

COVID-19 et santé visuelle, un impact sur le long terme

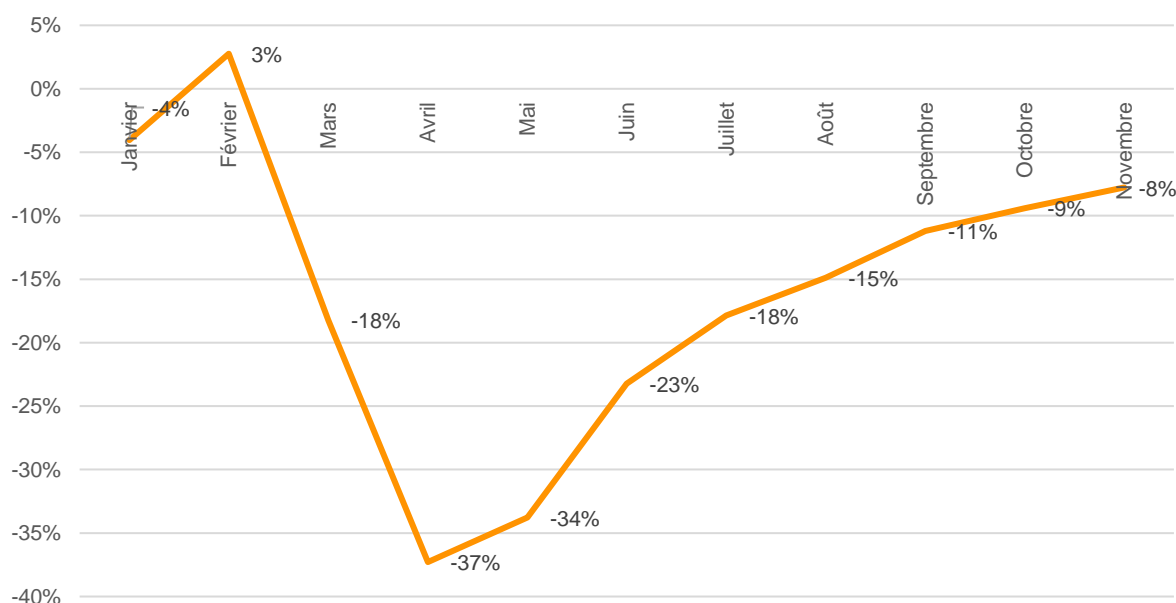
Quel est l'impact du 1^{er} confinement, de mi-mars à mi-mai puis du deuxième, entamé le 30 octobre dernier, sur le marché de l'optique et la santé visuelle des Français ? Pour Jean-François Tripodi, Directeur général de Carte Blanche Partenaires : « *Il est désormais évident qu'il n'y aura pas de rattrapage et ceci aura des conséquences économiques et sanitaires sur le long terme* ».

COVID-19, un impact fort sur le marché de l'optique et encore plus pour les indépendants

17 mars 2020, la France connaît son premier confinement lié au coronavirus. Durant 55 jours, les commerces dits non essentiels - dont les opticiens - ferment, d'autres ne peuvent exercer en raison des difficultés de mise en place des mesures sanitaires et de nombreux professionnels de santé cessent leurs consultations. Le 30 octobre, la France entre dans un 2^e confinement. Cette fois-ci les opticiens peuvent ouvrir sereinement et assurer la continuité de la délivrance des dispositifs optiques : lunettes et lentilles.

Les données de Carte Blanche Partenaires, qui représentent plus de 60 % des opticiens en France (plus de 7 700 opticiens conventionnés sur un total de près de 13 000 magasins d'optique en 2020) soient près de 2 700 000 prises en charge sur 11 mois, montrent que ces événements, conjugués à l'entrée en vigueur du 100% Santé en début d'année, se traduisent par une **baisse du chiffre d'affaires de 8% entre le 1^{er} janvier et le 30 novembre 2020 versus la même période de 2019.**

Évolution de la perte de chiffre d'affaires annuel des opticiens conventionnés Carte Blanche Partenaires - 2020 versus 2019



D'autre part, le 1^{er} confinement a également eu un effet quasi immédiat sur les consultations ophtalmologiques. « Dès le 24 mars, 40 % des ophtalmologistes ont dû fermer leur cabinet et arrêter toute consultation. Pour les 60 autres %, l'activité s'est concentrée sur les urgences » précise le Dr Thierry Bour, Président du Syndicat National des Ophtalmologistes de France (SNOF) avant d'ajouter : « Il a fallu attendre le mois de juin pour que les consultations reprennent leur rythme quasi-normal. Sur le plan de la santé visuelle, les semaines du 1^{er} confinement ont vu une baisse des consultations pour décollements de rétine de 50 % alors qu'il n'y a aucune raison médicale à cela mais aussi une baisse de la prise en charge de la DMLA et tout spécialement des injections intraoculaires de 30 à 40 % ».

Avec une fermeture quasi-totale de la mi-mars à la mi-mai des opticiens et la baisse des consultations, donc des prescriptions, le 1^{er} confinement a entraîné une chute brutale du CA mensuel : -56 % en mars 2020 versus mars 2019 et -96 % en avril 2020. A l'inverse on constate des hausses depuis le mois de juin 2020 par rapport à 2019.

Janvier	-4%	
Février	9%	
Mars	-56%	
Avril	-96%	
Mai	-19%	
Juin	40%	
Juillet	14%	
Août	10%	
Septembre	19%	
Octobre	5%	
Novembre	9%	

Les magasins indépendants, encore plus impactés

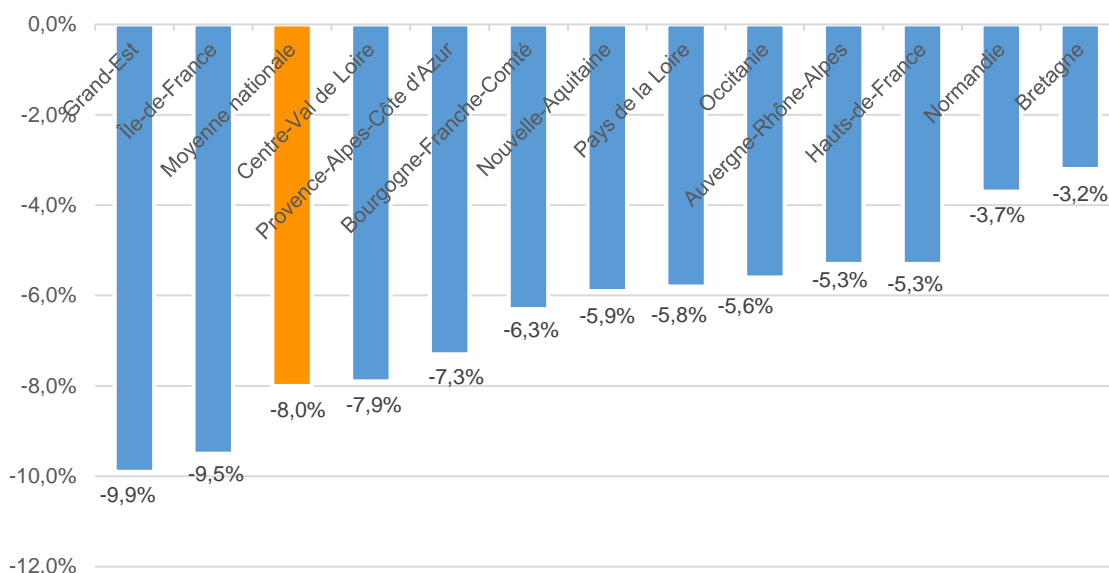
De plus, les données globales du marché peuvent être trompeuses et masquer des effets plus spécifiques. De fait, et selon les données des opticiens conventionnés au sein du réseau Carte Blanche, si le marché est en repli de 8 % du 1^{er} janvier au 30 novembre, ce repli est de -11,4 % pour les indépendants et de *seulement* -7,6 % pour les enseignes.

« En quelques semaines, lors du 1^{er} confinement, ce sont 2,5 millions de consultations qui n'ont pas été réalisées et la quasi-totalité des magasins d'optiques fermés en raison des mesures sanitaires. Cela a impacté toute la filière de l'optique au-delà du confinement. Fin 2019, nous anticipions une baisse du chiffre d'affaires des opticiens de 2,2 % en raison de la mise en place du 100 % Santé. À la sortie du confinement, mi-mai, les premiers chiffres nous prédisaient une "annus horribilis" avec une chute de 30 %. Heureusement, l'activité s'est redressée durant l'été puis courant septembre, octobre. » indique André Balbi, Président du Rassemblement des Opticiens de France (ROF).

Un impact variable selon les activités, les régions et les localisations

D'après les données issues du réseaux Carte Blanche Partenaires, la crise sanitaire n'a pas touché et ne touche pas l'ensemble des régions métropolitaines de la même façon. - 3,2 % en Bretagne, - 3,7 % en Normandie pour la période du 1^{er} janvier au 30 novembre... mais - 9,9 % et - 9,5 % pour les régions Grand-Est et Île-de-France.

Perte de chiffre d'affaires annuel des opticiens conventionnés Carte Blanche Partenaires - 2020 versus 2019 - selon les régions



Si cette disparité d'impact semble correspondre à la carte des zones rouges du premier confinement, pour André Balbi, elle nécessite une lecture plus précise : « Ces données retracent l'activité sur les 10 premiers mois de l'année et le début de novembre. On pourrait donc s'attendre à ce que cet effet "zone rouge" soit plus lissé. Mais ce serait ne pas tenir compte des disparités d'activité, d'emplacement entre les différents opticiens en France. »

De fait, les remontées du terrain indiquent que les opticiens exerçant dans des centres commerciaux ont vu leur activité chuter plus profondément en raison non seulement du 1^{er} confinement mais également des mesures sanitaires mises en place durant l'été et le début de l'automne et même se durcir depuis le 30 octobre, même si la zone de chalandise comportait majoritairement des magasins non essentiels, les clients n'étaient pas là.

« Il ne faut pas négliger également l'effet "restons prudents" de certains patients » précise le Dr Thierry Bour. « Qu'il s'agisse de fréquenter nos cabinets ou de se rendre chez un opticien pour leurs nouvelles lunettes, certains patients ont hésité et hésitent encore. Bien que le protocole sanitaire soit strictement observé, la confiance n'est pas revenue intégralement ».

Un 2^e confinement qui remet en cause la reprise

Le rattrapage entamé durant l'été et au début de l'automne a été ralenti par le 2^e confinement.

Ainsi, celui-ci a freiné la reprise économique des opticiens. La perte de chiffre annuel qui reculait de 2% en octobre (-9%) par rapport à septembre (-11%), n'a régressé que d'1% en novembre (-8%).

Comme pour de nombreux autres secteurs, la crise sanitaire et la crise socio-économique qui l'accompagne vont avoir des retentissements dans le temps.

« Si certains avaient pu espérer un rattrapage permettant de maintenir le CA des opticiens durant l'été, il est désormais évident que celui-ci n'aura pas lieu » réaffirme Jean-François Tripodi « Certes le secteur de l'optique et plus globalement de la santé est moins touché économiquement que d'autres - la restauration, la culture, ... - mais il n'en est pas moins impacté. Note d'optimisme, dans cette période difficile, les ophtalmologues et opticiens ont su s'adapter, mettre en place des dispositifs de gestions des urgences, du click & collect... ».

Sur le plan médical, pour le Dr Thierry Bour, au-delà de l'impact majeur sur les actes de chirurgie de la vue, - 30 à - 40 % sur l'année, il faut aussi regarder la situation dans le détail : « *Il ne faut pas perdre de vue les professionnels qui exercent dans des centres d'ophtalmologie. Ceux-ci travaillent souvent dans des délais courts, avec peu ou pas de prise de rendez-vous. L'impact économique pour ces structures est donc plus important. Sur le versant positif, cette période de confinement a permis de développer l'usage de la téléconsultation en ophtalmologie mais également et surtout celui de la téléexpertise. Aujourd'hui, il s'agit donc de poursuivre dans cette voie. La téléexpertise est une véritable opportunité pour notre système de santé comme l'ont démontré ces derniers mois. Elle doit aujourd'hui disposer d'un cadre clairement défini et d'une prise en charge adaptée* ».

Comme le rappelle André Balbi : « *Nous devons maintenant vivre avec le coronavirus. Les Prêts Garantis par l'État, PGE, sont utiles mais certains seront rattrapés par les remboursements à venir. Face à cette situation, les opticiens s'adaptent, développent la prise de rendez-vous en boutique... autrement dit réinventent leur métier.* »

À propos de Carte Blanche Partenaires

Expert en services santé innovants pour ses clients organismes complémentaires santé, Carte Blanche Partenaires est un pivot de la relation entre complémentaires santé, assurés et professionnels de santé avec pour objectif de faciliter l'accès à la prévention et aux soins pour les bénéficiaires tout en gérant la maîtrise des dépenses de santé. Carte Blanche Partenaires intervient dans le domaine des réseaux de professionnels de santé et de l'accompagnement santé avec un réseau de plus de 190 000 partenaires. www.carteblanchepartenaires.fr