



**groupe · schertz**

## **Revue de presse 2020**

Cette revue comprend les parutions presse  
des entités ci-dessous



groupe · schertz

L'AGILITÉ DE L'INDÉPENDANCE,  
LA PROXIMITÉ D'ENTREPRISES RÉGIONALES  
ET LA FORCE D'UN GROUPE UNI

**LUZ** OPTIQUE  
les indépendants s'y retrouvent  
■■■■■■■■

**LUZ** AUDIO  
les indépendants s'y retrouvent  
■■■■■■■■

**AUDITION  
CONSEIL**

**100%\***  
Agence conseil en communication

*Maurice Frères*  
OPTICIENS DEPUIS 1880

*Auberger*  
OPTICIENS DEPUIS 1969

*Martel*  
OPTICIENS DEPUIS 1891

*Pieraut*  
OPTICIENS DEPUIS 1924

  
lunettes<sup>to®</sup>

  
pieraut.com

**BALOUZAT**  
Opticiens

# JANVIER

## 2020





© Jan 17, 2020 👤 Posted By Juliette Sabatier 📁 TOUTES LES ACTUS 💎 Audition Conseil

## Audition Conseil organise son 2e séminaire aux Arcs

Comme l'année dernière, l'enseigne a réuni ses adhérents du 11 au 13 janvier pour un meeting, dans la station des Arcs 1950.

Près de 70 membres du réseau Audition Conseil se sont retrouvés aux Arcs 1950 autour de Jérôme et Grégory Schertz, les directeurs généraux de l'enseigne. Dédié aux audioprothésistes, ce séminaire de travail a permis aux adhérents, présentant toutes sortes de profils de confronter leurs expériences de terrain et d'échanger sur les bonnes pratiques, tout en s'informant sur les dernières actualités du secteur.

*« L'objectif de cette rencontre, que nous avons initiée en 2019, est de permettre aux audioprothésistes Audition Conseil de prendre de la hauteur en sortant du quotidien de leurs laboratoires, a indiqué Katia Thélineau, directrice générale adjointe. Riches de leurs expériences et de leurs différences, ils sont pour l'enseigne une source fondamentale dans l'élaboration de notre stratégie, parce qu'ils incarnent les valeurs que nous souhaitons porter. Ce séminaire aux Arcs est devenu en deux années seulement un rendez-vous incontournable [...] Les ateliers de travail et conférences, mais aussi les discussions plus informelles nous permettent de co-construire le réseau Audition Conseil de demain ! »*

## Deuxième séminaire aux Arcs pour Audition Conseil

Publié le vendredi 17 janvier 2020 17:36

SEMINAIRE



70 membres à Arc 1950

L'enseigne Audition Conseil a réuni près de 70 adhérents du 11 au 13 janvier pour son séminaire dans la station Arcs 1950.

L'objectif du séminaire est de permettre à tous les adhérents de partager et de confronter leur expérience, d'échanger sur les bonnes pratiques et de s'informer sur les dernières actualités du marché à travers des ateliers et des conférences.

« L'objectif de cette rencontre, que nous avons initiée en 2019, est de permettre aux audioprothésistes Audition Conseil de prendre de la hauteur en sortant du quotidien de leurs laboratoires », explique Katia Thélineau, directrice générale adjointe. Riches de leurs expériences et de leurs différences, ils sont pour l'enseigne une source fondamentale dans l'élaboration de notre stratégie, parce qu'ils incarnent les valeurs que nous souhaitons porter ».

L'enseigne compte 335 centres en France.

ACTUALITÉS

22.01.20



Les 11, 12 et 13 janvier derniers, AUDITION CONSEIL a réuni ses adhérents au cœur de la station Arc 1950 en Savoie pour un séminaire de travail. Cette 2e édition a réuni près de 70 personnes autour de Jérôme et Grégory Schertz, Directeurs Généraux de l'enseigne.

Temps fort du réseau, ce séminaire dédié aux audioprothésistes AUDITION CONSEIL, permet à tous les adhérents, quel que soit leur profil, de partager et confronter leurs expériences, d'échanger sur les bonnes pratiques et de s'informer sur les dernières actualités du marché.



« L'objectif de cette rencontre, que nous avons initiée en 2019, est de permettre aux audioprothésistes AUDITION CONSEIL de prendre de la hauteur en sortant du quotidien de leurs laboratoires. Riches de leurs expériences et de leurs différences, ils sont pour l'enseigne une source fondamentale dans l'élaboration de notre stratégie, parce qu'ils incarnent qui nous sommes et les valeurs que nous souhaitons porter. Ce séminaire aux Arcs est devenu en deux années seulement un rendez-vous incontournable car il permet des temps d'échange privilégiés, entre audioprothésistes bien sûr, mais également entre adhérents et membres de l'enseigne. Les ateliers de travaux et conférences, mais aussi les discussions plus informelles que nous pouvons avoir avec nos adhérents nous permettent de co-construire le réseau AUDITION CONSEIL de demain ! »

Katia Thélineau, Directrice Générale Adjointe d'AUDITION CONSEIL.



MERCREDI 08/01/2020 à 18H23 - Mis à jour 10/01/2020 à 12H18 | SANTÉ

## La Minute Santé : en 2021, certains appareils auditifs seront 100% remboursés

**Au même titre que les lunettes, ou les prothèses dentaires, la loi 100 % santé va concerner les appareils auditifs**

Par Fabien Cassar  HubSanté 

Certaines prothèses auditives seront remboursées à 100% à partir du 1er janvier 2021.

ALEXRATHS / ISTOCK.COM

C'est une nouvelle qui n'est pas tombée dans l'oreille d'un sourd. La loi 100 % santé qui consiste à donner à tous les Français un accès à des soins de qualité, pris en charge à 100% par l'Assurance Maladie obligatoire et complémentaire se met peu à peu en place. Depuis le 1er janvier 2019, les frais à la charge du patient baissent petit à petit, jusqu'à être pris en charge à 100% en 2021 pour les équipements auditifs, optiques et dentaires.

Ayant la volonté d'améliorer l'accès à des soins de qualité et renforcer la prévention des Français, le gouvernement a misé sur l'accessibilité à des produits de qualité pour pousser les personnes dans le besoin à prendre en main leur santé. Un constat visible dans le secteur des audioprothésistes où la patientèle est réticente à s'équiper.

*"On a face à nous des personnes qui n'ont pas forcément envie de se faire appareiller. Cette loi est un bon moyen de faire sauter le pas à des personnes qui en ont besoin", précise Stéphane Bardet audioprothésiste à Aix-en-Provence, chez Audition Conseil.*

*En plus de soulager un handicap invisible, l'audioprothésiste doit convaincre et rassurer sa patientèle sur l'intérêt, voire l'obligation dans certains cas, de s'équiper. "L'achat d'un appareil auditif n'est pas qu'une question d'argent. Pour motiver les gens à venir dans des centres auditifs, il faut utiliser d'autres moyens. La curiosité de venir tester un produit en étant remboursé est l'un d'entre eux". renchérit-il.*

### Les appareils proposés seront des entrées de gamme

Dès le 1er janvier 2021, de nombreux appareils auditifs vont être éligibles au dispositif 100 % santé. Pour en profiter, il faudra posséder une complémentaire santé, ainsi qu'être affilié à la sécurité sociale. *"On estime à 25 % l'augmentation d'appareils vendus. Aujourd'hui aucun appareil n'est remboursé intégralement, même si depuis l'an dernier les parts de remboursement ont progressivement augmenté pour ne pas tuer le marché. Les mutuelles vont devoir fournir un effort financier non négligeable, le gouvernement a donc lissé progressivement l'application de la loi pour leur permettre de s'adapter à ce nouveau système de remboursement."*

Mais à quoi va ressembler ce produit remboursé à 100 % ? D'une valeur de 900 euros, les appareils proposés seront de bonne qualité. Qu'il s'agisse des appareils à contour d'oreille ou, plus discrets, de ceux à écouteur déporté, ou encore des intra-auriculaires, le dispositif choisi devra proposer 12 canaux de réglage. Il sera aussi possible de choisir 3 options de confort parmi 8, comme l'anti-acouphène ou la réduction de bruit du vent ou l'anti-réverbération.

Cependant, pour profiter d'un appareil à l'usage optimal, il faudra mettre la main au portefeuille. *"Ces appareils ne sont pas idéaux pour un usage dans des endroits bruyants ou lorsque trois sons se confrontent, comme lors d'un dîner en famille. On ne dit pas qu'ils ne fonctionnent pas, mais pour profiter d'une écoute optimale, il faudra se tourner vers d'autres appareils qui restent financièrement accessibles", précise M. Bardet.*

Pour les professionnels du secteur, cette loi est une aubaine pour attirer de nouveaux patients par un produit d'appel fonctionnel qui par la suite pourra être comparé à une version améliorée du dispositif. Seul bémol, ces produits ont besoin de piles pour fonctionner, mais ces dernières sont moins remboursées depuis le 1er janvier 2020.

**Et aussi** Aix : Audition Conseil change de dimension

Vidéo : <https://www.dailymotion.com/video/x7q8t7c>

## DES ATELIERS ET DES CONFÉRENCES POUR LES OPTICIENS OPTIKID

Jeudi, 30 Janvier 2020

Les 19 et 20 janvier, Luz a réuni les membres de son réseau Optikid pour assister à des conférences assurées par des spécialistes de la vision de l'enfant. Des ateliers pratiques étaient également au programme.

Il y a quelques jours, le réseau Optikid s'est retrouvé à Paris pour un nouveau cycle de conférences pointues, un rendez-vous désormais régulier installé par Luz. Rappelons que la centrale a repris en 2010, pour le développer à grande échelle, ce concept spécialisé sur l'enfant qui existe depuis 1990. La première journée était consacrée aux conférences médicales, où les adhérents Optikid pouvaient convier leurs prescripteurs de référence. Quatre conférences étaient assurées par des intervenants spécialisés dans l'opto-pédiatrie - neurologues, chercheurs, etc. - sur le thème de l'électrophysiologie. Quelque 200 personnes ont assisté à ces conférences, dont 60 ophtalmologistes et orthoptistes. « Participer ensemble avec leurs prescripteurs de prédilection à cette journée permet aux adhérents Optikid de renforcer leurs relations, de consolider leur positionnement de magasin premium, qualitatif et spécialisé », fait valoir la centrale. Cette journée de conférences médicales et scientifiques a été suivie par une présentation des évolutions du concept Optikid par l'équipe Luz (relations prescripteurs, formations, communication, mobilier, montures dédiées à l'enfant, relations fournisseurs...), puis d'une matinée d'ateliers-métier entre les adhérents, pour partager les expériences de terrain. Rappelons que ce sont désormais 145 opticiens qui ont adopté ce positionnement dans toute la France.



## Brève LUZ : 9ème rencontre médicale et scientifique Optikid

LUZ OPTIQUE | 28-01-2020



### LUZ RÉUNIT SA COMMUNAUTÉ DE 145 LUZIENS OPTIKID AUTOUR DE SA 9ÈME JOURNÉE MÉDICALE ET SCIENTIFIQUE SUR L'ÉLECTROPHYSIOLOGIE PAR DR BUI-QUOC, PR BRÉMOND-GIGNAC, DR MEYNIEL ET CHANTAL MILLERET

Découvrez en détails cette rencontre via le PDF joint à cet article ; et les photos ci-dessous.

Les retours, plus que positifs de la part des intervenants, des prescripteurs présents dans l'assistance et des opticiens (plus de 200 personnes), incite l'équipe LUZ à maintenir le niveau de qualité de ces rencontres !

# Optikid

LE SPÉCIALISTE DE LA VUE DES ENFANTS



# FÉVRIER

2020



**Evénement**

## 11e édition des Journées d'Etudes Vision & Prospective : découvrez le programme !

17/02/2020 | 15:45

Soyez le premier à commenter cette news



Imprimer

Annuler la ...  
Aucun vote pour le moment

Les 11<sup>e</sup> Journées d'Etudes Vision & Prospective se dérouleront du 15 au 19 mars 2020 à l'hôtel Mont Vallon à Méribel-Mottaret (73), sous la présidence du Dr. Claire Monin. Durant ces 4 jours, plus de 80 ophtalmologistes et opticiens assisteront à 28 conférences autour du thème : « œil et environnement ».

### Programme des conférences :

#### Dimanche 15 mars 2020

17h30 : Mot d'accueil de Thierry De Cecco, président de V&P et de Serge Wajeman, secrétaire général

17h55 : Ouverture du séminaire par le Dr. Claire Monin, présidente d'honneur de ces 11<sup>èmes</sup> Journées d'Etudes.

18h00 - Session 1 :

- ◆ « Un environnement myopisant » par le Pr. Jean-Louis Bourges
- ◆ « Les actions de la Fondation Krys Group : un engagement » par Marie-Noëlle Vinet, Krys Group
- ◆ « Lumiz » par Anne-Catherine Scherlen, BBGR
- ◆ « Lentilles au travail et sport » par le Dr. Sylvie Berthemy
- ◆ « Equipement solaire pour les enfants » par Sophie Letailleur, KNCO
- ◆ « Quelles perspectives pour la filière après le rapport Igas et le 100% Santé ? » par le Dr. Thierry Bour, Snof



## Lundi 16 mars 2020

16h50 - Session 1 :

- ◆ « Comment le numérique a changé nos vues » par Christophe Fontvieille, Hoya
- ◆ « Facteurs environnementaux et augmentation de la prévalence de la myopie chez l'enfant et l'adolescent » par le Dr. Jean-Philippe Colliot
- ◆ « Œil et ordinateur » par le Dr. Jean-Christophe Gavrilov
- ◆ « Œil et sport » par le Dr. Thomas Gaujoux
- ◆ « Quel est le coût environnemental de la chirurgie de la cataracte ? » par le Dr. Barbara Ameline
- ◆ « Protection oculaire à la lumière infrarouge solaire » par Robert Richon, Shamir

18h35 - Session 2

- ◆ « Accéder au plaisir de conduire de nuit » par Stéphanie Renaudon, Codir
- ◆ « Œil et pollution » par le Dr. Thierry Bury
- ◆ « La surface en a plein les tripes » ! par le Pr. Marc Labetoulle
- ◆ « Invu Eyewear Ultra Polarized : comment la polarisation améliore le confort visuel et renforce l'opticien dans son rôle de professionnel de la santé ? » par Olivier Petitfils, ADCL

## Mardi 17 mars 2020

16h45 - Session 1 :

- ◆ « Sensibilité à la lumière : de la compréhension aux solutions, état des lieux des connaissances scientifiques » par Julien Hubert, Essilor
- ◆ « Imagerie des vaisseaux rétinien » par le Pr. Christophe Chiquet
- ◆ « Pièges diagnostiques évités grâce à une écoute particulière lors de la réfraction » par le Dr. Claire Monin
- ◆ « Lentilles et environnement » par Anne Falcotet, Menicon

18h15 - Session 2 :

- ◆ « Les appareils d'imagerie à l'aide des pathologies génétiques » par Alexandra Meriot, Nidek
- ◆ « Travail sur écran : mouvements oculocéphaliques du presbyte équipé de verres progressifs » par Jean-Pierre Meillon
- ◆ « Prothèses oculaires, quoi de neuf ? » par Philippe Gardon

## Mercredi 18 mars 2020

17h40 - Session 1 :

- ◆ « Explorer la relation entre les habitudes de frottements oculaires et le kératocône » par Mathilde Chaillou
- ◆ « Acuité visuelle et environnement » par Franck Nardi et Thierry De Cecco
- ◆ « Equipement du monoptalme presbyte » par Philippe Gardon
- ◆ « Equipement du presbyte, nouvelle prescription, nouveau décret... » par Jean-Pierre Meillon

19h : Synthèse des 11<sup>e</sup> Journées d'études par le Dr. Claire Monin et le Dr. Thierry Bury

## « DÉMARRER L'ACTIVITÉ DANS SON MAGASIN D'OPTIQUE »

► Jérôme Schertz, Directeur général du groupe Luz

### Qu'apporte le double positionnement optique et audio à l'opticien ?

Cela peut-être une solution de diversification pour les opticiens qui n'en font pas et qui peuvent ainsi amener un service supplémentaire à leurs clients. Ils en sont conscients et nous avons reçu beaucoup de demandes ces dernières années, venant d'opticiens qui souhaitent développer l'audioprothèse. Malheureusement, comme tous les acteurs de ce marché, nous avons été limités dans les réponses que nous donnions par le faible nombre d'audioprothésistes diplômés.



### Comment décliner cette activité : en corner ou en centre exclusif ?

Économiquement, il est plus judicieux de démarrer cette activité au sein de son magasin d'optique pour mutualiser les charges fixes. Par ailleurs, cela permet d'avoir des horaires d'ouverture plus larges. Néanmoins, pour cela il faut avoir un magasin d'une certaine taille. A nos yeux, l'activité audio doit bénéficier d'un espace d'au moins 25 à 30 m<sup>2</sup>. Le client doit voir que c'est une activité à laquelle l'opticien attache beaucoup d'importance. Ensuite, à terme de 3 ou 4 ans, si l'activité fonctionne bien, il est sans doute préférable de créer un centre exclusif. Cela donne une meilleure image de

l'activité ; plus professionnelle. Nous avons, dans notre groupe, plusieurs exemples de centres qui ont eu une augmentation de leur activité en attirant de nouveaux clients lorsqu'ils se sont émancipés du magasin d'optique qui les hébergeait.

### Quels sont vos objectifs à terme de 3 à 5 ans ?

Nous ne nous fixons pas d'objectifs chiffrés, mais nous avons encore des marges de progression. Sous l'enseigne Audition Conseil, nous poussons nos adhérents à se développer sur leurs zones d'exclusivité pour mieux exploiter la marque. Nous les invitons à ouvrir des centres sur ces territoires pour prendre des parts de marché, car les études de marché démontrent qu'ils ont intérêt à se développer ainsi.

#### ► GROUPE LUZ EN BREF

Création de l'enseigne : 1987

Nombre de centres auditif : 423 Centres LUZ audio et AUDITION CONSEIL, dont 90 % en centres exclusifs.

CA généré par les centres audio : 34,5 M€ audition

ENTREPRISE

## LES OPTICIENS OPTIKID RÉUNIS À PARIS

**Le réseau Optikid (concept de spécialisation de la vue des enfants de Luz) a réuni ses adhérents pour un séminaire parisien regroupant conférences médicales et ateliers métier.**

Pour cette 9<sup>ème</sup> édition consécutive, les adhérents ont pu convier leurs prescripteurs de prédilection à quatre conférences médicales animées par des intervenants de renoms en optique

ophtalmologiques. Le thème : l'électrophysiologie pour explorer la fonction visuelle chez l'homme dans les conditions normales et pathologiques de vision. Deux cents personnes dont 60 prescripteurs ont pu profiter des interventions des Drs Emmanuel Bui-Quoc, chef de service d'ophtalmologie à l'Hôpital Robert Debré et chercheur associé de Chantal Milleret, Claire Meyniel, Neurologue à l'Hôpital de la Pitié-Salpêtrière, Chantal Milleret, directrice de recherche en neurosciences et maître de conférence et du Pr Dominique Brémond-Gignac, ophtalmologiste pédiatrique, chef du service d'ophtalmologie à l'Hôpital universitaire Necker Enfants Malades à Paris. Cette journée de conférences était suivie par une présentation des évolutions du concept Optikid par l'équipe Luz, puis d'une matinée d'ateliers métier entre

**OptiKid**<sup>®</sup>  
LE SPÉCIALISTE DE LA VUE DES ENFANTS



les adhérents. Au programme : bilans orthoptiques (par Justine Pineau, orthoptiste), dépistage (par Charlotte Creux, orthoptiste) et échanges libres sur le quotidien des participants (par Isabelle Solti, ambassadrice et opticienne Optikid). Le réseau Optikid compte aujourd'hui 145 opticiens dans toute la France.

**ENTREPRISE**

## AUDITION CONSEIL RÉUNIT SES ADHÉRENTS

**L'enseigne d'audition du Groupe Luz organisait en janvier un séminaire avec ses adhérents. Soixante-dix personnes se sont retrouvées aux Arcs 1950 en Savoie pour un moment de convivialité et d'échange.**



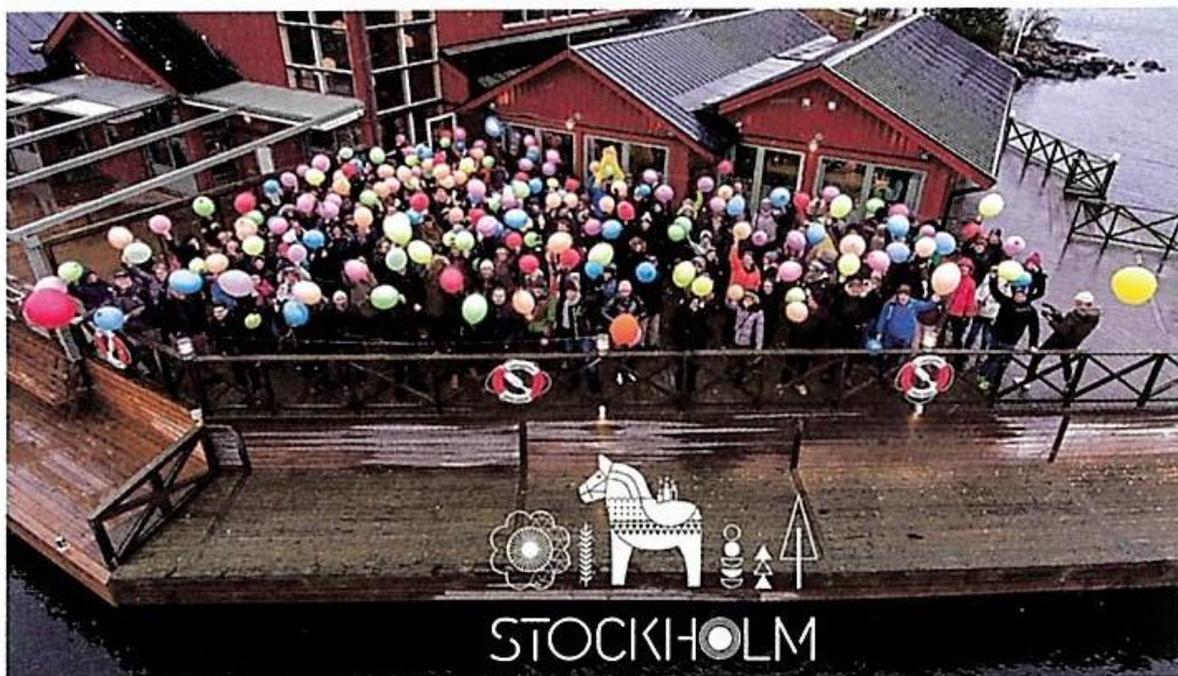
sistes Audition Conseil de prendre de la hauteur en sortant du quotidien de leurs laboratoires. Riches de leurs expériences et de leurs différences, ils sont pour l'enseigne une source

Pour cette 2<sup>ème</sup> édition, ateliers de travail et conférences se sont succédé, en présence de Jérôme et Grégory Schertz, directeurs généraux de l'enseigne. Les audioprothésistes ont pu partager leurs expériences, échanger sur les bonnes pratiques et de s'informer sur les dernières actualités du marché. « L'objectif de cette rencontre, que nous avons initiée en 2019, est de permettre aux audioprothé-

fondamentale dans l'élaboration de notre stratégie, parce qu'ils incarnent qui nous sommes et les valeurs que nous souhaitons porter. (...) Les ateliers de travaux et conférences, mais aussi les discussions plus informelles que nous pouvons avoir avec nos adhérents nous permettent de co-construire le réseau Audition Conseil de demain ! », indique Katia Thélineau, directrice générale adjointe.

**CENTRALES**

**— CHEZ LUZ**  
ON PARLE (UN PEU) SUÉDOIS



Bien emmitoufflés, ils étaient 200 luziens et luziennes, comme ils aiment à se définir entre eux, à faire le voyage en Scandinavie pour le congrès de leur centrale, qui se tient tous les deux ans. Mi-novembre, ils ont passé quelques jours à Stockholm, le temps d'apprendre quelques rudiments de suédois au gré de bien des activités : vélo dans la vieille ville, visite de musée, initiation à la marche nordique, curling, speed-boat... Également au programme, des conférences sur différents thèmes (100% Santé, promotion de la santé visuelle, expérience-client...). Mais aux dires des participants, le séjour restera surtout marqué par deux moments conviviaux forts : un dîner de gala sur l'île de Djurgarden, au sein du majestueux musée maritime Vasa et au pied d'un authentique Drakkar conservé dans un état sans équivalent, ainsi qu'une soirée costumée au rythme des tubes d'Abba, le mythique groupe suédois.

## Du côté des centrales et des enseignes

"Les opticiens CDO restent libres de choisir le logiciel qu'ils souhaitent. Pour cela nous avons référencé les meilleurs logiciels du marché", précise la CDO. En version "cloud", My EasyOptic et Optimum Live et en "version magasin", Optimum Classic et Winoptics. Dans son rôle d'accompagnement, le Groupe All envoie un questionnaire à l'opticien qui lui permet de préconiser l'un des logiciels référencés, le plus adapté aux besoins et au profil du magasin. La centrale Luz s'appuie, quant à elle, sur le logiciel Opium. L'enseigne coopérative Atol les Opticiens a mis en place 2 solutions, Juxta et Optimum, dans son réseau. Les logiciels utilisés dans les magasins Afflelou sont Cosium, Irris, MyEasyOptic et ProOptic. Enfin, l'ensemble des magasins Kryss, Vision Plus et Lynx Optique, dispose du logiciel exclusif Konvergence qui a basculé en mode 100 % web en front office fin 2019. Quant au logiciel des magasins GrandVision, il s'agit de Synergie Optique.

# MARS

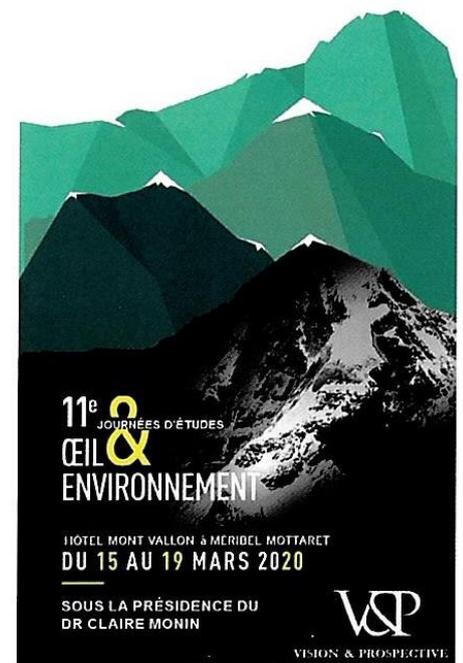
## 2020



# Journées d'études Vision et Prospective

## L'environnement au menu

Les Journées d'études Vision et Prospective se tiendront cette année du 15 au 19 mars 2020 à l'hôtel Montvallon à Méribel-Mottaret (73), sous la présidence du docteur Claire Monin. Durant ces quatre jours, sont attendus plus de 80 ophtalmologistes et opticiens qui assisteront à 28 conférences sur le thème : "Œil et environnement". "Le vocable environnement est à prendre au sens large : climatique, professionnel...", précisent les organisateurs. Par ailleurs, en ouverture du séminaire le 15 mars, une conférence, "Quelles sont les perspectives pour la filière après le rapport Igas et le 100 % Santé ?", sera animée par Thierry Bour, président du Snof et suivie d'un débat avec les participants. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site de Vision et Prospective ([www.visionetprospective](http://www.visionetprospective)). ●



**UN 2<sup>ÈME</sup> SÉMINAIRE D'HIVER POUR AUDITION CONSEIL PRÈS DE 70 AUDIOPROTHÉSISTES DU RÉSEAU SE SONT RETROUVÉS AUX ARCS AUTOUR DE JÉRÔME ET GRÉGORY SCHERTZ, DIRECTEURS GÉNÉRAUX DE L'ENSEIGNE. CE SÉMINAIRE DÉDIÉ À L'AUDIO A PERMIS AUX MEMBRES, DE TOUS PROFILS, D'ÉCHANGER SUR LES BONNES PRATIQUES ET DE CONFRONTER LEURS POINTS DE VUE.**



**CENTRALES**

## — DES ATELIERS ET DES CONFÉRENCES POUR LES OPTICIENS OPTIKID



Les 19 et 20 janvier, le réseau Optikid s'est retrouvé à Paris pour un nouveau cycle de conférences pointues, un rendez-vous désormais régulier installé par Luz. Rappelons que la centrale a repris en 2010, pour le développer à grande échelle, ce concept spécialisé sur l'enfant qui existe depuis 1990. La première journée était consacrée aux conférences médicales, où les adhérents Optikid pouvaient convier leurs prescripteurs de référence. Quatre conférences étaient assurées par des intervenants spécialisés dans l'opto-pédiatrie - neurologues, chercheurs, etc. - sur le thème de l'électrophysiologie. Quelque 200 personnes ont assisté à ces conférences, dont 60 ophtalmologistes et orthoptistes. «Participer ensemble avec leurs prescripteurs de prédilection à cette journée permet aux adhérents Optikid de renforcer leurs relations, de consolider leur positionnement de magasin premium, qualitatif et spécialisé», fait valoir la centrale. Cette journée de conférences médicales et scientifiques a été suivie par une présentation des évolutions du concept Optikid par l'équipe Luz (relations prescripteurs, formations, communication, mobilier, montures dédiées à l'enfant, relations fournisseurs...), puis d'une matinée d'ateliers-métier entre les adhérents, pour partager les expériences de terrain. Rappelons que ce sont désormais 145 opticiens qui ont adopté ce positionnement dans toute la France.

CENTRALE

## LUZ OPTIQUE

6, rue de l'Abbé Groult – 75015 Paris

Tél. : 01 56 56 75 67

[www.luz.fr](http://www.luz.fr)

[groupe@luz.fr](mailto:groupe@luz.fr)

Date de création : 1987

Statut juridique : SAS

Dirigeant : Jérôme Schertz, directeur général

Nombre total de points de vente en France au 31/12/2019 : 1820

Montant des achats HT au 31/12/2018 : 166,7 millions d'€

Montant des achats HT au 31/12/2019 : 178,6 millions d'€

Droit d'entrée et conditions d'accès à la centrale : non

Durée du contrat : 1 an

Conditions et délai de rupture du contrat : lettre recommandée

Nombre de fournisseurs référencés : 180

Marques exclusives : montures Seafolly depuis 2016 + marques propres Smart + Emotion + Bleu Blanc VOUS + iXnah + contactologie Lens Attitude

Achat exclusif à la centrale : non

Délai de règlement : 30 jours fin de mois

### SERVICES ET POINTS FORTS

Entreprise familiale d'opticiens indépendants qui respecte et partage les valeurs d'indépendance des opticiens.

Pour caractériser les valeurs auxquelles se réfère Luz optique, 2 mots simples mais forts : indépendance et respect. Indépendance... Luz optique est une société familiale qui se bat pour préserver son libre arbitre et permettre

l'excellence pour vous et vos clients avec ce concept de magasin et de communication clé en main

- Concept "Lunestore" : un concept magasin distinctif et innovant, accessible au meilleur prix

- Relation des 3 "O" : Luz vous accompagne dans votre relationnel avec vos prescripteurs

- 3 niveaux de communication selon les objectifs et budgets : SELF'COM (Ma comm' à prix malin à travers 30 thématiques à utiliser sous 48h) / Les services by Luz / COM'unique (Pas de copier-coller, l'inspiration c'est vous et vos envies)

- Théâtralisation des vitrines : fini le stress ! Tous les mois, un kit pratique et complet d'animation de votre point de vente pour étonner, surprendre, séduire vos clients et chaland

- Magazine "Lunettes Attitudes" : consumer magazine sur-mesure pour communiquer de façon élégante et pertinente à prix compétitif via 32 pages de contenu riche qui profite autant au quotidien du consommateur qu'à votre image de marque et celle de votre métier

- Lettres de relance et remerciements clients automatisés



aux adhérents de garder leur liberté, leurs traditions et leurs valeurs. Respect... une bonne pratique de ce métier de proximité ne peut se faire que si l'adhérent respecte ses clients.

### SERVICES

- **myLuz.fr** : plateforme de commandes pour faciliter l'accès à des services business adaptés aux envies des opticiens, et leur offrir une vision à 360° de leur activité professionnelle. Trouver, comparer, acheter sur 1 seul site, lentilles et produits, montures optiques et solaires... Booster leur compétitivité en accédant à des offres exclusives. Suivre, gérer et maîtriser leurs achats en temps réel.
- **Luzsixty** : jusqu'à 60 jours pour régler leurs relevés mensuels. Luzsixty, c'est plus de souplesse et de liberté pour votre activité (en partenariat avec American Express)
- **EasyPAY** : la solution de financement offrant de vrais avantages à l'opticien et au client (en partenariat Sofinco) en garantissant les meilleurs taux, une fiabilité et sécurité
- **Opium** : assistant au quotidien, logiciel créé par des opticiens pour des opticiens
- **Pilote by Luz** : 6 solutions de gestion comptable et financière pour que votre entreprise vole haut et longtemps (en partenariat avec Kallisté)
- **Optikid** : spécialisation de la vue des enfants avec un concept global exclusivement proposé aux adhérents Luz
- **Concept "Au Cœur de la Vision"** : pour l'amour du métier d'opticien : visez

- **Facebook / Instagram by Luz** : être présent sur les deux 1ers réseaux sociaux de France et soigner votre e-réputation

- **Package Internet** : créer un site à votre image, professionnel, vivant et différent

- **CultureLuz** : tout un monde de formations sur-mesure

- **Audits de pilotage** : bénéficiez d'outils d'aide à la décision objective

- **Luz audio** : investissez sur un marché en pleine expansion : l'audition

- **Concept "i-Lobe"** : i-Lobe, marque pêchue, dédramatise et donne envie aux clients de s'équiper plus naturellement, sans complexe

Existence d'une collection spécifique 100 % santé : non, pas de collection, mais formations, produits et communication sur des services que nous proposons à nos adhérents pour s'armer face à cette réforme. Nous proposons à l'ensemble des opticiens de France notre journal "Vision Santé" pour sa 4<sup>ème</sup> édition depuis 2013 afin que ces derniers puissent le relayer auprès de leurs clients et les informer des enjeux et des impacts de cette réforme.

**Nom du responsable du développement :**  
Arnaud Bazin, directeur général adjoint



# MAI

## 2020





🕒 12 Mai 2020 🧑 Posted By Emmanuel Grolleau 📁 A LA UNE

## Réouverture : Luz soutient le commerce indépendant de proximité

**Pendant le confinement, de nombreux Français ont favorisé le commerce de proximité et la production locale pour leurs courses alimentaires. Un phénomène qui se faisait déjà sentir avant l'épidémie. A l'heure de la réouverture progressive des magasins, certains aimeraient étendre cet engouement local à tous les secteurs d'activité. C'est le cas de Luz qui a choisi ce thème pour sa nouvelle campagne de communication.**

Pendant le confinement, les équipes Luz ont gardé le contact avec leurs adhérents en les accompagnant « *au mieux dans les aides proposées par l'Etat* », à travers « *un soutien dans la mise en place d'un plan de trésorerie, la partie administrative, financière, sociale et en proposant également des formations en e-learning* », etc.

A l'heure de la reprise, la centrale propose gratuitement à ses adhérents un kit de communication de réouverture et un protocole sanitaire complet, qui apporte toutes les informations nécessaires à la bonne réouverture progressive du point de vente. Il comprend également 3 modèles d'affiches, des stickers et vitrophanies pour informer les clients et créer les nouveaux parcours nécessaires à la distanciation sociale.



Cette campagne est le premier pas d'une action plus large. Comme l'explique Jérôme Schertz, directeur général Luz optique et audio : « *Nous allons tendre vers une consommation plus consciente, tournée vers des produits et des marques durables... vers une production nationale !*

*Nous nous devons d'être davantage présent sur les outils digitaux, que les opticiens / audioprothésistes proposent l'accès à leurs services en ligne (prise de RDV, préparation d'achat, ...)*

*C'était déjà un axe de développement fort, mais c'est devenu une évidence dans ce nouveau contexte que le monde nous impose ! »*



🕒 Mai 12, 2020 🧑 Posted By Juliette Sabatier 📁 TOUTES LES ACTUS 📌 Campagne Publicitaire, Luz Audio

## Pour le déconfinement, Luz mise sur la proximité

En parallèle de son protocole sanitaire, la centrale a imaginé une campagne de communication, destinée à accompagner la reprise dans les centres auditifs en mettant en avant le commerce de proximité.

Durant le confinement, la centrale a cherché à maintenir le lien avec ses adhérents audioprothésistes et opticiens (420 centres auditifs, 1850 magasins d'optique) en leur apportant des informations via sa plateforme, par mail et sur les réseaux sociaux, Facebook et LinkedIn : news concernant l'épidémie, activités liées aux confinements, animation (challenge photo)... Elle a également proposé des formations en e-learning par le biais de CultureLuz.

**Allez-y entrez.  
Vous êtes plus que jamais les bienvenus.**



### Mesures sanitaires et messages de proximité

Pour la réouverture, la centrale a établi un protocole sanitaire téléchargeable gratuitement pour ses adhérents, afin de garantir la sécurité sanitaire des collaborateurs et de rassurer les clients, tout en leur rappelant les gestes barrières. Luz propose également une campagne de communication qui prend sa source dans la conviction que, dès avant la pandémie, « la conscience écologique, du mieux vivre, du respect de son environnement, d'un besoin de préserver les ressources » amènent les Français à revoir leur manière de consommer pour privilégier toujours plus les circuits courts. 5 créations visuelles prônent donc l'indépendance, la proximité et le commerce local. Elles se déclinent pour les différents supports. « Nous allons tendre vers une consommation plus consciente, tournée vers des produits et des marques durables... Vers une production nationale, a déclaré Jérôme Schertz, directeur général Luz optique et audio. Nous nous devons d'être davantage présent sur les outils digitaux, que les opticiens / audioprothésistes proposent l'accès à leurs services en ligne (prise de RDV, préparation d'achat...). C'était déjà un axe de développement fort, mais c'est devenu une évidence dans ce nouveau contexte que le monde nous impose ! »

## LUZ valorise le commerce indépendant de proximité

LUZ OPTIQUE | 12-05-2020

Parce que la vocation de la centrale LUZ est d'être présent au quotidien pour ses clients indépendants, opticiens et audioprothésistes, quand tout va bien... mais aussi pendant les périodes de doutes ; depuis près de 2 mois, LUZ communique auprès de ses 1 850 magasins d'optique et 420 centres d'audio via sa plateforme myLUZ.fr, par e-mailing et relai sur les Réseaux Sociaux (Facebook et LinkedIn), et l'ensemble de ses équipes terrain sans relâche ! Que ce soit pour les accompagner au mieux dans les aides proposées par l'Etat, un soutien dans la mise en place d'un plan de trésorerie, la partie administrative, financière, sociale, ... et en proposant également des formations en e-learning via CultureLUZ !

La situation actuelle liée à l'épidémie du Covid-19 est inédite et personne ne sait vraiment de quoi sera fait demain, **mais l'accompagnement et la proximité qui font partie de l'ADN de LUZ sont encore plus forts actuellement !**

**Chez LUZ, «VOUS ÊTES UNIQUE SANS ETRE SEUL» prend tout son sens aujourd'hui**

**Depuis 2 mois, LUZ accompagne sans relâche ses adhérents OPTICIENS ET AUDIOPROTHESISTES pour préparer « l'après », et propose aujourd'hui, avec la reprise, UNE CAMPAGNE POSITIVE ET OPTIMISTE AUTOUR DU PLAISIR D'ACHETER LOCAL !**



## Audition Conseil accompagne ses adhérents pour la reprise

**AUDITION CONSEIL**, votre spécialiste de l'audition

**COMMUNIQUÉ**  
COMPRENDRE S'ÉQUIPER S'INFORMER NOUS RENCONTRER

**Chez AUDITION CONSEIL, votre santé est notre priorité**

A partir du 11 mai, tous nos spécialistes AUDITION CONSEIL adaptent leurs procédures pour vous accueillir en toute sécurité et continuer à prendre soin de vous et de vos oreilles. Quelques consignes à suivre :

- Prenez rendez-vous avant tout déplacement
- Portez un masque
- Respectez les gestes barrières et les distances de sécurité
- Lavez-vous les mains avec le gel hydroalcoolique mis à votre disposition

**Chez AUDITION CONSEIL, le bien-être et la santé de tous ont toujours été une priorité. Aujourd'hui plus qu'hier, nous sommes engagés et équipés pour vous offrir les meilleures conditions sanitaires**

Dans le dernier numéro

AUDIOLOGIE  
DEMAIN

Audition Conseil accompagne ses adhérents pour la reprise avec un **kit de communication de réouverture et des règles de déconfinement progressif** téléchargeables gratuitement pour tous les adhérents Audition Conseil (PLV magasins, réseaux sociaux, site Internet...).

En cette période de déconfinement du Covid-19, la priorité est d'adopter des mesures de prévention pour garantir la sécurité des collaborateurs et des clients.

Bien préparer la réouverture de nos centres auditifs est donc essentiel pour rassurer nos clients et leur rappeler les gestes barrières.

### Et après ?

par Jérôme Schertz, directeur général AUDITION CONSEIL France

« Ces dernières semaines, de nombreux articles montrent que les Français changent de postures dans leurs habitudes de consommation : souhait de privilégier un commerce de proximité, envie de « sens » dans l'acte d'achat, focus sur la valeur maîtresse de la santé... Dans ce contexte, nous avons un rôle à jouer !

En tant que professionnel de l'audition, et de la santé en général, nous sommes en première ligne de cette reprise qui s'annonce. Nous le savons, une malaudition prolongée peut avoir des conséquences de long terme et les mois de confinement ont fait apparaître, chez beaucoup de seniors, des difficultés d'audition auxquelles ils prêtaient moins attention auparavant : pour entendre la télévision, comprendre ses proches lors d'appels téléphoniques... Nos futurs clients seront donc plus réceptifs à des messages orientés sur la santé, le bien-être et le vivre mieux !

Différencier notre message, sortir des communications commerciales et conventionnelles, faciliter la vie de nos clients via les outils digitaux... c'est comme ça que nous tirerons notre épingle du jeu ! »

### Pour assurer une reprise dans le respect des règles sanitaires :



Accueil sur rendez-vous uniquement



Portez un masque



Venez seul si vous en avez la possibilité



Désinfection des mains  
en rentrant et en sortant



Distances de sécurité  
et gestes barrières



Centres désinfectés  
régulièrement

**CHEZ AUDITION CONSEIL,  
VOTRE SANTÉ EST NOTRE PRIORITÉ**

© Mai 13, 2020 Posted By Juliette Sabatier TOUTES LES ACTUS Audition Conseil

## Audition Conseil fait de la pédagogie sur le déconfinement progressif

L'enseigne a prévu pour ses adhérents un kit de communication basé sur les préconisations de l'Unsaf et du CNA. Il a pour objectif d'aider ses 335 centres exclusifs à réussir le déconfinement progressif.

Composé de stickers vitrine, affiches et totem, le kit figure les règles sanitaires de façon simple et pédagogique afin de rassurer au maximum les patients, avant et pendant leur venue en centre auditif. Un guide à destination des professionnels détaille les règles sanitaires nécessaires à la mise en œuvre du déconfinement progressif, dont les différentes modalités de sécurisation des points de vente, de protection des équipes, de désinfection des locaux. Audition Conseil annonce également qu'un outil de commande en ligne pour les piles et les produits d'hygiène est en cours d'élaboration pour permettre à tous les centres disposant d'un site internet de mettre en place un « click and collect » ou l'expédition au domicile des patients de ces fournitures. Selon Jérôme Schertz, directeur général de l'enseigne, « les mois de confinement ont fait apparaître, chez beaucoup de seniors, des difficultés d'audition auxquelles ils prêtaient moins attention auparavant : pour entendre la télévision, comprendre ses proches lors d'appels téléphoniques... Nos futurs clients seront donc plus réceptifs à des messages orientés sur la santé, le bien-être et le vivre mieux ! ».

## Quelles méthodes de déconfinement pour Audition

### Conseil ?

Publié le jeudi 14 mai 2020 09:00

DÉCONFINEMENT



legende

Tout comme Acutis, Audition conseil a entamé son déconfinement progressif le 11 mai 2020. Afin d'assurer une reprise sereine pour les collaborateurs et les clients, le réseau a établi un ensemble de règles sur la base des préconisations de l'UNSAF.

Des stickers sur les vitrines, des affiches ainsi que des totems d'informations sont prévus pour bien rappeler les gestes barrières et obligations sanitaires aux clients et aux collaborateurs d'Audition conseil.

#### **Pour sécuriser un maximum les points de vente :**

- L'accueil dans les centres ne se fait que sur rendez-vous (des créneaux sont bien évidemment libres pour les imprévus), et il est conseillé de venir seul (si possible) au rendez-vous
- Des écrans de protection en plexiglas ont été installés
- Les sanitaires sont fermés au public
- Nettoyage fréquent des téléphones
- Du gel hydroalcoolique est à disposition et la désinfection des mains est obligatoire en rentrant et en sortant
- L'accès aux fontaines à eau ne sera plus proposé
- Les équipes de nettoyage ont reçu une formation spécifique

#### **Pour protéger un maximum les équipes :**

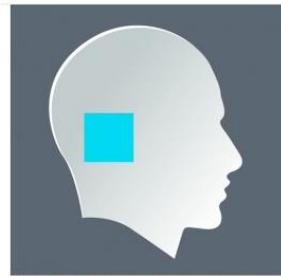
- Le port du masque est obligatoire
- Le port de lunette ou de visière est obligatoire
- Le port de gants jetables (à changer après chaque client) est obligatoire
- Les sèche-mains ventilés sont condamnés
- Prévoir une poubelle spécifique pour les éléments souillés

Deux questions seront posées aux clients souhaitant obtenir un rendez-vous. La première demandera si la personne a été en contact avec un malade avéré du Covid-19. La seconde portera sur l'état du client (comment vous sentez-vous ? Avez-vous de la fièvre, des symptômes ? etc.). Si l'une des réponses est positive, aucun rdv ne pourra être fixé ou il sera alors reporté après confirmation de la bonne santé du patient.

## AUDITION CONSEIL accompagne ses adhérents pour la reprise !

ACTUALITÉS

14.05.20



**AUDITION  
CONSEIL**

**En cette période de déconfinement du Covid-19, la priorité est d'adopter des mesures de prévention pour garantir la sécurité des collaborateurs et des clients.**

Le réseau AUDITION CONSEIL a développé une palette d'outils pour permettre à ses adhérents d'animer leurs points de vente et leurs vitrines dans cette période inédite.

En cette période de déconfinement du Covid-19, la priorité est d'adopter des mesures de prévention pour garantir la sécurité des collaborateurs et des clients.

Bien préparer la réouverture de nos centres auditifs est donc essentiel pour rassurer nos clients et leur rappeler les gestes barrières.

### KIT DE COMMUNICATION DE RÉOUVERTURE - PLV MAGASINS



Stickers vitrine



Affiches



Totems





## Décès d'André Schertz, opticien et fondateur du groupe Schertz

14/05/2020 | 17:45

Soyez le premier à commenter cette news



Décès d'André Schertz

C'est avec tristesse que nous vous annonçons le décès d'André Schertz, survenu ce mardi 12 mai, à l'âge de 76 ans.

Figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, cet entrepreneur a créé en 1978, avec ses confrères Philippe Baillet et Robert Lehmann, la centrale d'achats historique du groupe Schertz, SAPMM. Parmi ses autres faits d'armes : la création de la

première certification de services en 2012 en faveur de la valorisation du métier d'opticien.

Cet opticien de métier, également formé à l'audioprothèse, a racheté en 2005 la marque Audition Conseil. Il a participé activement au développement du 1<sup>er</sup> groupement d'indépendants sous enseigne nationale avec ses 335 centres d'audition.

Parallèlement à sa fonction de président du Groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, André Schertz était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.

Toute la rédaction d'Acuité adresse à sa famille, ses proches et connaissances, ses plus sincères condoléances.

## DÉCÈS D'ANDRÉ SCHERTZ

**Figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, André Schertz est décédé ce mardi 12 mai d'un arrêt cardiaque.**

Âgé de 76 ans, cet entrepreneur charismatique, passionné et visionnaire, a dédié sa vie professionnelle à défendre, préserver et agir pour le modèle des indépendants, valeur forte à ses yeux qu'il prônait comme une véritable stratégie de différenciation.

C'est d'ailleurs dans cette lignée, qu'il crée en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, SAPMM l'une des premières centrales d'achat pour indépendants, ou encore qu'il initie la première certification de services en 2012 en faveur de la valorisation du métier d'opticien.

Il a marqué de son empreinte son groupe éponyme composé notamment des Centrales de services Luz Optique et Luz Audio, dédiées au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique

et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales).

Opticien de Métier, également formé à l'audioprothèse, c'est en 2005 qu'il rachète la marque Audition Conseil et participe activement à son développement pour devenir aujourd'hui le 1<sup>er</sup> groupement d'indépendants sous enseigne nationale avec ses 335 centres d'audition.

Parallèlement à sa fonction de président du Groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, il était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.

L'adage qu'il aimait souvent partager « être sérieux sans se prendre au sérieux », le caractérisait parfaitement.

La cérémonie d'adieu se déroulera dans l'intimité familiale. Nous adressons nos sincères condoléances à ses proches.



## **DÉCÈS D'ANDRÉ SCHERTZ,** *FIGURE DE L'OPTIQUE ET DE L'AUDIOPROTHÈSE*



Le 12 mai dernier, l'entrepreneur de 76 ans est décédé d'un arrêt cardiaque. Passionné et visionnaire, André Schertz a dédié sa vie professionnelle à défendre, préserver et agir pour le modèle des indépendants. Il crée en 1978, avec ses confrères Philippe Baillet et Robert Lehmann, SAPMM l'une des premières centrales d'achat pour indépendants et initie, en 2012, la première certification de services en faveur de la

valorisation du métier d'opticien. Il a marqué de son empreinte son groupe éponyme composé notamment des Centrales de services Luz Optique et Luz Audio, dédiées au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales). En 2005, il rachète la marque Audition Conseil et participe activement à son développement, jusqu'à ce qu'elle devienne le 1<sup>er</sup> groupement d'indépendants sous enseigne nationale. Parallèlement à sa fonction de président du Groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, il était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.

## DÉCÈS D'ANDRÉ SCHERTZ, FIGURE DE L'OPTIQUE ET DE L'AUDITION

Vendredi, 15 Mai 2020

Le groupe éponyme annonce le décès brutal d'André Schertz survenu ce mardi 12 mai, suite à un arrêt cardiaque. Il avait 76 ans.

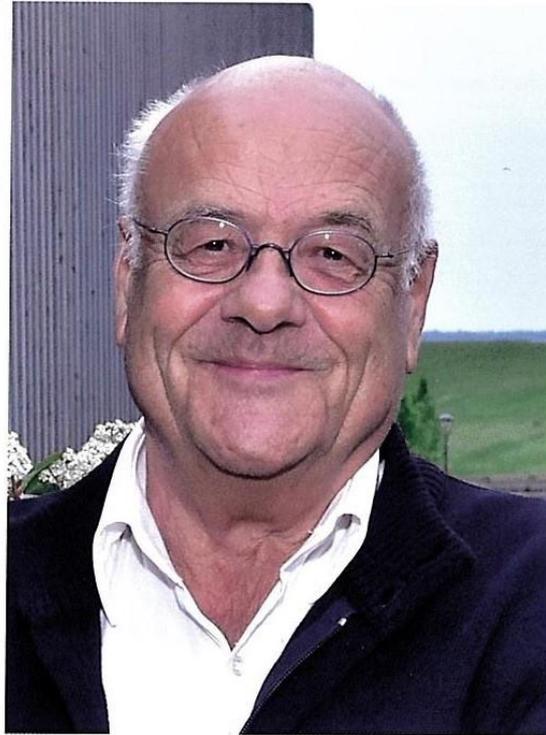
Co-fondateur en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, de SAPMM, l'une des premières centrales d'achat pour indépendants, André Schertz est décédé au début de la semaine, d'un arrêt cardiaque. Cette figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France avait 76 ans. « Il a marqué de son empreinte son groupe éponyme composé notamment des centrales de services Luz Optique et Luz Audio, dédiées naturellement au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales) », rappelle le groupe. C'est aussi lui qui, en 2005, rachète la marque Audition Conseil, 335 centres aujourd'hui. Parallèlement à sa fonction de président du Groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, l'homme était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.





**DISPARITION**

**— DÉCÈS D'ANDRÉ SCHERTZ,**  
FIGURE DE L'OPTIQUE ET DE L'AUDITION



Co-fondateur en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, de SAPMM, l'une des premières centrales d'achat pour indépendants, André Schertz est décédé le 12 mai, d'un arrêt cardiaque. Cette figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France avait 76 ans. « Il a marqué de son empreinte son groupe éponyme composé notamment des centrales de services Luz Optique et Luz Audio, dédiées naturellement au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales) », rappelle le groupe. C'est aussi lui qui, en 2005, rachète la marque Audition Conseil, 335 centres aujourd'hui. Parallèlement à sa fonction de président du Groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, l'homme était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.



🕒 15 Mai 2020 🧑 Posted By Emmanuel Grolleau 📁 A LA UNE

## Disparition d'André Schertz, fondateur du groupe éponyme

**André Schertz, opticien de formation et fondateur du groupe du même nom est décédé mardi 12 mai dernier, suite à un arrêt cardiaque. Il avait 76 ans.**

« *Figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, passionné et visionnaire, cet entrepreneur charismatique a dédié sa vie professionnelle à défendre, préserver et agir pour le modèle des indépendants, valeur forte à ses yeux qu'il prônait comme une véritable stratégie de différenciation* », précise le communiqué.

En 1978, il crée avec Philippe Baillot et Robert Lehmann, une des premières centrales d'achats pour indépendants SAPMM. Il sera également l'initiateur de la première certification de services en 2012 en faveur de la valorisation du métier d'opticien.

Il est bien connu pour son groupe éponyme, composé entre autres des centrales de services Luz Optique et Luz Audio, « *dédiées naturellement au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse* ». Depuis plusieurs années, il avait confié la direction opérationnelle de son groupe à ses fils, Grégory et Jérôme, pour se consacrer encore davantage à ses actions dans l'aide humanitaire au Sénégal.

Cet opticien de métier, formé également à l'audioprothèse, a racheté en 2005 la marque Audition Conseil, devenue aujourd'hui le premier groupement d'indépendants sous enseigne nationale, avec 335 centres.

Les obsèques se dérouleront dans l'intimité familiale.

L'Essentiel de l'Optique - E-letter n°262 - 21 mai 2020 - Parait tous les jeudis

## **Optique : le client est de retour**

(Temps de lecture estimé : 2 mn 30)

Disparition d'André Schertz.

C'est avec une profonde émotion que nous avons appris la disparition d'André Schertz, survenue mardi 12 mai, suite à un arrêt cardiaque à l'âge de 76 ans.

Chaleureux, passionné, visionnaire, André a marqué de son empreinte le paysage de l'optique, en reprenant notamment le Groupe Luz avec le succès qu'on sait. Il reste un exemple pour tous.

C'était aussi un Ami du magazine.

A Jérôme, à Grégory qui assurent la direction opérationnelle de Luz depuis plusieurs années, à leur famille, ainsi qu'à l'ensemble des collaborateurs, L'Essentiel de l'Optique adresse l'expression de sa profonde sympathie.

## DISPARITION D'ANDRÉ SCHERTZ



C'est avec une profonde émotion que nous apprenons cet après-midi la disparition d'André Schertz, survenue mardi 12 mai, suite à un arrêt cardiaque à l'âge de 76 ans. Chaleureux, passionné, visionnaire, André a marqué de son empreinte le paysage de l'optique, en reprenant notamment le Groupe Luz. Il reste un exemple pour tous. C'était aussi un Ami du magazine. À Jérôme, à Grégory qui assurent la direction opérationnelle de Luz depuis plusieurs années, à leur famille,

ainsi qu'à l'ensemble des collaborateurs, L'Essentiel de l'Optique adresse l'expression de sa profonde sympathie. ■

## Groupe Schertz : décès d'André Schertz

15-05-2020



C'est avec une grande émotion et une profonde tristesse que nous vous faisons part du décès brutal d'André Schertz survenu ce mardi 12 mai, suite à un arrêt cardiaque à l'âge de 76 ans.

Figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, passionné et visionnaire, cet entrepreneur charismatique a dédié sa vie professionnelle à défendre, préserver et agir pour le modèle des indépendants, valeur forte à ses yeux qu'il prônait comme une véritable stratégie de différenciation.

C'est d'ailleurs dans cette lignée, qu'il crée en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, SAPMM l'une des premières centrales d'achat pour indépendant, ou encore qu'il initie la première certification de services en 2012 en faveur de la valorisation du métier d'opticien.

Il a marqué de son empreinte son groupe éponyme composé notamment des centrales de services LUZ Optique et LUZ Audio, dédiées naturellement au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachat d'enseignes locales).

Opticien de métier, également formé à l'audioprothèse, c'est en 2005 qu'il rachète la marque AUDITION CONSEIL et participe activement à son développement pour devenir aujourd'hui le 1er groupement d'indépendants sous enseigne nationale avec ses 335 centres d'audition.

Parallèlement à sa fonction de président du groupe SCHERTZ, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, il était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.

L'adage qu'il aimait souvent partager "être sérieux sans se prendre au sérieux", caractérisait parfaitement un homme juste, humble et bienveillant, les valeurs fondatrices de son Groupe.

La cérémonie d'adieu se déroulera dans l'intimité familiale.

Pour toutes personnes souhaitant lui rendre hommage :



### HOMMAGE André Schertz (1944 - 2020)

Afin de réaliser un bel ouvrage, livre de recueil, à remettre à la famille, envoyez vos condoléances, témoignages, souvenirs, anecdotes, photos, dessins... à l'adresse mail ci-dessous.

Un présent simple, unique, chargé d'émotions et surtout intemporel !

EN MÉMOIRE D'ANDRÉ

hommage-andre@groupe-schertz.com

Les mots restent, les fleurs s'envolent...  
aucun geste n'est souhaité lors de la  
cérémonie familiale.  
Merci pour votre respect.



groupe-schertz

## Décès d'André Schertz, figure de l'audioprothèse et de l'optique

Publié le vendredi 15 mai 2020 12:20

DÉCÈS



Le 12 mai 2020, André Schertz, figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, est décédé d'un arrêt cardiaque. Il était âgé de 76 ans.

Entrepreneur, passionné, visionnaire... André Schertz, président du Groupe Schertz était un homme engagé notamment auprès des indépendants. Il était décrit comme quelqu'un de juste, d'humble et de bienveillant, et avait un dicton fétiche « être sérieux sans se prendre au sérieux ».

Cet opticien de métier, qui s'est aussi formé à l'audioprothèse, a passé sa vie professionnelle à défendre, préserver et agir pour le modèle des indépendants, valeur forte à ses yeux qu'il prônait comme une véritable stratégie de différenciation.

C'est d'ailleurs dans cette optique, qu'il crée en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, SAPMM, l'une des premières centrales d'achat pour indépendants.

L'homme a marqué de son empreinte son groupe éponyme, composé notamment des Centrales de services LUZ Optique et LUZ Audio, dédiées naturellement au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales).

En 2005, il rachète la marque Audition conseil et participe activement à son développement pour devenir aujourd'hui le 1er groupement d'indépendants sous enseigne nationale avec ses 335 centres d'audition partout en France. Parallèlement à sa fonction de président, dont il avait cédé les rôles opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, il était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal. La cérémonie d'adieu se déroulera dans l'intimité familiale.



🕒 Mai 15, 2020 🧑 Posted By Juliette Sabatier 📁 TOUTES LES ACTUS 📍 Audition Conseil, Luz Audio

## André Schertz est décédé

Âgé de 76 ans, le fondateur du groupe Schertz s'est éteint à la suite d'un arrêt cardiaque, mardi 12 mai.

Entrepreneur charismatique, André Schertz a consacré sa vie professionnelle aux mondes de l'optique et de l'audioprothèse, défendant toujours le modèle des indépendants, vu comme un facteur de différenciation. C'est en 1978 qu'il a créé avec Philippe Baillot et Robert Lehmann, SAPMM, l'une des premières centrales d'achats. Le groupe qui porte son nom réunit aujourd'hui les centrales de services Luz Optique et Luz Audio. Opticien de métier, également formé à l'audioprothèse, il a procédé en 2005 au rachat de la marque Audition Conseil et contribué activement à son développement dans le but d'en faire le premier groupement national d'indépendants sous enseigne. Président du groupe Schertz, il en avait cédé les fonctions opérationnelles à ses fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années. Il était resté très engagé dans des actions humanitaires au Sénégal.

L'Ouïe Magazine adresse ses plus sincères condoléances aux proches d'André Schertz.

## Décès d'André Schertz



André Schertz s'est éteint à la suite d'un arrêt cardiaque, mardi 12 mai. Il avait 76 ans. Il a créé en 1978 avec Philippe Baillot et Robert Lehmann l'une des premières centrales d'achats, SAPMM. Le groupe

Schertz réunit aujourd'hui les centrales de services Luz Optique et Luz Audio. André Schertz a présidé au rachat de la marque Audition Conseil, en 2005. Entrepreneur charismatique, il s'est toujours consacré à la défense du modèle des indépendants. La rédaction de L'Ouïe Magazine adresse ses plus sincères condoléances à ses proches.

## DÉCÈS D'ANDRÉ SCHERTZ

---

André Schertz est décédé le 12 mai, à l'âge de 76 ans, suite à un arrêt cardiaque. Opticien de métier, formé à l'audioprothèse, il a été une figure emblématique de ces deux secteurs en France et a dédié sa carrière à la défense du modèle des indépendants, « qu'il prônait comme une stratégie de différenciation ». À l'origine de la création de la SAPMM, une des premières centrales d'achats pour indépendants, il crée ensuite le Groupe Schertz, composé des centrales de services Luz et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et en audioprothèse et rachète en 2005 la marque Audition Conseil. Parallèlement à sa fonction de président du Groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, il était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal. L'équipe d'*Audiologie Demain* s'associe à la peine de ses proches et de ses collaborateurs.



© Groupe Schertz

## Décès d'André Schertz

ACTUALITÉS

14.05.20



**C'est avec une grande émotion et une profonde tristesse que nous vous faisons part du décès brutal d'André Schertz survenu ce mardi 12 mai, suite à un arrêt cardiaque à l'âge de 76 ans.**

Figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, passionné et visionnaire, cet entrepreneur charismatique a dédié sa vie professionnelle à défendre, préserver et agir pour le modèle des indépendants, valeur forte à ses yeux qu'il prônait comme une véritable stratégie de différenciation.

C'est d'ailleurs dans cette lignée, qu'il crée en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, SAPMM l'une des premières centrales d'achat pour indépendants, ou encore qu'il initie la première certification de services en 2012 en faveur de la valorisation du métier d'opticien.

Il a marqué de son empreinte son groupe éponyme composé notamment des Centrales de services LUZ Optique et LUZ Audio, dédiées naturellement au développement des indépendants et d'un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales).

Opticien de Métier, également formé à l'audioprothèse, c'est en 2005 qu'il rachète la marque AUDITION CONSEIL et participe activement à son développement pour devenir aujourd'hui le 1er groupement d'indépendants sous enseigne nationale avec ses 335 centres d'audition.

Parallèlement à sa fonction de président du Groupe SCHERTZ, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses deux fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, il était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal.

L'adage qu'il aimait souvent partager « *être sérieux sans se prendre au sérieux* », caractérisait parfaitement un homme juste, humble et bienveillant, les valeurs fondatrices de son Groupe.

La cérémonie d'adieu se déroulera dans l'intimité familiale.

## — LUZ:

« VERS UN CHANGEMENT DE NOMBREUX COMPORTEMENTS SOCIO-ÉCONOMIQUES »



Pendant plusieurs semaines, la plateforme myLuz.fr aura sans doute été le centre névralgique des relations entre la direction de la centrale, les équipes en télétravail et les 1 850 magasins d'optique et les 420 centres d'audio. Et ce, « que ce soit pour les accompagner au mieux dans les aides proposées par l'Etat, les soutenir dans la mise en place d'un plan de trésorerie, la partie administrative, financière, sociale ou en leur proposant également des formations en e-learning via

CultureLuz», énumère-t-on au sein du service communication. Pour **Jérôme Schertz**, le directeur général, «l'issue de cette situation exceptionnelle marquera le changement de nombreux comportements à la fois sociaux et économiques, et ce de manière aussi bien positive que négative». La crise, estime-t-il en substance, a un effet accélérateur, poussant à dynamiser des transitions déjà amorcées. Par exemple: «Avant le covid-19, une prise de conscience que le système ne pouvait plus continuer comme avant, a commencé à émerger avec la notion de dérèglement climatique. La conscience écologique, du mieux-vivre, du respect de son environnement, d'un besoin de préserver les ressources ont fait prendre conscience au consommateur qu'il était temps de revoir sa manière de consommer, en privilégiant les circuits courts, le respect de la saisonnalité, l'utilisation raisonnée de ses modes de transports...» Ce constat appliqué à l'optique laisse peut-être entrevoir la chance des indépendants qui, estime Luz, sont des acteurs incontournables du commerce local, parties intégrantes, donc, d'un écosystème à échelle humaine. Jérôme Schertz, souligne par ailleurs que «se dessine une consommation plus consciente, tournée vers des produits et des marques durables, vers une production nationale. Un des défis des opticiens et des audioprothésistes est aussi d'être davantage présents sur les outils digitaux en proposant l'accès à leurs services en ligne (prise de RDV, préparation d'achat...). C'était déjà un axe de développement fort, mais c'est devenu une évidence dans ce nouveau contexte que le monde nous impose!», conclut-il.

# JUIN

## 2020



## Magasin

### « On peut s'attendre à une baisse du panier moyen en optique », affirme Arnaud Bazin, directeur général adjoint de Luz optique

19/06/2020 | 12:30

Soyez le premier à commenter cette news



Arnaud Bazin, directeur général adjoint de Luz optique

Après avoir donné la parole aux dirigeants des grandes enseignes, Acuité vous propose un tour d'horizon des centrales d'achats. Arnaud Bazin, directeur général adjoint de Luz optique, fait le point sur le redémarrage de l'activité optique et annonce de nouveaux projets au sein de la centrale d'achats et de services pour opticiens indépendants regroupant 1 830 points de vente. Interview.

#### Acuité : Quels résultats avez-vous enregistré depuis la reprise de l'activité ?

**Arnaud Bazin :** Depuis la reprise, les résultats sont globalement satisfaisants, mais nous constatons une certaine disparité. La fréquentation des magasins de centre-ville est bonne. En revanche, ceux implantés dans les centres commerciaux enregistrent une reprise laborieuse.

Autre enseignement à retenir : le flux de clients par rapport à la même période l'an dernier est généralement en baisse. La prise de rendez-vous et l'impact des protocoles sanitaires entraînent un allongement du délai de prise en charge du porteur. Pour autant, le taux de transformation des ventes est proche de 100%.

Point positif également, les achats d'équipement du panier 100% Santé restent contenus.

#### A. : Expliquez-nous les mesures prises durant le confinement ?

**A. B :** Cette période s'est révélée extrêmement intense. Notre premier objectif : tenir informé en permanence nos adhérents de l'évolution de la situation, leur assurer un accompagnement individualisé et personnalisé et les conseiller au mieux au regard du contexte.



Ainsi, les mesures prises ont notamment porté sur :

- ◆ les modalités et les règles à respecter dans le cadre du service minimum pour la gestion des urgences lors du confinement ;
- ◆ les différentes aides gouvernementales mises en place et les démarches à effectuer pour en bénéficier (PGE, prêt rebond, chômage partiel, report de loyer, report des impôts...) ;
- ◆ les obligations du chef d'entreprise en matière de sécurité sanitaire à l'égard de ses salariés.

Nous avons également référencé un nouveau prestataire Minut'Pass spécialisé dans la prise de rendez-vous en ligne et enrichi notre nouveau service « Self'Com : ma com' à prix malin ! » avec des thématiques adaptées à la crise sanitaire, notamment le « plaisir d'acheter local ».

### **A. : L'ensemble de vos adhérents surmonteront-ils la crise sanitaire ?**

**A. B :** La grande majorité de nos adhérents passera le cap car leur structure financière est saine. Néanmoins, certains d'entre eux risquent de rencontrer de sérieuses difficultés dans les semaines et mois à venir. En cause : leur situation économique déjà fragile avant la Covid-19. Nous avons des adhérents, qui n'ont pu obtenir les aides mises en place par le gouvernement telles que le prêt garanti par l'Etat (PGE). Par conséquent, leur risque de défaillance est très probable.

### **A. : Comment voyez-vous l'évolution du marché de l'optique dans les mois à venir ?**

**A. B :** Se projeter sur l'évolution du marché est un exercice délicat. Toutefois, le bon redémarrage de l'activité optique nous rend optimiste. Tout en restant prudent. L'impact économique du Covid-19 est et sera sans précédent. De l'aveu même des économistes, nous allons connaître une période de récession forte avec une hausse massive du chômage. La répercussion sera alors immédiate sur le pouvoir d'achat des Français. On peut donc s'attendre à une baisse du panier moyen.

En revanche, cette reprise d'activité nettement plus rapide que les autres commerces traditionnels démontre bien que les achats d'équipements optique sont avant tout des achats de nécessité répondant à un besoin de correction visuel. De plus, le bon accueil des clients quant à la proposition de prise de RDV pour effectuer leur achat ou la livraison confirme que l'image du métier d'opticien est en train de changer.

Il est essentiel d'accentuer le rôle de professionnel de santé de l'opticien. Celui-ci doit par ailleurs affirmer sa place dans son tissu local. C'est à ce prix et en faisant respecter les lois que nous pourrons nous émanciper des Ocam et du tiers payant.

Par ailleurs, la France sera aussi fortement impactée cette année par un recul significatif de la clientèle étrangère liée au tourisme d'affaires et au tourisme de loisirs. Or, bon nombre d'opticiens sont implantés sur des zones où la fréquentation est habituellement élevée. Ces porteurs ont traditionnellement une appétence marquée pour le solaire.



**A. : On peut craindre également une pénurie d'ordonnances dans les mois à venir...**

**A. B :** Tout à fait. La fermeture des cabinets d'ophtalmologie pendant deux mois engendrera indéniablement une pénurie d'ordonnances. La bonne nouvelle : ils ne désemplissent pas depuis le déconfinement.

Malgré ces incertitudes, nous restons optimistes. D'après les verriers, la France est le pays d'Europe où l'activité optique post-confinement est la plus soutenue. Pour autant, l'opticien doit bien gérer ses achats et piloter son activité avec efficacité.

**A. : Quels sont vos projets à moyen terme ?**

**A. B :** Fort du succès du concept « Optikid », qui a été déployé dans 150 magasins, nous allons proposer à nos adhérents d'ici la fin de l'année 2020, 2 autres spécialisations : le sport et la basse vision. Ces dernières constituent une excellente opportunité pour nos adhérents de se différencier et d'accroître leur trafic en magasin.

Autre enjeu majeur pour Luz optique : l'omnicanalité. **Nous avons racheté récemment les actifs de la société Evioo** afin de proposer prochainement à nos opticiens une solution d'essayage virtuel et de recommandation de produit online et magasin. Ce projet s'inscrit dans une perspective d'omnicanalité. Notre objectif : permettre à nos adhérents de s'adapter aux nouveaux modes de consommation des porteurs.

## DISPARITION

### Décès d'André Schertz, fondateur du groupe Schertz



Nous avons appris avec tristesse le décès d'André Schertz, survenu mardi 12 mai, à l'âge de 76 ans. Figure emblématique de l'optique et de l'audioprothèse en France, cet entrepreneur a créé, en 1978, avec ses confrères Philippe Baillot et Robert Lehmann, la centrale d'achats historique du groupe Schertz, SAPMM, avec notamment les centrales de services Luz optique et Luz audio, dédiées au développement des indépendants et un réseau de magasins succursalistes en optique et audioprothèse (souvent issus de rachats d'enseignes locales). Opticien de métier, également

formé à l'audioprothèse, il a racheté en 2005 la marque Audition Conseil. Et participé activement au développement de ce groupement d'indépendants sous enseigne nationale avec ses 335 centres d'audition.

Parallèlement à sa fonction de président du groupe Schertz, dont il avait cédé les rênes opérationnelles à ses 2 fils Grégory et Jérôme depuis plusieurs années, André Schertz était très engagé dans l'aide humanitaire au Sénégal. La rédaction de Bien Vu adresse à sa famille, ses proches et connaissances, ses plus sincères condoléances. ●

## Luz mise sur la proximité

La crise actuelle conforte les aspirations à une consommation plus raisonnable, privilégiant les circuits courts, les produits locaux et le commerce de proximité. Telle est la conviction de la centrale Luz qui propose depuis début mai à l'ensemble de ses adhérents un dispositif de communication auprès de leurs clients. "Cette campagne permet aux opticiens Luz de cultiver leur liberté et personnalité, de reprendre la main (les multinationales du secteur ne doivent pas vendre à leurs clients en direct) et de booster leur autonomie et leur éco-système", souligne-t-on chez Luz. ●



▶ André Schertz, opticien de formation et fondateur du groupe du même nom, est décédé mardi 12 mai d'un arrêt cardiaque, à l'âge de 76 ans.



© Juil 9, 2020 🧑‍🎤 Posted By Juliette Sabatier 📁 TOUTES LES ACTUS 🗨️ UNSAF

## Nouveau nom, nouveau bureau: le syndicat des audioprothésistes se renouvèle pour avancer sur les sujets chauds

En visio-conférence de presse ce matin, Luis Godinho, renouvelé à la tête du Syndicat des audioprothésistes, a fait le point sur les nouveautés actées par l'Assemblée générale et sur les sujets d'actualité.

Luis Godinho a procédé à une rétrospective des actions menées par l'Unsaf ces 18 derniers mois (36 lettres adressées aux adhérents en 2019, 13 communiqués de presse entre février et juin 2020), notamment pour se positionner sur la question du grand âge et avancer sur la contractualisation directe avec les complémentaires santé (« certaines s'aperçoivent qu'on peut faire beaucoup mieux en travaillant ensemble », a remarqué le président du syndicat).

Depuis l'adoption d'une motion de l'UNPS, fin avril, l'organisation professionnelle revendique la position de seul syndicat représentatif des audioprothésistes libéraux. Réuni en assemblée générale virtuelle lundi 6 juillet, il a réélu son président pour un neuvième mandat et acté un changement de nom : l'Unsaf devient le SDA, syndicat des audioprothésistes, pour plus de simplicité. Il compte actuellement près de 1000 adhérents (1/4 de la profession) et accueille trois nouveaux administrateurs, bien connus dans la profession : Stéphane Bardet (Audition Conseil, Aix-en-Provence), Alexandre Durand (Sonance, Montpellier) et Sébastien Geny (Entendre, Roubaix). Le nouveau bureau du SDA a été élu.



## Election du bureau 2020 du SDA (ex-UNSAF)

- Président : **Luis Godinho** (Paris)
- Vice-président : **Eric Bizaguet** (Paris)
- Vice-président : **Christine Dagain** (Foix)
- Vice-président : **Brice Jantzem** (Brest)
- Secrétaire général : **Denis Hebert** (Saint-Brieuc)
- Secrétaire général adj. : **Stéphane Gallego** (Lyon)
- Trésorier : **Hervé Picollet** (Fontainebleau)
- Trésorier adj. : **Matthieu Del Rio** (Bordeaux)

### Bonnes pratiques en chantier

Parmi les grands dossiers sur la table du SDA, outre les sujets de santé publique (Ségur, loi Autonomie et Grand Âge, 100 % santé etc.), on trouve l'élaboration d'un recueil de bonnes pratiques. Pour mémoire, ce thème a fait l'objet d'un sondage en juin, dans lequel plus de 9 audios sur 10 se déclaraient favorables à sa rédaction. Publier un document de ce type relève d'un acte volontaire permettant d'affirmer la position des audioprothésistes face aux pouvoirs publics. « *C'est un dossier qui nous paraît extrêmement structurant, a expliqué Luis Godinho. Plus de solvabilisation, avec le 100 % santé, induit des règles... Si nous ne les établissons pas nous-mêmes, il y a toujours le risque qu'on nous les impose.* » Le travail sur ce recueil devrait aboutir très prochainement.

# ÉTÉ

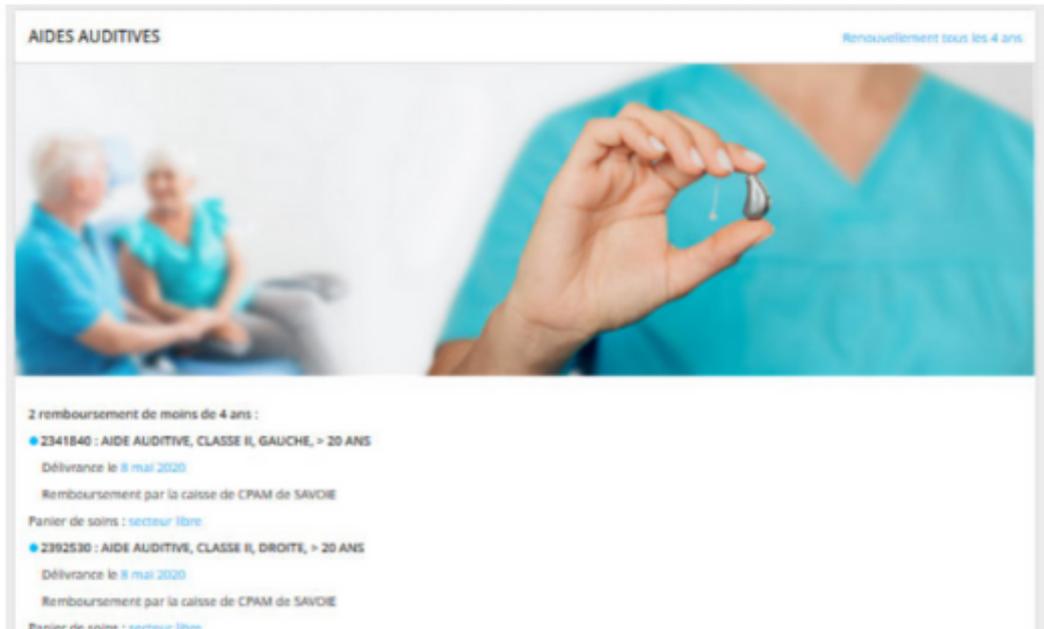
## 2020



## Nouveau téléservice d'Ameli pour vérifier les remboursements des patients

Publié le mercredi 22 juillet 2020 10:51

ASSURANCE MALADIE



The screenshot shows a web interface for hearing aids. At the top, it says 'AIDES AUDITIVES' and 'Renouvellement tous les 4 ans'. Below this is a photo of a person in blue scrubs holding a hearing aid. Underneath the photo, there are two entries for reimbursement:

- 2 remboursements de moins de 4 ans :
- 2341840 : AIDE AUDITIVE, CLASSE II, GAUCHE, > 20 ANS  
Délivrance le 8 mai 2020  
Remboursement par la caisse de CPAM de SAVOIE  
Panier de soins : secteur libre
- 2392530 : AIDE AUDITIVE, CLASSE II, DROITE, > 20 ANS  
Délivrance le 8 mai 2020  
Remboursement par la caisse de CPAM de SAVOIE  
Panier de soins : secteur libre

Un nouveau service d'Ameli permet aux audioprothésistes de connaître la dernière date de prise en charge de ses audioprothèses, pour respecter le délai de 4 ans entre deux prises en charge par l'Assurance maladie.

L'Assurance maladie a mis en place le 15 juillet 2020, un nouveau téléservice accessible par Ameli Pro, destiné à visualiser l'historique des remboursements des équipements auditifs et optiques de leurs patients, dans le but de respecter les quatre ans de délai entre deux prises en charge des audioprothèses.

« Il s'agit d'une demande des audioprothésistes, dans le cadre de l'imposition du délai des 4 ans pour le renouvellement des aides auditives », explique Philippe Metzger, audioprothésiste Audition Conseil à Paris. « En effet, si le patient a fait faire son appareil dans notre boutique dans les 4 dernières années, nous avons une visibilité. En revanche, s'il a changé de complémentaire ou que cette dernière ne vérifie pas, il nous est impossible de contrôler ce que nous dit la personne, qui peut s'être trompée volontairement ou non. Nous avons donc demandé à la CPAM de nous créer un outil capable de vérifier tout ce qui a été fait dans ce délai de 4 ans. »

Pour y accéder, les audioprothésistes doivent se connecter au portail Ameli Pro avec leur login / mot de passe. L'accès au service s'effectue via l'onglet « Activités ». Il faut ensuite identifier le patient en saisissant son NIR ou en lisant sa carte vitale, puis attester par un clic avoir recueilli son consentement (oral) pour accéder à ses informations de remboursement concernant les aides auditives.

« Une fois toutes ces informations rentrées, nous pouvons consulter la caisse d'assurance maladie du patient, la mise à jour de ses droits, s'il bénéficie du 100% Santé, du CSS, de l'AME... », précise Philippe Metzger. « Tous les actes en rapport avec l'audition sont désormais répertoriés. »

De son côté, le SDA (Syndicat des Audioprothésistes, ex-Unsaf) a effectué quelques tests et semble indiquer que le service n'est opérationnel que pour les assurés du régime général et pour les consommations faites sous ce régime. Par exemple pour les assurés auparavant au RSI et qui ont intégré le régime général début 2020, cela ne fonctionne pas pour l'instant.

# SEPTEMBRE

2020



# Le dernier LUNETTES ATTITUDES vient de sortir

LUZ OPTIQUE | 01-09-2020



LE MAGAZINE LUNETTES ATTITUDES ETE 2020 BAS SON PLEIN

**LUZ OPTIQUE**  
les indépendants s'y retrouvent

COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
PARUTION IMMÉDIATE

## LE MAGAZINE DÉDIÉ AU BIEN-ÊTRE ET À LA SANTÉ VISUELLE

Unique sur le marché de l'optique, le magazine « Lunettes Attitudes » permet aux opticiens d'introduire leur discours professionnel dans les foyers de leurs clients, d'entretenir leur image de marque et de valoriser leur métier.

Chaque numéro (2 éditions par an) aborde la santé visuelle à travers des sujets de prévention, conseil d'expert et métier. En véritable consommateur, il présente également les tendances innovation, mode et shopping de la saison et autres articles divertissants pour le lecteur.

**UNE ÉDITION ESTIVALE QUI SIGNE LE RETOUR DES ANNÉES 70 !**

Le magazine « Lunettes Attitudes » Printemps-Eté 2020 se met en mode seventies pour cet été.

Haut en couleurs pop et vitaminées, il plonge le lecteur dans cet univers où les imprimés psychédéliques, les formes audacieuses et les lunettes originales en mettent plein la vue.

Et comme le style et la tendance sont indissociables avec le confort visuel, le contenu du magazine apporte toujours des conseils pratiques pour préserver sa vision.

[>> Découvrez le magazine](#)

## UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION CROSS-CANAL

Accompagné de ses supports de communication connexes, LUZ propose à ses adhérents une campagne de communication puissante et sur tous les canaux on et offline : **théâtralisation vitrines, marketing direct, vidéo, animation des réseaux sociaux...** des outils clés en main ou réalisés sur-mesure par l'agence de communication partenaire de LUZ et dédiée à ses adhérents.

Théâtralisation vitrine

Publications sur les réseaux sociaux

Mailing adressé et personnalisé

**UNE PRISE DE PAROLE POSITIVE AUPRÈS DES CLIENTS DES LA REPRISE D'ACTIVITÉ POST-COVID**

Après plusieurs semaines de fermeture des magasins suite à l'épidémie Covid-19, il était essentiel pour les opticiens indépendants de reprendre contact avec leur client pour maintenir le lien privilégié et assurer leur visibilité face à leur concurrent.

L'envoi du magazine « Lunettes Attitudes » à leur client leur a donc permis d'être présent et de renouer le contact de manière positive et qualitative.

LUZ se mobilise pour soutenir les indépendants

## DES PAGES DE MONTURES TOTALEMENT PERSONNALISABLES.

Les montures présentées dans le magazine sont totalement personnalisables par les adhérents commandant le magazine. Dans les 4 pages qui lui sont réservées, l'opticien peut mettre en avant ses propres marques vendues dans son magasin. C'est pour lui une excellente opportunité de mettre en avant ses produits dans un support très qualitatif et valorisant pour son image de marque.

Les pages de montures sont personnalisées pour chaque opticien avec leurs propres marques.

## DES VISUELS INÉDITS CRÉÉS SUR-MESURE PAR LUZ

Pour illustrer la ligne éditoriale de chaque édition et apporter aux opticiens indépendants des outils de communication digres des plus grands, les équipes marketing et communication de LUZ organisent chaque saison un shooting permettant à la campagne de disposer de visuels uniques, inédits, qui sortent des sentiers battus et leur permettent de se distinguer de leurs concurrents.

[>> Découvrez le making-of](#)

## CENTRALE D'ACHATS



# LUZ OPTIQUE ET AUDIO

Année de création : 1987

Points de vente en France : 1 820

CA moyen par point de vente : NC

Surface minimum requise par point de vente : NC

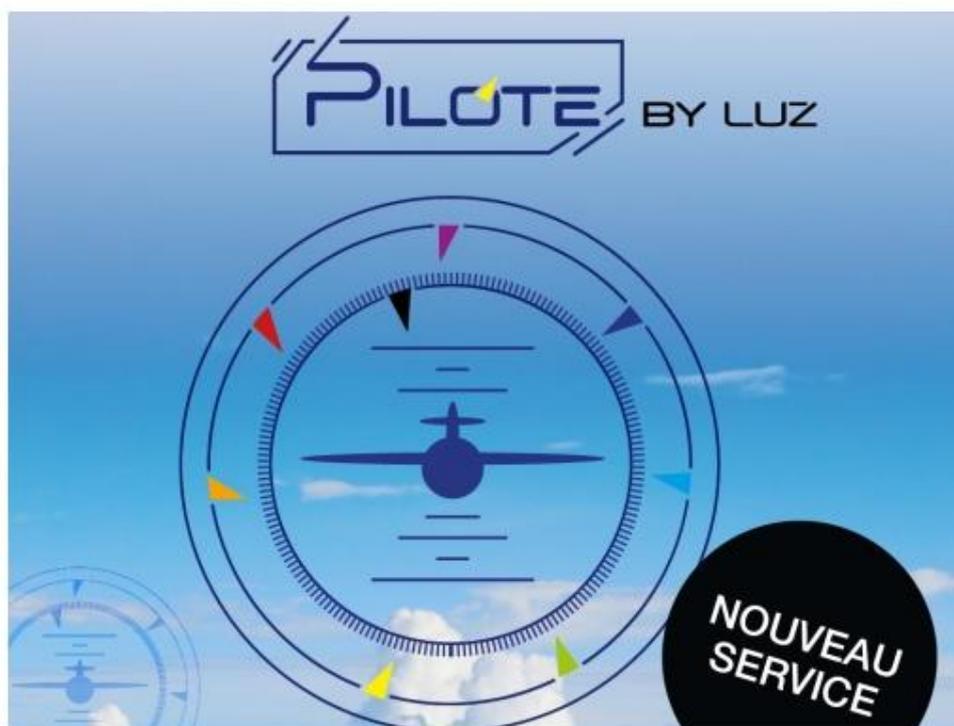
### Stratégie

« Deux axes forts pour cette fin d'année et celle à venir

→ présence sur le digital et spécialisations des adhérents.

Nous devons davantage tendre vers une consommation plus consciente, tournée vers des produits et des marques durables... vers une production nationale ! Être davantage présent sur les outils digitaux, que les opticiens proposent l'accès à leurs services en ligne. C'était déjà un axe de développement fort, devenu une évidence dans ce nouveau contexte !

Et le second axe, fort du succès du concept Optikid (déployé dans 150 magasins), nous allons proposer 2 autres spécialisations : sport et basse vision → excellentes opportunités pour nos adhérents de se différencier et d'accroître leur trafic en magasin. »



© Sep 21, 2020 🧑‍💻 Posted By Juliette Sabatier 📁 TOUTES LES ACTUS 🎧 Luz Audio

## Luz propose 6 solutions de gestion comptable et financière : le service Pilote

La nouvelle proposition de gestion comptable de la centrale optique et audio se traduit dans un accompagnement personnalisé, pensé pour soutenir les indépendants dans les difficultés sanitaires actuelles.

Conçu en partenariat avec Kallisté, cabinet d'audit, de conseil et d'expertise comptable, le nouveau service « Pilote by Luz » se décline en 6 formules d'assistance : évaluer le centre pour anticiper une vente, établir un budget prévisionnel pour matérialiser des objectifs, contrôler et suivre ces derniers pour améliorer les performances, assurer une gestion sociale des paies, gagner du temps dans la gestion comptable au quotidien et accompagner la création ou le rachat d'un point de vente. La centrale souhaite ainsi apporter aux audioprothésistes des outils supplémentaires pour préserver la santé économique de leur entreprise.

## Brève LUZ : la centrale offre un pilote à ses adhérents pour leur gestion comptable

LUZ OPTIQUE | 21-09-2020



### LUZ optique & audio lance « Pilote by LUZ »

+ PDF brève



ACTUALITÉS > AUDITION CONSEIL OFFRE UN PILOTE À SES ADHÉRENTS POUR LEUR GESTION COMPTABLE

## AUDITION CONSEIL offre un pilote à ses adhérents pour leur gestion comptable

ACTUALITÉS

23.09.20



**En cette période difficile, liée à la pandémie de la Covid-19 et à la fermeture de l'ensemble des centres d'audioprothèse pendant près de 2 mois, il était prioritaire pour AUDITION CONSEIL de fournir une solution aux adhérents pour préserver la santé économique et financière de leur entreprise ! Avec ce service « Pilote par AUDITION CONSEIL », AUDITION CONSEIL permet ainsi aux audioprothésistes de la centrale de se consacrer pleinement à leur métier et à leurs clients !**





**PILOTE**  
par AUDITION CONSEIL

en partenariat avec  
**Kallisté**  
Audit, conseil et expertise comptable

**Offrez-vous  
UNE GESTION  
COMPTABLE  
DE HAUT VOL**

Pilote par AUDITION CONSEIL  
un accompagnement  
personnalisé à travers  
**6 formules  
d'assistance**

**NOUVEAU  
SERVICE**

**AUDITION  
CONSEIL**

## PASSEZ LES MANETTES DE VOTRE GESTION COMPTABLE À PILOTE PAR AUDITION CONSEIL

Avec Pilote par AUDITION CONSEIL, offrez un nouveau décollage à votre entreprise grâce à 6 solutions de gestion comptable et financière pour voler haut et longtemps.

Ce nouveau service AUDITION CONSEIL, en partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté propose aux audioprothésistes AUDITION CONSEIL un accompagnement quotidien personnalisé : conserver leur indépendance et gagner du temps pour pratiquer leur métier de professionnel de la santé en toute sérénité !

### 6 formules d'assistance

- **Évaluer** votre centre pour anticiper une vente
- **Prévoir** votre budget pour fixer le cap
- **Piloter** efficacement pour augmenter votre performance
- **Être en règle** avec les nouvelles législations sociales et salariales
- **Gagner du temps** dans la gestion comptable au quotidien
- **Être accompagné** dans la création ou le rachat d'un centre



**6 FORMULES D'ASSISTANCES**   
**POUR RÉPONDRE À TOUTES LES ENVIES  
DES ADHÉRENTS AUDITION CONSEIL**

  
par AUDITION CONSEIL  
**Évaluer & vendre**

  
par AUDITION CONSEIL  
**Prévoir & anticiper**

  
par AUDITION CONSEIL  
**Piloter & performer**

  
par AUDITION CONSEIL  
**Gérer ma paie  
& être en règle**

  
par AUDITION CONSEIL  
**Ma comptabilité,  
sans papier !**

  
par AUDITION CONSEIL  
**Créer & racheter**



## PASSEZ LES MANETTES DE VOTRE GESTION COMPTABLE À PILOTE PAR AUDITION CONSEIL

1. Connaître la valeur de leur point de vente pour mieux le valoriser !
2. Établir leur budget prévisionnel pour chiffrer et matérialiser leurs objectifs !
3. Contrôler, suivre leurs objectifs et leurs résultats pour agir efficacement et rapidement
4. Pour une gestion sociale et des paies en toute simplicité !
5. Gagner du temps dans la gestion comptable quotidienne de leur activité !
6. Créer ou racheter un point de vente et mettre toutes les chances de leur côté pour réussir ?

## LUZ lance un logiciel de gestion comptable

Publié le lundi 21 septembre 2020 12:24

COMPTABILITÉ



LUZ souhaite ainsi permettre aux opticiens et audioprothésistes de se consacrer pleinement à leur métier et à leurs clients.

Ce logiciel baptisé « Pilote by LUZ », et conçu en partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté, propose aux opticiens et audioprothésistes LUZ, un accompagnement quotidien personnalisé avec 6 solutions de gestion comptable et financière.

Pilote by LUZ offre donc 6 formules d'assistances, afin de répondre aux différents besoins des opticiens et audioprothésistes :

- Évaluer, afin de connaître la valeur de leur point de vente pour mieux le valoriser
- Prévoir, afin d'établir leur budget prévisionnel pour chiffrer et matérialiser leurs objectifs
- Contrôler et piloter, afin de suivre leurs objectifs et leurs résultats pour agir efficacement et rapidement
- Gérer et être en règle, pour une gestion sociale et des paies en toute simplicité
- Gagner du temps dans la gestion comptable quotidienne de leur activité
- Être accompagné, afin de créer ou racheter un point de vente et mettre toutes les chances de leur côté pour réussir.

Lucile Perreau

## Audition Conseil passe au logiciel comptable « Pilote »

Publié le vendredi 25 septembre 2020 09:15

*SURTITRE*



« Pilote » propose audioprothésistes de l'enseigne un accompagnement quotidien personnalisé, avec 6 solutions de gestion comptable et financière afin de répondre à leurs différents besoins.

Tout comme d'autres enseignes, Audition Conseil a décidé d'adopter le logiciel de gestion comptable baptisé « Pilote par Audition Conseil », conçu en partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté.

« Pilote » propose audioprothésistes de l'enseigne un accompagnement quotidien personnalisé, avec 6 solutions de gestion comptable et financière afin de répondre à leurs différents besoins. En effet il permet de :

- Évaluer, afin de connaître la valeur de leur point de vente pour mieux le valoriser
- Prévoir, afin d'établir leur budget prévisionnel pour chiffrer et matérialiser leurs objectifs
- Contrôler et piloter, afin de suivre leurs objectifs et leurs résultats pour agir efficacement et rapidement
- Gérer et être en règle, pour une gestion sociale et des paies en toute simplicité
- Gagner du temps dans la gestion comptable quotidienne de leur activité
- Être accompagné, afin de créer ou racheter un point de vente et mettre toutes les chances de leur côté pour réussir.

INTERVIEW LUZ



## LUZ S'ATTAQUE À L'OPTIQUE DE SPORT ET À LA BASSE VISION !

INTERVIEW EXCLUSIVE DE **JÉRÔME SCHERTZ**,  
PDG DU GROUPE SCHERTZ ET DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LUZ

### **Votre centrale d'achats et de services est l'une des leaders en France. Comment se porte-t-elle ?**

Le cap de la crise est passé, le groupe se porte bien. Plus que jamais, l'optimisme est de rigueur. S'adapter et avancer, on ne change pas d'état d'esprit. Luz reste mobilisée et impliquée auprès de ses adhérents : plus de 1850 avec 37 magasins en propre et 420 audioprothésistes indépendants. Nous les accompagnons sans relâche, via la plateforme myLUZ.fr, par e-mailing, sur les réseaux sociaux et avec nos animateurs réseau. Accompagnement et proximité, ADN de Luz, sont encore plus forts actuellement. Si 2019 était une belle année (167 millions d'achats ont transité par la centrale, 31 millions pour l'audio), 2020 sera plus contrastée, mais nous sommes confiants, avec des résultats satisfaisants. Les magasins de centre-ville reprennent vite, les achats d'équipements 100% Santé restent contenus : c'est positif !

### **Quelle est votre vision pour l'avenir ?**

Cette crise a accéléré le changement de nombreux comportements sociaux et économiques, a dynamisé des transitions déjà amorcées. La prise de rendez-vous chez l'opticien par exemple, que le consommateur a adoptée de suite, une pratique que nous souhaitions déjà depuis au moins dix ans et pour laquelle nous proposons une solution "Minut'Pass" à nos adhérents... Se dessine également une consommation plus consciente, tournée vers des produits et marques durables. C'est la force des indépendants qui ont une belle carte à jouer et qui sont des acteurs incontournables du commerce local. Prise de conscience aussi de l'achat de lunettes comme essentiel. L'opticien répond à un besoin "médical" de la société, retrouvant son image de spécialiste de la santé visuelle, vis-à-vis des professionnels et des clients. Encore peu de consommateurs savent que, si l'ordonnance est valable, l'opticien peut faire un examen de vue et les équiper. Depuis trois ans, Luz a mis en place une équipe de délégués à l'information médicale pour aider nos adhérents à créer ces liens de proximité avec les prescripteurs médicaux et nous communiquons activement sur ce rôle indispensable de professionnel de la santé de l'opticien. Il faut continuer !

### **Deux beaux lancements annoncés...**

Forts du concept Optikid dédié à la vue des enfants, déployé dans près de 150 magasins, nous proposons à nos adhérents, d'ici fin 2020, d'autres spécialisations : le sport et la basse vision. Ces développements reposent sur les piliers forts de notre concept : une formation spécifique par des spécialistes, une sélection pointue de produits dédiés, une délégation à l'information médicale et une communication adaptée vers les clients et les prescripteurs (la relation des 3"O", primordiale pour ces spécialisations). Luz excelle dans le savoir-faire et le faire-savoir : c'est notre marque de fabrique !

### **D'autres axes de stratégie pour 2021 ?**

Si notre cœur de métier depuis 20 ans est d'aider les opticiens indépendants à monter en gamme et piloter leur activité avec efficacité, nous avons aussi beaucoup investi pour les accompagner sur le marketing et la communication (positionnement de leur offre, spécialisation, choix des produits). Nous continuons donc d'être offensifs avec des outils performants, des campagnes de publicité personnalisées sur le made in France, le local, l'examen de vue... Nous-mêmes opticiens, toutes nos propositions ont été testées dans nos propres magasins. L'autre axe de développement fort pour Luz, c'est l'omnicanalité, pour permettre à nos adhérents de s'adapter aux nouveaux modes de consommation des porteurs : c'est une évidence désormais de proposer l'accès à l'ensemble de leurs services en ligne. Nous avons récemment racheté les actifs de la société Evioo (première à faire du drive-to-store) afin de leur proposer prochainement des solutions d'essayage virtuel et de recommandation de produits online et magasin. Les ventes en ligne, dans ce nouveau contexte que la crise nous impose, vont forcément s'accélérer. Nos adhérents doivent s'y atteler, notre travail est de leur fournir les outils nécessaires : Luz est prêt, et ils le seront aussi !

*Propos recueillis par Carine Bruet*



# OCTOBRE

2020



## MIEUX « PILOTER » SA COMPTABILITÉ : LUZ PROPOSE 6 SOLUTIONS PERSONNALISÉES

Jeudi, 01 Octobre 2020

La centrale propose à ses adhérents opticiens et audioprothésistes de s'appuyer sur un professionnel pour les aider dans leur gestion comptable et dégager ainsi du temps pour se consacrer à leur coeur de métier santé. Ce nouveau service s'appelle « Pilote by Luz ».

La compta ? Plus de temps à perdre avec ça, confiez le boulot à un pro... Tel est, en substance, le message du service baptisé 'Pilote by Luz'. « En cette période difficile liée à la crise sanitaire, il était prioritaire pour Luz de fournir une solution aux adhérents pour préserver la santé économique et financière de leur entreprise », déclare la direction de la centrale qui vient de lancer ce nouveau service. De quoi s'agit-il exactement ? De six solutions d'accompagnement personnalisées, aussi appelées « formules d'assistance » (*récapitulées dans le post-it ci-dessous*), qui permettent aux membres de Luz, opticiens comme audioprothésistes, de « passer les manettes de leur gestion comptable à un professionnel ». Ce faisant, ils peuvent gagner du temps et d'autant mieux se recentrer sur leur coeur de métier santé, fait valoir la centrale. À noter, ce nouveau service est proposé en partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté.

### 6 formules d'assistance

-  **ÉVALUER**  
votre magasin pour anticiper une vente
-  **PRÉVOIR VOTRE BUDGET**  
pour fixer le cap
-  **PILOTER EFFICACEMENT**  
pour augmenter votre performance
-  **ÊTRE EN RÈGLE**  
avec les nouvelles législations sociales et salariales
-  **GAGNER DU TEMPS**  
dans la gestion comptable au quotidien
-  **ÊTRE ACCOMPAGNÉ**  
dans la création ou le rachat d'un point de vente



🕒 02 Oct 2020 👤 Posted By Anne-Sophie CROUZET 📁 A LA UNE

## Luz propose à ses opticiens un outil de pilotage de leur gestion comptable

**En partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté, la centrale lance le service Pilote by Luz, qui regroupe plusieurs solutions de gestion comptable et financière.**

Pilote by Luz se présente comme un accompagnement personnalisé qui aide les adhérents à préserver leur indépendance et à gagner du temps. Six formules d'assistance sont proposées :

- évaluer son magasin pour anticiper une vente,
- prévoir son budget pour chiffrer et matérialiser ses objectifs,
- contrôler les objectifs et les résultats pour augmenter la performance,
- être en règle avec les législations sociales et salariales (gestion des paies, etc.),
- gagner du temps dans la gestion comptable au quotidien,
- être accompagné dans la création ou le rachat d'un point de vente.

Ce service est également proposé aux audioprothésistes adhérents de [Luz Audio](#) et sous enseigne [Audition Conseil](#). « *En cette période difficile liée à la pandémie de Covid-19 et à la fermeture de l'ensemble des magasins d'optique et centres d'audioprothèse pendant près de 2 mois, il était prioritaire de fournir une solution à nos adhérents pour préserver la santé économique et financière de leur entreprise. Avec ce service, Luz permet ainsi aux opticiens et audioprothésistes de la centrale de se consacrer pleinement à leur métier et à leurs clients* », explique la centrale.



🕒 08 Oct 2020 👤 Posted By Anne-Sophie CROUZET 📁 A LA UNE

## Luz aide ses opticiens à se démarquer avec iXnah, une marque de montures créateur en édition limitée

**iXnah est une ligne de 9 montures que les « Luzien.nes » distribueront en exclusivité.**

Cette collection se compose de 3 modèles proposés en 3 coloris chacun. Selon Luz, elle permettra à ses adhérents de se démarquer mais aussi, grâce à son prix d'achat accessible, de réaliser d'importantes marges. Ces produits qui marient métal et acétate présentent un design travaillé, sans plaquette ni nez. iXnah fait l'objet d'un kit de communication dédié pour optimiser la notoriété et l'image du magasin, avec une mise en scène de la base ligne de la marque : « des lunettes renversantes ». Chaque modèle fait l'objet d'un visuel spécifique, sur fond d'un paysage représenté à l'envers.

*Brève LUZ : des montures exLUZives et renveRsantes de créateurs pour les indépendants*

LUZ OPTIQUE | 09-10-

**LUZ optique lance...**



**NOUVELLE MARQUE « CREATEURS »**

**DE MONTURES RENVERSANTES**

**POUR LES OPTICIENS INDEPENDANTS LUZ**

**Découvrez la nouvelle marque créateurs renveRsante !**

Une collection, à la pointe de la tendance, créée en édition ultra-limitée de 9 montures.

Précision, élégance, confort et légèreté, cette marque est un concentré d'innovation, de savoir-faire et d'originalité qui s'adresse aux amateurs de lunettes revendiquant une personnalité forte et un look singulier.

Avec ixnah®, les LUZien.nes disposent d'une marque différenciante pour un effet renversant garanti !

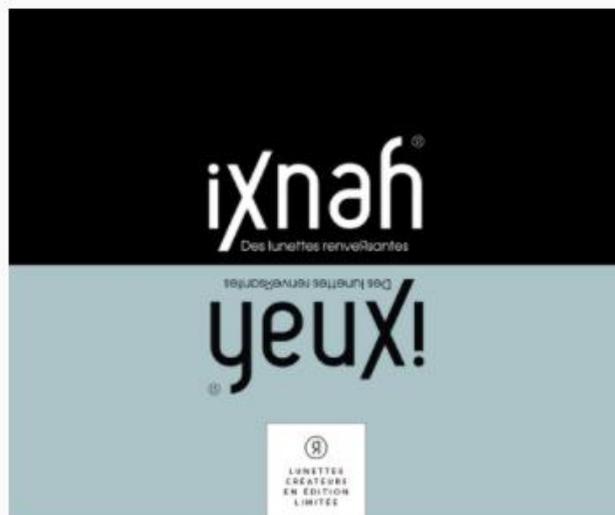


## Brève LUZ : des montures exLUZives et renveRsantes de créateurs pour les indépendants

LUZ OPTIQUE | 09-10-2020



LUZ optique lance...



NOUVELLE MARQUE « CREATEURS »

DE MONTURES RENVERSANTES

POUR LES OPTICIENS INDEPENDANTS LUZ

Découvrez la nouvelle marque créateurs renveRsante !

Une collection, à la pointe de la tendance, créée en édition ultra-limitée de 9 montures.

Précision, élégance, confort et légèreté, cette marque est un concentré d'innovation, de savoir-faire et d'originalité qui s'adresse aux amateurs de lunettes revendiquant une personnalité forte et un look singulier.

Avec ixnah®, les LUZien.nes disposent d'une marque différenciante pour un effet renversant garanti !



Partage réseaux sociaux :



## Brève LUZ : les enfants manifestent pour se faire dépister

LUZ OPTIQUE | 19-10-2020



UN MOIS APRÈS LA RENTRÉE SCOLAIRE,  
LES LUZIENS SENSIBILISENT LES PARENTS À L'IMPORTANCE DE FAIRE  
CONTRÔLER LA VUE DES ENFANTS

#J'AI BESOIN DE BIEN VOIR POUR BIEN GRANDIR !

LUZ optique met en avant la thématique « PREVENTION DES ENFANTS » pour son service « Vitrines by LUZ »





ENTREPRISE

## LUZ LANCE UN NOUVEAU SERVICE DE GESTION COMPTABLE



**La centrale présente Pilote by Luz qui regroupe 6 solutions de gestion comptable et financière. Ce service est destiné à accompagner les opticiens et audioprothésistes au quotidien, tout en gardant leur indépendance.**

Pilote by Luz est mis en place en partenariat avec le cabinet d'expertise comptable Kallisté. Les six formules d'assistances proposées sont :

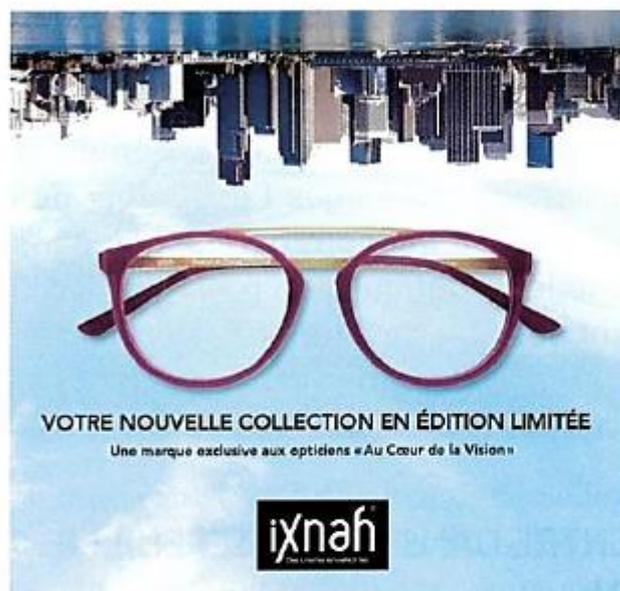
1. Connaître la valeur de son point de vente pour mieux le valoriser !
2. Établir son budget prévisionnel pour chiffrer et matérialiser ses objectifs !
3. Contrôler, suivre ses objectifs et ses résultats pour agir efficace-

ment et rapidement

4. Pour une gestion sociale et des paies en toute simplicité !
5. Gagner du temps dans la gestion comptable quotidienne de son activité !
6. Créer ou racheter un point de vente et mettre toutes les chances de son côté pour réussir ?

Avec ce service Luz souhaite permettre aux opticiens et audioprothésistes de se consacrer pleinement à leur métier et à leurs clients

## LUZ AIDE SES ADHÉRENTS À GAGNER DU TEMPS ET À SE DIFFÉRENCIER

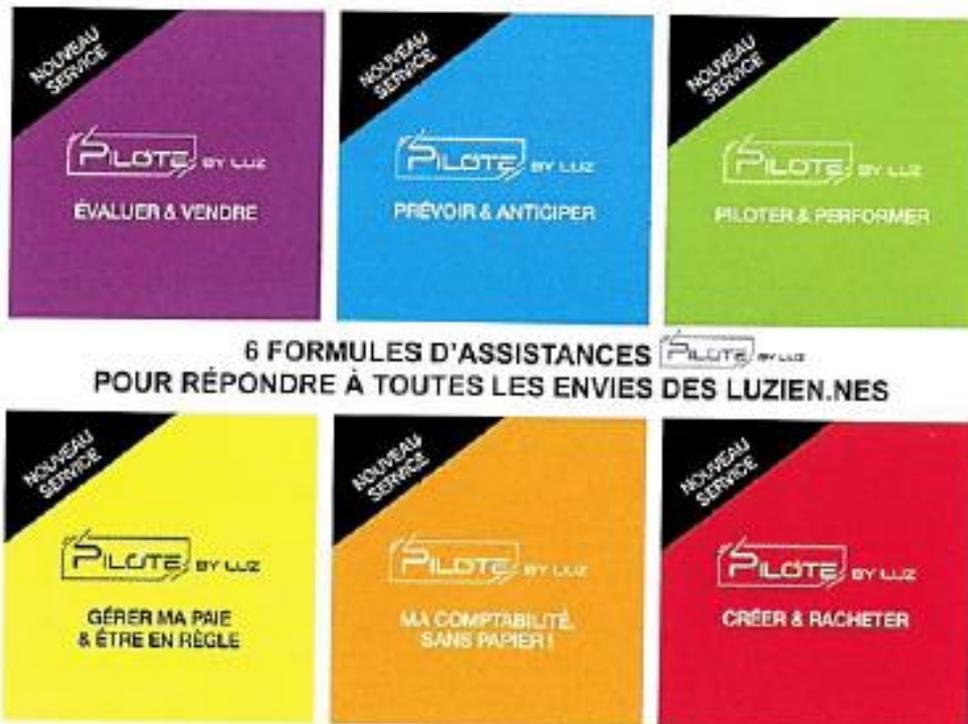


En partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté, la centrale propose le service Pilote by Luz, qui regroupe plusieurs solutions de gestion comptable et financière. Six formules d'assistance sont proposées : évaluer son magasin pour anticiper une vente, prévoir son budget pour chiffrer ses objectifs, contrôler les objectifs et les résultats pour augmenter la performance, être en règle avec les législations sociales et salariales (gestion des paies, etc.), gagner du temps dans la gestion comptable au quotidien, être accompagné dans la création ou le rachat d'un point de vente. Luz met en outre à la disposition de ses opticiens une marque créateur exclusive et en édition limitée baptisée ixnah. Cette collection se compose de 3 modèles proposés en 3 coloris chacun. Selon la centrale, elle permettra aux magasins de se démarquer mais aussi, grâce à son prix d'achat accessible, de réaliser d'importantes marges.

# NOVEMBRE

2020





CENTRALES

## Mieux « piloter » sa comptabilité : Luz propose 6 solutions personnalisées

La comptabilité ? Plus de temps à perdre avec ça, confiez le boulot à un pro... Tel est, en substance, le message du service baptisé 'Pilote by Luz'. « En cette période difficile liée à la crise sanitaire, il était prioritaire pour Luz de fournir une solution aux adhérents pour préserver la santé économique et financière de leur entreprise », déclare la direction de la centrale qui vient de lancer ce nouveau service. De quoi s'agit-il exactement ? De six solutions d'accompagnement personnalisées, aussi appelées « formules d'assistance », qui permettent aux membres de Luz, opticiens comme audioprothésistes, de « passer les manettes de leur gestion comptable à un professionnel ». Ce faisant, ils peuvent gagner du temps et d'autant mieux se recentrer sur leur cœur de métier santé, fait valoir la centrale. À noter, ce nouveau service est proposé en partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté.

> SANTÉ VISUELLE

## MANIFESTE POUR LA VUE DES ENFANTS

La vision de l'enfant conditionne l'épanouissement du futur adulte. Pourtant celle-ci demeure le parent pauvre de l'optique, que ce soit dans son volet ophtalmologiste ou son volet opticien. Chacun se trouve de bonnes raisons pour « ne pas ». C'est un scandale sanitaire de première ampleur qu'il convient de dénoncer.

L'ASNAV s'y emploie, et certains groupements comme Luz permettent sur le terrain de relayer un message aussi simple qu'essentiel : bien voir pour bien grandir.



© LUZ

La qualité de vision chez l'enfant conditionne sa vie entière : elle peut faire de lui un élève brillant ou un cancre, un asocial mal dans sa peau ou un individu parfaitement intégré et épanoui. Petite cause grands effets : c'est en cela que l'optique ne saurait jamais être considérée comme un « petit soin ».

Or trop de parents se déclarent encore peu ou mal informés sur la santé visuelle de leurs enfants, comme en témoignent quelques données du baromètre ASNAV de la santé visuelle 2019.

Retenons ainsi que 73 % des parents estiment inutile une visite chez l'ophtalmologiste avant l'âge de 3 ans, alors que les professionnels de santé s'accordent à considérer cette visite nécessaire, voire indispensable en cas d'antécédents familiaux. Et

parmi les verbatims recueillis lors d'entretiens individuels, beaucoup signalaient l'absence de plainte des enfants – contrairement aux dents, l'œil ne fait pas mal ! – ou encore le caractère non obligatoire des visites de prévention auxquelles les parents seraient enclins à se soumettre.

“  
**VISION DES ENFANTS :  
PETITES CAUSES  
GRANDS EFFETS**  
”

À cette méconnaissance des gestes simples s'ajoute des délais d'attente plus longs pour obtenir un rendez-vous chez l'ophtalmologiste, avec un taux de refus supérieur. Oui, dans ce pays, la vision des enfants est discriminée. Trop de bruit en salle d'attente, trop d'agitation durant l'examen visuel : trop de professionnels

(car la critique vaut également pour certains opticiens) ne s'impliquent pas suffisamment sur une vigilance qui engage l'avenir même de l'individu. Car la santé visuelle est la mère de toutes les santés ; et la santé de l'enfant

conditionne le devenir de l'adulte. Que cela soit dit : l'incurie dont pâtissent encore les enfants n'est pas digne d'un système de soin.

Heureusement il reste de puissantes campagnes pour alerter parents et enfants. C'est notamment le cas chez Luz, avec une remarquable campagne de rentrée pour étonner, captiver et séduire au premier regard tous les passants. « Prévention Enfant » : le ton est donné. Afin de sensibiliser les parents à l'importance d'un contrôle régulier de la vue des enfants : la vitrine met en scène des enfants en pleine manifestation. Dans leur monde, coloré et dynamique, les enfants réclament leur droit à être correctement dépistés, et rappellent à leurs parents leurs devoirs élémentaires.

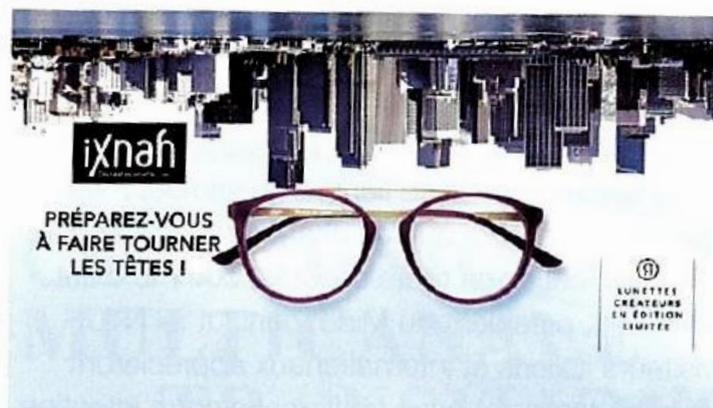
Un militantisme souriant mais affirmé, avec une accroche percutante comme un slogan : « J'ai besoin de bien voir pour bien grandir ». Comme quoi on peut vendre, et prescrire... des comportements vertueux ! ■

## DES CONFÉRENCES WEB POUR LES ADHÉRENTS LUZ

« La situation actuelle étant encore incertaine, nous avons préféré limiter les déplacements de chacun pour la sécurité de tous, et proposer aux adhérents Luz de se retrouver de manière virtuelle autour de conférences web pour cette fin d'année. » indique Jérôme Schertz directeur général Luz optique et audio. La centrale propose donc à ses adhérents des webinars sur différents thèmes. Après une conférence en octobre sur « Marché en mutation, et si on choisissait l'optimisme ? », le 23 novembre, Luz présentera sa nouvelle spécialisation dédiée à la protection et l'équipement à la vue lors de la pratique sportive. Enfin, le 7 décembre, une autre expertise, celle en basse-vision, sera proposée.



## NOUVELLE MARQUE CRÉATEUR POUR LES OPTICIENS LUZ



La centrale propose à ses adhérents Ixnah, une marque différenciante, orientée « créateur ». La collection combine savoir-faire, originalité et innovation avec un design pointu. La gamme présente trois formes en trois coloris chacun. Métal et acétate sont mêlés avec des contrastes mat et brillant. Les modèles sont livrés avec un étui original rigide et plat et une chamoisine.

## Un pilotage comptable et financier, le nouveau service de Luz

Comment garantir à moyen terme la santé économique et financière de son entreprise sans que cette activité vienne phagocyter le temps consacré à son métier et à ses clients ? Une problématique largement commune aux propriétaires et chefs d'entreprise optique, compte tenu des conséquences de la période de confinement sur le fonctionnement de vos entreprises. Pour y répondre, la centrale Luz propose à ses adhérents Pilote by Luz, un service d'assistance conçu en partenariat avec le cabinet d'experts-comptables Kallisté. Il se décline en 6 formules : évaluation du point de vente, prévision du budget, pilotage de la performance, gestion des obligations sociales et salariales, gestion comptable au quotidien et accompagnement dans la création ou reprise d'un point de vente. ●





Mansour Selmani, audioprothésiste à Mirepoix.

## Mansour Selmani : la certitude de vouloir devenir indépendant

Mansour Selmani, âgé de 29 ans et diplômé en 2019, a choisi de devenir audioprothésiste indépendant avec Audition Conseil. Spécialisé dans la prise en charge des acouphènes, il exerce en Ariège, à Mirepoix. Il dispose également d'un diplôme en comptabilité.

*« J'ai commencé à réfléchir à mon premier poste dès que j'ai choisi la voie de l'audioprothèse. Dès le début, je savais que je voulais être indépendant, avoir une ambiance de travail qui me corresponde, exercer dans ma région. Mon diplôme de comptabilité était très important : je connaissais l'envers du décor et je savais que devenir indépendant signifiait que j'allais avoir une entreprise à gérer. »* Il ne se trompait pas et a vite découvert que, bien que le projet soit une aventure de couple, sa femme étant son assistante, il fallait être en mesure de se positionner sur tous les postes, qu'ils soient techniques ou commerciaux, en passant par la comptabilité, l'accueil ou l'administratif...

Ravi de revenir sur ses terres ariégeoises et de se rapprocher de sa famille, Mansour voyait également cet enracinement comme un réel atout : *« C'est un secteur que je connais par cœur puisque j'y ai grandi. Je connais parfaitement la population, le climat, les ressources, les besoins et aussi l'offre des collègues qui travaillent dans le secteur pour ne pas empiéter sur leur secteur et eux sur le mien. »*

Pour s'informer, il s'est appuyé sur le réseau, entre les camarades de promotion et les informations fournies par les écoles, et, surtout, sur ses stages et ses maîtres de stage.

OPTICIENS

**145**

Soit le nombre d'opticiens en France qui ont adopté le positionnement Optikid, concept spécialisé, comme son nom l'indique, dans la prise en charge de l'enfant. Un concept fondé à l'origine par deux opticiennes et qui, on le voit, fait de plus en plus de petits. La famille s'agrandit!

---



# DÉCEMBRE

## 2020





UN UNIVERS MERVEILLEUX ET DE LA DOUCEUR POUR ILLUMINER ET ÉVEILLER L'IMAGINAIRE DES PASSANTS UNE VITRINE QUI RESPIRE LA MAGIE ET L'ESPRIT DES FÊTES DONT NOUS AVONS TANT BESOIN EN CE MOMENT !

LUZ optique met en avant la thématique « FÊTES DES MERVEILLES » pour son service « Vitrines by LUZ »



## « Vitrines by LUZ » c'est quoi ?

Un service qui offre une nouvelle campagne pour séduire au 1er regard tous les passants, grâce à des thématiques actuelles et tendances, chaque mois pour seulement 290€ !



Audition Daumesnil, dans le 12<sup>e</sup> arrondissement de Paris, membre du réseau d'indépendants Audition Conseil, est géré par Maud Forêt.

### Le centre audio du mois

# UNE JOURNÉE AU CŒUR DU CONFINEMENT avec Maud Forêt à Paris (Audition Conseil)

Sortie des bancs de l'école de Nancy en 2002, Maud Forêt gère depuis quinze ans le laboratoire Audition Conseil de l'avenue Daumesnil, dans le 12<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Elle nous a ouvert les portes de son centre.

Par **Nathalie Da Cruz**

**E**n cette fin d'année 2020, l'équipe du centre Audition Daumesnil de Maud Forêt est plus que jamais sur le pont, entre inquiétudes liées au deuxième confinement et interrogations sur le 100 % Santé, qui sera finalisé au 1<sup>er</sup> janvier.





Maud Forêt est à la tête du centre Audition Daumesnil depuis quinze ans.



Pascale Buisson, assistante du centre, et Neusa Gonçalves, en intérim.

Maud Forêt a grandi dans le Jura. Après deux années de fac de physique-chimie peu convaincantes, elle décide de suivre le BTS optique de la célèbre école de Morez. Mais une fois diplômée, en juin 2000, elle hésite. Elle ne se sent pas encore prête à travailler, et l'envie d'exercer comme audioprothésiste lui trotte dans la tête. « Pendant les vacances scolaires, je travaillais chez un opticien-audioprothésiste à Lons-le-Saunier, se souvient Maud Forêt. Il laissait l'optique à ses employés et s'occupait surtout d'audiologie. J'ai compris que déjà, à l'époque, ce marché était plus porteur. » Maud s'inscrit en extremis au concours à l'école de Nancy, où elle est reçue major en septembre 2000. Elle commence sa carrière dans des centres Audition Conseil à Paris. En 2006, on lui propose de gérer le centre Daumesnil : elle dit banco.

Elle nous reçoit dans son centre par une fraîche journée de décembre. Difficile de faire abstraction de la Covid en ce moment. L'assistante du centre, Pascale Buisson, en témoigne. « Je demande toujours aux patients comment ils vont, car l'assistante joue un rôle essentiel de lien social. Et on sent que certains ont besoin d'échanger. C'était déjà le cas avant l'épidémie ; ça l'est encore plus à l'heure du coronavirus. Les personnes âgées se sentent encore plus isolées et en détresse, parce que ça commence à faire long, de vivre sans voir ses proches et sa famille », remarque-t-elle. À ses côtés, Neusa Gonçalves, jeune assistante en intérim, qui, un BTS d'assistante de gestion en poche, se forme avec Pascale.

### Des éclaircissements sur le 100 % Santé

Depuis l'envoi d'un courrier à tous les patients du centre sur le 100 % Santé, Pascale Buisson reçoit de nombreux appels. « Il y a encore beaucoup à faire, car la confusion règne dans les esprits entre la classe I, entièrement prise en charge, et la classe II. » Quelle part les mutuelles vont-elles rembourser à partir du 1<sup>er</sup> janvier pour les appareils de classe II ? « C'est le grand flou, répond

Maud Forêt. Une fois, en présence d'une patiente, j'ai appelé sa mutuelle. On nous a répondu que tout était pris en charge... J'ai insisté pour parler de la classe II et j'ai compris que cette mutuelle allait moins bien rembourser la classe II que la classe I ! » Ce manque de transparence était bien inconfortable en décembre. « Quand il s'agit de classe I, j'incite les patients à payer en décembre, car on ne sait pas ce qui les attend en janvier », souffle l'audioprothésiste.

C'est ce qu'elle a conseillé à Jeanine, 99 ans et demi, de passage ce jour-là. Cette dame presque centenaire a toute sa tête et se déplace avec une canne et un déambulateur qu'elle utilise à peine. C'est une visite de contrôle : Jeanine porte des contours d'oreille à écouteur déporté depuis quelques semaines.

### Une spécialisation à venir : l'appareillage des enfants

Certains patients du centre sont plus jeunes que les 70 ans de moyenne d'âge de la clientèle, mais ces cas restent anecdotiques. Exemple : un jeune homme de

### MINI-BIO de Maud Forêt

1978 : naissance à Mâcon, en Saône-et-Loire  
1996-1998 : DEUG de physique-chimie à l'université de Besançon  
1998-2000 : BTS optique à l'école de Morez  
2000-2002 : école d'audioprothésiste de Nancy (formation en deux ans à l'époque)  
2002-2005 : opticienne et audioprothésiste dans les centres Audition Conseil de Philippe Metzger, à Paris 20<sup>e</sup>  
Depuis 2006 : audioprothésiste-gérante d'Audition Daumesnil (réseau Audition Conseil)





En cabine, l'examen otoscopique est retransmis sur écran.

32 ans, sourd de naissance, qui a rejeté en bloc toute prise en charge à l'adolescence et qui revient consulter car sa surdité le gêne dans sa vie professionnelle.

Mère de famille, Maud Forêt souhaite se spécialiser dans la prise en charge des plus jeunes. Pendant l'été 2021, elle s'inscrit au DU audiophonologie et otologie de l'enfant dispensé à l'hôpital Necker de Paris.

À 14 heures, elle a rendez-vous avec Mohamed, qui vient la voir pour la sixième fois depuis 2012. Il a une ordonnance pour un appareillage, mais n'a pas les moyens de payer: ni mutuelle, ni CSS (complémentaire santé solidaire), ni CMU. Maud Forêt et son assistante ont cherché différents moyens de lui venir en aide, en vain: il y a toujours un reste à charge trop important pour lui. Cette fois-ci, les choses ont évolué. Mohamed pense avoir droit à la CSS avec une participation de sa part. Contrairement à ce qu'il pensait, ses plafonds de revenus lui donnent accès à ce dispositif. Il va revenir au centre Daumesnil avec sa carte Vitale pour que l'équipe vérifie sa situation. Si tout se passe bien, il pourra rencontrer une assistante sociale de la ville de Paris, qui montera son dossier pour une demande de CSS avec participation de sa part. Une lueur d'espoir pour lui et pour l'équipe du centre Audition Daumesnil.

### Les « intras », plus confortables avec le masque

La patiente suivante nous ramène au cœur de l'actualité de la Covid: cette dame de 70 ans, qui portait jusque-là des contours d'oreille, a choisi de changer pour des intras auriculaires, car la combinaison entre les élastiques des masques et les contours d'oreille ne fonctionne pas pour

elle. Avec la crainte de perdre ses appareils en enlevant le masque, c'est trop complexe à gérer au quotidien... « *Et nous ne savons pas pendant combien de temps il nous faudra vivre avec le masque* », commente-t-elle. Aujourd'hui, elle vient pour la livraison de ses intras. Au moment des mesures *in vivo*, l'audioprothésiste pose le « collier » autour du cou de la patiente: « *Qu'est-ce que c'est ? Un harnais ? Le collier du Machu Picchu ? J'y suis allée mais je ne l'ai pas vu* », plaisante la septuagénaire. À partir de là, la conversation dérive sur la fameuse cité inca que Maud Forêt et la patiente ont toutes deux visitée il y a longtemps. En période d'épidémie et de confinement, un petit clin d'œil d'évasion est vivement recommandé...

## Le centre Audition Daumesnil en chiffres

- **Superficie : 70 m<sup>2</sup>**
- **Équipe : Maud Forêt, audioprothésiste présente 4 jours par semaine ; Marine Lebeurre audioprothésiste présente 2 jours par semaine (actuellement remplacée par Sarah Legros) ; Pascale Buisson, assistante à temps plein**
- **Environ 2 500 patients**
- **Âge moyen : 70 ans.**
- 12 patients du centre sont centenaires**
- **Pathologies les plus représentées : presbycusie, quelques cas d'otospongiose ou de surdité de naissance**



**Le mot de... Katia Thélineau, directrice générale adjointe d'Audition Conseil :**

**« Nos audioprothésistes restent maîtres à bord »**

Créé en 1988, Audition Conseil est un réseau d'indépendants sous enseigne, comptant 335 centres répartis partout en France (métropole, Corse et outre-mer) et 272 audioprothésistes. *« L'indépendance est une valeur incontournable pour nous, plaide Katia Thélineau, directrice générale adjointe d'Audition Conseil. Nos audioprothésistes restent maîtres à bord. Audition Conseil leur apporte son concept magasin, son expérience de la communication sur l'audition, un suivi au quotidien et des outils pour les aider à développer leur activité. »*

Le réseau développe également sa propre marque d'appareils et de protections auditives, Oïdo, pour se différencier. On dénombre une implantation majoritaire de centres exclusivement audio (93 % du parc en 2020).

**Une nouvelle organisation des centres pour relever le défi du 100 % Santé**

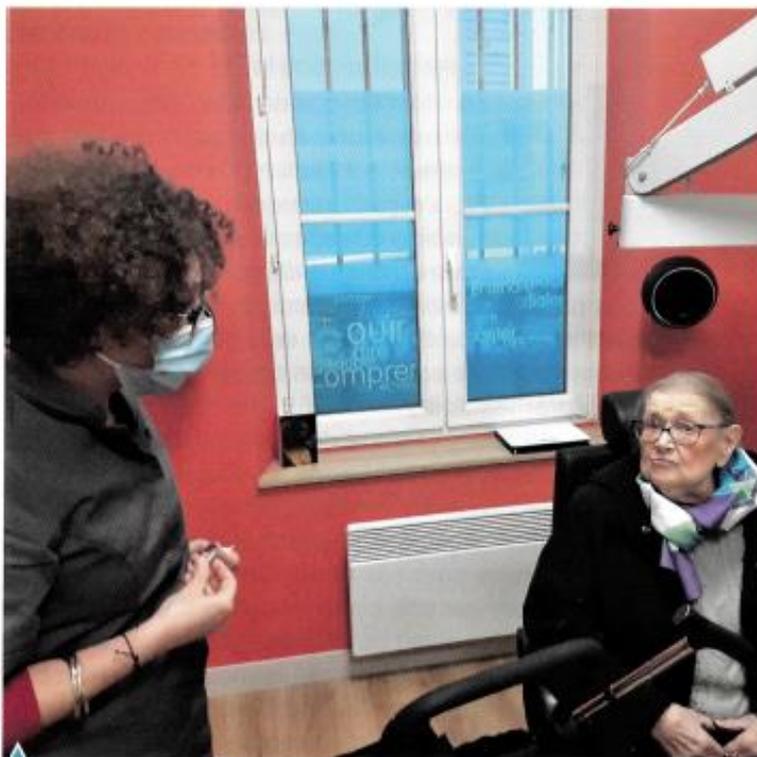
Comment le réseau Audition Conseil prépare-t-il le 100 % Santé ? En misant sur la pédagogie, en premier lieu, auprès des audioprothésistes, mais aussi et surtout des clients. Une palette d'outils d'information sur les évolutions réglementaires est délivrée, permettant un choix prothétique libre et éclairé, indique la directrice générale adjointe. *« Nous sommes face à une réelle mutation de notre marché ; le coût ne sera plus un frein à l'appareillage et nous allons faire face à une augmentation du trafic dans nos centres de l'ordre de 20 à 25 %. »*

Quelle organisation mettre en place dans les centres ? *« Nous militons auprès de nos audioprothésistes pour qu'ils adaptent leurs pratiques, en commençant par l'organisation interne des centres et en développant le rôle confié aux assistant.e.s, répond Katia Thélineau. En construisant un réel parcours client, où chacun a un rôle défini et le comprend, ils seront mieux à même de gérer les flux sans que la qualité des prestations et donc la satisfaction des clients ne soient dégradées. »*



## Grand âge : savoir renoncer à des appareillages ou des réglages trop sophistiqués

**Croyant bien faire, Maud Forêt avait proposé à Jeanine, 99 ans et demi, de troquer ses contours d'oreille (BTE) à piles pour des intras auriculaires rechargeables, plus confortables. Mais l'essai n'a pas été probant : la nonagénaire confondait les appareils de droite et de gauche ; elle se sentait perdue. Ce changement a été très perturbant ; les habitudes sont très difficiles à modifier quand on atteint le grand âge, en a conclu Maud Forêt. Finalement, le choix s'est porté sur des contours d'oreille à écouteur déporté. L'audition de Jeanine est améliorée dans toutes les situations, sauf pour écouter la télévision : elle doit augmenter de volume de 8 à 10. Maud Forêt lui suggère de définir un programme spécial pour la télévision, que la patiente pourrait activer en appuyant sur un bouton d'une de ses aides auditives. Mais Jeanine semble anxieuse et réticente. Un nouveau changement serait trop compliqué, aussi l'audioprothésiste choisit-elle le statu quo. La patiente continuera de monter le son de la télévision avec la télécommande dans la journée. Le soir, elle écoute le téléviseur avec un casque.**



Maud Forêt en compagnie de Jeanine, bientôt centenaire, qui vient pour une visite de contrôle après la livraison de nouveaux contours d'oreille.

# HORS SÉRIE

2020



ENSEIGNES : HORS-SÉRIE



# « Le statut d'indépendant continue de séduire »

## 3 questions à Jérôme Schertz, directeur général de Luz Audio

### Quelle est la stratégie de la centrale ?

Nous sommes au service des audioprothésistes indépendants et les accompagnons dans leur développement au quotidien. La centrale Luz Audio, l'une des deux entités audio du groupe Schertz, propose des services exclusifs pour optimiser la gestion de son centre et Audition Conseil permet de bénéficier d'une notoriété nationale. Ces deux options complémentaires permettent de se démarquer tout en restant indépendant.

### Quel est le bilan de l'année 2019 ?

Nous constatons que le statut d'indépendant continue de séduire, car le nombre de nos adhérents et laboratoires a progressé en 2019. Notre volonté première a été de développer les services proposés à nos adhérents car, comme nous aimons à le dire, être indépendant ne veut pas dire être seul. Nous leur proposons notamment un nouvel outil baptisé « Self'Com », qui leur permet de bénéficier de supports de communication saisonniers et personnalisables à prix malin.

### Quelles sont les perspectives pour 2020 ?

L'accompagnement et la proximité, qui font partie de l'ADN de Luz, seront encore plus essentiels dans les mois à venir. Nous serons donc attachés à développer des services permettant à nos audioprothésistes de cultiver leur liberté et leur autonomie en soignant leur identité. C'est la clé pour leur permettre de prendre toute leur place dans l'écosystème des indépendants.



▲ Jérôme Schertz

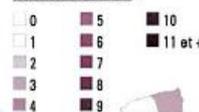
### Philosophie du réseau

Les échanges et le partage d'expériences sont au cœur de nos préoccupations. Pour nous, rien n'est plus important que l'accompagnement, la proximité et la convivialité dans les relations. Luz Audio, c'est la mise en commun de vos talents et de votre diversité, dans une structure qui vous ressemble.

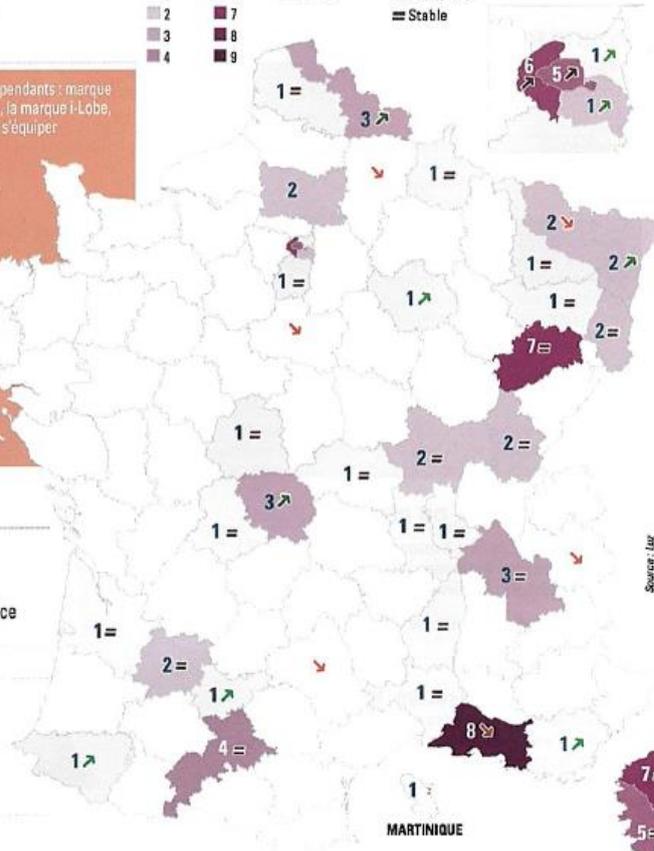
### POINTS FORTS DU RÉSEAU

- Service phare « i-Lobe ». Service clés en main d'accompagnement des indépendants : marque de produits et supports de communication distinctifs et valorisants. Pêche, la marque i-Lobe, dans son discours et son design, dédramatise et donne envie aux clients de s'équiper naturellement et sans complexes.
- Aide à la création ou la reprise d'un point de vente et aide à la recherche de personnel qualifié ou de solutions d'intérim en cas d'absence ou d'imprévu, aide à la recherche d'implantation et à l'élaboration d'un business plan.
- Conseils et solutions d'agencement de magasin et solutions clés en main pour entretenir ses relations avec tous ses prescripteurs.
- Offres commerciales et promotionnelles exclusives.
- Formations pointues pour approfondir ses compétences, dynamiser et développer son activité.
- Outils de communication impactants et valorisants aux meilleurs prix, allant du Self'Com au Com'unique.
- Offres de financement et garanties pour les clients.
- Rencontres et échanges entre adhérents pour un partage d'expériences en toute convivialité.

### Nombre de centres :



### Évolution :



### FICHE D'IDENTITÉ DU RÉSEAU

- Statut juridique : société par actions simplifiée (SAS)
- Année de création du réseau : 1987
- Équipe dirigeante : Jérôme Schertz, directeur général ; Katia Thélèneau, directrice générale adjointe ; Evelyne Wagner, directrice marketing et communication
- Conditions d'adhésion : aucune
- Nombre de centres\* : 89
- Nombre de corners\* : NC
- Nombre de centres créés en 2019 : 10
- Nombre de centres rachetés en 2019 : NC
- Nombre d'audioprothésistes\* : 73
- Statuts audioprothésistes\* : indépendants
- Chiffre d'affaires 2019 : NC
- Nombre d'aides auditives vendues en 2019 : 61 500
- Chiffre d'affaires moyen par centre : NC

\* : Au 1<sup>er</sup> janvier 2020

# HORS-SÉRIE ENSEIGNES



## « Renforcer les liens au sein de notre réseau pour être plus forts et plus audibles »

### 3 questions à Katia Thélineau, directrice générale adjointe d'Audition Conseil

#### Quelle est la stratégie de l'enseigne ?

Nos objectifs sont ambitieux puisque nous souhaitons devenir à court terme le numéro 1 des indépendants. Nous avons les moyens d'y parvenir et c'est le sens des projets mis en route par l'enseigne. Nous sommes particulièrement attachés à fournir à nos adhérents des services premium qui leur permettent de se différencier, dans un contexte extrêmement concurrentiel et volatil, avec notam-

ment l'apparition du 100 % Santé.

#### Quel est le bilan de l'année 2019 ?

Notre réseau a connu une belle progression. Nous avons travaillé sur l'optimisation de nos procédures d'achats, développé nos services, notamment digitaux, et fait en sorte de faciliter la création de nouveaux laboratoires. C'est ce travail qui nous permet de renforcer les liens au sein de notre réseau, et donc d'être plus forts et plus audibles.

#### Quelles sont les perspectives pour 2020 ?

Avec le Covid, on sent bien que la posture de nos clients évolue, avec le souhait de privilégier un commerce de proximité, une envie de « sens » dans l'acte d'achat et un réel focus sur la santé... Différencier notre message, sortir des communications commerciales et conventionnelles, faciliter la vie de nos clients via les outils digitaux... c'est comme ça que nous tirerons notre épingle du jeu.



▲ Katia Thélineau

#### Philosophie du réseau

Le réseau Audition Conseil fédère des spécialistes de la correction auditive qui partagent les mêmes valeurs professionnelles et humaines.

#### POINTS FORTS DU RÉSEAU

- Le 1<sup>er</sup> réseau d'audioprothésistes indépendants sous enseigne composé à 95 % de centres exclusifs.
- Une communication nationale en télévision, presse et digital.
- Un service phare Oïdo, une gamme complète de solutions auditives : de l'assistant d'écoute aux aides auditives de dernière génération.
- Des formations pointues pour approfondir vos compétences, dynamiser et développer votre activité.
- Des offres de financement et d'assurance.
- Une étroite collaboration avec le corps médical, avec l'organisation de nos propres congrès ORL.

#### FICHE D'IDENTITÉ DU RÉSEAU

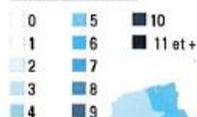
Statut juridique : société par actions simplifiée (SAS)  
Année de création du réseau : 1988  
Équipe dirigeante : Jérôme Schertz, directeur général ;  
Katia Thélineau, directrice générale adjointe ;  
Évelyne Wagner, directrice marketing et communication

Droits d'entrée : 7 000 € pour 5 ans  
Redevance publicitaire : 1,5 % du CA  
Autres redevances : 1 300 € de pack de communication / an

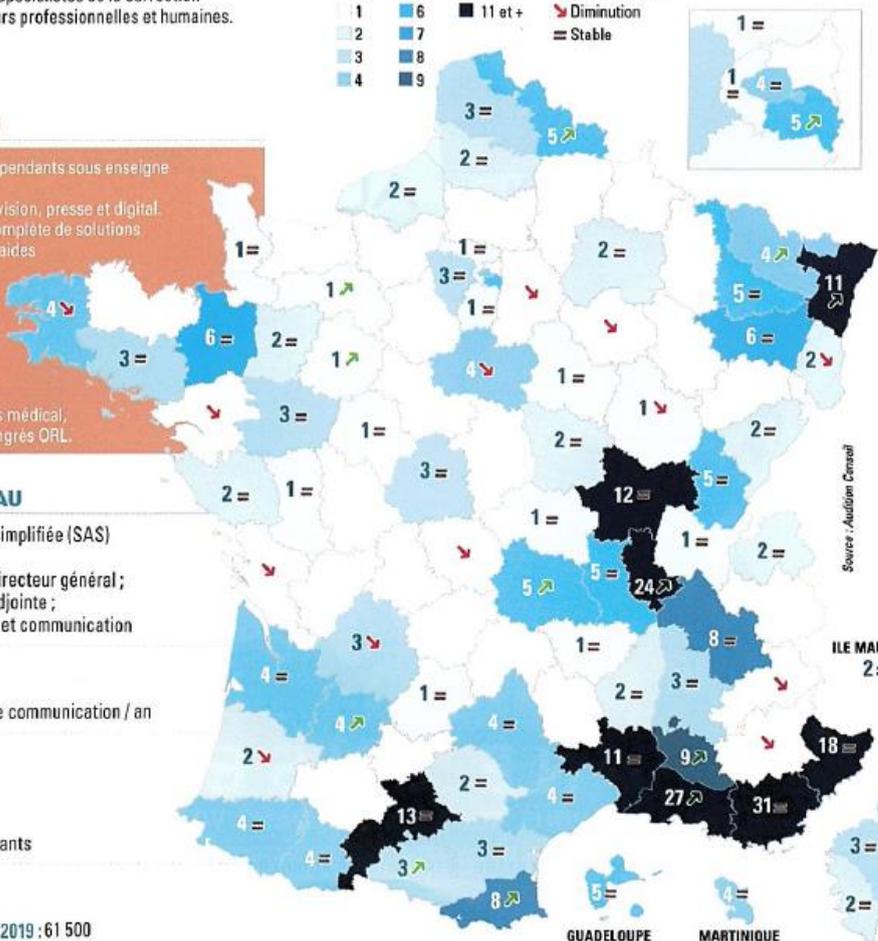
Nombre de centres\* : 335  
Nombre de corners\* : NC  
Nombre de centres créés en 2019 : 19  
Nombre d'audioprothésistes\* : 273  
Statuts audioprothésistes\* : indépendants

Chiffre d'affaires 2018 : NC  
Chiffre d'affaires 2019 : NC  
Nombre d'aides auditives vendues en 2019 : 61 500

#### Nombre de centres :



#### Évolution :



Source : Audition Conseil

\* : Au 1<sup>er</sup> janvier 2020

## PLACER L'EXPERTISE DE L'INDÉPENDANT AU CŒUR DU 100 % SANTÉ

Chez LUZ audio nous savons que les indépendants ont une place à prendre avec l'arrivée de la réforme 100 % Santé. Après cette année compliquée, la valeur de la proximité, la confiance envers le professionnel de santé et sa capacité à trouver les solutions adaptées aux modes de vie de chacun sont les critères de référence de nos clients. Pour accompagner nos adhérents, nous proposons notamment le service Self'Com : des outils de communication clé en main et personnalisables qui leur permettront de prendre la parole sur les nouvelles dispositions réglementaires et de mettre en avant leur expertise.



JÉRÔME SCHERTZ,  
DIRECTEUR GÉNÉRAL

6, RUE DE L'ABBÉ GROULT  
CS 41517 75725 PARIS CEDEX 15  
01 56 56 75 61  
WWW.LUZAUDIO.FR

### Principaux services

Pilote by LUZ : 6 solutions de gestion comptable et financière avec Kallisté. **I-Lobe** : service clé en main d'accompagnements. **Aide à la création ou reprise** d'un point de vente. **Conseils d'agencement. Aide à la recherche de personnel** qualifié. Solutions pour entretenir les **relations prescripteurs. Offres commerciales** et promotionnelles exclusives. **Formations** pointues. **Outils de communication** impactants aux meilleurs prix. **Offres de financement** et garanties pour vos clients. **Rencontres** entre adhérents.

### LUZ AUDIO

Date de création : 1987  
Forme juridique : SASU  
Dirigeants : Jérôme Schertz, directeur général,  
Katia Thélineau, directrice générale adjointe,  
Évelyne Wagner, directrice marketing et  
communication  
Nombre de centres exclusifs : 79  
Nombre de centres secondaires / corners : 12  
Montant des achats HT au 31/12/2018 : 4,5 M€  
Montant des achats HT au 31/12/2019 : 4,8 M€  
Montant prévisionnel des achats HT en 2020 : 4,6 M€  
CA moyen d'un centre en 2019 : NC  
Droit d'entrée et conditions d'accès à la centrale :  
**Aucun**  
Zone d'exclusivité : **Aucune**  
Modalités de rupture : **3 mois**  
Nombre de fournisseurs référencés : 23  
Achat exclusif à la centrale : **Non**  
Existence d'une MDD : **Oui, produits d'hygiène  
et une gamme de piles.**  
Délai de règlement : **30 jours fin de mois**  
Responsables développement : Gaëtan Giraud  
(Nord-Est) et Jean-Bernard Besnier (Sud-Ouest)

“ *J’ai trouvé chez AUDITION CONSEIL  
une équipe à l’écoute  
et ouverte aux nouvelles idées.* ”

Axelle VAQUÉ, audioprothésiste AUDITION CONSEIL à Seignosse (40)



**Pourquoi avez-vous  
choisi AUDITION  
CONSEIL ?**

Lorsque j’ai commencé mes études à Bordeaux, j’ai tout de suite su que je voulais créer mon propre centre après mon diplôme. J’ai toujours choisi des maîtres de stage indépendants qui m’ont poussée à m’installer et à garder

l’éthique de travail que j’avais apprise. C’est donc tout naturellement que je me suis tournée vers AUDITION CONSEIL. Au sein du groupe, je me sens libre de mes choix commerciaux, de ma méthode de travail et de mon organisation. Je n’en reste pas moins accompagnée dans toutes mes démarches et c’est ce qui, je pense, fait la force d’AUDITION CONSEIL. Au sein du réseau, le travail des audioprothésistes est constamment mis en avant et c’est une reconnaissance. La force de rassemblement du groupe est couplée aux valeurs d’un professionnel indépendant.

**Comment avez-vous été accompagnée ?**

J’ai trouvé chez AUDITION CONSEIL des équipes à l’écoute et ouvertes aux nouvelles idées et aux propositions. Pour elles, chaque audioprothésiste est différent, et elles adaptent parfaitement leur

accompagnement en fonction de nos besoins et de nos attentes. Dans la création de mon projet, j’ai été accompagnée et très écoutée. J’ai pu bénéficier de leur expertise et de conseils d’autres adhérents qui se sont intéressés à mon projet et m’ont fait part de leurs recommandations. Je pense personnellement que la communication est la clé d’une réussite. La disponibilité des équipes d’AUDITION CONSEIL et leur investissement m’a confortée dans mon choix.

**Qu’est-ce qui différencie AUDITION  
CONSEIL des autres enseignes ?**

L’ouverture d’esprit, la constante envie de renouveau, la valorisation du travail de l’audioprothésiste, la communication, le partage, la transmission d’information, la défense des valeurs de l’indépendant, la jeunesse d’esprit de l’équipe... Lors d’un séjour à Paris, j’ai pu rencontrer une grande partie de l’équipe ainsi que des confrères qui se lançaient également dans l’aventure d’une ouverture de centre. Les échanges par mail, sms ou WhatsApp sont simples et comme l’équipe interne est composée de peu de personnes, la communication et les échanges sont très fluides.

**Est-ce que la force du réseau vous a  
rassurée pour démarrer sereinement ?**

Oui, d’autant plus que j’ai commencé mon activité en pleine crise sanitaire. Les

patients que je croise reconnaissent immédiatement un logo, un gage de qualité car nous figurons dans le palmarès Capital des « Meilleures enseignes » depuis quelques années déjà. Je n’ai pas eu à me soucier de ma communication, nous avons travaillé avec les équipes de l’enseigne pour créer quelque chose qui me ressemble et qui s’adapte à l’identité de ma région. Grâce au réseau, je bénéficie d’une visibilité au niveau national et local. Je me sens également représentée lors des différents événements au cours de l’année (Congrès ORL, Assises de Nice, Congrès de Mandelieu, Congrès des audioprothésistes...).

**Comment avez-vous ressenti l’ouver-  
ture de votre centre ?**

Je me suis sentie sereine d’ouvrir dans ces conditions car j’ai été bien informée sur les différents protocoles à mettre en place pour respecter les mesures sanitaires. J’ai bénéficié des outils de communication du réseau pour afficher les consignes dans mon centre via des pictogrammes instructifs et des affiches de prévention. Grâce à AUDITION CONSEIL, j’ai reçu tout le matériel nécessaire à ma protection (gants, masques, gel hydro-alcoolique, etc.). La réactivité et la capacité du groupe à s’adapter à des situations inhabituelles est remarquable.



Rejoignez-nous !

Avec AUDITION CONSEIL, 3 solutions  
pour accompagner les indépendants :



**CRÉER  
SON ACTIVITÉ**

Vous souhaitez vous installer  
en tant qu’indépendant ?



**TRANSFORMER  
SON CENTRE**

Vous êtes déjà en activité et souhaitez bénéficier  
de la force d’une enseigne nationale ?



**S’ASSOCIER OU  
DEVENIR SALARIÉ**

Intégrez un réseau avec plus  
de 90% de centres exclusifs

Contactez-nous !

AUDITION CONSEIL France  
acfparis@auditionconseil.fr / 01 56 56 75 61

■ [auditionconseil.fr](http://auditionconseil.fr)



**groupe · schertz**

## **Revue de presse 2020**