



Ocam Carte Blanche officialise le lancement de sa collection et de son offre "Prysmé"



"Les montures seront livrées en magasin le 6 juin prochain et l'offre sera accessible à nos bénéficiaires dès le 1er juillet", s'est enthousiasmé Jean-François Tripodi, directeur général de **Carte Blanche** Partenaires, lors d'une conférence de presse le 31 mai visant à officialiser le lancement de **Carte Blanche** Prysmé. Invités à s'exprimer sur le sujet, Frédéric Poux, président du directoire d'Alain Afflelou, et Laurent Lévy, président d'Optical Center, ont pointé du doigt une initiative qui a au moins le mérite de mettre le Made in France au coeur du débat. A date, le réseau compte 7 734 opticiens pour 6,5 millions de bénéficiaires.

Une offre sans reste à charge comprise entre 100 et 550 euros

Pour mémoire, cette offre, que doivent proposer tous les opticiens partenaires "sans contrainte de vente", se dessine autour d'une collection de montures baptisées 1796 et créée spécifiquement par la plateforme. Elle se compose de 36 modèles

optiques (acétate, métal, cerclé), dont 12 fabriqués dans l'Ain (01) et le Jura (39) sont labélisés Origine France Garantie (OFG). "Elle sera annuellement renouvelée et suite au contrat sur 4 ans passé avec les fabricants français, la totalité des montures sera labélisée OFG en 2017", a rappelé Jean-François Tripodi.

Du côté des verres, **Carte Blanche** a référencé trois verriers : Essilor, Zeiss et Nikon offrent des conditions particulières. La valeur totale des équipements proposés est comprise entre 100 - 350 euros en unifocal et 200 - 550 euros en progressif. Enfin, la plateforme met en place un site Internet qui permet aux opticiens de visualiser différentes associations (montures + verres)

correspondant à la prise en charge de chaque bénéficiaire. Un extranet est également dédié aux commandes.

PLV, livraison et SAV

Carte Blanche est donc aujourd'hui prêt à lancer son offre Prysme. La livraison des montures, assurée par la messagerie d'Oyonnax, est prévue le 6 juin prochain. La collection s'accompagne également d'un ensemble de PLV (chevalets, affiches, flyers, présentoirs...). Les opticiens ont pour obligation de présenter un facing de 24 modèles en magasin, dont les 12 labellisés OFG. Quant au service après-vente, il est gratuit et sera assuré 2 ans après le jour de vente aux porteurs.

Pour arriver à ce résultat, **Carte Blanche** a mis en place une centrale d'achats « sous un modèle associatif, précise Jean-François Tripodi. Cela démontre notre volonté de ne pas remonter de dividendes à **Carte Blanche** », insiste-t-il. Au total, ce sont 400 000 montures qui ont été commandées (stock de réassort et SAV compris). "La marge servira exclusivement à la logistique", assure-t-il en avançant un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros pour 200 000 euros de résultat. Interrogé sur les ambitions de la structure pour les années à venir, il assure que "**Carte Blanche** ne fera pas de verres, ni de lentilles".

Pour Optical Center, il faudra calculer l'apport de clientèle

Laurent Lévy estime que "l'initiative de **Carte Blanche** n'est clairement pas une bonne nouvelle pour les opticiens. Des réseaux nous imposent d'acheter des lunettes chez eux et 10 euros plus cher que si on les faisaient fabriquer nous-même en France. Je dois avouer qu'Optical Center n'était pas très content à la réception du nouvel appel d'offres, confie-t-il. D'un autre côté, nous avons pris la décision d'aller à 100% dans la direction des réseaux et nous avons confiance en **Carte Blanche**. C'est désormais le prix à payer. Nous calculerons dans quelques temps l'apport de clientèle. Si c'est positif on continuera, si ça ne l'est pas on sortira. C'est valable pour tous les autres réseaux", souligne-t-il avant d'ajouter : "Je trouve tout de même extrêmement courageux de la part de la plateforme de lancer une nouvelle donne avec des produits fabriqués en France. Et si on peut redonner un nouvel élan au Jura, c'est bien".

Un investissement relativement dur pour certains opticiens, selon Alain Afflelou

De son côté, Frédéric Poux a estimé que "la polémique est derrière nous". "Quand on a découvert l'appel d'offres, on s'est demandé si **Carte Blanche** ne sortait pas du cadre alors que nous aurions pu répondre à ses besoins. Je trouve finalement cela formidable car l'initiative permet au moins de remettre le sujet du Made in France sur la table. Produire en France n'est plus aussi conséquent et ça peut créer des emplois, estime-t-il. L'histoire de notre pays est étroitement liée à la lunetterie et aujourd'hui le jura est un désert". Et d'ajouter : "C'est pour ça que je salue le travail de **Carte Blanche** même si l'investissement demandé est relativement dur pour certains opticiens. Nous avons le pragmatisme de soutenir les réseaux ouverts. Je regrette simplement que la position syndicale soit divisée alors qu'un syndicat sous une forme d'ordre aurait pu défendre et représenter notre métier avec une seule voix".

Pour Jean-François Tripodi, "nos partenaires disent ce qu'ils ont à dire. Les pressions ont été fortes avec des attaques judiciaires sur tous les fronts possibles mais mon inquiétude est en dessous de zéro et nous sommes très sereins sur le résultat", conclut-il.

Jean-François Tripodi, directeur général de **Carte Blanche** Partenaires, et Frédéric Poux, président du directoire du groupe Alain Afflelou, le 31 mai à Paris. Laurent Lévy, président d'Optical Center, était présent par visioconférence.