

Décembre 2025

Numéro

61



Maroc Optique
opticiens du Maroc



B.I.G. NORM™

ERGO® LENSES

NEAR VISION LENSES
FOR RELAXED VISION

R

RODENSTOCK

Because every eye is different

INDO

o natural e-Blue Zero

Protégez vos yeux avec
style, **dites adieu à la
lumière bleue nocive**

Zero
Adhérence
Surface



Lumière
Bleue



Premium



Infrared
Technology



3 ans de
Garantie

NUMÉRO 61 SOMMAIRE

04

**ENTRETIEN: LIONEL
ILBOUDO "LE SAPOO EST
LE POINT DE
DÉPART D'UNE SYNERGIE
PANAFRICAINE"**



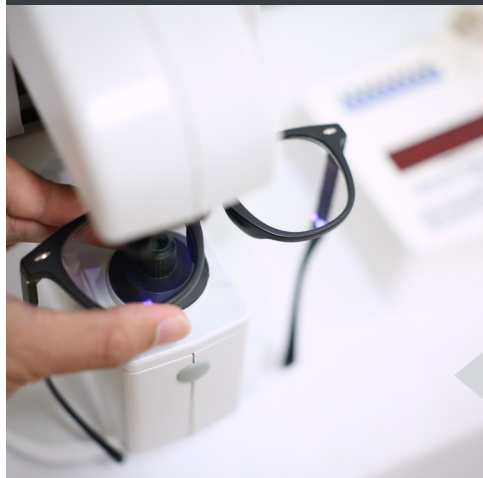
**CNOL D'OR 2025:
FARAH ZEGRAHI
L'EXCELLENCE AU
SERVICE D'UNE
OPTIQUE ENGAGÉE**

08



10

**RENTABILITÉ D'UN
MAGASIN D'OPTIQUE
EN 2025 : OÙ SE
FAIT VRAIMENT LA
MARGE ?**



14

**L'ATELIER, CŒUR
OUBLIÉ DU MAGASIN
D'OPTIQUE**

18

**ENTRETIEN:
YOUSRA HACHEM
ENTREPRENDRE
JEUNE, S'ENGAGER
DURABLEMENT**



La généralisation des verres de freinage de la myopie



En 2025, la gestion de la myopie chez l'enfant est devenue un standard clinique mondial. Les dernières études confirment l'efficacité des verres dotés de constellations de microlentilles asphériques.

* La technologie : Ces verres créent un signal de "défocalisation périphérique" qui indique à l'œil de ralentir sa croissance, tout en conservant une vision centrale parfaite.

* L'impact : Les données récentes montrent une réduction de la progression de la myopie de plus de 60 % en moyenne sur trois ans, évitant ainsi des complications oculaires graves à l'âge adulte.

L'intégration de la Réalité Augmentée (AR) "invisible"



Une rupture technologique a été franchie avec l'arrivée de montures connectées qui ne ressemblent plus à des gadgets technologiques, mais à des lunettes optiques classiques.

* La technologie : L'utilisation de micro-projecteurs LED et de guides d'ondes gravés directement dans la matière du verre permet d'afficher des informations (GPS, traduction en temps réel, notifications) sans écran apparent et sans caméra intrusive.

* L'intérêt : Ces dispositifs sont désormais compatibles avec les verres correcteurs de forte puissance, permettant aux porteurs de bénéficier d'un assistant numérique tout en corrigeant leur vue de manière esthétique.

Les jumeaux numériques et l'IA pour la personnalisation extrême

La conception des verres ne repose plus uniquement sur une prescription statique, mais sur une analyse dynamique du comportement visuel.

* La technologie : Grâce à l'Intelligence Artificielle, les opticiens peuvent désormais créer un "jumeau numérique" de l'œil du patient. Ce modèle intègre la longueur axiale de l'œil, la position exacte du centre de rotation et les habitudes de mouvement de la tête.

* Le bénéfice : Le verre est calculé point par point pour correspondre à la morphologie unique de l'utilisateur, éliminant presque totalement les zones de flou latéral, particulièrement sur les verres progressifs de nouvelle génération.

LE CNOL ET L'AMO, PARTENAIRES DU SAPOO : UNE PREMIÈRE ÉDITION PLACÉE SOUS LE SIGNE DU NUMÉRIQUE



THÈME

LE PORT DES LUNETTES À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE



28
Au
30

NOV.
2025

PARTENAIRE DU SAPOO



PLACE DE LA NATION

La première édition du Salon Panafricain de l'Optique et de l'Optométrie (SAPOO) s'est tenue avec succès du 28 au 30 novembre 2025 à la Place de la Nation à Ouagadougou, au Burkina Faso. Cet événement panafricain a réuni de nombreux acteurs de la santé visuelle autour d'un objectif commun : réfléchir collectivement à l'évolution du métier d'opticien et aux nouveaux enjeux liés à la transformation numérique.

Pour cette édition inaugurale, placée sous le thème « Le port des lunettes à l'ère du numérique », le Congrès National d'Optique Lunetterie (CNOL) et l'Association Marocaine des Opticiens (AMO) ont marqué leur présence en tant que partenaires officiels du SAPOO, affirmant ainsi leur engagement en faveur du développement de la filière optique à l'échelle africaine.

Un partenariat porteur de sens

La participation conjointe du CNOL et de l'AMO a illustré la volonté de renforcer la coopération Sud-Sud et de favoriser le partage d'expertises entre professionnels du continent. À travers ce partenariat, les deux institutions ont contribué activement aux échanges sur les mutations du secteur, notamment l'impact des technologies numériques sur les pratiques professionnelles, les comportements visuels et les attentes des patients.

L'opticien face à l'intelligence artificielle

Temps fort de cette première édition, l'intervention de Raich Habib, président de l'Association Marocaine des Opticiens et opticien formateur en santé visuelle, a suscité un vif intérêt. Sa conférence, intitulée « L'opticien face à l'IA », a mis en lumière les opportunités offertes par l'intelligence artificielle dans le domaine de l'optique, tout en rappelant le rôle central et irremplaçable du professionnel de santé visuelle.

À travers des exemples concrets, il a démontré que l'IA constitue avant tout un outil d'accompagnement, permettant d'améliorer la précision, l'efficacité et la qualité du suivi visuel, sans jamais se substituer à l'expertise humaine de l'opticien.

Un espace d'échanges et d'opportunités

Le SAPOO s'est imposé comme un véritable cadre d'échanges, d'innovation et d'opportunités, réunissant opticiens, optométristes, formateurs, fournisseurs et institutions venus de plusieurs pays africains. Conférences, rencontres professionnelles et espaces d'exposition ont rythmé ces trois journées, renforçant les liens entre les acteurs du secteur.

À travers leur implication au SAPOO, le CNOL et l'AMO confirment leur positionnement comme acteurs engagés dans la structuration et la modernisation de la santé visuelle en Afrique, tout en portant une vision tournée vers l'avenir et l'innovation responsable.

RETOUR SUR LE WEBINAIRE “L’INVITÉ DU DIMANCHE” : LA RELATION CLIENT AU CŒUR DES ÉCHANGES

À LA UNE



Le 16 novembre dernier, la plateforme Google Meet a accueilli un rendez-vous majeur pour l'optique africaine. Organisée par «Opticiens 100 Frontières», cette rencontre a permis de dresser un état des lieux des pratiques de gestion de la relation client (CRM) au sein des cabinets d'optique.

Sous l'impulsion de l'organisation Opticiens 100 Frontières, cet événement a marqué une étape importante dans la collaboration entre les professionnels du Maroc et du Sénégal. L'objectif était clair : transformer la simple vente de lunettes en une expérience patient durable et personnalisée.

Une expertise partagée entre le Maroc et le Sénégal

L'invité d'honneur, Habib Raich, Président de l'Association Marocaine des Opticiens (AMO), a partagé sa vision d'une profession qui doit impérativement se moderniser. Selon lui, la santé visuelle ne s'arrête pas à la livraison d'un équipement ; elle se prolonge par un suivi rigoureux que seuls les outils de CRM permettent de structurer efficacement.

La session était modérée par Modou Mbaye Gueye, opticien-lunetier, qui a su porter la voix des praticiens de terrain. Les échanges ont souligné que, malgré les spécificités locales, les défis de fidélisation restent les mêmes : comment rester présent dans l'esprit du client entre deux renouvellements de montures ?

Les points clés retenus par les participants

Le débat a mis en lumière trois leviers de croissance pour les opticiens d'aujourd'hui :

- * L'anticipation des besoins : Utiliser les données pour rappeler aux patients leurs rendez-vous de contrôle avant qu'ils ne ressentent une gêne.

- * La digitalisation du point de vente : L'adoption de logiciels de gestion performants pour centraliser l'historique de chaque porteur.

- * La confiance : Le CRM comme outil de transparence et de professionnalisme, renforçant le lien entre l'opticien et son patient.

Une collaboration réussie

Soutenu par l'AMO et le CNOL (Conseil National des Opticiens Lunetiers), ce webinaire a réuni de nombreux professionnels connectés depuis plusieurs pays. Le succès de cette édition confirme l'intérêt croissant des opticiens pour la formation continue et le partage de bonnes pratiques intercontinentales.

L'événement s'est conclu sur une note d'optimisme, avec la promesse de nouvelles sessions pour continuer à structurer et à valoriser la profession d'opticien-lunetier en Afrique.

CNOL Tour 2026 : le CNOL s'invite à Agadir le 31 janvier



Pensé comme une extension itinérante du Congrès National d'Optique Lunetterie, le CNOL Tour a pour vocation d'aller à la rencontre des opticiens au cœur des différentes régions du Royaume, en rapprochant l'expertise, la formation et l'innovation du terrain.

La première étape du CNOL Tour 2026 se tiendra à Agadir le 31 janvier 2026, marquant le coup d'envoi d'une série de rencontres professionnelles programmées tout au long de l'année.

À chaque escale, le CNOL Tour proposera un format concentré et dynamique, articulé autour de conférences ciblées, de présentations de solutions et innovations produits, d'ateliers pratiques, ainsi que de rencontres directes avec les fournisseurs et partenaires du secteur.

L'événement se veut également un espace d'échanges et de concertation, réunissant les opticiens, les associations partenaires AMO et APNOM, ainsi que les représentants du CNOL, dans un esprit de proximité et de partage d'expériences.

À travers le CNOL Tour, Média Optique réaffirme sa volonté de démocratiser l'accès à la formation continue, à l'innovation et au networking, en faisant du congrès un rendez-vous accessible à tous les professionnels de l'optique, partout au Maroc.

« Le CNOL vient à vous ! »

Une promesse forte qui incarne l'esprit de cette tournée nationale, conçue comme un véritable trait d'union entre les grandes éditions du CNOL et le quotidien des opticiens.



Entretien: Lionel Ilboudo

« Le SAPOO est le point de départ d'une synergie panafricaine avec le Maroc » »



LE PORT DES LUNETTES
À L'ÈRE NUMÉRIQUE



Au lendemain de la clôture de la première édition du Salon Panafricain de l'Optique et de l'Optométrie (SAPOO), organisée à Ouagadougou, l'heure est au bilan et à la projection. Cet événement inédit, qui a réuni des professionnels de l'optique et de l'optométrie venus de plusieurs pays africains, marque une étape importante dans la structuration et la valorisation de la filière à l'échelle continentale.

Dans un contexte où les enjeux de santé visuelle, de formation et d'innovation technologique occupent une place croissante, le SAPOO s'est imposé comme un véritable carrefour d'échanges, de réflexion et de coopération panafricaine. La mobilisation des acteurs, la qualité des débats et

l'intérêt suscité par les conférences et expositions témoignent de la pertinence de cette initiative.

C'est dans ce climat de fierté nationale et d'ambition régionale que nous avons rencontré Lionel Ilboudo, figure centrale de l'organisation du salon. Il revient sur les moments forts de cette première édition, analyse les facteurs de son succès et partage sa vision pour l'avenir du SAPOO. Il évoque également les perspectives de développement du salon, notamment à travers le partenariat stratégique en gestation avec le CNOL du Maroc, appelé à renforcer les synergies Sud-Sud et à ouvrir de nouvelles opportunités pour les professionnels africains de l'optique.



Monsieur le Président, quel bilan tirez-vous de cette première édition du SAPOO ?

Lionel Ilboudo : Le bilan dépasse nos espérances les plus optimistes. Réunir plus de 700 visiteurs et mobiliser 20 opticiens ainsi que des fournisseurs de premier plan autour de la thématique « Le port des lunettes à l'ère du numérique » était un défi immense. Mais au-delà des chiffres, c'est l'impact social qui nous touche : 594 personnes ont bénéficié de consultations et de corrections gratuites. Voir le sourire d'un enfant ou d'un aîné qui retrouve une vue nette grâce à la solidarité de nos confrères est la plus belle des récompenses.

Le Ministre de la Santé et celui de l'Éducation ont marqué l'événement par leur présence. Qu'est-ce que cela signifie pour la profession au Burkina Faso ?

Lionel Ilboudo : La présence du Dr Robert Lucien Jean-Claude KARGOUGOU et de M. Jacques Sosthène DINGARA a apporté une crédibilité et une visibilité institutionnelle sans précédent au SAPOO. Cela prouve que l'optique est enfin perçue comme un enjeu majeur de santé publique et de réussite éducative par nos autorités. Leur soutien est un message fort envoyé à toute la profession : nous ne sommes pas de simples marchands, mais des acteurs incontournables du système de santé.

Le CNOL et l'AMO du Maroc ont été des partenaires clés de ce salon. Comment est née cette collaboration ?

Lionel Ilboudo : Elle est née d'une volonté commune de bâtir une « Optique Africaine » forte. Le Maroc, avec le CNOL et l'AMO, possède une expertise structurante et un modèle d'organisation dont nous nous inspirons. Leur partenariat au SAPOO n'est pas symbolique ; il s'inscrit dans un véritable esprit de coopération Sud-Sud. Nous partageons les mêmes défis : la lutte contre l'informel, la formation continue et l'accès aux soins de qualité. Le Maroc nous a tendu la main avec une générosité

confraternelle exemplaire.

On parle d'un futur accord de partenariat avec le Congrès National d'Optique Lunetterie du Maroc. Que pouvez-vous nous en dire ?

Lionel Ilboudo : C'est en effet l'un des grands chantiers de l'après-SAPOO. Nous travaillons activement sur un accord de partenariat avec le Congrès National d'Optique du Maroc. L'idée est de créer un pont permanent entre nos deux pays. Cela passera par des échanges d'expertise, des facilités pour les jeunes opticiens burkinabè souhaitant se perfectionner au Maroc, et une présence renforcée du Burkina lors des prochaines éditions du congrès marocain. Nous voulons institutionnaliser cette amitié pour en faire un moteur de croissance technique et déontologique pour nos membres.

Vous avez organisé des formations techniques durant le salon. Quel est l'objectif à long terme ?

Lionel Ilboudo : L'actualisation des connaissances est vitale. Avec l'explosion du numérique, nos pratiques doivent évoluer. Ces formations permettent de renforcer les compétences sur les nouvelles technologies de verres et les protocoles d'optométrie moderne. En montant en compétence, nous améliorons directement la qualité de service offerte à la population burkinabè. C'est aussi par l'excellence technique que nous protégerons notre métier.

Un dernier mot pour vos confrères marocains qui vous lisent ?

Lionel Ilboudo : Je tiens à les remercier pour leur fraternité. Le succès du SAPOO est aussi le leur. Nous avons hâte de concrétiser notre futur accord de partenariat et de retrouver nos confrères lors du Congrès National d'Optique au Maroc. Ensemble, nous prouvons que l'optique africaine a un avenir brillant, porté par la rigueur, l'innovation et la solidarité.



Cnol d'or 2025: Farah Zegrahi l'excellence au service d'une optique engagée



Lauréate du prestigieux prix « CNOL d'Or – Jeune Opticienne de l'Année », Farah Zegrahi incarne une nouvelle génération d'opticiennes engagées au Maroc. Entre expertise clinique, double compétence en gestion et leadership médiatique, son parcours illustre la polyvalence et la vision moderne qu'exige la profession aujourd'hui. Rencontre avec une jeune femme qui a choisi de faire de la communication et de la rigueur de gestion les piliers de la valorisation de notre métier.

Un double cursus : l'alliance de la technique et de la stratégie

Le parcours académique de Farah Zegrahi témoigne d'une vision stratégique précoce et d'une soif de connaissances pluridisciplinaires. Entre 2021 et 2024, elle a mené de front deux formations exigeantes à Agadir : un diplôme en Optique et Optométrie à l'Institut privé (IPDO) et une Licence en Sciences Économiques à l'Université Ibn Zohr. Cette double compétence constitue aujourd'hui son socle professionnel. Dans un secteur où l'opticien doit être aussi bien un professionnel de santé dévoué qu'un gestionnaire rigoureux, sa formation en économie lui permet d'aborder son métier avec une acuité managériale exceptionnelle. Pour Farah, la maîtrise des mécanismes financiers et organisationnels est indissociable de l'expertise clinique ; c'est cette alliance qui lui permet d'optimiser chaque aspect de sa pratique et d'offrir une prise en charge visuelle de qualité supérieure, structurée et pérenne.

L'engagement social : porter la vue au-delà du magasin

Ce qui distingue Farah Zegrahi, c'est également son profond sens du devoir civique. Son implication dans les actions associatives et les caravanes médicales ophtalmologiques constitue le cœur de son engagement. En participant activement à des missions de sensibilisation et de dépistage, elle incarne le rôle social de l'opticien marocain dans la lutte contre les troubles visuels non corrigés, souvent vecteurs d'exclusion.

Son expérience en tant que formatrice en optique et communication, notamment chez SOS Village ou au Centre ABZZIKA, souligne sa volonté de transmission. Farah ne se contente pas de sa pratique quotidienne ; elle s'investit pour rapprocher l'optique du grand public et valoriser le métier d'opticien auprès des populations les plus diverses, renforçant ainsi l'image de "professionnel de santé" de l'opticien dans l'esprit des citoyens.

Leadership et innovation : le projet "CNOL Media Team"

Farah Zegrahi s'est également illustrée par sa capacité à fédérer ses consœurs autour de projets innovants et structurants. Elle a brillamment piloté le projet CNOL Media Team lors de la deuxième édition du congrès du CNOL. Ce projet pilote, animé par une équipe de jeunes opticiennes férues de communication, a permis de couvrir l'événement avec un dynamisme et un professionnalisme remarquables.

Sous sa direction, la Media Team a transformé la couverture du congrès en une expérience immersive, offrant une visibilité inédite aux échanges scientifiques et aux enjeux de la profession. Cette initiative démontre que la communication, lorsqu'elle est portée par des expertes du métier, devient un outil puissant pour moderniser l'image de l'optique au Maroc et renforcer la cohésion au sein de la communauté professionnelle.

L'opticienne 2.0 : une vision moderne saluée par ses pairs

Sa maîtrise des outils numériques, du design graphique à la gestion des réseaux sociaux, lui permet de vulgariser la santé visuelle avec une efficacité moderne. Cette approche pédagogique, qui rapproche l'expert du patient, a été l'un des points clés salués par le jury du CNOL d'Or.

Grâce à son expérience acquise en cabinet d'orthoptie, où elle s'est perfectionnée en optométrie et en analyse du champ visuel, elle apporte une caution scientifique rigoureuse à chacune de ses interventions. Farah prouve qu'il est possible d'allier la fraîcheur de la communication digitale à la rigueur d'une pratique de haut niveau et d'une gestion d'exception.

une source d'inspiration pour la relève

Le parcours de Farah Zegrahi envoie un message d'espoir et d'ambition à tous les jeunes diplômés du Royaume. En combinant formation continue, excellence technique et leadership dans la communication, elle trace une voie inspirante pour l'avenir de la profession au Maroc.

Farah n'est pas seulement la "Jeune Opticienne de l'Année" ; elle est l'ambassadrice d'une optique marocaine fière, compétente et résolument tournée vers le partage. Sa vision prouve que le succès de demain repose sur l'équilibre parfait entre l'expertise humaine, l'engagement social et une maîtrise managériale sans faille.

Rentabilité d'un magasin d'optique en 2025 : où se fait vraiment la marge ?



La rentabilité est devenue l'une des principales préoccupations des opticiens marocains. Dans un contexte marqué par une concurrence accrue, une pression constante sur les prix et une augmentation des charges fixes, maintenir un équilibre financier durable représente un véritable défi. Pourtant, de nombreux magasins disposent encore de marges de progression importantes, à condition d'identifier clairement les bons leviers.

Chiffre d'affaires et rentabilité : une confusion fréquente

Un chiffre d'affaires élevé n'est pas toujours synonyme de bonne santé financière. Beaucoup d'opticiens constatent une activité soutenue, mais peinent à dégager un résultat satisfaisant en fin d'exercice. Cette situation s'explique souvent par une politique de remises excessive, une mauvaise structuration de l'offre ou un pilotage insuffisant des coûts.



INDO

VS 2Drive

Anticipez les événements
sur la route

La rentabilité doit être analysée à travers plusieurs indicateurs clés : la marge brute, la marge nette, la capacité d'autofinancement et la trésorerie disponible. Sans ces repères, la gestion devient intuitive et expose le magasin à des déséquilibres progressifs, parfois invisibles à court terme.

Où se crée réellement la valeur ?

Contrairement à certaines idées reçues, la monture n'est pas toujours le principal générateur de marge. Les verres, en particulier les solutions techniques bien expliquées (traitements spécifiques, amincissements, options de confort et de protection), constituent un levier stratégique majeur.

Lorsqu'ils sont présentés avec pédagogie et cohérence, ils répondent à un besoin réel du patient et justifient un positionnement tarifaire assumé.

À cela s'ajoutent les services souvent sous-valorisés : ajustage précis, contrôle visuel, suivi post-équipement, réparations, conseils personnalisés et disponibilité. Intégrés dans une offre claire et structurée, ces services renforcent la perception de valeur et transforment l'acte d'achat en expérience professionnelle complète.

La gestion des charges : un enjeu central

Loyer, masse salariale, stock dormant, conditions fournisseurs : chaque poste de charge doit être maîtrisé. Un stock mal géré immobilise de la trésorerie et pèse directement sur la rentabilité. De même, une masse salariale mal dimensionnée ou insuffisamment productive fragilise l'équilibre économique.

Les opticiens les plus performants sont ceux qui suivent régulièrement des indicateurs simples mais essentiels : taux de rotation du stock, panier moyen, marge par vente, productivité par collaborateur et part des services dans le chiffre d'affaires. Ces outils permettent d'anticiper les

dérives et d'ajuster la stratégie.

La fidélisation, pilier invisible de la rentabilité

Souvent sous-estimée, la fidélisation constitue pourtant l'un des leviers les plus puissants. Un client satisfait, bien accompagné et suivi dans le temps revient, recommande et devient un véritable ambassadeur du magasin. À l'inverse, un client attiré uniquement par une promotion ponctuelle est rarement durable.

Le suivi post-équipement, les contrôles réguliers, les rappels personnalisés et la disponibilité de l'opticien renforcent le lien de confiance. Cette relation sécurise le chiffre d'affaires futur et stabilise les marges sur le long terme.

Le rôle du dirigeant dans la performance économique

La rentabilité dépend également du positionnement du dirigeant. L'opticien-chef d'entreprise doit assumer son rôle de gestionnaire : analyser ses chiffres, anticiper, corriger et décider. L'absence de pilotage expose à des dérives progressives, souvent difficiles à rattraper.

Se former à la gestion, s'entourer de conseils compétents et comparer régulièrement ses performances sont aujourd'hui des réflexes indispensables, même pour les structures de petite taille.

Rentabilité et vision à long terme

La recherche de rentabilité ne doit pas se faire au détriment de la qualité ou de l'éthique professionnelle. À long terme, seule une stratégie fondée sur la compétence, la confiance et la fidélisation permet de sécuriser l'activité.

La rentabilité d'un magasin d'optique n'est donc ni une question de chance ni de volume, mais le résultat d'une stratégie globale, cohérente et assumée, capable de résister aux fluctuations du marché sans renier les valeurs du métier.

 eye five



NEW MOON
SUN



CNOL D'OR 2025

L'EXCELLENCE EN OPTIQUE



L'atelier, cœur oublié du magasin d'optique



Dans de nombreux magasins d'optique au Maroc, l'atelier est souvent perçu comme une simple fonction technique, reléguée à l'arrière-boutique, loin des regards. Pourtant, dans un marché national de plus en plus concurrentiel et face à l'évolution des exigences des porteurs, il constitue l'un des piliers fondamentaux du métier et un levier majeur de différenciation, tant sur le plan qualitatif qu'économique. Redonner à l'atelier sa place centrale, c'est avant tout réaffirmer l'identité de l'opticien-artisan.

L'atelier comme signature professionnelle et rempart contre l'informel

Le montage, l'ajustage et la finition d'un équipement optique ne sont pas des opérations secondaires. Ils conditionnent directement le confort visuel, la satisfaction du patient et, par extension, l'image de sérieux du point de vente. Au Maroc, où la profession de santé doit sans cesse prouver sa valeur ajoutée face à la vente sauvage ou non réglementée, la maîtrise technique est une signature.

Un équipement mal monté ou mal ajusté peut annuler la qualité des meilleurs verres de dernière technologie. Maîtriser l'atelier, c'est affirmer une identité d'expert. Les montages complexes (percés, nylon, fortes puissances), les adaptations spécifiques et les réparations rapides démontrent un savoir-faire que les structures purement commerciales ou standardisées peinent à reproduire. C'est ici que l'opticien marocain justifie pleinement son diplôme et sa compétence.

Qualité de service et réduction des coûts cachés

Un atelier performant n'est pas qu'un centre technique, c'est un outil de gestion de la rentabilité. Il permet de réduire significativement les retours, les réclamations et les remplacements coûteux. Chaque erreur de montage, un mauvais centrage ou un axe mal calé représente non seulement une perte financière immédiate (frais de port, coût du verre de remplacement), mais aussi une atteinte durable à la confiance du client.

À l'inverse, un travail précis et rigoureux dès la première livraison améliore la satisfaction globale et limite les ajustements répétés. Dans le contexte marocain, où le "bouche-à-oreille" reste le premier vecteur de recrutement de nouveaux clients, l'atelier devient un outil de rentabilité indirecte mais extrêmement puissant. Un client qui n'a pas besoin de revenir pour un inconfort est un client qui recommande votre expertise.

Former et valoriser les compétences : un enjeu stratégique

La pénurie de techniciens qualifiés et de monteurs-vendeurs de talent est une réalité au Maroc. Dans ce contexte, investir dans la formation continue de ses collaborateurs et transmettre les bonnes pratiques de l'atelier sont devenus des enjeux stratégiques pour le chef d'entreprise.

Un collaborateur compétent à l'atelier représente un véritable atout concurrentiel. En déléguant la partie technique à un expert interne de confiance, l'opticien-directeur peut se concentrer sur le conseil, la réfraction et la relation client, tout en ayant la

certitude que la qualité finale sera au rendez-vous. Valoriser ce travail manuel ingrat mais crucial est également un excellent levier de motivation et de fidélisation des équipes en interne.

Atelier interne ou externalisation : un arbitrage de souveraineté

L'externalisation du montage (télé détournage) peut sembler séduisante à court terme pour réduire les investissements en machines. Cependant, elle entraîne souvent une perte de contrôle sur la qualité finale, les délais de livraison et les coûts logistiques. Un atelier interne bien organisé et équipé de meuleuses modernes permet une plus grande réactivité, un argument de vente majeur pour le client marocain pressé ou en situation d'urgence.

Ce choix doit être réfléchi en fonction de la taille du magasin et de son positionnement. Pour un magasin premium ou de proximité, l'atelier ne doit plus être considéré comme une charge, mais comme un investissement stratégique permettant une indépendance totale vis-à-vis des délais fournisseurs et une maîtrise totale de la chaîne de valeur.

Redonner à l'atelier sa juste place dans le parcours client

Revaloriser l'atelier, c'est redonner du sens au métier d'opticien au Maroc. Dans un contexte de banalisation des produits optiques, le savoir-faire technique reste l'un des derniers remparts contre la standardisation globale du marché. Certains opticiens font d'ailleurs le choix de rendre l'atelier visible depuis la surface de vente, transformant le geste technique en un argument marketing de transparence et de professionnalisme.

En conclusion, l'atelier est le cœur battant du magasin d'optique. C'est là que se concrétise la promesse faite au patient : un équipement précis, fiable et parfaitement adapté à ses besoins visuels. Pour l'opticien marocain de 2025, l'excellence en atelier n'est plus une option, c'est la condition sine qua non d'une croissance saine et respectée.

Jeunes opticiens au Maroc : S'installer en 2026, de l'ambition à la réussite



L'installation en libéral constitue l'un des tournants les plus marquants de la carrière d'un jeune opticien. Si l'envie d'entreprendre et de servir la santé visuelle de ses concitoyens est un moteur puissant, le contexte économique actuel du Royaume impose une préparation d'une rigueur absolue. Dans un marché marqué par une densification de l'offre et une évolution rapide des comportements d'achat, s'installer aujourd'hui ne se résume plus à ouvrir une simple boutique ; c'est piloter un projet d'entreprise complexe où la vision stratégique doit s'allier à l'expertise technique.

Une préparation rigoureuse : bien plus qu'une vitrine

L'erreur classique du jeune diplômé est de se focaliser exclusivement sur l'esthétique de son futur point de vente. Pourtant, la viabilité d'un projet se joue bien avant l'inauguration. L'accès au financement bancaire, de plus en plus sélectif, exige désormais un business plan solide et une étude de marché locale précise. Il ne suffit plus de trouver un local ; il faut analyser la zone de chalandise, la présence des cabinets d'ophtalmologie environnants et le pouvoir d'achat du quartier.

De plus, la conformité réglementaire au Maroc notamment le respect scrupuleux des conditions d'installation fixées par le Secrétariat Général du Gouvernement est une étape déterminante. Une méconnaissance des procédures administratives peut retarder considérablement un projet et fragiliser une trésorerie de départ déjà sollicitée par les investissements en matériel de pointe et en stock.

Le positionnement : sortir de l'indifférenciation

L'absence de positionnement clair est sans doute l'écueil le plus fréquent pour une première installation. Vouloir "tout vendre à tout le monde" est souvent la recette d'une rentabilité médiocre. Premium, santé visuelle pure, proximité familiale ou spécialisation technique (contactologie, basse vision, sport) : chaque choix doit être assumé et cohérent avec l'identité de l'opticien.

Au Maroc, le jeune opticien doit se demander : « Pourquoi un client franchirait-il ma porte plutôt que celle de l'opticien installé depuis vingt ans à quelques mètres ? ». La réponse réside dans la clarté de l'offre. Un positionnement bien défini permet non seulement de cibler sa communication, mais aussi d'optimiser ses achats et de structurer ses marges de manière intelligente.

L'opticien-entrepreneur : la nécessité de la double compétence

Si le diplômé garantissant la compétence de professionnel de santé, il ne prépare pas toujours aux réalités de la gestion d'une PME. Les jeunes opticiens qui réussissent aujourd'hui sont ceux qui acceptent de revêtir la casquette de chef d'entreprise. Cela implique une maîtrise rigoureuse des indicateurs de performance : taux de transformation, panier moyen, rotation des stocks et, surtout, maîtrise de la marge nette.

Comme souligné dans les débats actuels sur la rentabilité, il est crucial de ne pas confondre chiffre d'affaires et bénéfice. La gestion des charges fixes (loyer, salaires, électricité) et la négociation

des conditions fournisseurs sont des exercices quotidiens qui demandent une formation continue. S'entourer de conseils fiables comptables, experts juridiques ou mentors n'est pas un aveu de faiblesse, mais une preuve de maturité stratégique.

L'intégration dans l'écosystème professionnel

Le jeune opticien ne doit pas rester un « loup solitaire ». L'isolement est souvent un facteur d'échec. S'intégrer dans les réseaux professionnels, adhérer aux syndicats régionaux et participer activement à la vie associative est essentiel pour défendre la profession et rester informé des évolutions législatives.

Les congrès nationaux et les événements sectoriels jouent un rôle majeur dans la maturation des projets. Ils permettent d'échanger sur les meilleures pratiques, de découvrir les innovations technologiques et de nouer des partenariats stratégiques. Au Maroc, la force du collectif est un levier de protection face aux défis du marché, comme la lutte contre le secteur informel ou la gestion des relations avec les mutuelles et assurances.

Une aventure porteuse d'avenir

Malgré les contraintes et une concurrence parfois agressive, la nouvelle génération d'opticiens marocains dispose d'atouts considérables. Plus connectée, plus sensible aux outils digitaux et souvent plus agile dans son approche client, elle apporte un dynamisme indispensable au secteur.

L'installation reste, pour celui qui procède avec méthode et persévérance, une aventure humaine et professionnelle exceptionnelle. En combinant l'ambition de la jeunesse avec la rigueur de la gestion et une vision stratégique à long terme, les jeunes opticiens d'aujourd'hui construisent les fondations des succès de demain. La clé de la réussite réside dans cet équilibre fragile, mais passionnant, entre l'artisanat de précision et l'entrepreneuriat moderne.

Entretien: Youssra Hachem entreprendre jeune, s'engager durablement



Maroc Optique : Youssra, pouvez-vous nous raconter votre parcours et ce qui vous a amenée à choisir l'optique ?

Youssra Hachem : Bien sûr. J'ai commencé par un baccalauréat en économie et gestion, puis une licence dans la même spécialité. Mais j'ai vite ressenti le besoin d'un métier qui combine technique et contact humain. L'optique m'est apparue comme un secteur où je pouvais avoir un impact réel sur la santé des gens tout en restant proche d'eux au quotidien. Je suis actuellement en 2ème année de master en comptabilité, contrôle et audit de gestion, ce qui me permet de compléter mon profil d'opticienne par des compétences solides en gestion et management.

Maroc Optique : Quand avez-vous décidé de vous lancer dans votre propre magasin ?

Youssra Hachem : Après l'obtention de mon diplôme d'opticienne-optométriste en 2022 à l'IPIAB Optique de Rabat, j'ai rapidement voulu concrétiser ma vision de l'optique de proximité et de qualité. C'est ainsi qu'est né « Vision des Sœurs », un projet pensé pour allier conseil personnalisé, qualité technique et relation de confiance avec mes clients.

Maroc Optique : Quelles ont été les plus grandes difficultés lors de cette installation ?

Youssra Hachem : Les principales difficultés ont été liées à la gestion et à la planification : trouver le bon local, gérer les aspects administratifs et financiers, et construire un stock cohérent sans immobiliser trop de trésorerie. Mais ce qui a été le plus challengeant, c'est de faire comprendre à mes clients la valeur ajoutée de mes services, au-delà du simple produit.

Maroc Optique : Vous êtes également impliquée dans la CNOL Media Team. Qu'est-ce que cela représente pour vous ?

Youssra Hachem : Participer à la CNOL Media Team a été une expérience très enrichissante. Cela m'a permis de contribuer à la valorisation du métier d'opticien et à la promotion de notre profession. Nous avons travaillé sur la couverture médiatique du congrès, et notre équipe a reçu le trophée CNOL

Media Team avec mention de mérite. Cela montre que l'engagement et le travail d'équipe sont reconnus et appréciés.

Maroc Optique : Comment décririez-vous votre vision du métier d'opticien aujourd'hui ?

Youssra Hachem : Pour moi, l'opticien est un professionnel de santé visuelle à part entière. Notre rôle va bien au-delà de la simple délivrance de lunettes : il s'agit de dépister, de conseiller, de suivre et d'éduquer nos clients sur leur santé visuelle. La relation de confiance et le conseil personnalisé sont au cœur de notre métier.

Maroc Optique : Quels conseils donneriez-vous aux jeunes opticiens qui souhaitent s'installer aujourd'hui ?

Youssra Hachem : Je leur dirais de se former continuellement, de planifier leur projet avec rigueur et de ne jamais négliger la relation humaine. L'audace et l'énergie de la jeunesse sont des atouts majeurs, mais elles doivent être accompagnées d'organisation et de vision stratégique. Il faut savoir écouter, apprendre et s'adapter.

Maroc Optique : Quels sont vos projets futurs pour « Vision des Sœurs » ?

Youssra Hachem : Mon objectif est de consolider notre position en tant que magasin de référence pour la santé visuelle à Salé, d'élargir notre offre de services et de continuer à sensibiliser le public à l'importance de la prévention visuelle. Je souhaite également partager mon expérience avec d'autres jeunes opticiens et participer activement à l'évolution du métier.

Maroc Optique : Pour conclure, qu'est-ce qui vous motive le plus dans votre travail au quotidien ?

Youssra Hachem : Ce qui me motive, c'est de voir mes clients repartir satisfaits, d'avoir contribué à améliorer leur confort visuel et d'apporter une réelle valeur ajoutée à leur quotidien. La passion pour mon métier et le désir de faire évoluer la profession sont ce qui me pousse à me dépasser chaque jour.

Innovations technologiques : Transformer la pratique sans perdre l'essence du métier



L'optique moderne traverse une phase de mutation sans précédent. En 2025, les innovations technologiques ne se contentent plus d'accompagner la pratique quotidienne : elles la transforment en profondeur. Des verres individualisés aux équipements de prise de mesures ultra-précis, en passant par l'intégration de l'intelligence artificielle, ces avancées redéfinissent les standards de la santé visuelle au Maroc. Cependant, cette révolution technique ne doit pas occulter l'ADN de notre profession : l'expertise humaine et le

conseil de proximité.

La précision au service de l'individualisation

L'époque du "verre standard" est désormais révolue. Grâce aux outils de conception assistée par ordinateur et aux algorithmes de surfaçage numérique, nous sommes capables de proposer des verres totalement individualisés. Ces solutions tiennent compte non seulement de la prescription, mais aussi de l'anatomie faciale du porteur, de la cambrure de la monture et même de ses habitudes de vie (temps passé sur écran, conduite, activités sportives).

Parallèlement, les colonnes de prise de mesures numériques ont remplacé le simple réglet. Elles permettent aujourd'hui de capturer, avec une précision au dixième de millimètre, des paramètres cruciaux comme le centre de rotation de l'œil ou le coefficient de tête/œil. Au Maroc, où l'exigence des patients croît proportionnellement à l'offre, l'adoption de ces technologies n'est plus un luxe, mais une nécessité pour garantir un confort visuel optimal dès la première seconde.

L'intelligence artificielle : un allié, pas un remplaçant

L'intelligence artificielle (IA) fait son entrée remarquée dans nos points de vente. Qu'il s'agisse d'aider au choix de la monture grâce à la morpho-analyse ou d'optimiser le centrage des verres progressifs, l'IA permet une personnalisation accrue. Elle offre également des perspectives fascinantes dans le pré-diagnostic et le suivi des pathologies visuelles, en collaboration étroite avec les ophtalmologistes.

Toutefois, la technologie ne doit pas déshumaniser l'acte de vente. Si l'IA peut suggérer la meilleure géométrie de verre, c'est l'opticien qui, par son écoute et sa connaissance du patient, valide la pertinence de la solution. La machine traite des données ; l'opticien traite des besoins humains. Ce discernement clinique reste le rempart essentiel contre une automatisation totale qui viderait le métier de son sens.

Le rôle pédagogique de l'opticien : traduire la complexité

L'un des défis majeurs de cette ère technologique est la communication. Un équipement de haute technologie perd de sa valeur si le patient n'en comprend pas les bénéfices. Pourquoi payer plus pour un verre individualisé ? Pourquoi choisir un traitement protecteur spécifique ?

Le rôle de l'opticien marocain devient alors celui d'un pédagogue. Il doit savoir "vulgariser" la science pour transformer une caractéristique technique en

un bénéfice concret pour le client (moins de fatigue visuelle, meilleure vision nocturne, esthétique améliorée). Cette capacité à expliquer la valeur ajoutée de l'innovation est ce qui permet de justifier un positionnement tarifaire et de renforcer la crédibilité professionnelle face à une concurrence qui ne mise que sur le prix.

Formation continue : l'impératif de la mise à jour

Dans ce contexte de flux permanent d'innovations, la formation continue n'est plus une option, mais un devoir éthique. Un opticien qui cesse de se former devient rapidement obsolète. Rester compétitif au Maroc implique de maîtriser les nouveaux protocoles de mesure, de comprendre les nouveaux matériaux et de savoir manipuler des logiciels de plus en plus sophistiqués.

L'intégration de l'innovation doit se faire dans une démarche responsable. Il ne s'agit pas d'adopter chaque nouveauté par effet de mode, mais de sélectionner celles qui apportent une réelle amélioration à la santé visuelle des Marocains. La crédibilité de notre profession repose sur cet équilibre : être à la pointe du progrès tout en restant un conseiller éthique et fiable.

L'expertise humaine au cœur de la performance

En définitive, la technologie est un formidable amplificateur de talent, mais elle ne remplace pas le talent lui-même. L'avenir de l'optique au Maroc repose sur cette alliance subtile entre la performance technique des machines et l'empathie de l'expert.

Transformer notre pratique par l'innovation, c'est accepter le progrès comme un outil pour mieux servir nos patients. Mais perdre l'essence du métier ce lien unique entre un professionnel de santé et un porteur serait une erreur stratégique majeure. L'opticien de demain sera celui qui saura utiliser la machine pour libérer du temps pour l'humain, garantissant ainsi une vision d'excellence ancrée dans une relation de confiance durable.

RABAT 09-10 OCT 2026

À L'OCCASION DE LA JOURNÉE MONDIALE DE LA VUE

3 ÈME ÉDITION

CONGRÈS NATIONAL D'OPTIQUE LUNETTERIE

En partenariat avec:



CENTRE D'ACCUEIL ET DE CONFÉRENCES

FM6ÉDUCATION

AV. ALLAL AL FASSI RABAT - À COTÉ DE L'HÔPITAL CHEIKH ZAID



INSCRIPTION

WWW.APP.CNOL.MA