

Visioptis

emménage à Pégomas

Distributrice des licences Banana Moon, Enrico Cecchi et Everst, la société Visioptis a choisi les Alpes Maritimes, et plus précisément la capitale du mimosa, non loin de Grasse, pour implanter ses nouvelles installations.

Nouvelle adresse :
Parc d'activité des Oliviers Bt.1
- 2855, route de Fènerie
06 580 Pégomas

25^e

La place d'Essilor International dans le Top 100 des entreprises les plus innovantes du monde du magazine économique américain Forbes. L'étude est effectuée sur huit ans par des spécialistes de l'innovation. Essilor devance L'Oréal d'une place. Également, Alcon (acquise par Novartis maison-mère de Ciba Vision) arrive en 21^e place et Corning au 69^e rang.

Nouveau Eyewear, invité à l'anniversaire de Nelson Mandela

Promu par Nouveau Eyewear, Essilor et Myoptics, distributeur exclusif des marques Umbro et Nickelodeon en Afrique du Sud, la campagne à but non-lucratif Bona Bolo, qui signifie littéralement «Voit la balle», a été l'un des invités d'honneur des célébrations de l'anniversaire de Nelson Mandela. Les trois sociétés ont été mises à l'honneur pour leur action en faveur des enfants déshérités du pays, à qui elles ont fourni plus de 2 000 équipements optiques, en collaboration avec la fondation Nelson Mandela Children's fund.

EDI-OPTIQUE

UN NOUVEAU STANDARD AUX APPLICATIONS CONCRÈTES EN MAGASIN

L'association EDI-Optique lance le standard universel de catalogues optiques qui rendra plus fluides les échanges de données au sein de la filière et facilitera le quotidien des opticiens.

Son but est que tous les acteurs aient la bonne information au bon moment pour en finir avec les erreurs de commandes, supprimer les saisies manuelles et gagner en productivité.

Verres, montures, lentilles, solutions d'entretien mais aussi offres packagées sont concernés par ce nouveau standard. Leur commande et la lecture des informations les concernant seront facilitées.

Problématiques déjà parues : Lentilles de contact (BV 190 – Juin 2011) Transmission des formes de montures aux verriers (BV 191 – Juillet-août 2011), Promotions limitées dans le temps (BV 192 – Septembre 2011)

Problématiques à paraître : Catalogues montures, Offres packagées, Gestion du stock

► PROBLÉMATIQUE SUR LA COMMANDE DES VERRES INDIVIDUALISÉS



Julien Gaucher,
Atol les Opticiens à
Mauriac (Cantal)

« Dans mon point de vente, seul un verre progressif vendu sur dix est aujourd'hui un verre individualisé,

mais ils sont commercialisés environ 20% plus cher, ce qui n'est pas anodin. Je les commande par téléphone ou par fax car certains critères ne peuvent pas encore être renseignés directement via EDI, comme la valeur de progression entre la VP et la VL. Chaque commande de verres individualisés me prend environ une dizaine de minutes. La différence est énorme avec les autres types de verres que je commande par EDI et qui me demandent moins de 30 secondes à chaque fois. La difficulté avec les verres individualisés est le nombre de critères demandés et les mesures qui varient entre chaque verrier. Avec la crainte constante de mal renseigner une cote ou pire, d'en oublier une. Enfin, leur commande implique toujours un temps de livraison plus long. Plus d'une semaine aujourd'hui. Ce temps nécessaire pour fabriquer un verre 100% personnalisé est bien compris par les clients, mais le ramener à seulement 3 ou 4 jours serait très apprécié. »

► LES SOLUTIONS D'EDI-OPTIQUE

« Jusqu'alors, les catalogues EDI ne connaissaient pas les paramètres à entrer pour commander un verre individualisé, explique Jean-Christophe Leroy, directeur de programme EDI-Optique. Désormais, les catalogues seront fournis avec la quinzaine de paramètres possibles et chaque verre de chaque fournisseur disposera de ses propres mesures sous forme de menus déroulants. »

Cette avancée significative, qui sera effective en janvier 2012, est saluée par Denis Boixel, responsable EDI-Optique France chez Carl Zeiss Vision. « La nouvelle norme est « upgradée » et est évolutive pour pouvoir accompagner les innovations des verriers. De nouvelles caractéristiques des verres pourront être intégrées très facilement. Pour l'opticien, le risque d'erreur lors de la saisie est quasiment nul car des fourchettes sont mentionnées pour chaque paramètre. Ainsi, pour la distance de lecture, elle ne peut être comprise qu'entre 33 et 38 cm. Gain de temps pour la commande et facilité de remplissage permettront à l'opticien de consacrer plus de temps à sa clientèle. Un avantage partagé par le verrier qui n'aura plus à retranscrire les commandes et évitera lui aussi les risques d'erreur. « La commande sera bonne du 1^{er} coup pour la plus grande satisfaction du porteur, se réjouit Denis Boixel. Quand un verrier et un opticien font des efforts de pédagogie pour expliquer les verres individualisés, l'ensemble de la chaîne – commande, fabrication et livraison – doit être la plus rigoureuse possible. Le nouveau catalogue EDI y participe en fiabilisant les échanges et en proposant le bon verre au bon moment et au bon tarif, en fonction des promotions ».