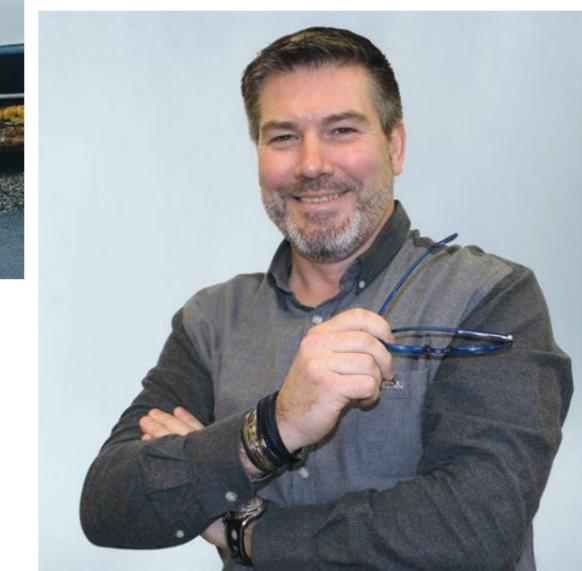


## L'OPTIQUE EN MOBILITÉ : RETROUVER LE SENS DU MÉTIER



Jérôme Marczak – Les Opticiens à domicile

**Le magasin d'optique mène à tout à condition d'en sortir... C'est ce qu'ont dû se dire les initiateurs d'un mouvement promis à un bel avenir : les opticiens en mobilité. Et jusqu'à présent tout semble leur réussir. D'autant que par bien des aspects le métier a fortement déçu ces dernières années : salaires, horaires, gestion administrative pour le compte des mutuelles, commercialisme tapageur... En valorisant les actes et la mission de l'opticien, la mobilité réinvente le métier.**

**Q**ue ce soit la poussée démographique des séniors à mobilité réduite ou le tsunami de la livraison à domicile, tout invite actuellement au développement de l'optique en mobilité. Une fonction qui pourrait bien devenir essentielle par sa portée sociale, dans un contexte de déserts médicaux, de grand âge, voire de confinements à répétition. Et la mobilité fait ressortir l'essence même du métier : la santé visuelle au service de tous.

Quelle opticien-ne ne s'est pas indigné-e devant l'impossibilité qui lui était faite d'aller équiper sa grand-mère à l'Ehpad ? Longtemps on a parlé de « colportage ». Seulement voilà : se rendre sur rendez-vous dans un lieu où votre présence est nécessaire de façon vitale ne s'apparente pas au « colportage », qui est une vente en porte à porte. C'est une assistance à personne en danger.

L'optique est elle aussi affectée par le phénomène de « big quit », ou « grande démission générale » qui affecte les professions depuis quelques mois. Aux États-Unis, 3 % des salariés du secteur privé ont déjà quitté leur emploi. Du jamais vu. Et le mouvement semble bien gagner le vieux continent. La quête de sens et de reconnaissance semble être la principale motivation. Immobilisés par le chômage de masse, les salariés reprennent l'initiative. Le côté décevant du métier d'opticien (horaires, paperasse, promotion permanente) pousse les collaborateurs à une certaine évasion, tandis que les écoles elles aussi peinent à recruter. Et si la mobilité redonnait ses lettres de noblesse au métier ?

En 2013, Bruxelles ouvre la porte à la mobilité en optique. C'est alors que Jérôme Marczak, opticien propriétaire de deux magasins sous franchises, décide de se lancer dans l'aventure. Le métier a bien changé et ne

lui donne plus satisfaction. Suite à un reportage sur une première expérience d'opticien mobile à Bordeaux, il décide de franchir le pas et lance *Les Opticiens à domicile*. Après deux ans de mise au point du concept, il a ses premiers clients en 2017.

Les grands acteurs de la distribution se sont eux-aussi lancés dans la mobilité. Après une première série de tests en 2018, l'enseigne Optic 2000 fait évoluer son offre vers la mobilité, avec une campagne d'affichage sans une seule lunette mais avec, comme chez Darty, une petite camionnette qui symbolise tout : le lien. La visite d'un opticien à domicile est possible jusqu'à 15 km autour du magasin, ou jusqu'à 5 km dans les villes de plus de 200 000 habitants. Le déplacement de l'opticien est gratuit.

La démarche de Jérôme Marczak est différente. « Dans mon esprit », explique-t-il, « on ne peut pas faire et du magasin et du domicile. Il s'agit véritablement d'une autre façon d'exercer le métier d'opticien. La mobilité, ce n'est pas seulement le prolongement du magasin. Il s'agit clairement d'une activité à part. Notre objectif, c'est que nos collaborateurs ne fassent plus que de l'optique et ne fassent plus de gestion. L'objectif, c'est que l'optique redevienne le centre du métier. Nous gérons pour eux toutes les relations aux mutuelles. Les opticiens sur la route disposent de deux marmottes, une marmotte technique qui permet de réaliser les examens de vue à domicile et de prendre en charge toute la partie technique, et une autre marmotte avec 250 montures, toutes du même fournisseur, comprenant aussi l'offre

“  
**NOUS CRÉONS  
UN NOUVEAU MÉTIER  
EN OPTIQUE**  
”

“100 % Santé”, avec un seul verrier. Toutes les montures sont à prix unique. Ainsi nous levons toutes les barrières inhérentes au magasin. Le client est en confiance, il écoute davantage le conseil sachant que celui-ci est désintéressé, uniquement concentré sur ses besoins visuels. »

« On emmène le métier là où se trouve le besoin.

Nous avons des clients qui sont alités ou en fauteuil, avec des distances de regards spécifiques. Nos opticiens vont pouvoir régler parfaitement l'équipement, conformément à la véritable situation de port. On règle la lunette dans leur lieu de vie, ce que le magasin ne permet pas. Nous organisons aussi des dépistages en entreprises, avec des lunettes de protection ou pour des situations bien particulières (dentiste par exemple). Les ventes additionnelles ne sont plus du tout comme en magasin, sur le mode “seconde paire”. Nous amenons des réponses à de vrais besoins paramédicaux, avec des solutions contre la sécheresse oculaire par exemple, ou encore le yoga des yeux. Nous allons former nos collaborateurs à la basse vision, pour amener des solutions que même les



ophtalmologistes ne sont plus en mesure de proposer par manque de temps. »

L'opticien à domicile retrouve le sens de son métier : « Nous sommes chez le client, il n'y a plus le téléphone qui sonne, le client qui rentre et que l'on doit accueillir : tout se concentre sur la relation. Hors du magasin, nous ne sommes plus considérés comme des vendeurs de lunettes mais bien comme des professionnels de santé. » Une labélisation Afnor est en cours en tant que service à la personne et non en tant que magasin, qui privilégie le respect, le service, la bienveillance.

Résultat : « Aucun collaborateur ne parle de retourner en magasin. Ils ont tous le sentiment de faire leur métier à 100 %. Chacun peut organiser son temps. Plus de 90 % de nos collaborateurs opticiens sont des collaboratrices, pour pouvoir choisir leurs horaires, concilier vie de famille et métier. Rétribuées sous forme de commissions, elles gagnent mieux leur vie qu'en magasin. En moyenne chaque collaborateur atteint le chiffre d'un petit indépendant. Certains agents peuvent atteindre les 10 000 euros par mois, pour une moyenne de 3 800 euros (une cinquantaine de ventes par mois). »

Associés avec *Les Opticiens mobiles* et *Les Opticiens qui bougent*, *Les Opticiens à domicile* vont créer prochainement le premier syndicat des opticiens à domicile. « Il s'agit clairement de faire de l'opticien à domicile un métier à part entière. Avec 300 opticiens à domicile en France c'est aujourd'hui une niche, et le nombre total d'opticiens en mobilité ne devrait pas dépasser 1000 ou 2000, mais c'est une profession en devenir qui répond totalement aux exigences actuelles, faites d'ubérisation et de service à la personne. Nous créons un nouveau métier en optique. »

Avec les nouvelles dispositions législatives, il va être possible de développer des structures médicalisées fixes dans les Ehpad. La télé-médecine devrait elle aussi favoriser le développement de l'optique à domicile, avec une nouvelle génération d'appareils qui permettent de transmettre les données à l'ophtalmologiste en total respect du RGPD.

Que ce soit pour le public à mobilité réduite ou pour le service à domicile, incontestablement l'optique hors les murs ouvre un champ considérable à l'optique de santé. ■

+ [www.lesopticiensadomicile.fr](http://www.lesopticiensadomicile.fr)

## VIABEEZ, LA PLATEFORME DE LA SANTÉ IN SITU

Les initiatives se multiplient. *Viabees.com* est une plateforme qui permet de connecter les entreprises et les professionnels de santé dans plusieurs domaines du soin : outre l'optique, elle intervient en audio, osthéo, sophrologie, podologie. Elle part d'un constat alarmant : deux tiers des salariés présentent des problèmes liés à des troubles de la vision, de l'audition ou de la sphère musculo-squelettique.

Fondée par Jean Thomas, Bertrand Macabéo et Edouard Mourot, trois professionnels aux profils complémentaires, la plateforme Viabees, dans un esprit résolument start-up, connaît depuis le début de son activité en juillet dernier un départ fulgurant tant les besoins sont importants. Avec plus de 250 professionnels de santé, elle est déjà pressentie par le Canada pour palier les imperfections du système de prise en charge du soin.

« Les départements RH des entreprises sont très attentifs à ce sujet », explique Edouard Mourot, l'un des trois fondateurs de la plateforme. « Ils entendent ainsi agir sur les arrêts maladies, l'absentéisme, et la qualité de vie au travail qui attire et fidélise les collaborateurs. » Car le coût du mal-être au travail se monte à 13 500 euros annuels par salariés.

« La profession d'opticien a du mal aujourd'hui à se réinventer », poursuit Edouard Mourot, avocat de formation et benjamin de la bande. « Dans cette perspective, le magasin déporté vers le monde du travail est une étape fondamentale. L'optique connaît une période de désenchantement. Métier de santé, mais dans la réalité c'est l'attente du client dans un magasin vide, une gestion administrative pour le compte des mutuelles chronophage, et à peine 10 % du temps consacré au client. Chez nous, chaque opticien voit une vingtaine de personnes par jour, avec un taux de transformation en équipement de l'ordre de 30 à 40 %. Ce qui représente 6 à 8 ventes par jour, tandis que la moyenne de la profession en magasin est de 2,7. Sans mur ni salarié, ce nouveau



Viabees (de gauche à droite) : Jean Thomas (Président), Bertrand Macabéo et Edouard Mourot

mode d'exercice permet de se concentrer sur le cœur du métier. Le tiers-payant est automatisé et géré par la plateforme. L'opticien peut avoir un magasin ou pas. Cela convient aussi aux opticiens détachés, aux opticiens remplaçants, aux jeunes retraités qui veulent continuer à exercer, aux femmes pour s'occuper des enfants et mieux gérer leur temps, aux jeunes diplômés qui refusent les niveaux de salaires actuels, etc. »

Un abonnement mensuel de deux euros par salarié est demandé aux entreprises, pour un accès à un nombre illimité de journées d'intervention. En optique la plateforme prend une commission de 5 %. À terme, la plateforme entend disposer d'une market place pour référencer les fournisseurs. Pour l'instant un choix de 200 montures est proposé.

« Nous participons d'un vrai mouvement de fond », poursuit Edouard Mourot. « D'un côté des déserts médicaux, de l'autre des magasins vides. Le système n'est plus adapté. Le produit optique sur Internet ne fonctionne pas non plus car le contact physique est primordial car nous sommes dans le domaine du soin. La seule solution, c'est la mobilité. Ainsi nous allons toucher les endroits qui réunissent les populations : l'entreprise, la commune, mais aussi la

mutuelle agricole (le monde rural connaît un fort taux de renoncement aux soins et pâtit largement des déserts médicaux), etc. »

« La réindustrialisation dont on parle tant n'est possible qu'à condition d'enrichir le territoire avec des services adaptés. Il y faut une stratégie globale, en changeant la façon dont on distribue la santé en France grâce à des partenariats public-privé. Sur ce point l'État

est demandeur car il sait qu'il n'est plus efficace. Il ne dispose plus des moyens de grandes politiques ambitieuses, pourtant seules à même de faire face à l'explosion des besoins. La médecine du travail par exemple est mal opérée. Nous voulons être mandatés par la Sécu pour faire du dépistage partout en France. »

C'est un changement de paradigme : « La France, contrairement à l'Amérique du nord, n'est pas assez expérimentatrice. Devant l'urgence des besoins il faut essayer, et opter pour ce qui fonctionne. » Il faut réussir à passer à une culture du *test and go*. Sur le modèle de Doctolib, qui a su prendre en charge les plannings de la vaccination anti-Covid. ■

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

ENTRE DÉSERTS MÉDICAUX, MAGASINS VIDES ET ÉCHEC D'INTERNET, LA MOBILITÉ SEMBLE ÊTRE LA SOLUTION