

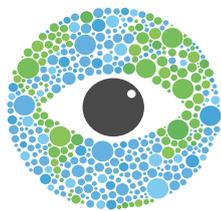
AMÉLIORER LES PRESTATIONS ET DÉVELOPPER LA PROFESSION DE L'OPTICIEN À TRAVERS LE MONDE.

Face à la constante évolution du marché de l'optique, il devient urgent d'améliorer les prestations de la profession. L'objectif est de passer d'un comportement réactif à une attitude proactive. Dans ce contexte, l'International Opticians' Association (Association internationale des opticiens) cherche à rassembler les opticiens du monde entier pour construire l'avenir et contribuer au développement de la profession. Les nouvelles technologies et une bonne connaissance des nouveaux comportements des consommateurs sont des facteurs clés pour anticiper les principaux changements qui affecteront le champ d'activité. Dans cette interview, Elaine Grisdale décrit le (nouveau) rôle de l'IOA et explique comment travailler plus efficacement pour offrir de meilleurs résultats aux personnes qui recherchent des soins de santé visuelle ainsi que des verres et des lunettes de première qualité. Elle réfléchit également aux moyens d'éviter aux opticiens indépendants de devenir des « dinosaures de la filière » alors que le secteur de l'optique connaît l'évolution la plus rapide de son histoire.



Elaine Grisdale

Directrice de développement, International Opticians' Association (IOA)



**INTERNATIONAL
OPTICIANS
ASSOCIATION**

enhancing and developing the optical profession around the world

MOTS CLÉS

International Opticians' Association, IOA, salon d'optique, opticien indépendant, spécialiste de santé visuelle, éducation, prescription, magasin d'optique, expérience d'achat, champ d'activité, avancées technologiques, services en optique ophtalmique, examen oculaire.

Points de Vue : L'International Opticians' Association (IOA) a été fondée il y a plus de 60 ans. Comment décririez-vous sa mission aujourd'hui ?

Elaine Grisdale : À l'origine, l'IOA a été créée pour permettre aux professionnels de l'optique de discuter des enjeux de la filière. Les premiers membres étaient des opticiens indépendants et l'IOA se consacrait essentiellement à l'aspect commercial de l'optique et à son développement. La plupart des membres étaient des leaders d'opinion influents et des propriétaires de salons d'optique florissants.

La mission de l'IOA a évolué au fil du temps pour refléter le nouveau visage du secteur de l'optique. La première raison d'être de l'IOA est de veiller à l'amélioration et au développement de la profession d'opticien à travers le monde. Elle joue aujourd'hui un rôle de forum où les opticiens, associations d'opticiens, partenaires industriels et éducateurs peuvent échanger sur des sujets qui ont un impact sur le développement de la profession et sur l'accès à des services de santé visuelle de qualité. L'IOA offre également aux opticiens du monde entier la possibilité de communiquer et d'échanger sur des sujets liés à l'optique. Beaucoup plus politique que par le passé, son approche est principalement axée sur le développement de la profession à travers le monde. Elle aide ainsi les associations d'opticiens locales à faire reconnaître leur



« L'IOA veille à l'amélioration et au développement de la profession d'opticien à travers le monde. »

métier et leur champ d'activité auprès des gouvernements, mais veille également à offrir à tous d'excellentes prestations et une vision de qualité.

Comment définiriez-vous les défis auxquels l'IOA se trouve actuellement confrontée et les trois priorités à considérer dans le programme d'initiatives de l'IOA ?

Les défis à relever viennent du fait que le métier de l'optique est sous-représenté dans de nombreux pays et qu'ailleurs la profession fait l'objet de critiques. L'IOA veut jouer un rôle politique et de sensibilisation important pour soutenir les professionnels de ces pays. Dans certaines régions, le métier de l'optique n'en est qu'à ses balbutiements. L'IOA doit donc établir des partenariats pour aider ces pays et améliorer les prestations dans le monde.

La difficulté consiste à passer d'un comportement réactif à une attitude proactive. Au lieu de faire face aux situations quand elles se présentent, l'IOA cherche à rassembler les opticiens du monde entier pour préparer l'avenir et contribuer au développement de la profession.

Depuis la création de l'IOA, les systèmes d'information et de communication ont subi une totale transformation. Grâce à Internet, les opticiens du monde entier peuvent désormais communiquer au jour le jour, pour échanger des idées et se soutenir. Ceci me mène aux trois priorités :

i) Améliorer la visibilité et l'adhésion grâce à une image rajeunie et à un nouveau site Web dynamique. Le site Web mettra en valeur notre profession aux yeux des opticiens, mais aussi du public. Celui-ci a en effet le droit d'en savoir plus sur le métier d'opticien et sur ce qu'il peut attendre d'une visite chez un opticien.

ii) Échanger avec les professionnels du monde entier par le biais des réseaux sociaux associés afin d'aider les opticiens à fournir les meilleures prestations possible. Cela permettra également à l'IOA de demeurer active et pertinente dans le quotidien des opticiens.

iii) Agir en tant que passerelle entre les professionnels de l'optique afin de créer des liens et un réseau professionnel et ainsi consolider, améliorer et favoriser le développement de la profession et l'échange de

bonnes pratiques. Notre nouveau site Web et nos réseaux sociaux permettront aux opticiens équipés d'un téléphone mobile d'être mieux informés sur leur profession et de développer leurs propres compétences et connaissances.

Combien d'adhérents l'IOA compte-t-elle ? Qui peut y adhérer et comment ?

À l'heure actuelle, un certain nombre de pays anglophones d'Asie, d'Océanie et d'Amérique du Nord, ainsi que le Royaume-Uni et l'Irlande, font partie de l'IOA. Cependant, ils ne comptent que peu de leaders d'opinion influents parmi leurs membres. Notre but est de nous montrer plus actifs pour persuader les associations membres d'intensifier les communications auprès de leurs adhérents au niveau national et ainsi encourager l'échange avec les professionnels d'autres pays. **Tous les opticiens du monde entier peuvent rejoindre l'IOA par le biais de notre site Web www.ioassn.org et devenir automatiquement membres d'une grande famille d'opticiens.** Certaines associations, comme l'ABDO au Royaume-Uni, l'ADONZ en Nouvelle-Zélande et l'OAC au Canada paient une cotisation pour chacun de leurs membres afin de leur offrir en supplément l'adhésion à l'IOA. D'autre part, outre l'adhésion individuelle classique, nous mettons actuellement en place de nouvelles catégories d'adhésion individuelle et une adhésion entreprise pour les partenaires professionnels qui souhaitent soutenir et encourager le développement des salons d'optique.

Au niveau international, 700 000 opticiens ne disposent pas de représentation internationale ni de moyens de rassembler la communauté pour échanger les bonnes pratiques et veiller à la bonne évolution de la profession. Les optométristes sont au nombre de 200 000 et disposent d'une organisation mondiale pour se faire entendre. En revanche, **un salon d'optique ne se juge pas sur la qualité de l'examen oculaire, mais bien sur celle du produit acheté et des prestations offertes au consommateur : qualité de vision, amélioration de la vie, esthétique et confort. Il est dans l'intérêt de tous les acteurs de notre secteur que les opticiens offrent des prestations de qualité, se tiennent informés des évolutions et acquièrent les compétences nécessaires pour réussir.** Nous espérons que l'IOA les y aidera et que le réseau que nous créons contribuera au



« Les avancées technologiques modifieront nos modes de communication avec les clients, ainsi que notre champ d'activité. »

développement de la profession.

Comment fonctionne l'IOA et/ou collabore-t-elle avec les autres acteurs de la santé visuelle ?

Contrairement à l'optométrie et à l'ophtalmologie qui sont représentées par des organismes mondiaux, aucun organisme international n'a jusqu'ici œuvré pour l'avancement et la protection de la profession d'opticien. Grâce à une interaction en face à face avec d'autres organismes professionnels et au travers d'associations nationales, l'IOA sera en mesure de jouer un rôle politique plus actif pour faire avancer la profession et protéger le public. Elle pourra ainsi veiller à ce que les représentants du secteur de l'optique et de l'optométrie le fassent de manière équitable. Elle pourra encourager le développement de la profession dans les pays où les ressources sont peu nombreuses et agir comme référence internationale d'excellence de l'optique pour les associations nationales qui font pression sur les ministères pour une meilleure reconnaissance ou pour l'élargissement de leur champ d'activité. Elle sera aussi en mesure de contribuer à la promotion des compétences par le biais du site Web, de formations et sensibilisations continues, de formations des formateurs, de conseils et de directives. Elle pourra promouvoir la profession auprès du grand public, en soulignant notamment à quel point il est important que les professionnels fournissent des produits et une vision de qualité optimale. L'IOA pourra également proposer aux professionnels des opportunités de travail

à l'étranger pour découvrir comment leurs homologues y exercent leur métier. Et elle sera en mesure de collaborer avec des partenaires industriels pour identifier les domaines de développement, aussi bien au niveau géographique qu'en termes de connaissance des produits. J'ai eu la chance de travailler de nombreuses années en tant que responsable des relations internationales en optométrie et optique pour Essilor International. Dans le cadre de ces fonctions, j'ai sillonné la planète, créant de nombreux liens avec des leaders d'opinion et des organisations du monde entier dans les domaines de l'optique, de l'optométrie et de l'ophtalmologie. Je siège à divers comités internationaux et européens et je participe à des événements internationaux dans le domaine de l'optique. Ils me permettent, en tant que représentante de l'IOA, d'exposer la façon dont nous pouvons œuvrer plus efficacement pour offrir de meilleures prestations au public en quête de soins de santé visuelle et de verres adaptés.

Pouvez-vous expliquer votre rôle au sein de l'IOA et comment vous envisagez l'évolution de l'organisation au cours des mois et des années à venir ?

En tant que Directrice du développement, je suis chargée d'apporter un nouveau souffle de vie à l'IOA. Le secteur de l'optique a connu une évolution démographique depuis la naissance de l'IOA en 1944 et même depuis 1994, date à laquelle l'International Guild of Opticians (Gilde internationale des opticiens)





est devenue l'International Opticians Association. Ces dernières années, l'IOA n'est pas vraiment restée en phase avec cette évolution démographique. Aujourd'hui, elle ne devrait pas uniquement s'adresser aux propriétaires de salons d'optique. Elle devrait représenter tous les opticiens, quels que soient leurs clients, et les aider à évoluer en tant que professionnels. **Nous avons pour objectif de veiller à ce que les opticiens ne soient pas considérés uniquement comme des propriétaires de magasins limités à une activité commerciale. Nous souhaitons que la profession offre à ses membres un meilleur statut et une voix dans les discussions de santé visuelle.** Et, dans un contexte de vieillissement de la population et de demande croissante de solutions pour les personnes souffrant de basse vision, cela sera de plus en plus important.

Les activités économiques ne devraient pas, bien sûr, être délaissées ou oubliées. Nous ferons en sorte que l'IOA crée également un forum destiné à favoriser le développement commercial. **80 % du chiffre d'affaires d'un opticien qui effectue également des examens de vue proviennent des prescriptions et de la fourniture de solutions visuelles.** L'investissement en matériel clinique et diagnostique et en personnel d'optométrie ne serait pas aussi efficace sans le travail des opticiens.

Vous donnez des conférences dans le cadre de nombreux congrès internationaux et vous vous concentrez sur une question qui peut paraître étonnante « Êtes-vous un dinosaure de la filière ? » Pourquoi posez-vous cette question ?

Au départ, la présentation avait pour objectif d'envisager l'avenir des salons d'optique sur les 5, 10, 15 ans à venir. C'est une réflexion sur la survie des opticiens mais aussi des optométristes, puisque ces deux professions sont intimement liées. Nous vivons une période de changements passionnante, dynamique, où l'immobilité n'est pas une option. **J'insiste sur le fait que la distinction est tenue entre se satisfaire de la façon dont nous travaillons et faire preuve de complaisance. Il n'y**

a aucune place pour la complaisance dans un secteur qui connaît l'évolution la plus rapide de toute son histoire.

J'incite les opticiens à réfléchir à ce qu'ils font au quotidien dans le cadre de leur activité professionnelle et à dire s'ils ont l'impression de tourner en rond ou s'ils sont satisfaits du statu quo. Je leur demande de réfléchir pour savoir si, oui ou non, ils aiment leur travail. Sinon, il est temps pour eux de réfléchir à ce qu'ils doivent faire pour améliorer la situation. S'ils ne s'épanouissent pas dans leur travail, cette négativité se traduira dans leur façon de travailler et de communiquer avec leurs patients. Ils risquent d'offrir des prestations et des choix de produits médiocres, au lieu d'une expérience et de verres exceptionnels.

Je veux simplement dire que s'ils font la même chose jour après jour, en utilisant la même terminologie et les mêmes instruments qu'il y a 5 ans, ils risquent de rencontrer certains problèmes.

Aucune de mes présentations passées n'a reçu un accueil aussi positif ni autant de commentaires. Je pense qu'elle a joué le rôle de séance de thérapie professionnelle pour certains. Ce sont cette positivité, cette réflexion commune et cette sensation de connexion avec d'autres professionnels, tous tournés vers le futur pour trouver un moyen de s'améliorer, que l'IOA peut leur apporter.

Pourquoi est-ce si important de protéger la profession ? En quoi l'IOA peut-elle être utile ?

Dans certains pays, les opticiens sont en position de faiblesse face au gouvernement, voire ignorés, lorsqu'il s'agit de discuter de la santé visuelle et de son financement. Dans d'autres, on ne leur permet pas d'exercer ce pour quoi ils sont qualifiés. Ailleurs, ils ne sont pas autorisés à utiliser le terme « opticien » et doivent se contenter de l'appellation « optical dispenser » (fournisseur de solutions optiques). La marginalisation de la profession est un sujet d'inquiétude pour l'IOA. L'IOA ne peut pas lutter contre les



gouvernements étrangers, ni entamer de batailles juridiques, mais elle peut faire entendre la voix de la raison et soutenir les bons praticiens que l'on empêche d'exercer correctement et de se perfectionner. L'IOA peut apporter son soutien aux opticiens et associations d'opticiens lorsque la législation menace les magasins établis. Libres de consacrer leur temps au client, les opticiens indépendants ont toujours été synonymes de choix, d'attention et de prestations de qualité. **La spécialisation et l'expertise seront encore plus importantes à l'avenir pour permettre aux opticiens indépendants de se démarquer des chaînes d'optique et des fournisseurs en ligne.**

[Quels sont les défis et opportunités pour les opticiens, compte tenu des évolutions technologiques et des changements de comportement des consommateurs ?](#)

La technologie aura inévitablement un impact sur notre façon de travailler. Il ne s'agit pas uniquement de se pencher sur l'ancienneté des méthodes de prescription et d'identifier les investissements à réaliser pour améliorer le matériel. Il faut aussi comprendre le marché et anticiper les changements. Les avancées technologiques modifieront nos modes de communication avec les clients, ainsi que notre champ d'activité. Quand on pense que **le premier appel sur téléphone portable a eu lieu le 1er janvier 1985 au Royaume-Uni sur un appareil de 4,7 kg, c'est vraiment incroyable !** Aujourd'hui tout le monde a un téléphone portable et son utilisation a évolué : il ne sert pas uniquement à téléphoner, mais aussi à envoyer des textos, consulter des mails, se connecter aux réseaux sociaux (un rêve très lointain en 1985) et même à régler le chauffage avant de rentrer chez soi. **Le consommateur (patient) est au cœur de tout ce que nous**

faisons. Nous ne pourrions pas survivre sans une relation forte avec eux. Ce n'est pas seulement la relation sur le point de vente qui a de l'importance, mais de plus en plus la relation avant et après le rendez-vous. À l'avenir, ces deux étapes du parcours du patient gagneront en importance et il se peut que nous ne possédions pas les compétences requises pour ces étapes intermédiaires. Il nous faudra alors les acquérir ou les développer.

Nous sommes tous très attachés à nos appareils numériques et il existe même un terme clinique lié au fait de ne pas les avoir avec nous ou de ne pas avoir de réseau. **Nomophobie** (no-mobile-phobie) est un terme inventé en 2008 dans le cadre d'une étude commissionnée par la Poste britannique, portant sur l'anxiété subie par les utilisateurs de téléphones mobiles.

Le fait que nos patients soient connectés a pour avantage de nous permettre de les contacter plus facilement et à moindre coût. L'intérêt est de le faire de manière plus efficace et mieux ciblée, sans les importuner. Par contre, l'inconvénient est que les comportements changent et que nos clients, plutôt que de se déplacer chez nous, peuvent être tentés d'acheter leurs verres et lunettes en ligne, mais aussi, de plus en plus, de faire un test de vue ou de réfraction en ligne, si ces méthodes s'avèrent fiables.

Le profil client sera également un facteur clé pour déterminer la manière dont nous devons proposer nos prestations. Les jeunes clients sont aujourd'hui tous connectés et seront plus susceptibles de se laisser impressionner par la présence de technologies en magasin ou d'utiliser eux-mêmes les technologies pour les tests de vue et la prescription. Nous devons investir dans les nouvelles technologies.

[Quelles seraient les règles d'or pour attirer et fidéliser les](#)



« Le profil client sera également un facteur clé pour déterminer la manière dont nous devons proposer nos prestations. »

consommateurs chez les opticiens indépendants ?

Je dirais que ces règles ne s'appliquent pas uniquement aux indépendants. Elles devraient concerner tous les opticiens.

a) La phase d'attraction du client est importante et nécessite inévitablement des compétences de communication sur les **réseaux sociaux**. Si ces compétences nous font défaut, il est important de recruter ou de faire appel à quelqu'un (membre de la famille ou du personnel) qui connaît et maîtrise bien ces moyens de communication contemporains.

b) Veiller à ce que toutes les communications soient d'actualité et pertinentes. En bref, **trouver son créneau** et savoir l'exploiter.

c) Se demander comment se démarquer de la concurrence ? Que **proposez-vous de plus** ? Quelle est votre spécialité ?

d) Identifier le public que vous allez attirer. Quel est le profil démographique de la population ciblée ? Comment a-t-il évolué depuis votre installation ? **Vous devez avoir une bonne connaissance de votre client** pour mieux le servir.

e) **Votre site Web** doit être actualisé et pertinent. Un site Web que l'on néglige a un impact aussi négatif qu'une vitrine peu soignée.

f) **Ne pas essayer de deviner les intentions de vos clients**. Lorsque vous les rencontrez, profitez-en pour leur demander quels types de réseaux sociaux ils utilisent. Si la majorité de vos patients ont moins de 25 ans et passent très peu de temps sur LinkedIn, ne perdez pas votre temps à communiquer sur ce réseau social.

g) **Les clients sont conquis par la personnalité** : sachez vous vendre, vous et votre équipe. Qu'avez-vous à offrir ? Donnez-leur le sentiment de vous connaître personnellement, faites-leur entrevoir vos goûts et vos intérêts (il se peut que votre patient les partage, ce qui permet de créer des liens). Si vous ne partagez pas du tout les mêmes intérêts, vous pouvez ainsi éviter de vous impliquer dans une relation difficile avec certains clients potentiels (ce qui est également un point positif).

Interview réalisée par Eva Lazuka-Nicoulaud



INFORMATIONS CLÉS

- L'IOA veille à l'amélioration et au développement de la profession d'opticien à travers le monde.
- Elle joue un rôle de forum où les opticiens, partenaires industriels et éducateurs peuvent échanger sur des sujets qui ont un impact sur le développement de la profession et sur l'accès à une vision et des soins de santé visuelle de qualité.
- L'adhésion à l'IOA s'accompagne de nombreux avantages :
 - un réseau international d'opticiens,
 - être le(s) premier(s) informé(s) des événements dans le secteur de l'optique,
 - s'informer sur les formations, les opportunités de carrière et les programmes pédagogiques.