

Éditorial

Valorisez vos prestations !

Depuis le début de l'année, on assiste à une augmentation généralisée et sans précédent des coûts de production : vos fournisseurs, verriers, lunetiers, fabricants d'instruments, subissent, à l'instar de nombreuses industries, une flambée des prix de l'énergie et des matières premières, couplée à des difficultés d'approvisionnement. Et vont la répercuter sur vos prix d'achat, dans le meilleur des cas début 2023.

Dans ce contexte, quelle stratégie adopter ? Sous peine de rogner dangereusement encore sur vos marges, déjà mises à mal par la croissance de vos coûts d'exploitation et la pression inflationniste sur les salaires, vous devrez intégrer ces hausses dans les prix des équipements vendus. Avec le risque de perdre une partie de vos clients et de laisser une place plus grande sur le marché soit à du discount, soit à des acteurs "disruptifs" qui pourraient, cette fois-ci avec succès, attirer une clientèle qui ne veut pas payer plus de reste à charge. Autre conséquence probable : une attractivité renforcée des offres 100 % Santé et des réseaux de soins pour vos clients assurés. Il est peu probable à l'heure actuelle que les premières soient revalorisées. On peut s'attendre plutôt à une croissance des volumes imposés de panier A. Quant aux réseaux de soins, ils semblent peu enclins à réviser leurs grilles tarifaires en prenant en compte le contexte inflationniste.

À quelles conditions, alors, vos porteurs sont-ils prêts à de telles augmentations ? D'abord, si vous leur proposez plus de valeur ajoutée tant de vos produits que de vos services. Une partie de vos clients est sensible aux innovations synonymes de meilleure prise en charge et de confort accru. Elle demande également de mieux comprendre ce qu'elle achète, l'origine des produits, l'impact environnemental... en un mot, de ne plus subir leur achat d'équipement mais d'être éclairée. À vous de répondre à ces nouvelles exigences et d'être de vrais "prescripteurs" des produits que vous vendez.

Le modèle économique dominant des magasins, basé sur le prix des équipements et les marges, est en train de trouver ses limites. La valorisation de vos prestations d'examen de vue est un des moyens pour sortir de cette impasse. Avec, à la clé, un rôle consolidé dans le parcours de soins de vos porteurs et de nouvelles missions.

Mais cela implique de revoir la formation de la profession. Les problèmes de recrutement ont mis en lumière les manques actuels et l'inadéquation entre formation et besoins en magasin. La profession, dans son ensemble, semble s'accorder sur un passage des études des futurs opticiens à 3 ans. Mais de quelle manière ? Le niveau licence est un pré-requis pour obtenir de nouvelles prérogatives. Mais quelle licence et pour quoi faire ? Dans les tuyaux

Bien Vu est plus que jamais présent à vos côtés et mobilisé pour répondre à vos attentes et questions.



Retrouvez notre rendez-vous hebdomadaire Bien Vu **LES ENJEUX** en scannant le QRCode ci-dessus



Et désormais, tous les 15 jours nos **podcasts** en scannant le QRCode ci-dessus.

Pour rester informés chaque semaine et bien piloter votre activité !



@bienvumagazine



@Bien_Vu



@bienvu-mag

depuis de nombreuses années, une réforme qui réintégrera vraiment les opticiens dans le champ de la santé, via une formation en partie commune avec les orthoptistes et d'autres acteurs de santé, est urgente.

Marie-Dominique Gasnier