gros mot ! Moi-même durant des années j'ai éprouvé une certaine aversion envers les syndicats avant de me pencher vraiment sur la chose et de m'engager. Car il faut aller y voir de plus près. En ce qui concerne plus précisément l'optique, je regrette que les Opticiens ne s'intéressent pas assez à la façon dont ça se passe. On se fait des idées, confortées par les réseaux sociaux, sans même savoir de quoi l'on parle. Quand on confond par exemple un syndicat et un conseil de l'ordre, on crée de faux espoirs, beaucoup de confusion et au final ça perturbe le travail syndical. D'où l'impression que les syndicats ne servent à rien. Il ne s'agit pas de libérer la parole des Opticiens (elle n'a jamais été contrainte) mais d'aller là où la parole de l'Opticien peut être entendue, là où elle peut s'échanger, que ce soit dans les congrès, dans les assemblées



Hugues Verdier-Davioud
Président de la Fédération Nationale des Opticiens de France

générales. La réalité c'est qu'il faut briser le discours surplombant et favoriser l'échange horizontal, sauf qu'il faut au préalable s'intéresser sincèrement au travail du syndicat. Le système dans lequel nous évoluons est ultra-complexe, avec des interactions entre les commissions, entre les professions, les enjeux de puissance et de rapports de forces avec une vision du métier à date et pour le futur qui peut varier selon les modèles économiques mis en œuvre... Il faut aussi admettre que le temps judiciaire, le temps législatif, le temps des négociations ne sont pas le temps du terrain. À la fin du mois, quoi qu'aient fait les syndicats, l'Opticien doit payer ses charges, payer les salaires, anticiper sur l'avenir ; et je le comprends très bien parce que je suis l'un d'eux. Mais si l'on ne s'intéresse pas à la façon dont les choses se passent, l'échange ne peut pas se faire.

“
LA FÉDÉRATION EST MOTRICE SUR TOUS LES SUJETS SANS EXCEPTION
”



— L'Essentiel de l'Optique : Entre des partis trop rigides qui ont explosés et des mouvements trop gazeux qui peinent à se constituer, on est dans un moment de grand désarroi politique. Le collectif et le terrain : deux mondes qui se tournent le dos ?

“ **Hugues Verdier-Davioud** : C'est le problème. Je suis actuellement en pleine tournée régionale, et je suis étonné par la participation à nos réunions. On a beaucoup reproché aux syndicats de ne pas se déplacer sur le terrain. Avec ces régionales c'est ce que j'ai voulu faire, occasion aussi pour moi de me présenter, et d'entendre précisément la parole des Opticiens, tout en répondant précisément aux interrogations grâce la parfaite connaissance que j'ai des dossiers et du système. Nous sommes systématiquement présents à toutes les commissions où la Fédération à un siège, et j'y suis personnellement parce que je veux comprendre comment les différents dossiers s'articulent entre eux, et savoir qui sont nos interlocuteurs. Raison pour laquelle la Fédé est motrice sur tous les sujets sans exception. Notre taille nous permet d'être hyper réactif et hyper agile. Notre ancienneté et notre stabilité en matière de direction nous donne toute la crédibilité et la reconnaissance des pouvoirs publics. Y compris moi, parce que cela va faire six années qu'on me voit dans les réunions et les commissions, qu'on sait que je connais tous les dossiers dont il est question. Je ne délègue pas, je m'implique à plein temps dans la mission qui m'a été confiée.

“
SERVIR AU QUOTIDIEN ET CONDUIRE LA MUTATION EN COURS
”

Nous avons deux types d'actions qu'il nous faut mener de front. L'action au quotidien et l'action qui engage la mutation de la profession. Il nous faut d'abord répondre aux urgences. Les contrôles de la DGCCRF se sont multipliés, principalement autour du respect de la réglementation concernant le 100% Santé. Nous avons mobilisé le CIO pour mettre en commun tous les PV et avoir une réponse commune. Les Opticiens sont également confrontés aux rappels de l'URSSAF sur la période COVID. Nous avons fait un courrier commun pour rappeler le contexte de l'époque où, après le siège des enseignes en 2020 qui ne pouvaient plus vendre, l'optique-lunetterie avait finalement obtenu l'ouverture des points de vente sur l'argument selon lequel nous étions professionnels de santé, et donc commerce essentiel. Moyennant quoi les Opticiens ont été considérés comme ouverts et n'ont pas obtenus toutes les aides. La grande majorité des Opticiens ont payé le solde en une seule fois mais se sont mis en difficulté. Notre travail a consisté à mobiliser les autres syndicats afin de réclamer ensemble un étalement de ce paiement sur deux ans.

Sur la formation, le CCNOF (Collège du Conseil National des Opticiens de France) a fait son travail, que le ROF s'est empressé de refuser comme base de discussion, en produisant son propre document en remplaçant « Opticien de santé » par « Opticien-Lunetier » (en réalité le ROF n'a pas produit de document ou de travail équivalent au travail du CCNOF), et en rajoutant du commerce et de la gestion. Pour ma part je considère que les propositions du CCNOF ne prennent pas assez en compte ce que sera l'Opticien au-delà de 2030, avec l'impact de l'IA, de l'électronique, du codage pour les verres connectés, mais surtout l'élargissement de nos connaissances en matière de santé comme des sciences cognitives, etc. Il nous faut comprendre ce que sont l'ergonomie, l'ergothérapie, la psychomotricité, l'hygiène et la sécurité au travail, etc. Demain un Opticien pourra très bien facturer une entreprise pour réaliser un audit des installations, des postures, non pour vendre des équipements mais pour optimiser les postes de travail et diminuer les risques d'accident au travail ou encore l'absentéisme, sans nécessairement ne compter que sur la seule délivrance de l'équipement. Sans prise en charge : c'est l'entreprise qui paie. Il faut retourner dans les écoles pour dépister les enfants, assurer l'examen visuel avant le permis de conduire, aller dans les EHPAD. Il faut aller chercher toutes ces prestations de spécialiste qui vont générer de

la marge non liée à la vente d'un équipement. C'est peut-être un nouveau métier, directement lié à la santé visuelle et attendu par les patients, avec un fort impact positif sur les finances publiques et sur le coût des assurances, tout en retrouvant une totale autonomie vis-à-vis d'eux. Quelles sont les prérogatives que nous voulons assumer ? Il faut davantage ouvrir le métier sur la base de la définition actuelle. Ceux qui veulent faire davantage de commerce et pas plus de santé définissent un autre type d'Opticien que celui auquel nous aspirons. Travaillons alors sur deux professions différentes ! Dans le cadre du BTS.OL, entre 1997 et 2003 on a enlevé de l'atelier pour mettre plus de gestion et plus de commerce : est-ce que ça a eu le moindre impact sur l'activité de notre métier ? Non. Pourquoi continuer dans cette voie qui ne mène nulle part ? Le problème de l'Opticien ce n'est pas la gestion de stock (qui n'est en réalité qu'un problème de stratégie entre lui et son enseigne avec le système des envois automatiques). Le problème de l'Opticien, c'est qu'il a laissé sa marge à quelqu'un d'autre. On a utilisé tous les curseurs possibles : maîtrise de la masse salariale, gestion du foncier avec des magasins de plus en plus petits, gestion de stock : après les quotas de produits 100% Santé imposés par l'État, on pourrait très bien avoir un certain pourcentage de montures seconde main dans le cadre de la RSE – ce qui est de la marge directe. Mais ce sont autant de mètres linéaires qui vont échapper à nos lunetiers français. Il faut penser tous les problèmes ensemble.

— **L'Essentiel de l'Optique : Reste à arbitrer entre commerce et santé, ou du moins à mieux articuler ces deux logiques qui structurent le métier.**

“ **Hugues Verdier-Davioud** : Demain, si nous ne sommes pas parvenus à nous imposer comme profession de santé, nous disparaîtrons. On nous dit souvent que l'Opticien doit marcher sur ses deux jambes, commerce et santé. Mais si on coupe la jambe santé, c'est la mort assurée à brève échéance. Même la plus agressive des enseignes ne résistera jamais à l'agressivité des *pure-players* et des GAFAM qui sont tous en train de gratter à la porte et ont déjà tous leurs lunettes connectées... Même la grande distribution en optique a compris qu'elle était au bout de son modèle et qu'il fallait changer et se diversifier. On a mis le temps mais on va y arriver parce qu'on n'a pas d'autre choix. Mon regret, c'est la perte de 10 années au moins ! 10 ans que la Fédération se bat pour faire entendre cela. 10 années à voir les blocages et l'enfermement systématique jusqu'à ce qu'aujourd'hui, en bon latin, on se décide à bouger, par la force des choses. La seule chose qui nous protège tous, c'est le Code de la santé publique. On est tous commerçants, que l'on fasse une facture ou

une note d'honoraire. Les Ophtalmologistes eux-mêmes se définissent aujourd'hui comme entrepreneurs. Nous sommes tous là pour gagner notre vie, ce n'est pas le sujet. Le sujet c'est sur quelle base nous gagnons notre vie, quelle est l'origine de notre chiffre d'affaires, est-ce qu'on en sécurise les sources en les diversifiant, comme nous le préconisons ? La réingénierie du diplôme doit nous permettre de nous former à des prestations et sécuriser nos affaires par la diversification. Demain il y aura autant de ventes qu'aujourd'hui, mais ce seront des ventes plus spécialisées, dans laquelle l'Opticien sera capable de vendre une prestation, en revenant au cœur du métier qui est l'anamnèse.

Il faut aussi comprendre que santé et commerce ne sont pas contradictoires. Plus la séquence Santé va être satisfaisante pour le porteur, meilleure sera ensuite la qualité de la relation commerciale. La deuxième paire, pourquoi la faire tout de suite à un euro ? Si on la fait six mois après, on ne la vend pas un euro ; mais c'est une lunette complémentaire indispensable, en fonction des besoins qui se seront révélés dans l'intervalle. Je constate que l'Opticien n'a pas suffisamment confiance en lui. Face à des universitaires, il est au fond terriblement complexé. Alors que nous sommes un métier à part entière. Nous ne sommes pas des sous-traitants des autres « O ». Nous sommes au contraire le professionnel de 1^{er} recours ! Les premiers reconnus par le patient, c'est nous, personne d'autres. Ne tremblons pas.

— **L'Essentiel de l'Optique : La question RSE est désormais au centre du jeu. Où en êtes-vous sur le sujet ?**

“ **Hugues Verdier-Davioud** : La Fédé a effectivement mis le sujet de la RSE sur la table. À l'occasion du congrès de la FNOF, j'ai pris clairement position sur le fait que la RSE était un sujet filière dont le CIO (Conseil Interprofessionnel de l'Optique) devait s'emparer. Depuis, ce dernier s'est saisi du sujet et a mis en place un groupe de travail qui doit représenter les intérêts de toute la filière afin de garantir un équilibre de l'écosystème. C'est ainsi que l'on parviendra à un résultat durable parce qu'équilibré. Nous avons participé à la fin de l'année au 1^{er} Congrès de l'Optique-Lunetterie Durable (COLD) organisé par Carole Riehl (RecyclOptics). Nous allons poursuivre la réflexion à travers des séminaires organisés par le CIO. Mais je condamne fermement les initiatives personnelles, opportunistes, et purement commerciales, qui consistent à faire le siège du Ministère de la Santé ou de l'ADEME, en espérant faire évoluer les réglementations au seul profit d'intérêts particuliers. Ces entreprises ne maîtrisent pas le sujet et n'imaginent pas les conséquences plus larges que cela peut avoir,



parfaitement inutiles pour l'écologie, potentiellement dramatiques pour la filière, et nuisant à des démarches collectives déjà engagées. Sur un sujet comme celui-ci, les petits intérêts commerciaux particuliers doivent s'effacer devant l'intérêt collectif.

— **L'Essentiel de l'Optique : Au fond quel bilan tirez-vous de cette première année passée à la tête de la FNOF ?**

“ **Hugues Verdier-Davioud** : Ma plus grande frustration a été de constater, comme nous l'avons évoqué, le fossé d'incompréhension qui existe parfois entre les Opticiens et leurs syndicats. Les adhésions sont stables mais les gens se déplacent moins. Pourtant tous ceux qui font l'effort disent qu'ils ne le regrettent pas. Il y a eu un changement de mentalité, que les tensions sur le marché n'arrangent pas. Il y a peut-être aussi moins les moyens de partir. Les Opticiens semblent avoir du mal à réaliser que contrairement à un syndicat interprofessionnel et généraliste, un syndicat professionnel est à leur image, il est avant tout ce qu'ils en font eux-mêmes. Mes administrateurs et moi-même sommes tous des Opticiens en exercice, donc le terrain, nous le connaissons bien car nous y sommes tous les jours ! Tous leurs problèmes sont notre quotidien, il n'y a aucun siège social qui filtre entre eux et la Fédération. Quand ils appellent à la Fédération, c'est nous qui leur répondons.

Nous allons poursuivre notre combat pour la primo prescription chez l'Opticien et les cinq plots de santé. C'est la meilleure solution, y compris pour les Ophtalmos. Et entre ces plots, nous disons simplement : « Faites-nous confiance ! ». Ce n'est qu'à partir de là qu'on pourra mettre en place un vrai travail de coordination avec les autres professions. Or on l'a encore constaté au cours des dernières négociations avec les Ophtalmos sur la modification en primo-délivrance, ceux-ci ont voulu transformer notre droit à la « modification d'ordonnance » en « modification de la correction », ce qui restreint encore plus le champ d'action de l'Opticien. Si ça continue, vous croyez que les Opticiens vont attendre leur bénédiction ? Non. Les Opticiens vont tous se mettre à faire de la téléconsultation. Et ils auront une nouvelle prescription en dix minutes, avec la bonne correction que nous aurons donnée à l'Ophtalmo. Ce qui aura pour effet de multiplier les prises en charge. Faudra-t-il en arriver là ? Qui serait gagnant ? Certainement pas le patient... Il y a mieux à faire, en concertation avec les Ophtalmologistes et les Orthoptistes. Je ne me pose pas en rassembleur du plus petit dénominateur commun proche de zéro et donc du statut quo, mais comme un coordonnateur pluridisciplinaire qui doit prendre en compte les contraintes de chaque partie dans le respect d'un projet global à long terme. Si la téléconsultation n'est pas la solution, la télé-expertise est une piste à voir comme un premier pas, qui permettra de sceller la confiance entre Ophtalmologistes, Orthoptistes et nous. Encore faut-il savoir faire la différence entre les deux et ne pas noyer le poisson en utilisant le mot fourre-tout de « télé-ophtalmologie ».

Nous voulons aussi améliorer l'attractivité du métier afin de faciliter les recrutements dont la filière a besoin. La CPNEFP-OL (Commission Paritaire Nationale pour l'Emploi et la Formation Professionnelle de l'Optique Lunetterie), présidée par la FNOF, vient de mettre en ligne le site « Branché opticien » (brancheopticien.fr). C'est un travail en partenariat avec les écoles et les Opticiens locaux, avec une participation à neuf salons de l'étudiant ou de la reconversion professionnelle, avec un stand dynamique et une vidéo promotionnelle.

Ensuite dans le cadre de la CPNEFP-OL nous travaillons à rendre plus accessible et plus intuitif le parcours de la VAE (validation des acquis de l'expérience) pour le gérant comme pour le salarié. Il est important d'avoir davantage de diplômés en magasin. Mais pour cela il faut simplifier et donner envie. Avec les doubles grilles de salaires qui arrivent, les collaborateurs ont désormais un intérêt financier à passer le BTS par la VAE. Je préfère voir des fonds dévolus à parachever la formation de salariés qui sont depuis un moment dans nos magasins, que l'on a formé et qui aiment le métier, que de jeter de l'argent par

“
**DEMAIN L'OPTICIEN
DEVRA FACTURER
DE LA PRESTATION,
À L'INTÉRIEUR
COMME À L'EXTÉRIEUR
DU MAGASIN**
”

“
**L'OPTICIEN A LAISSÉ
SA MARGE À
QUELQU'UN D'AUTRE**
”

les fenêtres à essayer de mettre à niveau des étudiants qui n'ont pas le profil et qui ne parviendront jamais à se mettre à niveau, notamment en math et physique, alors que ça fait partie des fondements de l'optique physique et, à terme de notre indépendance. Comment s'étonner de leurs frustrations et abandons en cours d'étude ?

Enfin il est capital d'avancer sur la question de la formation initiale. Entre les JO de juillet et la séquence électorale qui va débiter dès 2025, nous avons une toute petite fenêtre de tir. Même pas un an pour avancer tous nos pions partout. C'est donc une année extrêmement chaude qui s'ouvre à nous.

— L'Essentiel de l'Optique : Comment mobiliser davantage les professionnels ?

“ **Hugues Verdier-Davioud** : Les Opticiens sur les réseaux sociaux sont prompts à critiquer les syndicats ; mais c'est oublier que les syndicats, c'est eux-mêmes ! Donc soit on s'engage, soit on subit. Dans ces temps de mutations chaque Opticien va avoir besoin à un moment ou à un autre de conseils fiables. Il devra rompre son isolement pour s'impliquer dans le collectif. Par exemple pour contrer la volonté de certaines complémentaires de vendre directement les verres aux Opticiens. Car nous sommes en train de laisser les coudées franches à la fois aux réseaux, mais aussi à l'outil logiciel. Les logiques de ces entreprises et leurs intérêts ne sont pas les nôtres. Mais on ne peut pas défendre les Opticiens s'ils ne veulent pas être défendus. Dans les deux cas, nous devons assumer notre responsabilité. Pour les réseaux, inutile d'y revenir. Pour les éditeurs, il est aujourd'hui manifeste que l'Opticien a plus de facilité à quitter une enseigne que son éditeur. Ça vaut aussi pour les centrales qui tendent vers les mêmes modèles économiques.

C'est un peu la formule de Kennedy, quand il disait : « Ne vous demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous mais demandez-vous ce que vous pouvez faire pour votre pays. » Que pouvez-vous faire pour votre profession ? Voilà une vraie question.

Ce qu'il nous faut, c'est créer cette interaction entre nous et le terrain. Mais on est dans un moment où les gens voient les syndicats comme des empêcheurs de tourner en rond, comme des instances qui créent plus de contraintes qu'elles n'en résolvent, sans voir que certaines de ces contraintes les protègent. Si on fait sauter toutes les contraintes liées au code de la santé publique, ils sont morts. Ces contraintes, c'est leur offrir plus de liberté dans un cadre sécurisé. C'est comme un terrain de foot : il y a des règles mais à l'intérieur du terrain on joue comme on veut. Si on ne délimite pas le terrain, tous les spectateurs vont vouloir jouer, et c'est ce qui attend l'optique si nous laissons faire.



— L'Essentiel de l'Optique : Comment voyez-vous l'avenir ?

“ **Hugues Verdier-Davioud** : De même que pour le climat, nous allons probablement connaître dans nos affaires, comme l'ensemble des filières, des phénomènes de plus en plus extrêmes qui vont se ressentir dans nos bilans. Des extrêmes variations d'un mois à l'autre, sans trop savoir pourquoi. Ce qui n'était absolument pas le cas il y a quelques années. Comme toute la marge se fait sur les produits, on ne dépend plus que des sautes d'humeur des clients. Il n'y a plus rien de stable. Les dépenses se diversifient, sur un budget des ménages qui lui n'évolue pas. Dans un tel contexte d'incertitude, seule l'union fait la force. Il faut s'engager, travailler, se mobiliser, se diversifier. Le seul moyen de limiter de telles amplitudes, c'est de multiplier les sources de chiffres d'affaires afin

de répartir le risque. Nous sommes dans une mutation complète. Les télécabines d'optique dans les gares, à la façon des photomatons, sont déjà là. Il nous faut trouver de nouvelles raisons d'exister. ■

“
QUE POUVEZ-VOUS FAIRE POUR VOTRE PROFESSION ? VOILÀ UNE VRAIE QUESTION
 ”

LES LUNETTES, UNE « AIDE TECHNIQUE » ?

L'ADEME, en charge de définir les réglementations pour les fabricants, a pour projet d'inclure les lunettes, dispositif médical, dans l'ensemble des aides techniques (fauteuils roulants, béquilles, etc.). Ce changement de statut inattendu assimile les amétropes à des handicapés... Ce qui serait de nature à rendre l'Opticien encore plus dépendant d'une prescription. « Cette fois, nous serions complètement verrouillés », déplore Hugues Verdier-Davioud. Ce projet, s'il aboutit, devrait voir sa mise en application à l'horizon 2025.

Presque dix siècles après son invention, on ne sait donc toujours pas ce qu'est une lunette. Comment voulez-vous dès lors qu'on sache ce qu'est un Opticien ? Il n'existe à ce jour qu'une seule définition, celle qui figure dans le Code de la Santé Publique. « Je considère qu'on reçoit un patient, estime Hugues Verdier-Davioud. Celui-ci ne devient un client qu'au moment de la facture, au moment de la transaction financière. Tout ce qui se passe en amont relève de la santé. » ■



CLM Éditeurs

GÉRARD LARNAC

Devenir opticien

Comment accéder à cette profession ?
 Une profession de santé réglementée
 Un métier très diversifié
 Des besoins visuels en constante augmentation

■ Entrer dans la réalité multiple du métier d'opticien tient de la gageure. Entre santé, commerce et haute technologie, c'est précisément cette diversité qui en fait tout l'attrait, mais aussi toute la complexité. Le mérite de l'ouvrage, c'est d'abord de permettre d'articuler cette diversité en un tout cohérent et homogène, comme profession au service de la santé visuelle du public. Organisation de la profession et forces en présence, formations, consommation, bonnes pratiques, perspectives et prospectives : tout y est pour découvrir le métier comme pour en approfondir les subtilités.

■ **Devenir Opticien** par Gérard Larnac
 Éditions du Puits Fleuri – 286 pages, 24 €
 Disponible sur www.edition-optique.com

EDITIONS DU PUITS FLEURI

DIGITALISATION DU POINT DE VENTE : LES GRANDES MANŒUVRES ONT COMMENCÉ

En juin 2022 EDI-Optique est devenue Normeyes afin de se doter de nouvelles ambitions. La même année le consortium Neox-It regroupant Cosium, Optimum, Reflex et le catalogue EDI Izysolutions a été constitué. Annoncée le 25 septembre dernier par le Groupe EssilorLuxottica, la création de HELIX représente une nouvelle initiative stratégique visant à aider les professionnels de la vue à tirer parti des technologies innovantes grâce à un outil simple et intégré.



© Envato

L'Association EDI-Optique agit pour le développement d'un référentiel d'Echange de Données Informatisées (EDI) commun à l'ensemble des partenaires de l'industrie de l'optique. Ses objectifs : établir des standards nationaux et internationaux pour faciliter les échanges électroniques de la data et leur exploitation dans un cadre normalisé (données concaténées, agrégées et anonymisées conformes au RGPD) entre entreprises pour le secteur de l'optique ; promouvoir l'utilisation des échanges de données ; améliorer la performance, la compétitivité et le déploiement international des exportateurs de l'optique française ; améliorer la productivité et l'efficacité économique de la filière ; réduire les coûts de la non-qualité ; améliorer les relations avec les « financeurs » du secteur (assurances). Lors de son assemblée générale du 23 juin 2022, EDI-Optique, née il y a 24 ans, a décidé de se doter de nouvelles ambitions. Elle étend désormais son périmètre à la santé visuelle et à l'audition. L'association se renomme en Normeyes et met la *data* au centre de ses préoccupations. En février 2023, Robert Yapp, administrateur Atol, est élu président de Normeyes.

“
**CONVERGENCE
DES TECHNOLOGIES,
GESTION OPTIMISÉE
DES FLUX DE DATA,
RÉDUCTION DE LA CHARGE
ADMINISTRATIVE**
”

Quelques mois auparavant, en septembre 2022, Cosium, Optimum, Reflex et le catalogue EDI Izysolutions se sont constitués en consortium pour créer Neox-It afin de mutualiser leurs moyens pour faire face aux investissements indispensables en matière d'échanges de flux via les logiciels métiers, que ce soit sur le plan opérationnel, réglementaires (évolutions des codes LPP pour les verres) et de sécurité informatique (RGPD, hébergement de données de santé).

Cette année EssilorLuxottica franchit une nouvelle étape majeure dans la digitalisation de l'industrie optique avec le lancement fin de HELIX, une nouvelle division du Groupe, destinée à aider les professionnels de la vue à tirer parti des technologies de dernière génération pour gérer plus efficacement leur activité. Grâce à cette plateforme intelligente et interconnectée, tous les besoins numériques des professionnels de la vue seront adressés de manière intégrée, de la prise de rendez-vous aux commandes, en passant par les services de télé-optométrie et d'assurance complémentaire santé. HELIX permettra ainsi de rationaliser les nombreuses technologies existantes et

de réduire le poids de la charge administrative pesant aujourd'hui sur les professionnels.

Le lancement d'HELIX s'intègre dans la stratégie d'EssilorLuxottica visant à offrir un large portefeuille de produits et de services afin d'améliorer l'expérience des patients et d'aider les professionnels de la vue à gérer de manière plus efficace leur activité. Dans un premier temps les solutions HELIX seront accessibles en Amérique du Nord.

Cette nouvelle division tirera parti de la puissance des solutions numériques déjà proposées par le Groupe sur le marché, notamment en Amérique du Nord, dont VisionWeb, CLX, et Revenue Cycle Management, transformant une approche jusqu'à maintenant fragmentée en une démarche moderne, unifiée et guidée par les données. Les professionnels de la vue bénéficieront ainsi d'une interface moderne assurant une navigation fluide entre les différents outils dont ils ont besoin au quotidien. Cette plateforme intégrée, couplée au soutien d'une équipe d'assistance client dédiée, leur permettra notamment de se consacrer davantage aux patients et à leurs besoins visuels.

« Il existe aujourd'hui une grande variété de technologies de gestion des points de vente, particulièrement dans le secteur optique, ce qui peut se révéler chronophage pour des professionnels de la vue

qui doivent jongler entre de multiples plateformes, systèmes, process de facturation et fournisseurs pour chacun des services qu'ils proposent. Avec HELIX, nous réinventons complètement la manière dont ils peuvent tirer parti de la technologie dans leur activité, sans complexité. Nous offrons déjà un portefeuille de solutions robustes et efficaces, telles que VisionWeb. En les regroupant sous une interface unique, où les outils dialoguent entre eux de manière fluide, nous donnons aux professionnels une longueur d'avance dans leur activité, leur permettant de se dégager du temps de qualité pour la prise en charge des patients » a déclaré Fabrizio Uguzzoni, Président *Professional Solutions* d'EssilorLuxottica Amérique du Nord.

La première offre de HELIX, une plateforme nouvelle génération baptisée Vision(X), sera mise à disposition des professionnels de la vue aux États-Unis à partir du deuxième trimestre 2024 et le Groupe en effectuera une présentation en avant-première lors du salon *Vision Expo West* à Las Vegas. ■

- + www.normeyes.org
- + www.neox-group.net
- + www.helixsolution.com

ENTRETIEN AVEC UNE IA

Depuis le mois de novembre, les équipes EssilorLuxottica sont parties à la rencontre des opticiens pour les inviter à découvrir comment l'Intelligence Artificielle va révolutionner l'activité de leurs magasins. Au centre de ces échanges, l'intervention remarquée d'un expert de l'Intelligence Artificielle, Michel Lévy-Provençal. Afin d'en savoir plus, nous avons réalisé pour la première fois l'interview d'une IA, via le Chatbot de son site. Rencontre du 3^e type.

toutes photos © Thomas Deron, Agence Phénomène



Michel Lévy-Provençal
Consultant stratégie et prospective



“ L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE : QU'EST-CE QU'UNE IA ?

Une Intelligence Artificielle (IA) est un ensemble de théories et de techniques mises en œuvre en vue de réaliser des machines capables de simuler l'intelligence humaine. Elle se manifeste par des algorithmes basés sur des modèles mathématiques et statistiques qui permettent aux machines d'apprendre à partir de données, de prendre des décisions et d'accomplir des tâches de manière autonome. L'humain a des capacités uniques que l'IA ne peut pas reproduire, comme la créativité, l'empathie et la capacité à comprendre et à naviguer dans des situations complexes et nuancées.

L'IA peut être classée en deux catégories principales : l'IA faible et l'IA forte. L'IA faible est conçue pour effectuer une tâche spécifique, comme la reconnaissance vocale. L'IA forte, en revanche, est une IA qui a la capacité de comprendre, d'apprendre et d'appliquer des connaissances. C'est une IA générative, capable de créer de nouvelles informations à partir de celles qu'elle a apprises, tandis qu'une IA traditionnelle est généralement utilisée pour analyser et tirer des conclusions à partir des données existantes.

Ces dernières années, l'IA a connu des avancées significatives grâce à l'évolution des technologies de l'information et de la communication, notamment l'augmentation de la puissance de calcul des ordinateurs, l'explosion des données disponibles (*Big Data*) et les progrès dans les algorithmes d'apprentissage automatique (*Machine Learning*).

Dans le contexte de l'IA émotionnelle, l'IA est utilisée pour détecter et simuler les émotions humaines. Cela peut être réalisé en analysant les expressions faciales, le ton de la voix, le langage corporel et d'autres signaux émotionnels. L'objectif est de rendre les interactions entre les humains et les machines plus naturelles et efficaces.

“ L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE : QU'EST-CE QUE PERMET ACTUELLEMENT UNE IA ?

L'Intelligence Artificielle a permis de nombreuses avancées dans divers domaines. Par exemple, dans le domaine de la santé, l'IA a permis de développer des outils de diagnostic plus précis et plus rapides. Elle est également utilisée pour prédire l'évolution de certaines maladies et aider à la prise de décision thérapeutique.

Dans le domaine de la finance, l'IA est utilisée pour analyser de grandes quantités de données et faire des prédictions sur les tendances du marché. Elle est également utilisée pour détecter les fraudes et les transactions suspectes.

Dans le domaine de l'éducation, l'IA est utilisée pour personnaliser l'apprentissage en fonction des besoins et des capacités de chaque élève. Elle permet également de développer des outils d'évaluation plus précis et plus justes.

Dans le domaine de l'environnement, l'IA est utilisée pour prédire les changements climatiques et aider à la gestion des ressources naturelles. Elle est également utilisée pour surveiller et protéger la biodiversité.

Enfin, dans le domaine de la communication, l'IA est utilisée pour développer des assistants vocaux capables de comprendre et de répondre à des commandes vocales complexes. Elle est également utilisée pour développer des traducteurs automatiques de plus en plus précis.

Ces avancées sont le fruit de nombreuses années de recherche et de développement, et l'IA continue d'évoluer à un rythme rapide. Il est donc essentiel de continuer à explorer les possibilités offertes par cette technologie, tout en veillant à en maîtriser les risques et les impacts sur notre société.

“ L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE : CONCRÈTEMENT, COMMENT UNE IA GÉNÉRATIVE PEUT-ELLE ASSISTER LE MÉTIER D'OPTICIEN ?

Face à l'évolution rapide de notre société, notamment avec l'essor des technologies de l'information, il est clair que de nombreux métiers, dont celui d'opticien, vont être transformés. L'intelligence artificielle, par exemple, pourrait permettre d'automatiser certaines tâches répétitives et de proposer des solutions personnalisées à chaque client. Cependant, il est important de souligner que l'humain restera au cœur de ce métier. En effet, l'opticien a un rôle de conseil et d'accompagnement qui ne peut être totalement remplacé par une machine. De

plus, l'aspect relationnel est essentiel dans ce métier, et l'intelligence artificielle ne peut pas reproduire l'empathie et le sens du service d'un opticien.

Cela dit, l'intelligence artificielle peut être un outil précieux pour aider les opticiens à améliorer leur service. Par exemple, elle pourrait être utilisée pour analyser les données de vision d'un client et proposer des verres de lunettes adaptés à ses besoins spécifiques. Elle pourrait également aider à optimiser le processus de fabrication des verres de lunettes, en déterminant la meilleure façon de les couper et de les polir.

L'intelligence artificielle ne remplacera pas les opticiens, mais elle peut les aider à améliorer leur service et à répondre plus efficacement aux besoins de leurs clients. Il est donc essentiel pour les opticiens de se tenir informés des dernières avancées technologiques et de se former à leur utilisation.

L'IA générative peut être utilisée pour créer des modèles de lunettes personnalisés en fonction des préférences et des caractéristiques faciales du client. En analysant les données du client, l'IA peut générer des designs uniques qui correspondent à la morphologie du visage, à la couleur des yeux, à la teinte de la peau, etc.

L'IA générative peut aussi être utilisée pour améliorer l'expérience client en magasin. Par exemple, elle peut générer des scénarios de réalité augmentée permettant aux clients d'essayer virtuellement différentes paires de lunettes. De plus, elle peut aider à la création de chatbots intelligents pour répondre aux questions des clients en ligne.

L'IA générative peut également aider à optimiser



la gestion des stocks en prédisant les tendances de la demande. En analysant les données de vente et les tendances du marché, l'IA peut générer des prévisions précises, permettant aux opticiens de gérer efficacement leurs stocks.

L'IA générative peut être utilisée pour créer des modules de formation personnalisés pour les employés. Par exemple, elle peut générer des scénarios de formation basés sur les compétences spécifiques que chaque employé doit améliorer.

L'IA générative peut aider à créer du contenu marketing personnalisé. Par exemple, elle peut générer des images, des vidéos ou des textes publicitaires adaptés à chaque segment de clientèle.

En somme, l'IA générative peut aider les opticiens à améliorer leur offre de produits, à optimiser leur gestion des stocks, à améliorer l'expérience client, à former efficacement leurs employés et à mener des campagnes marketing plus efficaces.

“ **L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE : COMMENT RENDRE LE MÉTIER D'OPTICIEN PLUS ATTRACTIF ET COMMENT MIEUX LE VALORISER ?**

Pour rendre le métier d'opticien plus attractif et le valoriser, il est essentiel de mettre en avant les différentes facettes de ce métier qui le rendent unique et passionnant.

Tout d'abord, l'opticien est un professionnel de santé qui joue un rôle essentiel dans le maintien de

notre santé visuelle. Il est capable de comprendre et d'interpréter les ordonnances délivrées par les ophtalmologistes, de réaliser des examens de vue pour ajuster la correction des verres, et de conseiller ses clients sur les bonnes pratiques en matière de santé visuelle. Cette dimension médicale du métier d'opticien est souvent méconnue du grand public et mérite d'être davantage mise en avant.

Ensuite, l'opticien est aussi un commerçant qui doit gérer son magasin comme n'importe quelle entreprise commerciale. Il doit avoir une bonne connaissance des produits qu'il vend, être capable de conseiller ses clients sur le choix des montures et des verres, et gérer son stock. Cette dimension commerciale du métier d'opticien offre de nombreuses opportunités d'évolution professionnelle et peut être très gratifiante.

Enfin, l'opticien est un professionnel qui doit constamment se former pour rester à la pointe des dernières innovations en matière de verres correcteurs et de montures. Cette dimension de formation continue est un atout majeur pour attirer de nouveaux talents dans la profession.

Pour valoriser le métier d'opticien, il est également important de mettre en avant les compétences techniques, commerciales et relationnelles nécessaires pour exercer ce métier. L'opticien est un professionnel polyvalent qui combine ces différentes compétences pour offrir un service de qualité à ses clients.

Enfin, il est essentiel de communiquer sur les perspectives d'évolution professionnelle offertes par le métier d'opticien. Que ce soit en termes de spéciali-

sation (optométrie, contactologie, basse vision, etc.) ou de progression hiérarchique (responsable de magasin, directeur régional, etc.), les opportunités sont nombreuses et peuvent attirer de nombreux candidats.

En conclusion, pour rendre le métier d'opticien plus attractif et le valoriser, il est essentiel de mettre en avant les différentes facettes de ce métier, les compétences requises pour l'exercer et les perspectives d'évolution professionnelle qu'il offre.

“ **L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE : L'IA REPRÉSENTE-T-ELLE UN DANGER POUR LA LIBERTÉ HUMAINE ?**

La question de savoir si l'IA est un danger pour la liberté humaine est complexe et dépend de nombreux facteurs. Il est indéniable que l'IA a le potentiel d'améliorer considérablement nos vies, en automatisant les tâches répétitives, en aidant à résoudre des problèmes complexes et en offrant de nouvelles opportunités d'innovation. Cependant, comme toute technologie puissante, l'IA peut aussi être utilisée de manière abusive et présenter des risques pour la liberté humaine.

L'un des principaux dangers potentiels de l'IA est l'atteinte à la vie privée. Avec l'augmentation de l'utilisation de l'IA pour collecter, analyser et utiliser des données, il y a un risque que nos informations personnelles soient utilisées de manière abusive. Cela pourrait conduire à une surveillance accrue, à une manipulation comportementale et à une perte de contrôle sur nos propres informations.

Un autre danger est l'automatisation de la prise de décision. Alors que l'IA est de plus en plus utilisée pour prendre des décisions qui affectent nos vies, de l'approbation des prêts à la détermination des peines de prison, il y a un risque que ces décisions soient prises sans transparence, sans responsabilité et sans possibilité de contestation.

Enfin, il y a le risque de dépendance excessive à l'IA. Si nous commençons à compter sur l'IA pour tout, de la conduite de nos voitures à la gestion de nos finances, nous pourrions perdre des compétences essentielles et devenir trop dépendants de ces systèmes.

Ces dangers ne sont pas inévitables. Avec une réglementation appropriée, une conception éthique et une utilisation responsable, nous pouvons minimiser ces risques et maximiser les avantages de l'IA. Il est crucial que nous continuions à avoir des discussions ouvertes et éclairées sur ces questions. L'utilisation de l'IA doit être encadrée par des réglementations éthiques et légales pour éviter les abus et garantir le respect des droits de l'homme. Par exemple, il est crucial de veiller à ce que ces technologies ne soient pas utilisées pour la surveillance de masse, la manipulation comportementale ou d'autres formes d'abus.

“ **L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE PEUT-ELLE AVOIR DE L'HUMOUR ?**

...Internal Service Error... ■



LEOO : PROMOUVOIR L'EXCEPTIONNEL SAVOIR-FAIRE DES ENTREPRISES FRANÇAISES

vous emmener vers un ailleurs inattendu

Les Entreprises de l'Optique Ophtalmique (LEOO), le syndicat des fabricants français, dresse un bilan positif de l'année écoulée et pose les bases d'un programme d'actions dynamique pour 2024. Avec pour ambition de promouvoir dans le monde entier, mais aussi auprès de tous les opticiens de France, l'exceptionnel savoir-faire à la française en matière d'optique-lunetterie.



Pour Sandra Timon, Présidente de LEEO (Les Entreprises de l'Optique Ophtalmique), « L'année 2023 a été marquée par la mise en place de nouveaux projets pour promouvoir le savoir-faire de nos membres : la journée nationale "Manufacture Tours" et un Pavillon d'entreprises françaises à Singapour. Ces opérations seront reconduites en 2024 avec l'ambition d'en faire des rendez-vous annuels. 2024 s'annonce comme une année pleine d'opportunités pour LEEOO, et je sais pouvoir compter sur la pleine participation et l'engagement de chacun de nos membres dans cette aventure collective pour promouvoir la filière française. Rappelons que LEEOO demeure résolument au service de ses membres, œuvrant sans relâche pour fournir un soutien continu de croissance et défendre notre patrimoine industriel. »

Le premier semestre 2024 sera marqué par deux actions majeures pour soutenir le développement des entreprises françaises à l'export :

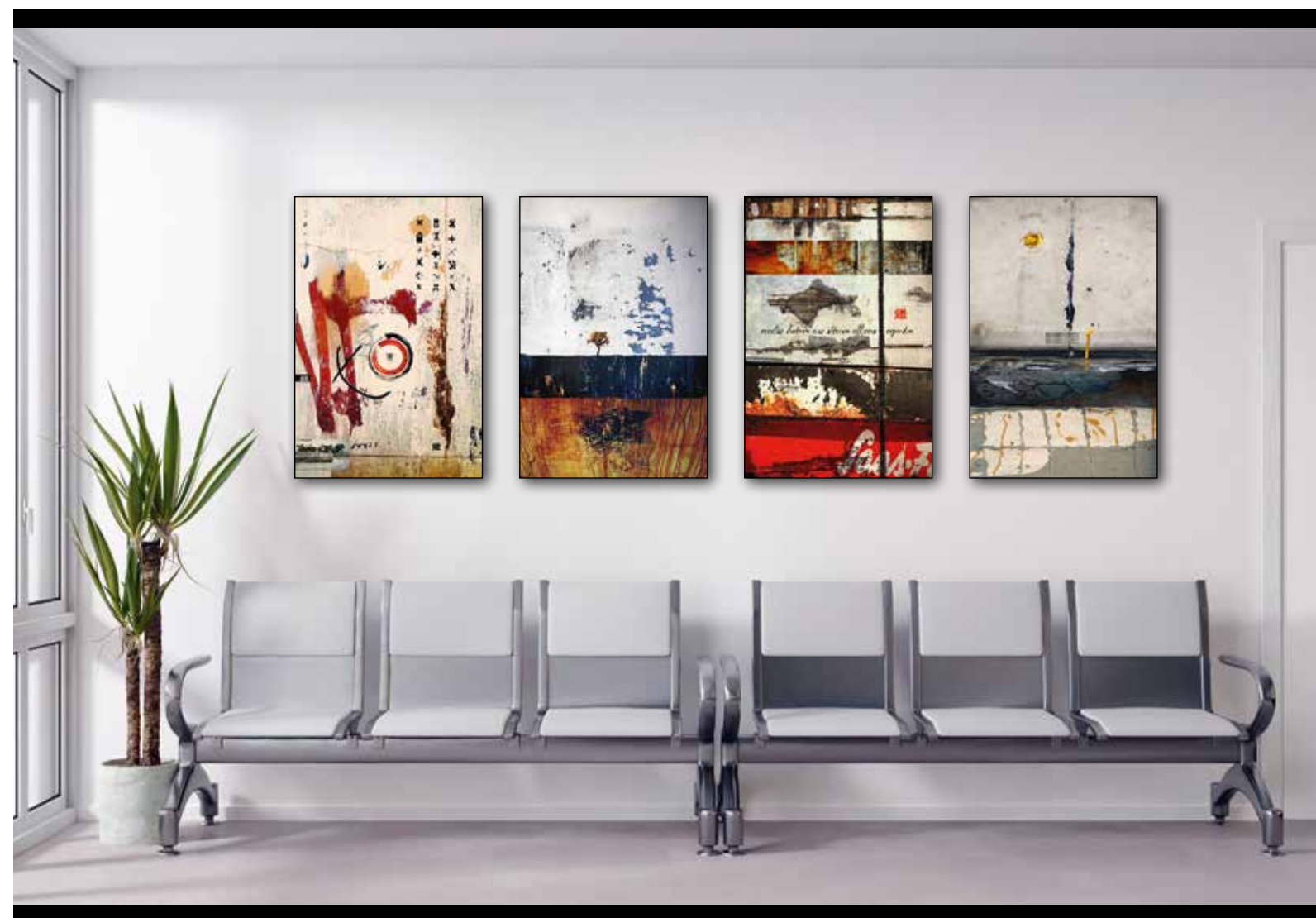
- Un Pavillon sur le salon Vision Expo East à New York en mars.
- Un Pavillon sur la 2^e édition du salon SILMO Singapour en avril.

MANUFACTURE TOURS : QUAND L'INDUSTRIE OUVRE SES PORTES AUX OPTICIENS

Le 3 juin 2024, la seconde édition de la journée nationale « Manufacture Tours » offrira aux opticiens une plongée dans les coulisses de la fabrication des verres et des montures de lunettes à travers des visites d'usines. Cette opportunité unique permettra aux professionnels de redécouvrir leur patrimoine industriel et artisanal, tout en favorisant l'échange de connaissances et la promotion de l'excellence de la filière.

Le deuxième semestre de 2024 promet d'être tout aussi riche de projets, avec des Pavillons sur les salons Vision Plus Dubaï en octobre et Silmo Istanbul en novembre. D'autres actions de soutien à l'export sont à l'étude et seront discutées avec les membres du syndicat lors de l'Assemblée générale de LEEOO le 11 juin 2024 à Paris. ■

+ www.le2o.org



Format standard (60 x 90 cm) ou sur-mesure, les œuvres de JEAN CHRISTIAN apporteront un cachet novateur à tous vos magasins, bureaux et halls d'accueil.

— L'ART CONTEMPORAIN EST 100% DÉFISCALISABLE POUR LES ENTREPRISES —



jean-christian.fr

[jean_christian.art](https://www.instagram.com/jean_christian.art)

RSE : MOREL S'ENGAGE



34

35

Située en plein cœur du somptueux Parc Naturel du Haut-Jura, la Maison Morel s'est pleinement engagée dans la voie de la RSE. Un engagement... naturel, devant la beauté, mais aussi la fragilité des écosystèmes qui l'entourent. Vivre, produire, habiter : non plus en état d'insouciance mais en citoyen du monde vivant, conscient des responsabilités qui incombent désormais à l'humain.

photos © Morel

Lunetier français depuis 1880, voilà plus de 140 ans que la Maison MOREL est installée au cœur du Parc Naturel du Haut-Jura. Un lien privilégié avec un environnement naturel grandiose qui incite au respect et à l'engagement quotidien en faveur de sa préservation.

LA CONSCIENCE D'UN LIEN VITAL

La conscience de ce lien vital avec les mondes naturels est le préalable à toute démarche de préservation écologique. Il faut avoir ainsi senti la vibration du vivant pour savoir tout ce qu'on lui doit. Le discours ne suffit pas ; il y faut cet émerveillement premier.

C'est donc pleinement consciente de ses responsabilités qu'en tant qu'acteur majeur de l'industrie la Maison Morel s'est particulièrement investie dans la recherche de solutions durables.

Progressivement, cette sensibilité écoresponsable a poussé l'industriel à faire évoluer sa vision stratégique. Afin de trouver le juste équilibre entre sa passion créative

pour la lunetterie internationale et son désir d'agir, localement mais aussi sur le plan plus global, en faveur du monde qui l'entoure.

C'est ainsi que la Maison Morel a bâti sa stratégie d'écoresponsabilité qui repose sur trois piliers fondamentaux : Produit, Environnemental et Sociétal. Chacun de ces piliers est interconnecté aux autres afin de parvenir à un modèle cohérent et durable. Toutes les actions concrètes mises en place témoignent non seulement d'une volonté d'agir mais aussi de servir d'exemple afin de responsabiliser toujours plus la filière toute entière.

LES RÉSULTATS POUR L'ANNÉE 2023 SONT ÉLOQUENTS :

1. Produits :

- 2 millions de sachets en plastique entièrement biodégradables.
- 100 % des montures réparables au sein du département SAV.
- 100 % des verres de démonstrations recyclés.

2. Environnement :

- Installation de 390 ombrières photovoltaïques.
- Plantation de 8520 arbres via le mécénat avec l'association *Plantons pour l'Avenir*.
- Production de 550 pots de miel sur site issue de 19 ruches.

3. Société :

- 4500 euros reversés en faveur de la lutte contre le cancer du sein.
- 100 % du personnel a bénéficié d'au moins une formation.
- 3 alternants embauchés en CDI.

« Notre chemin vers une entreprise engagée, respectueuse de l'environnement et des individus est encore long. De nombreux défis persistent, mais nous sommes résolu à avancer avec transparence et détermination. Ce bilan reflète le chemin parcouru, mais surtout, la fierté des résultats obtenus grâce au travail de tous », a notamment déclaré Yannick Jacob, Responsable RSE de la Maison Morel. ■

+ www.morel-france.com

FOLIES DOUCES

Réchauffement climatique : le chapeau revient en force mettre de l'ombre sur nos étés. Et même sur nos intersaisons. C'est peut-être un détail pour vous : mais déjà certains opticiens, en boutique, font jouer lunettes et chapeaux, chapeaux et lunettes. Des solaires, mais pas que.

LA HAUSSE CONTINUE DES TEMPÉRATURES EST EN TRAIN DE RECONFIGURER LES GARDE-ROBES

Eh oui vous avez bien lu : la hausse continue des températures est en train de reconfigurer les garde-robes. Chaque année qui passe est plus chaude que la précédente. À présent, du sportif au simple promeneur, et surtout les enfants pour qui c'est un impératif de santé, tout le monde en veut, des solaires ! Mais pas n'importe lesquelles. Des solaires de style, des solaires de bonne qualité, voire haut de gamme, bref celles qu'on trouve chez l'opticien : avec tout le conseil nécessaire. Ce serait trop bête de passer à côté...

Chapeau, lunettes. Les designers vont devoir revoir leur copie. Le haut de la silhouette se transforme. Les formes extralarges ne passent plus sous les rebords en paille. Il va falloir trouver autre chose pour que la conjonction se fasse avec style, pétillance et confort.

Lunettes-chapeaux ? Chapeaux à lunettes ? Dans cette mutation l'imagination gagne à tous les coups. De nouvelles folies douces en perspective. ● ● ●



I-MAN
www.imagine98.it



CLÉMENCE & MARGAUX
www.lunettes-cco.fr



KARL LAGERFELD
www.marchon.com



CLÉMENCE & MARGAUX
www.lunettes-cco.fr



NEUBAU
www.neubau-eyewear.com



NEUBAU
www.neubau-eyewear.com



KOMONO
+www.komono.com



EMMANUELLE KHANH
+www.ek.fr

BALENCIAGA
www.keringeyewear.com



KOMONO
www.komono.com



GÖTTI SWITZERLAND
+www.gotti.ch



MONTBLANC
+www.keringeyewear.com



CHLOÉ
www.keringeyewear.com +



EMMANUELLE KHANH
www.ek.fr



ANDY WOLF
www.andy-wolf.com +



MIC - MADE IN CADORE
www.imagine98.it



CAROLINE ABRAM
www.carolineabram.com +



CAROLINE ABRAM
www.carolineabram.com



EMMANUELLE KHANH
www.ek.fr



SNOB MILANO
www.variation-design.fr



SNOB MILANO
www.variation-design.fr



EMPORIO ARMANI
www.essilorluxottica.com



SILHOUETTE
www.silhouette.com



EMMANUELLE KHANH
www.ek.fr

photos © James Tennessee Brandt



JULBO
+www.julbo.com



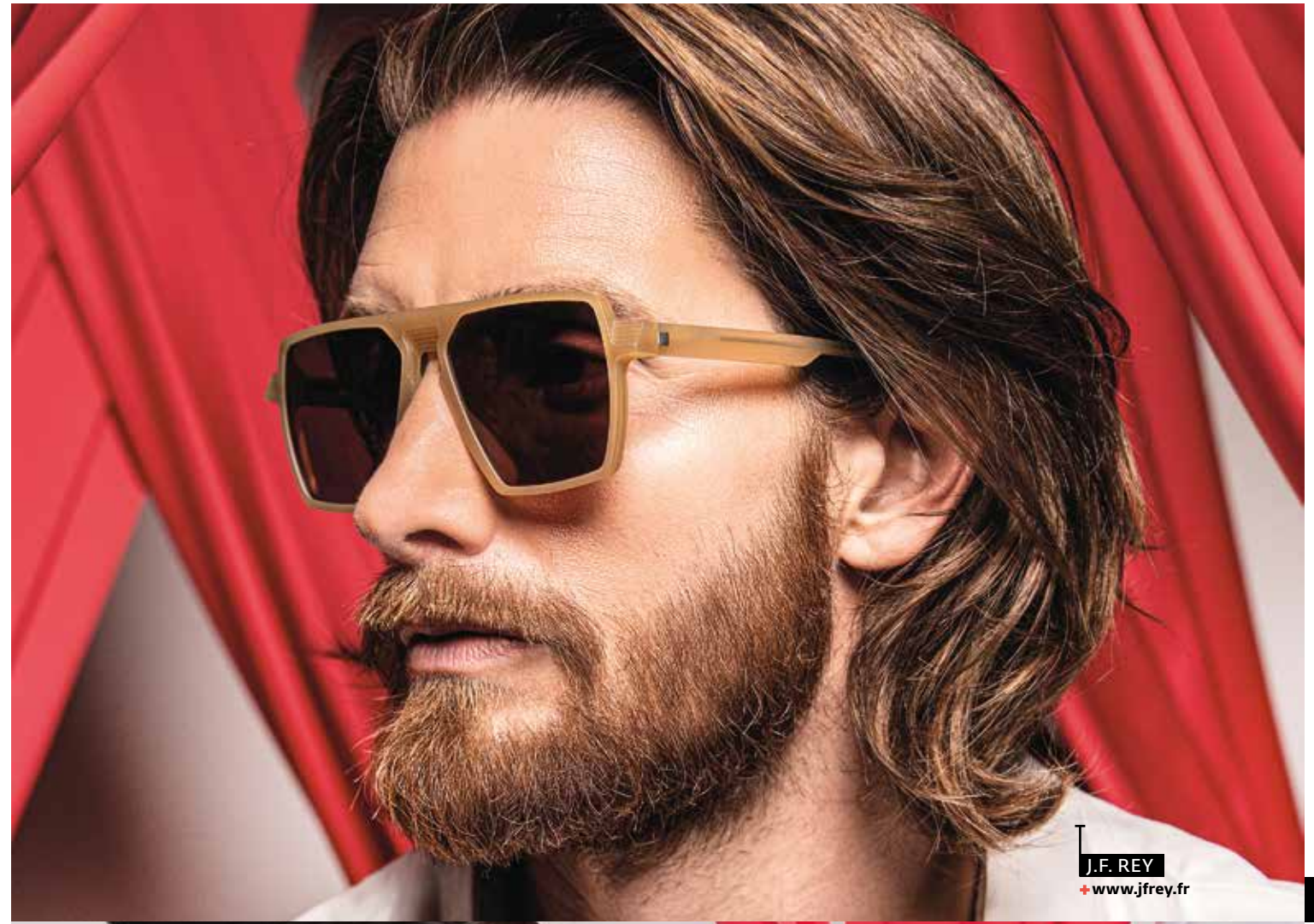
SILHOUETTE
+www.silhouette.com



VOGUE
www.essilorluxottica.com+



PAUL SMITH
+www.marchon.com



J.F. REY
+www.jfrey.fr



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

Théâtre

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE

■ Oh Capitaine, mon Capitaine... Cette réplique du *Cercle des Poètes Disparus* résonne toujours. Pour la première fois en France, le Théâtre Antoine adapte le film, avec dans le rôle du magnétique John Keating, Stéphane Freiss. Ce professeur charismatique et iconoclaste inspire ses jeunes élèves s'ouvrant à la vie, loin du carcan des conventions qu'incarne leur établissement. Histoire émouvante et contemporaine, la pièce célèbre l'amitié, l'émancipation, la transmission au moment où se dessinent personnalités et destins. Un cri à la vie ! Un cri à la Liberté ! Carpe Diem ! Carpe Diem !

Réservations

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

Billetterie payante au 01 42 08 77 71
et www.theatre-antoine.com

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

Théâtre

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE

■ C'est pas parce qu'on frappe à votre porte que vous devez l'ouvrir. Au contraire. Il faut réfléchir avant d'ouvrir sa porte. Fabien ouvre toujours sa porte à ses amis. Éric et Jérôme, sont deux frères jumeaux qui se cachent beaucoup trop de choses. La vie de Fabien se complique énormément quand les jumeaux lui confient leurs pires secrets l'un sur l'autre. C'est une avalanche de révélations catastrophiques, qui transforment cette journée en cauchemar... Pour le plus grand malheur de Fabien, et donc, notre plus grand plaisir de spectateurs. - Tu sais comme une super bonne idée, en théorie, peut devenir une vraie catastrophe au moment de la mise en pratique ? Bon, ben là : catastrophe.

Réservations

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

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

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

Théâtre

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE

■ Le Vertige raconte l'histoire de quatre amis d'enfance à un moment tout à fait particulier de leur existence : Tom, un trentenaire à qui tout a toujours réussi vient d'avoir un bébé. Et ce bébé est moche. Enfin, il est moche selon ses amis. Lisa, Marc et Benjamin vont-ils lui dire ce qu'ils pensent ? Doivent-ils lui dire ce qu'ils pensent vraiment ? Cet élément déclencheur ébranlera les piliers d'une amitié d'enfance, de ses petits mensonges, de ses petits non-dits qui lui ont servi de lien au fil des années. Si Benjamin est véritablement pris de vertige, nous découvrirons qu'il est loin d'être le seul qui a peur de tomber. Et que finalement, chacun s'accroche comme il peut.

Réservations

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

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

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

49

> ANNONCES

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

CLM Éditeurs

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

www.edition-optique.fr

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

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

e-letter

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

> AGENDA

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



OPTI	12 au 14 janvier 2024	Munich – Allemagne	+ www.opti.de/en
MIDO	3 au 5 février 2024	Milan – Italie	+ www.mido.com
MIOF	22 au 24 février 2024	Moscou – Russie	+ https://eng.optica-expo.ru
100% OPTICAL	24 au 26 février 2024	Londres – Royaume-Uni	+ www.100percentoptical.com
SIOF	11 au 13 mars 2024	Shanghai – Chine	+ www.siof.cn
VISION EXPO EAST	15 au 17 mars 2024	New York – États-Unis	+ https://east.visionexpo.com
ABIOPTICA	10 au 13 avril 2024	São Paulo – Brésil	+ www.expoopticabrasil.com
WARSAW OPTI EXPO	11 au 13 avril 2024	Varsovie – Pologne	+ https://warsawoptiexpo.com/en
SILMO SINGAPORE	24 au 26 avril 2024	Singapour	+ https://silmosingapore.com/

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

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

1

Plus de 100 ans
d'expertise et
d'innovation.

2

Formation
continue pour
nos franchisés.

3

Aucun droit
d'entrée et pas
de redevance de
marque en année 1.

4

Une centrale
d'achat performante.

5

Une nouvelle communication
audacieuse (TV, magasins,
digital & réseaux sociaux).

LISSAC

L'opticien qui change la vue.

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



Découvrez plus de
100 opportunités
d'ouvertures de
magasins.

3 bonnes raisons de nous rejoindre cette année

KrysTM

- **Notoriété de 86 %** auprès des consommateurs⁽¹⁾
- Le cap des **1000 magasins Krys** franchit en 2022⁽²⁾
- **Leader** en développement avec 130 ouvertures de magasins en 2 ans⁽³⁾

REJOIGNEZ VITE LE GROUPE LEADER :

01 41 91 53 32

contact.developpement@krys-group.com

La confiance vous va si bien

**KRYS
GROUP** 

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

KRYS COOPÉRATIVE D'OPTICIENS⁽⁴⁾, FABRIQUE ELLE-MÊME SES VERRES EN FRANCE

(1) Étude barométrique Research Now - Juin 2021. (2) Krys Cap3000 à Saint-Laurent-du-Var (06), ouvert le 16/09/2022. (3) Nombre d'ouvertures de magasins sur l'ensemble du réseau KRYS GROUP en 2021 et 2022. (4) Groupement coopératif KRYS GROUP. Modèle porté : ML2208 314 / 99€. Crédit photo : Valérie Archeno. KGS RCS Versailles 421 390 188.