



GRAND PRIX ESSEC COMMERCE RESPONSABLE 2016

DOSSIER DE CANDIDATURE Amélioration du quotidien du consommateur

- **Tous les champs sont à renseigner.**
- **Date limite de renvoi des dossiers complétés : 27 octobre 2015**, par mail à l'adresse contact@grandprix-distributionresponsable.com
- **Les dossiers seront appréciés selon 4 critères** : caractère innovant de la démarche - déploiement – impact et résultats – Vision.

Nom de l'initiative : Basse Vision

Nom et logo de l'entité de l'entreprise candidate : Optic 2000

Contact - Personne en charge du dossier : Florence Jobic Bouchard



PRESENTATION SYNTHETIQUE DE L'INITIATIVE

1/ Date de l'initiative : 2009

2/ Résumé :

En quoi consiste le projet ? A quels enjeux précis de RSE répond votre démarche ? Quel est son caractère innovant et les 2-3 chiffres clés en termes d'impact

Aujourd'hui, plus de 2 millions de personnes en France sont concernées par la malvoyance. Une personne est malvoyante lorsque son acuité visuelle du meilleur œil, après correction, est inférieure ou égale à 3/10^e, ou lorsque son champ visuel est atteint. Au-delà même de la pathologie et de son traitement, elle s'accompagne souvent d'une perte d'autonomie. La malvoyance nécessite, donc, une prise en charge spécifique.

Optic 2000 met en avant ses actions liées à la malvoyance à travers 3 actions sur différentes échelles

Echelle nationale : Optic 2000 est mécène de l'Institut de la vision et verse 300 000€ chaque année.



Echelle territoriale : 2 Centres BASSE VISION Cecom (Paris, Lille et un projet sur Besançon) qui sont des centres d'évaluation et d'orientation, gratuits pour les patients (aucun produit/service en vente) dans le but d'offrir un parcours de santé adapté à chacun grâce à une équipe pluridisciplinaire.

Echelle locale : Un réseau de Centres Agréés Spécialistes BASSE VISION.

Un centre agréé est un magasin Optic 2000 qui répond aux 6 critères définis avec le conseil scientifique d'Optic 2000.

PRESENTATION DETAILLEE DE L'INITIATIVE

Critère 1 - Caractère innovant

3/ Décrire le caractère rupturiste/ innovant du projet :

En quoi votre réalisation va-t-elle au-delà ou est elle en avance par rapport :

- Aux pratiques existantes au sein de votre entreprise ?
- Aux pratiques existantes dans d'autres groupes ou aux usages du secteur ?
- Aux contraintes légales ou réglementaires ?

L'engagement d'Optic 2000 est innovant à 3 titres : La gratuité de l'accès aux centres CECOM facilitent l'accès de tous à ce service, pour ne pas ajouter aux difficultés que rencontrent les malvoyants un frein économique ; la prise en charge pluridisciplinaire et l'intégration des Cecom et des centres agréés dans un réseau associatif ; l'accompagnement des aidants, les centres Cecom et centres agréés jouent un rôle primordial auprès de l'entourage du malvoyant, notamment un rôle de pédagogie pour expliquer l'impact de la malvoyance sur la vie quotidienne des malvoyants, mais aussi en les informant sur les structures de prise en charge, les associations...

La prise en charge des malvoyants s'inscrit dans la continuité naturelle du rôle que se doit d'avoir un opticien. Il équipe des enfants, des adultes. Il est naturel qu'il puisse accompagner son client tout au long de son parcours de vie et de vue, y compris quand il est confronté à la malvoyance.

Parce qu'aujourd'hui seuls 15% des malvoyants sont informés des prises en charge possibles, notamment une fois que le traitement médical a atteint ses limites. Et qu'ils se retrouvent alors totalement isolés et parfois un peu désespérés.

L'activité « Malvoyant/Basse Vision » ne fait pas l'objet aujourd'hui de label ou de certification.

La création d'un agrément Vasse Vision spécifique contraignant pour les centres agréés Optic 2000 (formation spécifique initiale et continue, aménagement des locaux, matériels adaptés, relations avec l'environnement médical et associatif), validé par un audit, contribue à apporter des garanties, aujourd'hui inexistantes sur la qualité de la prise en charge des malvoyants.

Déficiences visuelles dans la vie quotidienne. Comment voit un malvoyant ?

Le journal



Perte de la vision centrale

La personne ne voit pas ce qu'elle fixe. Par contre elle se déplace sans grande difficulté dans son environnement habituel (**DMLA**).

La nourriture



Vision morcelée

La personne voit l'objet de façon morcelée (**rétinopathie diabétique**).

Dans la rue



Vision Tubulaire et troubles du champ visuel

La personne se déplace « en aveugle », bute dans les objets. La localisation et l'équilibre sont diminués (**rétinite pigmentaire, glaucome**).

Missions du Centre BASSE VISION Cecom :



Informier

La personne malvoyante bénéficie d'un accueil personnalisé. Elle rencontre des professionnels qui répondent à toutes les questions sur :

- les moyens et matériels existants pour optimiser les capacités visuelles
- les acteurs du circuit qui peuvent intervenir dans la prise en charge (opticien, orthoptiste, ergothérapeute, psychomotricien, instructeur de locomotion, psychologue), en complément du suivi indispensable de l'ophtalmologiste

Essayer

La personne malvoyante bénéficie gratuitement, sur rendez-vous d'une analyse des capacités visuelles réalisées en coordination par l'orthoptiste et l'opticien.

Au cours d'un échange approfondi, l'orthoptiste fait le point sur l'ensemble des examens déjà réalisés, les conditions de vie, les problèmes de vue, ainsi que les attentes de la personne. L'opticien réalise un examen visuel spécifique, fait essayer les différents types d'aides techniques appropriées et évalue l'efficacité de celles-ci.

Conseiller

Après le bilan personnalisé d'1h30 avec l'orthoptiste et l'opticien, la personne malvoyante repart avec une synthèse sur les aides optiques et les non optiques les plus appropriées. Le malvoyant est également conseillé sur les prises en charge possibles et les démarches complémentaires.

Centres agréés BASSE VISION :



Les centres offrent un accompagnement personnalisé au patient et une meilleure qualité de vie.

Ces magasins doivent avoir le local adapté pour recevoir le malvoyant, les aides visuelles nécessaires pour répondre aux besoins de chaque client,

une personne compétente et formée en basse vision, être organisé pour bien recevoir le malvoyant, utiliser les outils de communication des centres agréés basse vision et avoir des échanges réguliers avec les ophtalmologistes et orthoptistes.

Ces critères sont mesurables et validés par un comité d'experts BASSE VISION.

Ces critères sont :

- 1 : Le Local
- 2 : Matériel d'essais
- 3 : Compétence
- 4 : Organisation
- 5 : Communication
- 6 : Echange avec les professionnels

Le comité d'experts est composé de 3 opticiens Optic 2000 en activité, 1 opticien Optic 2000 à la retraite, 1 professeur en Optique Physiologie et de Philippe Blanc, notre opticien et formateur.

Optic 2000 accompagne le client sur l'évolution de la vue tout au long de sa vie.

Critère 2- Mise en œuvre et communication

4/ Qui a initié le projet (département, fonction) - Responsable de la mise en œuvre ?

L'engagement dans la Basse Vision et sa concrétisation par un centre CECOM à Paris a été initié par la Direction d'Optic 2000.

La création et le développement des centres agréés Basse Vision et de nouveaux centres CECOM dans les territoires est piloté par la Direction des Relations Institutionnelles et Innovations Santé, et plus particulièrement de Philippe Blanc, responsable du pôle santé visuelle et basse vision dans cette direction.

5/ Décrire la stratégie de déploiement de l'initiative :

- Quelles ont été les étapes et dates clés de la mise en place ?
- Quelle est l'ampleur de la mise en œuvre (nombre de collaborateurs, de sites, de produits concernés etc.) ?
- Comment avez-vous appréhendé et géré les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?

-Étapes et dates clés

2010 : Ouverture du 1^{er} Centre BASSE VISION Cecom à Paris

Entre 2010 et 2013 : doublement des centres agréés BASSE VISION

5 Novembre 2015 : Ouverture du 2^{ème} Centre BASSE VISION Cecom à Lille

2015 : 170 magasins agréés BASSE VISION

2016 : Ouverture d'un 3^{ème} Centre BASSE VISION Cecom à Besançon

-Ampleur de la mise en œuvre

3 collaborateurs au siège dédiés à la BASSE VISION

170 magasins spécialistes BASSE VISION

-Comment avez-vous appréhendé et géré les enjeux économiques dans le déploiement de l'initiative ?

L'investissement d'Optic 2000 dans le déploiement des Centres Agréés Spécialistes Basse Vision a été soutenu par des partenaires fournisseurs d'aides visuels, notamment pour l'organisation d'un colloque scientifique annuel pour nos opticiens spécialisés. Le déploiement

des CECOM s'appuie sur des partenariats avec l'hôpital Privé de la Louvière à Lille et «l'association des salins de Bregille» à Besançon qui finance un centre de rééducation pour enfants déficients visuels sur Besançon.

6/ Décrire l'implication des collaborateurs de l'entreprise dans le déploiement de l'initiative :

- Quels moyens et quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en place pour mobiliser et former les collaborateurs impliqués dans le projet ?
- De quelle façon communiquez-vous autour de cette initiative en interne ?

Des formations sur la BASSE VISION sont organisées au siège de Clamart pour les opticiens volontaires.

Nombre d'opticiens ayant reçu une formation BASSE VISION au siège de Clamart :

2012 : 169 opticiens

2013 : 176 opticiens

2014 : 287 opticiens

Soit un total de 632 opticiens formés.

Personnel impliqué : 2 personnes dédiées à la BASSE VISION à Clamart et 1 personne dans le Centre Cecom de Paris.

La communication en interne autour de ce projet se fait par plusieurs biais :

Pour les salariés du siège :

-Newsletter interne

-Portail intranet

Pour les 1 200 magasins du réseau :

-Portail intranet

-Magazine mensuel

-Assemblée Générale

7/ Quels sont les partenariats noués pour mettre en œuvre le projet ?

Pour la mise en œuvre de ce projet, plusieurs partenariats ont été mis en œuvre, notamment avec des associations de malvoyants.

8/ Comment avez-vous impliqué vos clients et les parties prenantes liées au projet ?

Quelles actions d'éducation, d'information, de communication aux consommateurs et aux parties prenantes – notamment pour faire évoluer leurs comportements – avez vous mises en place autour de ce projet (supports, moyens, budgets etc.) ? Joindre un exemple de communication.

Les parties prenantes sont sensibilisées :

- Par des rencontres :

- chaque centre agréé est dans l'obligation de réaliser chaque année 5 rencontres avec les ophtalmologistes et/ou orthoptistes de proximité. Ces rencontres contribuent à sensibiliser les médecins aux enjeux d'une bonne prise en charge du handicap, en complément ou au-delà de la prise en charge médicale.

-Par les revues/magazines :

La Revue de l'Ophtalmologie Française, Magazine trimestriel distribué à plus de 4 700 exemplaires aux ophtalmologistes, orthoptistes, laboratoires pharmaceutiques, fabricants de matériel ophtalmologique.

Les Cahiers de l'Ophtalmologie, Magazine mensuel distribué à 6 500 ophtalmologistes.

Ophtalmo Autrement, Magazine biannuel distribué à 6 000 ophtalmologistes.

Basse Vision Infos, Magazine trimestriel distribué à 5 000 professionnels de santé : ophtalmologistes, orthoptistes, opticiens.

-Par nos sites Internet dédiés : <http://www.vision-solidaire.optic2000.com/> et <http://www.observatoire-groupeoptic2000.fr/>

Des actions de sensibilisation sont aussi menées auprès des acteurs publics (Maisons Départementales des Personnes Handicapées (MDPH)...) et le pôle handicap de Paris.

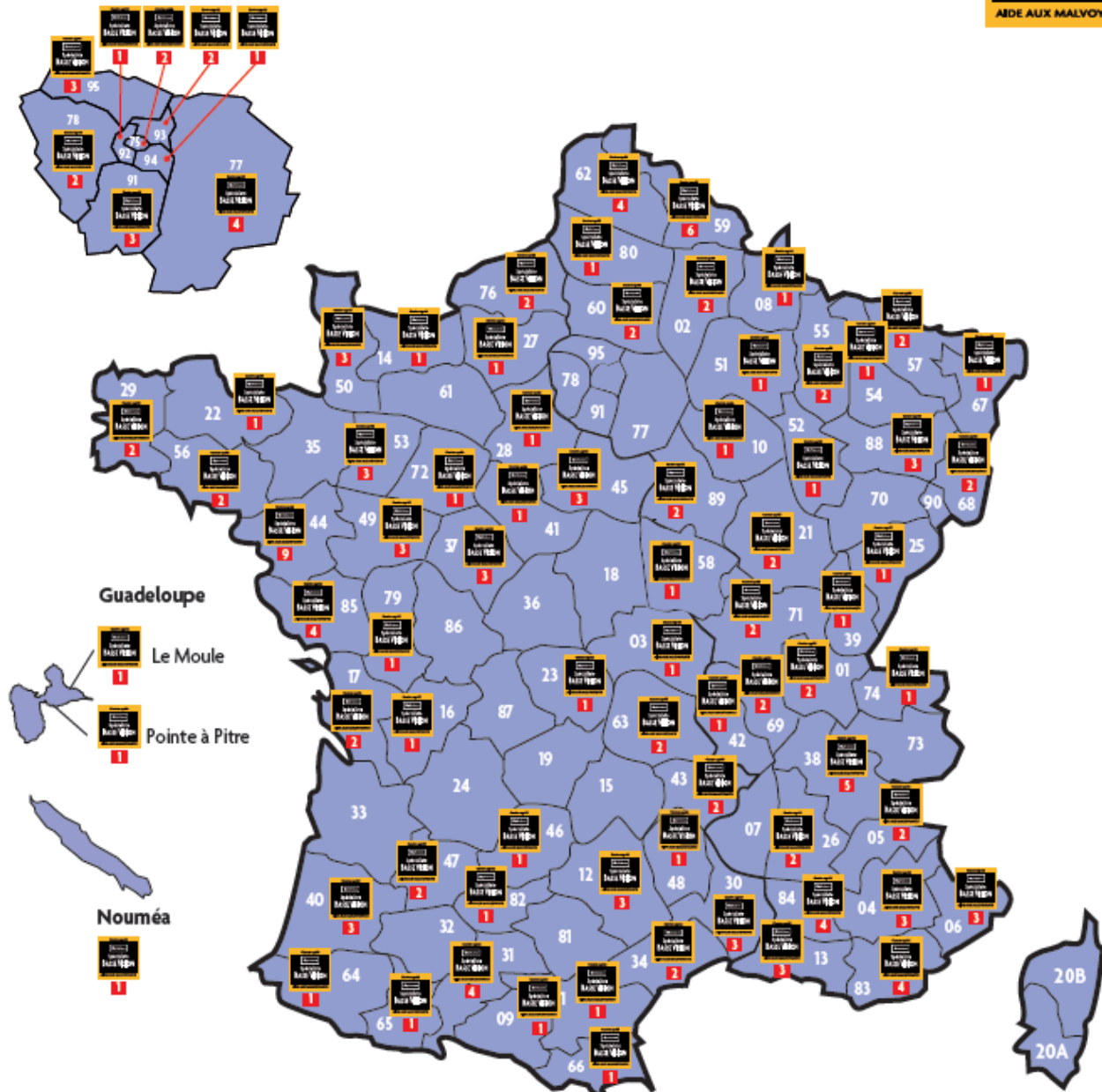
Critère 3 - Impact et résultats

9/ Décrivez les résultats quantitatifs de cette initiative ?

- Donnez des indicateurs clés- des chiffres bruts (départ/ à date/ évolution).

Cartographie des 170 centres agréés BASSE VISION :

Cartographie des Centres Agréés Spécialistes Basse Vision



Plus de **2 000** patients accueillis au centre Cecom à Paris depuis son ouverture

10/ Comment cette initiative a-t-elle été perçue en interne et/ou en externe (clients, fournisseurs, consommateurs, partenaires etc.) ?

Donnez des exemples (ou témoignages) de sites (ou de personnes) emblématiques de la réussite de la mise en œuvre de l'initiative, reconnaissances obtenues.

Témoignage

Dominique Martin, a accompagné son père à un rendez-vous au Centre BASSE VISION Cecom



« Mon père a retrouvé goût à la vie après son rendez-vous au Centre BASSE VISION Cecom ! »

« Notre rendez-vous au Centre BASSE VISION Cecom a permis de rendre mon papa de nouveau alerte et positif. Un opticien et un orthoptiste de grande qualité, tant sur le plan de leur expertise et de leurs recommandations, que sur le plan psychologique et humain nous ont reçu. Nous sommes repartis dotés de moyens permettant à mon père de reprendre une vie « normale », grâce à une panoplie d'outils et de conseils pratiques. Nous ne nous attendions pas à un tel résultat, si opérationnel et de portée si immédiate. Papa a repris goût à la vie depuis ce rendez-vous ! ».

11/ Quelles ont été les pratiques modifiées suite à ce projet :

- En interne (comportements, méthode de travail, perception du changement etc.) ?
- En externe vis-à-vis des clients, fournisseurs, partenaires etc., envers l'environnement, la société ?

Notre implication en basse vision sensibilise de plus en plus d'opticiens qui viennent se former à cette spécialité afin de mieux répondre aux attentes de personnes malvoyantes et de s'investir d'avantage auprès de structures associatives et médicosociales locales. Par notre Fondation, nous participons également avec l'Institut de la Vision depuis Juillet 2011, à l'amélioration du parcours de santé des personnes malvoyantes sur Paris dans le cadre d'un projet DHU (Départements Hospitalo-Universitaires) «vision et handicaps».

12/ Le projet a-t-il été rentable pour votre entreprise, ou a-t-il présenté un intérêt économique en plus de la création de valeur RSE ? (Donnez des résultats quantitatifs)

Les 3 Centres BASSE VISION Cecom sont financés à 100% par Optic 2000. Ce financement comprend notamment le matériel et les professionnels de santé : orthoptistes et opticiens spécialisés en Basse Vision.

Pour les magasins agréés BASSE VISION, la BASSE VISION ne représente que 3% du Chiffre d'affaires d'un magasin d'optique, mais offre un accompagnement personnalisé au patient et une meilleure qualité de vie.

Critère 4 - Vision

13/ Quel est l'objectif à court/ moyen/ long terme de votre projet ? (Donnez des indicateurs qualitatifs et quantitatifs)

Objectif moyen terme : Avoir un réseau de 200 centres agréés BASSE VISION sur le territoire, à moins de 80 km de chaque personne malvoyante en France.

Objectifs long terme : Ouverture de centre Cecom à Bordeaux, Marseille et peut-être Lyon

Objectifs qualitatifs : faire monter en compétence les opticiens afin qu'ils deviennent référents dans leurs zones d'influence.

14/ En quoi cette initiative s'inscrit-elle dans la vision et dans la mission de votre entreprise, ou la fait-elle évoluer ?

Optic 2000 a identifié ses enjeux et les piliers de sa démarche RSE. La recherche et l'engagement sociétal, sont des enjeux majeurs pour l'enseigne qui est engagée depuis ses débuts dans une démarche solidaire.

Voici les 9 engagements de l'enseigne :

Etre une entreprise Great Place To Work®

Prendre en charge la personne malvoyante et malentendante

Avoir une vision solidaire

Etre exemplaire et à lutter contre toute forme de corruption

Promouvoir une politique d'achats responsables

Proposer des produits durables et accessibles à tous

Avoir une communication responsable

Limiter l'utilisation des ressources en luttant contre le gaspillage

Limiter notre dépendance aux hydrocarbures

L'engagement auprès des parties prenantes vulnérables permet à la coopérative Optic 2000 de fédérer son réseau et de communiquer une vision solidaire et citoyenne à ses clients, en conformité avec sa démarche RSE.