

COMPTE RENDU D'ACTIVITÉS

ANNEE 2020

Dès le premier confinement, l'équipe de l'AsnaV a très vite pris la mesure de la situation et adapté ses activités à celle-ci, que ce soit celles inhérentes à la communication ou celles liées à la formation.

La vue, victime collatérale de la crise sanitaire



Les messages que l'AsnaV dispense
ont été ajustés pour "coller" avec la
réalité des Français : la prévention contre les
risques pour ceux qui bénéficiaient d'un balcon ou d'un
accès aux travailleurs de "première et seconde
main" et fatigue et stress, l'observation des troubles
de la santé chez les parents qui s'étaient substitués aux



% chez les plus jeunes. De même, près d'un quart des parents interrogés ont déclaré constater plus de troubles chez leurs enfants. Naturellement, les écrans étaient les premiers incriminés, loin devant d'autres activités exercées à domicile comme la lecture ou le bricolage.



Elaborated: *Journal of Management Education*, 20(1), 10-20. *Reprinted with permission of the publisher.*

Télétravail, école à la maison, télévision surcanal, semaine, loisirs connectés... pendant la période de confinement, nos activités ont plus que jamais sollicité notre vue, tout particulièrement en vision de près, fortement contraignante pour l'œil.

Quelles en sont les conséquences ?

Pour beaucoup une fatigue visuelle se traduit par une baisse de troubles de la vision non désirés jusqu'au bout.

Le monde occidental connaît aujourd'hui une croissance rapide de la myopie. L'utilisation intensive de la vision de près, intimement liée à celle des écrans et favorisée par le manque d'exposition à la lumière naturelle, en sont les deux principaux causes.

Et pour les plus jeunes ?

Les jeunes générations sont, bien sûr, les premières touchées par cette épidémie. Une politique de prévention de grande envergure et volontariste est nécessaire. Prenez soin de la santé de vos enfants et de vos ados !

Les gestes de prévention existent et sont simples à mettre à l'œuvre. Assurez-vous que vos enfants prennent le temps de regarder au loin régulièrement... 30 secondes toutes les 30 minutes.

Agissez pour votre vue : ce sont vos yeux qui expriment votre sourire, vos émotions... derrière le masque !

Profitez de la liberté retrouvée pour faire le plein de lumière naturelle, en vous protégeant avec des lunettes de soleil appropriées. N'oubliez pas de réaliser un contrôle ophtalmologique régulier, notamment pour les seniors.

La filière de santé visuelle a-t-elle mis en place les gestes barrières ?

Complémentaires et organisés, grâce à des protocoles de délégation de tâches, les médecins ophtalmologistes, les opticiens et les orthoptistes sont aujourd'hui pleinement disponibles, dans le respect des «gestes barrières», pour vous accueillir et réaliser un examen.

Pour faciliter le contrôle de votre vue et vous

des larmes, vos lunettes ou vos lentilles de contact
les orthoptistes et les orthodontistes, en lien avec

les ophtalmologistes, peuvent procéder à la réévaluation sur la base d'une confirmation écrite par un ophtalmologiste de l'absence de lésion de l'œil.¹

ie : ce sont vos yeux qui expriment
otions... derrière le masque !



AsnagV

L'AsnaV, porte-parole de la filière de santé visuelle

Dès la reprise d'activités, l'ensemble de la filière de la santé visuelle s'est accordé pour confier à l'AsnaV le rôle de porte-parole auprès du public afin de l'encourager à reprendre sa vue en main. Ce rôle, l'AsnaV l'a accepté avec fierté et rempli avec succès, en diffusant, tout d'abord, un communiqué de presse puis en insérant une "tribune" dans le Journal du Dimanche.

Le communiqué a obtenu de nombreuses retombées, en particulier dans les médias audiovisuels (France Info, M 6, France 3, RTL, Europe 1, France Bleu...) tandis que la page du JDD a été publiée dans l'édition qui coïncidait avec la première interview du nouveau Premier Ministre.

Ados et jeunes adultes, en ligne de mire

Bien avant le début de la crise, il avait été décidé de ne pas réaliser de baromètre de la santé visuelle en 2020 pour le reprendre en 2021. Il est toutefois une population sur laquelle l'AsnaV a souhaité de pencher plus avant, celle des 16 – 24 ans. Pour ce faire, une étude qualitative a été commandée à OpinionWay avec pour objectif de comprendre le rapport de ce public à la prévention. L'étude devait également évaluer les manques d'information pour identifier les sujets capables d'éveiller leur intérêt et, par conséquent, déterminer les vecteurs de communication les plus appropriés pour les inciter à changer de comportement. Ainsi, si beaucoup considèrent la santé comme précieuse, elle ne constitue pas un sujet de préoccupation pour autant.

Comme chez leur aînés, trois typologies se sont dégagées : les **désinvoltes**, ceux chez qui aucun levier n'aura d'effet, les **pragmatiques**, ceux qui sont plus ou moins attentifs aux messages à condition de s'assurer de la fiabilité des sources, et les **bons élèves**, qui écoutent volontiers les conseils et, surtout, les appliquent.

Concernant la santé visuelle, ils sont conscients que leur "ultra connexion" les pousse à adopter des comportements délétères pour leurs yeux. Toutefois, aucun message ni aucune campagne ne les a convaincus de s'en préoccuper. Seule l'éventualité d'une perte de vision importante, ou définitive, déclenche une prise de conscience, voire une véritable angoisse. Les informations sur les dangers de la lumière bleue ont été bien perçues ainsi que, dans une moindre mesure, celles sur l'évolution de la myopie.

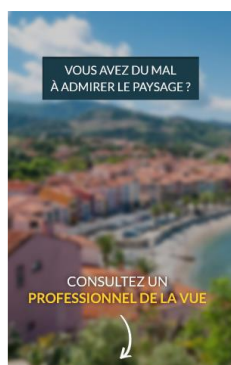


En matière de communication, les 16 / 24 ans prônent un équilibre entre le sérieux et l'humour et rejettent les informations moralisatrices et les images choquantes. Enfin, une constante favorable à l'AsnaV est observée dans les verbatim recueillis lors de cette étude, par une certaine exigence vis-à-vis de l'émetteur de l'information qui doit être identifié et légitime.

A l'assaut des réseaux sociaux

Forte des enseignements de l'étude sur ce jeune public, l'AsnaV a développé une campagne de communication digitale en deux étapes en s'appuyant sur WEBEDIA, société spécialisée dans les médias en ligne et éditeur, entre autres, de la marque Dr Good! créée par Michel CYMES.

Du 20 juillet au 23 août, c'est sur trois sites particulièrement consultés, **AlloCiné**, **Jeuxvidéo.com** et **Easyvoyage** que l'AsnaV a diffusé un conseil on ne peut plus simple : ***si vous ne voyez pas bien, consultez un professionnel de la vue !***, avec un lien direct vers son site, **Cmavue.org**.



Le choix de ces trois supports a permis de toucher un large public et de l'interpeller en fonction de ses centres d'intérêt : retour au cinéma, préparation des vacances et, toujours, pratique des jeux vidéo, trois activités en bonne place sur l'agenda estival des Français. Les résultats de cette campagne ont été satisfaisants avec, notamment, un nombre de visiteurs uniques de près d'1,2 million et un taux de clics supérieur à la moyenne. L'objectif final était d'inciter chaque visiteur à se rendre sur le site, objectif atteint puisque le nombre d'utilisateurs et le nombre de sessions ont plus que doublé durant la période.

A la rentrée, c'est un scénario inédit pour l'AsnaV qui a été adopté : la réalisation d'un micro-trottoir animé par Sami OULADITTO, humoriste connu pour ses interviews décalées. Diffusée à la fois sur les réseaux **Purebreak** et **Dr Good!**, la vidéo a généré de nombreux commentaires, majoritairement amusés, même si certains apostrophaient les professionnels de la vue quant aux difficultés d'accès aux soins.

Pour renforcer cette communication vers les plus jeunes, les parents, toujours prescripteurs même au-delà de 24 ans, n'ont pas été oubliés. L'environnement **Dr Good** a été choisi pour publier des posts sous forme d'infographies, de conseils ou encore de "Meme", phénomène populaire sur les réseaux sociaux.



Formation

Avec l'annulation, à partir du mois de mars, de l'ensemble des stages programmés en "présentiel", l'activité Formation a été particulièrement impactée. Mais très vite, une réorientation vers le digital s'est dessinée et de nouveaux projets ont été mis en œuvre.

De janvier à mars, les stages en présentiel avait principalement réuni les personnels de l'éducation nationale, lors de **7 sessions** auxquelles ont participé **175 stagiaires**. Un stage pour le service de santé au travail d'Air France a également pu être organisé.

La transformation de l'ensemble des programmes de formation en format digital s'est ensuite imposée.

Dès la rentrée de septembre, les stages en format "classe virtuelle" destinés à l'éducation nationale ont pu débuter avec une montée en puissance jusqu'à la fin de l'année, au cours de **8 stages** qui ont réuni près de **200 stagiaires**.

Cette nouvelle configuration de classe virtuelle a également été appliquée aux programmes destinés aux opticiens. Ils ont été homologués par l'ANDPC et par le Datadock avant l'été.

Pour répondre à la nouvelle orientation du DPC, un module "[Optimisation des capacités visuelles au travail](#)" a été créé.

Lancé le 7 décembre, son format pluridisciplinaire s'appuie sur l'intervention de spécialistes opticiens-optométristes, orthoptistes, ergonomes..., et se décline selon cinq modules : *voir net suffit-il ?*, *améliorer la vision au travail*, *lutter contre la fatigue numérique*, *protéger*, *maintenir les amblyopes au travail*.



Webinaires et autres interventions

Avant le confinement, des interventions d'information et de dépistage se sont déroulés auprès de la Ville d'Oyonnax, dans le cadre d'une exposition sur la Lunetterie, et du CELSA, pour tester l'intérêt des étudiants pour une action de prévention "à domicile".

A la demande d'Essilor France, le Délégué Général, Jean-Félix BIOSSE DUPLAN a participé à un "webshow" destiné aux opticiens au cours duquel il a développé la façon dont le consommateur conçoit la filière et la direction vers laquelle il souhaiterait qu'elle évolue.

La plate-forme d'IDEAL CO, spécialisée dans la formation des personnels des collectivités locales a sollicité l'AsnaV pour organiser un webinaire sur le thème de la vue au travail (télétravail) et ses impacts. Jean-Félix BIOSSE DUPLAN a traité de l'impact socio-économique, Véronique MORIN l'impact sur la santé visuelle, tandis que Docteur Sylvie ROYANT-PAROLA, Présidente du Réseau Morphée, a abordé l'impact sur le sommeil.

Matériels de dépistage

Malgré la pause dans l'activité des personnels de santé scolaire, les recettes générées par la vente des matériels de dépistage ont dépassé celles de l'année 2019. Les lunettes 2 en 1, les lunettes à secteurs, le face à main ou l'échelle de Snellen sont toujours très appréciés de ces professionnels de santé auxquels ils apportent l'aide nécessaire pour réaliser les dépistages visuels.

**ÇA FAIT LONGTEMPS QUE VOUS
N'AVEZ PAS LEVÉ LES YEUX
POUR CONTRÔLER VOTRE VUE ?**



**JOURNÉES
DE LA VISION
DU 8 AU 17
OCTOBRE
2020**

**TEST DE VUE
GRATUIT**

OPTICIEN PARTENAIRE



Les Journées de la Vision

Point d'orgue de la sensibilisation en faveur de la prévention, le message central des Journées de la Vision s'est de nouveau adressé aux adolescents et jeunes adultes. Plus que jamais, l'année 2020 a été une période complexe pour cette population. Confinement, poursuite des études plus ou moins chaotique, recherche d'emplois laborieuse, incertitudes quant à l'avenir... autant d'inquiétudes qui les éloignent de préoccupations pourtant essentielles, celles de leur santé, en général, et de leur santé visuelle, en particulier. Comme l'a démontré l'étude d'OpinionWay, la prévention des troubles de la vision est un concept abstrait alors même qu'ils adoptent des comportements "à risque" pour leur santé visuelle.

Un second niveau de communication consistait aussi à rappeler que, malgré la persistance de la crise, les opticiens étaient disponibles pour accueillir, en toute sécurité dans le respect des règles sanitaires, toute personne soucieuse de sa santé visuelle.

Communication presse et digitale

Relations avec la presse

Une douzaine de communiqués a été diffusée auprès de la presse grand public. Ces communiqués ont permis la parution de 295 articles, dont 177 dans les médias traditionnels, presse et audiovisuel, et 118 dans les médias digitaux.

Ces retombées ont été évaluées à un peu plus de 4 millions d'euros en équivalent d'achat d'espaces publicitaires. Un peu plus de 28 millions de "contacts" ont potentiellement été exposés à ces messages.

🔗 **Sélection d'articles de presse à consulter** [ICI](#)

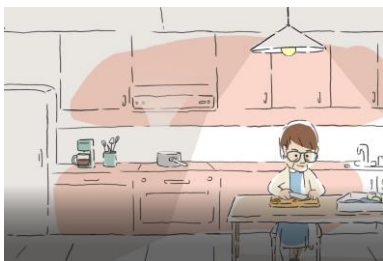
Communication digitale

Le site CmaVue.org a bénéficié du déploiement d'activités sur les réseaux sociaux au travers des différentes campagnes de communication digitale. Les indicateurs statistiques ont décelé une augmentation de fréquentation, que ce soit en nombre d'utilisateurs ou de sessions. En revanche, le taux de rebond n'est pas à un niveau satisfaisant, ce qui signifie que la page d'accueil n'est pas suffisamment ergonomique pour inciter les visiteurs à poursuivre leurs recherches sur le site. Ce constat a conduit à revoir la configuration du site en début d'année 2021.

Les réseaux sociaux ont tous vu leur nombre d'abonnés augmenter, en particulier LinkedIn qui en a gagné plus de 250 en un an, pour un total de 477. Au 31 décembre, Facebook affichait 4 559 abonnés et Twitter 2 882 Followers.

Partenariats

Les manifestations auxquelles l'AsnaV participe avec ses principaux partenaires – Les Journées Nationales de la Lumière avec l'Association Française de l'Eclairage et la Paris Games Week avec PédagoJeux – ont été annulées.



En revanche, une action de sensibilisation sur le thème de l'autonomie des personnes âgées a pu être menée avec l'AFE grâce à la collaboration établie avec la CNSA (Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie). Cet organisme a lancé une nouvelle campagne intitulée "Pour rester autonome" destinée à encourager le maintien à domicile. Des spots TV ont été réalisés pour traiter de différentes problématiques et l'un d'eux était consacré à la vision et à l'éclairage, deux facteurs déterminants pour la qualité de vie des seniors.

Ces spots ont été diffusés pendant tout le mois d'octobre sur les chaînes de France Télévision. L'AFE et l'AsnaV étaient également référencés dans le dossier de presse publié par la CNSA.

La vie de l'AsnaV

Réunions du Conseil d'Administration et Assemblée Générale

Le Conseil d'Administration s'est réuni à quatre reprises en adaptant son fonctionnement à la situation par l'organisation de réunions à distance.

L'Assemblée Générale s'est tenue le 7 juillet. Les élections qui se sont déroulées à cette occasion ont permis d'élire ou de réélire :

- Au sein du Collège Fournisseurs, M. Christophe CHEBAC et Mme Sophie THUOT-TAVERNIER.
- Au sein du Collège Opticiens, M. Marc KLEIN.
- Au sein du Collège Associés, Mme Barbara AMELINE.

Solidarité avec la Filière

Dès le début de la crise, le Président Bertrand ROY a décidé de réduire les cotisations des membres de l'AsnaV de 30 %.

In memoriam



La disparition du Professeur Yves POULIQUEN, décédé le 5 février, a suscité beaucoup de tristesse. Le Président Bertrand ROY a salué celui qui fut Président du Conseil Scientifique de l'AsnaV pendant 10 ans.

"Le Professeur POULIQUEN, reconnu mondialement, a porté au pinacle la qualité de l'ophtalmologie française. Médecin, humaniste, il a dirigé pendant de nombreuses années, le Conseil Scientifique de l'AsnaV, mêlant rigueur et bienveillance. Nos pensées vont envers sa famille. Nous perdons un ami mais, de ses dernières passions, nous savons qu'il est immortel... Merci, Monsieur..."

Ecrivain reconnu, le Professeur POULIQUEN était membre de l'Académie Française depuis 2001. Il avait publié son dernier ouvrage, Les Immortels et la Révolution, en octobre 2019.

*