



Factographie

Opticien

SOMMAIRE

Les points clés	page 3
1 - Le contexte dans lequel l'opticien exerce son métier	page 4
2 - Sa structure juridique, fiscale et réglementaire	page 7
3 - Son environnement professionnel	page 10
4 - Sa protection sociale	page 21
5 - Comment l'aborder sur le plan commercial	page 22
Annexes	page 27

LES POINTS CLES

Profession de plus en plus franchisée, d'où la baisse considérable des petits magasins d'optique.

Il s'agit d'un marché porteur du fait du vieillissement de la population : plus de trente millions de Français portent des lunettes ou des lentilles. Mais sa croissance est freinée par les délais d'attente imposés par les ophtalmologistes.

Les chiffres clés en France métropolitaine

- **Nombre de points de vente d'optique lunetterie**

8 758 en 2005 ; **9 148** en 2006 ; **9 889** en 2007.

Un magasin sur deux appartient à un opticien indépendant ou affilié à une centrale d'achats.

- **Chiffre d'affaires 2007**

Le CA du marché de l'optique est de **4,6 milliards d'euros**.

Le chiffre d'affaires moyen d'un point de vente : **412 000 € TTC**.
(tout type de distribution confondu).

- **Effectifs :**

15 363 opticiens lunetiers en 2007 dont 47,7 % sont des femmes

32 % gérants de société

33 % libéraux

64 % salariés

Très peu exercent en secteur hospitalier.

- **Répartition des professionnels par tranche d'âge**

Sur les **15 363** recensés en 2007 :

- **9,7 %** ont moins de 25 ans,
- **67,2 %** ont entre 25 et 50 ans,
- **16,5 %** ont entre 50 et 65 ans,
- **6,6 %** ont plus de 65 ans.

- **Tranches de revenus (chiffres 2002)**

Poste	Montant salaire brut annuel
Monteur	17 850 €
Responsable d'atelier	22 000 €
Opticien débutant	19 800 €
Opticien confirmé	24 950 €
Opticien remplaçant	25 200 €
Directeur de magasin	32 400 €
Directeur de plusieurs magasins	42 050 €

1 - Le contexte dans lequel l'opticien exerce son métier

L'opticien est un professionnel qui réalise, adapte, vend des articles destinés à corriger les défauts ou déficiences de la vue sur prescription médicale et conseille les utilisateurs des matériels fournis.

Il commercialise également des fournitures telles que lunettes de soleil, étuis, produits d'entretien, instruments d'optique et de mesure. Le caractère commercial de son métier est important. Il est chargé entre autres, du contact avec la clientèle, de la gestion des stocks, de la définition de l'équipement adéquat, du management des salariés, etc.

1-1 SES ÉTUDES

Pour occuper un poste de monteur vendeur dans un magasin d'optique, le BEP optique lunetterie ou le CAP monteur en optique lunetterie peut suffire.

Mais les employeurs du secteur recrutent plus volontiers les titulaires de BTS opticien lunetier.

1-1-1 La formation

Le Brevet de Technicien Supérieur opticien lunetier, délivré par l'Education nationale, est obligatoire pour exercer et ouvrir un magasin d'optique. Il se prépare dans des établissements spécialisés publics ou privés et la formation dure deux ans, parfois trois en vue d'une formation complémentaire.

Les études sont ouvertes aux titulaires d'un baccalauréat

- Scientifique (S) ;
- Sciences et Technologie Industrielle (STI), spécialité génie optique ;
- ou Sciences et Techniques de Laboratoire (STL), spécialité physique de laboratoire et de procédés industriels.

Cette formation comporte des enseignements théoriques, complétés par des travaux pratiques et dirigés et un stage obligatoire de six mois en fin de première année.

En plus des langues vivantes, les enseignements sont essentiellement scientifiques :

- optique physiologique, géométrie et physique ;
- étude technique des systèmes optiques ;
- analyse de la vision ;
- mesures faciales ;
- étude, réalisation et contrôle d'équipements.

Depuis la rénovation du BTS les enseignements comportent aussi une part d'enseignements non scientifiques, nécessaires à l'apprentissage de l'aspect commercial du métier. La communication et la gestion permettent de former le futur opticien à l'accueil des clients, aux relations avec les employés et les fournisseurs, à la gestion du personnel et des stocks.

Il est à noter que l'université Aix-Marseille III prépare en deux ans au BTS opticien lunetier et parallèlement au DU optique physiologique et optométrie, qui fournit aux étudiants un bagage scientifique supplémentaire qui facilitera la poursuite de leur cursus.

Le BTS d'opticien lunetier est aussi accessible aux candidats justifiant d'au moins trois années d'exercice professionnel dans un emploi de niveau au moins équivalent à celui de technicien et dans un secteur en rapport avec celui du diplôme postulé.

1793 candidats se sont présentés en 2005 au BTS opticien lunetier, contre 1380 l'année précédente.

Les admissions (1172) ont augmenté de 14 % (+147) alors que le nombre de candidats a progressé de 30 %. Enfin, on peut noter qu'en dix ans, 9 140 hommes ou femmes sont devenus opticiens ou opticiennes.



Le métier de l'opticien est en pleine mutation.

Le législateur réfléchit actuellement sur la possibilité d'octroyer à l'opticien un droit supplémentaire : celui d'effectuer une ordonnance ou son équivalent, pour déterminer la correction de vue et faire l'examen permettant de déterminer la correction des verres dont doit bénéficier l'assuré social.

Des discussions sont en cours pour que l'opticien bénéficie d'une tarification de ces actes bien inférieure à ceux d'un ophtalmologiste, Si cet assouplissement juridique s'applique à l'avenir, l'opticien verrait ses revenus augmenter d'une façon significative.

1-1-2 Les spécialisations

- **Les Certificats de Qualification Professionnelle**

Ces C.Q.P. sont des formations qui se préparent en un an après le BTS d'optique et qui sont répertoriées dans la Convention Collective.

- **Le C.Q.P. technique**

- permet d'accéder au poste de responsable technique de magasin d'optique.

- **Le C.Q.P. Commerce**

- qui dispense une formation en gestion de magasin d'optique.

Il existe plusieurs possibilités de spécialisation dans les domaines de l'optique physiologique et de l'optométrie :

- **Maîtrise des Sciences et Techniques (MST)** d'optique physiologique et optométrie à l'université Aix-Marseille III qui se prépare en 2 ans ;
- **MST optique de contact et optométrie** préparée en 2 ans au centre d'optométrie de Paris XI en collaboration avec l'Institut supérieur d'optique et à la faculté libre de sciences de Lille.
- **DESS d'optique physiologique et optométrie** qui permet d'obtenir le grade de Mastère en analyse de la vision

1-1-3 Les stages de formation

Les produits et techniques optiques évoluant sans cesse, les professionnels doivent réactualiser en permanence leurs connaissances. Les fournisseurs de lentilles proposent régulièrement des stages courts aux opticiens afin de les former à leurs nouveaux produits.

1-2 SON PROFIL

A l'heure actuelle la profession d'opticien prend une forme de plus en plus commerciale.

C'est ainsi qu'il n'est pas rare de voir un opticien interroger son client sur la capacité de remboursement de sa mutuelle avant de le conseiller sur sa nouvelle monture.

Un nombre important de jeunes gens s'orientent vers ce métier qui n'exige que deux années d'études et qui génère des revenus confortables. Il n'y a donc plus de pénurie d'opticiens comme c'était le cas il y a dix ans.

1-3 SON ENVIRONNEMENT FAMILIAL



Les magasins traditionnels sont souvent exploités en couple.

Il est assez fréquent d'observer que les magasins d'optique traditionnels sont gérés par un couple d'opticiens qui s'investissent beaucoup dans leur métier. Toutefois ces magasins indépendants sont fortement concurrencés par les enseignes : de ce fait, les enfants de ces professionnels sont peu enclin à prendre la relève.

Par contre, on note un fort pourcentage de transmission de parent à enfants pour les magasins franchisés.

2 - Sa structure juridique, fiscale et réglementaire

2-1 DONNÉES ÉCONOMIQUES GÉNÉRALES

Les opticiens lunetiers travaillent essentiellement dans le secteur privé en tant que gérant de société (34 %) ou en tant que salarié (65,8 %). Les formes d'exploitation de fonds d'optique lunetterie sont très variées (entreprises individuelles, société en nom collectif, société à responsabilité limitée, société par actions simplifiée, société anonyme, etc.).

Il existe aussi quelques emplois dans le secteur hospitalier.

Le marché de l'optique en 2004 se chiffre à 3,529 milliards d'euros de chiffre d'affaires qui se ventilent comme l'indique le tableau suivant :

Produits	Chiffre d'affaires en milliards d'euros	Chiffre d'affaires en milliards d'euros
Verres	2,583	53,2 %
Montures	1,251	25,8 %
Lentilles de contact	0,337	6,9 %
Produits lentilles	0,09	1,9 %
Solaires	0,26	5,4 %
Autres	0,334	6,8 %
TOTAL	4,861	100 %

(source : l'opticien lunetier n°593)

Montant de la dépense moyenne en 2003 :
313 euros pour les lunettes correctrices entières.

Poids des TPE dans le secteur de l'optique (chiffres de 2004)

Nombre de salariés dans l'entreprise	Nombre d'entreprises en %
0	24
1 à 5	80
6 à 9	21
10 à 19	22
> 20	13

2-2 LES CONDITIONS RÉGLEMENTAIRES D'EXERCICE

Il n'existe pas de règle de numerus clausus pour la formation ou pour l'ouverture d'un point de vente.

Pour pouvoir exercer son métier, l'opticien doit être inscrit sur une liste dressée par le Préfet du département de sa résidence professionnelle, qui enregistre son diplôme, son certificat, titre ou autorisation. Tout changement de résidence professionnelle hors des limites du département oblige à une nouvelle inscription et à la radiation de l'ancienne. Un opticien lunetier ne peut être inscrit que dans un seul département.

Enfin, il doit se faire enregistrer auprès des trois administrations suivantes :

- La Direction Départementale de l'Action Sanitaire et Sociale (DDASS), comme professionnel de santé,
- Le Tribunal de Commerce, comme commerçant,
- La Caisse Régionale d'Assurance Maladie (CRAM), en tant que fournisseur des assurés.

Tout commerce d'optique lunetterie, quel que soit son statut, ne peut être dirigé techniquement que par une personne titulaire d'un diplôme professionnel d'optique lunetterie.

Toutefois, la qualité d'opticien n'est pas obligatoire pour chacun des associés, dirigeants ou gérants de magasins d'optique et de lunettes.

2-3 FORME JURIDIQUE DE L'EXERCICE DE L'ACTIVITÉ

La forme juridique de l'exercice de l'activité a déjà été vue précédemment, on rappellera simplement que l'activité est exercée soit sous forme d'entreprise individuelle, soit sous forme de société à responsabilité limitée ou d'entreprise unipersonnelle ou encore de société anonyme.

Ce qui caractérise la forme juridique de l'exercice choisi par l'opticien est en réalité le nombre de magasins qu'il détient.

Généralement l'opticien qui détient un seul magasin exerce en nom propre, l'opticien qui gère deux, voire trois magasins, exerce généralement dans le cadre d'une société à responsabilité limitée ou d'une entreprise unipersonnelle et enfin l'opticien qui gère un nombre plus important de magasins exerce en société anonyme.

La forme juridique est en réalité conditionnée par l'importance des investissements et des engagements financiers qui sont pris.



Le choix du statut social a été fait selon les mêmes critères autres professions commerciales.

La connotation sociale dans le choix du régime juridique est également un paramètre qui a été pris en compte par les opticiens de la génération des années 70/80 qui ont généralement préféré l'exercice sous forme de société anonyme pour bénéficier du statut de salarié : ce phénomène n'est pas spécifique à la profession d'opticien puisqu'on le retrouve dans de nombreux secteurs.

A titre anecdotique, il faut savoir qu'il y a des opticiens franchisés qui détiennent jusqu'à une vingtaine de magasins.

Bien évidemment pour ces derniers il s'agit d'une véritable entreprise car si l'on compte quatre à cinq personnes salariées par magasin, cela donne un effectif d'une centaine de personnes et par conséquent le poids d'une entreprise très importante.

Vous n'aurez donc pas le même dialogue avec un opticien indépendant qui gère un ou deux magasins et un opticien franchisé qui détient une vingtaine de magasins.

2-4 CADRE FISCAL DE L'EXERCICE DE L'ACTIVITÉ

Le cadre fiscal de l'exercice de l'activité varie en fonction du volume de l'activité de l'opticien.

Pour les opticiens indépendants qui exploitent un ou deux magasins, le cadre fiscal de leur activité est généralement celui de l'entreprise individuelle : ils relèvent ainsi du régime du réel normal car ils dépassent les limites du forfait ou du réel simplifié.

Les opticiens qui génèrent un volume d'activité plus important optent en général pour un exercice sous forme de société à responsabilité limitée, ou de société anonyme, soumises l'une et l'autre à l'impôt sur les sociétés.

3 – Son environnement professionnel

3-1 LES FAITS MARQUANTS DE LA PROFESSION

L'opticien, titulaire d'un BTS d'opticien lunetier, n'est pas habilité à prescrire. Face à l'engorgement des cabinets d'ophtalmologie et à l'orientation de plus en plus marquée des ophtalmologues vers la chirurgie oculaire, les opticiens revendiquent l'élargissement de leurs compétences, leur permettant notamment d'intervenir en tant que prescripteurs dans le renouvellement des dispositifs médicaux.

3-1-1 Evolution économique récente

ANNEXE	Nombre de points de vente	EVOLUTION DU MARCHÉ DE L'OPTIQUE	
		En valeur et en milliards d'euros	En pourcentage
1997	7331	2,84	--
1998	7485	2,94	+ 3,5 %
1999	7800	3,08	+ 4 %
2000	7882	3,17	+ 3,2 %
2001	8150	3,39	+ 6,9 %
2002	8400	3,42	+ 0,4 %
2003	8700	3,60	+ 5,6 %
2004	8758	3,88	+ 3,5 %

(Source : Acuité, Portail de l'optique 2005)

Le tableau ci-dessus indique l'évolution du chiffre d'affaires total du marché depuis 1997.

Un chiffre d'affaires issu du panel de GFK et retravaillé selon les estimations de la revue professionnelle Bien Vu afin d'intégrer les DOM TOM, la Corse et les ventes d'accessoires.

Depuis 1997, le marché a progressé d'environ 36 % avec deux années fastes : 2001 et 2003 où la croissance a pratiquement atteint 7 % en 2001 et a dépassé 5% en 2003.

Pourtant le nombre de magasins sur cette même période a augmenté de 27 %.

Le commerce de détail d'articles de lunetterie fait intervenir des acteurs aux statuts juridiques très variés

Les 8758 magasins français recensés en 2005 peuvent être répertoriés ainsi :

- **Enseignes indépendantes**

On estime qu'elles représentent 19,83 % des parts de marché globales avec 4346 magasins.

Elles sont exploitées par des opticiens qui ne sont affiliés à aucune enseigne.

La gestion de ce type de point de vente est totalement autonome. Les indépendants sont appréciés pour le service apporté et la proximité. Ces magasins d'optique se situent généralement dans les quartiers aisés des grandes villes. Leur clientèle est âgée, fidèle et très sensible à la relation privilégiée qu'elle entretient avec l'opticien.

L'évolution du nombre de magasins par circuit de distribution démontre que les indépendants ont moins de magasins en 2004 qu'en 1996. Leur effectif a chuté à 4346 points de vente soit 49,6 % des magasins français.

- **Chaînes de succursales**

Les chaînes de succursales sont dominées par Grandvision (enseignes Grand'Optical et Générale d'Optique) et l'Optique Carrefour.

Il est à noter que Carrefour vient de vendre ses points de vente à Afflelou. Elles sont généralement implantées en centre-ville ou en centre commercial. Elles bénéficient d'un grand nombre de références à des prix attractifs et de l'offre d'un service express (livraison en une heure grâce à des laboratoires intégrés).

- **Franchisés**

La franchise peut se définir comme un accord par lequel une entreprise, le franchiseur, accorde à une autre personne, le franchisé, en échange d'une compensation financière, le droit d'exploiter un ensemble de droits de propriété. En contrepartie, il appartient au franchisé d'appliquer les méthodes commerciales mises au point par le franchiseur et d'utiliser le savoir-faire transmis.

Le franchiseur peut casser le contrat si le franchisé ne respecte pas l'image de la marque.

Un enquêteur d'un organisme indépendant se rend tous les quatre mois dans les magasins d'optique franchisés, établit un rapport qu'il adresse à la Direction de la franchise.

Les quatre grosses enseignes de France à forte notoriété sont ATOL, OPTIQUE 2000, CHRIS et AFFLELOU.

Succursales et franchises représentent 29,67% des parts de marché globales et comptent 1 144 magasins.

Au-delà des bases de données donnant les revenus, on constate tout de même que les opticiens franchisés ont généralement un revenu moyen bien supérieur à la moyenne de la profession car ils bénéficient de la force commerciale du réseau de franchise et possède souvent plusieurs magasins.

- **Coopératives**

39,43 % des parts de marché globales et 2 747 magasins.

Les groupements coopératifs sont des sociétés anonymes, dont les opticiens adhérents sont à la fois actionnaires et clients et qui constituent un groupement d'achat, de vente et de service.

Ils mettent à la disposition de leurs adhérents des compétences en matière de marketing et de publicité, une centrale d'achat et des services pour l'aide à la gestion du point de vente.

Entre 1996 et 2004, les coopératives ont pratiquement doublé leurs effectifs en points de vente.

• Mutuelles

11,07 % des parts de marché globales et 521 magasins.

Les centres d'optique mutualistes sont parfois accusés de concurrence déloyale par les autres opticiens. Les mutualistes satisfont une population davantage concernée par la question du prix que par la qualité du choix et du service.

MUTOPTIC et LES OPTICIENS MUTUALISTES sont les grands acteurs de l'optique mutualiste.

Les magasins mutualistes n'ont que peu évolué avec une progression de 72 points de vente en 8 ans.

3-1-2 Panorama de la distribution dans l'optique

Estimation des parts de marché des distributeurs

Noms des distributeurs	Chiffres d'affaires en M €	Parts du marché en %
Alain Afflelou	526	13,55
Plurielles Opticiens (3)	5,9	0,15
Générale d'Optique	186	4,79
Lissac	47,8	1,23
Lynx Optique	76	1,95
Optical Center	88	2,26
Optical Discount	13	0,33
Grand Optical	209	5,38
Krys	547	14,09
Visual	123	3,16
Atol	180,7	4,65
Optique 2000 (2)	590	15,20
Vision +	59	1,51
Vision Originale	31,7	0,81
Opticiens Mutualistes	373	9,61
Mutoptic	57,3	1,47

Source : « Bien Vu » (basé sur les chiffres d'affaires déclaratifs des enseignes)

- Enseignes en succursales et franchises
- Enseignes en succursales
- Enseignes en succursales et groupements coopératifs
- Enseignes en groupements coopératifs
- Opticiens Mutualistes

(1) Estimation du 01/01/2004 au 31/12/2004

(2) Chiffres non communiqués par Optic 2000, estimation Bien Vu des magasins enseignes (hors Gadol) Gadol étant une centrale d'achat.

(3) Les magasins Plurielles ont ouvert en 2004 et certains n'ont que peu contribué au chiffre d'affaires total de l'enseigne

Le regroupement d'enseignes

Beaucoup d'enseignes ont choisi d'axer leur développement sur la croissance externe (rachat d'autres enseignes afin de gagner des parts de marché). Ainsi, plusieurs rapprochements ont vu le jour :

- Optic 2000 et Lissac ;
- Alain Afflelou et l'Optique Carrefour ;
- la Guilde des lunetiers et Lynx Optique.

Aujourd'hui, ces groupes constituent les acteurs majeurs du secteur.

Hal Investiment est actionnaire majoritaire du groupe GrandVision qui possède les enseignes :

GrandOptical, Général d'Optique, Club Optic Leader, Solaris et Visual .

Evolution du nombre de points de ventes dans les vingt premières villes de France :

VILLES	Nombre de points de vente en 2006	Nombre de points de vente en 2007	Progression en % 2006/2007
PARIS	614	689	10,9
AIX / MARSEILLE	170	169	- 0,5
LYON	99	105	1,7
LILLE	38	44	13,6
TOULON	29	29	--
NICE	64	66	3,04
TOULOUSE	76	80	5
BORDEAUX	50	50	--
NANTES	47	49	4
DOUAI / LENS	23	23	--
STRASBOURG	41	46	11
GRENOBLE	39	42	7
ROUEN	21	22	4,4
VALENCIENNES	12	11	- 8,3
NANCY	24	24	--
METZ	24	27	11,12
TOURS	23	25	8
SAINT-ETIENNE	27	27	--
MONTPELLIER	33	36	8,3
RENNES	31	31	--
TOTAL	1485	1580	6,02

(Source : L'opticien lunetier, n°622, mai 2008)

Evolution du nombre de points de ventes par régions depuis l'an 2000 :

REGIONS	2003	2006	2007
ALSACE	181	239	256
AQUITAINE	393	481	518
AUVERGNE	163	186	198
BOURGOGNE	190	216	237
BRETAGNE	396	488	525
CENTRE	276	343	378
CHAMPAGNE ARDENNE	145	167	174
CORSE	45	47	53
FRANCHE COMTE	136	158	170
ILE DE FRANCE	1643	1662	1768
LANGUEDOC ROUSSILLON	313	381	429
LIMOUSIN	83	108	115
LORRAINE	283	339	358
MIDI PYRENEES	343	426	465
NORD PAS DE CALAIS	472	567	608
BASSE NORMANDIE	165	208	228
HAUTE NORMANDIE	220	235	247
PAYS DE LA LOIRE	380	490	535
PICARDIE	201	242	260
POITOU CHARENTES	208	252	264
PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	740	828	886
RHONE ALPES	791	931	994

(Source : L'opticien lunetier, n°622, mai 2008)

3-1-3 Les manifestations annuelles importantes

(source : l'opticien lunetier, mai 2005)

Congrès de la Fédération Nationale des Opticiens Français

www.fnof.org

Congrès annuel qui se tient dans différentes villes de province.

SILMO

Ce Salon International de la Lunetterie et de la Mode Optique se tient généralement au mois d'octobre à Paris, Porte de Versailles.

www.silmo.fr

MIDO

Du 6 au 9 mars 2009 à Milan en Italie

www.mido.com

CONGRES D'OPTOMETRIE ET D'OPTIQUE DE CONTACT

Le 28^e congrès a eu lieu les 25 et 26 janvier 2009 à la Cité Internationale Universitaire à Paris

www.optometrie-aof.org

SALON DE L'OPTIQUE DE MUNICH

Du 15 au 17 janvier 2010 au New Munich Trade Fair Center de Munich, en Allemagne

www.okmessen.com

EXPOOPTICA

Du 27 février au 1^{er} mars 2009

Ifema Salon de Madrid

Espagne

www.expoptica.ifema.es

VISION EXPO EAST

Du 18 au 21 mars 2010

New York –USA

www.visionexpoeast.com

6^e JOURNEE DE L'OPTIQUE OPHTALMIQUE ET SCIENTIFIQUE

(JOOS)

30 et 31 mars 2009 à l'IUT de Marseille

LA FOULEE DES BRANCHEES

Cette course annuelle organisée depuis 2004 par Inform'Optique et réservée à des professionnels de la vue, réunit des participants du secteur : opticiens, lunetiers, verriers et laboratoires de contactologie.

3-2 ORGANISATION DE LA PROFESSION

Actuellement, la profession n'est pas ordonnée. Mais un sondage effectué en juin 2006 a révélé que 81 % des 1330 professionnels interrogés souhaitent une telle organisation pour mieux réglementer la profession.

Par contre, il existe des syndicats et des associations qui sont listés en annexe.

3-3 RÉPARTITION DES EFFECTIFS EN FRANCE MÉTROPOLITAINE

(Source : l'opticien lunetier n°602 mai 2006)

On note 15 363 opticiens lunetiers en 2007 dont 5 457 opticiens optométristes.

Depuis les dix dernières années :

ANNEES	NOMBRE DE NOUVEAUX OPTICIENS
1997	679
1998	801
1999	890
2000	1008
2001	1132
2002	1195
2003	1065
2004	1191
2005	1516
2006	1941
2007	2622

Par tranche d'âge :

TRANCHES D'AGES	NOMBRE D'OPTICIENS		TOTAL	TOTAL en %
	HOMMES	FEMMES		
Moins de 25 ans	406	779	1185	8,7
De 25 à 50 ans	4765	4695	9460	69,1
De 50 à 65 ans	1635	486	2121	15,5
65 ans et plus	732	181	913	6,7
TOTAL	7528	6141	13679	100

Par régions :

REGIONS	NOMBRE D'OPTICIENS		TOTAL	TOTAL en %
	HOMMES	FEMMES		
ALSACE	195	174	369	2,4
AQUITAINE	351	244	595	3,9
AUVERGNE	111	94	205	1,3
BOURGOGNE	225	212	437	2,9
BRETAGNE	422	231	744	4,9
CENTRE	269	119	500	3,3
CHAMPAGNE ARDENNE	124	102	243	1,6
CORSE	33	24	57	0,4
FRANCHE COMTE	154	150	304	2
ILE DE FRANCE	885	1 814	3 699	24,7
LANGUEDOC ROUSSILLON	334	237	571	3,8
LIMOUSIN	57	55	112	0,7
LORRAINE	296	222	518	3,4
MIDI PYRENEES	354	318	672	4,4
NORD PAS DE CALAIS	508	499	1 007	6,7
BASSE NORMANDIE	196	162	358	2,3
HAUTE NORMANDIE	207	177	384	2,5
PAYS DE LA LOIRE	434	393	827	5,5
PICARDIE	206	172	378	2,5
POITOU CHARENTES	203	189	392	2,6
PROVENCE ALPES COTE D'AZUR	743	442	1 185	7,9
RHONE ALPES	791	605	1 396	9,3
TOTAL	8 098	6 855	14 953	100

Par lieu d'activité :

LIEU D'ACTIVITE	NOMBRE D'OPTICIENS		TOTAL	TOTAL en %
	HOMMES	FEMMES		
Communes rurales	163	169	332	2,2
Unité urbaine < 5000 habitants	454	365	819	5,4
Unité urbaine de 5000 à 200 000 hab.	3 532	2 968	6 500	42,8
Unité urbaine de 200 000 à 2 000 000 hab.	2 160	1 908	4 068	26,8
Agglomération parisienne	1 793	1 681	3 474	22,9
TOTAL	8 102	7 091	15 193	100

3-4 MÉTIERS ET PROFESSIONS PÉRIPHÉRIQUES

Les optométristes :

Sont des opticiens qui ont poursuivi leur formation par une maîtrise d'optométrie. Ce diplôme est nécessaire pour exercer ce métier en Europe. Ils revendiquent un rôle plus important dans le diagnostic. Tout en restant commerçants, ils souhaitent pouvoir détecter les anomalies de la réfraction et prescrire les produits appropriés, comme c'est le cas au Royaume-Uni ou dans d'autres pays européens. Bien que leurs compétences soient suffisantes pour traiter des problèmes oculaires simples, le cumul d'une activité de prescription avec une activité commerciale semble poser problème en droit français.

En France, on dénombre aujourd'hui 15 363 opticiens environ, dont 5 457 opticiens optométristes.

Ceux-ci sont nombreux dans les régions où les ophtalmologues sont rares (nord de la France) ou dans les régions très peuplées dans lesquelles les rendez-vous des ophtalmologues se donnent avec plusieurs mois d'avance.

L'optométriste peut réaliser un fond d'œil sur son patient, mais sans dilater la pupille et sans poser un diagnostic.

Sur 8500 magasins d'optique, ¼ environ pratiquent l'optométrie sans être diplômés car il n'y a pas d'obligation juridique stricte (arrêt en Cour d'Appel de Toulouse en 1996).

Les orthoptistes :

Profession paramédicale qui a pour objet de corriger les troubles visuels liés à la mauvaise coordination des mouvements oculaires. La formation à cette profession est assurée dans les facultés de médecine.

3-5 TYPE DE CLIENTÈLE

Une étude qualitative menée par TNS SOFRES en juin 2004 montre que l'annonce du port nécessaire des lunettes est vécue comme un souvenir souvent difficile. En revanche l'achat est regardé comme un moment globalement plaisant. De façon très majoritaire l'essai des montures est le moment le plus agréable de l'acte d'achat, le plus contraignant étant le rendez-vous chez l'ophtalmologiste.

De plus, l'étude quantitative de TNS SOFRES réalisée auprès de 604 porteurs adultes indique les résultats suivants :

- ▶ 42 % des porteurs utilisent une seule paire de lunettes
- ▶ 57 % utilisent deux paires dont 70 % d'entre eux des solaires correctrices.
- ▶ La fréquence du renouvellement est de 3ans en moyenne.
- ▶ Lors de l'achat d'une paire de lunettes, les critères de choix sont par ordre décroissant :
 - « Une paire bien adaptée à ma vue »,
 - Une paire remboursée,
 - Une paire vendue à un prix accessible
- ▶ Mode de renouvellement
 - 58 % renouvellent en changeant verres et montures
 - 38 % renouvellent les verres sans changer de montures
 - Les autres porteurs renouvellent la monture en gardant les verres.

De manière générale, peu de personnes imaginent acheter spontanément des lunettes pour le plaisir. Ces dernières ne sont pas considérées comme un produit de consommation courante mais de nécessité, un objet que l'on achète « pour longtemps ».

3-6 CONDITIONS ET LIEUX DE TRAVAIL

Les opticiens salariés sont soumis aux 35 heures mais en effectuent souvent largement plus.

Comme dans beaucoup de commerces, le magasin d'optique se voit souvent dans l'obligation d'accueillir des clients au moment de la fermeture. Les personnes de l'atelier ne peuvent se permettre de prendre du retard et n'hésitent pas à faire des heures supplémentaires pour satisfaire rapidement les clients.

Le magasin indépendant et de petite taille est ouvert généralement de 9 à 19 heures du mardi au samedi. Ainsi, le lundi, l'opticien a le temps de recevoir les représentants et de gérer ses tâches administratives.

L'opticien qui détient un ou plusieurs magasins s'isolera une ou deux après-midi par semaine dans un bureau indépendant de la boutique pour accomplir le travail administratif souvent très lourd.

C'est ainsi qu'un bon nombre d'opticiens franchisés deviennent des gestionnaires à temps complet. Toutefois, pour bien gérer son entreprise, un opticien doit être avant tout un bon professionnel de l'optique.

3-7 VALEUR ET TRANSMISSION D'ENTREPRISE

En cas de vente l'opticien doit appliquer le droit de préemption et par conséquent proposer en priorité la vente à ses associés.

En l'absence d'intéressés, un opticien indépendant peut racheter un magasin sous enseigne (avec l'autorisation du Conseil d'administration). Il peut aussi racheter le fonds de commerce.

La valeur d'un magasin d'optique se calcule en fonction des paramètres suivants (par ordre décroissant) :

- l'enseigne :

Plus elle est forte, plus le pourcentage du chiffre d'affaires de l'année est élevé.

- L'emplacement et la taille du magasin :

Critère essentiel.

- La rentabilité du magasin.

En résumé il est à noter que le taux varie en fonction de l'offre et de la demande. Une affaire intéressante se vendait entre 90 et 120 % au cours du deuxième semestre de l'année 2005.

3-8 DONNÉES CONCURRENTIELLES

Conseil d'expert : il y a un vrai travail de prospection à faire auprès des franchises et des enseignes.

Sur le terrain, les grandes enseignes se disputent les parts de marché.

L'adhérent d'une franchise travaille sur une zone de chalandise primaire déterminée par le franchiseur ou la coopérative. A l'inverse, l'opticien indépendant peut s'implanter où il veut et peut être un concurrent direct de l'opticien franchisé.

Il faut noter que l'on estime qu'à l'horizon de 2010 20 à 30 % de la profession (les indépendants principalement) disparaîtront du fait de la concurrence des grandes enseignes.

Les magasins d'optique qui génèrent un chiffre d'affaires annuel compris entre 40 000 et 80 000 € ne sont pas viables.

4 – Sa protection sociale (voir fiche métier)

L'opticien est avant tout un commerçant, la transformation et l'adaptation optique n'étant pas considérée comme une occupation majeure pour lui.

De ce fait, la profession est rattachée à la Caisse des commerçants (Section Commerciale du RSI).



La protection sociale obligatoire de l'opticien est insuffisante sur tous les plans.

Si le régime commercial est l'un de ceux au sein desquels on paye le moins cher et que les effectifs cotisants connaissent depuis plusieurs années une évolution positive compte tenu notamment de l'attrait de la gérance majoritaire, il n'en demeure pas moins que :

- Le déséquilibre démographique du régime des commerçants demeure avec un rapport actif/inactif qui est juste inférieur à 1,
- Le financement du régime n'est pas assuré. En effet, les cotisations prélevées par le régime commercial ne représentent que la moitié des pensions versées,
- Les prestations sont très faibles, tant au niveau de la retraite que de l'invalidité et du décès.

Pour tous les risques pris en charge par le régime commercial, une couverture facultative s'avère indispensable.

5 – Comment l’aborder sur le plan commercial

5-1 LE JARGON DE LA PROFESSION

Cette profession s’industrialise et par conséquent la terminologie spécifiquement artisanale disparaît peu à peu.

Bouclard :

Petit magasin d’optique indépendant qui n’est pas rentable.

Opticien volant :

Opticien diplômé qui effectue différentes tâches au sein de l’enseigne dont celle de remplacer provisoirement les opticiens en congés maladie ou en congés maternités.

Opticien optométriste :

En représentant deux mille personnes en activité en France, il est devenu un professionnel incontournable dans le domaine des services visuels.

Superoptique :

Derniers-nés de la distribution de lunetterie, les superoptiques sont caractérisés par une implantation géographique stratégique (centre-ville ou centre commercial), une grande surface de vente, un grand nombre de références à des prix attractifs et l’offre d’un service express (livraison en une heure grâce à des laboratoires intégrés).

TIPS :

Le Tarif Interministériel des Prestations Sanitaires fixe les conditions générales de prise en charge des lunettes et des lentilles.

Amétropie :

Défaut dans la constitution optique de l’œil ayant pour conséquence l’astigmatisme, la myopie, ou l’hypermétropie.

Emmétrope :

Se dit de l’œil dont la vision est normale.

Verres bifocaux :

Ce sont des verres à deux foyers destinés à corriger la vision de loin et la vision de près.

Verre minéral :

Verre en verre. Cette matière est cassante, donc fragile, mais sa surface est dure et peu sensible à la rayure.

Verre organique :

Verre en résine de synthèse, légère mais sensible à la rayure.

Verre polycarbonate :

Verre de synthèse ultra résistant, initialement utilisé à des fins militaires ou scientifiques. Il est aussi ultra léger et ultra mince.

Verre unifocal :

Verre à un seul foyer.

Verre progressif :

Destiné à corriger la vision de loin, la vision intermédiaire et la vision de près de manière progressive sans rupture optique ni esthétique.

5-2 COMMENT ET QUAND LES CONTACTER

5-2-1 Comment ?

Il est possible de démarcher un opticien indépendant directement dans son magasin.

Par contre le gérant franchisé possédant plusieurs magasins est difficile à rencontrer car il se déplace beaucoup. Il est donc préférable de contacter ses vendeurs par téléphone pour prendre rendez-vous.

Le plus simple, souvent, est de passer par la franchise qui propose des contrats de groupe aux franchisés.

Il est vivement déconseillé d'adresser des mails car 80 % des opticiens n'utilisent pas Internet.

Ils lisent plus facilement une accroche intéressante et courte sur une petite brochure.

5-2-2 Quand ?

Les horaires d'ouverture sont ceux des commerces en général.

Pour rencontrer l'opticien, il faut noter que :

- Le magasin est généralement fermé le lundi matin ;
- L'opticien profite de l'accalmie du lundi après-midi pour gérer ses stocks ;
- Le mercredi, jour de vacances des écoliers, est une journée de grande affluence.
- Les effectifs des vendeurs sont réduits le vendredi du fait des R.T.T.

Par conséquent, il vaut mieux visiter les opticiens les matinées du mardi et du jeudi.

La journée de l'opticien s'articule généralement ainsi :

- 9 h : Réception des verres, lentilles et des montures livrés pendant la nuit par les fournisseurs ;
- Montage des paires de lunettes et contrôle de l'équipement final par rapport à la prescription et aux critères de qualité ;
- Préparation des factures ;
- 10 h – 10 h 30 : ouverture du magasin (propre et rangé)
- De 10 h 30 à 12 h 30 et de 14 h à 19 h 30 accueil de la clientèle pour lui apporter un service très personnalisé.

A Paris et dans les grandes villes de Province, le magasin reste ouvert toute la journée, surtout s'il est implanté en galerie marchande de grande surface.

Périodes de forte activité de l'année :

- De mars à juillet
- D'octobre à novembre
- De décembre à janvier pour les opticiens qui clôturent leurs exercices comptables et qui ont par conséquent de nombreuses tâches administratives à remplir.

	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI
9h - 10h30	Fermeture	Reception des fournitures Montage des paires de lunettes Préparation des factures	Reception des fournitures Montage des paires de lunettes Préparation des factures	Reception des fournitures Montage des paires de lunettes Préparation des factures	Reception des fournitures Montage des paires de lunettes Préparation des factures	Reception des fournitures Montage des paires de lunettes Préparation des factures
de 10h30 à 12h30		Accueil de la clientèle				
14h - 19h30	Gestion des stocks	Accueil de la clientèle				

- Moment de disponibilité Moment peu enclin au démarchage
 Moment de non disponibilité pour le démarchage

JANVIER	FEVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
Clôture des comptes		Forte activité commerciale			

JUILLET	AÔUT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DECEMBRE
Forte activité commerciale	Fermeture				Clôture des comptes

- Moment de disponibilité Période peu propice pour le démarchage

5-3 LES POINTS DE REPÈRE SUR LE LIEU DE TRAVAIL

Le fait d'établir des devis doit être signalé à l'intérieur du magasin et en vitrine. Dans un magasin franchisé il n'est pas rare de remarquer une équipe de vendeurs non professionnels et un ou deux opticiens en arrière boutique qui ajustent les montures.

5-4 COMMENT LES ABORDER COMMERCIALEMENT

Pour rentrer en contact avec un opticien, il est recommandé de travailler en partenariat avec un expert-comptable ou un avocat.

L'opticien est un commerçant et un homme d'affaires. Il est donc attentif aux frais d'entrée des produits proposés par les assureurs.

Par contre, ce professionnel de l'optique n'est guère sensible à la prévoyance car il sait qu'il peut compter sur ses amis médecins pour le soigner et sur son personnel pour le remplacer.

Très souvent l'assureur évalue mal la marchandise et le matériel de l'opticien. Il risque dans ce cas de lui proposer une couverture insuffisante.

Les opticiens salariés sont des professionnels sérieux et motivés qui ne comptent guère leurs heures de travail et qui s'absentent relativement peu. Le remplacement d'un opticien salarié se pose tout de même en cas d'accident ou de congé maternité.

Depuis quelques années, le franchiseur propose aux franchisés des opticiens volants. Ceux-ci coûtent aussi cher que les opticiens intérimaires mais ils présentent l'avantage d'être très réactifs car ils connaissent bien les produits de l'enseigne. Il est intéressant de savoir qu'un opticien volant coûte entre 150 et 200 € par jour (hors frais de déplacement et de logement) au gérant du magasin. C'est pourquoi l'opticien cherche des produits d'assurance qui couvriraient les frais engagés par la présence d'un ou plusieurs opticiens volants.

En début d'activité l'opticien est en période d'investissement et n'est donc guère intéressé par les produits de défiscalisation.

C'est après 45-50 ans que ce professionnel de l'optique est interpellé par l'aspect défiscalisant des produits retraite (loi Madelin).

Ce professionnel accorde beaucoup plus d'importance au patrimoine personnel et professionnel qu'aux placements.

5-5 QUE PENSENT-ILS DE LEUR CONDITION ET DE L'AVENIR DE LEUR MÉTIER ?

A l'heure actuelle il existe encore à Paris et dans certaines grandes villes de province des opticiens fabricants de lunettes : ils sont fiers de leur métier, font preuve d'originalité et entretiennent une relation privilégiée avec leur clientèle (aisée et relativement âgée la plupart du temps) Mais ces petits magasins d'optique sont fortement concurrencés par les magasins franchisés et sont en voie de disparition. En règle générale, l'opticien se considère comme un commerçant exerçant dans le domaine médical. Et souvent c'est la raison pour laquelle il choisit et apprécie son métier.

Les franchises organisent tous les ans des séminaires pour les franchisés.

La transmission d'entreprise est une question qui est un sujet redondant au cours de ces séances de travail.

5-6 NIVEAU DE VIE, SENSIBILITÉS NATURELLES

L'opticien franchisé mène un bon niveau de vie. Ses magasins et les produits qui en découlent constituent la majeure partie de son patrimoine.

Il est difficile en affaires, sensible au professionnalisme et il ne se décide pas rapidement.

Le golf est un sport fréquemment pratiqué par les opticiens.

Annexes

Textes de loi et textes réglementaires

- Les articles L. 4362 -1 à L. 4262-9 du livre III, titre 6 du Code de la santé publique spécifient les personnes qui peuvent exercer la profession d'opticien lunetier.
- La Caisse Nationale d'Assurance Maladie (CNAM) impose la mise en place par les opticiens des étiquettes code barre de la nouvelle Liste des Produits et Prestations (LPP)) à compter du 1^{er} mars 2005.

Syndicats professionnels

Le syndicat national des opticiens est la **Fédération Nationale des Opticiens Français**.

Ses coordonnées sont :

FNOF

4 rue de l'Evêché

40 100 DAX

Tél. : 05 58 74 23 10

www.fnof.org

Historique

La FNOIF précède historiquement la FNOF. Créée en 1999, cette fédération regroupait des associations départementales ainsi que des opticiens adhérents à titre individuel.

En 1999 plus de 300 opticiens avaient rejoint la FNOIF. Aujourd'hui, on en dénombre 1000.

Lors de l'assemblée générale du 28 septembre 2002 la FNOIF devient la FNOF.

En changeant de sigle la Fédération s'ouvre à tous les opticiens de France. Seul syndicat dirigé par des opticiens propriétaires de leur entreprise, il défend la mise en place d'une formation universitaire en harmonie avec les directives européennes.

Enfin, la FNOF est le représentant des employeurs au sein de la Commission Paritaire Nationale de l'emploi et de la Formation Professionnelle.

Les actions en cours

- Le décret de compétence des opticiens professionnels.
- La formation universitaire dans un cadre LMD
- La convention CNAM.

Le **Syndicat des Opticiens sous Enseigne** a été créé officiellement (par le dépôt des statuts).

Ses coordonnées sont :

SynOpE

185 rue de Bercy

75579 PARIS Cédex 12

01 46 28 01 00

www.synope.org

Ce syndicat regroupe les enseignes suivantes :

AFFLELOU

ATOL

GENERALE D'OPTIQUE

GRAND OPTICAL

KRYS

LISSAC

LUN'S

LYNX

OPTIC 2000

PLURIELLES

VISION ORIGINALE

VISION PLUS

Au total, l'ensemble de ces Enseignes représente près de 70 % du chiffre d'affaires français de la vente d'équipement optique. Les enseignes représentées par le SynOpE comptent près de 3800 points de ventes répartis sur toute la France.

Le rôle du SynOpE tel qu'il a été défini par les Enseignes à l'origine de sa création consiste à élaborer et à faire respecter l'éthique de la profession, à valoriser le métier d'opticien et à permettre une évolution de ses compétences, à faciliter les échanges entre ses membres, à défendre leurs intérêts collectifs et resserrer les liens avec les autres professions de la vision.

Même si la création du SynOpE est récente, l'expérience syndicale de ses membres est quant à elle, éprouvée. Parmi les administrateurs et les membres des différentes commissions de travail mises en place nombre d'entre eux participaient autrefois aux travaux de la CPNE-FP*, à la mise en place des Certificats de Qualification Professionnelle et à la définition de leur programme, ainsi qu'à différents groupes de travail institutionnels ou syndicaux.

* Commission de travail qui réfléchit aux différents objectifs que se fixe la Commission mixte paritaire (constituée de syndicats de salariés et de syndicats de patrons), elle-même en charge de faire évoluer la Convention Collective.

L'UDO

L'Union Des Opticiens, née de la fusion de trois organisations professionnelles agit pour développer les compétences de l'opticien optométriste.

Elle soutient les formations qui permettront l'évolution des connaissances de tous les opticiens optométristes, et en conséquence l'évolution de leurs droits et de leurs responsabilités.

Ses coordonnées sont les suivantes :

Union Des Opticiens

45 rue de Lancry

75010 PARIS

Tél. : 01 42 06 07 31

www.udo.org

L'AOF

L'Association des Optométristes de France se situe au :

56 boulevard de l'Hôpital

75013 PARIS

Tél. : 01 43 37 40 04

Presse professionnelle

Acuité

Ce portail met à la disposition de tous les professionnels de l'optique un contenu technique très vaste.

Les coordonnées de ce quotidien de l'optique sont :

ACUITE

35 rue Pastorelle

06000 NICE

www.acuite.fr

Bien Vu

C'est un mensuel pratique des professionnels de l'optique

Une information qui témoigne et fait témoigner tout en apportant des solutions concrètes aux attentes des opticiens optométriste.

Ses coordonnées sont les suivantes :

BIEN VU

6 rue Emile Dubois

75014 PARIS

www.bienvu.ws

Vision

Complémentaire au magazine Bien Vu, positionné marketing et commerce, le groupe Vision Plurielle propose depuis octobre 2004 la revue 3D-Vision, destinée à l'ensemble des professionnels de la santé visuelle (ophtalmologie, orthoptie et optique).

Ses coordonnées sont celles de la revue Bien Vu.

Inform'Optique

Magazine mensuel qui permet aux opticiens optométristes de découvrir les nouveautés « verres », « lentilles », « matériel », « outillage » et d'en savoir plus sur les acteurs du marché.

Ses coordonnées sont les suivantes :

INFORM'OPTIQUE

18 rue Mozart

92110 CLICHY

www.inform-optique.com

L'Essentiel de l'optique

Revue mensuelle qui apporte un éclairage stratégique et prospectif sur la profession.

Des points clefs, des astuces, des idées concrètes directement applicables dans le point de vente.

Ses coordonnées sont les suivantes :

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

69 rue de Paris
91400 ORSAY

Le Monde de l'optique

Créé en janvier 1998, ce magazine bimestriel aborde tous les sujets de l'optique sous l'angle du marketing et de la vente .

Ses coordonnées sont les suivantes :

LE MONDE DE L'OPTIQUE

14 avenue de Tourville
75007 PARIS

