

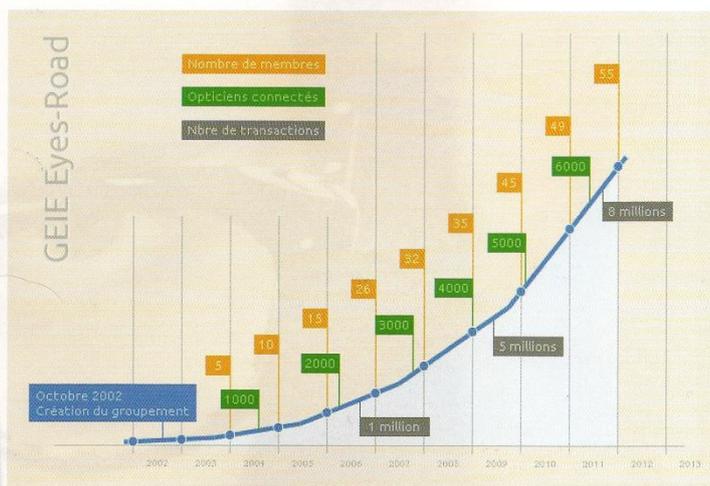
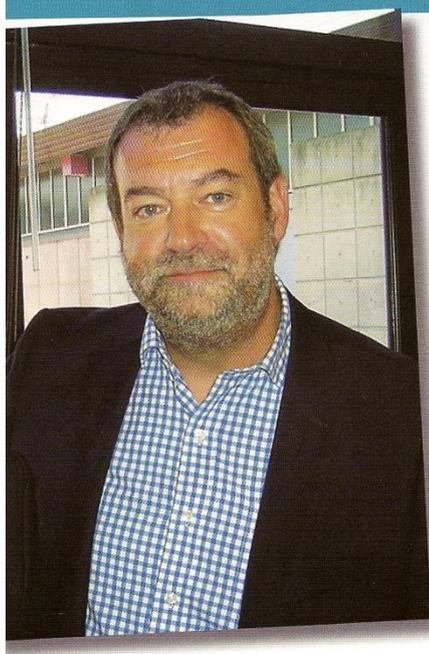
Article paru dans Inform'Optique de Septembre 2012

VIE DES ENTREPRISES

62 **inform'optique**  
N° 305

# Eyes-Road, 10 ans et 6 000 opticiens connectés

Le GEIE (groupement européen d'intérêt économique) Eyes-Road fête ses 10 ans cette année. Une occasion de revenir sur l'historique de la plateforme, les enjeux de la gestion des échanges de données informatisées (EDI) dans notre secteur, et de parler d'avenir avec son directeur, Philippe Cellier.



**Inform'Optique :** Eyes-Road a 10 ans cette année, quel bilan faites-vous de cette décennie ?

**Philippe Cellier :** A mi-chemin (il y a 5 ans), notre bilan était mitigé, la rentabilité n'était pas au rendez-vous. Or, si un GIE n'a pas vocation à faire de bénéfices (il mutualise des activités et des ressources pour le compte de différentes entreprises), de bons résultats lui permettent, par exemple, de baisser les coûts des transactions pour les adhérents. Aujourd'hui, nous sommes plus sereins. Les résultats sont là. Les industriels nous font massivement confiance.

**IO :** Comment cela se traduit-il ?

**P.C. :** Nous comptons désormais 64 membres, 6 000 points de vente connectés, et l'an passé, 8 millions de transactions ont été réalisées. Ces chiffres ne seraient pas aussi bons si notre solution n'était pas fiable et fonctionnelle. Le nombre de membres ayant augmenté, nous avons aussi agrandi le conseil d'administration de 8 à 12 membres afin qu'il soit plus représentatif. Mais le fonctionnement reste celui d'un GIE : chaque adhérent possède une voix, quels que soient sa taille et son chiffre d'affaires.

**IO :** Vous avez mené fin 2011 une enquête de satisfaction auprès de vos adhérents. Qu'en est-il ressorti ?

**P.C. :** Dans les points positifs, on retrouve la

fiabilité technique de la plateforme (92% de satisfaction), ce qui est essentiel. L'équipe Eyes-Road a aussi été plébiscitée à travers l'expertise technique et opérationnelle (92%) et la réactivité technique (89%). C'est une grande satisfaction pour nous. Plus problématiques, la lisibilité de l'offre et les prix. Nous avons donc travaillé pour améliorer ces points. Le coût de la transaction a diminué et nos offres sont plus explicites grâce notamment à une nouvelle communication.

**IO :** Les pharmaciens sont quasi tous connectés à leur EDI, alors que «seuls» 6 000 opticiens le sont. Comment comptez-vous toucher les points de vente qui ne passent pas encore par la plateforme ?

**P.C.** : Il est normal que nous ayons moins de connectés que la pharmacie qui est très en avance sur l'optique pour ce qui est de l'EDI. Elle a commencé 10 à 15 ans plus tôt. Et notre secteur est différent. Si les montures peuvent être assimilées aux boîtes de médicaments, il n'en est pas de même pour les verres. Certains ont près de 15 paramètres dont il faut tenir compte lors de la commande. La réalisation des catalogues est donc plus complexe. Pour ce qui est du nombre d'opticiens connectés, il nous faut séduire les éditeurs de logiciels qui ne sont pas encore adhérents, c'est à dire ceux des enseignes. Il s'agit également de proposer le maximum de catalogues et de donner envie aux entreprises d'adhérer et aux opticiens de passer par l'EDI.

**IO : Concrètement quelles actions menez-vous pour y arriver ?**

**P.C.** : C'est une stratégie à long terme ! Pour les entreprises non adhérentes, nous proposons une offre liberté qui permet d'obtenir les catalogues. D'ici 3 mois, 30 catalogues montures supplémentaires devraient intégrer EDI. Nous avançons également en contactologie et comptons 95% des verriers parmi nos adhérents. Les opticiens utilisent les services d'Eyes-Road sans le savoir. Nous avons donc décidé de placer 2012 sous le signe de la communication avec une nouvelle charte graphique, un site repensé et des offres plus lisibles. Nous sommes aussi présents sur les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter.

**IO : Quelles sont les perspectives pour les 10 ans à venir ?**

**P.C.** : Idéalement, nous aimerions pouvoir proposer, dans 10 ans, la transaction à 1 centime d'euros. Pour cela, il faut que le nombre de transactions augmente. Ce qui implique bien entendu plus d'adhérents et plus d'opticiens connectés. La communication mise en place devrait nous y aider, tout comme les services aux entreprises et aux opticiens que nous développons. A partir de 2013, un grand projet verra le jour chaque année. Le conseil d'administration se réunira deux fois par an pour faire le point sur son avancement. Nous restons donc novateurs et attractifs. ■