

Créé au début des années 80, le laboratoire **PRECILENS** s'est imposé sur le marché de la contactologie avec les premières lentilles multifocales. Une spécialisation qui demeure son activité majeure, même si sa gamme s'est élargie aux lentilles à renouvellement fréquent. Depuis une dizaine d'années, il a fortement investi dans l'orthokératologie, une technique de contrôle de la myopie qui se diffuse en France, compte tenu de la forte croissance de cette amétropie dans la plupart des pays occidentaux ces 20 dernières années.

“Lentilles de spécialité et contrôle de la myopie sont nos 2 axes de croissance”

Pierre Pitance, pdg de Precilens

“Le laboratoire a lancé dès ses débuts la première lentille souple multifocale, à une époque où la contactologie s'intéresse peu à la presbytie”, explique Pierre Pitance, pdg de Precilens depuis son rachat en 2006. “Si l'esprit de l'entreprise est resté à peu près le même, nous avons considérablement investi dans les techniques de production : chez Precilens, toutes les nouvelles géométries s'élaborent au nanomètre et la production se fait au micron.”

Tout en restant concentré sur sa spécificité au sein du marché de la contactologie, Precilens a élargi sa gamme dans les années 2000 en ajoutant à son catalogue les lentilles à renouvellement fréquent : “Nous avons voulu sortir du “cercle” de la lentille de spécialité pour peser également sur le cœur du marché. Ce segment constitue désormais un tiers de notre chiffre d'affaires. Certes, nous demeurons un challenger, mais nous nous attachons à défendre les adaptateurs : nous assistons actuellement à une “paupérisation”

des distributeurs de lentilles, via les politiques menées par les Ocam et la pression exercée par la vente sur Internet. Or nous avons besoin, en tant que spécialiste de produits techniques, de professionnels compétents.” Pour soutenir cette singularité, Precilens a mis l'accent sur les services et l'accompagnement des adaptateurs et des opticiens : logiciel Click & Fit, lancé lors du congrès SFO 2016, qui facilite chacune des étapes de l'adaptation, Observance, un système de rappel par sms de la date du renouvellement couplé avec une réduction ou un tarif préférentiel. “Observance conforte l'image de l'opticien comme spécialiste de la contactologie et accroît la fidélisation du porteur à un point de vente”, souligne Pierre Pitance.

Mais la priorité de Precilens depuis 3 ans concerne le développement de l'orthokératologie : “La question de la freination de la myopie a pris de l'importance depuis 2-3 ans auprès des ophtalmologistes. Ils se sont rendu compte de l'intérêt de l'orthokératologie pour contrôler




Pierre Pitance

Après une formation en école de commerce et un MBA à Columbia aux Etats-Unis, Pierre Pitance se lance dans le capital

investissement puis l'industrie. Cette double compétence le conduit à racheter le laboratoire Precilens en 2006 : “J'ai la chance de pouvoir m'appuyer sur un socle solide, une équipe qui travaille

la progression de la myopie. Et ce d'autant que la prévalence de cette amétropie a considérablement progressé dans les pays occidentaux ces dernières années, au point de devenir un enjeu de santé, dont le grand public commence également à prendre conscience", observe Pierre Pitance. Parallèlement, les technologies (topographe, matériau, etc.) ont évolué rendant l'orthokératologie à la fois moins chère et plus confortable pour les porteurs. "L'orthokératologie porte incontestablement notre croissance depuis 2-3 ans. En 2016, notre chiffre d'affaires sur ce segment enregistre une progression à 2 chiffres", précise Pierre Pitance. Une hausse à laquelle le laboratoire répond également en termes de services : "Ce produit demande un accompagnement soutenu de l'adaptateur mais aussi du porteur. Et notre mission est d'être à leurs côtés pour qu'ils puissent disposer du meilleur produit avec le meilleur service. Nous apportons des solutions à nos partenaires, c'est même le point majeur qui nous distingue de nos concurrents." Dans cette logique, Precilens s'est fortement développé dans les pays touchés par l'"épidémie de myopie" : Asie, bien sûr, Pays-Bas, Italie, Espagne, Allemagne, Etats-Unis. "L'internationalisation de notre activité, autour des lentilles de spécialité, est un fort levier de croissance." "Pour les années à venir, nous allons cultiver notre pertinence sur

le marché en conservant notre avance sur le segment des lentilles de spécialité", déclare Pierre Pitance, qui se félicite de l'évolution des relations entre ophtalmologistes et opticiens en France : "Le décret d'octobre 2016 en lui-même ne change pas grand-chose. Mais une chaîne médicale structurée se met en place dans le domaine de la santé visuelle au sein de laquelle ophtalmologistes et opticiens construisent une relation intelligente pour le plus grand bénéfice des patients !"

 Marie-Dominique Gasnier

REPÈRES

47
salariés

15
optométristes

RÉPARTITION DU CA :

1/3 lentilles
à renouvellement fréquent

2/3 lentilles
de spécialité

+6 %
CA France en 2016

+35 %
CA export en 2016

ensemble depuis plus d'une dizaine d'années", souligne-t-il. A la tête de Precilens, il développe son activité selon 3 axes : contrôle des techniques de production, innovation

dans les lentilles de spécialité et internationalisation. Cet investissement professionnel lui laisse malgré tout le temps de se consacrer à ses 2 passions : le ski de randonnée et le jazz.

BIEN LU

Vendre à l'ère du digital

par Enguerran Astre



Le digital "disrupte" tout et le domaine de la vente n'y échappe pas. Pourtant, les techniques de vente restent sur

les standard de la vieille économie. Comment, dans ce contexte, améliorer son efficacité commerciale ? Comment s'inspirer, en tant que vendeur, des acteurs clés qui réussissent aujourd'hui ? Comment utiliser les nouvelles solutions technologiques (big data, marketing digital...) pour maximiser son revenu commercial ? Comment, enfin, préserver la création de valeur dans la nouvelle économie ? Cet ouvrage destiné à tous les professionnels de la vente leur propose une nouvelle approche centrée sur le client et fondée sur des cas pratiques et des exemples réels.

L'AUTEUR

Diplômé de l'EM Lyon, Enguerran Astre a débuté sa carrière comme directeur des ventes chez Capetegemini et consultant en transformation digitale chez Accenture. Actuellement directeur commercial chez Microsoft sur le développement du cloud, il intervient également à l'ESC Pau et à l'Ecole internationale de l'immobilier.

192 pages, éditions Dunod