

"CORRIGER LA VUE, MAIS AUSSI LA PROTÉGER ET FAIRE DE LA PRÉVENTION"

Dans le cadre de son plan Transform'Atol coconstruit avec ses associés, la coopérative Atol a revu profondément sa stratégie de développement en misant notamment sur la santé visuelle. **Les explications d'Eric Plat, son PDG.**

► COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS L'OPTICIEN DE SANTÉ ?

L'opticien de santé est quelqu'un qui s'intéresse à la vue des porteurs et ne se contente pas de vendre des lunettes. Il s'inquiète de savoir si son client ressent des gênes visuelles, dans quel contexte, pour quelles raisons, de manière à lui proposer les solutions les plus adaptées. C'est aussi un professionnel qui se positionne sur l'innovation. C'est sur ce point qu'Atol se distingue en particulier, avec des approches difficiles à appréhender pour un opticien indépendant.

► CONCRÈTEMENT, COMMENT VOUS POSITIONNEZ-VOUS SUR L'INNOVATION EN SANTÉ VISUELLE ?

L'idée est de ne pas seulement corriger la vue mais de la protéger et de faire de la prévention. Nous avons identifié des besoins sur plusieurs segments : les seniors, la maison, la conduite et les jeunes. Et nous y répondrons avec des équipements connectés et électroniques. Dès ce mois de janvier, certains de nos magasins pro-

poseront les lunettes Atol Zen, qui détectent les chutes chez les personnes âgées et préviennent les secours. A moyen terme, les lunettes Atol Dys dédiées aux enfants dyslexiques seront commercialisées. Nous avons d'autres projets dans les cartons, notamment dans le domaine de la dyslexie, particulièrement gratifiant pour les professionnels de santé : quand un enfant passe de 5/20 à 11/20 de moyenne générale à l'école grâce à notre solution, qu'il devient capable de lire 90 mots par minute contre 60 auparavant, on se dit qu'on change la vie d'un jeune. Atol Dys va faire l'objet d'études cliniques réalisées par une société indépendante spécialisée, qui permettront de démontrer l'efficacité et l'innocuité du produit, et qui seront publiées. Au moment de la commercialisation, nous aurons des contacts nourris avec des professionnels experts de la dyslexie. On a longtemps cru que ce trouble pouvait provenir d'un dysfonctionnement du cortex, mais il s'avère que les cellules rétinienne sont impliquées : on peut dépister la dyslexie par l'analyse de la rétine.

► LES OPTICIENS VOUS SEMBLENT-ILS CONSCIENTS DES BÉNÉFICES À DÉVELOPPER LE VERSANT SANTÉ ?

De manière générale, les opticiens s'intéressent davantage à l'aspect commercial de leur métier qu'à la santé. Mais ils prennent de plus en plus conscience de l'intérêt de se positionner sur cet axe, qui fait partie intégrante de notre plan stratégique Transform'Atol : 82 % des associés Atol veulent devenir de vrais professionnels de la santé visuelle et du bien-être durable. C'est ce lien entre bonne vue et bien-être durable qui nous différencie. Certes, entre vœu pieux et réalité, il y a encore du chemin à faire. Les intentions ne suffisent pas et c'est pour cela que nous avons décidé d'aller plus loin en termes d'innovation et de parcours client.

► LE POSITIONNEMENT SANTÉ VISUELLE EST-IL SELON VOUS COMPATIBLE AVEC L'ASPECT COMMERCIAL ET/OU ESTHÉTIQUE DU MÉTIER ?

Oui. Il n'est pas antinomique d'associer santé et beauté, par exemple. Les opticiens ne sont pas des médecins et la notion de santé dans l'optique n'a rien à voir avec la médecine. Il faut garder la spécificité commerciale de la profession, ce qui ne signifie pas forcément de tout miser sur les prix. De notre côté, nous communiquons depuis mars 2019 sur l'examen de vue gratuit, qui est un nouvel axe non promotionnel. Désormais, toute notre communication portera sur les bénéfices qu'attend le client de son opticien Atol et la compréhension de ses besoins, pour lui apporter des réponses technologiques.

► DANS LE CONTEXTE DE MUTATION DU MARCHÉ DE L'OPTIQUE, LA SANTÉ VISUELLE VOUS PARAÎT-ELLE COMME LE PRINCIPAL MOYEN DE PÉRENNISER ET DE DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ ?

L'opticien de santé n'est pas un marché. Il n'y a pas d'attentes des clients sur ce point. Il faut tenir compte des attentes des porteurs qui ne sont pas d'avoir un ophtalmologiste devant eux dans un magasin d'optique. Ils veulent avant tout des réponses produits aux problématiques qui se posent dans leurs différentes situations de vie. ■

