

# Opticien-Lunetier : un engagement méconnu au service du public

**O**pticien-Lunetier. Rarement profession de santé aura été la cible d'autant d'attaques ; sur la question du remboursement, sur celle de ses pratiques, et même sur celle de son monopole. Sa spécialisation et ses expertises seraient même assimilables, aux dires de certains, à une rente de situation ! Petite, dynamique mais par cela même très concurrentielle et dispersée (il n'existe pas de numerus clausus), l'optique-lunetterie est une proie facile dans un monde livré à la marchandisation.

La filière optique (opticiens, fabricants de montures et fabricants de verres) a réalisé des efforts considérables d'adaptation, notamment en termes d'évolution des produits et d'outils industriels. Mais depuis une dizaine d'années, ce secteur discret se trouve déstabilisé par les nouveaux appétits des assurances complémentaires. Celles-ci ont imposé à la profession des réseaux d'opticiens partenaires afin de créer un marché captif à partir du principe de remboursement différencié, tout en pesant sur l'ensemble de la chaîne de valeur pour transférer les marges en leur faveur. Pourtant, avec le recul, on ne constate aucun effet baissier sur le prix des équipements ni sur le montant des cotisations – bien au contraire. En revanche les contraintes sont considérables, tant pour le public que pour le professionnel : le consommateur n'a plus le choix de son opticien, et l'opticien plus le choix des produits. Du coup la qualité optimale n'est plus assurée.

C'est pourtant sur ces mêmes assurances complémentaires que comptent désormais les Pouvoirs publics, dans leur constante politique de privatisation de la santé, pour « faciliter l'accès des Français à l'optique » et réguler les prix du marché !

L'opticien, en dépit des attaques, jouit auprès de ses clients d'une large cote de confiance. C'est que l'optique-lunetterie est une profession de santé. Réglementée (seul le brevet de technicien supérieur Opticien-Lunetier donne le droit d'exercer), elle est, à travers sa distribution (la France compte 12 000 points de vente, avec un très fort taux d'indépendants et de coopérateurs sous enseigne), le maillon le plus visible d'une chaîne comprenant le



médecin ophtalmologiste (le prescripteur) et les fournisseurs d'une industrie de pointe. Celle-ci emploie 40 000 salariés.

L'optique-lunetterie est un commerce de service et de produits transformés, et non une simple distribution de produits finis, comme on le pense trop souvent. L'opticien a pour mission la compréhension fine du besoin du public, la meilleure adéquation entre l'ordonnance médicale et les produits disponibles sur le marché, l'usinage des palets de verres et leur intégration, sur place, dans la monture choisie par le consommateur selon ses moyens et ses goûts. Depuis 2007, les pouvoirs publics ont reconnu le rôle essentiel de l'opticien en lui octroyant la possibilité d'adapter l'ordonnance médicale après réalisation d'un examen de vue. Sans oublier les conseils, l'ajustage et la mise en condition d'usage, afin d'assurer l'utilisation optimale de l'équipement (lunettes ou lentilles). L'optique-lunetterie, c'est annuellement 8,5 millions d'équipements fournis, dont 700 000 à destination des bénéficiaires de la CMU. Une enquête de satisfaction réalisée en 2011 pour la CNAM a montré que 62% des bénéficiaires de la CMU étaient satisfaits des services rendus par les opticiens, plaçant ainsi ceux-ci loin devant toutes les professions de santé participant au panier de soins CMU. ■

## Un service rendu d'une rare portée sanitaire et sociale

La vue, c'est d'abord et avant tout la vie qui va avec.

Il y aurait peut-être quelque justesse, quelque justice aussi, à s'arrêter un instant sur la défense de ceux qui, quotidiennement, sont aux côtés des citoyens pour favoriser leur retour à la vue ; car c'est bien de cela dont il s'agit.

Sans jamais compter leur temps (deux heures trente en moyenne par client,) ni ménager leur peine (SAV gracieux



et rapide), ils rendent l'individu plus épanoui (bien voir c'est vivre bien), mais aussi plus efficace et productif (à l'école, au travail), et cela sans rendez-vous tout au long de l'année, de la semaine, de la journée.

Bien voir, c'est aussi une garantie de sécurité (« Au volant, la vue c'est la vie ») et de santé : bien voir ralentit l'évolution des maladies neurodégénératives. Sans oublier les plaisirs du look, de la mode et de la beauté, dans une société où l'apparence est devenue une donnée centrale.

L'optique-lunetterie paye sans doute d'avoir été trop longtemps négligée par les Pouvoirs publics. Songez que le tarif de prise en charge par la Sécurité sociale n'a pas été revalorisé depuis... 1972 ! Pour autant la mission des opticiens, accessibles et bien répartis géographiquement, permet aux Français de bénéficier d'un très bon niveau de santé visuelle. Un engagement au quotidien, pour un service rendu d'une rare portée sanitaire et sociale. ■

1. Selon une enquête du CHU de Lille, 30% des retards à l'apprentissage de la lecture sont dus à des défauts visuels chez les enfants de moins de 6 ans.

Fédération Nationale des Opticiens de France (FNOF)

www.fnof.org - 05 58 74 23 10 - Alain Gerbel, Président : 06 87 12 04 39 - fnof@fnof.org