

LA CONTACTOLOGIE, UN INVESTISSEMENT GAGNANT POUR LES OPTICIENS



Maher Kassab

Le marché de la contactologie progresse toujours peu d'années en années. Alors même qu'il y a eu près de 21 % des porteurs de lunettes qui sont intéressés par les lentilles. Comment s'explique cet écart entre la taille réelle du marché et son potentiel ?

"Cet écart est dommageable car les porteurs de lunettes sont effectivement intéressés et la contactologie est un secteur d'innovations. Mais le fait de porter des lentilles ne se limite pas au seul besoin du consommateur. Fondamentalement entre ce besoin exprimé et le passage à l'acte, il est indispensable d'avoir une caution médicale qui motive le porteur, l'accoutume au port de lentilles, lui fasse essayer le produit et prenne le temps de l'accompagner.

Or il est déjà difficile pour le patient de trouver un ophtalmologiste contactologue. Le temps disponible des professionnels de santé a diminué. Par ailleurs, le parcours du porteur manque de fluidité, entre l'ophtalmologiste qui renvoie à son confrère contactologue, l'opticien qui adapte... L'une des solutions pour

Intérêt des porteurs pour les lentilles, stagnation des ventes de contactologie sur Internet, volonté des jeunes ophtalmologistes de travailler le segment avec les opticiens. Tous ces éléments doivent vous inciter à vous intéresser à la contactologie. Et ce d'autant qu'avec la réforme du RAC O, vous ne pouvez plus faire l'économie d'un levier de croissance différenciant. Interview de Maher Kassab, pdg de Gallileo Business Consulting.

fluidifier ce parcours serait de l'établir clairement et surtout d'orienter plus rapidement les patients vers les bons professionnels.

L'autre raison du décalage tient au taux encore élevé d'abandonnistes : il y a presque autant d'entrants dans la catégorie que de patients qui renoncent à ce type de port... Ces derniers auraient pu être mieux suivis et mieux accompagnés. La saturation des cabinets d'ophtalmologie et l'implication très inégale des opticiens accroissent cette situation."

Le développement du travail aidé en cabinets d'ophtalmologie est-il susceptible de fluidifier le parcours client ?

"Seulement si les aidants (les orthoptistes, en l'occurrence) sont formés à la contactologie et qu'ils exercent chez un contactologue. D'où l'importance de convaincre les ophtalmologistes d'intégrer cette activité au sein de leur cabinet."

Quel rôle l'opticien peut-il jouer sur ce marché ?

"Son rôle est primordial : il a le temps

En contactologie, l'opticien peut devenir à la fois correspondant de l'ophtalmologiste et accompagnateur du patient

pour présenter à son client le port de lentilles, susciter son envie et jouer le rôle de coordinateur du parcours. En l'orientant vers un ophtalmologiste, et, en cas de problème, en l'accompagnant. Il est le mieux placé pour informer le porteur des innovations et des nouveaux produits. Enfin, il peut améliorer sa satisfaction en favorisant le double équipement "mensuel ou 2 semaines" + journalières pour des activités spécifiques, comme le sport par exemple. L'opticien s'ouvre ainsi un nouveau champ d'action en devenant à la fois correspondant de l'ophtalmologiste et accompagnateur du patient.

Certes, et c'est une remarque récur-



rente chez certains opticiens, cela demande un investissement conséquent. Mais il se révèle gagnant. La contactologie replace l'opticien au cœur de la santé visuelle. Et draine du trafic. De plus, le consommateur de lentilles de contact achète aussi des lunettes et des solaires. Par conséquent, un porteur de lentilles génère largement plus que les 8 % du CA d'un magasin attribués à la contactologie. Mais les choses évoluent : c'est en tout cas ce qu'on observe dans l'édition 2018 de notre étude "Opticiens et Contactologie". Le volume d'adaptations par les opticiens est en croissance, porté à la fois par le développement du nombre de magasins pratiquant l'adaptation (+ 1,8 % sur les 12 derniers mois) mais surtout par le développement du volume moyen d'adaptation par magasin (+ 16 % sur les 12 derniers mois). Par ailleurs, les opticiens adaptateurs travaillent déjà en collaboration avec les ophtalmos : dans près des 2/3 des magasins, le choix de la lentille adaptée au patient est fait soit par l'ophtalmologiste soit conjointement avec lui.

Cette tendance va s'accroître

puisque une part significative (43 %) des jeunes ophtalmologistes (moins de 45 ans) travaillent déjà en collaboration/délégation avec les opticiens pour la contactologie (lire Bien Vu 266, supplément contactologie mai 2018, page 5)."

Les opticiens qui ont fait le choix de la contactologie gagnent en clientèle et en parts de marché

La réforme 100 % santé impose à partir de janvier 2020 de nouvelles contraintes aux opticiens. Dans cette perspective, la contactologie, qui "échappe" à la nouvelle réglementation, ne devient-elle pas un levier de croissance en magasin et une activité particulièrement génératrice de chiffre d'affaires ?

"Elle l'est déjà en fait ; car le porteur de lentilles dépense 170 € par an

pour ses lentilles et solutions et 395 € en lunettes de vue tous les 2,5 ans (soit un équivalent annuel de 158 €). En l'occurrence, c'est bien plus qu'un porteur de lunettes (428 € tous les 2,8 ans soit un équivalent annuel de 153 €) ! Ainsi, sur une période de 3 ans, le CA généré par un porteur de lentilles sera 2,1 x supérieur à celui d'un consommateur qui ne porte que des lunettes. Et cela, sans prendre en compte la dépense du porteur de lentilles en solaire plano. Toutes nos études le montrent : ceux qui ont fait le choix de la contactologie gagnent en clientèle et en parts de marché. La contactologie redevient un secteur intéressant pour les opticiens, j'en suis persuadé. Et ce d'autant que les ventes sur Internet plafonnent aux alentours de 20 %. Quel est l'enjeu aujourd'hui ? Tout simplement de fédérer les différents professionnels entre eux. C'est primordial car si la contactologie se situe à la frontière du médical et du besoin esthétique du consommateur, elle reste un sujet de spécialistes : ophtalmologistes et opticiens." ●