



UN
— GROUPE DE
— LEADERSHIP

Être un groupe
de leadership,
c'est jouer son rôle
d'acteur incontournable
qui ouvre la voie.

UN LEADER ENGAGÉ

Diminution du nombre
d'ophtalmologistes

de 2,5 %

alors que le nombre
de consultations
en ophtalmologie
augmente

de 2,6 % par an

source :
« Sécurité sociale 2018
octobre 2018 — Cour des
comptes — www.ccomptes.fr
@Courdescomptes »

**Moteur dans la création
du Rassemblement des Opticiens
de France (ROF), KRYG GROUP
a également contribué ces derniers mois
à faire avancer auprès des pouvoirs
publics les grandes questions relatives
à la profession et à son marché.
Outre éviter un choc réglementaire
redoutable à notre profession,
les discussions ayant eu lieu à l'occasion
des négociations sur le reste à charge
zéro ont apporté des avancées
significatives sur plusieurs dossiers
jusque-là en suspens.**



Intégration renforcée de l'opticien dans la chaîne de santé visuelle

La création d'un remboursement
de l'examen en vue du renouvellement
avec adaptation reconnaît officiellement
le rôle de l'opticien dans la santé visuelle
et constitue une victoire importante.
Il confirme les décrets de 2007 instaurant
la possibilité pour l'opticien de modifier
une prescription médicale afin de l'adapter
aux évolutions de la vue et permettant
le remboursement des équipements issus
de cette adaptation. Il a été élargi
en 2016 avec la possibilité de renouveler
et d'adapter une ordonnance chez
son opticien. Avec la réforme Macron,
un palier supplémentaire est franchi
puisque ce renouvellement et cette
adaptation seront désormais mieux pris
en charge par la Sécurité sociale pour
les équipements de la classe A.

Réforme du diplôme d'opticien

La profession pâtit actuellement d'avoir
un diplôme de niveau BTS. Elle milite ainsi
depuis 2002 et les accords de Bologne
pour faire évoluer son diplôme dans
le schéma LMD (Licence Master Doctorat),
qui permettrait aux opticiens formés
un an de plus de se voir confier
des délégations nouvelles.



Cette montée en compétence autoriserait,
sous l'autorité de l'ophtalmologiste,
de déléguer plus massivement aux
opticiens certains actes de la santé
visuelle pour répondre à un déficit
croissant d'ophtalmologistes en France.
Autant de questions importantes
que le protocole d'accord, signé par le ROF
dans le cadre de la réforme Macron,
fait largement avancer en prévoyant
une ouverture officielle du dossier en 2019.

Poursuite de la mobilisation au sein du ROF

KRYG GROUP entend profiter
de la dynamique engendrée
au sein du réseau et de la profession
à l'occasion de la réforme Macron pour
mobiliser les élus et le gouvernement
sur des sujets fondamentaux pour l'avenir
de notre profession : remboursement
différencié, tiers payant généralisé...
Des outils et des formations spécifiques
seront ainsi déployés au sein du réseau
pour continuer à faire entendre notre voix
auprès des élus et des pouvoirs publics.



FAITS MARQUANTS

RGPD : mise en place du Règlement Général de Protection des Données de santé

Auparavant, pour la mise
en place d'une base de données,
il fallait faire une déclaration
simplifiée à la CNIL... À partir
de mai 2018, ces normes sont
remplacées par un registre à jour
tenu par l'opticien et garantissant
la protection des données
personnelles de santé des clients.

C'est une obligation
structurante en termes
de mise en place, pilotée
par notre Direction Juridique.

Le réseau mobilisé sur la réforme Macron

Une mobilisation massive
du réseau : 300 sollicitations
envoyées et 170 parlementaires
interpellés.

LEADER — ET EXPERT EN SANTÉ VISUELLE



À l'heure où les délais d'accès aux ophtalmologistes s'allongent et où la demande de prise en charge des problèmes de vue explose, KRYG GROUP entend jouer pleinement son rôle pour simplifier l'accès à une santé visuelle de qualité.

Télémedecine

2018 a été marquée par l'ouverture, avec Médecin Direct, de trois sites permettant d'expérimenter un protocole de télémedecine.

Cette démarche totalement pionnière créée par KRYG GROUP est actuellement en phase de test. Son objectif : permettre aux clients, sur les territoires manquant d'ophtalmologistes, d'accéder facilement à un diagnostic et à une prescription. Faute de rendez-vous chez un ophtalmologiste, le client peut se rendre chez son opticien qui l'inscrit alors sur la plateforme de Médecin Direct, fait les mesures de réfraction et lui fait remplir un questionnaire médical sur le site. En fonction des résultats analysés par un ophtalmologiste partenaire de Médecin Direct, le client se rend ensuite chez un orthoptiste pour réaliser des examens complémentaires analysés par l'ophtalmologiste. Avec l'ensemble des éléments et de l'éventuel échange

entre l'ophtalmologiste et le patient, ce dernier pourra obtenir une prescription de lunettes ou être réorienté chez un ophtalmologiste en cas de risque pathologique.

Dans un contexte de pénurie de praticiens, ce protocole validé permet d'obtenir une correction visuelle adaptée en 15 jours contre six mois aujourd'hui. L'opticien confirme ainsi son rôle de professionnel de santé.

Innovation produits

Le leadership de KRYG GROUP passe aussi, avec CODIR, par sa maîtrise de l'innovation. Et, de ce point de vue, le partenariat avec Hoya est structurant. Un partenariat qui ne se limite pas à un contrat d'achat ou à un contrat industriel mais prend la forme d'un développement produits, notamment dans la conception de verres destinés à la freination de la myopie. Parallèlement, KRYG GROUP prépare l'arrivée d'innovations rupturistes, comme les lunettes connectées ou l'impression 3D de montures, qui permettra une personnalisation absolue. Pour rester au fait de l'innovation, nous sommes connectés à un écosystème mondial de start-up avec lesquelles nous préparons l'avenir.



Prévention avec le Bus de la Vue

Initiée il y a trois ans sous la bannière de la Fondation KRYG GROUP, cette action de prévention de grande échelle, mise en œuvre à l'occasion du Tour de France, affiche un succès qui ne se dément pas. Les études montrant qu'en dessous de 6 ans seul un enfant sur trois a déjà bénéficié d'une consultation ophtalmologique, on mesure toute l'importance d'une opération de dépistage d'une telle envergure. 1200 personnes ont ainsi été dépistées cette année. Parmi elles, des pathologies lourdes ont pu être détectées et les personnes concernées adressées à des spécialistes.

Symposium de la Société Française d'Ophtalmologie

KRYG GROUP a, à cette occasion, présenté pour la première fois les résultats d'une étude d'ampleur sur la myopie en France, devant 200 personnes issues du monde médical. Au programme : la présentation des nombreux moyens développés pour contrôler et freiner la myopie : lentilles, lunettes, atropine... Organisé sous l'égide de la Fondation KRYG GROUP, ce symposium a permis de valoriser notre leadership en matière d'innovation, en particulier sur la question de la freination de la myopie chez l'enfant.

FAIT MARQUANT

Observatoire de la Vue

L'*Observatoire de la Vue* a souligné en 2018 une exposition au risque toujours plus grande des enfants, et ce pour deux raisons. La première tient à l'augmentation significative du temps passé devant les écrans, notamment en fin de journée. Une pratique cruelle pour leur sommeil, la luminosité des écrans stoppant la production de mélatonine, une hormone essentielle au cycle du sommeil. La seconde tient à l'augmentation du délai d'accès à un ophtalmologiste pour les enfants : le délai d'attente moyen pour un adulte est en effet de quatre mois alors qu'il est de six mois pour un enfant. Or, les enfants ont besoin d'être corrigés rapidement pour éviter l'aggravation de la myopie.

UNE MARQUE LEADER

Krys

INSTAGRAM

6 887 followers

(+ 175% vs 2017)

Partenariats influenceurs :

2,8 millions

de followers cumulés

TWITTER

15 574 followers

(+ 22% vs 2017)

En tête du classement des enseignes d'optique sur ce média

FACEBOOK

91 800 followers

(+ 11,9% vs 2017)

Née avec la révolution numérique, la génération Y modifie en profondeur les modes de consommation.

Face à ce constat, KRYG GROUP développe un contenu de marque fort et distinctif pour émerger et séduire dans un écosystème où l'influence est un enjeu majeur.

Une image de plus en plus conquérante

Ces dernières années, KRYG GROUP est passé du statut de distributeur de lunettes à celui de distributeur-producteur, industriel engagé pour l'emploi et le *made in France*. Ce travail sur l'image de marque est d'autant plus stratégique que la cible générationnelle des millennials est une de nos cibles prioritaires. Une cible sensible et réceptive aux contenus de marque, qu'il faut non seulement adresser, mais surtout séduire et convaincre.

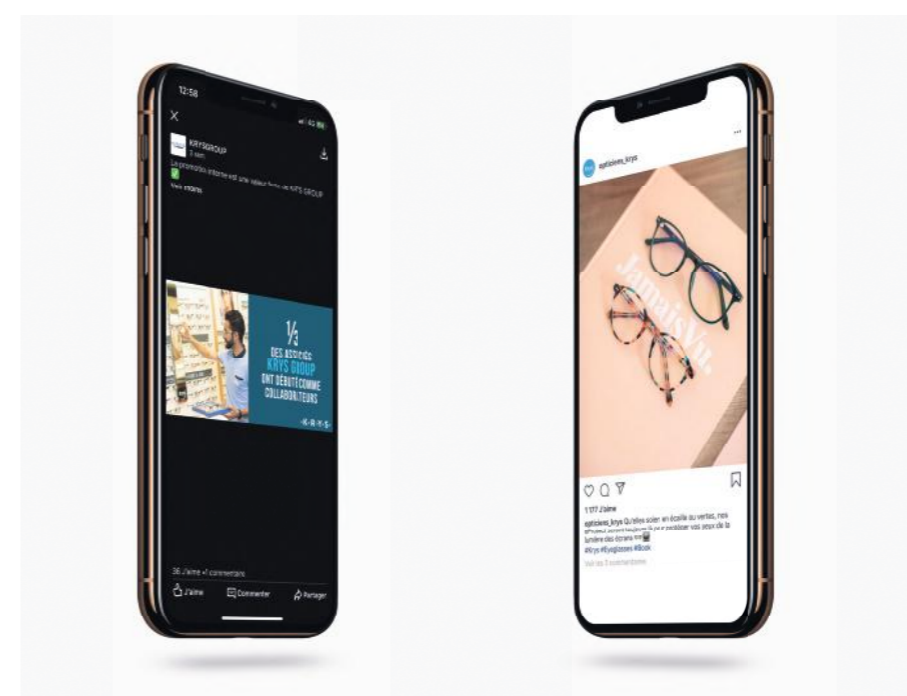
Une présence renforcée sur les réseaux sociaux

C'est l'un des axes stratégiques du déploiement de l'image du Groupe. Avec une ambition forte : devenir le référent de notre secteur sur les réseaux sociaux. En tant qu'acteur de premier plan, KRYG GROUP s'attache à relayer sur ses réseaux sociaux (Twitter et LinkedIn) des informations relatives à la santé visuelle mais aussi à ce qui constitue l'ADN du Groupe : les valeurs

coopératives, son engagement pour le *made in France* et sa politique RSE. Krys continue à gagner du terrain sur ses concurrents et poursuit l'évolution de sa plateforme de marque. Objectif : créer la préférence de marque pour séduire et recruter notre cible prioritaire, les millennials. Ce travail passe par des animations engageantes et fortes sur les trois canaux : Facebook, Twitter et Instagram. Pour faire rayonner la marque, son expertise et ses collections, Krys collabore toute l'année avec plus d'une vingtaine d'influenceurs à forte notoriété et fait également appel à des youtubeurs ultrapuissants pour relayer ses prises de parole et viraliser ses actions.

« EN 2018, NOUS AVONS ENDOSSÉ NOTRE RÔLE DE LEADER DANS NOS PRISES DE PAROLE EN RENFORÇANT LA VISIBILITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ KRYG GROUP SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX. »

ISABELLE JAHLAN
DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION CORPORATE



La visibilité de la marque

Le célèbre youtubeur Amixem (5 millions d'abonnés sur YouTube) a accompagné les équipes Krys sur une étape du Tour de France. Réalisée pour l'occasion, sa vidéo sur les coulisses de l'événement a été vue plus de 1,6 million de fois en moins de 48 heures. Au global, les partenariats avec quatre influenceurs majeurs (Amixem, Sananas, Pierre Croce et Cyril) sur YouTube ont offert une superbe visibilité à la marque, cumulant 6,2 millions de vues, 346 000 likes et 14 930 commentaires.

Marque employeur

Autre projet d'ampleur en termes d'image, le travail sur la marque employeur KRYG GROUP pour faire connaître le Groupe, ses métiers et donner envie de le rejoindre. Il s'agit, par le développement d'un discours attractif sur nos nombreuses expertises et par des actions concrètes auprès d'écoles et universités cibles, d'attirer les meilleurs talents. Ceux qui feront grandir le Groupe de demain.

KRYG GROUP

TWITTER

1 760 followers

(+ 8,6% vs 2017)

LINKEDIN

4 983 followers

(+ 45,3% vs 2017)

Meilleur taux d'interaction parmi la concurrence