

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

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

N°267 ■ SEPTEMBRE 2024



M **MOLESKINE**
EYEWEAR COLLECTION

Varilux® XR series™

Varilux®
1^{re} marque de verres
progressifs
au monde*

Varilux® XR series™, Le verre progressif personnalisé pour vous**

Conçu avec l'intelligence artificielle
Netteté instantanée même en mouvement***



*Euromonitor International, données 2023. Valeur marchande dans la catégorie des verres optiques. La marque représente les verres progressifs.
Les verres Varilux® XR track et pro intègrent notamment le comportement de vision de près du porteur, une mesure brevetée prise en magasin par un opticien formé par Essilor (le statut du brevet dépend du pays). *Essilor International-Varilux® XR series™ -Etude consommateurs test au porté- Eurosyn - 2022 - France (n=73 porteurs de verres progressifs). Image à titre purement illustrative. Les verres optiques Varilux® sont des produits de santé réglementés qui portent au titre de cette réglementation, le marquage CE. Ils doivent être montés dans des montures optiques par des opticiens qualifiés. Consultez votre opticien ou votre ophtalmologiste pour plus d'informations. ©Essilor International- SAS au capital de 277 845 100 € - 147 rue de Paris 94220 Charenton-le-Pont - RCS Créteil 439 769 654 - Octobre 2024 - Essilor®, Varilux® et Varilux® XR Series™, sont des marques commerciales d'Essilor International.

DEVENEZ LEADER

ACCÉLÉREZ VOTRE DÉVELOPPEMENT LOCAL AVEC ATOL



ATOL
MON OPTICIEN



ATOL
AUDITION



ATOL
ACCESS

3 enseignes complémentaires
pour entreprendre dans
l'esprit coopératif et couvrir
tous les besoins de vos clients.

Scannez et
rejoignez-nous !



Contactez Valérie Lefevre : 01 74 34 51 54

ATOL
BIEN VOIR. BIEN ÊTRE.

Jean-Pierre
Directeur du
Développement

LUZ VOTRE BUSINESS PARTENAIRE

RDV
AU SILMO
HALL 6
STAND L119

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

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

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

Rendez-vous sur [LUZ.fr](https://www.luz.fr) pour découvrir notre méthode

Diagnostic
360°



Analyses
du marché



Tableaux
de bord



Business Partenaire
des Opticiens Indépendants

L'Essentiel de l'Optique

Noao Media
23 rue du Départ
BP 37
75014 Paris

Rédaction en chef

Gérard Larnac
06 70 98 22 31
gerard.larnac@gmail.com

Publicité

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

Administration

Petites annonces
Noao Media
23 rue du Départ
BP 37
75014 Paris

Directeur Artistique

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

Impression

Exaprint
451 rue de la mourre
34130 Maugeio
France

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
Noao Media

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°267

SEPTEMBRE 2024

06

LA TRIBUNE

Les OCAM vont-elles réussir là où la filière a échoué

08

LE POINT DU MOIS

L'optique en grand débat

10

LE POINT DU MOIS

Transversalité

12

LE POINT DU MOIS

SNOF : le point sur les délais ophtalmo

14

FILIÈRE

Manufacture Tour 2024 : 600 visites !

16

SANTÉ VISUELLE

Vision des enfants sur écran : la cote d'alerte a été franchie

18

DISTRIBUTION

LUZ nomme un Directeur général pour conforter son leadership

22

OCAM

Erreur, abus et fraude : Itelis passe à l'offensive

24

MOBILES

Les Opticiens Mobiles rachètent Les Opticiens à Domiciles

25

ABONNEMENT

L'Essentiel chez vous

26

PORTRAIT

Jean-François Porte : « Avancer ensemble »

28

ÉVÈNEMENT

L'ASNAV : 70 ans au service de la filière optique

30

SOCIÉTÉ

Un pays en demande de sérénité

32

REMARQUÉ

Les Triplés

34

CONTOURS DE LA MODE

Silmo 2024 : la rentrée en beauté



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

LES OCAM VONT-ELLES RÉUSSIR LÀ OÙ LA FILIÈRE A ÉCHOUÉ



© Ewato

“ Vingt ans après la mise en place des premières plateformes, les OCAM doivent affronter deux horribles vérités : les réseaux, contrairement à leur objectif premier, n’ont pas mis fin à la fraude ; la baisse des prix en optique a une limite, celle de la qualité, sachant que dans leur grande majorité les contrats responsables sont choisis en fonction des prestations précisément en ce domaine. Il faut donc savoir jusqu’où ne pas baisser trop loin. Équilibre subtil.

Il y avait donc nécessité pour les assurances en santé d’inventer de nouvelles stratégies. La première à sortir véritablement du bois est la plateforme Itelis. Avec trois angles d’attaque : traquer les opticiens indécents, favoriser le dépistage et la sensibilisation en milieu professionnel, et mieux orienter le public dans un parcours parfois long et complexe.

Depuis six ans, Itelis travaille sur le sujet : en l’absence de toute initiative de la filière elle-même, elle a mis en place *IT Control*, un dispositif de contrôles qui permet de limiter significativement le risque d’abus

tarifaire, de fraudes et de simples erreurs, que l’opticien appartienne ou non au réseau de professionnels de santé partenaires. Avec quels résultats ? Une baisse de prix de 105 euros en moyenne dans 20% des cas et des dépenses inutiles évitées dans 3,5% des cas (pour un montant moyen de 300 euros). Loin d’être négligeable.

Même si ce dernier pourcentage montre que globalement les abus se situent dans des proportions très inférieures à bien des professions.

Avec l’aide de la Data Science et de l’Intelligence artificielle, Itelis a développé des algorithmes permettant de détecter différents types d’erreurs ou d’anomalies. Une cellule anti-fraude a été mise sur pied, mobilisant dix experts et quatre data-scientists.

Après s’être ainsi assuré de la parfaite confiance que le public peut avoir vis-à-vis des professionnels, Itelis va plus loin en portant son attention là où les gens se trouvent pour des actions de sensibilisation et de dépistage : sur leur lieux de travail. Le monde du travail est de plus en plus favorable à ce type de démarche,

que ce soit dans l’objectif de promouvoir le bien-être au travail, lutter contre l’absentéisme ou l’accidentologie, ou encore dans le cadre de la démarche RSE.

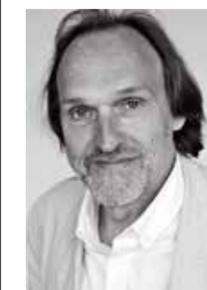
Itelis n’en reste pas là. La plateforme veut aider l’assuré à organiser son parcours en santé visuelle ainsi que son planning, par une bonne connaissance des différents acteurs et de leur disponibilité.

Enfin elle poursuit le déploiement d’un service d’opticien à domicile en partenariat avec Optical Center, parfaitement en phase avec la réalité démographique et sanitaire d’un pays vieillissant dans lequel de nombreux individus sont frappés par une perte d’autonomie.

Il sera intéressant d’observer dans les mois qui viennent le déploiement de ces différents services visuels ; mais plus encore par cette nouvelle orientation prise par le monde de l’assurance. Celui-ci ne peut se développer que par une bonne concertation et une bonne coordination avec les différents acteurs. S’il s’avère que les OCAM assument enfin un rôle actif dans la démarche de santé visuelle et prennent toute leur place en tant que 4° “O”, comme ces expérimentations semblent le démontrer, il y a fort à parier que c’est la vue

“
**LES OCAM
SERONT-ELLES
VOUÉES À DEVENIR
LE 4° “O” ?**

DISPARITION D’ANDRÉ CLADY



C’est avec beaucoup de tristesse que nous avons appris la disparition d’**André Clady** le 13 juin dernier. Grand professionnel (il avait rejoint le Groupe LUZ en 1989 jusqu’en 2013, au poste de Directeur commercial), il mettait sa prodigieuse énergie et son humour au service d’une générosité qui a marqué tous ceux qui l’ont connu. C’était un Ami. À sa famille, à ses proches, à

ses collègues, *L’Essentiel de l’Optique* et moi-même présentons nos plus sincères condoléances. ■

des Français qui s’en trouvera grandement améliorée. Mieux vaut rembourser une petite amétropie qu’un accident grave dû au mal voir. ♡♡

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

L'OPTIQUE EN GRAND DÉBAT

En cette rentrée 2024, veille de SILMO, où en est l'optique ? En proposant un dossier à entrées multiples, L'Essentiel de l'Optique vous propose d'écouter l'ensemble des acteurs de la chaîne de prise en soin. Des fondamentaux robustes, mais une mue organisationnelle qui reste à accomplir.



Le Grand Débat de la filière optique, avec à la gauche du présentateur Jean-François Porte (Président du ROF), Mélanie Ordines (Présidente du SNAO) et à sa droite Vincent Dedes (Président du SNOF) et Hugues Verdier-Davioud (FNOF).



Le Grand Débat de la filière optique, avec à la gauche du présentateur Gonzague Facon (Directeur médical Point Vision), Prune Marre (Directrice générale Essilor-France) et à sa droite Vincent Perrin (Directeur général Johnson & Johnson).

Colère, fatigue, inquiétude, ressentiment, lassitude : la crise politique ouverte par les conséquences nationales de l'élection européenne, avec le choix de la dissolution et l'instabilité qu'il fait naître, va peser sur un climat déjà lourd. Plus que jamais, il convient de rester vigilants quant aux effets de contexte si l'on veut comprendre où va le marché.

Dans la tempête, des repères clairs sont nécessaires. Fort heureusement, *Le Grand Débat*, webinaire du 4 juin dernier portant sur la filière visuelle, en présence de ses plus éminents représentants, est venu apporter un éclairage important, à même de rassurer sur la solidité des fondamentaux.

D'abord souligner le niveau d'innovation sur lequel s'appuie la filière. C'est ainsi que le Pr Laurent Kodjikian a rappelé que l'ophtalmologie était la spécialité qui a le plus innové au cours de ces dernières années, notamment en divisant par deux les cas de cécité. « Une vraie révolution ! », se félicite-t-il, d'autant que les progrès de la recherche sont prometteurs : thérapies géniques et thérapies cellulaires laissent entrevoir la possibilité d'une réelle restauration de la vision. Les formations dispensées à l'internat se font sur simulateur, augmentant le niveau d'expertise. Raison pour laquelle l'ophtalmologie reste aujourd'hui la spécialité la plus demandée par les étudiants en médecine : « C'est une discipline très innovante, très technique, mais également très humaine, dans laquelle les besoins sont en constante augmentation ; nous aurons donc de plus en plus besoin d'opticiens qui sont très compétents, que ce soit sous forme de travail aidé en cabinet ou sous protocole de délégation. » Une relation

que, toujours d'après le Pr Kodjikian, l'IA est vouée à enrichir et développer.

Prune Marre, Directrice générale d'Essilor France, a rappelé pour sa part ce qui fait l'excellence de la filière : « Nous disposons en France d'un excellent suivi grâce au parcours médicalisé des trois "O". Grâce à la participation financière des complémentaires, 70% des presbytes sont équipés de verres progressifs. Cela nous permet d'investir et d'innover en France. C'est ainsi que nous disposons du premier centre de recherche au monde, à Créteil, avec plus de 300 chercheurs. » Essilor pèse ainsi pour 70% du budget R&D de l'optique mondiale. Depuis le 1^{er} mars le « laboratoire d'excellence » de Wissous (91) est

“

OPTICIENS : UN NIVEAU DE COMPÉTENCE RECONNU DE TOUS

”

opérationnel. Il regroupe l'activité des sites d'Antony, du Mans, de Vaulx-en-Velin, de Châlons-en-Champagne et de Toulouse, soit près de 300 salariés. La proximité d'Orly permet au Groupe une plus grande fluidité au niveau des acheminements. Prune Marre a également insisté sur la nécessité de se saisir de la myopie « malade » et des techniques de freination : l'occasion

pour la filière d'une mobilisation générale, dans le cadre de protocoles de suivi. C'est en effet un cap qui est franchi : comme l'a rappelé Vincent Perrin, directeur général chez Johnson & Johnson, « avec l'épidémie de myopie, nous passons d'un enjeu de santé visuelle à un enjeu de santé publique. »

Au niveau syndical, le paysage a été entièrement renouvelé avec des présidences fraîchement élues : trois ans pour Mélanie Ordines, présidente du SNAO (Syndicat National Autonome des Orthoptistes), un an pour Hugues Verdier-Davioud, président de la FNOF (Fédération Nationale des Opticiens de France), six

mois pour Vincent Dedes, président du SNOF (Syndicat National des Ophtalmologistes de France) et quelques jours à peine pour Jean-François Porte, président du ROF (Rassemblement des Opticiens de France), au moment du débat. Ce renouvellement n'est pas anodin, au moment où il est question de bâtir un véritable écosystème de prise en soin, où il devient nécessaire d'inventer de nouveaux protocoles et de nouveaux fléchages au rythme des innovations techniques et des évolutions des besoins. Et pour cela, il faudra bien passer de la délégation à la coordination. Un nouveau paradigme.

Dans un contexte où pour l'ophtalmologie le pic des départs en retraite est passé, où l'on assiste à la réduction drastique des délais médians (moins 70% en sept ans d'après le président du SNOF), avec le développement du travail aidé, des cabinets multiples, des centres d'ophtalmologie (même si le SNOF a déjà fait fermer 50 établissements, avec une centaine d'autres dans le collimateur) et des délégations de tâches, il reste tout de même 20% des Français qui pâtissent des déserts médicaux : « Il faut mettre en place une politique de "l'aller vers" afin d'améliorer l'accès de ces populations », indique le nouveau président du SNOF.

Ces évolutions ont pour l'instant grandement profitées aux orthoptistes. Même si celles-ci sont passées progressivement d'une profession libérale à une profession de salariées employées dans les cabinets d'ophtalmologie, elles ont su tirer leur épingle du jeu : bilans visuels, dépistage, prévention, accès direct... le combat syndical a porté ses fruits et la profession a acquis la confiance des différents acteurs du soin. Pour autant, si elle reconnaît que la coopération est la voie d'avenir, Mélanie Ordines

reste prudente sur l'afflux d'opticiens en reconversion au sein de sa profession : ils représenteraient aujourd'hui 50% des nouveaux entrants ! « Nous avons un problème avec les opticiens. Pourquoi ce métier n'attire plus ? », demande la présidente du SNAO. Quant à un tronc commun au niveau de la formation entre orthoptistes et opticiens, elle n'en voit pas l'intérêt.

« Je ne vois pas d'inconvénient à ce que 30% des opticiens aillent travailler dans un cabinet d'ophtalmologie, estime pour sa part Jean-François Porte. Mais la revalorisation de notre métier est un véritable enjeu, notamment auprès des jeunes. » Ce que confirme Hugues Verdier-Davioud : « Nous sommes coincés dans un BTS paramédical, dont le niveau en math et physique est trop élevé pour les 50 ou 60% d'étudiants issus de Bac pro. Cela fait vingt ans que l'on attend de revenir aux accord de Bologne et d'entrer dans le système LMD, en mettant l'accent sur la capacité de l'opticien à travailler avec les autres professionnels du soin. »

Après avoir longtemps bloqué toute évolution en matière de formation de l'opticien, les ophtalmologistes nouvelle génération, davantage tournés vers la chirurgie, sont-ils prêts à déployer autrement le parcours de santé visuelle en acceptant le principe de coordination ? Car comme le rappelle plaisamment le président de la FNOF, « la France ne connaît pas de "désert opticien" ! » La main tendue par l'optique, Vincent Dedes s'est dit prêt à la saisir, à condition de mettre un terme aux dérives, achats d'ordonnances et autres fraudes. ROF et FNOF comptent sur le principe de *blockchain* pour apporter bientôt une solution définitive au problème. Où l'on reparle aussi de Code de déontologie. La réflexion est ouverte. ■

“
LA FRANCE NE CONNAÎT PAS DE DÉSERT OPTICIEN
”



TRANSVERSALITÉ

Aujourd'hui, l'acte isolé n'existe plus. Tout ce que nous faisons ne prend son sens qu'en corrélation avec l'ensemble des autres actes qui lui sont associés. Même la délivrance simple d'équipement d'optique s'inscrit dans un plan plus large de prise en charge et de suivi. Dans le monde hautement interactif où nous sommes entrés, la vérité d'un sujet échappe au sujet ; et l'optique n'est plus dans l'optique mais dans tous les sujets auxquels elle se trouve coordonnée : santé, sécurité, efficacité, productivité, sociabilité, confort, plaisir, soin de soi et même... lutte contre les maladies neurodégénératives. Autant de sujets partagés par d'autres experts auxquels il va falloir se coordonner, pour plus de services rendus à la personne.

Les opticiens qui pratiquent la basse-vision le savent mieux que les autres : autour du patient, c'est toute une équipe pluridisciplinaire qui se met en place, avec un très fort accent mis sur l'accompagnement psychologique.

Il faut alors se confronter à des expertises nouvelles : régler des lunettes-caméras 3D, comprendre l'apport du langage haptique et comment une ceinture lombaire est désormais capable de reproduire tactilement des images de l'environnement, etc. Autant de sujets ignorés dans le cadre du BTS.OL. La formation à d'autres disciplines est donc au cœur de ces évolutions.

L'évolution majeure de la profession, c'est l'intégration de l'opticien au sein de collectifs larges et multidisciplinaires travaillant en parfaite coordination autour du patient. Des psychologues, des kinésithé-

rapeutes, des ergonomes, des médecins pédiatriques, des médecins gériatriques, des soignants, des aidants, des sociologues, des neurologues, des experts de l'IA...

Par chance l'opticien a déjà l'habitude de travailler en équipe avec les ophtalmologistes, les orthoptistes, les médecins généralistes... Il est déjà un passage privilégié pour obtenir des rendez-vous plus rapidement pour leur clientèle (il gagnerait d'ailleurs à le faire davantage savoir). Même si la profession doit encore s'attacher à passer de façon négociée, au cas par cas, d'une simple délégation de tâche à une véritable coordination opérationnelle. Ce mouvement général vers un fonctionnement en écosystème devrait y aider grandement. Car tel est l'horizon général.

Quelle différence entre délégation et coordination ? La délégation de tâche est un acte hiérarchisé, autorisé sur décision de l'ophtalmologiste ; la coordination un acte autonome en pleine responsabilité, intégré dans une stratégie

générale de prise en soin et reposant sur la confiance mutuelle. Il ne s'agit pas de faire n'importe quoi dans son coin, mais de répondre de manière fluide et directe aux besoins les plus immédiats. Car pour ce qui est des corrections simples, contrairement à ce que pensent les ophtalmologistes confrontés aux cas graves, le facteur temps est socialement déterminant : un enfant qui perd trois mois de cours en attendant le rendez-vous chez l'ophtalmologiste a perdu son année, et statistiquement on sait déjà que ses études ne s'en remettront jamais. Le chauffeur de car qui, dans cette latence entre la prise

de conscience du mal voir et la correction finale, conduit avec une acuité insuffisante, prend un risque pour chacun de ses passagers. Problèmes simples, impacts majeurs.

Les syndicats du reste l'ont bien compris. La FNOF travaille notamment sur le référentiel de formation pour y inclure précisément des modules visant à enseigner le

L'AVENIR : DES COLLECTIFS INTERDISCIPLINAIRES

travail en équipes pluridisciplinaires. Une réflexion est en cours sur les métiers émergents en optique, réalité qu'il va falloir intégrer dans ce nouveau référentiel. L'interprofessionnalisation et l'interaction avec tous les autres acteurs sont devenues des sujets essentiels. Mais les nécessaires coordinations devront faire l'objet de compétences nouvelles. Des expérimentations régionales ont déjà été lancées. L'opticien doit impérativement y trouver sa place. Ce qui signifie d'apaiser, de fluidifier et d'harmoniser l'ensemble des relations interprofessionnelles à seule fin de générer plus d'efficacité pour le patient, sans parcours casse-tête ni laissés pour compte. Ce travail gigantesque est en cours, y compris du côté des OCAM (voir notre article sur Itelis). Cela suppose avant tout une grande ouverture d'esprit : une compréhension fine de l'autre, de ses attentes et de ses impératifs ; une prise en compte du contexte général ; de nouvelles compétences communicationnelles et opérationnelles ; un dépassement des limites ordinaires des organisations et des périmètres d'intervention ; une dynamique de créativité et d'initiative. Cette nouvelle configuration est à même de sortir l'opticien de son magasin.

La transversalité est aujourd'hui au cœur des évolutions. ■

HUGUES VERDIER-DAVIOD (FNOF)



« Tous ont compris qu'il s'agissait maintenant d'apaiser les relations pour aller de l'avant, ensemble. J'ai pris conscience que rien ne pourrait avancer dans le "bazar" intersyndical. Donc la Fédération appelle les uns et les autres à se regrouper, à déposer les armes et à travailler sur la base des vrais problèmes. Entre moi, le nouveau président du SNOF et le nouveau président du ROF, on doit réussir à changer d'ère ! À ce propos, je félicite Jean-François pour sa nomination. En tant que vice-président, j'ai déjà eu l'occasion d'échanger avec lui. Il a aujourd'hui les coudées franches et j'espère que nous pourrions continuer de travailler ensemble sur tous ces sujets. Il arrive dans une situation complexe, alors au même titre que je le disais en janvier pour le Dr Dédès, laissons-lui un petit moment pour se saisir de tous les dossiers et souhaitons-lui bon courage. »

Si l'on veut redonner de la concurrence à la filière, il faut supprimer les liens toxiques entre complémentaires et opticiens, mais également entre complémentaires et industriels. Et on peut aussi libérer la prescription de façon à ouvrir le marché, nous auto-réguler en nombre de magasin avant que l'État nous contraigne de force, ou être capable de baisser les prix des équipements et travailler sur d'autres axes de rémunération comme la prestation, en considérant que nous ne sommes pas trop nombreux, mais mal ou sous-utilisés. »

« En l'absence d'encadrement, je reste prudent sur le sujet de la téléconsultation. Toutes ces formes de télé-médecine sont des formes de marchandisation de la prescription. Mais s'il n'y avait pas de besoin, ça ne se développerait pas. Cela signifie que les délais qui sont censés tant baisser chez les ophtalmos ne baissent pas tant que ça et que la voie de la délégation à l'orthoptiste ne fonctionne pas. » ■



SNOF : LE POINT SUR LES DÉLAIS OPHTALMO

A lors que le travail aidé et la coopération inter-professionnelle initiés et déployés par le SNOF ont permis de réduire drastiquement les délais de rendez-vous en ophtalmologie (-70% depuis 2017*), le SNOF poursuit son travail en faveur d'un « accès aux soins visuels sécurisés » quel que soit son lieu de résidence. En effet, certains territoires sont encore en difficulté, notamment dans les communes rurales et urbaines de moins de 20 000 habitants. Le Dr Vincent Dedes, Président du SNOF, dévoilait en juin dernier les mesures complémentaires pour éliminer les zones sous dotées : « Après une stagnation à 71% des ophtalmologistes en travail aidé en 2020 et 2021, le développement de cette pratique a redémarré en 2022 : 78% des ophtalmologistes de l'enquête déclarent être en travail aidé avec un ou plusieurs assistants. En 2024, selon notre enquête annuelle**, 84,7% des ophtalmologistes déclarent exercer en travail aidé avec un ou plusieurs assistants. Une proportion en augmentation de 21 points depuis 2019. Les résultats montrent que des schémas organisationnels pour favoriser l'accès aux soins sont possibles, et les ophtalmologistes ont ouvert la voie à une organisation innovante, efficace et sécurisée. Pour autant, nous devons redoubler d'efforts pour bien flécher le parcours de soins, et faire en sorte que les Français aient bien à un moment donné un point de contact avec un ophtalmologiste. »

Par ailleurs, si le travail aidé augmente dans toutes les classes d'âge, il est notamment quasi-généralisé parmi les moins de 50 ans et est plébiscité par les jeunes ophtalmologistes de moins de 40 ans qui le pratiquent à 97% (94% en 2022).

Présent dans toutes les structures et dans toutes les régions, le travail aidé s'est généralisé dans les cabinets de plus de quatre ophtalmologistes (100%) et pour la première fois, plus de la moitié des ophtalmologistes exerçant seuls sont en travail aidé (65%). Autour des ophtalmologistes, les orthoptistes salariés restent la principale aide : 62% des ophtalmologistes déclarent travailler avec des orthoptistes salariés vs 58% en 2022. Par ailleurs, 29% des répondants collaborent avec des orthoptistes libéraux (29% en 2022).

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE CABINETS « SECONDAIRES »

L'amélioration du maillage territorial est en cours, mais doit être soutenue par des actions concrètes pour accélérer le processus et surtout permettre la continuité des soins par un médecin dans les territoires. Cela commence notamment par savoir où l'on reçoit les soins et qui les donne. C'est pourquoi le SNOF, à l'aide des ophtalmologistes adhérents et des représentants de la profession (Conseil National Professionnel

d'Ophtalmologie et le Collège des Ophtalmologistes Universitaires de France), a souhaité poser une définition claire et précise de ce qu'est un cabinet d'ophtalmologie. Ainsi, 97% des ophtalmologistes interrogés considèrent que pour utiliser le terme de cabinet d'ophtalmologie et proposer des RDV ou des motifs de consultation d'ophtalmologie, plusieurs conditions doivent être réunies :

- La présence d'un ophtalmologiste au minimum deux jours par semaine, ou,
- La présence d'un ophtalmologiste au minimum 40% du temps d'ouverture du cabinet avec une obligation pour l'(ou) les ophtalmologiste(s), le cabinet ou la société médicale de l'ophtalmologiste de pouvoir assurer la continuité des soins à proximité avec une durée de trajet inférieure à 45 minutes ou 45 km.

Cette définition consensuelle sera désormais une référence, à disposition pour le Conseil National de l'Ordre des Médecins, les autorités et les plateformes de prise de RDV en ligne.

Vincent Dedes ajoute : « Nous constatons aujourd'hui encore beaucoup de confusions volontaires ou non entre cabinets d'orthoptie, magasins d'optiques et cabinets avec présence d'un médecin. Malheureusement cette confusion s'accompagne généralement d'une perte de chance pour les patients. C'est pour cette raison que nous avons souhaité qu'une définition précise d'un cabinet d'ophtalmologie soit posée. C'est un devoir d'information que nous devons aux Français, pour mieux les éclairer dans leur parcours de soins. »

GARANTIR L'ÉGALITÉ DEVANT LA SANTÉ VISUELLE

Afin de garantir la possibilité pour tous les Français de voir un médecin spécialiste en présentiel sur son bassin de vie, Dr Vincent Dedes Président, dévoile les propositions du SNOF :

- Accompagner la tendance actuelle du regroupement des ophtalmologistes.
- Lever les freins à l'installation des sites multiples grâce à des aides spécifiques: aide à l'installation, forfait déplacement pour les professionnels de santé, cotations spécifiques, forfait technique pour les petits gestes réalisés au cabinet.
- Faciliter le fonctionnement multimodal de ces cabinets d'ophtalmologie de proximité associant : présence médicale réelle, exercice pluriprofessionnel en équipe (coopération et délégation), télé-médecine pertinente et déontologique, exercice coordonné entre les différents acteurs de la filière visuelle du territoire. ■

Source SNOF, communiqué du 13/06/2024

*Étude SNOF / CSA sur les délais de RDV.

**Enquête annuelle par questionnaire insérée dans le bulletin d'adhésion au SNOF et visant à évaluer l'équipe de soins autour de l'ophtalmologiste sur 1697 ophtalmologistes interrogés entre janvier et mai 2024.

DÉCRET SUR L'AMÉLIORATION DE L'ENCADREMENT DES CENTRES DE SANTÉ

Le nouveau décret n°2024-568 du 20 juin 2024 visant à améliorer l'encadrement des centres de santé, notamment pour les activités dentaires, ophtalmologiques et orthoptiques.

Cette mesure s'inscrit dans le cadre d'une initiative continue pour éradiquer les pratiques non conformes et garantir la sécurité des soins proposés aux patients.



Points clés du Décret :

- Procédures d'Agrément Renforcées : désormais, les centres de santé doivent obtenir un agrément préalable pour exercer des activités d'ophtalmologie et d'orthoptie.
- Certification des Comptes : les centres de santé avec des recettes annuelles supérieures à un certain seuil doivent faire certifier leurs comptes par un commissaire aux comptes.
- Communication Accrue avec les Instances Réglementaires : le décret améliore la communication avec la CPAM, l'ARS et la DGOS concernant les sanctions et fermetures des centres.
- Règles pour les Comités Médicaux : les orthoptistes sont maintenant intégrés dans les comités médicaux pour encadrer les activités de santé et garantir la qualité des soins.
- Barème des Amendes Administratives : un nouveau barème d'amendes administratives, plus dissuasif, a été défini pour sanctionner les manquements aux nouvelles réglementations.

Toutefois, le SNAO a exprimé des réserves quant à la portée du texte, le jugeant insuffisamment audacieux. Malgré les progrès réalisés, des préoccupations demeurent quant à la facilité de réinstallation des centres, à la souplesse des critères d'agrément et à un manque de communication directe et explicite envers les patients. Le SNAO insiste sur la nécessité d'un cadre réglementaire plus strict pour assurer une sécurité optimale des soins tout en les rendant plus accessibles à tous. ■

MANUFACTURE TOUR 2024 : 600 VISITES !

La deuxième édition du *Manufacture Tour* a rencontré un franc succès, avec 600 visites réalisées à travers la France. Créée en 2023 par LEOO, cette journée unique offre aux professionnels de l'optique une immersion dans la fabrication des verres et montures de lunettes, mettant en lumière le savoir-faire et l'excellence des industriels français de l'optique.

Le 3 juin dernier, 30 lunetiers et verriers français ont ouvert leurs portes aux professionnels de l'optique pour la deuxième année consécutive afin de leur faire découvrir toutes les étapes de la conception et de la production des lunettes. Des participants venus de tous horizons, réunis par leur attachement partagé à la qualité des produits optiques et à l'excellence de la fabrication française. Le *Manufacture Tour* a non seulement attiré un grand nombre de visiteurs, mais a également capté l'attention de la presse locale, mettant en valeur les entreprises participantes dans leurs territoires.

Les retours des participants ont été extrêmement positifs : les opticiens ont salué l'organisation et la convivialité de l'événement, avec des témoignages évoquant une journée enrichissante, conviviale et amicale.

DES ENTREPRISES ENGAGÉES

Les participants ont eu l'occasion de découvrir les secrets de fabrication de nombreuses entreprises, réparties comme suit :

- Région parisienne : BBGR, Lafont, Minima, Novacel, Opal-Demetz.
- Lyon : Atelier Lyonnais de Lunetterie, Opal-Demetz.
- Grand Est : BBGR, Clément Lunetier, Essilor, Luceline, Mont-Royal.
- Grand Ouest : BAL créations, PLAN (Naoned), SOLF.
- Bassin d'Oyonnax : Décoracet, Eugenio Cisneros, Gem Optics, Grasset, Lucal, Maurice Piccoli, Modern'Optique, Optisun, Parasite Design, Roussilhe.
- Bassin de Morez : École des MOF, Gouverneur Audigier, Mandrillon, Manufacture Thierry, Morel, Oxibis.

Les fabricants se sont dit ravis d'avoir pu partager leur savoir-faire avec des opticiens curieux et passionnés. Les échanges fructueux de cette journée les incitent à poursuivre et à développer ce concept pour les éditions futures.



Sandra Timon, Présidente de LEOO, conclut : « Nous sommes très contents de cette journée et quand des opticiens nous remercient de cette initiative, on ne peut qu'avoir envie de continuer. Une belle évolution pour cette seconde édition avec des opticiens enthousiastes qui ont fait le déplacement dans des zones plus éloignées que l'année dernière. Des échanges toujours plus enrichissants qui ne peuvent que nous motiver à continuer et à améliorer le concept. » ■

À PROPOS DE LEOO

LEOO, Les Entreprises de l'Optique Ophtalmique, regroupe 95 entreprises françaises qui fabriquent et commercialisent des équipements d'optique tels que des montures et verres de lunettes, des solaires, des lentilles correctrices ou encore du matériel pour opticiens. LEOO est membre du GIFO.

Contact : LEOO - 185, rue de Bercy 75012 - Paris
01 43 46 27 50 - secretariat@lezo.org - www.lezo.org ■

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

Optic 2000

Optic 2000 vous donne
les moyens de vous dépasser :

Un réseau leader

+

Une centrale d'achat
performante

+

Des innovations
commerciales & produits

+

Une forte visibilité
en communication

Tél. France : 01 41 23 76 38

Tél. Suisse : +41 79 552 70 63

Mail : expansion@audioptic.fr

optic2000.com



On va se revoir.

VISION DES ENFANTS SUR ÉCRAN : LA COTE D'ALERTE A ÉTÉ FRANCHIE

On a longtemps prétendu que les écrans ne faisaient que révéler un défaut visuel préexistant. Aujourd'hui, force est de constater que la pratique digitale devenue démesurée entraîne des conséquences visuelles considérables, notamment chez les tout jeunes enfants. Cette fois, on ne pourra pas dire qu'on ne savait pas.

photos © Envato



À l'occasion de sa conférence de presse du 12 juin dernier, le Président de la République a évoqué parmi les axes politiques prioritaires un contrôle des écrans chez les enfants. Il a renouvelé son intention d'encadrer l'usage des écrans à l'école afin de réduire le temps passé des enfants. Un comité d'experts a été nommé pour livrer un rapport sur ce sujet. Remis en mai, ce dernier préconisait des mesures fortes pour limiter l'exposition des plus jeunes aux écrans.

En effet, la surexposition aux écrans peut conduire à certains risques sur la santé. Des addictions chez les adolescents mais aussi une dégradation de la santé visuelle, notamment chez les jeunes enfants chez qui la prévalence des troubles visuels devient préoccupante. En effet, d'après les résultats de l'Observatoire de la vue 2023* réalisé par l'Institut Ipsos pour KRYG GROUP, deux parents sur cinq (41%) déclarent avoir un enfant concerné par un problème de vue. Un indicateur qui s'inscrit dans une tendance à la hausse.

Parmi les autres résultats alarmants, les jeunes enfants (de 3 à 10 ans) sont exposés aux écrans plus de 2h18 par jour en moyenne, soit 10 min de plus qu'en 2022. Un chiffre record avec un temps d'écran quatre fois plus important que celui recommandé par les spécialistes.

En moyenne, les enfants de 3 à 10 ans utilisent près de trois appareils de manière régulière (télévision,

smartphone et tablette) et la tendance est encore plus notable chez les enfants ayant un problème de vue. Bien qu'en très légère baisse cette année, la télévision reste l'écran sur lequel les enfants passent le plus de temps chaque jour (1h16), devant les smartphones (34 min/jour) et les consoles de jeux (33 min/jour). Les moments d'utilisation des différents écrans restent en revanche stables en 2023. En dehors de la télévision, tous les écrans sont davantage utilisés l'après-midi, et bien moins le matin.

“

**ENTRE 3-10 ANS,
2 HEURES
D'EXPOSITION
PAR JOUR !**

”

Longtemps il a été dit que les écrans étaient des révélateurs de défauts visuels. Mais devant l'importance qu'ils ont pris dans les modes de vie, et ce à partir d'un très jeune âge, force est de constater qu'ils interviennent directement dans la survenue de ces amétropies. Le développement

exponentiel de la myopie chez l'enfant a une double conséquence dont il faut tenir compte : vu son ampleur, le phénomène est aujourd'hui considéré comme une épidémie, voire une pandémie. C'est donc le statut même de la myopie qui change, passant du statut d'amétropie à celui de maladie potentiellement cécitante.

Pour l'opticien il s'agit d'un tournant majeur qui renforce sa dimension de professionnel de santé et sa responsabilité, tant au niveau dépistage qu'au niveau traitement, plan de soin et suivi. De leurs côtés certains acteurs sont tentés de faire homologuer leurs produits de freination de la myopie en tant que « médicaments ».

Avec une double conséquence : l'encadrement des prix, mais aussi l'ouverture du produit à son générique. Pour le marché, le sujet est brûlant. ■

*Étude menée par Ipsos du 1^{er} au 14 septembre 2023 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 parents d'enfants scolarisés âgés de 3 à 10 ans.

LES ENFANTS PERDUS DU NUMÉRIQUE :

CE QUE DIT LE RAPPORT « ENFANTS

ET ÉCRANS »

Sous le titre « Enfants et écrans - à la recherche du temps perdu », c'est un rapport très inquiétant qui a été remis par un comité d'experts le 24 avril dernier. Avec une conviction : il faut s'attaquer, pour les interdire, aux conceptions addictogènes et enfermantes de certains services numériques.



« La technologie a aussi la faculté d'être utilisée pour enfermer, aliéner, soumettre les enfants. Après trois mois de travaux, la Commission a acquis la conviction qu'elle devait assumer un discours de vérité pour décrire la réalité de l'hyper connexion subie des enfants et des conséquences pour leur santé, leur développement, leur avenir, pour notre avenir aussi... Celui de notre société, celui de notre civilisation, et peut-être même celui de notre humanité. »

La Commission s'est dite « bousculée » par les constats qu'elle a eus à faire sur les stratégies de captation de l'attention des enfants, où tous les biais cognitifs sont utilisés pour enfermer les enfants sur leurs écrans, les contrôler, les réengager, les monétiser. Elle a été alarmée par certaines représentations, de la femme par exemple, que le numérique hyper amplifie, et par ce qu'il peut imposer aux jeunes filles dans leur vision d'elles-mêmes ou des comportements « attendus » d'elles.

« Préempter ce nouveau marché, dans lequel nos enfants sont devenus la marchandise, est le nouvel axe de développement de quelques sociétés du numérique. Nous voulons leur dire que nous les avons vues et que nous ne pouvons les laisser faire. Face à la marchandisation de nos enfants, la Commission propose de reprendre le contrôle des écrans, pour remettre l'enfant au cœur de notre société et lui permettre de grandir et de se réaliser en toute liberté. » ■

LUZ NOMME UN DIRECTEUR GÉNÉRAL POUR CONFORTER SON LEADERSHIP

Maxime Kouchnir est depuis le mois d'avril le Directeur général du Groupe Schertz (LUZ). Cette création de poste succède à la direction bicéphale du Groupe familial jusque-là assurée par les deux frères Schertz, Grégory et Jérôme. Dans un contexte où les indépendants ont perdu des parts de marché vis-à-vis des enseignes, une nouvelle dynamique pour conforter le leadership du Groupe.

photos © LUZ



Maxime Kouchnir – DG du Groupe Schertz (LUZ)

Maxime Kouchnir est depuis le mois d'avril le Directeur général du Groupe Schertz (LUZ). Un Groupe qui compte aujourd'hui plus de 2200 magasins indépendants adhérents de la centrale d'achat LUZ, leader du marché. À quoi s'ajoutent 35 magasins indépendants en propre, exploités sous des enseignes régionales à forte réputation (Opticiens Maurice Frères, Optique Pieraut et Opticiens Balouzat et Lunettestore).

À l'issue de 25 ans passés dans les directions commerciale, marketing et stratégique de grands groupes de la grande distribution et de la pharmacie (Johnson & Johnson), et après avoir fondé sa propre société de formation, Maxime Kouchnir possède également une solide expérience internationale, notamment avec un passage par les États-Unis et le Canada. « Nous sommes très heureux de l'arrivée de Maxime que nous connaissons de longue date et qui va, par son profil et son expérience, renforcer le dynamisme et le professionnalisme de nos équipes et permettre au Groupe Schertz de réaliser au mieux sa mission : soutenir et développer une optique indépendante de qualité », explique Jérôme Schertz.

Une création de poste qui répond à un nouveau stade de développement du Groupe Schertz, au moment où l'optique indépendante tend à perdre des parts de marché vis-à-vis des enseignes. « Ce poste de direction générale unifié est le fruit d'une réflexion que l'on menait depuis quelques années avec mon frère Grégory. L'entreprise continue

à bien se développer, tant du côté de nos magasins en propre qu'au niveau de la centrale d'achat, et nous voulions faire entrer de nouvelles compétences dans le Groupe afin de gérer ce développement. La création d'une direction unique permet aussi de mieux coordonner les stratégies entre l'activité centrale et l'activité de nos magasins en propre. »

“
**UNE DIRECTION UNIQUE
POUR HOMOGÉNÉISER
LA STRATÉGIE**
”

« Le Groupe Schertz a sur le marché un positionnement unique, en étant au service de 2200 opticiens indépendants et de 35 magasins en propre, dans lesquels nous pouvons tester les solutions que nous allons proposer ensuite à l'ensemble de nos adhérents », explique de son côté

Maxime Kouchnir. Ce qui a motivé son acte de candidature ? « L'optique est un métier d'impact, avec un service exceptionnel rendu aux gens. Sur la basse-vision par exemple, on constate que nous avons des professionnels extrêmement motivés, qui changent



Grégory et Jérôme Schertz

“
DONNER DU SENS À L'ACTIVITÉ
”

littéralement la vie de leurs patients. Vu de l'extérieur, on ne se rend pas toujours compte de tout ce savoir-faire, toute la passion qu'il peut y avoir dans ce métier. Ce n'est pas toujours perçu par le client, il faut donc le faire davantage connaître. Quand on est indépendant on n'est pas vendeur de lunettes, on a beaucoup à offrir, en passant le temps qu'il faut pour aboutir à la meilleure solution visuelle. L'optique est un marché absolument magnifique et il faut mettre en avant cette implication quotidienne des opticiens. Par ailleurs le secteur de l'optique bénéficie de fondamentaux extrêmement sains, avec une croissance naturelle. En revanche sur l'aspect marketing et commerce ce marché n'est pas encore très sophistiqué, et nous devons aider les indépendants à faire des choix de positionnement. On ne peut pas être tout à la fois. Les indépendants ont longtemps été des généralistes. Comme tous les marchés, il faut désormais mieux se segmenter autour de positionnements clairs et différenciants. »

Clarté du positionnement concurrentiel, mais aussi valorisation du métier : « Notre rôle de leader consiste aussi à mettre en avant le travail de l'opticien qui n'est

**ENSEMBLE POUR LA VISION :
CONNECTER LES 3 "O"**



Jérôme Schertz

Jérôme Schertz résume sa vision du marché : « Depuis 20 ans que j'exerce, le marché a toujours été très mouvementé, avec des regroupements, des réformes, des inquiétudes. Depuis le début des années 2000, particulièrement prospères, nous sommes entrés dans un bouillonnement permanent. C'est pourquoi il faut sans cesse agir sans attendre, avec des gens qui ont envie de faire bouger les lignes. Depuis cinq ou six ans le très gros changement, c'est la montée de la notion de santé visuelle, avec les transferts de compétences entre les ophtalmologistes, les orthoptistes et les opticiens. C'est très bénéfique. On sent là les prémices d'une véritable filière visuelle qui est en train de se construire, autour notamment des enfants et des personnes âgées. C'est par ces deux extrémités que va se construire la filière de santé visuelle et qui va emmener tout le monde. Les professionnels vont devoir se coordonner entre eux pour une meilleure prise en charge. Avec notre Association *Envis Ensemble pour la vision*, nous invitons les acteurs de 3 "O" à venir expliquer comment ils s'organisent déjà pour travailler ensemble autour du patient. Nous nous apprêtons d'ailleurs à ouvrir une plateforme d'échanges qui va permettre aux trois professions de mieux communiquer entre elles tout au long de l'année, d'échanger leurs problèmes comme leurs bonnes pratiques. » ■

pas suffisamment compris par le consommateur. C'est la grosse différence avec la pharmacie par exemple, où chacun sait ce qu'est un pharmacien », poursuit Maxime Kouchnir avant de conclure : « Les consommateurs voient la valeur à travers le professionnel. Améliorer sa vue au quotidien, au fond, ça n'a pas de prix. »

Entre commerce, santé, visagisme, l'optique couvre un ensemble de tâches hétérogènes qu'il faut savoir lier entre elles : « Ces différents aspects ne sont pas contradictoires mais au contraire se complètent », estime le nouveau directeur général du Groupe Schertz. « C'est à nous de bien comprendre les attentes, à travers les différentes typologies de magasin, selon qu'ils sont plutôt santé visuelle ou créateur. Il faut amener une meilleure segmentation du marché, avec des spécialisations comme Optikid ou Un Dixième+, à partir d'une compréhension fine des besoins du client final. C'est un marché où beaucoup reste à faire, au sein de LUZ nous incitons et accompagnons nos adhérents dans le choix d'un positionnement. Il faut répondre à une demande précise qu'il faut préalablement comprendre. »

Maxime Kouchnir rejoint le Groupe à un moment charnière de son histoire : « Le *newLUZ* est le nom interne de notre changement de cap. Depuis janvier au travers de nos 13 Soirées Régionales, nous avons dévoilé à nos adhérents notre nouvelle promesse "LUZ, Business Partenaire des Opticiens Indépendants" qui se traduit principalement par un nouvelle méthode d'accompagnement des opticiens, afin de les aider à se développer et pérenniser leur activité, affirmer leur différence et piloter la performance de leur entreprise. Déployée sur le terrain par notre équipe de Responsables Régionaux depuis mars, les adhérents LUZ apprécient cette nouvelle méthode riche en enseignements et actions concrètes à mettre en place. Dans cette méthode, se trouvent de nombreux outils opérationnels. Par exemple, un outil de diagnostic qui permet à l'opticien de connaître sa position exacte sur sa zone de chalandise, mais aussi par rapport à ses envies personnelles et à ses propres attentes. À partir de ce diagnostic nous proposons des leviers d'action pour accentuer sa différence tout en augmentant sa performance, dans une gestion plus opérationnelle de son magasin, avec des tableaux de bord pour suivre l'évolution de cette performance. Il faut laisser les indépendants continuer à exprimer leur différence, leur créativité, leur passion, leur liberté de chef d'entreprise, tout en les mettant à jeu égal avec les enseignes qui, elles, restent très standardisées et avec une relation de moindre proximité. »

Avec le relatif tassement de la part des indépendants sur le marché, le Groupe entend répondre à la standardisation du marché par la personnalisation de l'offre : « Notre ambition ne consiste pas seulement



Maxime Kouchnir

Jérôme Schertz

à recruter de nouveaux adhérents, mais être en soutien au quotidien. Nous ne voulons pas seulement conforter notre position de leader en nombre de points de vente, mais aussi en termes d'innovation et d'accompagnement. Ce n'est pas nouveau, mais nous l'exprimons plus fortement. Le consommateur français aime le local, l'indépendant qu'il connaît personnellement. Le marché de l'optique n'est pas vraiment "disrupté". On nous avait promis une digitalisation généralisée mais tout ça n'arrivera pas pour une raison bien simple : le consommateur veut pouvoir faire confiance à un professionnel de santé qu'il connaît. »

Et Maxime Kouchnir d'ajouter : « Nous ne vendons pas des produits, nous vendons des expériences. Il faut être à la hauteur de cet événement qui consiste à acheter une paire de lunettes. Comment ? En libérant du temps pour plus de service au consommateur, en développant l'expérience client autour de la promesse de soin holistique de la personne, mais aussi en créant de la vie en magasin en dehors des ventes pour mieux l'intégrer dans la cité au sens large. Le marketing consiste à donner un

cadre. Nous apportons entre 60 et 80% des solutions et l'opticien va pouvoir les implémenter telles quelles. Après il faut écouter le professionnel, avec sa créativité, sa passion, sa connaissance, ses envies. Et mettre en avant sa personnalité. L'opticien projette sa personnalité à travers son magasin. Cela donne du sens à l'activité, un sens qui est alors immédiatement perçu par le consommateur. Accélérer la croissance, cela passe par permettre à l'opticien d'exprimer toute sa passion du métier. »

« Nous sommes à un tournant dans la réalité de cette filière visuelle. Nous allons continuer à pousser cette démarche que nous avons initiée avec les spécialisations, en restructurant notre offre de formations *cultureLUZ* », conclut Jérôme Schertz. ■

+ www.luz.fr

“
**L'OPTICIEN INDÉPENDANT
PROJETTE SA PERSONNALITÉ
À TRAVERS SON MAGASIN**
”



CLIQUEZ ICI



POUR S'INSCRIRE
AU SILMO PARIS

SILMO
Paris.2024
20>23 SEPT

ERREUR, ABUS ET FRAUDE : ITELIS PASSE À L'OFFENSIVE

Avec 75 % de la population portant une correction optique, les fraudes, constatées en hausse, représentent des sommes colossales. Ce qui est aussi une manière de conclure à l'inefficacité des réseaux et des plateformes qui encadrent l'optique depuis maintenant vingt ans. Dans ce contexte Itelis propose une nouvelle stratégie.



En dépit des différents encadrements qui se sont accumulés, notamment via les plateformes et la mise en place des réseaux, les fraudes constatées sont en hausse. Démontrant l'échec patent du dispositif, coûteux, des réseaux et des plateformes qui encadrent la profession depuis près de vingt ans.

Pour autant les OCAM ne baissent pas les bras. Itelis veut faire de la lutte contre les abus et la fraude en optique un enjeu de santé publique. Le montant de cette fraude est estimé à 7% des dépenses totales en optique.

Depuis six ans, Itelis travaille sur le sujet de la fraude. La plateforme a ainsi mis en place IT Control, un dispositif complet de contrôles qui permet de limiter significativement le risque d'abus tarifaire et de fraudes, que l'opticien appartienne ou non au réseau de professionnels de santé partenaires.

« Entre 6 et 7 milliards d'euros sont consacrés chaque année aux dépenses optiques, c'est colossal, et il est primordial que ces sommes soient utiles à la bonne santé visuelle des Français. La lutte contre les abus et la fraude permet de veiller à l'utilité de ces dépenses en dissuadant les actes de certains professionnels ou bénéficiaires qui abusent du système au détriment de tous. Au regard des sommes en jeu, elle est, malheureusement, devenue vitale pour la pérennité du système de santé français. En luttant contre les abus et la fraude, nous permettons finalement aux bénéficiaires d'accéder à des produits de qualité tout en réduisant au maximum leur reste à charge », estime Aurélie Barbereau, Présidente du Directoire d'Isea dont dépend Itelis.

Classement des principaux abus répertoriés : Selon l'Assurance maladie, les abus en équipements optiques s'élèvent à plusieurs dizaines de millions d'euros. Outre le coût financier, ces abus pénalisent les patients qui ont

besoin d'équipements ou de soins particuliers. Depuis 5 ans, Itelis établit un classement des abus les plus fréquemment constatés.

1	Correction non conforme	25%
2	Absence de justificatif	25%
3	Signature non présente	11%
4	Date du bon de livraison erronée	6%
5	Teinte et/ou pathologie absente	5%
6	Format document non-conforme	5%
7	Non-respect du parcours soins	5%
8	Date de justificatif incorrecte	3%
9	Date de facturation non-conforme	2%
10	Verre livré différent de la prise en charge	1%

Certaines fraudes peuvent résulter d'une négligence ou d'un simple oubli qui se traduit par le rejet du dossier. Pour autant, la fraude, lorsqu'elle est avérée, peut se révéler coûteuse et difficile à détecter, d'où l'importance de se doter des bonnes solutions alliant expertises et technologies.

Itelis a engagé en 2018 un projet anti-fraude qui permet une analyse automatisée des données : IT Control. Les économies réalisées grâce au modèle développé par Itelis peuvent être conséquentes et elles profitent en partie aux bénéficiaires, qui n'en sont pas forcément informés.

« Par exemple, nous recevons une demande de prise en charge initiale de 500 euros, émise par un professionnel de santé, IT Control détecte dans cette demande des postes non justifiés tels qu'une protection anti-lumière bleue qui apparaît en doublon. La demande est alors contrôlée positive par notre système, le professionnel va être invité à revoir sa demande de prise en charge. Avec ce type de

contrôle, il n'est pas rare de voir un dossier pour une paire de lunettes correctives, passer de 500 à 400 euros. La lutte contre la fraude est essentielle pour éviter des dépenses inutiles et ainsi réduire le reste à charge des bénéficiaires ! », explique Thierry Ponce, Directeur Commercial chez Itelis.

« La Data Science et l'Intelligence Artificielle existent depuis de nombreuses années chez Itelis. Nous avons développé des algorithmes qui détectent différents types d'erreurs, d'anomalies et d'incohérences. IT Control utilise ces algorithmes pour analyser les dossiers en optique et repérer les non-conformités ou atypismes en temps réel, avant même la prise en charge », précise Delphine Porrez, Directrice de la Data et de l'Expérience Clients chez Itelis.

LA DATA ET L'IA AU SERVICE DE LA LUTTE CONTRE LES ABUS ET LA FRAUDE

Ainsi, Itelis a mis en place une stratégie en plusieurs étapes, qui passe notamment par l'analyse de données de prise en charge permettant de détecter l'éventuelle non-conformité. Des messages de dissuasion sont affichés à plusieurs étapes du parcours d'envoi de la demande, afin de sensibiliser le professionnel de santé. Dans certains cas, la demande peut être directement bloquée. Lorsque la situation le nécessite, c'est-à-dire si le praticien poursuit sa demande de prise en charge malgré les alertes, un audit est déclenché à travers l'outil Auditelis développé par Itelis. Au total, une cellule d'investigation de dix Experts et quatre Data-Scientists sont mobilisés.

Dès qu'un comportement paraît suspect, la cellule anti-fraude se tourne vers le pôle Data Science pour comprendre s'il s'agit d'un cas isolé ou d'un phénomène de masse. À l'inverse, le pôle Data peut à son tour alerter la cellule anti-fraude en cas de données qui sortent de la norme. Les deux équipes travaillent en étroite collaboration pour débusquer la fraude ou les abus et les contrer.

Le résultat est significatif : une baisse de prix de 105 euros en moyenne dans 20% des cas. Et des dépenses inutiles évitées dans 3,5% des cas, pour un montant moyen de 300 euros.

« La lutte contre la fraude est une priorité pour Itelis. Les équipes de la Direction de la Data et de l'Expérience Clients ainsi que la cellule anti-fraude de la Direction Santé et Partenariats sont très engagées dans cette mission. Conscients que ces dérives sont aussi de plus en plus présentes dans le domaine de l'audiologie, nous travaillons activement pour déployer ce même dispositif sur ce domaine afin de garantir aux bénéficiaires une dépense utile, et de profiter d'un équipement et d'un accompagnement de qualité », conclut Aurélie Barbereau. ■

« TOUS MOBILISÉS POUR LA SANTÉ VISUELLE » : L'INITIATIVE ITELIS

18 millions de Français aimeraient être mieux accompagnés dans leur santé visuelle. 8 millions de conducteurs mal corrigés et 500 000 enfants concernés par la myopie évolutive. Face aux enjeux de santé publique liés à la santé visuelle, Itelis crée un dispositif inédit et complet pour informer, accompagner et équiper les assurés.

S'appuyant sur une campagne de communication complète et puissante intitulée *Tous mobilisés pour la santé visuelle*, Itelis a choisi de rassembler ses ressources, ses expertises ainsi que son écosystème de santé pour faire de la santé visuelle un axe fort d'innovation dans les prochaines années. C'est l'autre initiative majeure de la plateforme.

« Nous faisons évoluer le positionnement d'Itelis en amont du parcours de santé pour accompagner les bénéficiaires depuis la prévention jusqu'aux soins, à travers un chemin fluide et efficace. Celui-ci commence sur les lieux de travail - les entreprises -, passe par un accès facilité et guidé à un professionnel de santé de la santé visuelle proche de leur domicile et se termine potentiellement chez les Opticiens, où ils obtiennent des équipements adaptés à leurs besoins », explique Aurélie Barbereau, Présidente du Directoire d'Isea.

Un constat : l'accompagnement proposé aux Français en termes d'information, de prévention ou d'accès au parcours de soins n'est pas encore à la mesure des besoins actuels et futurs. Pourtant les sommes qui sont consacrées aux dépenses en optique sont colossales : près de 7 milliards d'euros, dont environ 70% sont pris en charge par les complémentaires santé. Il fallait agir pour la soutenabilité du système, tout en renforçant l'accès à des soins de qualité. Comment ? En luttant contre la fraude d'une part, en rationalisant et fluidifiant le parcours de l'assuré d'autre part.

Dès cette rentrée un nouveau dispositif complet dédié à la santé visuelle est déployé dans les Hauts-de-France. Il permet d'une part, d'expliquer les rôles et les compétences des trois acteurs clés de la santé visuelle, à savoir les Opticiens, les Ophtalmologues et les Orthoptistes, en clarifiant les missions de chacun.

D'autre part, ce dispositif aide les bénéficiaires à s'orienter vers les soins de proximité adaptés à leurs besoins, en tenant compte des spécificités territoriales de chaque région. Ce dispositif permet également de promouvoir des dispositifs de prise en charge liés à la télé-ophtalmologie, lorsqu'ils sécurisent le dépistage médical et garantissent aux patients une continuité des soins vers un ophtalmologue en cas de détection d'une anomalie.

L'approche, inédite, est basée sur deux piliers :
 1. Une offre de proximité, avec des actions de "Prévention visuelle en entreprise", disponible dans les prochaines semaines ;
 2. Une offre digitale, avec l'évolution de la plateforme Max'Itelis embarquant un module dédié à la santé visuelle, disponible en exclusivité dans la région des Hauts-de-France, auprès de 900 000 bénéficiaires. ■

LES OPTICIENS MOBILES RACHÈTENT LES OPTICIENS À DOMICILES

Concentration des opticiens itinérants : Les Opticiens Mobiles rachètent Les Opticiens à Domicile pour accélérer le développement de l'optique « hors les murs » et s'engager plus profondément encore dans la stratégie de « l'aller vers » grâce à une équipe de plus de cent opticiens.



Les Opticiens Mobiles – premier réseau national d'opticiens spécialisés pour intervenir sur les lieux de vie et de travail – franchit une étape significative en réalisant sa première acquisition en rachetant l'enseigne Les Opticiens à Domicile. Le fruit d'une vision commune de l'évolution du métier d'opticien, comme professionnel de santé de proximité en coordination des soins avec les ophtalmologistes.

Cette union s'inscrit dans une démarche ambitieuse visant à dynamiser l'accès aux services d'optique pour tous, directement sur les lieux de vie et de travail, en particulier pour les publics isolés ou fragiles.

En unissant leurs forces, les deux entreprises combinent leur expertise pour répondre efficacement aux besoins de tous les porteurs, quels que soient leur âge, leur mode ou lieu de vie et de travail. Ce rapprochement vise également à intensifier le maillage territorial afin d'assurer un service de proximité au cœur des régions, soutenir la dynamique de « l'aller-vers », si cruciale pour les populations fragiles et se renforcer vis-à-vis d'une concurrence de plus en plus active. Elle permet enfin de donner plus de force à l'exercice du métier d'opticien en mobilité, en réponse à une profession en quête de sens, souhaitant faire évoluer ses pratiques vers une dimension santé plus affirmée.

Face à un boom démographique touchant les seniors, puisqu'en 2030 les plus de 65 ans seront plus nombreux que les jeunes de moins de 20 ans, cette acquisition stratégique permet de consolider un acteur spécialiste sur ce marché porteur et complémentaire à l'offre des magasins.

L'intégration d'opticiens du réseau Les Opticiens à Domicile est effective avec succès depuis début avril 2024. Jérôme Marczak devient vice-président au côté de Matthieu Gerber, président du groupe.

« Grâce à cette alliance, les opticiens bénéficient d'un modèle de rémunération beaucoup plus avantageux et confortable, avec un taux de commissionnement très attractif, situé entre 53% et 62% du chiffre d'affaires HT, sans porter les achats et avec des services supports pour

LES OPTICIENS MOBILES

Les Opticiens Mobiles (première entreprise de l'optique reconnue Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale par l'agrément ESUS et société à mission) est le premier réseau national d'opticiens spécialisés pour intervenir sur les lieux de vie et de travail : à domicile, en établissements et services médico-sociaux ou de santé (Ehpad), en résidences services seniors, et en entreprises. Créée en 2015 à Lyon par Matthieu Gerber, l'entreprise compte 57 collaborateurs.trices et 100 Opticien.nes Mobiles présents partout en France, qui couvrent tous les besoins du porteur : lunettes correctrices, lunettes solaires, lunettes de protection et de sécurité, basse vision et accessoires. ■

LES OPTICIENS À DOMICILE

Les Opticiens à Domicile fondée par l'opticien Lorrain, Jérôme Marczak, et certifiée NF Service "Services aux personnes à domicile" comptait, fin 2023, 22 opticiens répartis sur tout le territoire pour un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros. L'entreprise dispose historiquement d'un savoir-faire sur le service à domicile. Convaincue de l'utilité du déplacement des opticiens sur les lieux de vie et de travail, elle a mené des pilotes pour évaluer la pertinence du déploiement de la téléexpertise asynchrone entre les opticiens et les ophtalmologistes. ■

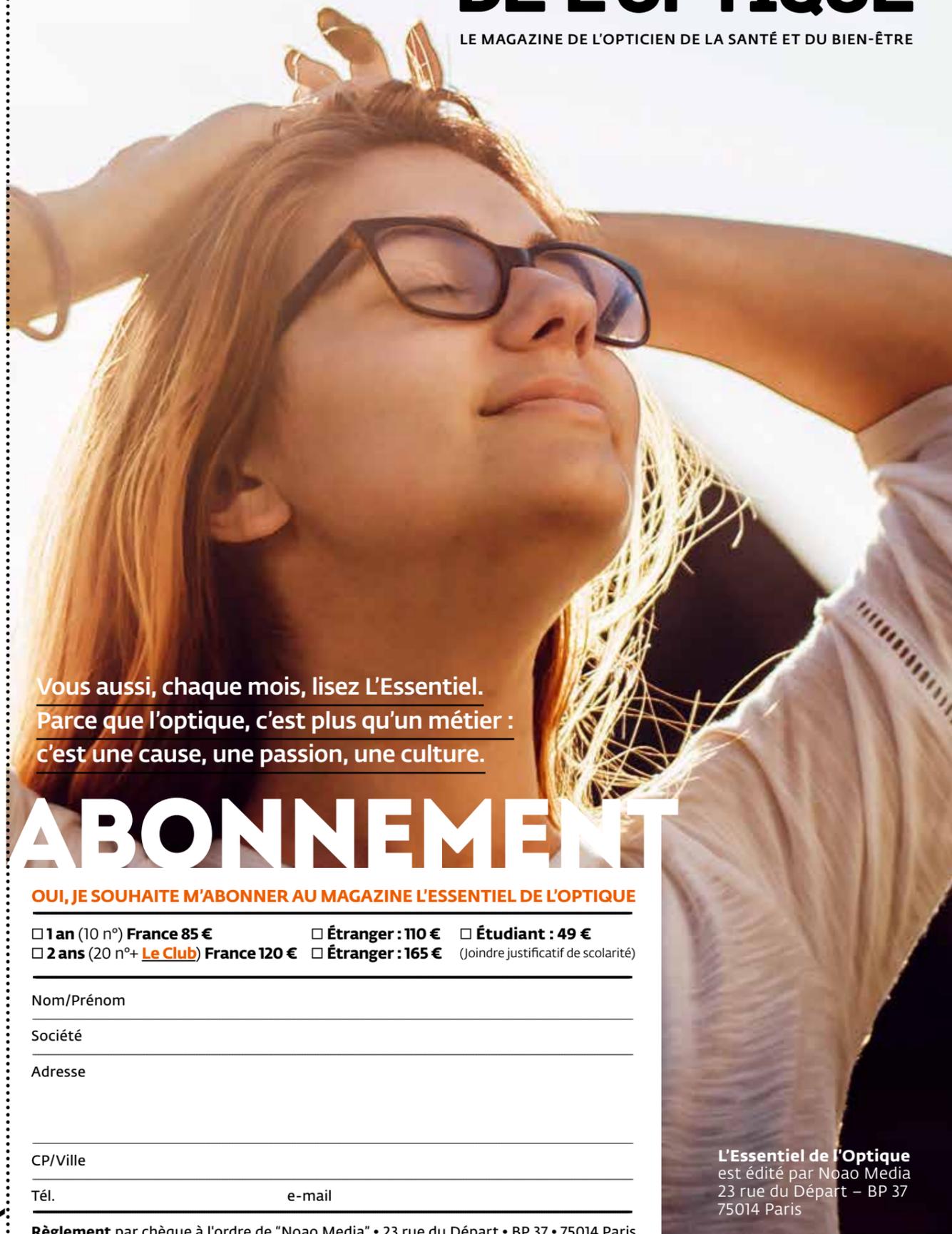
faciliter le quotidien afin de maximiser le temps avec les patients.» explique Jérôme Marczak, fondateur et président Les Opticiens à Domicile.

« Notre objectif est de compter 200 opticiens franchisés dans nos rangs d'ici trois ans. L'objectif est de créer de la valeur ajoutée pour toutes les parties prenantes en additionnant les savoir-faire, les bonnes pratiques et en mettant en place des synergies locales. » ajoute Matthieu Gerber, fondateur et président Les Opticiens Mobiles. ■

+ www.lesopticiensmobiles.com

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 l'ordre de "Noao Media" • 23 rue du Départ • BP 37 • 75014 Paris

L'Essentiel de l'Optique
est édité par Noao Media
23 rue du Départ – BP 37
75014 Paris



JEAN-FRANÇOIS PORTE : “AVANCER ENSEMBLE”

Fort de sa récente élection à la présidence du ROF (Rassemblement des Opticiens de France), Jean-François Porte revient sur son parcours et indique les principaux axes de sa politique à venir. Rencontre avec un homme de dialogue.



Jean-François Porte – Président du ROF

52 ans, diplômé en 1996 après un passage en faculté des Sciences, Jean-François Porte a débuté comme opticien dans sa ville natale de Rouen. Très vite, en 2001, un premier magasin : à Tours. Edgard Opticiens est né. Une marque qui compte désormais 25 magasins, dont 8 franchisés Générale d'Optique. « Avec mon associé, nous avons voulu proposer une autre manière d'exercer le métier d'opticien. Au sein de magasins "premium", nous ne proposons quasiment que des lunettes de créateurs. Il n'existe pas chez nous d'offre promotionnelle de type "deuxième paire gratuite". Ce qui nous anime, c'est la satisfaction client : donc nous proposons beaucoup de services, pendant la vente mais aussi après, avec une forte politique de fidélisation. Dans le magasin peu de modèles sont exposés. Ce sont des ventes accompagnées : c'est l'opticien qui mène la vente sur l'ensemble du parcours-client. En vingt ans notre stratégie n'a jamais varié, parce que notre vision du marché n'a pas changé. Cette continuité est aussi un facteur qui rassure la clientèle. Elle sait à quoi s'attendre en venant chez nous. »

Cette stratégie concrétise en réalité une véritable vision du métier : « Nous considérons que l'opticien doit être à part égale un bon commerçant et un bon professionnel de santé, sans avoir peur ni de l'un ni de l'autre. La force du métier c'est de pouvoir s'intéresser fortement au client : nous sommes là pour résoudre son problème de vue. C'est d'abord pour cela qu'il pousse la porte du magasin. Cela suppose beaucoup d'empathie :

il faut découvrir ses besoins, ses attentes, son mode de vie... C'est une dimension que peu de commerces connaissent. C'est là notre force. Ce que les gens attendent de nous, c'est que nous trouvions le juste équilibre entre commerce et santé, avec également le visagisme qui fait partie intégrante du métier. Les clients étant fidèles, nous créons des liens forts avec eux. Nous ne sommes pas de simples distributeurs. Et nous répondons présents tout au long de sa vie. Notre objectif est de faire vivre une expérience positive tant au client qu'à nos collaborateurs. »

Et puis est venue l'heure de l'engagement. « Mon engagement syndical répondait à l'envie de rendre à ma profession tout ce qu'elle m'a donné. Après plus de vingt ans d'exercice, lorsqu'on m'a proposé de rejoindre le ROF, j'ai estimé que c'était le bon moment dans ma carrière. J'avais jusque-là consacré toute mon énergie à

ma structure, et l'image que j'avais du monde syndical, c'était plutôt celle de la désunion. Et puis lors de nos premières discussions avec le ROF nous étions à la sortie du confinement, période de remise en question et d'attentes nouvelles. En tant que propriétaires de magasins indépendants ainsi que de magasins sous enseigne, je participais alors à la commission Formation du ROF, ce qui m'a amené à beaucoup visiter les écoles. C'est là où j'ai pu constater chez les étudiants une grande méconnaissance du métier. Des étudiants souvent désabusés, qui ne savaient pas trop ce qu'ils faisaient là... C'est là où je me suis dit qu'il fallait revaloriser notre profession, en commençant par eux, afin que nous avancions ensemble. »

Le monde syndical, en optique comme ailleurs, n'est pas un long fleuve tranquille. Ce n'est pas un club où l'on bavarde, mais le lieu où l'avenir s'invente tous les jours ; où en permanence il faut répondre aux professionnels lorsqu'ils rencontrent une difficulté pratique. « Je trouve très bien qu'il y ait deux syndicats. Cela permet de confronter des idées différentes. C'est aussi le signe très fort d'une véritable volonté des acteurs de penser notre métier et son avenir, bien que sur le terrain ils soient aussi concurrents. Mais j'ai été tout d'abord surpris par le manque de concertations entre nos deux syndicats : la profession en a longtemps souffert. Avec Hugues Verdier-Davioud (Président de la FNOF), nous sommes là pour notre métier et la défense de son marché. L'autre surprise, c'est qu'on n'imagine pas le travail que représente le syndicalisme : ça n'arrête jamais, avec de nouvelles règles à adopter parfois sur un rythme effréné ! Mais sans doute par manque de ressources, il est difficile pour un syndicat de prendre le temps de bien expliquer aux opticiens ce travail au quotidien. »

Ce qui a pu donner parfois l'impression fautive que les décisions se passaient en l'absence de la profession : ce qui bien évidemment n'est pas le cas. Un syndicat est avant tout l'émanation des opticiens qui l'animent. Une instance représentative. « Un syndicat, ce sont les opticiens qui parlent aux opticiens », poursuit Jean-François Porte. « Mais pour être compris il est nécessaire de travailler avec la profession, dans le but de donner du sens au métier. » Si bon nombre d'opticiens se sont éloignés du monde syndical, c'est le plus souvent en raison d'une attente forte qu'ils estiment déçue. Il y a là une dynamique qui ne demande qu'à s'éveiller.

Devant la hauteur des enjeux actuels une remobilisation sera nécessaire. « Aujourd'hui tout est ouvert,

tout est sur la table. Les enjeux filière comme les enjeux métier. Il nous faut trouver les moyens de redéployer les compétences à partir des besoins du patient. Les ophtalmologistes sur le terrain ont une belle image de notre profession, il n'y a pas de conflit entre nos deux professions complémentaires. Nous ne cherchons pas à devenir des médecins. Nous voulons seulement plus de coopération, dans l'intérêt du patient. »

Pour autant il faut donner des gages. La question de la fraude, même si elle n'est pas ce qu'on dit (à peine 6%) reste une pierre d'achoppement. « On nous reproche parfois de ne pas faire assez contre la fraude, en prenant pour exemple les actions que le SNOF (Syndicat national des ophtalmologistes) a tenté à l'encontre de certains centres d'ophtalmologie. Mais le syndicat n'agit pas directement : il signale à la sécurité sociale qui, seule, est en mesure d'agir. Or dans le cas de l'optique, l'assurance maladie ne va pas agir pour 9 centimes par équipement. L'enjeu n'est pas assez important. C'est la raison pour laquelle le syndicalisme est longtemps resté impuissant vis-à-vis des fraudeurs. »

« Nos syndicats ont pris la question très à cœur. Tout le monde est intéressé à faire cesser des pratiques anticoncurrentielles qui de plus détruisent notre image. "Aidez-nous !", nous demandent les opticiens. Nous mettons donc en place deux actions : la première consiste à mettre à la disposition de la filière, avant la fin de l'année, une *blockchain* dont aucun acteur, qu'il soit opticien, mutuelle, ou fournisseurs, n'aura le contrôle. Cela permettra de tracer le produit et d'assurer que le produit effectivement délivré correspond bien à la commande. Cette *blockchain* est de nature à apporter toute la clarté nécessaire. C'est une très belle avancée. La seconde action, c'est la mise en place depuis juillet d'une commission déontologique visant à édicter clairement des règles professionnelles. Ces deux actions vont permettre d'apporter la sérénité nécessaire, donnant l'image d'une profession qui se respecte et respecte tous les autres acteurs. C'est là tout le sens de mon engagement syndical. »

C'est dans un moment particulièrement riche en potentiel d'avenir que Jean-François Porte prend la présidence du ROF. Gageons qu'avec ses homologues de la FNOF il saura donner à la profession toute l'envergure qui est profondément la sienne. ■

“
**SÉRÉNITÉ,
MOBILISATION,
COOPÉRATION**
”

➤ www.rassemblementopticiens.fr

L'ASNAV : 70 ANS AU SERVICE DE LA FILIÈRE OPTIQUE

L'ASNAV est le trésor national de toute la filière de santé visuelle. L'Association soufflait ses 70 bougies en juin dernier. L'occasion pour elle de rappeler les enjeux colossaux auxquels les opticiens sont et seront de plus en plus confrontés, dans une société à la fois vieillissante et de plus en plus visuelle. Rencontre avec une jeune « vieille dame » dont le dynamisme ne cesse d'étonner.



Guy Sasson, Président de l'ASNAV



Catherine Jégat, Secrétaire générale de l'ASNAV

Le Philantro-Lab, rue de la Bûcherie à Paris, est un haut lieu du développement de la philanthropie. C'est dans ce cadre prestigieux que l'ASNAV (Association nationale pour l'amélioration de la vue) a choisi de fêter comme il se doit son 70^e anniversaire.

L'occasion pour son président, Guy Sasson, de rendre hommage à une institution, vitrine active de toute la filière et lien officiel de celle-ci avec les Pouvoirs publics à travers de nombreuses actions de sensibilisation.

« Il y a 70 ans, les opticiens et les industriels décident de créer ensemble une association dont le but est l'amélioration de la vue des Français par l'incitation au dépistage. Dès l'origine, ses fondateurs ont voulu une association transverse, ouverte, orientée pour le bien commun: c'est quelque part, une association à caractère philanthropique ! »

« Aujourd'hui, l'ASNAV rassemble tous les professionnels de la vue, Ophtalmologistes, Orthoptistes, Opticiens, industriels lunetiers, verriers et de la contactologie. Cette transversalité de compétence est une réelle force de l'ASNAV et nous permet de mieux appréhender les grands enjeux de santé visuelle. Mais, améliorer la vue, pourquoi faire ? Eh bien d'abord pour réduire les accidents sur la route. Dans les années 70,

le parc automobile augmente rapidement, les accidents de la route aussi. Pour lutter contre ce fléau, avoir une bonne vue est absolument nécessaire. Ne pas bien voir au volant, c'est prendre un risque inutile et l'ASNAV mène une campagne mémorable avec ce slogan tellement puissant, qui claque, et dont on se rappelle encore : « au volant, la vue c'est la vie ».

La vue c'est la vie, sur la route, mais aussi partout ailleurs, à commencer par l'école : « L'ASNAV s'intéresse

fortement à la vue des enfants, sujet qui s'impose naturellement comme une priorité de l'ASNAV dès son origine. Il s'agit bien sûr de s'assurer que tous les enfants disposent de toutes les chances pour réussir à l'école, à commencer par bien voir le tableau. Au-delà d'actions de sensibilisation, l'ASNAV a adopté une approche pragmatique, de terrain, en mettant en place des formations

au dépistage visuel à destination des professionnels de santé de la petite enfance, en convention avec l'Education Nationale. Cette action de l'ASNAV est certes moins médiatique, mais avec des dizaines de milliers de personnes formées, elle a certainement contribué à sauver des scolarités. »

L'ASNAV est un des principaux lieux où s'est forgée la notion de « santé visuelle » : « Il ne s'agit pas de se préoccuper de la bonne vue à "l'instant T" mais d'en

“
**L'ASNAV,
LIEU D'ÉMERGENCE
DE LA NOTION MÊME
DE SANTÉ VISUELLE**
”

rappeler l'importance à tous les âges de la vie. Ainsi, quand l'ASNAV a mené des campagnes pour sensibiliser sur la protection solaire, c'est bien de la Santé Visuelle qu'il s'agit, au-delà de la vue. Ce concept de Santé Visuelle a été largement repris pas tous les acteurs de la filière et il est désormais bien ancré dans le langage commun. »

Et puis l'ASNAV, c'est, notamment à travers son Baromètre bi-annuel, une fonction d'alerte pour toute la société : « Lors des actions de dépistage réalisées en partenariat avec la Prévention Routière, par exemple, on retrouve systématiquement entre 15 et 25% des personnes dont la vue n'est pas optimale, avec ou sans correction. C'est un invariant. »

Devant un tel chiffre, l'ASNAV réagit en lançant et en organisant tous les ans les *Journées de la Vision*. Les

opticiens sont invités à proposer gratuitement des tests de vue pendant une dizaine de jours. Depuis deux ans, cette action est étendue aux orthoptistes. Le tout étant accompagné d'un plan de communication de l'ASNAV.

Mais l'ASNAV ne compte pas en rester là. Devant l'importance et l'ampleur des enjeux visuels auxquels notre société est et sera de plus en plus confrontée, l'association a besoin de plus de ressources : « Nous allons relancer le recrutement des opticiens et des fabricants, et réfléchir à ouvrir l'ASNAV à de nouveaux acteurs. Le développement de l'ASNAV nécessite une refonte des statuts, pour, si possible, qu'elle devienne une association reconnue d'utilité publique. »

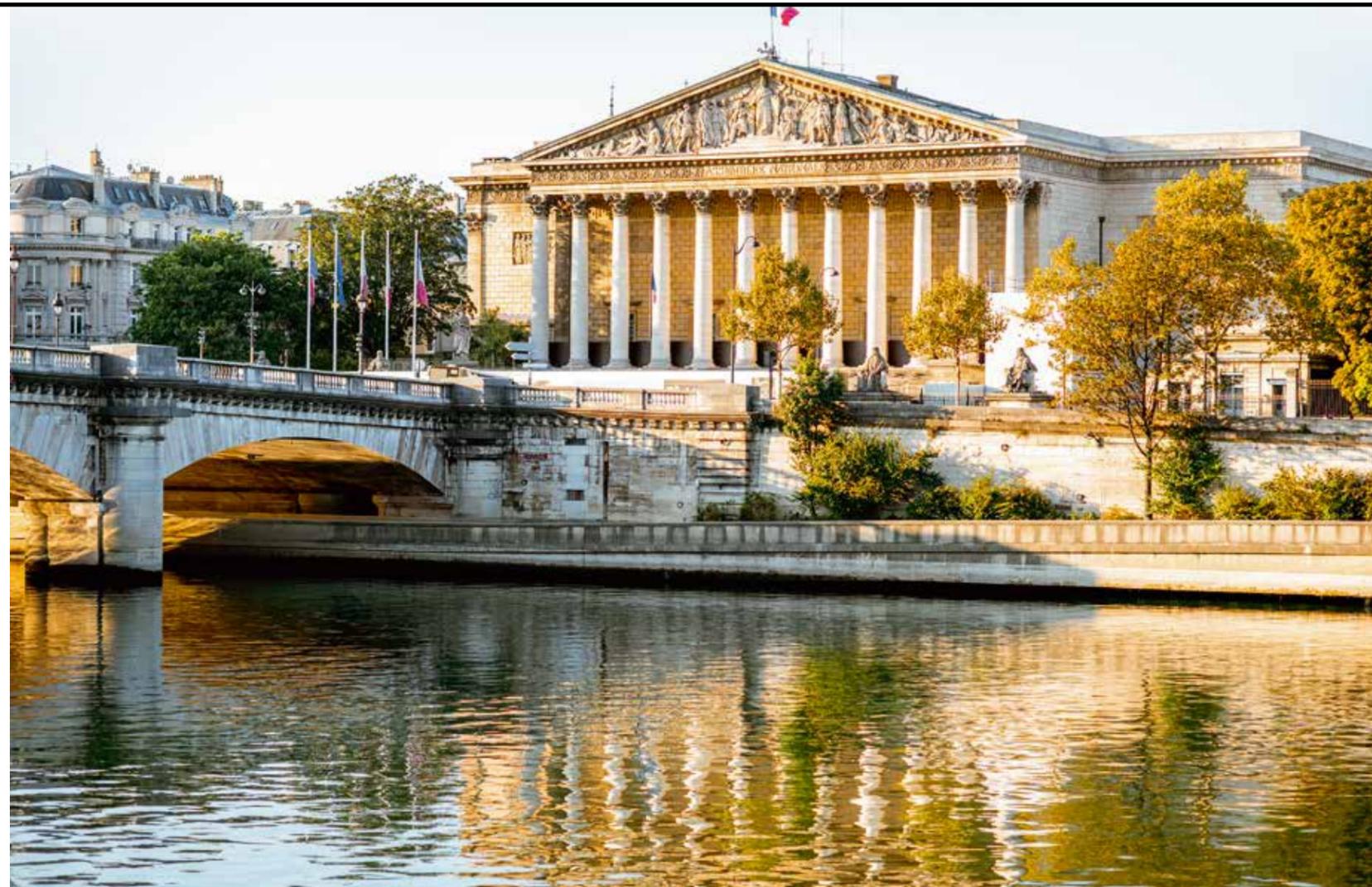
Devant l'urgence, Guy Sasson a évoqué un dispositif de type *M'Tes Yeux*, à l'instar de ce qui a été fait pour la santé bucco-dentaire des enfants avec *M'Tes Dents*, afin de donner un grand coup de projecteur sur la sensibilisation. Un Comité scientifique devrait rapidement voir le jour. Avec une surveillance accrue des impacts sociétaux du mal voir par des données objectives.

On le voit la jeune « vieille dame » ne s'endort pas sur ses lauriers. Face aux enjeux nouveaux, sa mobilisation reste entière. Elle demeure plus que jamais le plus bel instrument de valorisation de toute la filière. ■

+ www.cmavue.org

UN PAYS EN DEMANDE DE SÉRÉNITÉ

Après une dissolution ratée, l'exécutif des « disruptifs » et des « progressistes » a réinventé la Quatrième République : majorité introuvable, improbable culture du compromis. Comment le pays peut-il retrouver ses nerfs, après des années d'hystérie politique fort peu favorable à un climat d'affaires fécond ?



© Envato

Détruire les services publics au nom des équilibres budgétaires : fait. Segoinfrer un déficit abyssal quand même : fait. Faire de la France une démocratie défaillante aux yeux du monde : fait. Double condamnation pour inaction climatique : fait. Désorganiser l'économie en organisant le chaos politique : fait. Bon. Et maintenant ?

De la gauche à la droite, une même idée se répand : la politique c'est le maintien du statu quo. Une élection n'y change rien. « Il n'y a pas d'alternative ». À gauche c'est une critique (un Front Populaire hollandisé, et donc structurellement décevant, ne risque pas de nous amener « le grand soir ») ; à droite un relativisme béat (« le RN n'a rien de fasciste, on ne risque rien d'essayer »). Pour ne rien dire du grand parti des abstentionnistes : « mon vote ne changera rien ». Or l'élection du 7 juillet dernier risque fort d'entrer dans les livres d'Histoire comme un retour vers l'ingouvernabilité proverbiale de la IV^e République. Ce qui engage l'avenir même du pays, la stabilité de ses institutions comme ses capacités de développement.

Moralisatrice, bien-pensante, bourgeoise, la gauche ne séduit pas les déclassés dont les frustrations économiques se traduisent par un désir d'ordre favorable à l'extrême-droite. Paradoxalement cette même gauche morale, « droit-de-l'homme », et qu'on ne dit

« extrême » que par abus de langage (le Conseil d'État s'est prononcé à ce sujet le 13 juin dernier : dans le pays il n'y a d'extrême que l'extrême-droite) est accusée de vouloir « bordéliser » le pays. Mais d'où vient le « bordel » véritable, entre un président qui renverse la table de jeu dès qu'il perd la partie et un RN dont le seul programme tient en un slogan d'une extrême violence : « Dehors les étrangers » ?

“
**UN VOTE NE DOIT PAS
 FRACASSER “L'ENSEMBLE”
 MAIS AU CONTRAIRE
 PARTICIPER À SON
 ÉDIFICATION PERMANENTE**
 ”

Or le pays a avant tout besoin de retrouver son calme. Le chaos est incompatible avec les affaires, avec le commerce, avec la démocratie, avec le simple vivre ensemble. Chaque camp politique, après le désastre de 2017 (effondrement

de la droite et neutralisation de la gauche de gouvernement), oubliant la notion transformatrice de « classe sociale », a commis l'erreur de se recomposer comme représentant de « catégories sociologiques ». Les partis se seraient-ils transformés sous nos yeux en simples lobbies défendant des intérêts catégoriels ? On

peut le croire. D'autant qu'un dangereux ethnicisme est dans l'air, ici en faveur de telle population, là en faveur de telle autre ; essentialisant les communautés considérées, les montant les unes contre les autres. C'est là un dangereux clientélisme qui ne peut que mal finir. Ce n'est plus la recherche de l'émancipation par la force des idées, c'est la concurrence des douleurs et la compétition des origines. Un retour à l'âge de pierre.

Une démocratie est au contraire le lieu où l'on remplace la volonté de se « battre » par la capacité à « débattre ». Eh oui, les deux verbes ont racine commune. La liberté c'est tous ensemble ; sinon ça s'appelle le séparatisme, l'apartheid, la guerre civile. Une élection est l'expression de cette liberté. Un vote ne doit pas fracasser « l'ensemble » mais au contraire participer à son édification permanente.

Délocalisation, déterritorialisation, dérégulation, infamiliarité... Ce n'est pas l'étranger le problème du citoyen, c'est de se sentir étranger en son propre terroir. Quand le lotissement a remplacé la forêt. Quand le hangar de supermarché a tué l'ancien lieu de chasse. Que les services se sont retirés les uns après les autres et qu'il

ne reste rien, dans le concret de l'existence quotidienne, de la promesse républicaine. Plus encore. Depuis 2016 les régions administratives ne correspondent plus à rien, à aucun sentiment d'appartenance, à aucun paysage vécu. Là encore le sentiment d'unité a été fracassé. La modernité tardive a brutalisé les individus, substitué à un monde familial une société purement opérative où il devient impossible pour des individus de plus en plus isolés de trouver leur juste place. Au point que chacun finit par avoir un doute sur sa propre existence. Voilà l'étrangeté dont il faut parler, voilà la seule étrangeté qu'il faut abolir, parce qu'en effet elle est mortifère pour l'ensemble de la collectivité nationale.

Le déclassé (ou la peur du déclassé) reste le véritable enjeu politique du moment. Il y a deux façons de traiter le problème : en attisant les frustrations pour récolter les fruits saumâtres de la haine perpétuelle, ou se mettre à prendre à bras le corps le problème de l'unité nationale, symbolisée par les services publics et le plein respect des principes démocratiques, pour redonner, dans un esprit de responsabilité, de la sérénité au pays. ■

LES TRIPLÉS

Les Triplés, créée par Nicole Lambert en 1983, incarnent l'élégance et l'espièglerie de l'enfance avec un style chic et intemporel. Les Triplés sont devenus un symbole du charme parisien. Ils célèbrent cette année leur 40^e anniversaire. À travers ces trois personnages adorables, Nicole Lambert a créé tout un univers dont des lunettes avec ADCL depuis 2002. Colorées, aux motifs originaux et qui tiennent bien sur le nez, les montures Les Triplés sont parfaites pour les enfants espiègles et joueurs. ■

+ www.adcl.fr

Les triplés LUNETTES



Silmo 2024 : La rentrée en beauté

Le mois de septembre est traditionnellement le mois de la remobilisation, de la remotivation après le farniente d'été. L'envie de s'y remettre. De retrouver ses activités professionnelles comme une nouvelle page blanche.

L'appétit suscité par cet état particulier de grande réceptivité trouve en optique de quoi se rassasier. Le Silmo de septembre, du 20 au 23, est là précisément pour y répondre. Des milliers de marques internationales : l'offre à peu près exhaustive de ce que l'optique-lunetterie mondiale produit de meilleur et de plus novateur.

Les deux principales motivations des collaborateurs, ce sont la formation qui permet d'évoluer dans sa carrière et l'innovation qui permet de se passionner pour la filière. Il est donc absolument nécessaire d'emmener vos équipes découvrir chaque année ce que la rentrée optique nous prépare. Le passage par les halls de Paris-Nord Villepinte est un passage obligé. Il vaut toutes les formations continues.

Or encore trop peu d'opticiens français ont inclus le Silmo dans le parcours « formation » de leur entreprise. Cette visite de bon sens, indispensable pour être au fait des nouveautés, c'est elle qui fera toute la différence entre un simple distributeur et un opticien. C'est ici qu'on sent battre le pouls de la profession, qu'on peut détecter les tendances émergentes, retrouver les copains de promo, comparer les produits que l'on peut enfin toucher du doigt. Le Silmo est le premier lieu d'échange de toute la filière.

Après un crochet par les stands où la presse professionnelle et spécialisée vous attend (au-delà de l'information, elle reste le meilleur vecteur de formation continue), la première visite doit être con-

sacrée au Silmo-Next. Parce que c'est là que se trace la ligne d'horizon de l'ensemble du secteur, offrant une vision prospective du marché. Car n'oubliez pas : le futur, c'est là où vous allez passer le reste de votre vie ! Alors mieux vaut s'y préparer, en anticipant la réalité, en se confrontant aux nouveaux concepts qui vont transformer tout ce que l'on pensait savoir du métier d'opticien.

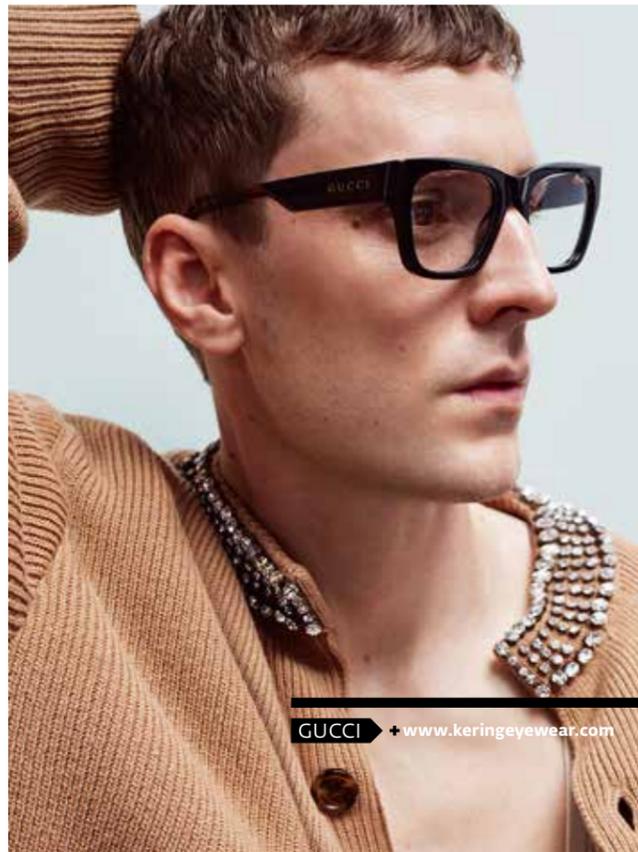
Ce préalable doit engager chacun à la réflexion, et à la définition d'une véritable stratégie de visite. La meilleure technique si vous êtes en quête de produits différenciants ? Commencez toujours par les stands de périphérie : c'est là où émergent les sociétés nouvelles, celles qui demain seront au centre du salon mais que pour l'heure personne ne connaît encore. Profitez de la nouveauté pour vous distinguer sur votre zone de chalandise, mais aussi pour établir des rapports privilégiés avec les jeunes pousses industrielles, porteuses, au-delà même des produits, de nouvelles fonctions, de nouveaux messages, de nouvelles idées marketing.

Enfin s'impose bien sûr la visite sur les stands qui sont pour votre affaire vos fournisseurs institutionnels, avec un relationnel que le salon réinvente et réenchante chaque année, offrant ainsi l'occasion de parfaire les partenariats dans une atmosphère conviviale et détendue.

Chaque visite doit être préparée à l'avance, balisée, partagée avec vos collaborateurs. Ces quelques jours en septembre vont lancer la dynamique professionnelle de votre année. Un moment hautement stratégique à ne pas rater. Votre moment.

Le Silmo est avant tout un lieu d'inspiration. L'endroit où s'invente demain. ●●●

“
**LE SILMO :
UN LIEU
D'INSPIRATION**
”



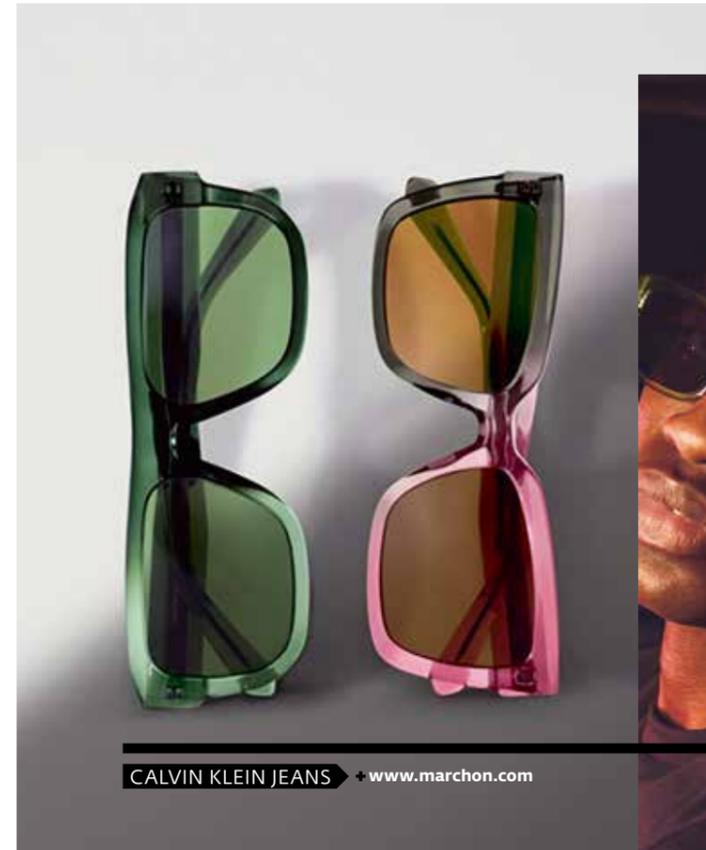
GUCCI + www.keringeyewear.com



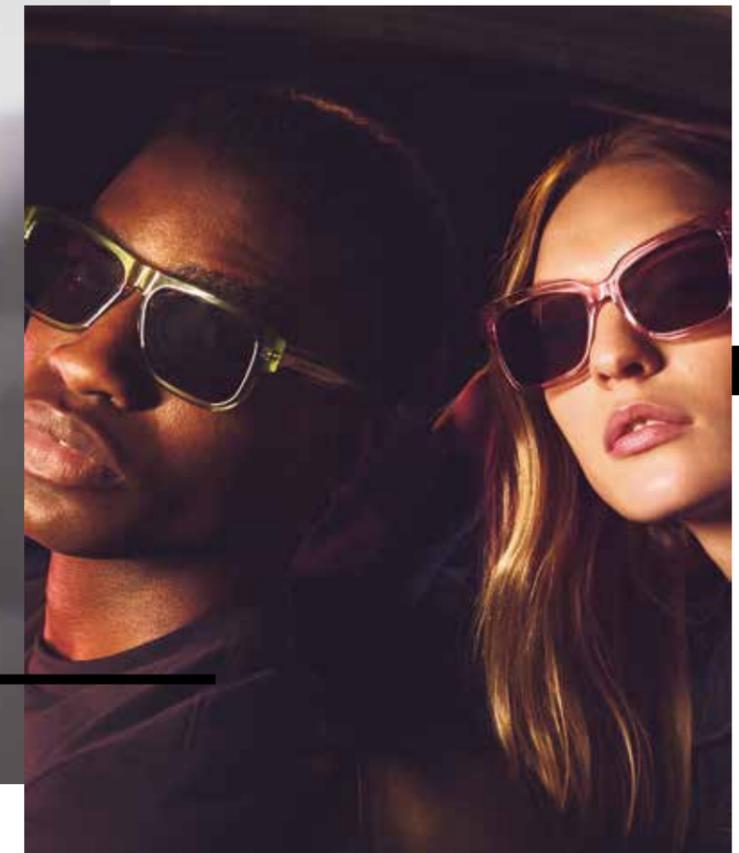
EXALTO + www.oxibis-group.com



JOOLY + www.oxibis-group.com



CALVIN KLEIN JEANS + www.marchon.com



ANDY WOLF + www.andy-wolf.com

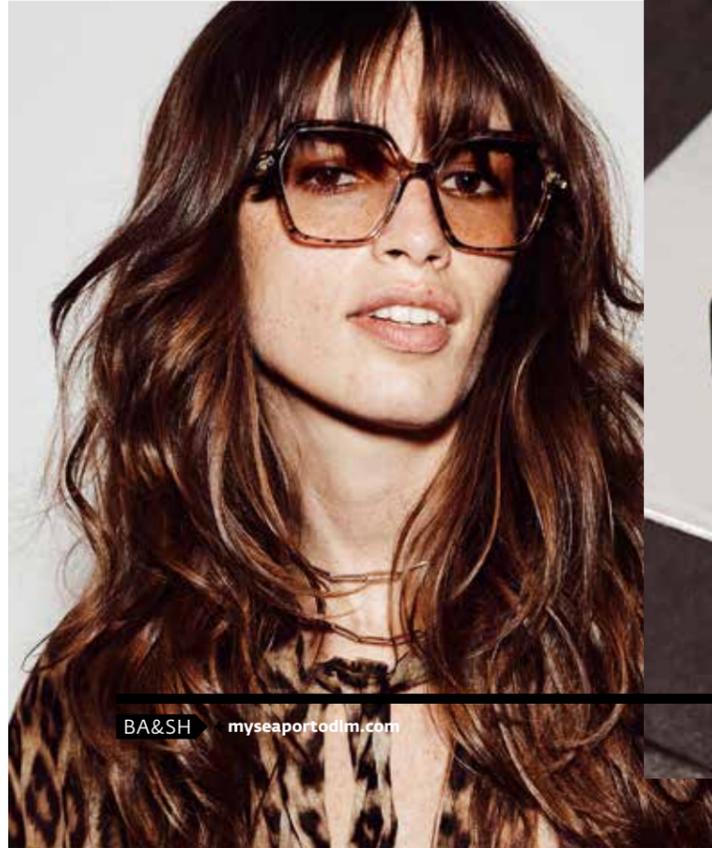


CLÉMENCE & MARGAUX + www.lunettes-cco.fr



VAL&CO + www.lunettes-cco.fr





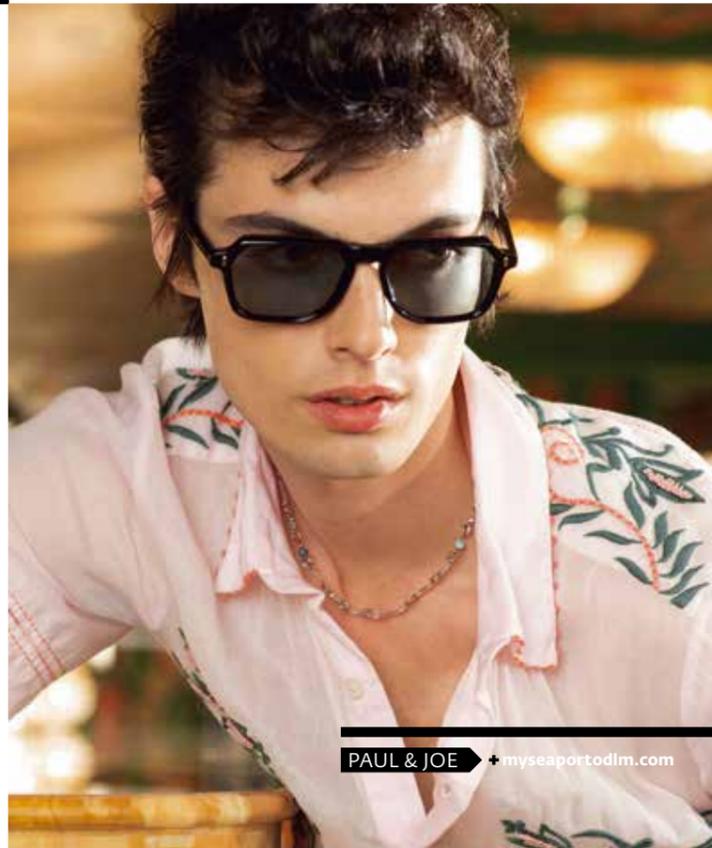
BA&SH myseaportodlm.com



SILMO
Paris
HALL 7
STAND E248



JOOLY®



PAUL & JOE myseaportodlm.com





X-IDE + www.imagine98.it



MIC - MADE IN CADORE + www.imagine98.it



VANNI www.fmi-paris.com



BOLLÉ + www.bolle.com

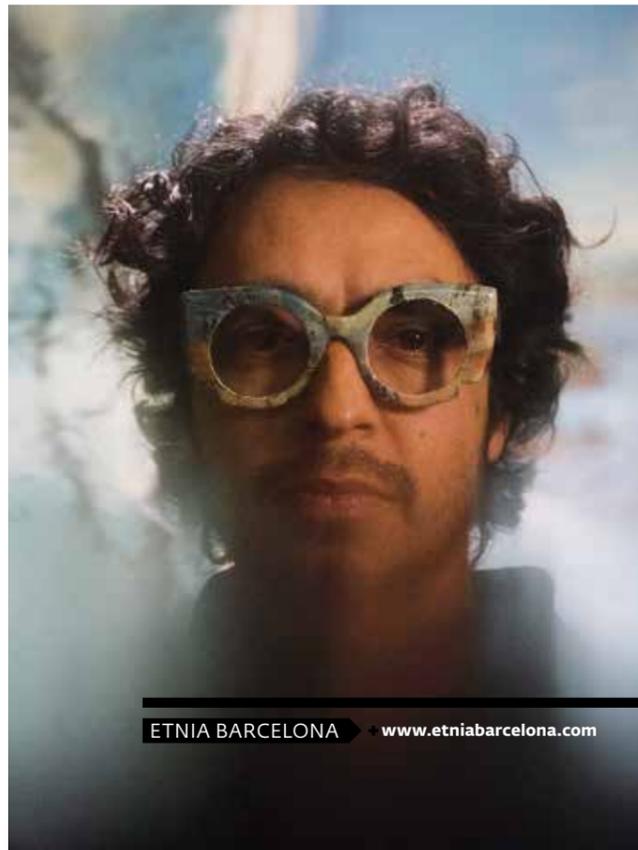


LIGHTBIRD + www.lightbird.it



SHELTER + www.shelter-manufacture.com





ETNIA BARCELONA • www.etniabarcelona.com

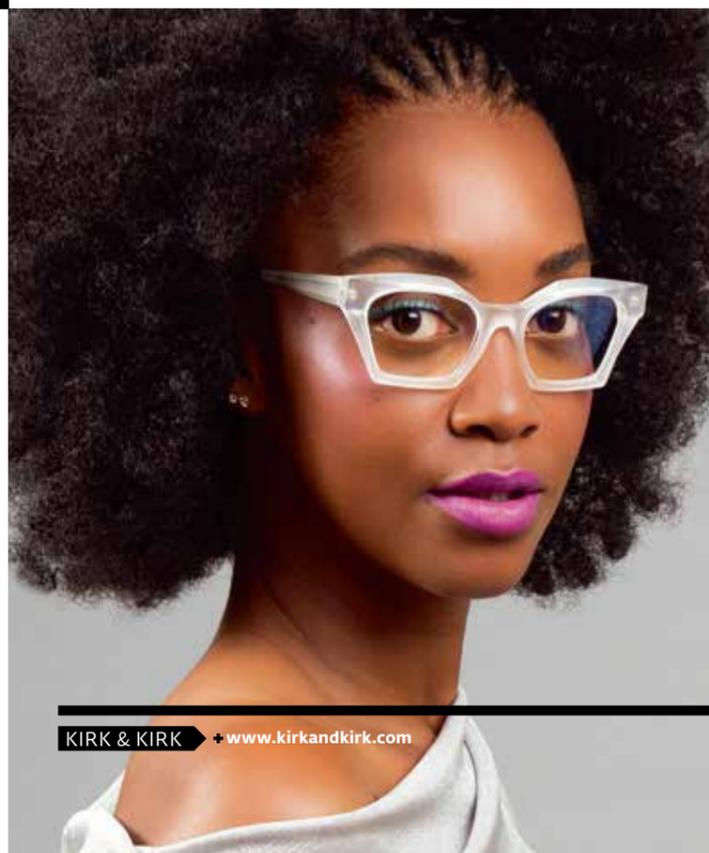


Clémence & Margaux
www.clemence-margaux.com

SILMO
Paris
LE MONDIAL DE L'OPTIQUE
20-23 SEPT. 2024
HALL 6
ALLEE H
STAND 032

Modèle : CMS203 LA LIBANAISE

CCO - VILLA NINO
247 av. Bouloumié
BP20031
88801 VITTEL CEDEX
Tél. 03 29 07 88 88
www.lunettes-cco.fr
 clemencemargaux



KIRK & KIRK • www.kirkandkirk.com





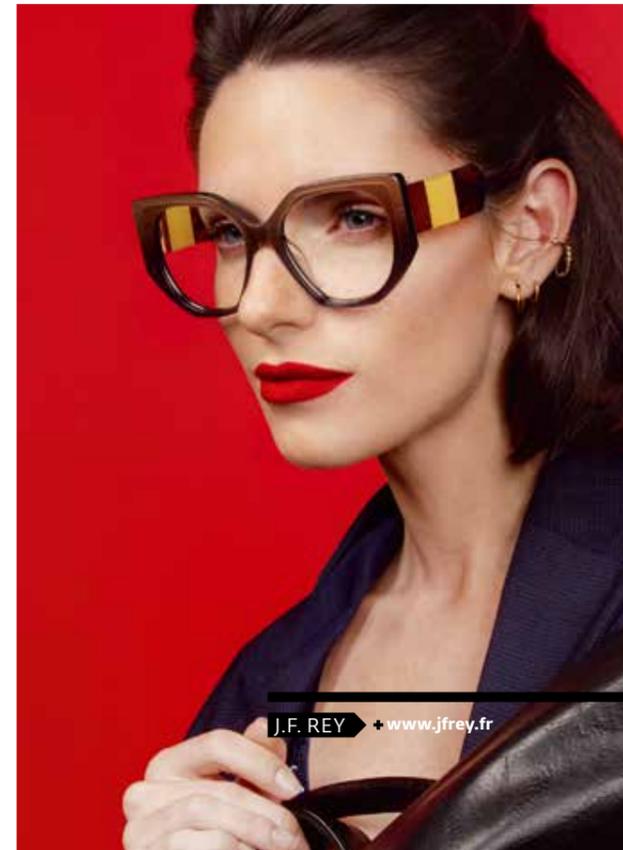
GÖTTI SWITZERLAND + www.gotti.ch



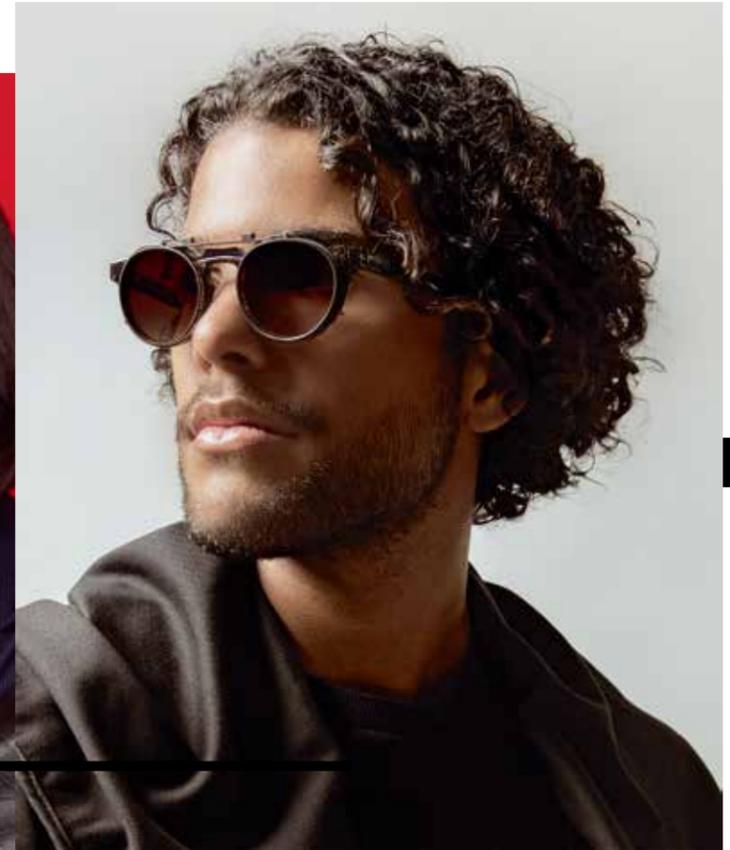
MEXX + www.owp.de



METROPOLITAN + www.owp.de



J.F. REY + www.jfrey.fr

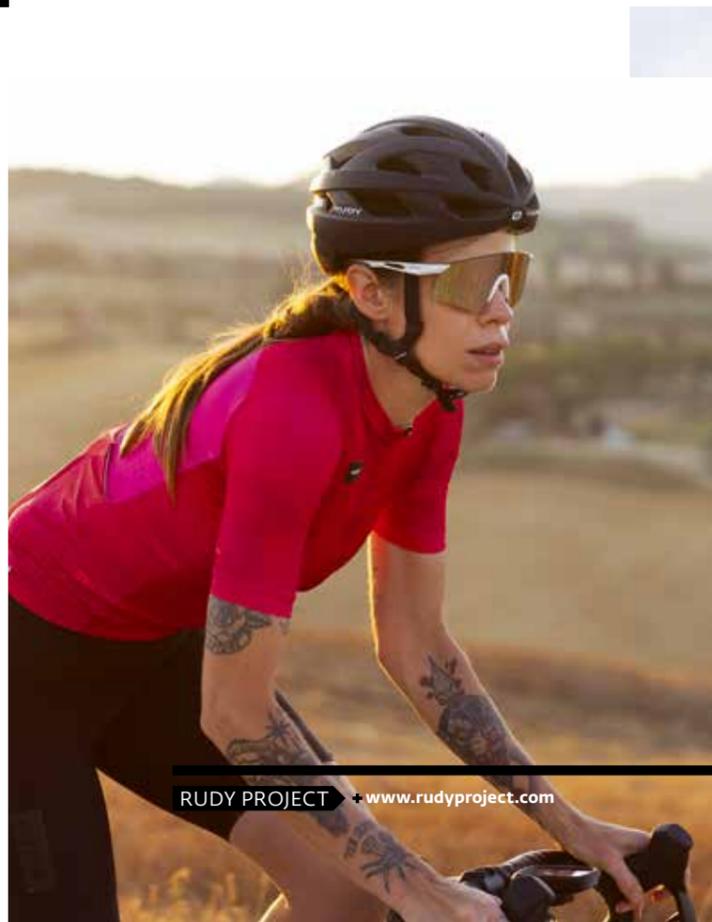


EKKIU + www.ekkiueyewear.com



MOVITRA + www.movitra.it





götti
DIMENSION



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.

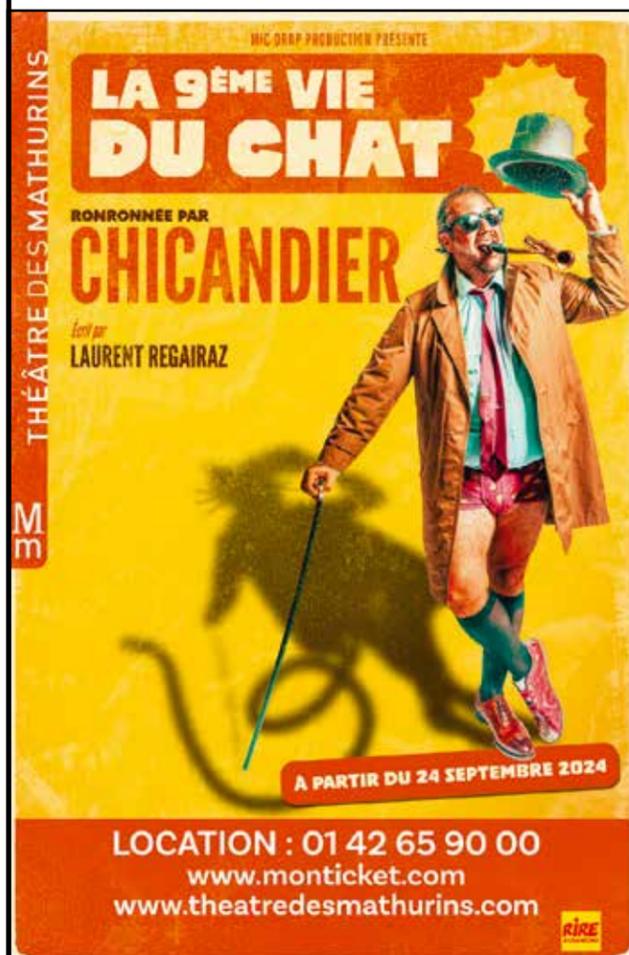
e-mail

Règlement : par chèque à l'ordre de "Noao Media"
23 rue du Départ • BP 37 • 75014 Paris

Votre contact : Didier Gaussens
T. 06 68 26 39 05 • didier.gaussens@gmail.com

Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ Dans son spectacle « La 9ème vie du chat », Chicandier fait une introspection de ses vies passées en se demandant pourquoi il en est arrivé à raconter des absurdités sur scène. Issu d'une famille de médecins, il aurait dû être un "fumier de droite", mais il a été étudiant en droit, notaire, fonctionnaire, puis est devenu une figure du show-business après la vidéo « Bleu Métal ». Il aborde ses désillusions, addictions et problèmes de santé, avant de parler de sa reconstruction et de ses nouveaux projets, se demandant si la vie commence vraiment maintenant.

Chicandier est tour à tour très Chicandier, gaulois, grivois, irrévérencieux mais il montre aussi un aspect « Laurent » (son vrai prénom), plus sensible, plus timide, plus humble et moins grande gueule... Alors qui remportera la victoire entre Chicandier et Laurent ? Telle est la question ?

Réservations

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

Billetterie payante au 01 42 65 90 00
et www.monticket.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



■ Elle vient perturber son quotidien. Elle deviendra sa source d'inspiration.

En 1892, Claude Monet s'enferme plusieurs mois au-dessus d'une boutique de lingerie et mode à Rouen, pour peindre la Cathédrale. Mais l'obscurité et le doute l'ont envahi. Il est alors rejoint par une jeune modèle de la boutique venue passer un corset. Elle l'exaspère, elle l'insupporte. Mais peut-être saura-t-elle aussi lui rendre la grâce.

Une pièce de Cyril Gély sur une mise en scène de Tristan Petitgirard, avec Clovis Cornillac, Maud Baecker et Eric Prat.

Assistante à la mise en scène : Léa Moussy. Costumes : Virginie Houdinière. Créateur lumières : Denis Schlepp. Créateur musique : David Parienti. Scénographe : Stéfanie Jarre. Accessoiriste : Christophe Guillaumin.

Réservations

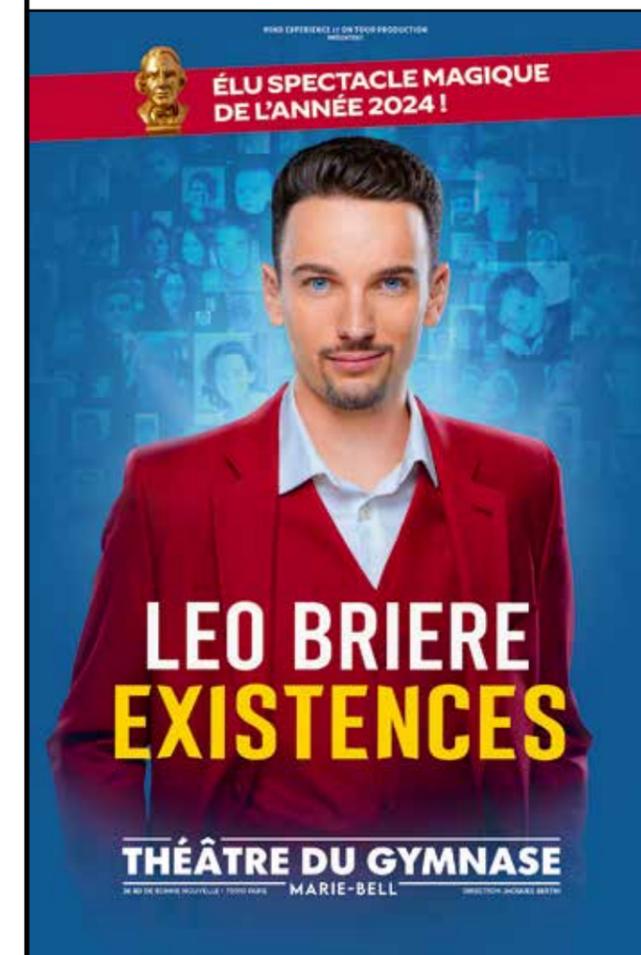
Pour nos abonnés, vos invitations
gratuites au 01 71 73 42 42

Billetterie payante au 01 86 47 23 71
et www.monticket.com

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

Spectacle

NOTRE OFFRE CLUB > DES PLACES DE SPECTACLE



■ L'illusionniste Léo Brière vous fait vivre une expérience bluffante et bouleversante à travers un show de mentalisme exceptionnel, qui marquera votre esprit à tout jamais.

Chaque jour, les choix que nous faisons peuvent changer le cours de notre vie et celle de millions d'autres personnes. Mais avez-vous déjà pris conscience de l'impact de tous ces moments clefs sur votre destinée ?

Après le succès de « L'expérience interdite » (plus de 50 000 spectateurs), Léo Brière vous emmène dans un voyage fascinant au cœur de ce que nous avons de plus précieux et mystérieux... notre existence !

Réservations

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

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

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

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 contacter **Didier Gaussens** : 01 71 73 42 42 / 06 68 26 39 05 / didier.gaussens@gmail.com

CLM Éditeurs

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

www.edition-optique.fr

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE
e-letter

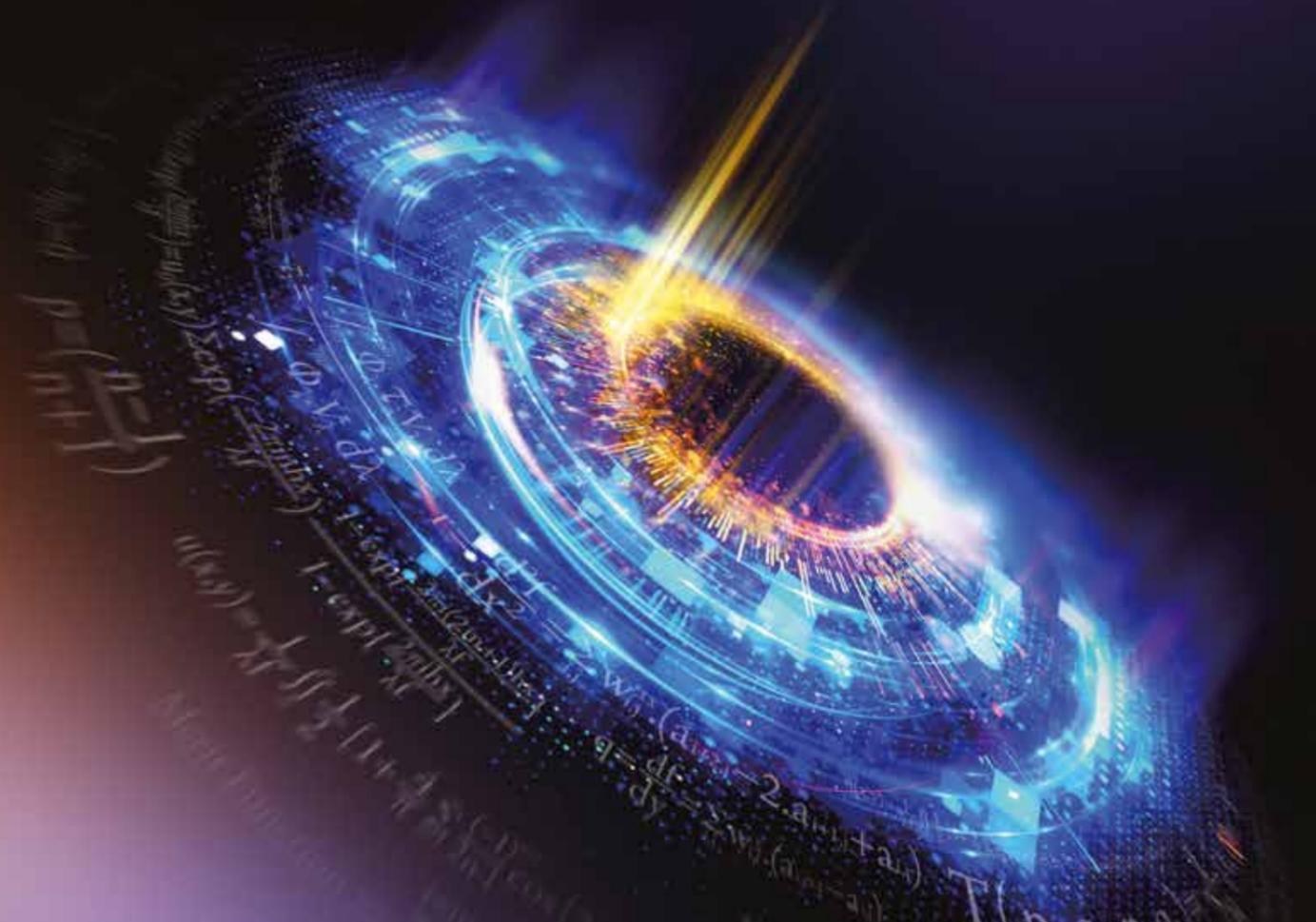
Recevez gratuitement
notre célèbre
e-letter du jeudi
en envoyant un mail à
gerard.larnac@gmail.com

> **AGENDA**

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



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



**VIVEZ L'EXTRAORDINAIRE
PUISSANCE DU CONTRASTE**
VERRES PROGRESSIFS Z SUITE

À DÉCOUVRIR EN AVANT-PREMIÈRE AU SILMO



verresnikon.fr

Z SUITE
PROGRESSIFS

REFOCUSING
ON **HUMANS**

MAXCALLI - MIXERGROUP - PH. ULLWEBER



A NEW EYEWEAR PERSPECTIVE.
FEBRUARY 8-10, 2025 | Fiera Milano, Rho