



*CmaVue.org*

Association pour l'amélioration de la Vue

AsnaV

# COMPTE RENDU D'ACTIVITÉS

**ANNEE 2021**



### Impact des confinements : les chiffres essentiels

Interrogés sur leurs comportements durant cette période, les Français ont majoritairement reconnu avoir malmené leur vision et décrit, avec forces détails, les troubles qu'ils avaient ressentis a posteriori.

- **55 %** ont déclaré avoir davantage sollicité leur vue,
- **30 %** ont ressenti des troubles de la vue qu'ils n'avaient jamais observés jusque-là. Spontanément, ils évoquent une baisse de la vision ou une vision floue, une fatigue visuelle persistante, des maux de tête, ou autres sensations douloureuses.
- **82 %** incriminent leur utilisation abusive des écrans, dont une majorité de femmes, particulièrement actives sur leurs smartphones.

### Des constats, mais peu d'actions

Malgré ces constats, la moitié des Français semblent s'accommoder de leur inconfort visuel, puisque seuls **50 %** d'entre eux se sont prêtés à un contrôle de la vue en raison de l'apparition de ces nouveaux troubles. Cette forme de négligence n'est cependant pas liée à la situation de crise. Elle ne fait que s'amplifier depuis une dizaine d'années. En 2010, les deux principales raisons de se rendre chez l'ophtalmologiste étaient, pour **74 %** des Français, une visite de routine et, pour **49 %**, une impression de moins bien voir ; en 2021, ces chiffres chutent respectivement à **46 %** et **16 %** !

### Les enfants et les jeunes en première ligne

Il y a 10 ans, **55 %** des parents déclaraient emmener leur enfant chez l'ophtalmologiste, la première fois, pour une visite de routine. Aujourd'hui, ils ne sont plus que **40 %**. Et cette première visite, ils sont **79 %** à la programmer à partir de l'âge de 3 ans, dont une majorité qui attend l'entrée à l'école primaire. De plus, ils sont de moins en moins nombreux – **14 %**, en chute de **7 points** en 2 ans – à suivre les recommandations des professionnels de santé, pédiatre ou médecin généraliste. Certes, la crise sanitaire n'a pas facilité ce type de démarche. Il faut s'interroger sur le manque de motivation des parents quand ceux-ci admettent, à **59 %**, que leurs enfants ont davantage sollicité leur vue pendant les confinements et qu'ils estiment la durée moyenne passée devant les écrans à **1 h 46** pour les moins de 10 ans et **3 h 28** pour les enfants de 10 à 16 ans !

### Augmentation de la myopie, la grande inconnue

Alors que les études et les articles se multiplient pour alerter sur l'augmentation du nombre de myopes à travers le monde, les Français ne sont pourtant que **25 %** à en avoir entendu parler ! Pourtant, les faits sont là et, si l'on en croit une dernière étude menée à Hong Kong la crise de la Covid 19 n'a fait qu'empirer la situation.

### Pour les 16 - 24 ans, une prise de conscience récente

La crise sanitaire a particulièrement affecté les jeunes et leur vue n'a pas été épargnée. Même si les comportements de cette génération ultra connectée étaient déjà délétères pour leur vision, les confinements successifs et le travail à distance n'ont fait qu'amplifier la tendance. En conséquence : une réelle prise de conscience de sur-sollicitation de leur vue et l'identification de nouveaux troubles, jamais observés jusqu'alors.

### Les chiffres notables :

- **75 %** des 16 – 24 affirment avoir davantage sollicité leur vue pendant la crise sanitaire.
- **39 %** ont ressenti des troubles visuels non observés jusqu'alors.
- Parmi eux, **33 %** ont constaté une baisse de la vision ou une vision floue tandis que **19 %** se sont plaints de maux de tête récurrents.

### J'y pense et puis j'oublie...

Et pourtant, il y a encore loin du constat à l'action. Ainsi, ils ont été peu nombreux, moins de **50 %**, à se rendre chez un professionnel de santé pour effectuer un contrôle de leur vue. Les raisons évoquées de cette négligence ? Si la majorité déclare ne pas en avoir besoin, **un tiers** répond ne pas savoir où s'adresser mais nombreux se déclarent prêts à faire contrôler leur vue à condition de bénéficier d'**un test simple, rapide et près de chez eux pour 91 %**, et **gratuit pour 78 %**.

### Des raisons d'espérer

Fort heureusement, tous les résultats de ce 16ème Baromètre ne sont pas aussi alarmistes. Ainsi, depuis 2019, on dénombre **8 %** de porteurs en plus parmi les jeunes et **5 %** de moins à n'être jamais allés chez l'ophtalmologiste.

Une raison supplémentaire de poursuivre les actions de sensibilisation vers ce jeune public.

## Activité Formation



*L'AsnaV a intensivement poursuivi sa mission de formation par l'adaptation de l'ensemble de ses programmes au format "classe virtuelle", afin de les dispenser à distance, et la création de nouveaux modules.*

La collaboration entre l'AsnaV et les personnels de l'éducation nationale ne s'est jamais interrompue et la digitalisation de l'activité vers ce public est une vraie réussite. Le nombre de stages et celui des stagiaires sont nettement supérieurs comparés à 2019, dernière année de référence.

De l'avis général, le format à distance est très apprécié, tant sur le fond que sur la forme. Libérés des contraintes logistiques, les stagiaires sont plus présents et ont également la possibilité de consolider leurs connaissances acquises au cours du stage grâce à la diffusion des replays.

Les programmes de formation destinés aux opticiens ont également été adaptés pour être dispensés à distance. Aux deux premiers programmes existants, Vision des Enfants et Vision des plus de 50 ans, est venu s'ajouter "Optimisation des capacités visuelles au travail" dans un format inédit de cinq modules animés par des spécialistes de différentes disciplines. Référencés DPC, ces trois programmes doivent permettre aux opticiens de répondre à leur obligation de formation durant la période triennale qui a débuté en 2020 et prendra fin en décembre 2022.

Les entreprises et industriels se sont également vu proposer une formation spécifiquement destinée à sensibiliser les Comités sociaux et économiques, ex CHSCT, en vue d'améliorer le confort visuel des salariés. Aujourd'hui, en effet, le bien-être des collaborateurs est un critère qui doit être respecté au même titre que la sécurité. Basé sur l'ergonomie visuelle, le programme a déjà fait ses preuves auprès de trois entreprises de la filière de santé visuelle.

La création d'un Espace Professionnel sur le site CmaVue.org permet, à présent, aux différents publics intéressés par l'activité Formation de prendre connaissance, en détail, de l'ensemble des programmes. De même pour la vente de matériel de dépistage, sollicité notamment par les personnels de l'éducation nationale ou les professionnels de la petite enfance, qu'il leur est possible de commander directement en ligne.

## Un bilan très satisfaisant

	Bilan 2019 (dernière année de référence)
<b>Éducation nationale</b> 26 stages pour 602 stagiaires	14 stages pour 341 stagiaires
<b>Petite enfance</b> 6 stages pour 119 stagiaires	22 stages pour 63 stagiaires
<b>Opticiens</b> 19 stages pour 167 stagiaires	26 stages pour 214 stagiaires
<b>CSE</b> 4 stages pour 36 stagiaires	
<b>Total</b> <b>55 stages pour 921 stagiaires</b>	<b>50 stages pour 665 stagiaires</b>

## Webinaires et autres interventions

En complément de ces stages, l'AsnaV est régulièrement sollicitée pour intervenir lors de réunions professionnelles ou grand public qui se sont transformées en webinaires à l'heure des périodes de confinement.

M. Jean-Félix BIOSSE DUPLAN a participé à un "webshow" organisé par **ESSILOR France** en remplacement du traditionnel roadshow qui réunit habituellement les opticiens partout en France. S'appuyant sur les données recueillies dans les différentes études menées par l'AsnaV, il a développé la façon dont le consommateur conçoit la filière et la direction vers laquelle il souhaiterait qu'elle évolue. 1 500 opticiens étaient présents en direct et 3 500 ont visionné le replay.

Le 30 mars, l'association **Action Innocence Monaco** a organisé une séance d'information à destination des parents de la Principauté et de la région niçoise sur le thème des écrans et de leur utilisation intensive par les enfants. Parmi les différents sujets traités, celui des effets sur les yeux a permis à l'AsnaV d'alerter sur les conséquences qu'une exposition soutenue peut générer et de prodiguer des conseils de bonne pratique.

Johnson & Johnson Vision Care s'est associé à Point Vision pour proposer, le 17 juin, une séance d'information sur le thème : **Confinement et santé visuelle : impact et solutions**. Cette session d'information, au cours de laquelle Mme Véronique MORIN a abordé la question du télétravail, a obtenu un grand succès auprès des professionnels de santé auxquels elle était destinée, succès quantitatif avec plus de 200 participants, et qualitatif, constaté grâce aux commentaires recueillis à l'issue de la séance.

## Matériels de dépistage

Avec la reprise d'activités des personnels de santé scolaire et des professionnels de la petite enfance, les commandes de matériel de dépistage ont repris pour retrouver un niveau de recettes d'avant crise. 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.

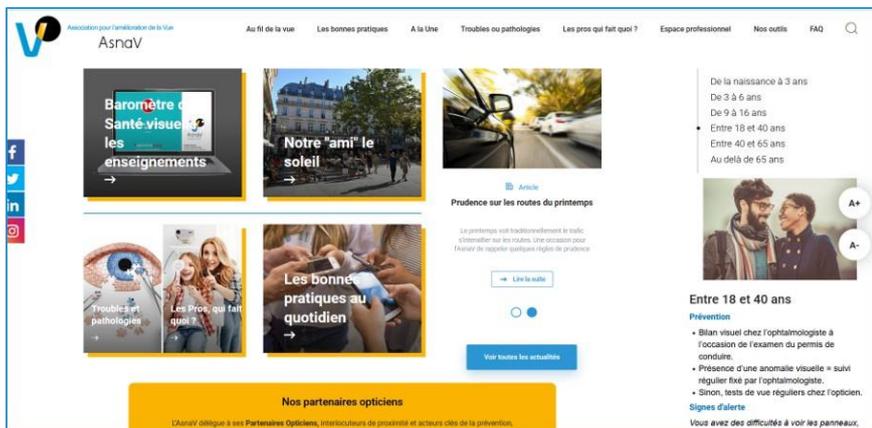


# Nouveau look pour le site Cmavue.org

Rendre l'information plus accessible dès la page d'accueil, tel était l'objectif de la refonte du site de l'AsnaV [Cmavue.org](http://Cmavue.org).

Dossiers thématiques, actualités, conseils personnalisés selon l'âge de chacun, sans oublier le répertoire des opticiens partenaires de l'AsnaV, toutes ces rubriques sont à présent directement disponibles sur la "Home Page" pour faciliter la lecture des internautes.

Mise en ligne il y a un peu moins d'un an, cette nouvelle version a fait ses preuves par une évolution positive du "taux de rebond", l'indicateur qui permet de mesurer l'intérêt des visiteurs pour le site.



# Lancement de la newsletter mensuelle

Lancée le 15 janvier 2021, la nouvelle lettre d'information intitulée "**L'Actu en un clin d'œil**" est destinée à l'ensemble des partenaires de l'AsnaV, adhérents et correspondants des sociétés et institutions proches de notre association. Son format a volontairement été limité à quatre articles qui traitent, à la fois, de l'actualité de l'AsnaV et d'informations ouvertes sur des domaines plus ou moins proches de la santé visuelle. Sur 1 an, le taux d'ouverture moyen est de 25 %, taux considéré comme excellent, la moyenne se situant généralement autour de 15 %.



# Les Journées de la Vision

Les Journées de la Vision, 18<sup>ème</sup> édition, se sont déroulées du 14 au 23 octobre. La communication développée pour leur promotion s'est axée autour des résultats du Baromètre pour rappeler combien la prévention était une nécessité en cette période où les Français reconnaissent solliciter davantage leur vue et ressentir de nouveaux troubles.

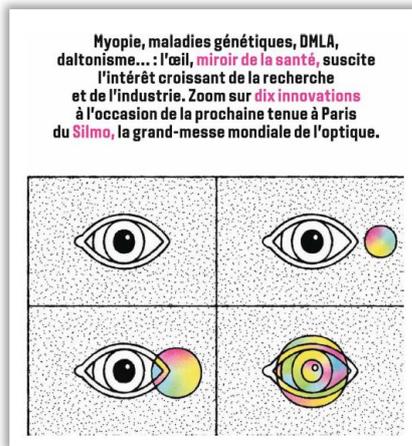
Il s'agissait aussi de répondre à la demande formulée par les plus jeunes dans ce même baromètre : à la question, "*quelles sont les mesures qui pourraient vous inciter à faire contrôler votre vue*", les 16 – 24 ans avaient, en effet, cité dans l'ordre, **un test simple et rapide près de chez eux, à 91 %\***, et sa gratuité, à **78 %**.

**Un excellent résumé de l'objectif des Journées de la Vision !**

# Communication presse et digitale

## Relations avec la presse

"L'épidémie" de myopie a incontestablement été le sujet le plus traité dans la presse en 2021. La publication de nouvelles études post confinement a nourri de nombreux articles. L'AsnaV a été très souvent sollicitée et citée en référence dans beaucoup d'entre eux ce qui a permis d'obtenir d'excellents résultats chiffrés. Grâce aussi aux dix communiqués thématiques diffusés pendant l'année, les retombées en presse écrite, audiovisuelle et web ont été évaluées à plus de 8 millions d'euros en équivalent d'achat d'espaces publicitaires. Exemple parmi d'autres, un dossier complet sur les innovations en santé visuelle a été publié en septembre dans le magazine des **Echos Week-end**, dossier préparé en collaboration avec l'AsnaV, citée à plusieurs reprises.

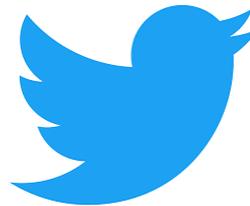


## Communication digitale

Les deux campagnes diffusées sur les réseaux sociaux de Purebreak et Dr Good ont dynamisé les pages de l'AsnaV sur **Facebook**, **Twitter** et **Linkedin**. Celles-ci ont gagné des dizaines d'abonnés qui ont partagé les différentes publications.



4 570 abonnés



2 885 followers



613 abonnés

# Partenariats



## L'AsnaV mise en lumière

Tous les deux ans, l'**Association Française de l'Eclairage**, dont l'AsnaV est membre depuis 2017, organise les Journées Nationales de la Lumière. Reporté d'octobre 2020 aux 12 et 13 octobre 2021, cet évènement a pu se dérouler "normalement" à Strasbourg, en

présence de plus de 450 participants.

Parmi les nombreuses thématiques traitées durant les deux journées de congrès, celle des effets de la lumière sur la santé a permis à l'AsnaV, par l'intermédiaire de Mme Véronique MORIN, de sensibiliser les professionnels de l'éclairage présents à l'importance d'adapter la lumière aux besoins humains, en particulier dans l'espace professionnel.



# La vie de l'AsnaV

## Réunions du Conseil d'Administration et Assemblée Générale

Le Conseil d'Administration s'est réuni à cinq reprises en alternant les réunions à distance et en présentiel en fonction de la situation sanitaire.

L'Assemblée Générale s'est tenue le 31 mai. Les élections qui se sont déroulées à cette occasion ont permis d'élire ou de réélire :

- Au sein du Collège Fournisseurs, MM. Jérôme MOREL et Bertrand ROY.
- Au sein du Collège Opticiens, Mme Sandrine LADOUX et MM. Thibaut PICHEREAU et Jérôme SCHERTZ.

Aucun renouvellement n'était prévu au sein du Collège Associés.

Au cours du Conseil d'Administration qui s'est tenu à l'issue de l'Assemblée Générale, M. Bertrand ROY a été réélu Président pour un 7<sup>ème</sup> mandat de 3 ans.

A l'issue d'un contrat d'apprentissage de deux années, Thomas WIPFF, étudiant en communication digitale, a cédé sa place en décembre à Kendra ETILE qui a pris en main cette activité avec pour objectif de la développer de façon autonome.

## *In memoriam*

Bernard MAITENAZ s'est éteint en février. La disparition de ce géant de l'optique a suscité beaucoup de tristesse au sein de l'AsnaV dont il partageait le combat en faveur de la santé visuelle. Par son invention du verre progressif, il a apporté une solution performante et fiable à des centaines de millions de presbytes dans le monde entier et, en améliorant leur vue, contribué à améliorer leur vie.



\*\*\*\*\*  
\*\*\*  
\*