

# BienVu

PROFESSION OPTICIEN

Novembre 2015 N° 238 - 5,35 €



Silmo

Lauréats Baromètre

Réseaux

# Kosby

E Y E W E A R

SUIVEZ - NOUS SUR :    
[www.kosbyandson.com](http://www.kosbyandson.com)

SEAPORT : 04 72 52 02 20

## 2<sup>e</sup> édition du journal Vision Santé : Luz, Groupe All et la Fnof s'allient

Pour dire stop à la stigmatisation du métier d'opticien par les médias et faire toute la lumière sur le contexte législatif autour de la prise en charge des frais de santé optique, Luz avait lancé en 2013 un journal Vision Santé. Face aux demandes des opticiens qui souhaitent informer et communiquer auprès de leurs clients, une 2<sup>e</sup> édition revient, en partenariat avec le Groupe All et la Fnof. Le message choisi est volontairement fort : « Vos yeux ne sont pas des petits pois », incitant les porteurs à ne pas laisser leur complémentaire choisir leur opticien et la qualité de leurs lunettes. ■

Un site web  
[www.journalvisionsante.com](http://www.journalvisionsante.com)  
est à disposition  
des opticiens pour  
commander le journal.



## Le service à la personne par « les opticiens mobiles »

Créé en juin 2014, le réseau « les opticiens mobiles » est parti d'un constat simple : les porteurs n'ont pas toujours le temps ou la possibilité de se déplacer en magasin pour se faire équiper. L'idée d'un service à la personne, encadré juridiquement, avec des opticiens se rendant au domicile des porteurs, est alors née dans l'esprit de Matthieu Gerber, ancien responsable marketing de la marque Crizal d'Essilor et directeur général et développement d'Ap-sid. Aujourd'hui 22 opticiens, tous diplômés et enregistrés auprès de l'ARS (agence régionale de santé), l'ont rejoint et il espère compter 400 professionnels d'ici fin 2016 répartis sur tout l'hexagone.



### Un statut de VDI et des marques propres

Le principe est simple, les opticiens prennent le statut de VDI (vendeur à domicile indépendant), possède au moins cinq ans d'expérience en magasin et doivent être équipés à leurs frais d'un Ipad 4G, d'une malette de verres d'essai et d'un dispositif pour prendre les mesures (le tout estimé entre 1 000 et 1 500 euros). Ils se déplacent ensuite gratuitement chez les porteurs bénéficiant d'une ordonnance de moins de trois ans, remettent des devis, livrent les équipements et ajustent les montures. Au niveau des produits : « une centaine de modèles, des marques propres dont les prix oscillent entre 19 et 149 euros. Quant aux verres, ils sont répartis en trois catégories : unifocaux, progressifs digitalisés et individualisés dont le coût fixe est respectivement de 60 euros, 240 et 340 euros la paire, avec antireflet haut de gamme et le précal inclus pour un panier moyen de 200€ », explique-t-il. La répartition du CA HT est simple : un tiers revient à l'opticien, un tiers au back office et un tiers à la production.

Plus d'informations sur : [www.lesopticiensmobiles.com](http://www.lesopticiensmobiles.com) ■



## La CDO revient en radio

Après une première campagne nationale en mai dernier, la CDO (centrale des opticiens) est revenue sur les ondes en septembre avec monopticien.com. Trois spots, diffusés sur RMC et Europe 1 ont mis en avant le professionnalisme des opticiens indépendants et leurs relations avec les clients. En se basant sur des idées reçues de clients, le message était clair « pas d'amalgame » et invitait les auditeurs à se rendre sur le site monopticien.com. Avec dix messages diffusés par jour, cette communication avait pour objectif plus de huit millions de contacts. ■

